

III. INTERNATIONAL
APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (C-IASOS)
ÇEŞME/İZMİR
2019

III. INTERNATIONAL

APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (C-IASOS)

PROCEEDING BOOK

04-06th April, 2019, Çeşme, İzmir/TURKEY

"Applicable Knowledge for a Sustaniable Future"

EDITORS

Dr.Bogdan PATRUT

Assoc. Prof.Dr. Ercan ÖZEN

Assist. Prof. Dr. Hakan BOZ

iasoscongress.org

All copyrights of this publication belong to the Editors. No parts of this publication may not be used, copied, reproduced, redistributed, or published without being appropriately referenced. The Authors are responsible for accuracy of all statements and data containe and the accuracy of all references information, and for obtaining and submitting permission from the author and publisher of any previously published material included in this publication. The Publisher and Editors cannot be held responsible for errors or any consequences arising from the use of information contained in this this publication.

Educart Publishing House

Address: Bacau, Romania; Mihai Eminescu street, number 1/A1/13

ISBN: 978-606-94423-1-9

Internatıonal Applıed Social Scıences Congress. All Rights Reserved.

Uşak 25.08.2019

Copyright © 2019

CONGRESS ID

Name of Congress
International Applied Social Sciences Congress

Type of Participation

Davetli ve Çağrılı / Keynote and Invited

Date and Place
04-05-06 April 2019 Çeşme, İzmir-Turkey

Co-Chairs

Doç.Dr. Ercan ÖZEN Uşak U.

Dr. Öğr. Üyesi Hakan BOZ Uşak U.

Executive Committee

Doç.Dr. Ercan ÖZEN	Uşak U.
Dr. Öğr. Üyesi Hakan BOZ	Uşak U.
Öğr.Gör. Dr. Esat SAÇKES	Balıkesir U.
Dr. Simon GRIMA	University of Malta
Dr. Bogdan PATRUT	University of Iasi
Dr. Öğr. Üyesi Özer YILMAZ	Bandırma Onyedi Eylül U.
Dr. Öğr. Üyesi Aytuğ ARSLAN	İzmir Katip Çelebi U.
Öğr. Gör. Burçin BOZ	Bilecik Şeyh Edebali U.

Scientific Advisory Committee

Prof.Dr. Ali DERAN	Tarsus U.	Prof.Dr. Melih ERDOĞAN	Anadolu U.
Prof.Dr. Atila YÜKSEL	Adnan Menderes U.	Prof.Dr. Muammer Zerenler	Selçuk U.
Prof.Dr. Atilla AKBABA	İzmir Katip Çelebi U.	Prof.Dr. Murat ÖNTUĞ	Uşak U.
Prof.Dr. Belkıs ÖZKARA	Afyon Kocatepe U.	Prof.Dr. Mustafa TEPECİ	Celal Bayar U.
Prof.Dr. C. Coşkun KÜÇÜKÖZMEN	İzmir Ekonomi U.	Prof.Dr. Mustafa GÜLMEZ	Akdeniz U.
Prof.Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir U.	Prof.Dr. Ruziye COP	Abant İzzet Baysal U.
Prof.Dr. Erdoğan KOÇ	Bandırma Onyedi Eylül U.	Prof.Dr. Selçuk AKÇAY	Afyon Kocatepe U.
Prof.Dr. Halim SÖZBİLİR	Afyon Kocatepe U.	Prof.Dr. Semra Aytuğ	Dokuz Eylül U.
Prof.Dr. Hasan AKBULUT	İstanbul U.	Prof.Dr. Sima NART	Sakarya U.
Prof.Dr. Kâmil TÜĞEN	Dokuz Eylül U.	Prof.Dr. Suat ŞAHİNLER	Uşak U.
Prof.Dr. Kemalettin CONKAR	Afyon Kocatepe U.	Prof.Dr. Süleyman YÜKÇÜ	Dokuz Eylül Universitesi
Prof.Dr. Kenan AYDIN	Yıldız Teknik U.	Prof.Dr. Tuğrul KANDEMİR	Afyon Kocatepe U.
Prof.Dr. Kerim BANAR	Anadolu U.	Prof.Dr. Veysel KULA	Afyon Kocatepe U.
Prof.Dr. M. Başaran ÖZTÜRK	Niğde Ömer Halis Demir U.	Assoc. Prof. Dr. Agim Mamuti	Mother Teresa University, Macedonia
Prof.Dr. Mehmet ERYİĞİT	Abant İzzet Baysal U.		

Scientific Committee

Prof. Dr. Beate SWIECKA	Szczecin University, Poland	Doç. Dr. Ferudun KAYA	Abant İzzet Baysal U.
Prof. Dr. Daniela BAGLIERI	University of Messina, Italy	Doç. Dr. Fulya AKYILDIZ	Uşak U.
Prof. Dr. Simone Domenico SCAGNELLI	University of Torino, Italy	Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ	Adnan Menderes U.
Prof. Dr. Inna Romānova	University of Latvia, Latvia	Doç. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN	Pamukkale U.
Prof. Dr. Ivan HANAFI	University of Negeri Jakarta - Endonezya	Doç. Dr. Mehmet Hilmi ÖZKAYA	Uşak U.
Prof. Dr. Yaqoob Al-BUSADİ	Sultan Qaboos University, Umman (Oman)	Doç. Dr. Murat SEZGİN	Uşak U.
Prof. Dr. Patrizia ZAGNOLI	University of Florence - Italy	Doç. Dr. Mustafa SOBA	Uşak U.
Assoc. Prof. Dr. Agim MAMUTI	University of New York in Tirana (UNYT),Albania	Doç. Dr. Nezih TAYYAR	Uşak U.
Assoc. Prof. Dr. Sanela ŠADIC	University of Sarajevo, Bosnia and Herzegovina	Doç. Dr. Onur GÖZBAŞI	Nuh Naci Yazgan U.
Assoc. Prof. Dr. Erdoğan EKİZ	King Abdulaziz University	Doç. Dr. Şenol BABUŞÇU	Başkent U.
Assoc. Prof. Dr. R. Sabir qızı ABDULLYEVA	Azerbaijan National Academy of Sciences	Doç. Dr. Serkan ÖZDEMİR	Pamukkale U.
Assoc. Prof. Dr. Edyta MARCINKIEWICZ	Lodz University of Technology, Poland	Doç. Dr. Sertaç GÜNGÖR	Selçuk U.
Ascoc. Prof. Dr. I. Thonse HAWALDAR	Kingdom University, Bahrain	Doç. Dr. Tolga TORUN	Bilecik Şeyh Edebali U.
Assoc. Prof. Dr Frank BEZZINA	University of Malta	Doç. Dr. Ufuk SELEN	Uludağ U.
Assoc. Prof. Dr. Agim Mamuti	Mother Teresa University, Macedonia	Doç. Dr. Volkan ALTINTAŞ	Katip Çelebi Üniversitesi
Assist. Prof. Dr. Emin Yürekli	Kirghizistan-Turkey Manas University- Kirghizistan	Dr. Öğr. Üyesi Abdullah TEKBAŞ	Anayasa Mahkemesi
Dr. Eihab FATHELRAHMAN	United Arab Emirates University, BAE	Dr. Öğr. Üyesi Ahmet COŞKUN	Uşak U.
Dr. Mehmet Ali KÖSEOĞLU	The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong	Dr. Öğr. Üyesi Atıl TAŞER	Bilecik Şeyh Edebali U.
Dr. Mirela CRISTEA	Universitatea din Craiova, Romania	Dr. Öğr. Üyesi Ayben KOY	İstanbul Ticaret U.
Dr. Simon GRIMA	University of Malta	Dr. Öğr. Üyesi Aysel GÜNDOĞDU	İstanbul Medipol U.
Dr. Bogdan PATRUT	Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi, Romania	Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül T. ALTINAY	Uşak U.
Dr. Tomoko OIKAWA	Limerick Üniversitesi, Ireland	Dr. Öğr. Üyesi Büşra TOSUNOĞLU	Gümüşhane U.
Dr. Edgardo SICA	University of Foggia, Italy	Dr. Öğr. Üyesi Erdoğan KOTİL	Abant İzzet Baysal U.
Dr. Maia Diakonidze Akaki	Tsereteli State University, Georgia	Dr. Öğr. Üyesi Eser YEŞİLDAĞ	Uşak U.
Dr. Menno Both	Saxion University of Applied Sciences , Netherlands	Dr. Öğr. Üyesi Gonca DİLER	Afyon Kocatepe U.
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman U.	Dr. Öğr. Üyesi Gönül İpek ALKAN	Dokuz Eylül U.
Prof. Dr. Cantürk KAYAHAN	Afyon Kocatepe U.	Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Murat BİCİL	Balıkesir U.
Prof. Dr. Çağatan TAŞKIN	Uludağ U.	Dr. Öğr. Üyesi İsmail AYDEMİR	Uşak U.
Prof. Dr. Ekrem TUFAN	Çanakkale Onsekiz Mart U.	Dr. Öğr. Üyesi Çağatay BAŞARIR	Bandırma Onyedi Eylül U.
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül U.	Dr. Öğr. Üyesi Letife ÖZDEMİR	Afyon Kocatepe U.
Prof. Dr. Funda Rana ADAÇAY	Anadolu U.	Dr. Öğr. Üyesi Mehtap KARAKOÇ	Uşak U.
Prof. Dr. Metin COŞKUN	Anadolu U.	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Z. ÇÖĞENLİ	Uşak U.
Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY	Balıkesir U.	Dr. Öğr. Üyesi Meral GÜNDÜZ	Uşak U.
Prof. Dr. Savaş ARSLAN	Bahçeşehir U.	Dr. Öğr. Üyesi Mesut ATASEVER	Uşak U.
Prof. Dr. Seçkin GÖNEN	Dokuz Eylül U.	Dr. Öğr. Üyesi Murat GÜNDÜZ	Uşak U.
Prof. Dr. Senay YÜRÜR	Yalova U.	Dr. Öğr. Üyesi Müberra ÇELEBİ	Abant İzzet Baysal U.
Prof. Dr. Şuayip ÖZDEMİR	Afyon Kocatepe U.	Dr. Öğr. Üyesi Necla KUDUZ	Uşak U.
Doç. Dr. Adalet HAZAR	Başkent U.	Dr. Öğr. Üyesi Neşe KAFA	Adıyaman U.
Doç. Dr. Adnan SEVİM	Anadolu U.	Dr. Öğr. Üyesi Ozan ÖRMECİ	Beykent U.
Doç. Dr. Bayram ŞAHİN	Balıkesir U.	Dr. Öğr. Üyesi Özer YILMAZ	Bandırma Onyedi Eylül U.
Doç. Dr. Birol ERKAN	Uşak U.	Dr. Öğr. Üyesi Selim ŞANLISOY	Dokuz Eylül U.
Doç. Dr. Dilşad ÇOKNAZ	Abant İzzet Baysal U.	Dr. Öğr. Üyesi Serap VURUR	Afyon Kocatepe U.
Doç. Dr. Duygu KIZILDAĞ	İzmir Demokrasi U.	Dr. Öğr. Üyesi S. ÖZAFŞARLIOĞLU	Uşak U.
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli U.	Dr. Öğr. Üyesi Utku KÖSE	Süleyman Demirel U.
Doç. Dr. Ersan ERSOY	Nevşehir Hacı Bektaş Veli U.	Emir ÇETİNKAYA	Ege Finans Derneği

Preface

One of the essential requirements of success today is the concept of sustainability. It is seen that successful civilizations basically had a continuous production process in technology, art and thought in this geography which was home to dozens of civilizations in the past. However, pauses and declines in technology, art and thought of these civilizations are considered as the leading reasons for the end of them. Therefore, living in such a dynamic geography necessitates us to develop continuously. Sustainable and applicable knowledge are the words of this necessity.

For this purpose, we held III. International Applied Sciences Congress with the theme of "Applicable Knowlegde for A Sustainable Future" between 4th and 6th April,2019 along with the academicians in Malta University and Romania IASI University. The congress held for three years has become a congress with the participation of more international scientists every passing year. There are about 70 scientists from 20 different countries on the science boards of the Congress.

25 papers from 13 countries such as Ireland, Kazakhstan, Greece, Azerbaijan, Georgia, Poland, Romania, Malta, Albania, Turkish Republic of Northern Cyprus, Macedonia, Canada and Slovakia were presented in the congress. Along with papers of the scientists from Turkey more than 200 reports from 14 countries were brought to the world of science. More than 300 scientists joined the congress in which more than 200 reports were presented throughout the congress. In the congress, almost all subjects in the field of social sciences were discussed within the framework of high scientific standards. The congress starting with the opening speech of Prof. Dr. Thalassinos Eleftherios from the University of Piraeus in Greece continued with the sessions in which the papers were presented for two days. Art exhibitions, applied marbling workshops, philosophy and literature colloquiums were also held during the congress.

In this context, we present our respect, love and greetings to the representatives of science, art and business world who contributed to our efforts in the congress.

Chairs of Congress

Dr. Hakan BOZ

Doç. Dr. Ercan ÖZEN

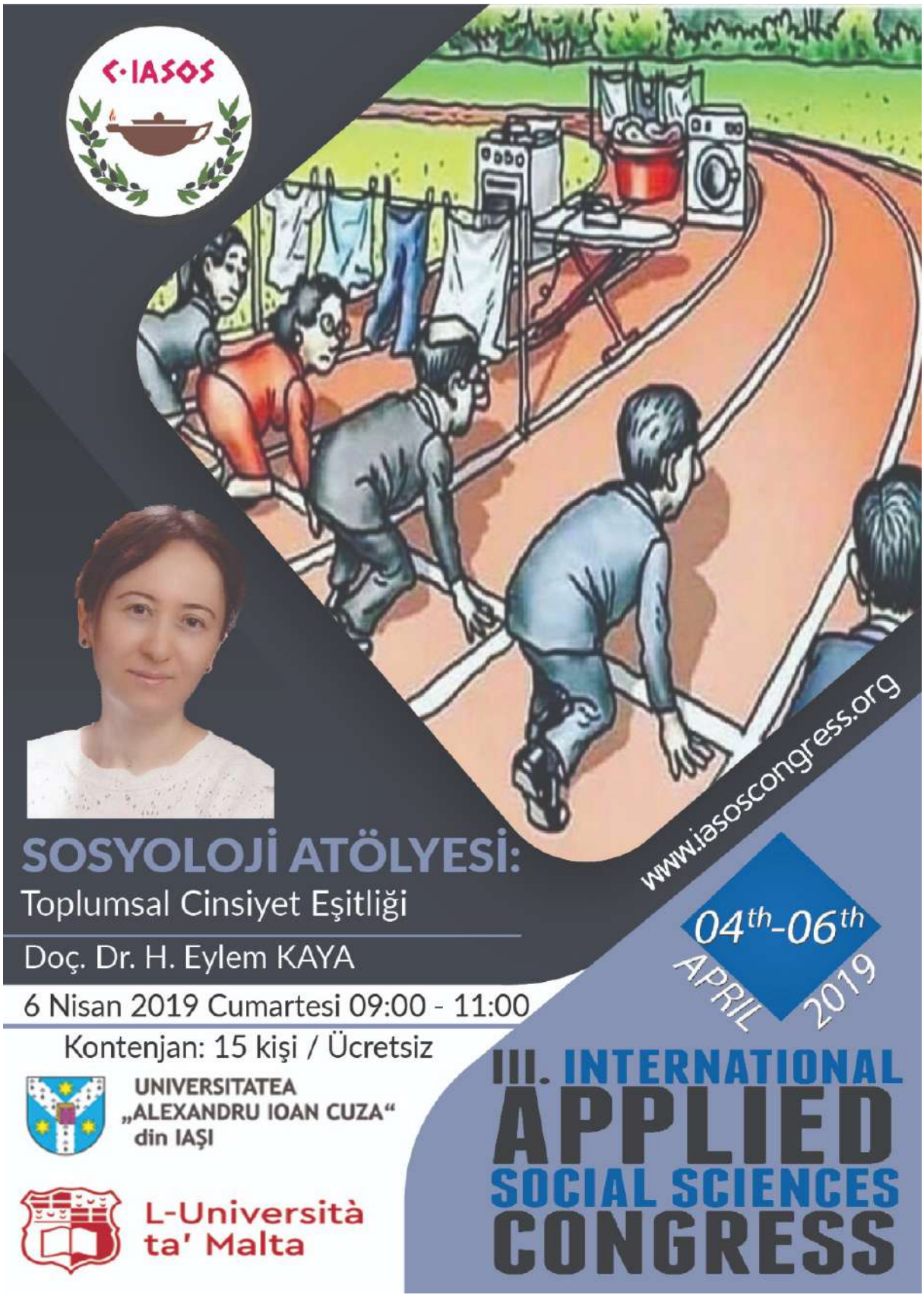

C·IASOS
İŞ HAYATI:
3 PROBLEM 4 ÖNERİ
Prof Dr. Atilla YÜKSEL - Sanda ŞARHON
5 Nisan / Kontenjan: 30 kişi / Ücretsiz
www.iasoscongress.org
04th-06th
APRIL 2019
UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAŞI
L-Università
ta' Malta
III. INTERNATIONAL
APPLIED
SOCIAL SCIENCES
CONGRESS


C-IASOS
EBRU SANATI
WORKSHOP
Nuri PINAR
5 Nisan 2019 12:00-17:00
www.iasoscongress.org
04th-06th
APRIL 2019
UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAŞI
L-Università
ta' Malta
III. INTERNATIONAL
APPLIED
SOCIAL SCIENCES
CONGRESS


C-IASOS
Eleftherios Thalassinos PhD
University of Piraeus - GREECE
Beata Świecka PhD
University of Szczecin - POLAND
Maia Diakonidze PhD
Akaki Tsereteli State Uni. -GEORGIA
Simon Grima PhD
University of Malta - MALTA
Marica Mazurek PhD
University of Žilina - SLOVAKIA
Tomoko Oikawa PhD
University of Limerick - IRELAND
Invited Speakers
04th-06th
APRIL
2019
III. INTERNATIONAL
APPLIED
SOCIAL SCIENCES
CONGRESS
UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA“
din IAŞI
L-Università
ta' Malta
www.iasoscongress.org


C·IASOS
KOLOKYUM
Bilim İnsanının "Arkeolojisi"
Prof. Dr. İsmail GEZGİN
4 Nisan 2019 Perşembe
www.iasoscongress.org
04th-06th
APRIL 2019
UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA"
din IAŞI
L-Università
ta' Malta
III. INTERNATIONAL
APPLIED
SOCIAL SCIENCES
CONGRESS


C·IASOS
MANİSA
CELAL BAYAR
ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR TASARIM VE MİMARLIK FAKÜLTESİ
"Rûh-Efzâ"
Konseri
Dr. Öğr. Üyesi
Nihat Ozan KÖROĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Sibel KARAMAN
Dr. Öğr. Üyesi Gamze Nevra KÖROĞLU
Öğr. Gör. Harun BAKİ
Öğr. Gör. Özkan ÖZKOÇ
5 Nisan 2019 Cuma 20:00
www.iasoscongress.org
04th-06th
APRIL 2019
UNIVERSITATEA
„ALEXANDRU IOAN CUZA"
din IAŞI
L-Università
ta' Malta
III. INTERNATIONAL
APPLIED
SOCIAL SCIENCES
CONGRESS


C·IASOS
SOSYOLOJİ ATÖLYESİ:
Toplumsal Cinsiyet Eşitliği
Doç. Dr. H. Eylem KAYA
6 Nisan 2019 Cumartesi 09:00 - 11:00
Kontenjan: 15 kişi / Ücretsiz
UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA“ din IAŞI
L-Università ta' Malta
www.iasoscongress.org
04th-06th APRIL 2019
III. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS



DOC. DR. ALPER KARAKAŞ ÖDÜL TÖRENİ

Doc. Dr. Alper KARAKAŞ 1976 yılında Çanakkale'de doğdu. Lisans eğitimini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biyoloji Bölümünde tamamladı. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Biyoloji Ana Bilim Dalında 2001 yılında yüksek lisans, 2005 yılında doktora derecesi aldı. 2007 yılında Yardımcı Doçent, 2011 yılında ise Doçent oldu. SCI kapsamında 25 makalesi, 5 ulusal makalesi, 20 uluslararası bildirisi, 42 ulusal bildirisi, 2 kitapta kitap bölümü yazarlığı bulunmaktadır. Ayrıca 6 tane yüksek lisans öğrencisi yetiştirmiş ve 5 ulusal destekli proje yürütmüştür. Aramızdan 03 Haziran 2014 tarihinde ayrılmıştır.

III. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS
(C-IASOS)
4th- 6th April, 2019. Çeşme, İzmir, Turkey
http://iasoscongress.org

DR. ALPER KARAKAŞ AWARD

Serhat Adem SOP

On behalf of the

III. International Applied Social Sciences Congress

Organising Committee
we are pleased to announce that your paper titled

"Self-Congruity Theory in Tourism Research"

presented in the III. International Applied Social Sciences Congress held in Çeşme, İzmir, between 4th - 6th April, 2019,

has been selected for the
Dr. Alper KARAKAŞ Award (1st Paper)

We to would like congratulate you for your achievement and wish you all the very best in your future academic studies.

Dr. Ercan Ozen
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

Dr. Hakan Boz
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

III. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS
(C-IASOS)
4th- 6th April, 2019. Çeşme, İzmir, Turkey
http://iasoscongress.org

DR. ALPER KARAKAŞ AWARD

Ruziye COP

On behalf of the

III. International Applied Social Sciences Congress

Organising Committee
we are pleased to announce that your paper titled

"Tüketicilerin FoMO Eğilimlerin Anlık Satın Alma ve Alışveriş Sonrası Pişmanlık Üzerine Etkisi"

presented in the III. International Applied Social Sciences Congress held in Çeşme, İzmir, between 4th - 6th April, 2019,

has been selected for the
Dr. Alper KARAKAŞ Award (2nd Paper)

We to would like congratulate you for your achievement and wish you all the very best in your future academic studies.

Dr. Ercan Ozen
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

Dr. Hakan Boz
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

III. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS
(C-IASOS)
4th- 6th April, 2019. Çeşme, İzmir, Turkey
http://iasoscongress.org

DR. ALPER KARAKAŞ AWARD

Oya ERU

On behalf of the

III. International Applied Social Sciences Congress

Organising Committee
we are pleased to announce that your paper titled

"Tüketicilerin FoMO Eğilimlerin Anlık Satın Alma ve Alışveriş Sonrası Pişmanlık Üzerine Etkisi"

presented in the III. International Applied Social Sciences Congress held in Çeşme, İzmir, between 4th - 6th April, 2019,

has been selected for the
Dr. Alper KARAKAŞ Award (2nd Paper)

We to would like congratulate you for your achievement and wish you all the very best in your future academic studies.

Dr. Ercan Ozen
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

Dr. Hakan Boz
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

III. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS
(C-IASOS)
4th- 6th April, 2019. Çeşme, İzmir, Turkey
http://iasoscongress.org

DR. ALPER KARAKAŞ AWARD

Işıl KARAPINAR ÇELİK

On behalf of the

III. International Applied Social Sciences Congress

Organising Committee
we are pleased to announce that your paper titled

"Tüketicilerin FoMO Eğilimlerin Anlık Satın Alma ve Alışveriş Sonrası Pişmanlık Üzerine Etkisi"

presented in the III. International Applied Social Sciences Congress held in Çeşme, İzmir, between 4th - 6th April, 2019,

has been selected for the
Dr. Alper KARAKAŞ Award (2nd Paper)

We to would like congratulate you for your achievement and wish you all the very best in your future academic studies.

Dr. Ercan Ozen
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

Dr. Hakan Boz
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

III. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS
(C-IASOS)
4th- 6th April, 2019. Çeşme, İzmir, Turkey
http://iasoscongress.org

DR. ALPER KARAKAŞ AWARD

Umut HALAC

On behalf of the

III. International Applied Social Sciences Congress

Organising Committee
we are pleased to announce that your paper titled

"Assessment of Innovation Efficiency In the EECA Countries Via DEA"

presented in the III. International Applied Social Sciences Congress held in Çeşme, İzmir, between 4th - 6th April, 2019,

has been selected for the
Dr. Alper KARAKAŞ Award (3rd Paper)

We to would like congratulate you for your achievement and wish you all the very best in your future academic studies.

Dr. Ercan Ozen
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

Dr. Hakan Boz
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

III. INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS
(C-IASOS)
4th- 6th April, 2019. Çeşme, İzmir, Turkey
http://iasoscongress.org

DR. ALPER KARAKAŞ AWARD

Rüstem Barış YEŞİLAY

On behalf of the

III. International Applied Social Sciences Congress

Organising Committee
we are pleased to announce that your paper titled

"Assessment of Innovation Efficiency In the EECA Countries Via DEA"

presented in the III. International Applied Social Sciences Congress held in Çeşme, İzmir, between 4th - 6th April, 2019,

has been selected for the
Dr. Alper KARAKAŞ Award (3rd Paper)

We to would like congratulate you for your achievement and wish you all the very best in your future academic studies.

Dr. Ercan Ozen
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

Dr. Hakan Boz
Co-Chair
C-IASOS International Applied Social Sciences Congress

İçindekiler

Understanding Risk Appetite and Tolerance: The Turkish Case **Joseph John Woods , Sharon Seychell, Ercan Ozen, Jonathan Spiteri, Robert Suban, Simon Grima**..... 28

Cognitive Behavioural Therapy for Chronic Pain **Kamala M. Shiriyeva**..... 33

Importance of the State Policy for the Development of the Tourism Industry **Maia Diakonidze**..... 39

Pişmiş Toprak Kültürünün Işığında Nahçıvan Bölgesi (M.Ö.IV-I binyıllar) **Toğrul HALİLOV** 46

A Preliminary to research path to local and regional development: Community DLR theory for the case of Demre in Turkey and in Japan **Tomoko Oikawa** 63

Oto Sanayi Işçilerinde Algilanan Iş Güvencesinin Demografik Farkliliklar Çerçevesinde Incelenmesi **Banu ÖZBUCAK ALBAR** 74

Küresel Havayolu Ittifaklarina Bağli Olarak Faaliyet Gösteren Havayolu Firmalarinin Müşteri Sadakat Programlarina Yönelik İçerik Analizi **Selda Uca, Volkan Altıntaş, Demet Tüzünkan** 87

Yirmi Birinci Yüzyıldan Kemalist Devrime: Belleten Dergisi'nde 1937-1938 Yıllarında Yer Alan Türk Tarih Tezi Konulu Çalışmalara Bakış **Samed Kurban**..... 111

Performans Yönetim Sistemi Açısından Türkiye'de Yerel Yönetim Mevzuatı **Ahmet Gündüz, Hatice Akman, Samed Kurban**..... 113

A literature review about the Origin and Debate on the Fair Value Method in Accounting **Klaus Sulaj, Agim Mamuti** 126

TFRS 16 Kiralamalar Standardı ve Finansal Tablolara Etkisi **Emin YÜREKLİ** 133

BDS 701 Kilit Denetim Konuları: BİST İçerisinde Yer Alan Bankalar Ve Sigorta Şirketlerine Yönelik İnceleme **Seçkin GÖNEN, Fatih YILDIRIM** 143

2000-2017 Yılları Arasında Muhasebe ve Denetçilere Yönelik Yaptırımların İçerik Analizi **Seçkin GÖNEN, Bilge ARSLAN**..... 156

Ülkelerin Geçici Ticaret Engellerini Kullanma Nedenlerinin Belirlenmesi **Ufuk SELEN, Göksel KARAŞ** 175

Süsleme Tasarımında Rhinoceros Programı Kullanılarak Geleneksel Desenlerin Yeniden Düzenlenmesi **Mine Can**..... 183

Şiirde Metafor Kullanımı: Şermin ve Metafor **Çiğdem Çam Türkan** 190

Pazarlama Karması Stratejileri Geliştirmede Faydalanılan Güncel Bir Teknik: Nöropazarlama **Reza SADIGHZADEH, Elif DENİZ**..... 197

Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algılarının aşırı turizm (overtourism) kapsamında değerlendirilmesi **Yurdanur Yumuk, Volkan Altıntaş** 207

Individual Pensions in Turkey: Expectations vs Realisations **Çağaçan Değer** 223

Marka şehirlerin mobil uygulamalarının kullanıcı perspektifi ile karşılaştırılması **Melike Pınar, M. Talha Akpınar, K. Gökhan Yılmaz**..... 231

Dijital Çağda Gazetecilerin Büyük Veri Kullanımı **Tolga ÇELİK**..... 247

Aşık Tarzı Edebiyatta Tekke Edebiyatı İzleri Üzerine Bir Çalışma **Zekiye Çağımlar**..... 257

Türkiye'nin Ab Üyeliği Sonrası Avrupaya Yönelik Potansiyel Göç İhtimalini Ortaya Koyması Açısından Türkiye'deki Bulgaristan Göçmenlerinin Göç Eğilimleri **Beycan Hocaoğlu, Çiğdem Ünal, Serdar Vardar** 273

E-Ticaret ve E-Girişimci İlişkisi ile E-Muhasebe Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Uygulaması Örneği **Fatma TEKTÜFEKÇİ** 284

Tanbûrî Cemîl Bey'in Sözlü Eserlerinin Makamsal Analizi'nin Arel Nazariyatı ile Karşılaştırılması ve Usûl-Arûz Vezni İlişkisi Yönünden İncelenmesi **Gamze Nevra Köroğlu , Sibel Karaman** 294

Niyazi Sayın'ın Eser İcrasındaki Farklılıklarına İlişkin Bir Analiz: Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh Saz Semâisi Örneği **Nihat Ozan Köroğlu** 313

Tüketicilerin Şikâyet Etme Niyetinin Öncülleri: Cinsiyet Farklılıkları Üzerine Kargo Sektöründe Bir Araştırma **Ahmet Akif Karadamar, Çağatan Taşkın, Selin Raçlı**..... 325

Yerel Ürün Satın Alma Niyetinin Öncülleri Arasındaki İlişkilerin Araştırılması **Onur ÖZTÜRK , Çağatan TAŞKIN, Aybüke EROL** 334

Yeni İş Bulmak Zor Diye Adaletsizliğe Katlanmak mı? Yoksa Gemileri Yakıp Ayrılmak mı? **Simge TİNGÜL, Senay YÜRÜR** 341

Markanın Özüne Uygunluğu İle Marka Güveni Arasındaki İlişkinin Pls-Sem İle Araştırılması **Nagihan Memiş , Gül Emel, Çağatan Taşkın** 349

Bağlanma Stilleri ve Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama (e-WOM):Tüketicilerin Instagram'da Marka İletişimine Katılımı **Sima NART, Eda KUTLU, İbrahim TOPAL**..... 358

Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllü Katılımı ve Örgütsel Bağlılık: Gönüllü Tutumlarının İncelenmesi **Sima NART , Özden GÜNEŞ , Senem NART**..... 367

Kırsal Yerleşimlerde Yerel Kimlik Ve Mekânsal Tasarımın Önemi **Atila Gül, Çağla Bostan, Tuğba Akın** 377

Yükseköğretim Kalite Güvencesi Sürecinin Önemi Ve Peyzaj Mimarlığı Programı Örneğinde Ölçütlerin İrdelenmesi **Çağla BOSTAN, Atila GÜL**..... 389

İhracat Finansmanında En çok Kullanılan Yöntemlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma **İsmail Metin, Füsun Küçükbay**..... 409

Yiyecek ve İçecek Endüstrisinde Yapay Sinir Ağlarının Tedarikçi Seçiminde Kullanılabilirliği **Murat Doğdubay, Fatma Karakuş**..... 418

Bankacılık Sektörü İçin Sera Gazı Emisyonlarının Değerlendirilmesi **Özlem Yurtsever, Seniye Ümit Fırat**..... 426

Kamu-Özel İş Birliği (KÖİ) Modeli Kapsamında Şehir Hastanelerinde Risk Odaklı Denetim **Vedat Acar, İncilay Erduru** 436

Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesi Kaynaklarının Petrografik Yapısının Rekreasyonel Potansiyellerinin Farklı Tasarım Yaklaşımları İle İrdelenmesi **Banu BEKCİ, Çiğdem BOGENÇ, Merve ÜÇOK, Raif KANDEMİR**..... 464

A Comparison Between High-Technology Exports Of Turkey And Developed Countries **Hatice ÖZKURT ÇOKGÜNGÖR**..... 470

Çalışanların Sağlık Algısının Değerlendirilmesi **Safiye Özvurmaz , Aliye Mandıracıoğlu**..... 488

Borsa İstanbul'da İşlem Gören Konaklama İşletmelerinin İnternet Siteleri ile Finansal Performansları Arasındaki İlişkinin Dönemsel Tespiti; 2016 Yılı Analizi **Ümmühan AKMAN SAÇKES , Yusuf AYMANKUY** 494

Daha Az Atık Prensibi ile Giysi Üretiminin Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Önemi **Elif Kurtuldu** . 509

Bibliometric Analysis of Academic Publications on Technoparks **Handan Deniz Böyükaslan , Belkıs ÖZKARA** 519

Tiyatro'da Yenilikçi Bir Teknik Kullanımı: Video Pratiği **Memet Ali ZEREN** 530

Google'ın Kendi Anlatımından Çağdaş Yönetim Yaklaşımındaki Yeri **Murat Koç, Deniz Yalçıntaş, Ayşegül Kurtulgan, Meltem Özbay** 534

Bist Yıldız Pazardaki İmalat Şirketlerinin Finansal Performanslarının Topsis İle Analizi **Eser YEŞİLDAĞ, Halil AKGÜL** 542

Sürdürülebilir Kentsel Yeşil Yollar; Eğirdir (Isparta) Örneğinde Bir İrdeleme **Seriyye REHİMBEYLİ , Erkan POLAT** 547

Bir Üretim İşletmesinde AHP ve TOPSIS Yöntemlerinin Tedarikçi Seçimine Uygulanması **Z. Figen Antmen , Duran Ali Apraş** 552

Trust and Individual Stock Investors in Borsa Istanbul **Ercan Ozen** 559

Döviz Kurunun BİST 100 Endeksine Etkisi: Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testi ve Asimetrik Nedensellik Analizi **Tuğrul Kandemir , Halilibrahim Gökgöz** 567

Balıkesir İlinde Konut Fiyatlarındaki Farklılıkları Oluşturan Unsurların Tespiti **Mehmet Emin AKKILIÇ, Hasan Hüseyin YILDIRIM, Mehmet Selim DİKİCİ** 581

Hastane Bilgi Yönetim Sisteminin Kullanıcı Memnuniyeti ile Net Fayda Arasındaki İlişki **İbrahim TÜRKMEN, Belkıs ÖZKARA** 597

Bankaların Sigortacılık Sektöründeki Faaliyetleri **Pınar PEHLİVAN** 607

Yavaş Moda Hareketinin Bir Yansıması Olarak Kapsül Gardırop Örneği **Derya Meriç** 616

Ortaokullarda Okuyan Mülteci Öğrencilerin Mevcut Sorunları Ve Çözüm Önerileri **Aytekin TOKGÖZ, Nurullah YILMAZ, Elif GÜL** 626

Seçme Sürecinde Kullanılan Yeni Tekniklere İlişkin Bir Araştırma **Duygu Kızıldağ** 638

Z Kuşağının Etkileri: Seçme ve Yerleştirme Sürecine İlişkin Bir Değerlendirme **Duygu Kızıldağ** .. 645

Bist100 Endeksinde İşlem Gören Şirketlerin Finansal Riskleri Ve Türev Ürün Kullanımı **Eser YEŞİLDAĞ, Merve GÜNDÜZ** 646

Türkiye'de Hanehalkı Tüketim Profilinin Değişimi: 2002-2017 **Şadan Çalışkan, Mustafa Karabacak, Oytun Meçik** 650

Türkiye'de Genç İşsizliği – Eğitim İlişkisi **Şadan Çalışkan , Nezahat Dönüm** 660

Türkiye'de Yoksulluk Sorunu ve Çözüm Önerileri **Mustafa KARABACAK, Özlem POLAT** 670

Çevre kirliliği ile mücadelede plastik poşet vergisi: Türkiye'de ücretli poşet uygulaması **Ufuk Selen , Çağlayan Tabar** 682

The Volatility and Shock Transmission Patterns between the BIST Sustainability and BIST 100 Indices **Ender BAYKUT, Veysel KULA** 687

Enflasyon Hedeflemesinin Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Ekonomik Perfomansa Etkisi Ve Türkiye Örneği **Filiz YAĞCI , Cem Sabutay TÜRKDÖNMEZ , Oğulcan ARASAN** 701

Varyans Kovaryans Matrisinin Hatalı Tahmininin Optimal Portföye Etkilerinin Bist-30 İle Test Edilmesi **Kartal SOMUNCU** 727

Varyans Kovaryans Matrisinin Yari Varyansa Göre Düzenlenmesi Durumunda Optimal Portföye Etki Eden Parametrelerin Hatalı Tahmin Edilmesinin Sonuçlari **Serdar Ramazan KAHRAMAN, Kartal SOMUNCU** 733

Küresel Portföy Yatırımlarının Ticaret Yoğunluğu, Olumlu Geri Bildirim İşlemi Ve Sürü Etkisi Yolu İle Bist-100 Üzerine Etkileri **Kartal SOMUNCU** 740

Hizmet Hatasında Deneyimin Etkisi **Erdoğan Koç , Hakan Boz, Erkan Eynihan**..... 746

Kamusal Açık Alanların Özelleştirilmesinin Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi **Murat AKTEN , Sibel Akten** 747

Sosyal Hizmet Uzmanlarının İş Ve Yaşam Tatmini Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Sakarya İli Örneği **Özden GÜNEŞ, Özlem BALABAN**..... 761

Determination of Social Networks in the context of Social Change, Technology and Education According to the Opinions of School Administrators **Behcet ÖZNACAR, Nevriye YILMAZ** 771

Association between Unemployment, Public Spending and Internal Migration: Evidence from Turkey **Özge Korkmaz**..... 786

Ethical Control In Sports **Canan YÜKÇÜ, Batuhan Seyfullah ATEŞ** 802

Cost-Benefit Analysis Of Wrong Tranfers: A Case Study **Canan YÜKÇÜ, Yusuf BAŞAR** 813

The Accounting Dimension Of Footballer Emiliano Sala's Death **Süleyman YÜKÇÜ , Esmahan KARGIN** 822

Poşet Uygulamasının Yarattığı Kirlilik **SÜLEYMAN YÜKÇÜ , SELİN ERKAP** 832

Social Media Economics **Süleyman Yükçü , Esma Gülşah Taner** 839

Bitcoin'de Hafta Sonu Etkisinin Araştırılması **Emre KAPLANOĞLU, M. Yılmaz İÇERLİ**..... 851

Yeni Medya Uygulaması Olarak Crowdsourcing Kavramı **Sevil Bektaş Durmuş** 858

2001'den Günümüze Türkiye Ekonomisinin Dış Borç Görünümü **Gökhan ÖVENÇ** 859

Selçuk Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü 4. Sınıf Öğrencilerinin Çevresel Duyarlılıklarının İncelenmesi **Sertaç GÜNGÖR, R. Özge GEMİCİ** 860

Selçuk Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü 4. Sınıf Öğrencilerinin Konya'daki Çevre Sorunları Hakkında Görüşlerinin İncelenmesi **Sertaç GÜNGÖR, R. Özge GEMİCİ**..... 870

Modernleşme Sonrasında Değişim: Türkiye'de Kentlerde Farklılık Vurgusu **Cansu Işık** 877

Yerel Kalkınma ve Mesleki Kuruluşlar: Çanakkale İline Yönelik Ampirik Bir Çalışma **Selçuk İpek , Mehmet Öksüz** 879

Deneyim, Memnuniyet, ve Olumlu Ağızdan Ağıza İletişim Arasındaki Etkileşim: Şehir Pazarlaması Bağlamında Afyonkarahisar'da Bir İnceleme **Alparslan Özmen , İlkin Yaran Ögel** 887

Çubuk İlçesi (Ankara) Rekreasyonel Kullanım Ve Uygunluk Değerlerinin Saptanması **Bilge YILDIRIM, Sertaç GÜNGÖR**..... 888

E-ticaret alışveriş sitelerinin kullanımında müşteri güven algısı: Y ve Z kuşağı tüketiciler üzerine bir araştırma **Gözdegül Başer , Burcu Kantarcıoğlu** 896

Çalışırken İş Arama: İş Arama Davranışının Yordayıcıları, İnsan Kaynakları Departmanı Örneği **Seda Mumlu Karanfil** 897

İşletmelerin Döviz Kuru Riski Algısı ve Kur Riski Yönetim Tekniklerine İlişkin Bir Uygulama: Afyonkarahisar İmalat İşletmeleri Örneği **Serdar ÖGEL, Adem BÖYÜKASLAN, Semih AÇIKGÖZOĞLU, Gizem VERGİLİ** 899

Öğretmen Gelişiminde Görsel Sanatların Rolü **Medine İrak** 902

Lise Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi **Nazan Kaytez , Safiyye Mutlu** 903

Türkiye'de Belediyelerde Ölçek Ekonomileri ve Verimlilik Arayışı **R. Kutlu KORLU** 916

Kişiliğin, Kariyer Kararlılığı ve Yaşam Tatmini Üzerine Etkisi: Kariyer Kararı Öz-Yeterliliğinin Aracı Rolü **Hasan Hüseyin Uzunbacak , Tahsin Akçakanat** 918

Banka Kredilerinin Değerlendirilmesinde Analitik Bir Kategori Olarak Enformasyon **Sedat Aybar** 919

Kongre katılımcılarının turizm hizmetlerine ilişkin şikâyetlerinin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi **Melike GÜL , Kudret GÜL** 921

Duygusal Emeğin Muhasebe Meslek Mensupları Açısından Değerlendirilmesi: Erzurum İli Örneği **Büşra TOSUNOĞLU , Nurbanu ÖZTÜRKCİ** 922

Topluluk İletişiminin Bir Aracı olarak Topluluk Medyası ve Sürdürülebilirlik: İzmir'deki Kadın Odaklı Sivil Toplum Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme **Aslı Elgün** 923

Arama Motoru Odaklı Gazeteciliğin Haber Üretim Süreci Üzerindeki Olumsuz Etkileri **Tolga ÇELİK** 925

Yerel Yönetimlerin Öz Gelir Yaratma Kapasitesi, Yapısal Sorunlar ve Finans Krizinin Düşündürdükleri **Erdal Eroğlu , Özhan Çetinkaya** 927

Türkiye'de Küresel Finansal Döngüye Yönelik Politika Tepkileri ve Finansal İstikrar(sızlık) **Metin ÖZDEMİR , Ali İLHAN** 929

Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneğinde Üniversite Öğrencilerinin Yoksulluk Algısı Üzerine Bir Araştırma **Nazmiye KETE TEPE , Yavuz ÖZER** 930

Farklı Ekonomik Konjonktürler Altında ABD Ekonomik Politika Belirsizliğinin Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Etkisi: Doğrusal Olmayan Bir Yaklaşım **Deniz ERER , Elif ERER** 931

Ricardocu Olmayan Mali Politikalar Açısından Enflasyon Artışında Bütçe Açıklarının Rolü: Zamana Göre Değişen Parametreli Model Yaklaşımı **Elif ERER , Deniz ERER** 933

Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Arguvan Türkülerinin İçerik Analizi **Ülkü Akkuş , Gülşah Akkuş** 934

Değerler Eğitimi Aracılığıyla Sosyal Uyum: Suriyeli Ve Türkiyeli Lise Öğrencileri Özelinde Bir Uygulama **Elif NEGİZ, Elif Ezgi DEMİRCİOĞLU, Melike TEKİNDAL** 935

Otomobil Tercihinde Tüketim Kültürü Ve Lüks Tüketim İlişkisine Yönelik Y Kuşağı Üzerinde Nicel Bir Araştırma: Karabük Örneği **Ahmet Gürbüz, Dilek Aydoğdu** 936

Geç Endüstrileşme Sürecinde Organize Sanayi Bölgelerinin Rolü: Bursa İmalat Sanayi Örneği **Cem Okan TUNCEL** 938

Konaklama Sektöründe Dizginleyici Kültürün Duygusal Emek ve Kültürel Duyarlılık İlişkisi Üzerindeki Etkisi **Müjde Aksoy, Nilüfer Altundal Biyan, Elif Koç, Erdoğan Koç** 940

Güç Mesafesi Kaynaklı Yersiz Nezaket Örgütsel Sessizliğe mi Yol Açıyor? **Senem NART , Sima NART** 941

AB Hukukunda Sporda Ayrımcılıkla Mücadele ve Türkiye'deki Uygulamalar **Nihan Akıncılar Köseoğlu** 948

Makroekonomik Faktörlerin BIST Banka Endeksi Üzerine Etkisi **Münevvere Yıldız, Letife Özdemir** 950

Assessment of innovation efficiency in the EECA countries via DEA **Rustem Baris YESILAY, Umut Halac** 959

İnfaz ve Koruma Memurlarının İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi **Özden GÜNEŞ , Ayşe ASLAN** 960

Türk Eximbank Kredi Taleplerinin Promethee Yöntemi İle Belirlenmesi **Füsun Küçükbay , İsmail Metin** 962

Bakım Kartlarından Üreyen Rutin Olmayan İşlerin Adam Saat Tahmini: Türk Hava Yolları Teknik Üzerinde Bir Uygulama **Halim KAZAN, Hatice Anıl DEĞERMEN ERENKOL, Zehra Binnur AVUNDUK** 968

Bağımsız Denetimde Denetçi Bağımsızlığı İle ilgili Yapılmış Makaleler Üzerine Bir İnceleme **Hakan Şahin** 970

Kadın İstihdamının Ekonomik Büyümeye Etkisi: İslam İşbirliği Teşkilatı Üyesi Ülkeler Üzerine Bir Panel Veri Uygulaması **Emine Nurgül Barın, Vildan Saba Cenikli** 971

Theories of Economic Growth Models **DOINA DRĂGOI** 973

Temel Tasar Elemanlarini Mekân Tasarimina Yansıtma Deneyimleri **Çiğdem BOGENÇ, Banu BEKCİ, Merve ÜÇOK** 974

Kurumsal Pazarlama Perspektifinden Sponsorluk Reklamlarıyla Sürdürülebilirlik Farkındalığının Oluşturulmasına Yönelik Bir Değerlendirme **Tülin Çakır** 975

Pablo Picasso'nun Ballet Russes Kostüm Tasarımına Modernist Yaklaşımı **Memet Ali ZEREN, Selda KOZBEKÇİ AYRANPINAR** 976

Sürdürülebilir Tekstil Tasarımında Atık Yönetimi ve 6R Prensibinin Uygulanması **Elif Kurtuldu** . 978

Informative Earnings Management: Evidence from Turkey **Hakan Özkaya** 989

Self-Congruity Theory in Tourism Research **Serhat Adem Sop** 991

Karl Popper'in Platon Eleştirisinin Epistemolojik ve Politik Kökenleri **Ekin Erdem** 992

Türkiye'de Parasal Aktarım Mekanizmasının Faiz Kanalı İşleyişinin 2003-2018 Dönemi Ekonometrik Analizi **Berna KAÇAR , H. Gonca DİLER** 993

Konaklama İşletmelerinin İşitme Engelli Tüketiciler İçin Sunduğu İmkanların Tespiti: Belek Bölgesi Sessiz Turizm İmkanları **Esat SAÇKES , Hilal BAŞTÜRK** 995

Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye İçin Çıkış Yolları **Erhan UĞURLUKOL, N.Mine TÜKENMEZ** 996

Türkiye'de Pazarlama Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Analitik İncelemesi (2013-2018) **Elif Tuğba Şahin , Funda Karaaslanoğlu , Mert Akınet** 997

Kaz Eti Tüketim Tercihleri ve İkame Ürünlerle Duyusal Analiz **Selim GÜNDÜZ , Celile DÖLEKOĞLU, Dilek SAY** 998

The Impact of Brand and Price on Consumer Behaviour During the Economic Recession by Using Panel Data Analysis: A Case of Clothing Market in Turkey **Gizem Hepkavalalı** 999

Banka Müşterilerinin Dijital Okuryazarlik Düzeylerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştirma **Onur TERZİ , Ayşe Gülgün İŞLİ** 1000

The Contagion of European Debt Crisis to the Western Balkans in the Process Accession in line with Europeanization, Neoliberalism, and Financialization **Halil SERBES** 1002

Neo-Gramşiyan Yaklaşım Çerçevesinde Türkiye'de Çevreci Hareketler: Akkuyu Ve Fındıklı Örnekleri **İlke TAŞDEMİR , Marella BODUR ÜN, Sevgi BALKAN ŞAHİN** 1003

Guinness Rekorlar Kitabı'nda Bir Festival: Selçuk-Efes Deve Güreşleri **Gamze ÖZOĞUL , Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN** 1004

Çalışan ve Emekli Banka Müşterilerinin Bekleme Zamanlarının Karşılaştırılması **Binnaz ÇİNAR , Görkem AKGÜL, Erdoğan KORKMAZ, Erdoğan KOÇ** 1006

Bankacılıkta Müşteri Bekleme Zamanının Güvenilirlik Üzerine Etkisi **Erdoğan KORKMAZ , Binnaz ÇİNAR, Görkem AKGÜL, Erdoğan KOÇ** 1008

Gamification in a marketing context: implications **Burcu Kantarcıoğlu** 1010

Mimari Proje Sunumlarının Render Ve Post Production Uygulamaları Bağlamında İrdelenmesi **ERCAN GÜLER** 1011

The Importance of Cooperatives in Agricultural Development in Turkey and in the World **Bekir Pakdemirli** 1013

Stratejik Bilgi Yönetiminin İşletme Başarısındaki Önemi ve Google Örneği **Mesut ATASEVER** 1014

Halk Tarafından Seçilen Devlet Başkanlarının Yürütme Yetkileri (Karşılaştırmalı Anayasa İncelemesi) **M.Fatih Çınar** 1017

Öğrenenler sürdürebilir ve yapılabilir bilgiyle nasıl donatılır? Kendini tersine çevir yeter **Atila Yüksel** 1019

Bireysel Yenilikçiliğin Gelişmesinde Örgüt Kültürünün Önemi **Özlem Tuna** 1022

Stratejik Bilgi Yönetimi Bağlamında Sanal Ortamlarda Bilgi Güvenliği **Mesut ATASEVER** 1023

Sanal Para Birimlerinde Oynaklik Modellemesi: Bitcoin Örneği **N.SerapVURUR** 1024

Impact of financial knowledge on consumers payments in Poland **Beata Świecka** 1025

Assessing the Implications of Bioeconomy-Intellectual Capital Determinants upon Economic Development: Evidence from Selected CEE Countries **Mirela Cristea, Graţiela Georgiana Noja, Nicu Marcu, Marian Siminică, Diana Mihaela Ţîrcă** 1026

İstihdam Edilebilirlik Becerilerinden İletişim ve Duygusal Empatinin Müfredat Dışı Eğitim Faaliyeti ile Kazandırılması Denemesi -Bir Meslek Lisesi Örneklemi- **Pelin Çalışkan, Cemile Çetin** 1027

Amatör Türk Sanat Müziği Korolarında Ses Açma Egzersizleri İçin Yazılan Etütlerin Kanun Sazına Uyarlanarak Uygulanması **Harun BAKİ , Özkan ÖZKOÇ** 1029

Çalışma Hayatında Cinsiyet Eşitsizliği **Banu ÖZBUCAK ALBAR** 1031

Tourism Destination Branding: The Niagara Region, Ontario, Canada **Mazurek Marica** 1033

VZA-AHP Bütünleşik Yöntemiyle Türkiye'deki Üniversitelerin Etkinliğinin Ölçülmesi **Neylan Kaya** 1034

Emzirme Danışmanlarının Emzirme Ve Anne Sütünün Teşviki Politikasına İlişkin Görüşlerinin Nitel Bir Analizi **Zeynep TEKİN BABUÇ** 1036

Otomobil Servislerinin Çevre Dostu Faaliyetleri Ve Çevre Maliyetlerinin Bobi Frs Kapsamında Değerlendirilmesi **Tülay TELLİOĞLU, Naciye GÖKÇE** 1037

Kamusal Siber Güvenliğin Sağlanması Ve Dijital Dönüşüm Ofisinin Rolü **Kürşad Emrah YILDIRIM** 1039

21nci Yüzyılda Çok Merkezli Dünya Düzeni ve Devlet Dışı Aktörler **Saffet Akkaya** 1041

Suitability of Entertainment Tax to Financial Anesthesia: A Research on University Students **Murat AYDIN** 1043

Diğer Dinlerde Zekât Benzeri Mali Yükümlülükler **Murat AYDIN** 1044

European Labour Market Mobility: Patterns, Outcomes and Specific Policies **Graţiela Georgiana Noja, Mirela Cristea, Atila Yüksel** 1045

Üniversite öğrencilerinin İngilizce konuşma kaygısını etkileyen faktörler **Tuğba Elif Toprak Yıldız** 1046

Tutumsal Sadakat Öncülleri: Sigortacılık Sektörüne Yönelik Bir Uygulama **Fatma DEMİRAĞ** .. 1047

Turistik Tüketicilerin Kişilik Tiplerinin Yiyecek Neofobisine Etkisi Var mıdır? **Burçin Boz, Eda Fındık, Bayram Şahin** 1048

BİST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde Yer Alan Şirketlerin Sürdürülebilirlik Önceliklerinin İncelenmesi **Ayşegül Özbebek Tunç** 1049

Muhasebe Meslek Mensubu Eğitiminde Uluslararası Muhasebeci Eğitimi Standartları (UMES)'nın (International Education Standards for Professional Accountants-IESs) Önemi ve Lisans Düzeyinde Entegrasyonu **Ayşenur ALTINAY** 1051

Yapay Zeka Ve Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine Yansımaları **Ahmet COŞKUN, Dilek ÖNGÜL** 1053

Ücretli Poşet Sisteminin Uygulanması Ve Muhasebeleştirilmesi **Ahmet COŞKUN, Nazlı Hande SEZGİN** 1054

Faiz Marjlarının Bankaların Risk Üstlenmesinde Etkisi Var mı?- Türkiye Örneği **Adalet Hazar, Şenol Babuşcu, M. Oğuz Köksal, M. Agah Tekindal** 1055

Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Ders Programlarının Muhasebe Meslek Sınavlarına Katkısı: Ege Bölgesi Örneği **Mehtap Karakoç, Simge Çekmen** 1057

Ahilik değerleri başarının sırrı olabilir mi? Uşak- Ulubey İlçesi Esnaf ve sanatkârları üzerinde inceleme **Kenan Sakallı, Ozan Çatır** 1058

Finansal Fair Play ve Türk Futbolu **Adnan SEVİM** 1060

Deneyimsel Pazarlama Kapsamında Destinasyonlar İçin Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma **Ebru Avcı, Bilsen Bilgili, Emrah Özkul, Selda Uca** 1062

What hides behind unemployment spells of higher educated women in Romania? **Daniela-Emanuela Dănăcică** 1081

Analysis of the effects of birth-rate and fertility on Romania's labour market **Sala Adrian Lucian** 1082

Endüstri 4.0 Etkisiyle Muhasebede Yeni Yaklaşımlar **Mithat RASGEN, Seçkin GÖNEN** 1083

Analysis of Turkish Owned Ship Fleet **Ersin Firat AKGUL, Ismail Bilge CETIN** 1094

Türkiyede Ticari Bankacılık Sektörünün Mali Yapısının Değerlendirilmesi **Pınar PEHLİVAN** ... 1103

Halkin Edebiyatı Aşık Tarzında Yüksek Zümrenin Edebiyatı Divan Etkisi Üzerine Tespitler **Zekiye ÇAĞIMLAR** 1106

Sürdürülebilir Yaklaşımlara Bir Örnek Olarak Biyoesaslı Malzemelerin Tekstil ve Moda Tasarımı Alanlarında Kullanımı **Derya Meriç** 1107

3.Sınıf Öğrencilerinin Sorumluluk Algıları **Yasemin SAYAN** 1108

Espor Oyuncularının Oyun Oynama ve Seyretme Motivasyonları **Yiğit Yurder** 1109

Marka sadakati: En çok hangi ürün ya da hizmetlere sadığız? **Merve Samioğlu** 1110

Suriyeli Küçüklerin Türk Hukukunda Evlat Edinilmesi **Canan Havva SOLMAZ, Selen ORHAN** 1111

CAMLS Değişkenleri ile Karlılık Arasındaki İlişkinin Tespiti; BIST Banka Endeksinde Yer Alan Bankalar Üzerine Bir Uygulama **Hasan Hüseyin YILDIRIM, Bahadır İLDOKUZ** 1112

Küresel Pazarlarda Yükselen (Büyüyen) Ekonomilerin Yeni Oyuncuları Ve Pazarlama Stratejileri **Reyhan BAHAR, Bilge VİLLİ** 1113

Kullanıcıların Sosyal Medya Sistemlerine Adaptasyonu **Orkun YILDIZ** 1115

Firmaların Ar-Ge Harcamaları ile Finansal Performansı Arasındaki İlişkinin Analizi **Ömer Serkan Gülal, Duygu Altuntaş, Ersan Ersoy** 1116

Türev Ürün Kullanımının Türk Bankacılık Sisteminin İstikrarına Etkisi **F.Dilvin Taşkın, Görkem Ataman** 1117

Alışveriş Merkezi Çalışanlarının İş Stresi Ve İş Doyumu Ölçümü **Fatma Feyza Gündüz , Selim Gündüz** 1118

Yeni Bir Kamusal Alan Sosyal Medya Ve Muhasebe **Gönül Alkan İPEK** 1120

Portföy Yatırımları İle CDS Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği **Muaz SAKIZCI , Hasan Hüseyin YILDIRIM** 1121

Mucizelere Yerküreden Bakış İklim Değişikliği Karşısında Vergi Çözümü **Gamze Yıldız ŞEREN KURULAR** 1123

Consumers' Nostalgia Proneness and Their Attitude Towards Nostalgic Packaging **Süphan Nâsır, Hande Polat** 1139

Hanehalkı Tasarruflarının Demografik Belirleyicileri: Türkiye için Bir Uygulama **Ahmet Eren Yıldırım** 1160

Adremytteion antik kenti arkeojeofizik araştırmaları: Bergaz Tepe çalışma alanı **Fatih Sünbül** 1161

Türkiye'de Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, Yeni Firma Doğum Oranları ve Genç İşsizlik İlişkilerinin Analizi **Hasan Basri İPEK, Halil ibrahim GÖKGÖZ** 1162

Motivasyon Faktörlerinin Satış Personelinin Performansı Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması **Umut EROĞLU, İbrahim KIRAY** 1174

The role of bankruptcy risk prediction in assuring the financial performance of Romanian industrial companies **Olimpia Livia Preda Buzgurescu , Negru Elena** 1176

The volatility spillover from oil prices to precious metals under different regimes **Ayşegül Kırkpınar** 1187

Sürdürülebilirlik Ve Şirket Performansı: Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi'nden Ampirik Bulgular **Ayşegül ÇİMEN** 1199

Tüketicilerin FoMO Eğilimlerin Anlık Satın Alma ve Alışveriş Sonrası Pişmanlık Üzerine Etkisi **Işıl Karapınar Çelik , Oya Eru, Ruziye Cop** 1200

Sosyal Medya ve Mahremiyet Algısının Dönüşümü: Y Kuşağına Yönelik Bir Durum Çalışması **Gizem Ergülşen Başlar, E. Pelin Baytekin** 1201

Katılım Ve Konvansiyonel Hisse Senedi Endeksleri Arasındaki Oynaklık Yayılımı: Türkiye Örneği **Sezer Bozkuş Kahyaoğlu, Hilmi Akkuş** 1203

Kültür Ve Ekonomi İlişkisi Kapsamında Kültürel Mirasın Yönetimi **Murat AKTEN, Sibel AKTEN Mert AKOĞLU** 1204

Stratejik Maliyet Ve Performans Yönetim Sistemlerinin Kurumsal Karne Modeli İle Entegrasyonu: Bir İçecek İşletmesi Örneği **Hakan VARGÜN** 1205

Borsa İstanbul'da Zombi Firmaların Varlığının Araştırılması **Emre KAPLANOĞLU , Canan YÜKÇÜ** 1207

Scientific Research: Tips And Techniques **El Thalassinos** 1208

Will Fintech Will Shape Our Future? **Coşkun KÜÇÜKÖZMEN** 1211

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Understanding Risk Appetite and Tolerance: The Turkish Case

Full Text / Tam Metin

Joseph John Woods[1], Sharon Seychell[2], Ercan Ozen[3], Jonathan Spiteri[4], Robert Suban[5], Simon Grima[6]

Abstract

***Introduction**: Most of the traditional economic theories used to explain investor behaviour assume full investor rationality but, experience proves otherwise **Aim**: The aim of the study is to find out whether in Turkey investment decisions vary according to differences in gender. **Method:** The survey is administered among a random sample of 1,648 respondents from Turkey. **Findings:** It is found that on average men exhibit a higher level of risk appetite and tolerance than women, thus suggesting a clear gender divide in terms of investment behaviour.*

Key Words: *Behaviour Finance, Turkey, Gender, Risk Appetite, Risk Tolerance, Economic Theory*

INTRODUCTION

Knowing that markets will experience periods of decline for unexpected reasons and periods of sudden boom as a result of unusual activity can prepare us to ride out the uncertainty that volatility brings, without making trades that we will later regret. In order to refrain from purchasing overpriced stock and/or dumping oversold valuable stock, a deeper study into the real forces behind what drives the stock price to reach such extremes is a needed.

In most instances, unlike what traditional economic theories hold, only parts of the stock price actually represents the real company value. A substantial portion of the price is normally a product of herd trading and extreme manic behavior, which is being explained through a relatively new science called Behavioural Finance.

Such knowledge can be applied to our investment portfolio in order to help us act in a more logical manner. By attempting to understand the illogical factors that influence the market, we can fully start to reap all the benefits that both schools of thought have to offer. Learning from our mistakes and developing the ability to apply such theoretical models into everyday practice is essential to reducing the rates of error that cloud our rational judgements.

[1] Dr. University of Malta, Banking and Finance Department, Faculty of Economics, Management and Accountancy, Malta, jaywuds1984@gmail.com
[2] Dr. University of Malta, Insurance Department, Faculty of Economics, Management and Accountancy, corresponding author, Malta, sseyc01@um.edu.mt
[3] Dr. University of Uşak, School of Applied Sciences, Department of Banking and Finance, Turkey, ercan.ozen@usak.edu.tr
[4] Dr. University of Malta, Insurance Department, Faculty of Economics, Management and Accountancy, Malta, jonathan.v.spiteri@um.edu.mt
[5] Dr. University of Malta, Head, Banking and Finance Department, Faculty of Economics, Management and Accountancy, Malta, robert.suban@um.edu.mt
[6] Dr. University of Malta, Head, Department of Insurance, Faculty of Economics, Management and Accountancy, corresponding author, Malta, simon.grima@um.edu.mt

It can be held that most of the traditional theories assume that investors act rationally. Nevertheless, real world historical events such as the Wall Street Crash in 1929, the dot-com bubble in 2000 and the financial crisis in 2008 have proven that the more traditional schools of thought left certain irrationalities unexplained.

This is where the concept of Behavioural Finance gained most notoriety. Evidence provided by Tversky and Kahneman (1974), shows that repeated waves of irrationality by individuals are present throughout history. Behavioural finance attempts to do away with the assumption of full rationality in order to uncover the real forces behind financial failures. It is a behavioural science that incorporates psychological, cognitive, emotional and social concepts in order to correctly identify and explain the irrational behaviour normally portrayed by investors.

Investment decisions made by the investor will also ultimately affect the country's economy and its rate of progress. Investment irrationalities can lead to irregularities in an individual's investment portfolio; having a surplus of one investment product such as term deposit accounts held at a bank may be opted for at the detriment of investing in other financial instruments such as fixed interest securities and equity that may contribute greatly to the country's economic growth. Irrational and myopic behaviour can also prove to be particularly problematic due to the excess risk resulting from the overexposure of certain financial instruments. Thus, it is of utmost importance to consider and better understand the psychological, emotional and social factors that shape the average Turkish investor.

This study will attempt to determine whether there are any differences in investment decision-making between men and women in Turkey. The presence of such differences will be tested by measuring and comparing the degrees of risk aversion between men and women. Comparisons based on the risk score levels obtained for men and women will be carried out on both a general level and on the basis of a number of demographic categories such as education, level of experience within the financial markets, age and marital status. Further testing will also be carried out on whether men and women are equally affected by the prospect theory.

The aim of the study is to find out whether in Turkey investment decisions vary according to differences in gender. In order to carry out the research, the primary focus will be on highlighting any differences that may be present in the levels of investment risk aversion between men and women.

This since according to the traditional economic theory there should be no differences present in risk aversion between men and women since it is assumed that all investors act rationally. If, however, on the other hand differences do exist, then the traditional models of economic theory are not sufficient and one must look elsewhere for a more plausible and rational explanation as to why men and women invest differently.

In Turkey, the subject of Behavioural Finance is still relatively new. This study will attempt to help raise greater awareness on the importance of the adverse effects that psychological, emotional and socio-cultural elements may have on the investment decision-making process of individuals.

METHODOLOGY

The population considered in this article consisted of Turkish residents. We administered a survey questionnaire via email using a non-probability convenience and snowballing sampling to participants

through relationships we had with Turkish residents, who introduced/referred further participants (Freedman *et al*. 2007) and (Biernacki and Waldorf, 1981).

The structured survey questionnaire was constructed purposely for this study. It consisted in 2 sections. In the first section we asked for data relating to demographics of the participants, specifically asking their 'gender', their 'marital status', their achieve 'education level' and their 'financial knowledge', and in the other section, (2) we focused on 13 multiple choice questions, 8 of them having 4 answer options, 3 having 3 answer options and 2 having 2 answer options, to determine the participants risk appetite and tolerance. (Refer to Appendix 1 – the questionnaire).

After receiving the answers from 1,648 respondents, we used Stata statistic package version, to analyse our data. We analyse the data using the method of Ordinary Least Squares (OLS) in order to derive quantitative relationships between risk appetite and tolerance and a number of key determinants, including demographics, education/knowledge and loss aversion. To control for potential heteroscedasticity across responses we utilise robust standard errors as per Arellano (1987).

ANALYSIS

The sample consists mainly of male (70%) respondents. Also our sample is relatively young, with the largest category being the 18 to 30 cohort, followed by the 31 to 40 group. In fact, the average age of our sample is 34, and this must be kept in mind when considering the applicability of the results derived in this section.

The vast majority of respondents (62%) have either a certificate or diploma, followed by secondary school level of education (18%) and a Master's degree (12%), which suggests that our sample has a relatively low level of formal education overall. Nonetheless, it appears that our sample is well-versed when it comes to financial knowledge, with the majority of respondents (34%) stating that they had formal schooling in financial services or a related area, with another 24% having practical experience through work within the financial services industry.

i) The determinants of risk appetite and tolerance

a) Risk appetite:

The results show that men on average have a higher risk appetite than women, which is consistent with other papers within the literature (e.g. Borghans et al, 2009; Charness & Gneezy, 2012) who find significant gender differences in risk aversion and appetite across genders. In addition, older respondents have a lower level of risk appetite relative to younger people, consistent with earlier findings (e.g. Morin & Suarez, 1983), while married individuals also have a lower level of risk appetite, which may in part reflect changing priorities and personal situations (Arano et al, 2010). We also find that while respondents with a higher level of formal education have lower levels of risk appetite, people with increased levels of financial knowledge have a higher risk appetite. These findings are particularly interesting, because they suggest that while formal education tempers one's appetite for risk (in line with authors like Riley & Chow, 1992), knowledge and training in financial matters actually makes people more open to risk, which may reflect several factors including more informed investment decisions, increased confidence in one's own investment abilities, increased proclivity to undertake trades, etc.

(Van Rooij et al, 2011). Turning now to equation (2), the coefficient on loss aversion suggests that individuals who are loss averse also have a lower risk appetite on average. This result indicates that loss aversion reduces an individual's openness to risk, which may in part reflect the salience of potential losses rather than potential gains for people who are loss averse (e.g. Milkman et al, 2012).

b) Risk Tolerance:

As seen below, most of the findings obtained with regards to risk tolerance are broadly similar to those for risk appetite. More specifically, men are more tolerant of risk, as are younger respondents and those with higher levels of financial knowledge. Conversely, married respondents (in equation 3 only) and loss averse individuals (equation 4) both have lower levels of risk tolerance, which are all consistent with various other findings in the literature as cited earlier. The only key difference is when it comes to education, since in this case the results suggest that higher levels of education are associated with higher risk tolerance, contrary to what was found for risk appetite. Nonetheless, this is in line with various other papers within the literature (e.g. Sung & Hanna, 1996; Grable, 2000), who also find a positive and significant correlation between education and risk tolerance, and who suggest that this may be due to improved understanding of what risk entails as well as higher incomes and economic expectations..

CONCLUSION

The results elicited from this paper have a number of important implications. Firstly, they suggest a clear divide when it comes to risk attitudes across men and women, which may signal the need for greater gender balance within financial institutions and investment committees in order to reflect a greater diversity in risk appetite and tolerance. Secondly, our findings suggest that formal training or knowledge in financial services increase both risk appetite and tolerance. On the one hand, this may reflect greater knowledge of risk and possible mitigation strategies, but on the other hand this may be due to overconfidence and lack of downside awareness, which may have significant detrimental effects on both investment performance and returns (e.g. Barber & Odean, 2001). Thus, it is important to assess the content of formal financial services courses and training programmes to ensure that the material adequately covers potential downsides to investment and the importance of risk mitigation. Finally, our paper also highlights the importance of loss aversion as a deterrent to risk appetite and tolerance. This underscores the need to incorporate behavioural biases such as loss aversion in all aspects of policymaking and client relations, as well as the potential role of framing effects in determining investment decision-making under risk.

REFERENCES

ARANO, K., PARKER, C., & TERRY, R. (2010). Gender-based risk aversion and retirement asset allocation. Economic Inquiry, 48(1), 147-155.

ARELLANO, M. (1987). "Practitioners'Corner: Computing Robust Standard Errors for Within-groups Estimators." Oxford bulletin of Economics and Statistics 49(4), 431-434.

BARBER, B. M. and ODEAN, T. (2001). 'Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment'. The Quarterly Journal of Economics, 116(1), 261-292.

BIERNACKI, P. and WALDORF, D. (1981). Snowball Sampling. Sociological Methods and Research, Volume 10(2). Available at:<https://pdfs.semanticscholar.org/8881/d08f6f1ab5b65630f86978ec7d14a7978499.pdf >.

BORGHANS, L., HECKMAN, J. J., GOLSTEYN, B. H., & MEIJERS, H. (2009). Gender differences in risk aversion and ambiguity aversion. Journal of the European Economic Association, 7(2-3), 649-658.

CHARNESS, G., & GNEEZY, U. (2012). Strong evidence for gender differences in risk taking. Journal of Economic Behavior & Organization, 83(1), 50-58.

FREEDMAN, D. A., PISANI, R. and PURVES, R. A. (2007). Statistics. 4th ed. New York: W. W. Norton & Company.

GRABLE, J. E. (2000). Financial risk tolerance and additional factors that affect risk taking in everyday money matters. Journal of Business and Psychology, 14(4), 625-630.

MILKMAN, K. L., MAZZA, M. C., SHU, L. L., TSAY, C. J., and BAZERMAN, M. H. (2012). Policy bundling to overcome loss aversion: A method for improving legislative outcomes. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 117(1), 158-167.

MORIN, R. A., and SUAREZ, A. F. (1983). Risk aversion revisited. The Journal of Finance, 38(4), 1201-1216.

RILEY, Jr. W. B., & CHOW, K. V. (1992). Asset allocation and individual risk aversion. Financial Analysts Journal, 48(6), 32-37.

SUNG, J. and HANNA, S. (1996). 'Factors Related to Risk Tolerance'. Financial Counseling and Planning, 7, 11-20.

TVERSKY, A. and KAHNEMAN, D. (1974). 'Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases'. Science, 185(4157), 1124-1131.

Van ROOIJ, M., LUSARDI, A., & ALESSIE, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. Journal of Financial Economics, 101(2), 449-472.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Cognitive Behavioural Therapy for Chronic Pain

Full Text / Tam Metin

Kamala M. Shiriyeva[1]

Chronic pain is a prevalent worldwide problem for its sufferers and for society in general. According to the American Academy of Pain Medicine, more than 1.5 (7.2) billion people worldwide suffer from chronic pain. An estimated over 100 million U.S. adults suffer from chronic pain (Institute of Medicine, 2011), a condition influenced by biological, psychological, and social factors. Pain has been defined as "an unpleasant sensory and emotional experience associated with actual and potential tissue damage or described in terms of such damage" (Merskey & Bogduk, 1994). This definition explains that the sensory experience of pain cannot be separated from the emotional experience. Turk, Meichenbaum, and Genest (1993) described pain as subjective experience involving our senses, our emotions, our thoughts and our actions or behaviours. In this paper we will be focusing on Psychological aspects of chronic pain. Pain and suffering are not necessarily the same. People can experience pain without suffering whereas other patients do not tolerate pain well. It is estimated the incident of psychological problems in the chronic pain population ranges 30%-100% (Turk, Rudy, & Steig, 1992)

Most pain patients initially hopeful about their medical problems and maintain faith in the medical profession to resolve their pain which is often the case with acute pain. As pain continues beyond reasonable medical expectations for healing, patients may interpret their pain as uncontrollable. Research has shown that chronic pain patients experience greater psychological distress and psychosocial problems compared with people who have acute pain or no pain (Erdal & Zautra, 1995; Trief, Elliott, Stein, & Frederickson, 1987). Depression in chronic pain patients tends to be higher than that for the general population (Magni, Galdieron, Rigatti-Luchini,&Merskey, 1990), chronic pain patients can develop significant problems related to anxiety(i.e., genralized anxiety disorder, panic disorder, post traumatic stress disorder; e.g., (Gaskin, Greener, Robinson, & Geisser, 1992; Miller, 1993), and anger (Feldman et.al., 1999; Gaskin et.al.,1992; Summers et.al.,1991)

Chronic pain is a common, private and universal experience that leads to elevated rates of depressive, anxiety, anger, insomnia, substance use, and personality disorders have been documented in chronic pain patients. When pain persist extended over periods of time, the symptoms of chronic pain impact affective, cognitive-behavioural, and environmental factors. Pain patients may feel that their doctors have failed them by not finding and curing the source of the pain or making them feel better. The may believe that their love ones are not doing anything to help them or are showing a lack of understanding or empathy about their problem. The may feel the society is to blame for causing the situation that put you in pain in the first place or not making it easier for you to adjust the pain. Negative thoughts of the meaning of the pain ("Will I be ever be able to do things like I did before the pain began?), beliefs ("Physicians should be able to find and treat the cause"?), and attitudes ("I should not have lived this

[1] Dr., College of Psychotherapists of Ontario, Canada, k.shiriyeva@gmail.com

way!") will contribute to negative mood (anxiety, fear, despair, anger) and behaviour ("If I do some household chores, I may re-injure myself and surely my pain will become worse").

Although behavioural aspect of psychological treatment for pain have been around longer then the cognitive aspects, cognitive are crucial aspects of treatment. CBT has been demonstrated to be effective for managing chronic pain and it designed to help patients identify, evaluate, and change maladaptive conceptualizations and dysfunctional beliefs about themselves and their difficulties. It helps clients develop collaboratively realistic goals to manage their pain. With characteristics of CB approach to pain management, aims and objectives of CB interventions, and Cognitive reconceptualization, it will be goals of CB approach, record of symptoms, feelings, thoughts and actions, Cognitive restructuring, Challenging maladaptive thinking, intermediate beliefs and core beliefs. With characteristics of CB approach to pain management, aims and objectives of CB interventions, and Cognitive reconceptualization, it will be goals of CB approach, record of symptoms, feelings, thoughts and actions, Cognitive restructuring, Challenging maladaptive thinking, intermediate beliefs and core beliefs.

Psychological intervention with individuals with maladaptive pain focus generally involve promoting increased differentiation in pain perception and development of coping skills to reduce hopelessness and helplessness and increase self-efficacy with respect to pain. CBT interventions can include the use of pain logs(to increase awareness of changes in pain over time and in response to external stimuli, activity, and coping behaviours) and pain maps (to increase spatial specificity) to support graduated exposure to painful activities and to test beliefs related to hopelessness and helplessness. Development of coping skills may include teaching stress reduction techniques (Kerns, Sellinger, & Goodin, 2011;). Mindfulness and acceptance-based interventions can also be used to promote accurate attendance to sensation without judgement to reduce distress (Dahl & Lundgen, 2006; Kabat-Zinn, 1982).

There is no doubt that it is not easy to treat chronic pain but research suggests that psychological approaches, specifically CBT is more helpful for long-term outcomes than medical management. CBT has been demonstrated to be effective for managing chronic pain (Lamb et al., 2010, Turk et al., 2002). It is designed to help patients identify, evaluate, and change maladaptive conceptualizations and dysfunctional beliefs about themselves and their difficulties. From these perspectives, there are also often factors related to potential primary and secondary gain related to pain expression. This paper will focus on a range of interventions to challenge maladaptive initial beliefs related to hopelessness, helplessness, and perceived or feared mistreatment.

Researches support for the idea that cognitive and emotional activity, such as hyper vigilance to potential pain and fear of reinjure, can increase pain signals and rewire the brain circuitry associated with pain perception, thereby amplifying the experience of pain. With regards to fMRI (Functional Magnetic Resonance Imagining) researchers demonstrated that distinct areas of the brain are involved in pain processing versus pain anticipation (Plogchaus et.al, 1999). The FA model suggests that same individuals who experience pain engage in catastrophic thinking, rely on an avoidance-based coping strategy, and experience temporary reductions in pain and anxiety which results in negative reinforcement of avoidance behaviours and the development of pain related disability in the longer term. CBT and FAM interventions mainly focus on reducing fear and anxiety and proving stress coping skills. Many researchers have suggested that the FAM and CBT interventions over focus on fear and anxiety and point to the importance of understanding patient's perceptions and beliefs e.g.,(Crombez, Eccleston, Van Damme, Vlaeyen, &Karoly, 2012; Pincus, Smeets, Simmonds, & Sullivan, 2010; Sharp, 2001;

Wideman et.al., 2013). Consistent with the Fear Avoidance Model (FAM) initial coping responses may become over-utilized and result in the development of rigid, intense, and maladaptive schema. The model includes constructs consistent with FAM including: 1) high pain focus; and 2) fear of injury/re-injury, including non-fear based schema; 3) expected social responses to pain; and 4) expected responses of health care providers including reliance on pain reduction passive treatments. That suggests that this schema may include associated anxiety or depressive mood states as patients attempt to meet underlying needs for pain –relief, safety, and fairness. A range of interventions to challenge maladaptive initial beliefs related to hopelessness, helplessness, and perceived or feared mistreatment. These interventions include increasing perceptual specificity (e.g., pain logs for activity, pain maps and graduated exposure to painful and avoided activities. Both avoidance behaviour and hypervigilance reduce anxiety in the short term, but it is counterproductive in the long term.

Gain a sense of control over the effects of pain on their life by modifying the affective, behavioural experiences help to show patients that are capable of more than they assume they were, and that increases their sense of personal competence. Coping strategies are thought to act to alter both the perception of pain intensity and the ability to manage or tolerate pain and to continue daily life activities that they want to have.

Some chronic pain patients report that they are experiencing constant intolerable pain. They may perceive themselves as incapable of coping with pain (Sullivan, 2009; Sullivan et al., 1995) They may have difficulties to switch their attention away from pain or to perceive their pain in a differential manner. They may think that attention to pain will provide them with useful information (Lethem et al.,1983; Vlaeyen & Linton, 2000) However, some individuals who are highly focused on pain may have limited differentiation with respect to the pain experience. They may have difficulty describing the quality, location and quantity of their pain and in recognizing changes in pain associated with time or in response to aggravating and alleviating factors.

During the psychological intervention the patients are encouraged to learn to become their own “experts” or “investigators” on themselves, their pain, their world and their future. Patients learn how to monitor, identify, evaluate and modify their core beliefs and images of pain to alternative and realistic thoughts. Also they learn how to set realistic goals, accomplish tasks and develop problem solving skills that lead them experience less pain, less emotional distress, improved coping skills and engage social activities. The more clients believe in themselves, the better able to cope with the stressors associated with the chronic pain.

Anticipation of pain may be sufficient to maintain avoidance behaviour Linton (1985), among other researcher showed, that avoidance of activities was elated more to anxiety about pain than to actual pain. Once cognitive structures (based on memories ad meaning) about a disease are formed, they become stable and difficult to modify, Patients tend to avoid experiences that could invalidate their beliefs, and they guide their behaviour in accordance with these beliefs even in situations in which the beliefs are no longer valid. (Turk, & Gatchel, 2013) Number of research have suggested that a common set of “cognitive distortions” affect perceptions of pain, emotional distress and disability. Particularly “catastrophizing” such as self-statements, thoughts, and images anticipating negative outcomes or misinterpreting the outcome of an event as extremely negative); “overgeneralization” (assuming the outcome of one event necessarily applies to the outcome of future or similar event; “personalization” (interpreting negative events as reflecting personal meaning or responsibility); “selective abstraction”

(selectively attending to negative aspects of experience. Research has demon rated that 40%-50% of chronic pain patients suffer from depression. However, when the patients believe that they could continue to function despite the pain, and that they could maintain some control despite their chronic pain, did not become depressed (Turk, & Gatchel, 2013)

Over the past 40 years, psychologists have played important roles in the development and evaluation of intervention for reducing chronic pain, associated psychological factors among pain patients. Today, in North America most health care professionals, including medical and mental health professionals, provide referrals to other professionals such as chiropractic care, occupational therapy, recreational therapy, massage therapy, physiotherapy, and nutrition therapy. Unfortunately some chronic pain patients don't receive Cognitive Behavioural Therapy. Some chronic pain patients may have personal and cultural beliefs related to appropriate social responses from others, small community. Maladaptive beliefs regarding appropriate social responses to pain may generally involve increasing perceptions of individual effectiveness and responsibility, recognition of others' limitations and intentions, and promoting the recommencement of healthy roles. Chronic pain patients typically want some quick solutions in the early phrase of therapy so they can experience some pain relief as soon as possible. Although the goal of being "pain free" is usually not realistic, managing pain is. CBT interventions including thought records and behavioural experiments can be used to test beliefs related to others' intentions and limitations and promote differentiated perception of ability and self-worth. It is essential for clinicians to also understand patients' perspectives to avoid conflict and promote a shared, adaptive understanding of contributions to pain experience and interventions. It is very important to promote recognition of diversity in pain patient to support effective treatment planning. It would be very valuable for individuals who have had significant benefit in overcoming maladaptive beliefs to themselves share how they shifted their attitude and mental set with other patients who are still suffering.

References

Beck, A. T. (1979). Cognitive therapy and the emotional disorders. New York, NY: Penguin.

Beck, A., Rush, A. J., Shaw, B. F., & Emery, G. (1979). Cognitive therapy of depression. New York, NY: Guilford Press.

Caudill, A. M., (2015). Managing pain before it manages you New York/London; Guilford press

Crombez, G., Eccleston, C., Van Damme, S., Vlaeyen, J. W. S., & Karoly, P. (2012). Fear-avoidance model of chronic pain: The next generation. Clinical Journal of Pain, 28, 475–483.

Edwards, R. R., Cahalan, C., Mensing, G., Smith, M., & Haythornthwaite, J. A. (2011). Pain, catastrophizing, and depression in the rheumatic diseases. Nature Reviews Rheumatology, 7(4), 216–224.

Ehde, D. M., & Jensen, M. P. (2004). Feasibility of a cognitive restructuring intervention for treatment of chronic pain in persons with disabilities. Rehabilitation Psychology, 49(3), 254–258.

Erdal, K. J., & Zautra, A. J. (1995). Psychological impact of illness downturn:A comparison of new and chronic contditions. Psychology and Aging, 10, 570-577

Flor, H., & Turk, D. C. (2011). Chronic pain: An integrated biobehavioral perspective. Seattle, WA: International Association for the Study of Pain Press.

Fordyce, W. E. (1976). Behavioral methods for chronic pain and illness. St. Louis, MO: Mosby.

Gaskin, M., Greener, A., Robinson, M., & Geisser, M.(1992) Negative affect and the experience of chronic pain. Journal of Psychosomatic Research, 36, 707-713

Greenberger, D., & Padesky, C. A. (1995). Mind over mood: Change how you feel by changing the way you think. New York, NY: Guilford Press.

Jensen, M. P. (2011). Psychosocial approaches to pain management: An organizational framework. Pain,

Kabat-Zinn, J. (1982). An outpatient program in behavioral medicine for chronic pain patients based on the practice of mindfulness meditation: General Hospital Psychiatry, 4, 33–47.

MacDonald, R. M., (2009) Unbelievable Pain Control: How to heal and recover chronic pain and fibromyalgia Michael Renford Books; First Edition

Magni, G., Galdieron,c., Rigatti-Luchini, S., &Merskey, H. (1990), Chronic musculoskletetal paqin and depressive symptoms in the general population: Pain, 43, 299-307

Merskey, H. & Bogduk, N. (1994) Classicfication of cronic pain: Descriptions of chronic pain syndromes and definitions of pain terms (2nd ed..) Seattle, WA; IASP Press

Miller, L. (1993) Psychotherpetic approaches to chronic pain. Psychotherapy, 30, 115-124

Otis., J. (2007) Managing chronic pain; A cognitive behavioural therapy approacj Oxford University Press

Sharp, T. J. (2001). Chronic pain: A reformulation of the cognitive-behavioural model. Behaviour Research and Therapy, 39, 787–800

Sullivan, M. J., & Adams, H. (2010). Psychosocial treatment techniques to augment the impact of physiotherapy interventions for low back pain. Physiotherapy Canada, 62, 180–189.

Sullivan, M. J. L., & Stanish, W. D. (2003). Psychologically based occupational rehabilitation: The pain-disability prevention program. Clinical Journal of Pain, 19, 97–104.

Summers, J., Rapoff, M., Varghese, G., Porter, K., & Palmer, R. (1991) Psychosocial factors in chronic spinal cord injury. Pain 47, 183-189

Thorn, E. B., & Turk, D. C., (2004) Cognitive Therapy for Chronic pain, A step –by-step guide, New York/London; Guilford press

Trief, P. M., Elliott, D.J., Stein, N., & Frederickson, B.B (1987) Functional vs organic pain: A meaningful distinction Journal of Clinical Psychology, 43(2) 219-226

Turk,c.D., & Winter, F.(2009) The pain survival Guide: how to reclaim your life APA life tools

Turk, C. D., & Gatchel J. R., (2013) Psychological approaches to pain management; A practitioner`s handbook Second edition New York/London; Guilford press

Turk, D. C., Meichenbaum, D., & Genest, M. (1983). Pain and behavioural medicine: A cognitive-behavioral perspective. New York, NY: Guilford Press.

Turk, D. C., Swanson, K. S., & Tunks, E. R. (2008). Psychological approaches in the treatment of chronic pain patients—When pills, scalpels, and needles are not enough. Canadian Journal of Psychiatry, 53(4), 213–223.

Turk, D. C., & Rudy, T.E. (1992) Cognitive factors and persistent pain: A glimpse into Pandorabox. Cognitive therapy and research, 16, 99-112

Vlaeyen, J. W. S., & Morley, S. (2005). Cognitive-behavioral treatments for chronic pain: What works for whom? Clinical Journal of Pain, 21, 1–8.

Winterowd, C., Beck, T. A., & Gruener, D., (2006) Cognitive Therapy with chronic pain patients. Springer Publishing Company

Importance of the State Policy for the Development of the Tourism Industry

Full Text / Tam Metin

Akaki Tsereteli State University

Agrarian Faculty

Department of Tourism and Landscape Architecture

Maia Diakonidze

Ph.D in Economics

Mail: maia.diakonidze@atsu.edu.ge; Tell: +995 577 11 51 83

Abstract: *The state policy in the direction of the tourism is very important, as it's should contribute to the complex regulation and development of the field. The state policy of tourism can be defined as the country's ability and willingness to announce tourism sector as a priority direction and to promote it as an important factor of economic development. That is why it is very important to identify correct priorities and function of the state on tourism regulation for the countries at the local level. Research aim is to establish concrete approaches, for the local tourism state policy making. We propose a number of issues that can contribute solution of the problems related to the development of tourism. One of the main is: Legislative provision of tourism industry - Providing legislation in the field of tourism around the world remains a challenge, as it is difficult to adapt to the sectors multidisciplinary. It is a very important to use universal approaches and adapt to the sector in general. Accordingly, there are major international provisions that are consistent with the laws of the country and, therefore, forming legislation on tourism. Many countries around the world have this approach, and this creates an essential prerequisite for the development of the sector.*

Key Words: *Tourism policy, State policy, Tourism Industry, Institutionalization, Economic policy.*

INTRODUCTION

Massiveness and wide accessibility make the tourism industry an integral part of the social life of a wider population. That is why study of tourism is undoubtedly very important. Data analysis has demonstrated, that the most effective mechanism for functioning of tourism is to elaborate state policy and relevant regulations.

In the international tourism organization's record's (**UNWTO)** accents are made about the role of the state in the planning of tourism. The documents indicate, that strategic planning of

the tourism sector should be based on, complex participation of state and regional governing organizations. In the methodological provisions of the international organization there is an idea about the role of the state in the development of the tourism. While the private sector has only an auxiliary function. Because the private sector will not be able to cover the whole, sector investment needs. Therefore, it is a mistake to impose all responsibilities and obligations on the private sector. This approach is the reason of the delay in the development of tourism [2; 3; 5].

The existence of state policy of tourism is important because it is contributes the development of the field. The main component of the state policy is, the legal-economic legislative regulation of the tourism industry. It is a cornerstone of state policy and state approach to tourism development.

The role of the state in the regulation of tourism is not clearly, expressed in scientific literature and often there are contradictory opinions about the forms and methods of state regulation of tourism. Therefore, the issue requires a complex approach, which should be, reflected in the form of adapted legislative basis. Forms and methods of state regulation of tourism are, differentiated. The main forms of regulation includes lawmaking activities, support, stimulation, legalization, regulation, planning, predicting, cooperating and punishment.

The state regulation issues in tourism are important, because they represents the tourism policy directly refine the functionality of the field. The most important tools for state regulation of tourism organizations are: standardization, licensing and certification. Thus, the state should determine the quality evaluation criteria and methods, to make sure the service users, that the offered services are, comply with strict rules and regulations.

One of the main direction of improvement of state regulation is, the development of methodical basis for state regulation of tourism, in particular the methodology, that enables us, to substantiate scientifically and generalize the objectives of state regulation.

We can say that, tourism policy implementation issues are, the subject of study of political sciences, as this area combines culture, transport, population employment, security, international relations, hospitality and many other important issues and on the other hand requires economic research.

The tourism industry is a specific field and requires a complex study. We can't find none of the issues related to the tourism industry and the establishment of relations within this area on the national level. As for the tourism sector, economical content surveys, there is a lack of information in national literature.

There are discussed several approaches to the theoretical study of state policy of the tourism industry:

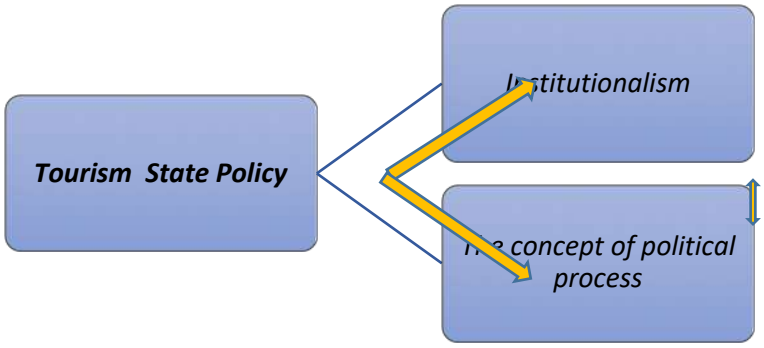
Institutionalism, which examines the state policy as the result of the functioning of state institutions (government, parliament, bureaucracy, judicial organs, etc.);

The concept of political process, which discusses state policy as a result, of political decisions, which consists of structural elements (goal, political decision making, policy formation, legitimation, performance, monitoring and evaluation of social problems.

The forming process of a state policy in the tourism direction can be based on, the above-mentioned two approaches, since it can be characterized as, a constant political process focused on accomplishment and implementation of the goals and at the same time in relation to reforming institutions and modern standards (see scheme 1.).

Tourism State Policy

scheme 1



Source: Produced by the author based on the source [2;5];

Existence of the state policy for the development of any field is vital, since it's depends on the prospective development of the sector. State involvement in economic development is an important leverage for further advancement.

A state-oriented tourism policy which is focused on economic development, should use social and economic approaches. As tourism is a multidisciplinary complex, which involves formation of touristic product within the interaction of different sectors of economy, therefore, the state tourism policy should be include:

Economic policy;

Institutionalization;

Social policy.

There is an interdependence between the economic state policy and development of the tourism industry, as the tourism industry employs many sectors of the economy, such as: transport industry, food industry, agriculture etc. Consequently, the functioning of economic policy largely determines the quality of tourism industry and in general economic development

conditions. Experience of the development of tourism industry in different countries, shows the state's political dependence and impact on the prospects of the sector.

The main purpose of the state tourism policy is to identify and realize the potential of tourism. The tourism policy of the country, should be based on the creation of favorable conditions for the tourism industry.

By the example of country Georgia we can say, that tourism is not quite effective and dynamic today, this question until now requires improvement: In this regard, it is very important to develop more, liberal mechanism of taxation and implement strict standards of licensing. Particular attention should also be, given to certification of hotels, which should be the guarantee of stability for the owner, and a good way to provide information to consumers about the quality of services.

For to establish Georgia's tourism policy, we appropriate to consider the following issues:

Implementing the institutional framework of the sector *- to implement a legislative-normative and managerial-hierarchical and functional regulation of the sector;*

Establish a field staff policy *- Quality and quantitative determination of staff training quotas in the direction of tourism, accordingly adjusting the education sector to the requirements of preparatory staff;*

Investment Policy Definition *- Investment in the tourism sector is crucial, because in this case the investment is not only designed to modify the material base, but it is invested in the terms of staffing that is reflected in the restructuring of the staff and their adaptation to modern requirements;*

To increase awareness about tourism in Georgia in the international market *- recently, for any economic sector it is the most important to have advertising. Neither tourism industry is, an exception, moreover, advertising it is an exceptional precondition for delivering a tourist product. It is a precondition to attract potential tourists to travel in a country. We can use Different forms of advertising; by television and internet advertisements, but traditional and proven methods of delivering, realizing and establishing business products are participating in international exhibitions and forums;*

To stimulate the development of the both, domestic and international tourism in the country *- as one of the prerequisites of economic success is to achieve a positive trade balance, that is possible by the way of rising up an export. Tourism means exporting tourist impressions, which makes travelers, to travel in our country. Therefore, stimulating internal and inclusive tourism, is very important as it is making significant, direct impact on the economy development;*

To promote the creation of a favorable environment for tourism business *- State support, for the development of any sector of economics has a great importance. This kind of support is*

expressed in a various forms such as, legislative regulations or tax liberalization, which creates a prerequisite for business development;

Increase the competitiveness of the country in the international tourism market *- Flexible tax, investment and promotion activities can be frequencies of achievement of increasing the competitiveness level at the international markets;*

Promoting the image of a safe country and establishing a strong brand *- After the police reform, Georgia is, considered as one of the safest countries in Europe and it is a precondition for safe travel, so it is important to popularize our country as a safe place for safe travel.* (see scheme 2.).

Georgia's tourism policy

scheme 2



Source: Produced by the author

It is should be noted, that Georgia is a country with a strongly expressed desire to develop the tourism industry, but there are a some of problematic issues that formulate state policy towards tourism in our country, which have serious negative impact on tourism development and need immediate solutions. We propose a number of issues that can contribute solution of the problems related to the development of tourism. One of the main is:

Legislative provision of tourism industry - Providing legislation in the field of tourism around the world remains a challenge, as it is difficult to adapt to the sectors multidisciplinary. It is a very important to use universal approaches and adapt to the sector in general. Accordingly, there are major international provisions that are consistent with the laws of the country and,

therefore, forming legislation on tourism. Many countries around the world have this approach, and it creates an essential prerequisite for the development of the sector.

There are several problems in tourism development in the country in addition to the above-mentioned issues the is an unstable political situation, it is expressed by the existence of two occupied regions (Abkhazia and South Ossetia) on the territory of the country. It is well known, that tourism is very sensitive, especially towards political instability. Therefore, the share of this problem effects on the development of tourism industry.

There are other noteworthy problems also, such as the lack of investment, almost entirely disrupting the country's domestic production, low economic growth rate, which contributes the overall unstable economic and political situation.

lack of qualified personnel in the field, attached to all of the above, in turn, creates serious problems. However, we should note here that the changes in the modern Georgian politics generate significant perspectives for further development of investment activities. In particular, there are all conditions for to attract investments in the different economic sectors, which will contribute economic development of the country and will create an appropriate place in the international economy.

The impact of tourism on the economy is multifaceted. This is, expressed in its multilateralism and by the direct and indirect influence in national economy. Direct impact implies to increase of state and budget revenues, employment, attracting investments. Indirect impact is, expressed by the development of tourism in the stimulation of other sectors of economy.

Despite of many obstacles, tourism sector continues to grow in Georgia. Statistical analysis showed optimistic forecasts for the future development. It is expected to increase an income from international revenues, tourism sector by the direct involvement and active work of the Georgian government and the Georgian National Tourism Administration. Analysis of modern views on implementation of the state policy of tourism and regulation of the sector shows, that there are no common ideas about the concepts and categories reflecting the role of the state in tourism development. That is why it is very important to define correctly the priorities and function of the state on tourism regulation at the local level.

The state policy of tourism means the country's willingness to announce tourism sector as a priority direction and to promote it as an important factor of economic development.

Therefore, based on above expounded we can define a number of issues, which are contribute possibility of to achieve the development of the field:

In order to facilitate the development of tourism, there must be a sharply expressed state-economic policy that will enable private and public sector to determine priorities and plan future development;

In realization of state-economic policy in tourism services, it is important to analyze the tourism potential of the country; survey of potential touristic zones and evaluation of development perspectives;

Regulation of tourism industry at the state level should include regulation of labor in the sphere of tourism service, which is reflected in labor legislation and is one of the important preconditions for the stable development of labor market;

For to establish tourism policy in Georgia, it is necessary to create of the sector institutions - to implement a legislative-normative and administrative-hierarchical and functional regulation of the sector;

Since there is no common idea about the concepts and categories reflecting the role of the state in the development of tourism, it is an important to correctly define the priorities and function of the state for the tourism regulation;

It is important to establish a state tourism policy that defines the terms and conditions of economic development of the tourism industry. It is necessary to realize economic, social and institutional approaches;

In the end we can say, that the state - Georgia - recognizes the positive impact of tourism on the country's economy. However, but it should be noted that in almost all cases of development of the tourism industry we are faced with the same mistakes such as: uncoordinated and inconsistent state tourism policy that can't provide the comprehensive development of the tourism industry.

Literature reference:

Georgian National Tourism Administration, "Tourism Statistical Report" *2017;*

Deutscher Reiseverband, *The important contribution of tourism, DEVELOPMENT POLICY AND THE IMPACT ON SUSTAINABILITY, INFRASTRUCTURE, JOBS AND SOCIAL DEVELOPMENT, sep. 2015. www.drv.de ;*

Travel & Tourism ECONOMIC IMPACT 2016, www.wttc.org;

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD);

UNWTO*, Tourism Highlights 2015 edition presents a concise overview of international tourism in the world based on the results for the year, Tourism – an economic and social phenomenon, 2014;*

Understanding Tourism: Basic Glossary, *International Recommendations for Tourism Statistics, 2008.*

Pişmiş Toprak Kültürünün Işığında Nahçıvan Bölgesi (M.Ö.IV-I binyıllar)

***Toğrul HALİLOV*[1]**

Full Text / Tam Metin

Özet

Giriş*: Dünyadakı en eski pişmiş toprak kalıntıları M.Ö. IX-VIII binyıllara aittir. . Bu döneme ait pişirilmiş toprak örnekleri Mezopotomiyadan, Filistin'den, Merkezi Avropodan ve diğer yerlerden bulunmuştur. Azerbaycan'da, onun ayrılmaz bir parçası olan Nahçıvan'da Neolitik döneminden başlayarak pişmiş topraktan kil kaplar, çeşitli memulların yapımına başlanmıştır. "Pişmiş toprak kültürünün"nin gelişmesi sonucunda Neolitik ve Kalkolitik çağlarından farklı olarak Tunç çağında seramikçilik gelişerek ev sanatı dışına çıkmas;, uzmanlaşmış üretim alanına dönüşmesi sonucu mamüllerin yapılmasında, pişirilmesinde, desenlenmesinde farklılıklar sergilenmiştir. "Pişmiş toprak kültürünün"nin gelişmesi sonucunda M.Ö.IV-I binyıllarda Nahçıvanda " Kür-Aras" (Erken Tunç çağında), "Boyalı kaplar" (Orta Tunç çağında), Hocalı Gedebey (Son Tunç-Erken Demir çağında) kültürleri yaranmıştır. Bu dönemde Azerbaycan'ın diğer toprakları gibi Nahçivan da önemli bir sanat merkezi olmuştur. Seramik ürünler boyut, biçim, desen, yapıldığı malzeme ve yapılış teknolojisine göre bir-birinden farklılık oluşturmuştur. Onların kalitesi ile yanı sıra çeçitleri de artmışdır. Nahçivan seramikçilerinin yapmış olduğu kil kaplar, sofra veya mutfak seramiği olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Seramiklerin süslenmesinde geometrik, zoomorf, nebati, antropomorfik v.b desenler kulanılmıştır. Onlar basit ve karmaşık kompozisiyonludur. Onların bir grupunun benzerleri Azerbaycan'la yanısıra dünyanın çeşitli topraklarında, özellikle prototürk kültürünün yayğın olduğu toprakları kapsamıştır Desenlerin benzerlerinin prototürk kültüründe yayğın olması Nahçivan bölgesinin tarihen türk toprağı olduğunu kanıtlamaktadır*

Amaç: "*Pişmiş tprak kültürü"nün yayılım alanı ve anlamını araştırmak dünyanın tüm bölgelerinde olduğu kibi Azerbaycan arkeolojisinde de önemli yer tutmaktadır. Pişmiş Toprak Kültürü Işğında Nahçıvan Bölgesini araştırmak Azerbaycan arkeolojisinin en önemli konularındandır. Belirtilen konu şimdiye kadar kompleks biçimde araştırılmadığından tarafımızdan incelenmişdir*. ***Yöntem:*** *Konu karşılaştırmalı inceleme, bilimsel analiz esnasında incelenmiştir.* ***Bulgular:*** *Nahçıvan`dakı arkeoloji yerleşimlerden bulunmuş seramik memulları, seramik memullarının üretimi ile ilgili arkeoloji bulğular incelenmiştir*

Anahtar Kelimeler—*Nahçıvan, Tunç çağı, Kür-Aras kültürü, Hocal-Gedebey*

[1] **Doç., Dr., Azerbaycan Bilimler Akademisi Nahçivan Bölümü, x.toqrul @ gmail.com**

Nakhchivan Region At The Terracotta Culture (B.C. IV-I millennium)

Abstract

Introduction: *The oldest terracotta remains in the world B.C. IX-VIII millennium. The samples of the cooked soil from this period were found from Mesopotomy, Palestine, Central Avropodan and other places. In Nakhchivan, which is an inseparable part of it, clay pots and terracotta clay pots have been started to be produced since the Neolithic period. As a result of the development of m terracotta culture ün, different from the Neolithic and Chalcolithic ages, ceramics were developed in the Bronze Age, and the differences were observed in the production, cooking and patterning of the products as a result of the transformation into a specialized production area. As a result of the development of "terra cotta culture" in the BC-I millennium Nakhchivan "Kur-Aras" (Early Bronze Age), "Painted pots" (in the Middle Bronze Age), Khojaly Gedebey (in the Early Bronze-Early Iron Age) cultures were created . In this period, Nakhchivan became an important art center like other lands of Azerbaijan. Ceramic products differed from one to one according to size, shape, pattern, material and construction technology. Their quality has increased as well as the quartz. Clay pots made by Nakhchivan ceramics are divided into two groups as table or kitchen ceramics. Geometrical, zoomorph, vegetable, anthropomorphic etc. patterns were used to decorate the ceramics. They have a simple and complex composition. A group of their groups, along with Azerbaijan, has covered the territory of the world, especially the prototurk culture in various lands of the world.* ***Aim:*** *Researching the field and meaning of propagation of ır baked tprak culture ak is an important part of Azerbaijani archeology in all regions of the world. Researching the Nakhchivan Region in the Light of Baked Soil Culture is one of the most important subjects of Azerbaijani archeology. This issue has not been investigated in a complex way so far.* ***Method:*** *The subject comparative study was examined during scientific analysis..* ***Findings:*** *Ceramic mammals found in archeology settlements in Nakhchivan, archaeological finds related to the production of ceramic craftsmen were examined.*

Keywords: *Nakhchivan, Bronze Age, Kure-Aras culture. Hocalı-Gedebey culture*

JEL Classification Codes: B:100 Z: 100

Giriş

Azerbaycan arkeolojisinin güncel konularından birini seramik bulgulara dayanarak Pişmiş Toprak Kültürünün İşğında M.Ö.IV-I binyıllarda Nahçıvandakı "Kür-Aras" (Erken Tunç çağında), "Boyalı kaplar" (Orta Tunç çağında), Hocalı Gedebey (Son Tunç-Erken Demir çağında) kültürlerini araştırmak oluşturuyor. M.Ö.IV-I binyıllarda seramikçiliğin gelişerek ev sanatı dışına çıkması, uzmanlaşmış üretim alanına dönüşmesi sonucu seramik ürünlerinin çeşitlerinde, pişirilmesinde, desenlerinde değişiklikler gerçekleşmiş ve kalitesi artmıştır. Seramik mamüllerin yapımında elle yanı sıra çömlekçi çarkı, onları pişirmek için fırınlar kullanılmıştır. Süslemede kullanılan desenlerin belli mantıksal anlamı vardır. Belirtilen konu şimdiye kadar kompleks biçimde araştırılmadığından tarafımızdan incelenmiştir. Araştırma sırasında Nahçıvan'ın Tunç Çağı yerleşimlerden bulunmuş seramikçilik sanatıyla ilgili

arkeolojik bulgulardan bahsedilmişidir. Onların biçimi, özellikleri, yapım teknolojisi, süsleme özellikleri ve diğer konular incelenmiştir.

Erken Tunç çağının bulğuları

Fırınlar.

Seramikçi fırınının yapılması bu dönemin en önemli olaylarından olmuştur. I Kültepe ile yanı sıra Azerbaycan'ın Şomutepe, Alikömektepe, İlanlıtepe Çalağantepe yerleşimlerinden de seramikçi fırınlarının kalıntılarına tesadüf edilmiştir (Azerbaycan tarihi, 2007: 80). Onlar iki katlı inşa edilmiştir. Alt katta ocak yakılmış. Üst katta seramik toplu halde pişirilmiştir. I Kültepe ile yanı sıra II Kültepe yerleşiminin Erken Tunç Çağı'na ait VII., XI. yapı-inşaat kalıntılarından da dairesel ve dikdörtgen biçimli seramik fırınlarının kalıntıları bulunmuştur. Onların ancak alt bölümü sağlam kalmıştır. Tüm fırınların kap biriken kısmı tamamen dağılmıştır (Aliyev, 1991: 24, 123). Son dönemlerde de birçok yerleşimden seramik fırınları bulunmuştur. Onların biçim ve özelliğine göre "Ak deniz türlü" fırınlarla benzerlik oluşturduğunu söylemek olasıdır. Düşüncelerimizi kanıtlamak için kaynaklara baktığımızda "Ağ deniz türlü" fırınları, Hindistan'dan Mısır'a, Yunanistan'dan İspanya'ya, Anadolu'dan Kafkaslara kadar geniş bir coğrafyada görmek olasıdır (Daniel, 2008: 38-42; https://www.academia.edu/6231124/seramikte_odunlu_pişirim_geleneği_uzakdoğunun_yüksek_derece_firinlari_özet).

Kil kaplar:

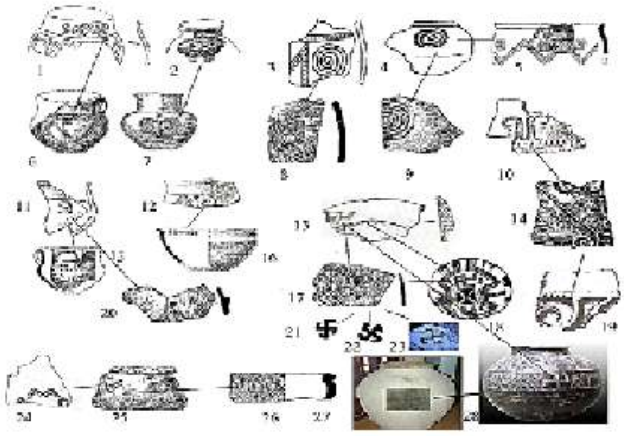
Erken Tunç Çağı'nda Nahçivan seramikleri gri, siyah ve pembe renklerde cilalı ve cilasız kaplar yapmışlar. Bazı kapların üzerinde lekelerin kalmasının nedeni iyi pişirilmemesidir. İnce cidarlı (duvarlı), iyi cilalanmış kapların yapılması bu dönemde kapların pişirilme tekniğindeki gelişmelerle ilgilidir. Erken Tunç Çağı'na ait kil kapların karakteristik özelliklerinden biri onların ağız kenarının dikdörtgen biçimde dışa çıkması, kapların ağızlarının iki taraftan biraz içeri birikmesi ve simetrik olmasıdır. Bu döneme ait kapların bazılarının ağız kenarlarının kalın yapılması Doğu Anadolu'nun seramik mamulleri için karakteristik özelliklerdendir. Süslemede kullanılan desenler geometrik, nebati, antropomorfik, zoomorfik olmak üzere birkaç gruba ayrılır. Desenler sade ve karmaşık biçimdedir. Sade geometrik desenleri dalgalı, düz ve kırık hatlar oluşturuyor. Karmaşık desenler daire, dördgen ve üçgen gibi geometrik desen kombinasiyonlarından oluşmuştur. Kapların üzerinin süslenmesinde basma, çizme, çertme v.b. teknik yöntemleri kullanılmıştır. Erken Tunç Çağı'nda Kalkolitik Çağı'nın bir grup desenleme yöntemleri kalsa da seramikçiler tarafından yeni motifler de kullanılmıştır. Ovçulartepesinden bulunmuş Proto Kür-Aras seramiği (Bahşeliyev, 2010: 32-34). Nahçıvan'da Kür-Aras kültürünün oluşumu tarihinin eski olduğunu kanıtlıyor. I Kültepe (Abibullayev, 1982: 127), II Kültepe (Aliyev, 1991: 123) yerleşimlerinde tespit olunan üzeri zikzak dersenli kil kaplar Güney Kafkasya'nın (Kuşnareva vd, 1970: 166), Ön Asya'nın (Sevin vd., 2000: 847-852; Sagona vd., 2003: 101) aynı çağa ait olan arkeolojik yerleşimlerinden bulunmuş bir grup kaplarla benzerlik oluşturmaktadır. Erken Tunç Çağı'na ait kapların bezemesinde oval veya yuvarlak motifler, zikzak, svastika, boynuz "S", "M" vb. desenler kullanılmıştır (Halilov, 2017: 23-33).

"S" biçimli desenlerin eski örnekleri Tripolye Kültürü'nün kil kapları üzerinde tespit edilmiştir. İskitlerin Saka (Apasiak) aşiretlerinin metal malzemeleri (MÖ VI-IV yüzyıllar), Özbekistan'ın Karakalpak toprağındaki Anşka-Kalı denilen bölgede bulunan metal deve figürünün üzerinde (M.Ö. I. yy- I. yy), Sırderya Nehri kıyılarındaki Çirik-Rebat Kültürüne ait seramik kaplarda, Harezm sikkelerinde

(II. yüzyıl), Güney Türkmenistan'ın mimarlıklında (X-XI. yüzyıllar) (Allamuratov, 1975: 45), Yanıktepe (Kuşnareva, vd., 1970: 123), Amiranisqora (Kuşnareva, vd., 1994: 28) yapılarında bu tip desen bulunmuştur (tab. I, 11, 12, 15, 16, 20). Bu desenin anlamı konusunda yapılan araştırmalar sırasında belli oluyor. Azerbaycan'da "çengel", Anadolu'da ise "çengel" denilen bu desen Azerbaycan halı desenlerinde "akarsu" adıyla kalmaktadır. Azerbaycan ve Anadolu halı sembolizminde insanı tehlikeden, kötü gözden kurtarmak için kullanılan motiftir (Kurbanov, 2013: 260). Orta Asya'da damga işareti gibi çeşitli isimleri vardır. Kazaklar bu işarete "bota moyın" (köşek boynu), "gaz moyın" (gaz boynu), Kırgızlar "it quyruqşa" (itkuyruğu), Özbek ve Karakalpaklar "qumırska beli" (karınca beli) demektedir. Çuvaşlar ise onu sema nurunun, güneş ışığının sembolü olduğunu düşünürler. Kaşgarlı Mahmud'un "Divan-Lugat-it Türk" eserinde bu desen hakkında bilgiler bulunmaktadır. Orada bu tip işaretin farklı biçimleri Oğuzların Begdili (Kâşgarlı, 2011: 227), Üregirler, Iğdırler boyunun damgası olarak kullanılmıştır (Halilov, 2009: 20). "Şecereyi-Terakkime" eserinde bu işaretin benzeri Oğuzların Iğdır, Kızı, Yasiir, Avanık boylarının damgalarıdır. Yasirin iller ağası, her ne rastlasa onu yıkardır. Iğdırın anlamı büyük, Avanın anlamı mertebesi yüksek demek olur (Ebülgazi, 1974: 49-51; Ebulgazi, 2002: 100). Bolkarıstan'da (Yengi, 2013: 77), Gamikayada (Müseyibli, 2004: 271, daş № 475). vb. yerleşimlerdeki kaya resimlerinde de bu tip işaretler bulunmaktadır. Şumer piktogramlarında birlikte yapılmış iki "S" biçimli işaret "siqu" olarak okunur (Elimirzeyev, 2011: 190). "S" deseninin gibi "M" biçimli desen de Azerbaycan halıları üzerinde yoğun olarak kullanılmıştır. Bu desen Azerbaycan'ın yanı sıra Anadolu, Kuzey Kafkasya, Türkmenistan halıcılık sanatında kaplama unsuru olarak yapılmaktadır. Üzeri bu türlü süslü seramikler I Kültepe (Abibullayev, 1982: 291, tab. XI, 10; 302, tab. XXII, 9), Babaderviş, Amiransqora (Kuşnareva, 1994: 22) vb. yerleşimlerde de (tablo. I, 24, 25, 26) görülür. Damgalar sırasında "yüksek hakimiyet ve vassallar", "vassallık" bildiren Han damgası, baltavar, ilteber /elteber sembolleri ile benzerlik oluşturmaktadır (Kurbanov, 2013: 49). Talas, Orhun ve Yenisey kullanılan "g" ünsüzünü bildiren işaretler de bu şekildedir. "Şecereyi-Terakkime" eserinde ise bu tip işaretler Oğuzların Döger boyunun damgası olarak gösterilmiştir (Ebulqazi, 1974: 77). I Kültepe yerleşiminde bulunmuş üzeri kabartma teknikle işlenmiş bu tip desenli kil kaplar (Abibullayev, 1982: 133), Yanıktepe yerleşiminden elde edilmiş bir grup kaplarla yakın benzerlik oluşturmaktadır (Kuşnareva, vd., 1970: 89). Azerbaycan'da Babaderviş, Doğu Gürcistan'da Amiranisqora, Anakliya yapılarından bu tip desenli kil kaplar bulunmuştur (Kuşnareva vd., 1994: 26, 68).

Koç boynuzu deseni Nahçıvan'ın Erken Tunç Çağı yerleşimlerinin (Mahta, I Kültepe, II Kültepe vb.) yanı sıra Azerbaycan'ın diğer topraklarında, Doğu Gürcistan'da, Tripolye Kültürü'ne ait kil kapların üzerinde (Kuşnareva vd., 1994: 66, 75), görülmektedir (tab. I, 1, 2, 6, 7, 10, 14, 19). Koçboynuzu deseni seramik mamullerin yanı sıra metal mamullerde, halıcılıkta, kaya resimlerinde de yaygındır. Azerbaycan ile birlikte Anadolu, Türkmen, Karakalpak, ayrıca Dağıstan, özellikle Tabasaran halılarında boynuz deseninin çeşitli biçimleri bulunmaktadır. Azerbaycan halı sanatında Karabağ (Malıbeyli) halılarında bu desen daha yaygındır. Bu desenin anlamı ve yayılma alanı ile ilgili yapılan araştırmalar sırasında "S", "M" gibi koç buynuzu deseninin de geniş yayılım alanının ve anlamının olduğunu, özellikle Türk kültüründe yaygın olduğunu görürüz (Halilov, 2017: 59-71). Koçun eski Türk mitoloji düşüncelerinde çok yaygındır. Bu hayvan bir yandan "bolluk" ve "bereket" anlamına gelir, diğer yandan ise ölen insanların ruhlarını Tanrı mekanına ulaştıran kutsal canlılar olarak düşünülüyordu. Bu nedenle Tanrıya kesilen kurbanlar arasında beyaz atla birlikte beyaz koç da özel bir yer tutar. Koç boynuzunun anlamı ile ilgili çeşitli düşünceler vardır. Kaynaklarda koç "qoçkar, köçkar, kaçkar" gibi farklı isimlerde kullanılmıştır. Damga işareti gibi Anadolu'da, Güney ve Kuzey Kafkasya'da, Orta Asya'da, Kırım'da, Volga boyunda, Doğu Sibirya'da "koşkar", "koçkar", "köçkar", "koç müyüz" (koç boynuzu),

"koçkarok", "kayabaran" (kaya baranı / koçu) vb., Altaylarda "kulya" (koç boynuzu) şeklinde kullanılmıştır. Kuzey Kafkasya'da yaşayan Karaçayların "kosxar" (qoçqar, qoşqar), tulpar, semen aşiretlerinin damgası, Kazakların Nayman, Karakirey aşiretlerine ait tanınma-farklılaşma işareti, Hun damgalarından bir grubu boynuz biçimdedir (Kurbanov, 2013, 259, 305, 307). Orhun Yenisey taş kitabelerindeki damgalar sırasında da bu tip işaretler bulunmaktadır (Tekin, 2010: 110).



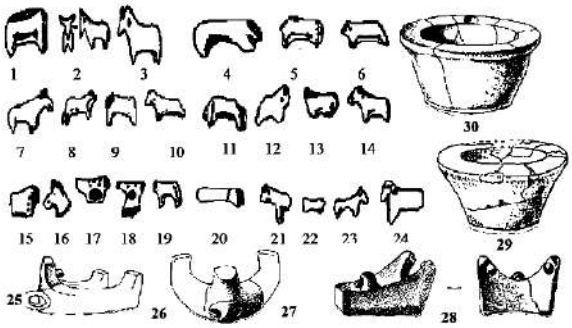
1-I Mahta (Seyidov, 2003), 3, 4, 11, 12-II Kültepe (Seidov 2002), 21-II Kültepe (Seidov 2003) 2, 10, 13, 24- I Kültepe (Abibullayev, 1982) 5, 8, 17-Plur, Karaz (Şərqi Anadolu) (Kuşnareva., Markovin , 1994); 6, 9,14, 25-Babaderviş (Kuşnareva., Markovin , 1994); 15, 16-Yanıqtəpə (Kuşnaryeva, Çubinaşvili, 1970); 7, 20, 26-Amiranisqora, Anakliya (Şərqi Gürcüstan) (Kuşnareva., Markovin , 1994); 18-İran yaylası (http://azerbaijani-studies.blogspot.com/2013/01/yazmzn-baslangc-gmiqayadak-turk_17.html); 21-Gamikaya (Müseyibli, 2004); 22-Kobustan (Ferecova, 2009); 23-6-Saymalı taş (Kırgızistan) (https://onturk.org/tag/saymalitaş), 27-Türkmenistan (https://uqusturk.wordpress.com; 28-8-Şemkir Rayonu (Yengi, Bextiyar Tuncay, 2013).

Tablo I.

Hayvan figürleri ve ocaklar

Ocaklar nal şekilli ve dikdörtgen biçimdedir. Onların bir grubu basit yapılmıştır. Bazılarının arka kısmında yarımşar biçimde kulp yapılmıştır. Mangallar dairesel, kap altlıkları, silindirik, yuvarlak ve dikdörtgendir. Tekerlek modelleri dairesel, kesitte bikonik biçimdedir, onun orta kısmında bir delik açılmıştır (tab. II, 25-30). Kil hayvan figürleri öküz, at, köpek figürlerinden oluşuyor (tab. II, 1-24). I Kültepe Höyüğünün Erken Tunç çağı tabakasından, Mahta Kültepesi'nden, Ovçulartepesinden bu tip arkeolojik bulgular bulunmuştur. I Kültepe'den (Abibullayev, 1982: 141, 143), Mahtadan, Ovçulartepesi'nden (Aşurov, 2002: 65) hayvan figürleri bulunmuştur. Onların çoğu boğa figürleridir. Bu figürlerden her birinin kendine has özelliği var. Onların arasındaki benzerlik figürlerin çoğunluğunun ayaklarının, bir grubunun ise boynuzlarının kırılmasıdır. Bu figürler Nahçıvan'daki Erken Tunç çağı yerleşimlerinden bulunmuş kaya resimleriyle, metal ürünlerin, kil kapların üzerindeki resimlerle ve hayvanlarla gömüyle lojistik yönden, mantıksal açıdan bağlılık oluşturuyor. Bu nedenle tüm hayvan figürlerinin "hayvan kültü" adlı dini inançlar sistemi ile bağlılık oluşturduğunu ihtimal etmek olasıdır. Düşüncelerimizi kanıtlamak için kaynaklara göz atarsak Azerbaycan'ın kaya resimlerinde boğayla ilgili eski örneklerin Gemikaya'nın yanısıra Kobustandaki kaya resimleri arasında var (Farecov, 2009: 2). Gemikaya'daki kaya resimlerinin çoğunda boğanın boynuzları bir-birine bitişik hilal biçimde

resmedilmiştir. Bazı kaya resimlerinde bu hayvanların boynuzları kavis biçimde öne doğru yönelmiştir (Halilov, 2011: 23-29). Kaya resimlerinin yanısıra Kobustan (Farecov, 2009: 17), Alikömektepe (Aliyev, 1991: 1991), Kükü nekropolünden (Novruzlu, vd., 1992: 25), Şortepe, I Kültepe, II Kültepe yerleşimlerinden (Abibullayev, 1982: 1441) boğayla ilgili arkeolojik bulgular bulunmuştur. Boğanın yanısıra keçi, köpekle ilgili arkeolojik bulgular Gemikaya yanısıra Anadolu, İran, Ön Asya kaya resimlerinde (petroglifler) çok sayıda tespit olunmuştur. I Kültepe (Abibullayev, 1982: 225) ve Sarıdere nekropolünde (Novruzlu vd., 1992: 36) köpekle gömü de bulunmuştur.



(Abibullayev, 1982; Aşurov, 2002)

Tablo II.

2. Orta Tunç Çağı'nın Bulguları

Kil kaplar

Nahçıvan'ın Orta Tunç Çağı seramik mamulları sırasında kil kaplar çok sayıdadır. Onlar kilin rengine, yapısına ve süsleme tekniğine göre birbirinden farklı iki ana gruba ayrılırlar. Birinci grup pembe renkli boyalı kapları içerir. Bu tür kil kapların üretimi ve yayılması Azerbaycan arkeolojisinde "Boyalı kaplar kültürü" adı ile tanınır. "Boyalı kaplar kültürü" Nahçıvan'ın yanı sıra Urimiya havzası ve Doğu Anadolu'da da yaygındır. Azerbaycan'ın diğer topraklarında boyalı kaplar Nahçıvan'daki gibi fazla değildir. Araştrmacı Veli Aliyev II Kültepe'nin statigrafisine göre "Boyalı kaplar kültürü"nü dört döneme ayırmıştır (Aliyev, 1977: 43-89). Bu kültürün ilk dönemi için monokrom (bir boyalı) boyalı kaplar karakteristik olsa da, sonraki dönemlerde polikrom kaplar yaygındır. Monokom boyalı kaplarda kırmızının üzerine siyah renkle düz ve dalgalı çizgilerden oluşan çeşitli desenler çizilmiştir. Polikrom boyalı kapların üzerinde basit kompozisyonlu desenlerle yanı sıra karmaşık kompozisyonlu desenler de kullanılmıştır. Kapların üzerinin süslemesinde dalgalı, kesik çizgiler, üçgenler, küçük daireler, insan, kuş ve hayvan resimleri kullanılmıştır. I Kültepe, II Kültepe, Şahtahtı, Nehecir, Yaycı, Çalhanqala vb. arkeolojik yapılarından bulunmuş bu tip polikrom boyalı kapların bir grubu Göytepe'nin D ve C (Brown, 1951: 21-22), Haftavantepe'nin V, VI (Edwards, 1981: 25), Dingetepe'nin IV (Hamilin, 1977: 126) kültürel tabakasından bulunan bazı kaplarla benzerlik oluşturuyor.

İkinci grup seramikler boyasızdır. Onların bir grubunda Erken Tunç çağı seramiklerinde kullanılan desenlerin gelenekleri kullanılmıştır. Kapların bir grubunun üzeri Erken Tunç Çağı seramiklerinde olduğu gibi çizme, çertme teknik yöntemleriyle çeşitli geometrik desenlerle süslenmiştir. Nehecir (Seyidov, 2002: 68), II Kültepe (Aliyev, 1977: 53) vb. arkeolojik yerleşimlerden bu tip kaplar bulunmuştur. II Kültepe yerleşimden bulunmuş bu tip kapların çoğunun seramik seramik imalathanelerindeki fırınlarda bulunması, onların yerli seramikçiler tarafından yapıldığını kanıtlıyor

(Aliyev vd., 2011: 130). Azerbaycan'ın diğer bölgelerinde bu tip kapların yayıldığı bölgeler Mil-Karabağ, Talış-Muğan, Kobustan ve Kuzey Doğu Azerbaycandır.

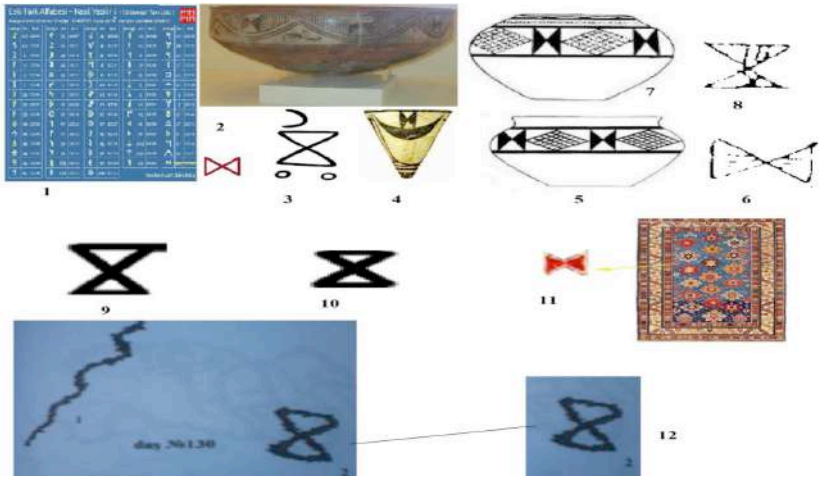
Orta Tunç Çağı'nın kil kapları üzerinde geometrik desenler yaygındır. Onlar üçgen, açı, daire, dalgalı, düz çizgiler ve diğer resimlerden oluşur (tab. III). Diğer süsler gibi onların da bir grubu başka yerlerden bulunan seramiklerin üzerindeki resmilerle benzerlik oluşturuyor. Bu süsler noktalardan, dalgalı, çizgilerden : esasları yukarıya veya aşağıya doğru yönelik açılardan, tek veya bitişik üçgenlerden, açı, dikey, yatay, dalgalı, kavis (yarıdairesel) çizgilerden. dairelerden ve diğerlerinden ibaretdır



1, 4-Şərqi Anadolu (Erzurum Müzesi), 2-Yaycı (Şerur Muzesi), 3-Havtantəpə (Kuşnaryeva, Markovin, 1994)

Tablo III.

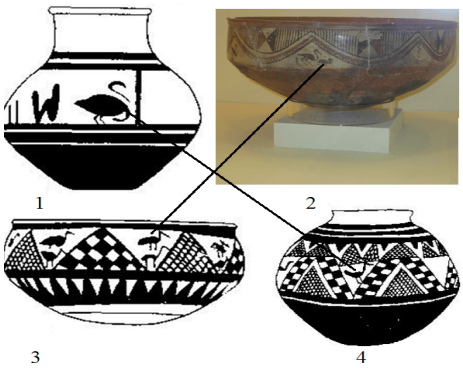
Üçgen Nahçıvan'ın Orta Tunç Çağı seramikleri üzerinde en yaygın geometrik desendir (tab. IV). Onlar tek ve birbirine bitişik biçimde çekilmiştir. A.A.Vayman üçgen deseninin Sümer kültüründe kadın sembolü olduğunu (Eneolit 1982: 60), A.Bullinq zikzaklar gibi onun da dağları sembolize ettiğini belirtmişlerdir (Yeviskov, 1988: 16). Kaynaklarda birbirine bitişik iki üçgenin sağlığı, ucu yukarı ve aşağı olan iki üçgenin kadını, suyu, yeraltı dünyayı, hükümdarlığı, erkeği, ateşi, ilahi güçleri, birbirine geçen üçgenlerin ilahi kuvveti, ateşle suyun birleşmesini sembolize ettiği hakkında bilgiler var (Mifi narodov mira, 1991: 272-273; Rıbakov, 1966: 25). Güney Kafkasya'daki arkeoloji yerleşimlerden bulunan üzerinde üçgenler çekilmiş seramikleri B. Kuftin Ortadoğu boyalı seramiğinin lokal seçeneği adlandırmıştır (Kuftin, 1941: 136). Bu tip ornamentli boyalı seramikler Boğazköy'de bulunan Hitit kültürüne ait seramiklerin üzerinde de bulunmaktadır (Zaxarov, 1927: 140). Üçgen bezemesi Humay Ananı simgeleyen sembollerden biri olarak Türk mitolojisinde geniş yer tutuyor (Kurbanov, 2013: 161). Halıcılıkta bu desen "elibelinde", "nazarlık" olarak adlandırılır. Birbirine bitişik biçimde çekilmiş üçgen resimleri prototürk kültürünün yaygın olduğu topraklarda çok sayıda bulunmuştur. Gemikaya (Bahşeliyev, 2002: resim 34; Müseyibli, 2004191, 24), Göyçe Gölü kaya resimleri (Kurbanov,2013: 67), II Kültepe, Kızılburun (Bahşeliyev, 2004: 118, şekil. 28, 3, 10), Erzurum, İran seramiklerinde, Şumer, Elam işaretinde (Elimirzeyev, 2011: 189), Tripolye kültüründe (Kurbanov, 2013: 67), Orhun-Yenisey alfabesinde (Recebli, 2009: 67) birbirine bitişik biçimde çekilmiş üçgen resimleri var. Orhun-Yenisey alfabesinde "k", "u" sessiz harfini bildirir.



1-Orhan Yenisey alfabesinin (Eski Türk alfabesinin) tam listesi, 4-Talli Bakun, İran, 11-Şirvan halısı (https://www.facebook.com/ azerbaycanarasdirmalar/ Azerbaijani & Turkic World-Studies); 2-Erzurum müzesi; 3-Gemikaya (Bahşeliyev, 2002); 6-Şumer işareti, 8-Elam işareti (Elimirzeyevv, 2011); 5- II Kültepe, 7-Kızılburun (Bahşeliyev, 2004); 9- Tripolye kültürü; 10- Göyçe gölü kaya tasvirleri (Qurbanov, 2014); 12. Gemikaya (Müseyibli, 2004)

Tablo IV.

Erken Tunç Çağı'ndan farklı olarak Orta ve Son Tunç Çağı'nda zoomorfik desenler, hayvan resimleri de yaygındır. Onlar genellikle boyalı kapların üzerinde çekilmiştir. Kuş, keçi resimli seramikler Tunç Çağı yerleşimlerinde yeterince bulunmuştur. Yaycı, Kızılburun, I Kültepe, II Kültepe, Şahtahtı vb. yerleşimlerinden bulunmuş Orta Tunç Çağı boyalı kil kapların üzerindeki kuş resmileri basit ve bileşik kompozisyonda çekilmiştir. Bu resimlerin bazılarının benzerleri Kızlburun (Aliyev, 1977: tab. 6, 2), Göytepe (Kuşnareva, vd., 1994: 130) vb. yerleşimlerinde bulunmuştur.Onlar seramikçilerin sanatkarlık yeteneğinin yanısıra dini-ideolojik görüşleri, düşünce tarzı vb. bağlılık oluşturmaktadır (tab. V). Onqon-kuş motifi de Türk mitolojisinde en yaygın motiflerden biridir. Bu motifin en geniş yayılması Humay adlı kuş ile ilgili efsane ve rivayetlerde yansımıştır. Humay adına ilk kez Gültekin abidesinde, daha sonra ise Tonyuqukda rastlanmıştır (Tantekin, 2004: 113-114). Araştırmacılardan bir grubu her oğuz soy ve boyunun ayrıca kuş ongunu olduğunu belirtmişlerdir (Naki, 2011:. 54-60). Bahaddin Ögel onqonları boy ve soylar üzere qruplandırırken Çebni-Şunqarı Humay biçiminde göstermiştir (Ögel, 1989: 365).



1-Kızlburun (Aliyev, 1977); 2-Doğu Anadolu (Erzurum Müzesi);

3, 4-Göytepe (Kuşnaryeva, Markovin1994)

Tablo V.

2.2. İnsan figürü

Nahçivan bölgesinin Orta Tunç Çağı seramik mamülleri sırasında Kızılburun yerleşiminden bulunmuş kil erkek figürü da ilgi çekicidir (tab. VI). Yüksekliği 20 cm olan bu figürün yüzü yassı, baş ve vücut uzuvları çok orantılı biçimde, elbiseli, ayakkabılı ve şapkalı yapılmıştır. İnsanın sol eli kemerinin üzerine koyulmuştur. Figürün şapkası ve bacakları kırmızı, kıyafeti beyaz renkli yapılmıştır. Vücudu ince çizgilerle siyah ve kahverengi renkle boyanmıştır. Onun üzerindeki libas pelerin tarzındadır. Kızılburun yerleşiminden bulunmuş çömleklerden birinin üzerinden de bu tip resim görülmektedir. Kızılburun yerleşiminden bulunmuş bu figür İran'da bulunan erkek figürü gibi elbiseli yapılmasına rağmen bazı farklılıklar göstermektedir. Kızılburun erkek figürünün İran'da bulunmuş figürden eski olduğu söylenmektedir (Aliyev, 1977:. 62).



(Aliyev, 1977)

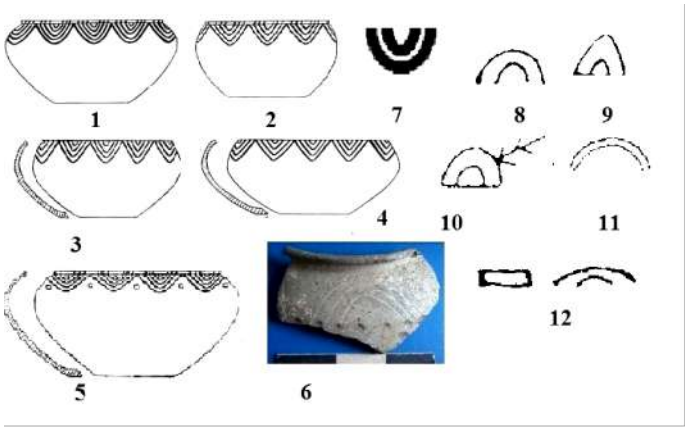
Tablo VI. İnsan figürü.

3. Son Tunç Çağı'nın Bulguları

Kil qablar

Nahçıvan seramikçileri tarafından Orta Tunç Çağı'nda olduğu gibi Son Tunç Çağı'nda da kil kaplar boyasız ve boyalı yapılmıştır. Son Tunç çağı yerleşimlerinden boya bezemeli seramiklerin bulunması

"Boyalı Kaplar" kültürünün Son Tunç-Erken Demir Çağı'na dek devam ettiğini kanıtlıyor. Son Tunç Çağı'nın boya bezemeli seramikleri Doğu Anadolu'da (Çilingiroğlu, 1990:169-173; Çilingiroğlu, 1990: .25-44) olduğu gibi polikrom boyalı olmuştur. Beyaz boyalı kaplar da bu çağa ait yerleşimlerden (I Kültepe ve Qazhan) bulunmuştur. Merkezi Avrupa ve Küçük Asya'dan Çin'e kadar geniş bir alanda yayılmış bu tür seramikler desenli seramikler gibi Hocalı-Gedebey kültüründe yaygındır. Bu nedenle bu türlü seramiklerin Hocalı-Gedebey kültürünü yaratan aşiretlerle karşılıklı ekonomik-kültürel ilişkiler sırasında Nahçıvan'a getirilmiştir. Nahçivan'daki Son Tunç Çağı yerleşimlerinde bulunmuş çanak, çömlek tipli kaplarla yanısıra çaydanlıklarda da Hocalı-Gedebey kültürüne ait özellikler (yuvarlak kabartmalar) var. Çaydanlık türü kaplarda Hocalı-Gedebey kültürü için karakteristik olan yuvarlak kabartmalarla desenlenmiş kil kaplarda boya bezemenin uygulanması eski bir geleneğe dayandığını göstermektedir. Nahçıvan'daki arkeolojik yerleşimlerde bulunmuş boyalı kaplarda Doğu Anadolu, Hocalı-Gedebey kültürüne ait süslerin olması bu kültürler arasında etkileşimin olduğunu, bunları üreten aşiretlerin köken olarak aynı olduğunu göstermektedir. Orta Tunç Çağı'nda olduğu bibi Son Tunç Çağı'nın kil kapları üzerinde de geometrik desenler yaygındır. Antropomorfik ve zoomorfik süsler gibi geometrik desenlerin da belirli mantığa dayanarak geniş alanda yaygın olduğunu görürüz. Düşüncelerimizi kanıtlamak için kaynaklara baktığımızda Tripolye Kültüründe, Gamikaya, Göyçe gölü, Kazakistan kaya petroglifleri ile yanısıra, Altay (Okladnikov vd., 1981, tab. 77, 2; tab. 93, 6), Sibirya (Okladnikova, 1981: 11) vb. bu tür resimlerin olduğunu görürüz. Açı desenlerinin nesil artışını, yaşam ve dünya ağacını sembolize etmesiyle ilgili yeterli bilgiler var. Açı biçimli işaretleri Çin heroglifflerinde çok sayıda görmek olasıdır (Fahreddin, 2010: 149). Kırık ve çapraz çizgilerin yağmurun, karın yağmasının sembolü olması hakkında da bilgiler vardı. Bazı araştırmalar çapraz çizgilerin akar suyu, dağların sıralı biçimde dizildiğini sembolize ettiğini söylemişler (Avşarova, 2014: 85-98). Kaynaklarda tek dalgalı çizgilerden oluşan bezemenin (ornamentin) damga adının "yılan", çift çekilmiş dalgalı çizginin damga adının "ayak", "dayak" olması hakkında bilgiler vardır (Kurbanov, 2013: 247). "Şecereyi-Terakime" eserinde bu ornamentin damga adının "ilan" olduğu ve Ayhan oğuzlarının Yaparlı boyunun simgesi olması (Ebulqazi, 1974: 101), Orhun-Yenisey alfabelerinde cingiltili "d" samitini bildirmesi kaydedilmiştir (Recebli, 2009: 33; Tekin, 2010: 85). Azerbaycan'ın bütün bölgelerinde olduğu gibi Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde su ile ilgili yeterli efsane ve rivayetlerin olması dalgalı cizgilerin "su deseni"ni temsil etmesiyle mantıksal acıdan bağlılık oluşturur. Nahçıvan'ın hem Orta Tunç, hem Son Tunç Çağı seramik ürünleri üzerinde çekilmiş ilginç desenlerden bir kısmı yarım konsantrik resimler oluşturur (tab. VII). Çalhankale, Karaçuk, Şahtahtı (Bahşeliyev, 2004: 106, şekil 16, 3-7), İliklikaya (Halilov, 2013: 123) yerleşimlerinden bu tip seramikler bulunmuştur. Bu resmin anlamı ile ilgili yapılan araştırma sırasında desenin gök kuşağına benzer olduğunu görürüz. Bu yüzden de resmi astral resim olarak düşünülebilir. Yarım konsantrik desenin yayılma alanı ile ilgili yapılan araştırma sırasında onun en eski örneklerinin Sümer, Elam işaretlerinde (piktogramlarında), Tripolye kültüründe (Kurbanov, 2013: 67), Bulgaristan'daki kaya üstü tasvirler arasında (Yengi, vd., 2013: 77) olduğunu görürüz. Kaşgarlı Mahmud'un "Divan-Lugat-it Türk" eserinde oğuzların karabölükler, çuvaldarlar (Halilov, 2009: 20, 21) boylarının damgaları bu şekilde verilmiştir.



1, 2-*Çalhankale, 3. 4- Karaçuk, 5-Şahtahtı (Bahşaliyev, 2004); 6-İliklikaya (Halilov T); 7. Tripolye kültürü (Qurbanov, 2014); 11- Bolgaristan kayaüstü resmi (Yengi, Tuncay, 2013); 9-10, Şumer Elam işareti (Elimirzeyev, 2011: 191); 8-çuvaldarlar boyunun damgası, 12- karabölükler boyunun damgası (Halilov, 2009)*

Tablo VII.

Bazı seramiklerin üzerinde geometrik, zoomorfik resimlerin verilmesi seramikçilerin sanatkarlık yeteneğinin yanısıra dini-ideolojik görüşlerini de yansıtmaktadır. Sahtahtı yerleşiminde bulunmuş seramiklerden bazıları bu tip desenlidir. Oradan bulunmuş kil kaplardan birinde geometrik desenle birlikte vahşi at veya eşek, yırtıcı kuşlar belirli kompozisyonda çekilmiştir (Aqayev, 2002, tab. XII, 1). Kabın boğazında dikey hat, hattan aşağıda keçi, yabani eşek veya at, onlardan aşağıda ise kesişen çizgilerin kombinasyonundan oluşan kayış biçimli desen çekilmiştir. Keçi düz durmuş, vahşi at veya eşek ise arka kısma bakan durumdadır. Aralarında biraz iri ve farklı şekilde kesişen çizgilerden oluşan desen, keçinin başı üzerinde kuş, onun yanında ise iki vahşi kurt var. Kurtlardan biri keçinin arka kısımdan boynundan tutmuştur. İkinci canavar ise önden saldırmıştır (tab. VIII, 2). Diğer kabın üzerinde üst bölümde sadece kuş resmi çekilse de, ikinci orta bölümde keçiler, keçilerden yukarıda kurt, aşağıda ise su kuşları çekilmiştir (tab. VIII, 1). Desenler arasında ortaya çıkan benzerlik her iki kabın süslenmesinde kuş, kurt, keçi, kesişen çizgilerin kullanılmasıdır. Araştırmacı V. Aliyev bu kapların üzerinde hayvanların avlamak sahnesinin çekildiğini belirtmiştir (Aliyev, 1977: 59). Her iki grup görüntü yakın benzeri şimdilik Güney Kafkasya'nın aynı çağa ait olan yapılarında bulunmamıştır. Gamikaya (Bahşeliyev, 2002: 98), Gobustan (Farecov, 2009: 150), Sibirya, Anadolu qayaüstü tasvirlerinde, Yaycı (Aliyev, 1977: 2888), Şahtahtı (abibullayev, 1982: 77), Torpaqala (Rzayev, 1992: 77) vb. seramiklerinde, Hocalı-Gedebey kültürüne ait tunç kemerlerin (Halilov, 1962, 68, 70) üzerinde bu tip resimler çekilmiştir. Yırtıcı hayvanların parçalaması ile ilgili resimler Mezopotamya, Orta Asya, Karadeniz tasviri sanatı için karakteristik motiflerden birini oluşturuyor. Mezopotamya'dan Orta Asya, Karadeniz kıyılarına kadar geniş bir alanda bu tip resimler yaygındır (Flitner, 1958: 126). Resimlerde yırtıcı hayvanların öküz, keçi, geyik gibi kutsal hayvanlara saldırışı verilmiştir. Yaycı'da bulunan boyalı kaplardan birinin üzerinde de Şahtahtı seramiği gibi belli kompozisyonlu bu türlü resim çekilmiştir (Bahşeliyev, 2004: 111). Kabın gövdesinde önde bir küçük, ondan sonra iki büyük ve bir küçük keçi resmi, kabın boğaz bölümünde ise kuş resmi çekilmiştir. Bu görüntünün anlamı ile bağlı yapılan araştırma sırasında hayvanların sıra biçiminde, anne yavru biçiminde çekilmesine dayanarak orada verimlilikle ilgili sülietin yansıdığını tahmin edilebilir. Kaynaklara baktığımızda Gamikaya'da (Aliyev, 2005: 72-74; Bahşeliyev, 2002: 43-45; Müseyibli, 2004: 20), Tivi köyü çevresindeki kaya tasvirleri

içerisinde (Halilov, 2008: 54-62), Göyçe Gölü çevresindeki boyalı küpelerden birinin üzerinde de bu tip resimlerin olduğunu görürüz.



1 2

Şahtahtı nekropolü (1-Aliyev, 1977; 2-Aqayev, 2002)

Tablo VIII.

Nahçıvan'ın Orta Tunç Çağı seramikleri gibi Son Tunç Çağı seramikleri üzerinde de keçiler çok sayıda karşımıza çıkmaktadır. Kuş resimleri gibi keçi tasvirleri de prototürk kültüründe yaygındır. Azerbaycan'ın diğer bölgeleriyle yanısıra Nahçivan'da da keçi motifi, onunla ilgili efsane ve rivayetler yaygındır. Türk kültüründe keçi kutsal hayvan sayılır. O yüceliği, özgürlüğü, cesareti, kararlılığı temsil ediyor. Tanrının yeryüzündeki temsilcilerinden biri sayılır. Eski Türk kültürü tarihinde hükümdara olan bağlılığı da temsil eder Orta Asya'da ve Sibirya'da yaşayan Türk halkları arasında Al-Albastı, Al karısı keçi biçiminde tasavvur edilmiştir. Tıvalılar aile ocağı ile ilgili törende başı sarı keçini (Seyidov, 1994: 16, 162), Altaylar çocuğun kötü ruhlardan korunmasında (Seyidov, 1969: 89) dağ keçisinin kemiğini kullanmışlardır. Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde Erzincan'ın Kemaliye İlçesi Dilli Vadisi'nde, Van'ın Çatak İlçesi Narlı Dağları'nda, Kars-Kağızman Geyiklitepe'de vb. eski yerleşim yerlerindeki kayaların üzerinde çok sayıda keçi resimleri bulunmaktadır (Necati, 2010: 6-7). Ortadoğu'nun M.Ö IV. binyılın sonu-III. binyılın öncesine ait tasviri sanat örneklerinden Tepe Qavranın Erken Uruk, I Tel Hazine yerleşim yerinin Son Uruk Sülale çağına (M.Ö. IV binyılın sonu-III binyılın başları) (Munçayev, 2001: 11). Suz A yerleşim yerinin MÖ IV. binyılın ikinci yarısına ait mühürleri üzerinde çeşitli motifli keçi resimleri bulunmuştu (Çayld, 1956: 35). Araştırmacılardan L. Vulliye göre yırtıcı hayvanların tırnaklılara saldırması, onu parçalaması ile ilgili resimler zaferi sembolize etmiştir. Üzerinde bu tip resimler olan silindirik mühürler savaşta farklı askerlere askeri madalya gibi verilmiştir (Vulli, 1961: 81). E. Kuzmin böyle bir sonuca varmıştır ki, yırtıcı hayvanların tırnaklılara saldırması, onu parçalaması ile ilgili sahnelerde hayırla şerrin mücadelesini yansımıştır (Kuzmina, 1972: 52). A. Qraça göre bu tür görüntüler iki etnik gruba ait totemlerin mücadelesi ve gücün tentenesi sembolize edilmiştir (Qraç, 1972: 30). M. Hartner bu tip görüntülerin astral olaylarla ilgili olduğunu kaydetmiştir (Hartner, 1965: 1-16).

Nahçıvan'ın Son Tunç Çağı kil kapları üzerinde bulunan ilginç hayvan resimlerinden biri de yılandır. Kızılburun, Şahtahtı kaplarının üzerinde kıvrılmış yılan üçgenler ve açılar arasında çekiliştir. Şahtahtı kapı üzerindeki yılan resmi biraz farklı biçimdedir. Orada birbirinin ardına iki yılan yapıştırılmış biçimde, kabartma teknik yöntemle çekilmiştir. Araştırmacı Veli Aliyev bu tip kapların ilaç saklamak için kullanıldığını belirtmiştir. (Aliyev, 1977: 64, 66). Tasvirlerde bu kaplardan hangi amaçla kullanıldığı gösterilmekle yanısıra yılanla ilgili insanların dini-ideolojik görüşleri sembolik sembolik biçimde verilmiştir (tab. IX).



1

2

(Aliyev, 1977)

Tablo IX.

Düşüncelerimizi kanıtlamak için kaynaklara baktığımızda Azerbaycan'la birlikte diğer Kafkas ülkelerinde, Mezopotamya'da, Anadolu'da, Mısır'da, Orta ve Güney Amerika'da vb. topraklarda yılan inancıyla ilgili çok sayıda arkeolojik ve etnografik malzemelerin olduğunu görürüz. Eski Sümer mitolojisinde Mezopotamya ve Elam arasındaki arazide Der şehrinin yerel tanrısı İştara'nın elçisi Nirah adlı bir yılan tanrısının olduğu belirtilmiştir (Necati, 2016: 277). M.Ö. 3000 yıllara ait edilen "Gilqamıs" destanında" (Bilqamıs dastanı, 1999: 55). Anadolu Türklerinde (Necati, 2016: 279) bu hayvanla ilgili ilginç bilgiler bulunmaktadır. Yılanın şer güçlerin himaye sembolü olması, onu öldürmeyin bu dünyada hayatın giderlerinin karşılanmasını bildirmesi hakkında çeşitli düşünceler de vardır. Efsane ve rivayetlerin yanısıra dünyanın birçok ülkesinde bu hayvanla ilgili arkeolojik malzemeler de tespit edilmiştir. Sarıtepe'de (Nerimanov, 1958: 38, tab. II, 2), Gürcistan'daki arkeolojik yapılarda (Kuftin, 1941: 48, tab. XVIII) vb. yerleşimlerde üzerinde yılan tasviri olan arkeolojik bulgular bulunmuştur.

Sonuç

Seramik bulguların ışığında Nahçıvan'daki Tunç Çağı kültürüyle ilgili yapılan araştırma sonucu şunu söylemek olasıdır: Tunç Çağı'nda Nahçıvan'da seramik sanatı uzmanlaşmış üretim alanı olmuştur. Seramikçiliğin gelişimi sırasında kilden yapılan ürünlerin kaliteli, çok çeşitli olmasının yanı sıra desenleme motifi de artmıştır. Yerleşimlerden bulunmuş insan ve hayvan figürleri Nahçıvan'da heykeltıraşlığın tarihine dair arkeoloji bulgulardan olup, Tunç çağında seramikçilerin bu alanda da belli yeteneğinin olduğunu göstermektedir. Seramiklerin süslemesinde kullanılan desenler insanların dini-ideolojik görüşlerinin yanısıra sanatkarlık yeteneğiyle bağlı olmuştur. Desenlerde yerel özelliklerin yanısıra, diğer kültürlerle de benzerlik oluşturmaktadır. Süslemede yerel desenlerle yanısıra, diğer kültürlerle benzer özelliklerin bulunması farklı bölge insanlarının maddi ve manevi kültürlerinde benzerliğin olduğunu, her bir desenin derin bir anlamı olduğunu kanıtlamaktadır. Damga olarak kullanılan desenler Nahçıvan`da yaşayan insanların soy kökeninin belirtimesinde bilimsel önem taşımaktadır. Onların bir grubunun benzerlerinin Prototürk kültüründe yayğın olması Nahçıvan bölgesinin tarihen Türk toprağı olduğunu kanıtlayan bulgulardandır.

Kaynakça

Azerbaycan tarihi (en kadimden bizim eranın III asrı), I c. Elm Matb, Bakü 2007.

Abibullayev Osman, *Eneolit i bronza na territorii Naxçivanskoy ASSR*. Elm Matb. Bakü 1982.

Aliyev Veli, *Azerbaycanda tunc dövrünün boyalı qablar medeniyyeti*. Elm Matb, Bakü 1977.

Aliyev Veli, *Kultura epoxi sredney bronzı Azerbaydjana*. Elm Matb, Bakü 1991, Aliyev Veli, *Gemikaya abidesi*. Azernesr Matb, Bakü 1992.

Aliyev Veli , *Gamikaya.* Ebilov, Zeynalov ve oğullar Matb, Bakü 2005.

Aliyev Veli., Mammadova Aide, "II Kültepede yeni tedqiqatlar (2010-cu il)", *Azerbaycanda arkeoloji tedqiqatlar-2010*. Bakü 2011, s. 126-135.

Allamuratov Aqinbay, *Karakalpakskaya narodnaya vışka*. Nukus Matb, Moskova 1977.

Aqayev Qahraman, *Şahtaxtı v epox pozdney bronzı i ranneqo jeleza*. Bakü-Moskva Matb, Bakü 2002.

Aşurov Safar, *Nahçivanın İlk Tunc dövrü keramikası*. Elm Matb, Bakü 2002.

Avşarova İrade, "Azerbaycan tayfalarının ibtidai icma dövrü inanclarında semantik mena daşıyan naxış ve işareler". *Azebaycan arxeologiyası ve etnoqrafiyasının aktual problemleri.* Elm Matb, Bakü, 2014, s. 85-98.

Bahşeliyev Veli, *Gemikaya resimlerinin poetikası*. Elm Matb, Bakü 2002.

Bahşeliyev Veli, *Nahçivanın qedim tayfalarının manevi medeniyyeti*. Elm Matb, Bakü 2004.

Bahşeliyev Veli vd. *Ovçulartepesi (2006-2008-ci il tedqiqatlarının neticeleri)* (Tirst Pre Liminary Report the 2006-2008 seasons). Elm Matb, Bakü 2010.

Brown Burton, Excavations in Turkey, 1948. Jon Murray Albemarle Street, w.XIX, London 1951 s. 21-22.

Bilqamıs dastanı. Azerbaycan Ensklopediyası Matb, Bakü 1999.

Hartner Wily, "The earliest of the constellation in the Near East and the motif of the Lion-Ball combat" . *JNES 1965*. Vol. XXIV, № 1, s. 1-16.

Halilov Buludxan, *Mahmud Kaşğarinin* "*Divani lüğet-it-türk" eserinde etnonimler*. Garisma MMC Matb, Bakü 2009.

Halilov Toğrul, "Yuxarı Gilançay vadisinden tapılan yeni qayaüstü tesvirler" . *Azerbaycan arkeologiyası ve etnoqrafiyası*. №2, Nafta-Press Matb, Bakü 2008, s. 54-62.

Halilov Toğrul, "Gemikaya anıtının Ortadogu kültürüyle baglılıgı". *Avrasiya*, 2011, s. 23-29.

Halilov Toğrul, *Son Tunc-Erken Demir dövründe Nahçıvanın ekinçi-maldar tayfalarının medeniyyeti*. Elm ve tehsil Matb, Bakün 2013.

Halilov Toğrul "Nahçivan bölgesi Erken Tunç Çaği seramik desenlerinin yayılım alani ve anlami hakkında". *Journal of the International Scientific Researches / Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (İBAD), 2017; 2(1): 23-33.*

Halilov Toğrul, "Prototürk kültürünün işiğinda Nahçivanin Tunc Çağı seramikleri, *Asia Minor Studies,* Cilt: 5, Sayı: 10, Temmuz, 2017, 59-71.

Halilov Cabbar, "Azerbaycandan tapılmış tunc kemerler". *AMM,* IV c, Az. SSR EA Matb, Bakü 1962, s. 68-108

Hamilin Catherine, *The early Second Millennium carbon assemble age of Dinka Tepe. Iran 1977.*

Çilingiroğlu Altan, "Van-Urmiye Boyalıları İşığında Degerlendirilmesi". *Türk Tarih Kongresi*, X, 1990, s.169-173.

Çilingiroğlu Altan, "Gaziantep Müzesindeki Van-Urmiye Boyalıları". *Ege Universitesi Arkeoloj ve Sanat Tarihi Dergis, 1990, s.* 25-44.

Çayld Qordon, *Lrevney Vostok v sveta novıx raskopok*, Nauka Matb, Moskva 1956.

Daniel Rhodes, *Kilns: Design, Construction and Operation Hardcover,* Hardcover 2008.

Ebülgazi Bahadır Han, *Şecere-i Terakime Turklerin Soy Kutugu (Tercüman 1001 Temel Eser 33)* (Hazırlayan Muharrem Ergin), Tercüman Matb. İstanbul 1974.

Ebulgazi Banadır Han, *Şecereyi-Terakime (Türkmenlerin soy kitabı)*. Azerbaycan Milli Ansiklopedisi Matb, Bakü 2002.

Elimirzeyev Allahverdi, *Erken Elam cemiyyeti: iqtisadi-siyasi münasibetler və yazı tarixi (e.a. IV-III minlllikler),* Elm Matb, Bakü 2011.

Eneolit SSR, Seriya Arxeoloqiya SSSR. Moskva 1982.

Edwards Michael "*The Pottery of Havtavan Tepe VI B (Urmia Ware*)", *KIK,* İran, 1981.

Yevisyukov Valeriy, *Mifoloqiya kitayskoqo neolita. Po materialam raspisey na keramike kulturı yanşao*. Nayka Matb, Novosibirsk 1988.

Farecov Melahet, *Azerbaycanın Kayaüstü incasanatı*, Azpoliqraf Matb, Bakü 2009.

Flitner, Nataliya, *Kultura i iskustva dvureçiya i sosednıx stran.* Leninqrad- Nauka Matb, Moskva 1958.

Faxreddin Veyselli, *Semiotika*, Studia Philolgica. Mütercim Matb, Bakü 2010.

Kâşgarlı Mahmud, "*Divanü Lügat-it Türk"* (çeviren: Besim Atalay). Türk Dil Kurumu Yayınları: 1036, Ankara, 2011.

Kuşnareva Karina, Çubinaşvili Takayaşvili, *Drevniye kulturı Yujnoqo Kafkaza.* Nauka Matb, Leninqrad, 1970.

Kuşnareva Karina, Markovin Vladimir, *Epoxi bronzı Kavkaza i Sredney Azii. Ranya i Srednya Bronzı Kafkaza (Oçerednoy tom mnoqotomnoqo fundamentalnoqo izdaniya po arxeoloqii)*, Nauka Matb, Moskova 1994.

Kuftin Boris, *Arxeoloqiçeskiye raskopki v Trialetti*. Tblisi 1941.

Kuzmina Elena, "O sinkretizme obrazov skifskoqo iskstva v svyazi s osebennostom reliqiozonnıx po predstavleniy İrançev". *Tezis dokladov III Vsesayuznoy konferançii po skifo-sarmatskoy arxeoloqii.* Nauka Matb, Moskva 1972, s. 5-7.

Kurbanov Araz, *Damğalar, remzler, menimsemeler*. Azerbaycan Respublikasının Prezidenti Yaninda Strateji Araştırmalar Merkezi, Bakü 2013.

Qraç Aleksandr, "Proizvedeniye skifo-sibirskoqo iskustva v peredelax etnokultırnıx zona Aziatiskix stepey" *Tezis dokladov III Vsesayuznoy konferançii po skifo-sarmatskoy arxeoloqii,* Nauka Matb, Moskva 1972.

Müseyibli , Nacaf *Gemikaya.* Çaşoğlu Matb, Bakü 2004.

Mifi Narodov Mira, *Ençklopediya*, n. I, Nauka Matb, Moskva 1991,

Munçayev Rauf vd. "Tel Xazna I". *Rossiyskaya arxeoloqiya*, Nauka Matb, Moskva 2001, s. 109-118.

Novruzlu Aziz, Bahseliyev Veli, *Sahbuz bölgesinin arkeoloji abideleri.* Bilim Matb, Bakü 1992.

Naki Tezel, *Türk masalları*. Bilge kültür sanat Matb, İstanbul 2011.

Necati Sümer Dinsel Ve Mitolojik Bir Sembol Olarak Yilan. *JASS, International Journal of Social Science*, 2016, s. 275-288.

Necati Demir, "Kaya üstü resmi (Rock Art) olarak dağ keçisi / elik ve tarihî altyapısı. *Zeitschrift für die Welt der Türken*, Vol. 2, No. 2, 2010, s. 5-23.

Nerimanov İdeyal (1958) *Genceçay bölgesinin arkeolojik anıtları.* Az. SSR EA Matb, Bakü 1958.

Okladnikov Aleksey vd. *Petroqlifi Çankırkölya*, Novosibirsk, 1981.

Okladnikova Yelena, *Petroqlifi Sredney Katuni*, Novosibirsk, 1981.

Öztürk Nurettin, "Anadolu'nun Karaz Seramiğine Ait Eski İle Yeni Görüşleri Ve Yerleşim Yerleri". *Atatürk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt-4. Sayı-32.* Erzurum, 2004, s. 81-93.

Ögel Baheddin, *Türk mitolojisi (Kaynakları ve Açıklamaları ile Destanlar).* C.I, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 1989.

Pehlivan Mahmut, "Karaz Kültürü ve Hurriler". *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi 1-1*. Van 1990, s.168-176.

Rıbakov Boris, "Reliqiya i miroponimaniye pervıx zemledelçev Yuqa Vostoçnoy Yevropı (IV-III tısyaçaletiya do n.e.)". *Mejdanarodnoy konqres do istorokov i proistorikov dokladı i soobşeniya arxeoloqov,* Moskva 1966, s. 20-25.

Recebli Ebülfez, *Eski türk yazısı anıtları*, C I. Bakü 2009.

Rzayev Nesir, *Ecdadların izi ile*. Azerneşr Matb, Bakü 1992.

Sevin Veli vd. Van-Karagündüz Höyüğü Kazıları (1997 Yılı Çalışmaları), Belleten LKIII/238, 2000, s. 847-882.

Sagona Antonio, Sagona Claudia, "The upper Levels at Sos Höyük, Erzurum: A Reinterpretation of the 1987 Campaign", Anatolia Antiqua XI, 2003, s. 101-10.

Seyidov Abbas, Bahşeliyev Veli, Nahacirde arkeoloji araştırmalar. İqtisad Unversitesi, Bakü 2002.

Seidov Abbas, Rannebronzovaya kultura Naxçıvana. Voranej 2002.

Seyidov Abbas, Nahçıvan e.a. VII-II minilliklerde. Elm Matb, Bakü 2003.

Seyidov Mirheşim, *Azerbaycan halqının soykökünü düşünerken*. Yazıçı Matb, Bakü 1969.

Seyidov Mirheşim, *Qam-Şaman ve onun kaynaqlarına ümumi bakış*. Ganclik Matb, Bakü 1994.

Tekin Talat, *Orhon Yazıtları.* Türk Dil Kurumu Yayınları 540, Ankara 2010.

Tantekin Hatem, *Sihirli masalların onqon ve esatiri suretleri*. Şirvanneşr, Bakü 2004.

Vulli Leonard, *Ur Xaldayev*. Vostoçnoy literaturı Matb, Moskva 1961.

Yeviskov Boris, *Mifoloqiya kitayskoq neolita*. *Ha materialam raspisey keramike kulturı yanşua.* Nauka Matb, Novosibirsk 1988,

Yengi, Bextiyar Tuncay, *Kür-Araz medəniyyəti və türk damğaları: Damğadan yazıya keçid.* Elm Matb, Bakü 2013.

Zaxarov Andrey, "Xetskaya keramika Boğazköya i nekatorıye zakafkazskiye paraleli". *İzvestiya obşestva Obsledovaniye i izuçeniye Azerbaydjana*, № 5, 1927, s. 114-152.

http://azerbaijani-studies.blogspot.co.ke/2013/01/yazmzn-baslangc-gmiqayadak-turk.html, Yengi, Öge Yazımızın başlanğıcı; Gemikayadakı Türk damğaları ve onların anlamı.

https://www.academia.edu/6231124/seramikte_odunlu_pişirim_geleneği_uzakdoğunun_yüksek_derece_firinlari_özet, Sevim, Çizer Seramikte odunlu pişirim geleneği; uzakdoğunun yüksek derece firinları.

https://onturk.org/tag/saymalitaş (yayın tarihi, 2012, may), Kürşat Baytok Anadoluda Oz tamgalı keçmiş.

https://uqusturk.wordpress.com (yayım tarihi. 22.08.2011), Orta Asiya`dan Anadolu`ya Anadolu`dan Avropaya Oz damgası,

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

A Preliminary to research path to local and regional development: Community DLR theory for the case of Demre in Turkey and in Japan

Full Text / Tam Metin

Tomoko Oikawa[1]

Abstract

Introduction *This paper intends to find out an appropriate research path to a project for a small town in Turkey.* ***Aim*** *For this we use the study of local and regional development in Japan. Many researches into local and regional revitalisation and development have been carried out and resulted into the many case studies in Japan. However, few attempts are carried out at building up a conceptual and theoretical aspect of local and regional revitalisation and development. Kaneko is, from sociological viewpoint, establishing the conception and theory for local and regional revitalisation and development in Japan. It is the community DLR theory for local and regional revitalisation. Nakamura has established a theory of regional economic circulation and structure analysis for regional economic sustainability. In relation to the theories above, the two case studies are exemplified and examined. Conclusion is: will and energy of people with organisation at the grassroots level plus leadership in the local community are the base for local revitalisation and development.* ***Method****: We need both aspects, Kaneko's and Nakamura's, as a research path to a project.* ***Findings:*** *Nakamura's theory is instructive, but not in practice for a project of a small town in Turkey.*

Key Words: *Research path, local and regional development, sociological aspect, community DLR theory, case studies*

INTRODUCTION

Main aim of this paper is to study research path to local and regional development (LRD henceforth) in the case of Japan and to use the result of learning for the case in Turkey. This is a preliminary for a project of a small town in Turkey. For this, we explore the actualities of LRD in Japan, to find out a kind of formula which is usable for a small town in Turkey. In

fact, local and regional revitalisation and development is urgent issues ever since the 1960s in Japan. Thus, many agencies have been tackling a variety of problems along with a variety of movements for LRD.

The standing point through this paper is (1) to clarify what kind of LRD and for whom? (Pike, Rodoriguez-Pose & Tomaney, 2017; Hon'ma, 2016; Hamada & Kaneko, 2017; Kaneko, 2018; Nakamura, 2015, 2017), and how (Hon'ma, 2016; Hamada & Kaneko, 2017; Kaneko, 2018; Nakamura, 2015, 2017)? (2) What is conceptual and theoretical aspect of LRD (Pisani etal, 2017; Hon'ma, 2016; Hamada & Kaneko, 2017; Kaneko, 2018; Nakamura, 2015, 2017)?

[1] Dr. University of Limerick, Ireland, Tomoko.Oikawa@ul.ie

The substantial policies had been taken by the central government to promote LRD in Japan. The main target of these policies had been on public construction project to resolve the gap between regional and urban areas, i.e., making road, highway, or bridge, so-called 'Road-Bridge Policy'. It has turned out, however, that such policy is not sustainable. In 2014, the Cabinet made decision of the Long-Term Vision for revitalisation in town, people, job」 and announced its basic policy to be job creation and population increase. This stimulated municipalities for a while. In the context as such, evidenced by the on-going movements it emerged that fundamental condition for local and/or regional revitalisation would be dependent on the bottom-up power. Based on an inspiring new view and direction of LRD which focuses on regional characteristics, innovative movement had begun during the 60s in a small town in Kyushu, the south of Japan, and many various innovative regeneration movements have been gradually spreading out. Outstanding feature of these movements is they are based on the local institute and/or organization - municipality, community and/or grassroots organization, and their successes are largely relying on their innovative approach to revitalisation of their locality. These movements have been studied by many scholars as numerous case studies. The actualities of LRD as such is the main reason why we envisaged a project for a small town in Turkey by applying the experience related to LRD in Japan. In fact, few studies are carried out in relation to conceptual and/or theoretical aspect of these movement in Japan (Hamada & Kaneko, 2017; Kaneko, 2018). Indeed, it is important to build up conceptual and theoretical aspect of LRD in Japan. By doing so we may have a holistic and universal approach usable, for example, to a project for a small town in Turkey. In literature review we explore conceptual and theoretical view of LRD. We will focus on and explore Kaneko's theory of Community DLR theory and regional revitalization (2016, 2017, 2018), and Nakamura's regional economic circulation structure analysis (2009, 2013, 2015, 2017), which was applied for many towns with the collaboration of municipalities. The following is the case studies in relation to Kaneko's tentative proposal of LRD theory. Finally a tentative and rough idea of research path to a project of small town in Turkey will be suggested. Also, a brief information surveyed about a concerned town, Demre, is added. The structure is as follows.

2. Literature review

3. Two distinctive approaches in the case studies in Japan

4. Exemplified case studies in Japan

5. Conclusion

LITERATURE REVIEW

Concepts and theories are important to help us understand and explain LRD in and between different geographical settings and time periods. They are constructed to interpret and make sense of how, why and where things work out in the ways that they do (Pike, Rodoriguez-Pose & Tomaney, 2017). In the West many concepts and theories that seek to interpret and explain LRD are established. They are: the neo-classical, the Keynesian, Marxist and radical political economy, Approaches to structural and temporal change I- stage, cycle and wave theories, Approaches to structural and temporal change II- transition theories, Evolutionary approaches, 'Innovation, knowledge, learning and creativity', New economic Geography, Urban Economics, Competitive advantage and clusters, Sustainability, Post-developmentalism (Pike, Rodoriguez-Pose & Tomaney, 2017). Most of them share a concern with especially economic development and its relationships to economic growth, income and wealth (Pike,

Rodoriguez-Pose & Tomaney, 2017). Some may show a reflection of present society of transition among these concepts and theories.

Historically, development of a nation, region or locality was measured by using GNP and GDP. However, such measures would not suit our drastically changing globalised world in many ways. They have been considered too narrow, and also too aggregate to grasp the distributional issues of social, economic, environmental and spatial inequalities or questions of economic, social and environmental sustainability (Pike, Rodoriguez-Pose & Tomaney, 2017).

In this context, alternative aspect of development has focused on measuring a multi-dimensional conception of well-being including objective and subjective elements: health; education; personal activities including work; political voice and governance; social connections and relationships; environment (present and future conditions); and, insecurity, of an economic as well as a physical nature (Stiglitz, et al, 2008).

There is the notion from the study (Pisani, E. Franceschetti, G. Secco, L. & Christoforou, A. 2018) that rural development is not imposed from the 'outside', but depends also on endogenous factors, namely local cultural and ecological amenities, eco-system services, and economic links with urban areas…. They noted particularly the pivotal role of leadership which helps to build networks and trusting relations among local agents in the private and public spheres.

Nation- and region-specific, in particular, factors are also taken into consideration regarding LRD, where new business and/or entrepreneurship is the focal point in LRD. The factors that influence entrepreneurship vary considerably between nations and particularly between regions. The study showed the empirical evidence how region-specific factors may influence the success of new business…Region-specific characteristics influence the level of new business formation, but also the type of new business…Entrepreneurs need primarily the regional informal network of friends, former colleagues and bosses, relatives and first customers to be able to realise their start-up idea (Sternberg, 2011). Also, the triple helix model (THM) may have inspired LRD policy (Rodrigues & Melo, 2013). The model claims that university-industry-government relations play a prominent role in the knowledge economy. 'University-industry-government relations will blend into each other and move back and forth without strict separation between them (Etzkowitz, 2003). The concluding remarks (Rodrigues & Melo, 2013), however, remain that the influence of science can be symbolic rather than objective.

In the case of Japan, we have had many case studies of LRD. This has reflected the actualities that we have faced a considerable issues and problems in tackling LRD as top-down policy and bottom-up movement respectively. It remains, however, much less attempts at conceptual and theoretical approach to LRD in Japan (Kaneko, 2018). It may be in contrast with the western counterparts.

Kaneko (2015, 2017, 2018) is formulating a holistic approach to local and/or regional revitalisation colligating sociological aspects – Community DLR Theory for local revitalisation. The formula may be distinctive from the western counterparts regarding that it is based above all on the utmost case studies and a result of their own sociological and historical investigation for a long period. It is his basic thinking that while economics is used to lead a strategy of LRD for economic growth, enterprises would function depending on the sociological conditions. Local people are the pivot of local community, where they reside and work. Thus, the conception and theorisation of local community is necessary as the base for the purpose of local revitalisation and sustainability. The concept of local community should be basically

the actualisation of the locality where people live comfortably (Hon'ma, 2016). Based on the concept of local community, Kaneko argues the relationships between the community DLR theory and local, regional revitalisation. In contrast, Nakamura (2009, 2013, 2017) proposed the salient conditions of local economy independence, 'how to maintain sustainable local economy', from the viewpoint of local economic circulation structure.

3. TWO DISTINCTIVE APPROACHES IN THE CASE STUDIES IN JAPAN

Community DLR (Direction, Level, Resources) theory and Regional revitalisation

The precondition of sustainable local community is generalised as civil minimum, which is indispensable as socially common capital for residents' lives and economic activity. They are: (i) Maintenance of streets, provision of people's daily needs (ii) Security of socially common capital, (iii) The base of autonomy and movement in local community, (iv) Exchange of friendship and experience inside local community, (v) Mutual aid system.

● Community DLR Theory and Local, regional revitalisation (Kaneko, 2016, 2017, 2018). The pivot of the principle for local and regional revitalization is "commercialisation and a long period durability". First of all, it is of importance that talented and/or able person or people are involved as leader(s) in deciding the direction of community. This movement then involves municipality, community and/or business group. The first issue is to decide (a) survival or (b) revival or (c) vitalisation

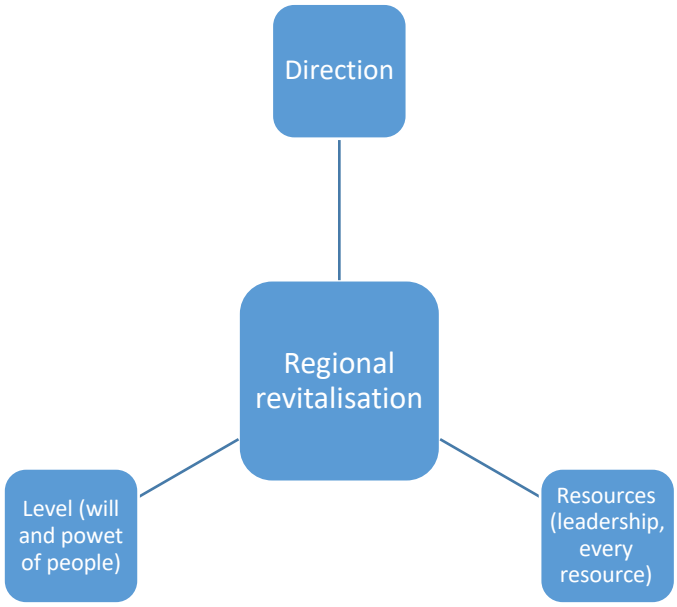


Figure 1 Relation between regional revitalisation and community DLR

Source: Kaneko, I. 2018, p.2

Figure 1 shows the relation between Community DLR Theory and Local, regional revitalisation. **D** is direction of community, **L** level of will and power of residents, and **R** resources – natural, geographical, industrial, historical and human resource (leadership in particular). **D** is based on the application of

theory of local community system, which achievement is in charge of the main agents – municipality, community, business groups etc. **L** is will and power of residents as the main actor. This power is strengthened and energised by the collaboration between various generations, and the exchange with new comers. Leadership is of importance in **R**. Resources are various – agriculture, agricultural products, secondary and tertiary industrial products included, non-exploited resources included.

To consider effective factors for revitalisation, the following is required in order.

Classification of local community to consider effective factors for revitalisation

Survival (b) Revival (c) Vitalisation

Industrial and economic activity. Use of local resources

Specific agent(s) investigate what resources are exploited and how they are used.

What specific agents have been actually involved in local revitalisation is surveyed.

It is based on 193 case studies (Takemoto, 2016). According to this survey, municipality leading 32.1%, community 30.1%, public service corporation 19.2%, business company 18.7%.

(iv)Decision making of what kind of enterprise and direction for local revitalisation. According to 193 case studies (Takemoto, 2016), agriculture・fishery 17.1%, manufacturing・commercial activity 28.0%, town planning・tourism 28.5%, environment・energy 9.8%, school・education・information 16.6%.

As for commercialisation for local, regional revitalisation, it is pointed out it will be not necessarily confined in the above business and/or enterprise. According to the study (Hamada & Kaneko, 2017), the players as the main agent are, in addition to municipalities, enterprises, public service corporation, etc., • co-op (2,800 thousand members), agricultural cooperatives (2,000), small & medium enterprise cooperatives (2,700) are working together, playing a pivotal or supportive role; • NPO is increasing; incorporated foundation; incorporated association – they are also working out.

● Thought behind the directionality of local and regional revitalisation is “localture, instead of localism, communitarianism, endogenous development (Kaneko, 2018).

Regional economic circulation and structure analysis

● Nakamura (2009, 2013, 2017) claims that sustainable regional economy requires the continuity of independent system. He proposes ‘regional economic structure and circulation analysis’. To grasp structural problems, focus is on input-output flow analysis. Thus it is necessary to produce ‘Input-Output Table’ of the town under research. Nakamura (2017) argues that regional economy has structural problems, and needs transformation of regional economic structure.

Figure 2 shows the flow analysis, the destination of income which is distributed from added value produced.

Figure 2 shows the flow analysis, the destination of income which is distributed from added value produced.

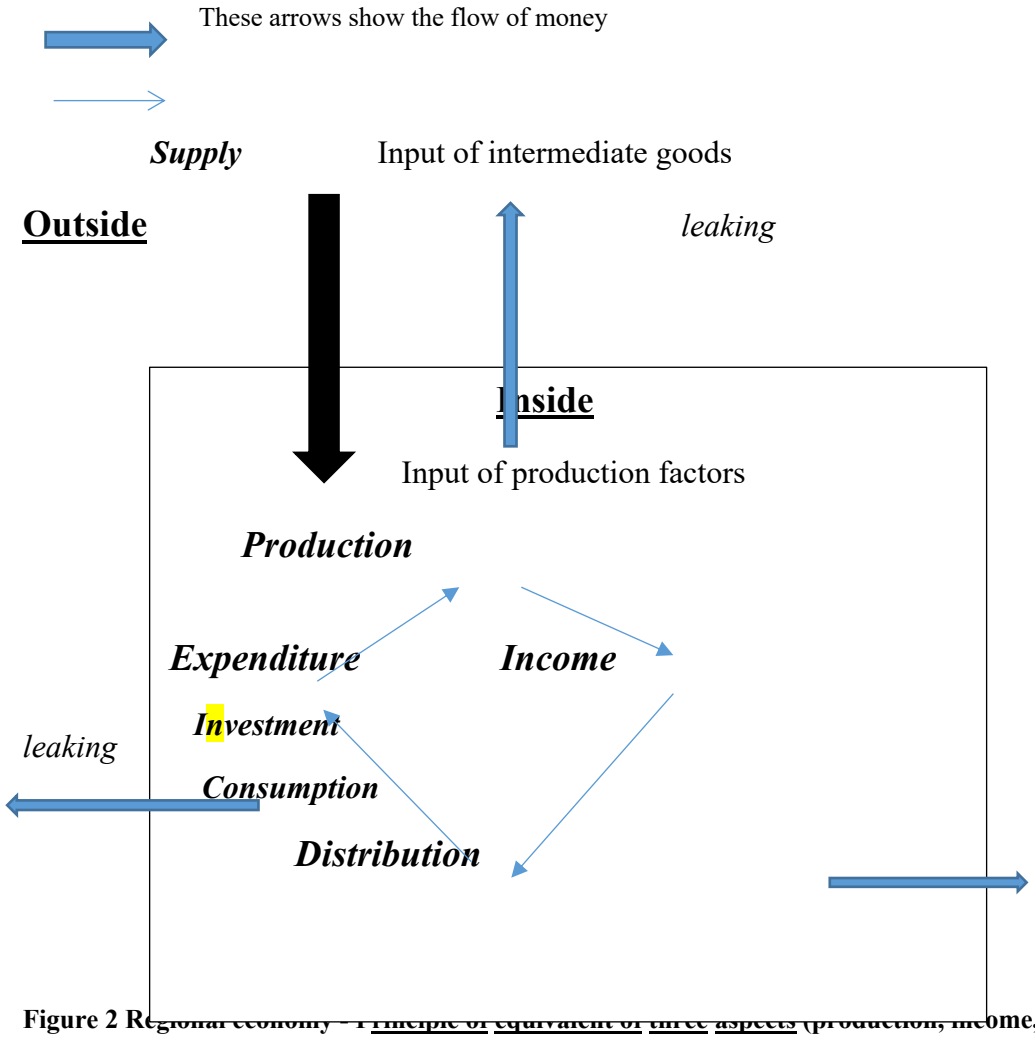


Figure 2 Regional economy - Principle of equivalent of three aspects (production, income, expenditure)

Source: Nakamura (2017)

There are three approaches of regional economic structure analysis; (i) flow analysis: two- There are three approaches of regional economic structure analysis; (i) flow analysis: two-sided analysis of real economy and monetary economy, (ii) stock analysis, (iii) portfolio analysis. (i) is important to visualize how much money regional people are getting as income and how much regional money is getting outside. (ii) Stock is the source of flow. Through stock analysis, comparative advantage may be newly found in regional resources, private capital, human resources, social capital, natural resources and so on. (iii) Portfolio analysis provides the idea of preferable match of industry and enterprise.

By using these three approaches it can make us possible not only to grasp the economic situation, but also to look at distinction of economic ripple effect which depends on the degree of internal circulation.

In these three approaches to regional economic structure analysis, the main thing is; (1) to distinguish regional economic structure and its mutual relationship, (2) to look at linkage and circulation in regional economy. In other words, they suggest; (1) to distinguish core industry which has power to make money,

and which industry supports regional employment or has employment capacity; (2) to clarify whether relationships between regional industries and enterprises are close. For example, to make sure whether regional industry or enterprises have provision of intermediate goods or parts by other regional industry or enterprises. This may be emphasized in Marshall's external economies.

This theory claims that sustainable regional economy requires the continuity of independent system. For this, it is essential to get detailed data and statistics pertinent to the region.

EXEMPLIFIED CASE STUDIES IN JAPAN

Shimokawa-cho 'sustainable environment future city' in Hokkaido.

It is municipality leading revitalization and development. Resource is 'hot water', which is originated from the forest management in Shimokawa-cho.

The town of Shimokawa is located in the central northern part of Hokkaido, and has a population of about 3,300 in an area of 644.2 square kilometers -- almost same as the total area of Tokyo's 23 wards. With about 90 percent of it forested, the town's main industries are forestry and agriculture. Situated in a heavy snowfall area, where the temperature drops to as low as minus 30 degrees Celsius in winter. Since a number of decades ago, Shimokawa-cho has had a lot of problems in terms of aging and decreasing population, marginalizing hamlets, less shopping access, less access to G.P, declining community, etc.

How Shimokawa-cho has successfully achieved forest management? The answer is its historical, a long-term strategy. In 1953, 'circulation forest management' method started. Out of the town-owned forest 4,583ha, 2,985ha has been used for 'circulation forest management' as man-made forest. The 50ha is cut annually and after immediately newly planted annually. Forest growing takes 60 years. Then planting 50ha×growing 60years =

3,000ha. The 'circulation forest management' method' is working out and this circulation of 'cutting • planting • growing' for 60 years has become established. The effect was massive:

Job creation, skilled elderly people required, local woodcutting related enterprise needed. As a result, it resulted into stable supply and circulation of wood. Production goods [wood – woody biomass fuel] produce 'consumption goods [hot water]', which are diverted into 'production goods [hot spring, regional heating system, shiitake (mushroom) production]'. Industrialisation created production and consumption goods simultaneously, and underpins a long-term durability of forest management project. In this context, Shimokawa-cho started town planning as 'local autonomy'. Target (D) was environment and town planning for low carbon society. Woody biomass production was developed further.

Otherwise local restaurant operation, community business, shopping support, watching service of elderly people, snow-removal service, mobile sales are serviced.

In recent years, an increasing number of people have relocated there from urban areas, putting a brake on depopulation.

References.

https://www.asahi.com/special/sdgs/shimokawacho/

JFS (Japan For Sustainability) Newsletter (2018). Kaneko (2018).

'One village one product (OVOP) movement' Oyama village in Kyushu

It started in a small village in 1961, Oyama, in the Oita Prefecture in south-western Japan as a 'village revitalization movement'. This is called NPC (new plum and chestnut) movement. Because the slogan of this movement is 'Let's go to Hawaii on holidays, planting plum and chestnut!'. 80 per cent of the village is forested mountains and fields. Despite of such circumstances both the central and prefectural government encouraged the increase of rice production and of livestock farming. Many villagers were working in forested mountains and as seasonal workers to earn additional income. Proposed and encouraged by the governor at that time, villagers with the agricultural cooperative and the mayor of the village started the campaign to contribute to local economy development and poverty alleviation. The original concept of this movement was to select products unique to the region. The village is naturally suitable for plums and chestnuts, which require light labour and earn much income. At present, apart from plum and prune, the main focus is mushroom – *enoki* and then *shiitake* added - , for which saw dust is used and it is plentiful in the village. In addition, wild herbs are on the list. Older people are joining to collect herbs, which are highly valued in the market. Above products are just the main examples. OVOP movement has developed into enhancing local communities' entrepreneurial skills by utilising local resource and knowledge, creating value-adding activities through branding of local products in local economy. The basic principle of this movement is that the grassroots in the community are the leading driver of self-reliance, and the administration is for indirect support, not financial but technical help. The governor of Oita prefecture subsequently backed this movement.

It should be pointed out that prior to this movement they had carried out village revitalization movement. In this movement the education of people is most important, which makes it feasible to be self-reliant and creative, for sustainable development and 'local link, global reach'. The movement has continued, developed, and expanded. There have arisen problems, depopulation for example. The principle is the 'products must be super best quality and local people must be employed (Yahata Kinji, the President of the Oyama Agriculture Cooperative, 2009).

Reference: Oikawa, T. presentation "Small and medium-sized enterprises as rural/local industry in some Southeast Asian countries and Japan - *collectivism and innovation*", 20th Euro-Asia International Research Seminar held in Bochum University, Germany 2015.

4. CONCLUSION

(1) Conceptual and theoretical viewpoint

Although the previous section shows just two examples of case studies, they indicate the realisation of Kaneko's community DLR theory that the pivotal factors for local revitalisation and development, Direction, Level (residents' power and will), and Resources worked out. Kaneko's community DLR theory may correspond with the notion from the study (Pisani, E. Franceschetti, G. Secco, L. & Christoforou, A. 2018). Both views share the pivotal importance of leadership in particular. The notion that region-specific characteristics influence the level of new business formation, but also the type of new business (Sternberg, 2011) may be shared with Kaneko's to some degree. As for the triple helix model (THM), it is promoted as a part of

LRD by the central government in Japan. The reality is that there is quite an imbalance between universities, central and local, in terms of public and private funding. This could result in the imbalance between industries (SMEs, 99.7% out of all enterprises) in terms of knowledge and technology.

Regional economic circulation structure analysis requires data and statics in detail pertinent to the targeted town. Most importantly, the theory is instructive but its requirement cannot be attained in the case of small town in Turkey. In our view, we need the community DLR as the foundation for LRD, and could say in general that a colligation of sociology and economics is necessary for LRD.

(2)Demre – a small town in Turkey – and a research path to a project for Demre

(i) Demre

• I stayed in Demre just 6 days for the conference, April in 2018.

A brief collection of information below is obtained by talking with the director of the education centre, staff in the municipality, and a keynote speaker for the conference. I visited the municipality and interviewed the village manager to obtain data and statistics as much as possible.

• Main employees in Demre in 2018

Agriculture population 15,000

Tourism 2,000 (nearly 700,000 tourists/year)

Agri-food business Not existed

• Population in Demre is not really recognised (Government regulation has changed each year).

2007 15,762 (8 neighbourhood)

2015 (plus 9 neighbourhood)

2017 26,200

2018 25,918 (17 neighbourhood)

Real population is not grasped; people who moved out to big cities, Istanbul in particular, but remain registered in Dumre municipality).

• The people I talked were eager for revitalisation and development of Demre. Some were for tourism and other rather for economic development, i.e. manufacturing because the area is totally agricultural.

• In the suburbs in Demre, 30 to 40 minutes by car, there is a beautiful beach and cultural heritage. Tourists may visit these area directly from other counties.

• My observation and impression in Demre town

The town is not always busy and lively. However, a lot of children are playing in the central public square. I met a university student and talked with him. He was happy securing a position in near-by bank. There is no postbox and I asked some local people in the street where it is. They said neither post box nor post office in this town, so you have to travel to a neighboring town to post. I asked at different spots in town. Two days after I just said jokingly to the owner of the carpet shop and his friend that you have no post office here in this town. Then, the one said we have post office over there pointing the direction. It was there, in the ground floor in the quite a new look building is a quite a new look post office.

(ii) My research path to a project for Demre revitalization and development

Above all, we need data about Demre much more. Therefore this is quite a current idea.

Again Kaneko's community DLR theory for local and regional development is usable, I think, and should be used as the foundation for Demre development. The two exemplified case studies may be helpful to understand Kaneko's, showing concrete experience. I think that Demre needs the core industry (Nakamura's theory) based on agriculture. As a keynote speaker demonstrated, agri-food business can be a possibility, with tourism.

REFERENCE

Etzkowitz, H. 2003 (Sept). "Innovation in Innovation: the Triple Helix of university-industry-government relations". Social Science Information, 42 (3): 293-337.

Hamada, Y. and Kaneko, I. 2017, "Chihōsōseiron ni miru「まち、ひと、しごと」（town, people, job in regional regeneration theory", Hokkaido University: Economics Studies, 67 (2): 29-97.

Hon'ma, Y. 2016. Chiiki saisei no jōken (conditions for regional revitalisation). Tokyo: Iwanami shoten (shin'sho)

Japan For Sustainability. 2018 (July). Shimokawa, Hokkaido: Advancing SDG-Based Community Building. JFS Newsletter No.191.

Kaneko, I. 2016. Sociology of regional revitalisation and disappearance. Tokyo: Minerva shobo.

Kaneko, I. 2018, "Regional Empowerment for Local Community in Japan:

Creating a Virtuous Cycle between Communities, People and Work", Journal of Regional Development Studies, 1: 1-22, Kitakyushu City University.

Nakamura, R. 2009 (Sept). "地方経済循環による自立と格差の解消をめざして（towards independence and elimination of disparity by regional economy circulation）". JOYO ARC.

Nakamura, R. 2013 (Dec.). "地方経済の自立と持続可能性に向けて (towards independence and sustainability of regional economy". DIO（連合総合生活開発研究所）

Nakamura, R. 2015 (6 May). "Regional revitalisation: regional viewpoint – develop industry capable to earn money". Nikkei: Keizai kyōshitsu (economy teaching room).

Nakamura, R. (2017, July). "地域経済構造分析と循環型経済への自治体戦略（municipality's strategy towards regional economic structure analysis and circulating economy）". RIETI (Research Institute of Economy, Trade and Industry), Gekkan gabanan'su (Monthly Governance)

Pisani, E. Franceschetti, G. Secco, L. and Christoforou, A. (eds.).2017. Social capital and local development. Palgrave macmillan.

Pike, A., Rodoriguez-Pose, A., and Tomaney, J. 2017. Local and Regional Development (Second edition), Routledge.

Rodrigues, C. and Melo, A.I. 2013 (Sept). "The triple helix model as inspiration for local development policies: An experience-based perspective". International Journal of Urban and Regional Research, 37 (5): 1675-1687.

Sternberg, R. 211. "Regional determinants of entrepreneurial activities – theories and empirical evidence". In Frisch, M. (ed.), Handbook of Research on entrepreneurship and regional development. Cheltenham: Edward Elger, pp. 33-57.

Stiglitz, J., Sen, A., and Fitoussi, J.-P. 2008. Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress, http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/dossiers_web/stiglitz/doc-commission/RAPPORT_anglais.pdf (accessed 17 February 2016)

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Oto Sanayi Işçilerinde Algilanan Iş Güvencesinin Demografik Farkliliklar Çerçevesinde Incelenmesi[1]

Full Text / Tam Metin

Banu ÖZBUCAK ALBAR[2]

Özet

Son yıllarda yaşanan ekonomik dalgalanmaların getirdiği belirsizlikler, esnek çalışma düzenlemeleri, işletmelerin küçülme ve yeniden yapılanma stratejileri, çalışanın hakkının korunması ve işverenlerin bu konudaki keyfi uygulamalarının engellenmesi açısından iş güvencesi konusu giderek artan bir önem kazanmıştır. İş güvencesinin yoksunluğundan kaynaklanan iş güvencesizliği günümüzde çalışma hayatında bireyin işe devamlılığında algıladığı bir tehdit olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaşanılan bu tehdit unsuru çalışanın geleceğe yönelik planlarında belirsizlik ve sürekli kaygı halini de ortaya çıkarmaktadır. Çalışanların iş ortamlarında algıladıkları huzur ve geleceğe ilişkin belirsizlik yaşamamaları örgütsel bağlılıkları ve iş tatminleri üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Bu çalışma ile ortaya konulmak istenen amaç, oto sanayi işletmelerinde çalışanların algıladıkları iş güvencesini belirlemektir. Bu amaçla Zonguldak oto sanayi çalışanlarının sosyo-demografik özellikleri ile algılanan iş güvencesi, anket yoluyla toplanan veriler ışığında SPSS 25.0 istatistik programı yardımıyla değerlendirilmiştir. Araştırmada çalışanların algılanan iş güvencesi ile demografik değişkenlerden yaş, toplam çalışma yılı, günlük çalışma süresi ve evin mülkiyeti arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *İş Güvencesi, Oto Sanayi İşçisi, Çalışma Koşulları*

Jel Kodları: *J53, J63, J81*

Analysis of Perceived Job Security in Auto Industry Workers in the Framework of Demographic Differences

Abstract

The issue of job security has gained increasing importance in terms of uncertainties caused by economic fluctuations in recent years, flexible working arrangements, reduction and restructuring strategies of enterprises, protection of employee rights and prevention of employers' arbitrary practices. The job insecurity resulting from the lack of job security today is seen as a threat perceived in the continuity of the work in the work life. This threat poses the uncertainty and constant anxiety in the future plans of the employees. Employees' perceived tranquility and uncertainty about the future in their work environments have a positive impact on their organizational commitment and job satisfaction. The aim of this study is to determine the perceived job security of the employees in auto industry enterprises. For this purpose, socio-demographic characteristics and perceived job security of Zonguldak auto industry employees were evaluated with the help of SPSS 25.0 statistics program. In the study, it

[1] Bu çalışma 4-6 Nisan 2019 tarihleri arasında İzmir'de düzenlenen 3. Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi 'nde sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Bülent Ecevit Üniversitesi, İ.İ.B.F., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, ozbucak1@hotmail.com

was concluded that there is a positive relationship between the perceived job security and demographic variables, age, total working year, daily working time and house ownership.

Keywords: *Job Security, Auto Industry Worker, Working Conditions*

JEL Classification Codes: *J53, J63, J81*

GİRİŞ

Son yıllarda değişen ekonomik koşullarla birlikte çalışanlar işlerinin geleceğine ilişkin belirsizlik yaşamakta ve günden güne işlerini kaybetme olasılıkları ve kaygıları yükselmektedir. Her an işini kaybetme korku ve endişesiyle çalışanlarda iş güvencesizliği olgusu ortaya çıkmaktadır. Özellikle belirsiz süreli işlerde çalışanların hayatlarını kontrol edebilmelerini güçleştiren iş güvencesizliği, çalışanların uzun vadede iş tatminsizliği, iş stresi, sağlık problemleri, performansta düşme, işe yabancılaşma, örgüte bağlılık ve güven sorunları gibi problemler yaşamalarına neden olabilmektedir (Özbucak Albar, 2017:73-74). Bu çerçevede iş güvencesi konusunun çalışanlar üzerindeki etkileri dikkate alındığında, bu durumun örgütler açısından son derece önem arz ettiği; çalışanların belirsizlik ve kaygıları giderilerek oluşturulacak örgüt ikliminde gözlemlenebilir olumlu etkiler sağlanabileceği ve neticede etkinlik ve verimlilik artışlarının olabileceği düşünülmektedir.

Bu doğrultuda çalışmada ele alınan konu "oto sanayi işçilerinin örgütlerinde algıladıkları iş güvencesi ile demografik farklılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesidir". İşçilerin algıladıkları iş güvencesi ile kaygı düzeyleri arasındaki ilişki özellikle yaşadığı bölge ve diğer demografik koşullara göre değişiklik gösterebilmektedir. Çalışmada öncelikle iş güvencesi ve güvencesizliği kavramları kuramsal çerçevede ortaya konulmuştur. Daha sonra oto sanayi çalışanlarının iş güvencesine ilişkin algısı sosyo-demografik özellikleri bakımından anket yoluyla toplanan veriler ışığında değerlendirilmiştir.

İş Güvencesi Kavramı

İş güvencesi kavramı, Dünya'da ilk kez 1917 yılında Meksika Anayasası'nda işverenlerin çalışanlarını işten çıkartmaların geçerli bir nedene dayandırılması gerekliliği kapsamında bir hüküm olarak yer almıştır (Candan, 2002:8). Ülkemizde ise ilk kez 1960-1970'li yıllarda iş iklimi envanterleri araştırmalarında ve iş tatminini etkileyen faktörlerden biri olarak literatürde karşımıza çıkan iş güvencesi kavramı, 1980 ve sonrasında işletmelerin küçülme ve kapanmaları, yeniden yapılanma stratejileri, esnek çalışma düzenlemeleri ve geçici iş sözleşmelerindeki artışlar gibi temel değişikliklerle üzerinde sistemli bir şekilde çalışılmaya başlanılan sosyal bir olgu haline gelmiştir (Çetin, 2015: 75).

İş güvencesi olgusu, iş görenlerin korunmasını hedefleyen modern iş hukuku çerçevesinde ortaya çıkmış ve gelişmiş olan bir kavramdır (Çelik, 2008:1-2). Geçimini emeği ile sağlayan bağımlı çalışanların, herhangi geçerli bir neden olmaksızın ve sebep göstermeksizin işveren tarafından iş sözleşmesine son verilmesinin engellenmesi amaçlı oluşturulan normatif düzenlemeleri kapsamaktadır (Önsal, 2017: 224). Çalışma hayatında iş ilişkisinin işveren tarafından haklı bir nedene dayanmaksızın feshedilebilmesi, çalışanı iki açıdan olumsuz etkilemektedir. İlki işverenin haksız uygulamalarına karşılık işten çıkarılma korkusu ile çalışanın hakkını arayamaması şeklinde, çalışma koşullarının çalışan aleyhine değişmesi, ikinci ise; gelirini kaybeden çalışanın kendisi ve bakmakla yükümlü olduğu ailesinin yaşamının maddi açıdan sıkıntıya düşmesi olasılığıdır (Poyraz ve Kama, 2008:145).

Çalışan haklarının değer kazanması için uygun bir işe yerleştirmekle kalmayıp aynı zamanda onların işlerini kolay kaybetmesini engelleyici unsurların oluşturulması iş güvencesi olgusuyla sağlanmaktadır (Ağer, 2006:3). İş güvencesi ile çalışan birey kanunda kendisine tanınan hakkını arama imkânına sahip olabilmektedir. Bu güvencenin yokluğu halinde ise, çalışan birey iş sözleşmesinde yer almayan ve yasaya aykırı olan işveren talimatlarını işten atılma korkusu ile yerine getirmek zorunda bırakılmaktadır (Poyraz ve Kama, 2008:145-146). Gerek çalışanlara huzurlu ve güvenli koşullarda iş ortamı yaratılmasında, gerekse çalışma hayatının düzen ve istikrarının sağlanmasında iş güvencesinin varlığı zorunlu bir unsur olup, eksikliği hali iş güvencesizliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

İş Güvencesizliği Kavramı

İş güvencesizliği kavram olarak farklı şekillerde tanımlanmıştır. İş güvencesizliğini "işsizlik tehditi" olarak algılayan Greenhalh ve Rosenblatt (1984:438) bu kavramı, kişinin işe devamlılığının tehdit altında olması halinde, istekli olarak çalışmaya devam etmesindeki güçsüzlüğü; Sverke vd. (2002:243) bireyin istemsiz bir şekilde iş kaybı olasılığı hakkında kaygıları; Cheng ve Chan (2008:275) bireylerin, işlerinin sürekliliği üzerindeki olası tehlikenin algılanması; Heaney, Israel ve House (1994:1431) bireyin söz konusu işinin devamlılığına ilişkin potansiyel tehdit algısı; Buitendach ve Witte (2005:27) çalışanın işsiz kalma korkusu; Rosenblatt ve Ruvio (1996:587) ise bireyin gelecekte işinin var olup olmayacağı konusunda duyduğu endişe olarak tanımlanmaktadır. Wittle (2005:1-2) ise benzer şekilde iş güvencesizliğini, çalışanın işini kaybetmeye yönelik yaşadığı belirsizlik ve beraberinde getirdiği endişe şeklinde ele almış ve nedenlerini üç başlık altında özetlemiştir. Bunlar;

Bölgesel veya örgütsel seviyedeki makro değişkenler (işsizlik oranları, örgütsel yapıdaki değişimler)

Çalışanın iş konumunu belirleyen özellikler (yaş, hizmet süresi, tecrübe gibi pozisyonel özellikler)

Çalışanın kişilik özellikleri (içsel kontrol odağı ve olumsuz duygulanım gibi özellikler)'dir.

İş güvencesizliğine ilişkin tanımlar doğrultusunda bu kavram, çalışanın istihdam edildiği örgütteki mevcut işinin sürekliliğini ve güvencesini engelleyici yasal ya da yasal olmayan esaslı değişimler sonucunda, çalışanın örgütteki istihdamı ile ilgili inançlarının değişime uğraması ve işini kaybetme kaygısı yaşaması hali olarak ifade edilebilmektedir (Özbucak Albar, 2018:166). İş güvencesizliğinin temelinde; belirsizlik, algılanan tehdit ve işsizlik kaygısı gibi unsurlar yer almaktadır (Çakır, 2007:120). Belli başlı üç grupta sıklıkla yaşanmaktadır. Bu gruplar içerisinde en çok ikincil işgücü yani sürekli iş sözleşmesine sahip olmayan kısmi süreli çalışanlar, mevsimlik işçiler ve geçici çalışanlar yüksek risk altında yer almaktadır. Diğer grupta uzmanlık ve teknik bilgi gerektiren çalışma alanlarında iş bitimi süresiyle çalıştırılan, tele çalışanlar gibi yaptığı işi işyerine bağlı olarak yürütmek zorunda olmayanlar kişilerdir. Üçüncü grupta ise işe yeni başlayanlar ve deneme süresi kapsamında yer alanlar çalışanlar bulunmaktadır (Çakır, 2007:118). İş güvencesizliğinin örgütsel ve bireysel sonuçları bulunmaktadır. Örgütsel açıdan, örgüte bağlılık ve güven sorunlarının yanı sıra uzun vadede iş performansında azalma, işe devamsızlık ve işten ayrılma eğilimi gözlenmektedir. Kısa ve uzun vadeli bireysel sonuçlar kapsamında ise iş tatmini, işe bağlılık sorunları ile iş stresine bağlı fiziksel ve zihinsel sağlık sorunları yaşanmaktadır (Sverke vd., 2002: 243).

Çalışma hayatında iş güvencesizliğinin belirleyicileri arasında demografik, pozisyonel ve kişilik özelliklerinin yanı sıra çevresel ve örgütsel koşullardan kaynaklı değişkenler de yer almaktadır (Seçer, 2012:360-369). İş güvencesizliği olgusunun demografik özelliklerden biri olan cinsiyet üzerindeki

etkilerine odaklanan bazı araştırmalarda, erkeklerin kadınlardan daha fazla iş güvencesizliği algısı yaşadıkları tespit edilmiştir (Sverke ve diğ.,2006:111). Algılanan iş güvencesizliği düzeyini etkileyen demografik faktörlerin başında yer alan yaş değişkeni değerlendirildiğinde ise, yaşlı çalışanların diğer çalışanlara göre daha üst düzey güvencesizlik yaşadığı gözlemlenmektedir (Seçer, 2012:363). Çalışanın medeni durumunun etkisine bakıldığında sadece eş sahibi olmak, algılanan iş güvencesizliği üzerinde etkili bulunmamıştır. Bununla birlikte çocuk sahibi bir çalışan olmanın, çocuk sorumluluğu olmayanlara kıyasla daha yüksek iş güvencesizliği yaratacağı düşüncesi Naswall ve De Witte (2003) tarafından yapılan araştırma neticesinde desteklenmemiştir. Bunun sebebi olarak da çocuk sahibi olma ile yüklenilen sorumluluk ve ekonomik sıkıntıların, kişinin hem bir eşinin olması ve hem de ekonomik durumu ile azalabileceği görüşü ileri sürülmektedir (Seçer, 2012:362-363).

İş güvencesizliği algısı, öznel bir yaşantı olup, emsal koşullarda çalışan iki çalışan, aynı durumu farklı algılayabileceğinden dolayı yaşadıkları iş güvencesizliği derecesi farklı olabilmektedir (Naswall ve De Witte, 2003:193). Bunun yanı sıra iş sözleşmesinin özelliklerinden kaynaklı yarı zamanlı ve tam zamanlı çalışanlar ile belirli süreli ve belirsiz süreli çalışanların iş güvencesizliği algısının da farklılık gösterebileceği öne sürülmektedir (Seçer, 2007:329). Ayrıca örgütsel değişimler de iş güvencesizliğine neden olmaktadır. Rol belirsizliği, yönetim değişimleri ya da psikolojik taciz (mobbing) iş güvencesizliğin düzeyini arttıran faktörler arasında yer almaktadır. Örgüt içi psikolojik tacize maruz kalan bir çalışan da işsiz kalma tehdidi ile karşı karşıya kaldığı için, bu duruma sessiz kalarak işine devam etmek zorunda kalacaktır (Seçer, 2007:330). Algılanan düşük düzeyli iş güvencesinin yarattığı belirsizlik, çalışanın geleceğinin kontrol etme yeteneğini olumsuz etkileyerek değer yargılarını olumsuz yansımakta ve çalışma hayatında iş tatminsizliğine yol açmaktadır (Poyraz ve Kama, 2008:148).

ARAŞTIRMA METODU

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın temel amacı, oto sanayi işletmelerinde çalışanların demografik farklılıklarının algıladıkları iş güvencesine etkisinin belirlenmesidir. Bu amaçla, sanayi çalışanlarının mevcut istihdam durumlarını ve gelecekteki istihdam süreçlerini nasıl algıladıkları ve bu algılama düzeylerinin demografik farklılıklarına göre nasıl değiştiği yapılan analizlerle incelenmeye çalışılacaktır.

Araştırmanın evrenini oto sanayi sektörü çalışanları oluştururken, bu evrendeki bulguları genellemek amacıyla seçilen örneklemi ise, Zonguldak il merkezi ve yakın ilçelerinde yer alan oto sanayi işletmelerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Alan araştırması çerçevesinde hedef kitle mavi yaka çalışanlardır. Zonguldak Merkez, Üzülmez ve Kozlu Sanayi sitelerinde oto tamir atölyesi çalışanlarına dağıtılan anket sayısı 75 olup, geri dönen formlardan 6 tanesi hatalı doldurulduğu ya da boş bırakılan soru sayısının fazla olduğu dikkate alınarak değerlendirilmemiştir. Sonuç olarak analizler için farklı demografik özelliklere sahip toplam 69 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan sorular şunlardır;

Yaş ile çalıştığım işte kalıcıyım ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Yaş ile gelecekte işsiz kalma olasılığım var ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Toplam çalışma yılı ile gelecekte işsiz kalma olasılığım var ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Evin mülkiyeti durumu ile işyerimde yaptığım hata bende işsizlik kaygı oluşturur ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Günlük çalışma süresi ile gelecekte işsiz kalma olasılığım var ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Araştırma Yöntemi ve Verilerin Analizi

Araştırmada veri toplama yöntemi anket tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Anketin ilk bölümünde cevaplayıcıların demografik özellikleri hakkında bilgi edinmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümünde ise çalışanların iş güvencesine ilişkin algıları, Budak (2017) tarafından yapılan çalışmanın sorularından ve literatür taraması ile elde edilen bilgilerden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Araştırmanın birinci bölümündeki demografik veriler, frekans dağılımı ve yüzde dağılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda yaş, toplam çalışma süresi, evin mülkiyeti ve günlük çalışma süresi değişkenlerinin ankette yer alan ifadeler ile olan ilişkisi ki-kare analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları % 95 güven düzeyinde ele alınmıştır. Verilerin analizinde sosyal bilimler istatistik paket programı SPSS (Statistical Package For Social Sciences) 25.0 kullanılmıştır.

Bulgular

Demografik Bulgular

Araştırma kapsamındaki çalışanların demografik özelliklerini belirlemeye ilişkin frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Demografik Bulgular

DEĞİŞKENLER	**ÖLÇEKLER**	**FREKANS**	**%**
Medeni Durum	Evli	27	39,1
	Bekâr/ Ayrılmış	42	60,9
Yaş	18-28 yaş arası	22	31,9
	26-35 yaş arası	23	33,3
	36-45 yaş arası	19	27,5
	46-55 yaş arası	3	4,3
	56 yaş ve üstü	2	2,9
	İlkokul	13	18,8
	Ortaokul	19	27,5

Eğitim	Lise	30	43,5
	Üniversite	7	10,1
Toplam Çalışma Yılı	0-2 yıl arası	5	7,2
	3-5 yıl arası	6	8,7
	6-8 yıl arası	11	15,9
	9-11 yıl arası	15	21,7
	12 yıl ve üstü	32	46,4
İşyerindeki Unvanı	Çırak	7	10,1
	Kalfa	34	49,2
	Usta	28	40,6
Ücret Alma Sıklığı	Günlük	11	15,9
	Haftalık	34	49,3
	Aylık	24	34,8
Aylık Net Gelir	500-1000 ₺ arası	6	8,7
	1001-1500 ₺ arası	8	11,6
	1501-2000 ₺ arası	24	34,8
	2001-2500 ₺ arası	12	17,4
	2501 ₺ ve üstü	19	27,5
Ek İş Yapma Durumu	**Evet**	3	4,5
	Hayır	53	76,8
	Bazen	10	14,5
Aylık Ortalama Gider	500-1000 ₺ arası	7	10,1
	1001-1500 ₺ arası	8	11,6
	1501-2000 ₺ arası	14	20,3
	2001 ₺ ve üzeri	40	58,0
TOPLAM		**69**	**100**

Araştırmaya katılan oto sanayi çalışanlarının tamamı mavi yakalı erkek çalışanlardan oluşmaktadır. Çalışma şekilleri incelendiğinde %97.1'i tam zamanlı olarak, %2.9'u yarı zamanlı olarak çalışmaktadır. Katılımcıların %60,9'lık çoğunluğu bekâr ya da eşinden ayrılmış, %39,1'i ise evlidir. Evli olan katılımcılardan %2.9' unun eşi tam zamanlı çalışmakta, %1.4'ünün eşi ise bazen (iş oldukça) çalışmaktadır. Çalışan eşlerin %2,9'u aylık 1501-2000 ₺ **arası, %1,4'ü ise 2001-2500 ₺ arası kazançla aile bütçesine katkı** sağlamaktadır. Ayrıca katılımcılardan evli ya da ayrılmış olanların bakmakla yükümlü olduğu çocuk sayıları incelendiğinde; 1 ya da 2 çocuğa sahip olan 26 kişi, 3 ya da 4 çocuklu 6 kişi, 5 ve üzeri çocuğa sahip 1 kişi tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde, 14-17 yaş aralığında çocuk ya da genç işçi olmadığı saptanmıştır. Katılımcıların %31,9'u 18-25 yaş arası, %33,3' ü 26-35 yaş arası, %27,5'i 36-45 yaş arası, %4,3'ü 46-55 yaş arası, %2,9'u ise 56 yaş ve üzeridir. Araştırma kapsamında 18-35 yaş arası çalışanların çoğunlukta olmasının nedeni, oto sanayi işletmelerinin daha çok gençlere yönelik olarak istihdam sağlamasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan çalışanların eğitim durumlarına bakıldığında; okuryazar olmayan çalışan bulunmamakla birlikte, %18,8'i ilkokul, %27,5'i ortaokul, %43,5'i lise, %10,1'i üniversite mezunudur. Katılımcıların işyerlerindeki statüleri incelendiğinde; %10,1'i çırak, %49,2'si kalfa, %40,6'sı ise usta olarak istihdam edilmektedir. Katılımcıların işyerinde günlük çalışma saatleri değerlendirildiğinde; %58' lik çoğunluğun 12 saat, %21,7' sinin 14 saat, %20,3'ünün ise günlük 8 saat çalıştığı belirlenmiştir.

Katılımcıların toplam çalışma yılı incelendiğinde 12 yıl ve üzerinde çalışmışlığı olan %46,4'lük bir çoğunluk dikkat çekmektedir. Oto sanayi çalışanlarıyla yapılan anket uygulaması sırasında edinilen sözlü bilgiler ışığında, bu sektörde işi öğrendikten sonra işyeri değişikliği yaşansa da meslek değişikliğinin çok nadiren yaşanmasının bu sonuç üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların %15,9'u ücretini günlük alırken, %49,3'ü haftalık, %34,8'i ise aylık olarak almaktadır. Katılımcıların ücret alma sıklıkları değişse de, aylık olarak toplam gelirleri değerlendirildiğinde %79,7'luk çoğunluğun 1501 ₺ ve üzeri gelire sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmaya katılan oto sanayi çalışanlarının mevcut ekonomik koşullarında ek iş yapıp yapmadıkları incelendiğinde; çoğunluğu oluşturan %76,8'inin ek iş yapmadığı, %4,5'inin sürekli olarak ek iş yaptığı, %14,5'inin ise zaman zaman ek iş yaptığı tespit edilmiştir. Sürekli ya da zaman zaman ek iş yapan toplam 13 çalışanın elde ettikleri ek gelirler değerlendirildiğinde, %14,5'i (10 kişi) ek çalışması karşılığı 500 ile 1000 ₺ arası, %4,5'i ise 1001-1500 ₺ arası ek kazanç elde etmektedir.

Katılımcıların ortalama aylık giderleri değerlendirildiğinde; %58'lik çoğunluğun 2001 ₺ ve üzeri harcamaları olduğu tespit edilmiştir. Oturdukları evin mülkiyeti incelendiğinde ise %42'lik çoğunluğun ailesiyle ya da akraba yanında yaşadığı, % 24,6'sının kira ödediği, %33,3'ünün ise mülkiyeti kendine ait olan evde ikame ettiği tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların çoğunluğun genç ve bekâr olması sebebiyle ailesiyle birlikte yaşamasının bu sonuçta etkili olduğu düşünülmektedir. Son olarak katılımcıların satın alma güçlerine ilişkin son altı ay içerisinde evlerine uzun süreli kullanım amaçlı (beyaz eşya, mobilya vb.) bir eşya alıp almadıkları sorulduğunda katılımcıların %17,4'ü aldığını ifade ederken, %82,6'lık büyük bir çoğunluğu çok daha uzun süredir almadıklarını ifade etmişlerdir.

Değişkenlerin Analizi

Araştırma kapsamında yer alan oto sanayi işletmelerinde çalışanlara birebir yapılan görüşmeler yoluyla uygulanan anket sonucunda iş güvencesi algılarına ilişkin bilgiler elde edilmiştir. Araştırmanın temel soruları bu kapsamda değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Yaş ile Çalıştığım İşte Kalıcıyım ifadesine verilen cevaplar arasındaki ilişkinin incelenmesi

			Çalıştığım işte kalıcıyım		Toplam	X^2	p
			Hayır	Evet			
Yaş	18-25 yaş arası	n	8	14	22	8,32	0,02
		%	36,4%	63,6%	100,0%		
	26-35 yaş arası	n	8	15	23		
		%	34,8%	65,2%	100,0%		
	36 yaş ve üzeri	n	1	23	24		
		%	4,2%	95,8%	100,0%		
Toplam		n	17	52	69		
		%	24,6%	75,4%	100,0%		

Tablo incelendiğinde, 18-25 yaş grubunda bulunan katılımcıların %63,6'sı, 26-35 yaş grubunda bulunan katılımcıların %65,2'si ve 36 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %95,8'i çalıştığı işte kalıcı olduğunu düşünmektedir. Yaş ile Çalıştığım işte kalıcıyım ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (X^2=8,32; p<0,05). 36 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcılarda ise çalıştığı işte kalıcı olduğunu düşünme oranı daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 3. Yaş ile Gelecekte İşsiz Kalma Olasılığım Var ifadesine verilen cevaplar arasındaki ilişkinin incelenmesi

			Gelecekte işsiz kalma olasılığım var		Total	X^2	p
			Hayır	Evet			
Yaş	18-25 yaş arası	n	18	4	22	7,80	0,02
		%	81,8%	18,2%	100,0%		
	26-35 yaş arası	n	10	13	23		
		%	43,5%	56,5%	100,0%		

	36 yaş ve üzeri	n	17	7	24
		%	70,8%	29,2%	100,0%
Total		n	45	24	69
		%	65,2%	34,8%	100,0%

Tablo incelendiğinde, 18-25 yaş grubunda bulunan katılımcıların %18,2'si, 26-35 yaş grubunda bulunan katılımcıların %56,5'i ve 36 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %29,2'si gelecekte işsiz kalma ihtimalinin olduğunu düşünmektedir. Yaş ile Gelecekte işsiz kalma olasılığım var ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (X^2=7,80; p<0,05). 26-35 yaş grubunda bulunan katılımcılarda ise gelecekte işsiz kalacağını düşünme oranı daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 4. Toplam Çalışma Yılı ile Gelecekte İşsiz Kalma Olasılığım Var ifadesine verilen cevaplar arasındaki ilişkinin incelenmesi

			Gelecekte işsiz kalma olasılığım var		**Toplam**	X^2	**p**
			Hayır	**Evet**			
Toplam çalışma yılı	5 yıl ve altı	n	7	4	11	9,42	0,02
		%	63,6%	36,4%	100,0%		
	6-8	n	9	2	11		
		%	81,8%	18,2%	100,0%		
	9-11	n	5	10	15		
		%	33,3%	66,7%	100,0%		
	12 yıl ve üstü	n	24	8	32		
		%	75,0%	25,0%	100,0%		
Toplam		n	45	24	69		
		%	65,2%	34,8%	100,0%		

Tablo incelendiğinde, toplam çalışma süresi; 5 yıl ve altı olan katılımcıların % 36,4'ü, 6-8 yıl olan katılımcıların %18,2'si, 9-11 yıl olan katılımcıların % 66,7'si ve 12 yıl ve daha fazla olan katılımcıların ise %25'i gelecekte işsiz kalma ihtimalinin olduğunu düşünmektedir. Toplam çalışma süresi ile gelecekte işsiz kalma olasılığım var ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (X^2=9,42; p<0,05). Çalışma süresi 9-11 yıl olan katılımcılarda ise, gelecekte işsiz kalacağını düşünme oranı daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 5. Evin Mülkiyeti Durumu ile İşyerimde yaptığım hata bende işsizlik kaygı oluşturur ifadesine verilen cevaplar arasındaki ilişkinin incelenmesi

			İşyerimde yaptığım hata bende işsizlik kaygı oluşturur		Toplam	X^2	p
			Hayır	Evet			
Evinizin mülkiyeti kimin?	Kira	n	9	8	17	8,12	0,016
		%	52,9%	47,1%	100,0%		
	Kendimin	n	21	2	23		
		%	91,3%	8,7%	100,0%		
	Akrabamın	n	18	11	29		
		%	62,1%	37,9%	100,0%		
	Toplam	n	48	21	69		
		%	69,6%	30,4%	100,0%		

Tablo incelendiğinde, evi kira olan katılımcıların %47,1'i evi kendisine ait olan katılımcıların %8,7'si ve evinin mülkiyeti akrabalarına ait olan katılımcıların ise %37,9'u iş yerinde yaptığı hatanın işsizlik kaygısı oluşturduğunu ifade etmiştir. Evin Mülkiyeti Durumu ile İşyerimde yaptığım hata bende işsizlik kaygı oluşturur ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (X^2=8,12; p<0,05). Evi kira ve evinin mülkiyeti akrabalarına ait olan katılımcılarda ise, yapılan hatanın işsizlik kaygısı oluşturma oranı daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 6. Günlük Çalışma Süresi ile Gelecekte işsiz kalma olasılığım var ifadesine verilen cevaplar arasındaki ilişkinin incelenmesi

			Gelecekte işsiz kalma olasılığım var		Toplam	X^2	p
			Hayır	Evet			
Günlük çalışma saati	8	n	5	9	14	7,22	0,03
		%	35,7%	64,3%	100,0%		
	12	n	28	12	40		
		%	70,0%	30,0%	100,0%		
	14	n	12	3	15		
		%	80,0%	20,0%	100,0%		
Toplam		n	45	24	69		
		%	65,2%	34,8%	100,0%		

Tablo incelendiğinde, günlük çalışma süresi 8 saat olan katılımcıların %64,3'ü, 12 saat olan katılımcıların %30'u ve 14 saat olan katılımcıların %20'si gelecekte işsiz kalma olasılığının bulunduğunu ifade etmiştir. Günlük Çalışma Süresi ile Gelecekte işsiz kalma olasılığım var ifadesine verilen cevaplar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (X^2=7,22; p<0,05). Günlük çalışma süresi 8 saat olan katılımcılarda ise, gelecekte işsiz kalacağını düşünme oranı daha yüksek bulunmuştur.

SONUÇ

Tüm bu bulgular oto sanayi sektöründe çalışan toplam 69 işçinin demografik değişkenleri ile iş güvencesi algılama düzeyleri arasında farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Algılanan iş güvencesizliği düzeyini etkileyen demografik değişkenlerin başında yer alan yaş değişkeni değerlendirildiğinde, literatürü destekler nitelikte bir sonuca ulaşılarak, çalışanların yaşı arttıkça çalıştıkları işte kendilerinin kalıcı hissettikleri tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların önemli bir kısmının 18-35 yaş aralığında olmasının nedeni, oto sanayi işletmelerinde mesleki eğitim sisteminin varlığından kaynaklı olup, 6899 Sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'na göre "çırak", "kalfa" ve "usta" hiyerarşisinin işletme içi beceri eğitimleriyle tecrübe edilebilmesinden kaynaklı olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca yaş değişkeni ile ilgili olarak araştırmaya katılanların önemli bir çoğunluğunun bekâr olduğu tespit edilmiştir.

Bu sektördeki toplam çalışma süresi açısından algılanan iş güvencesizliği değerlendirildiğinde, araştırmaya katılanların çoğunluğu edindikleri iş tecrübesi sayesinde gelecekte işsiz kalma kaygı ve endişesi yaşamadıkları tespit edilmiştir. Çalışanların oturdukları evlerinin mülkiyeti ise algıladıkları iş güvencesizliğini etkileyici bir değişken olup, kirada ya da akrabalarına ait bir evde ikamet eden çalışanlarda işyerinde yaptıkları bir hatanın kendilerinde işsizlik kaygısı oluşturma oranı, evin mülkiyetine sahip olan çalışanlara kıyasla çok daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlardan hareketle oto sanayi işçilerinin mesleki eğitim sistemi içerisinde edindikleri işletme içi becerileri son derece önemli olup, çalışanların algıladıkları iş güvencesizliği üzerinde de etkisi görülmektedir.

Şüphesiz ki çalışma hayatında iş güvencesini sağlama açısından örgütlerden beklenen, sadık işgücünü koruma ve iş tatminini arttırma bilinciyle hareket edilmesi olup, bu durum uzun vadede hem örgütler hem de çalışanlar açısından olumlu sonuçlar meydana getirecektir.

KAYNAKLAR

AĞER, İ. (2006), "Türk Çalışma Yaşamında İş Güvencesi", Adalet Yayınevi, Ankara.

BUDAK, N. (2017), "İş Güvencesi Ve Ücretin Örgütsel Bağlılıkla İlişkisi: Sakarya'da Bankacılık Sektöründe Bir Alan Araştırması", Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Sakarya.

BUITENDACH, J. H. & H. De WITTE (2005), "Job Insecurity, Extrinsic and Intrinsic Job Satisfaction and Affective Organisational Commitment of Maintenance Workers in a Parastatal", South African Journal of Business Management, Vol:36, Issue:2, 27-37.

CANDAN, M.A. (2002), "Ülkemizde İş Güvencesi Tartışmaları Ve İş Güvencesi Yasa Tasarısı Üzerine", Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi, Sayı:9, 7-11.

CHENG, G.H.-L. & D.K.-S. CHAN (2008), "Who Suffers More from Job Insecurity? A Meta-Analitic Review. Applied Psychology", An International Review, Vol:57, Issue:2, 272-303.

ÇAKIR, Ö. (2007), "İşini Kaybetme Kaygısı: İş Güvencesizliği, Çalışma Toplum Dergisi, Sayı:1, ss117-140.

ÇELİK, A. (2008), "*İş Güvencesi: İşçinin Feshe Karşı Korunması ve 4773 Sayılı Yasa*". http://paribus.tr.googlepages.com/a_celik.doc.

ÇETİN, C. (2015), "Zabıta Çalışanlarında İş Güvencesizliği İle Tükenmişlik İlişkilerine Yönelik Bir Araştırma", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:13, Sayı:2, Haziran, 73-96.

GREENHALGH L.& ROSENBLATT Z., (1984), "Job Insecurity: Toward Conceptual Clarity", The Academy of Management Review. Vol:9, No:3, 438-448.

HEANEY, C., ISRAEL, B., & HOUSE, J. (1994), Chronic job insecurity among automobile workers: Effects on job satisfaction and health. Social Science and Medicine, 38(10), 1431- 1437.

NASWALL, K.& DE WİTTE, H. (2003), "Objective Vs Subjective JobInsecurity: Consequences Of Temporary Work For Job Satisfactional And Organizational Commitment in FourEuropeanCountries" Economic And Industrial Democracy , London.

ÖNSAL, N.(2017), "Endüstri İlişkileri Sözlüğü", Türk metal Sendikası Araştırma ve Eğitim Merkezi yayınları-12, Ankara.

ÖZBUCAK ALBAR, B.(2017), İş Güvencesizliği ve Tükenmişlik İlişkisi: Ev Hizmetlerinde Çalışan Kadınlara Yönelik Araştırma, Current Debates in Labour Economics, Demography Gender Studies: Labour Economics Neoliberalism, Labour Markets and Case Studies, IJOPEC Puplication Limited, London, 71-94.

ÖZBUCAK ALBAR, B.(2018), İş Güvencesizliği, Tükenmişlik Ve İçsel İşten Ayrılma, Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:5, Sayı:26, 164-174.

POYRAZ, K. & KAMA, B. (2008), Algılanan iş Güvencesinin, İş tatmini, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.13, S.2, 143-164.

ROSENBLATT, Z., & RUVIO, A. (1996), A Test Of A Multidimensional Model Of Job İnsecurity:The Case Of Israeli Teachers. Journal Of Organizational Behaviour, 17, 587-605.

SEÇER, B. (2012), Çalışma Yaşamında Davranış Güncel Yaklaşımlar ", A.Keser, G. Yılmaz, S.Yürür (Ed.), "İş Güvencesizliği: Türleri, Başa Çıkma Süreci, Belirleyicileri Ve Sonuçları", Umuttepe Yayınları, Kocaeli, 345-385.

SEÇER, B. (2007), " Kariyer Sermayesi Ve istihdam Edilebilirliğin iş Güvencesizliği Üzerindeki Etkisi", Dokuz Eylül Üniversitesi Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

SVERKE, M., HELLGREN, J., & NASWALL, K. (2002), No security: A meta analysis and review of job insecurity and its consequences. Journal of Occupational Health Psychology, 7(3), 242-264.

SVERKE, M., HELLGREN, J., & NASWALL, K. (2006), "Employee Participation in OrganizationalChange: Investigatingthe Effects of Proactive vs. Reactive Implementation of Downsizing in Swedish Hospitals", Zeitschriftfür Personalforschung.

WITTE, H.D. (2005), "Job Insecurity : Review Of The International Literature On Definitions, Prevalence, Antecedents And Consequences" SA Journal Of Industrial Psychology, Volume 31, Issue 4, Jan 2005, 1-6.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Küresel Havayolu Ittifaklarina Bağli Olarak Faaliyet Gösteren Havayolu Firmalarinin Müşteri Sadakat Programlarina Yönelik İçerik Analizi

Full Text / Tam Metin

Doç. Dr. Selda Uca, Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Volkan Altıntaş, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Demet Tüzünkan, İstanbul Okan Üniversitesi

Özet

Müşteri sadakati kavramı, yoğun rekabet ortamında işletmelerin var olabilmesi ve müşterilerle güvene dayalı ilişkilerin kurulabilmesi için büyük önem taşımaktadır. İşletmeler ve müşteriler arasında bu tarz ilişkilerin kurulmasında müşteri sadakat programlarının artan bir şekilde kullanıldığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, küresel havayolu ittifaklarına bağlı olarak faaliyet gösteren havayolu firmalarının uygulamakta olduğu müşteri sadakat programlarını sistematik bir şekilde analiz etmektir. Çalışma kapsamında, küresel anlamda faaliyet gösteren en büyük havayolu ittifaklarından Star Alliance (27), Sky Team (19) ve One World'e (15) bağlı olarak faaliyet gösteren toplam 61 adet havayolu firmasının kurumsal web sitelerinde yer verdikleri müşteri sadakat programlarının kapsamı, bileşenleri ve müşterilere sundukları faydalar içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; havayolu firmalarının sadakat programlarının genel yapısı, bu programların müşterilere sunduğu maddi ve maddi olmayan faydalar belirlenmiş ve uygulamaya yönelik önerilere yer verilmiştir.

Anahtar kelimeler:*Müşteri Sadakat Programları, Havayolu Firmaları, Star Alliance, Sky Team, One World, İçerik Analizi*

Abstract

The concept of customer loyalty has a great importance for the existence of enterprises in intense competition environment and for establishing relationships based on trust with customers. It is noteworthy that customer loyalty programs are increasingly used to establish such relationships between businesses and customers. The main objective of this study is to systematically analyze the customer loyalty programs implemented by airline companies operating under global airline alliances. In this study, the scope, components and the benefits of the customer loyalty programs included in the corporate websites of a total 61 airline companies operating under Star Alliance (27), Sky Team (19) and One World (15) were analyzed using the content analysis method. According to the results of the analysis; the general structure of the loyalty programs of the airline companies and the tangible and intangible benefits offered by these programs are determined and suggestions for implementation are given.

Keywords: *Customer Loyalty Programs, Airline Companies, Star Alliance, Sky Team, One World, Content Analysis*

GİRİŞ

Olumlu marka tutumları yaratmak ve tekrar satın almalar yoluyla müşterilerle süreklilik kazanan ilişkiler yaratabilmek günümüzde bir pazarlama zorunluluğu haline gelmiştir. Markaya karşı sadakat gösteren müşteriler, daha fazla ödeme yapmaya istekli olmakta, daha fazla satın alma niyeti taşımakta ve marka tercihlerini değiştirmemektedirler. Müşteri sadakati yaratmanın en etkin yollarından biri de son yıllarda kullanımı gittikçe artan "müşteri sadakati programları"dır. Ağırlıklı olarak tüketici pazarlarında geçerli olan müşteri sadakat programları, müşteri bağlılığı ve müşteriyi elde tutma ile sonuçlandığı için önemli pazarlama stratejileri arasında yer almaktadır. Pek çok firma, müşterilerinin satın alma geçmişlerini baz alarak müşterilerine farklı içerikte sadakat programları sunmaktadırlar.

Sadakat programları, işletmelerin ürünlerini sürekli satın alan kişilerin, satın almaları karşılığında maddi ve manevi olarak ödüllendirilmelerini sağlamaktadır. Günümüzde müşteri istek ve ihtiyaçlarındaki farklılaşmalar, işletmelerin sadakat programlarının içeriğini müşteri beklentilerine göre tasarlamalarını zorunlu hale getirmiştir. Uygulamada müşteriye sunulan maddi faydaların tek başına yeterli olmadığı, duygusal/sembolik başka bir ifadeyle maddi olmayan faydaların müşterinin kendisini özel hissetmesini sağlayarak, sadakat seviyesini arttırdığı görülmektedir.

Bu çalışmada, literatürde sadakat programlarının sağladığı faydalara yönelik sınıflandırmalardan yola çıkılarak, küresel havayolu ittifaklarına bağlı olarak faaliyet gösteren havayolu firmalarının sadakat programlarının kapsamları ve müşterilere sundukları faydalar içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Havayolu firmalarının müşterilerine sunmuş oldukları programlar genellikle "sık uçuş programları" olarak isimlendirilmektedir. Neredeyse her hayavolu firmasının içerik ve ödül kapsamı birbirinden farklı olan sık uçuş programları bulunmaktadır. Küresel havayolu ittifaklarına bağlı olarak faaliyet gösteren bazı havayolu firmaları ise ortak "sık uçuş programları" kullanmaktadırlar. Havayolu firmaları küresel bir ittifaka bağlı olarak faaliyet gösterdiklerinde, işbirliği içerisinde olan farklı havayolu firmalarında yapılan uçuşlar da müşterilere mil vb. faydalar sağlamaktadır. Çalışma kapsamında söz konusu faydalar; maddi faydalar ve maddi olmayan faydalar şeklinde sınıflandırılmış, kapsam ve koşulları değerlendirilmiş, müşteri beklentileri göz önüne alınarak geleceğe yönelik önerilerde bulunulmuştur.

İLGİLİ LİTERATÜR

Müşteri Sadakati

Sadakat en basit ifadeyle; "tekrarlanan satın alma niyetleri, ağızdan ağıza iletişim ve tavsiyeler" olarak tanımlanmaktadır (Leevd., 2006: 249). "Yeniden satın almak ve gelecekte sürekli olarak aynı ürün/ hizmeti tercih etmek için yüksek derecede bağlılık" sadakat ile ilgili yapılan tanımlarınortak noktasını oluşturmaktadır (Oliver, 1999: 34). Müşteri sadakatinin iki davranışsal göstergesi olduğu kabul edilmektedir. Bunlar; alışveriş/ziyaret sıklığı ve her bir alışveriş/ziyaret için harcama miktarındaki artıştır (Haghighivd., 2013: 252). Tüketicilerin satın alma sıklığındaki artış ve yaptıkları alışverişin hacmi, işletmeye ve onun faaliyetlerine yönelik pozitif tutum oluşturmasına katkı sağlamaktadır (Agudo vd., 2012: 1326). Sadık müşteriler yüksek fiyat ödemeye gönüllüdürler; aynı zamanda ağızdan ağıza iletişim ile yeni müşterileri satın almaya teşvik ederek işletme için fayda üretmektedirler (Haghighivd.,2013: 253). Güçlü bir müşteri sadakati sayesinde satış işlemleri kolaylaşmakta, pazar istikrarı ile fiyatlar üzerinde kontrol olanağı sağlanmakta ve müşteriler ilgili işletmeyi daha sık ziyaret etmektedirler (Tuğay ve Dokur, 2015: 51).

Müşteri Sadakat Programları

Müşteri sadakati programları, firmaların müşteri ilişkileri yaratmak, geliştirmek ve korumak için kullandıkları en popüler ilişkisel pazarlama stratejilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Müşteri sadakati programları; perakendeciler, oteller, havayolları, araba kiralama firmaları ve eğlence firmaları gibi pek çok farklı iş kolunda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Lacey ve Sneath, 2006: 459). Amerikan Pazarlama Birliği sadakat programlarını, "bir perakendeci tarafından müşteriyi ödüllendirmek ve işletme ile tekrar iş yapmak için kullanılan sürekli teşvik programları" olarak tanımlamaktadır (Doroticvd.,2012: 218). Müşteri sadakati programları, "program sağlayıcı tarafından önerilen özellikli ürünler ile önceden tanımlanmış müşteriler arasında yakınlaşmayı sağlamayı amaçlayan ve daha kurumsal ilişkiler sunan üyelik tabanlı pazarlama aktiviteleridir" (Lacey, 2009: 392). Bir başka tanıma göre müşteri sadakati programı, "üye müşterileri daha sadık hale getirmeyi amaçlayan bütünleşik pazarlama faaliyetleri sistemidir" (Melnyk ve Bijmolt, 2015: 4). Sadakat programlarının işletmeler açısından temel amacı, müşteriyi ödüllendirmek ve dolayısıyla sadakat davranışını teşvik etmektir (Doroticvd., 2012: 218). Diğer amaçlar ise, satışları ve ürün kullanımını yükseltip karı arttırmak, müşteri verilerini toplamak ve en iyi müşterileri tanımlayarak rekabette kazanım sağlamaktır (Çamlı, 2010: 48). Bireysel müşteriler açısından ise sadakat programları; firma ile sürekli olarak işbirliği yapmanın bir sonucu olarak ödüllendirilmesi, çeşitli teşvikler ve ayrıcalıklardan yararlandırılması anlamına gelmektedir.

Sadakat programlarının en önemli amaçlarından biri de çapraz satışlara odaklanmasıdır. Sadakat programı üyeleri normalde firmadan satın almayacakları ürünleri almaları konusunda teşvik edilmektedirler. Örneğin, United Havayolları müşteri sadakati programı yoluyla müşterilere araba kiralama ve otel satışları yapmaktadır. Başka bir ifadeyle, son derece rekabetçi olan pazarlarda (oteller, araba kiralama, restoranlar, finansal hizmetler) çapraz satış fırsatları ortaya çıkmakta ve genellikle bu pazarlar diğer sadakat programlarını desteklemektedir (Unclesvd.,2003: 305). Farklı firmalar ve farklı sektörler arasında bu şekilde oluşturulan birleşik sadakat programları, sadakat ağı yaratılmasını desteklemekte, hizmet kategorilerinin genişlemesini sağlamaktadır (De Nonivd., 2014: 821).

Genellikle işletmelerin sadakat programları için kullandıkları temel araçları "sadakat kartları"dır. Aslında sadakat kartları bir bakıma işletmenin veri tabanı ile müşteri arasındaki temel ara yüzdür. Tüketiciler için ise ekstra ödül yaratan bir araçtır. Sadakat kartlarının 3 temel işlevi bulunmaktadır (Noordhoffvd.,2004: 355):

Sadakat kartları kimlik tespiti işlevi üstlenir.

Demografik özellikler gibi bilgileri işletmenin veri tabanına aktararak, işletmenin müşteri satın alma davranışlarında zaman içindeki değişimi takip etmesini sağlar.

Müşterilerinfarklı içeriklerde ödüllerkazanmalarınısağlar.

Sadakat Programlarının Müşterilere Sunduğu Faydalar

Müşteri sadakati programları genellikle müşterilere ücretsiz veya indirimli olarak mal veya hizmet sunumu sağlamaktadır (Parlakkaya, 2009: 457). Bunun yanı sıra; hediye puanlar, kupon dağıtımı, ödül verilmesi, nakit ödemelerde indirimler, ücretsiz veya indirimli ürün, yarışma ve çekilişler temel faydalar olarak sıralandırılabilir (Tuğay ve Dokur, 2015: 52). Konu ile ilgili gerçekleştirilen çalışmaların pek çoğunda farklı kavramlarla ifade edilmesine rağmen, sadakat programlarının müşterilere sunduğu faydalarının “maddi faydalar” ve “maddi olmayan faydalar” olarak iki boyutta yer aldığı dikkat çekmektedir.

Günümüzde sadakat programlarının ekonomik faydalardan ziyade, statü ve haz gibi duygusal faydalar sundukları dikkat çekmektedir (Terblanche, 2014). Örneğin, havayolu işletmelerinde bu tarz faydalar, öncelikli check-in, tercihli oturma düzeni, bekleme listelerinde öncelik vb. olabilmektedir. Son yıllarda yapılan araştırmalar, müşteri sadakat programlarının müşterilere sunduğu maddi faydalardan ziyade maddi olmayan faydaların öneminden bahsetmektedir. Maddi olmayan faydalar, müşterinin kendisini özel hissetmesini sağlamakta, müşterilere yüksek bir statü sunmaktadır (Arbore ve Estes, 2013: 440).

Müşteri sadakat programlarının tüketicilere sunduğu yararlar ile ilgili literatürde gerçekleştirilen çalışmaların sonuçlarına dayanarak, aşağıdaki tabloda farklı yazarların söz konusu yararlara ilişkin sınıflandırmaları ve içerdikleri unsurlar özetlenmiştir:

Tablo 1. Müşteri Sadakat Programlarının Sağladığı Faydalara Yönelik Yapılan Çalışmalar

Yazarlar	Müşteri Sadakat Programlarının Sağladığı Faydalarve Çalışmada Vurgulanan Bileşenler
Kang, Alejandro ve Groza (2015)	1. Finansal Faydalar
	Nakit değer
	Puanlar
	2.Sosyal Faydalar
	İstek uyandıran içsel değerler
	Yakın ilişki
	Elverişli sosyal fırsatlar
Tanford ve Montgomery (2015)	1. Finansal Faydalar
	Puan kazanma
	Ekstra ürünler
	İndirimler
	2. Fonksiyonel Faydalar
	Program üyelerine ayrıcalıklı hizmetler
	3. Psikolojik/Duygusal Faydalar
	Yüksek tüketici odaklı ödüller
	Kişiselleştirilmiş yararlar geliştirmek
	%100 müşteri memnuniyeti
Kreis ve Mafael (2014)	1. Ekonomik Faydalar
	Ödüller
	Uygun fiyatlar

	İndirimler
	2. Sosyo-Kültürel Faydalar
	Değer
	1. Pratik (Faydacı) Faydalar
	Finansal fırsatlar ve kolaylıklar
	2. Hedonik Faydalar
	Ayrıcalıklı olma
	Statü
Terblanche	*Haz*
(2014)	*Güven*
	Gurur
	3. Sembolik Faydalar
	Kendini gerçekleştirme
	Kendine güven
	Öz saygı
	Sosyal kabullenme
	1. Parasal (Hard) Faydalar
	İkramlar
Zakaria vd.	*Özel indirimler*
(2014)	*Kuponlar*
	2. Parasal Olmayan (Soft) Faydalar
	Üyelere özel ayrıcalıklar

1. Parasal (Hard) Faydalar

	Ödüller
	İndirimler
	İkramlar
	Para iadesi
Arbore ve Estes	2. Parasal Olmayan (Soft) Faydalar
(2013)	*İmtiyazlar, ayrıcalıklar*
	Özel bankolar
	Bekleme listesinde öncelik
	Kişisel iletişim
	Özel müşteri temsilcileri
	1. Dokunulabilir Faydalar
	İndirim
Garcia Gomez,	*Hediyeler*
Gutiérrez-Arranz ve Gutiérrez-Cillán (2012)	2.Dokunulmaz Faydalar
	Duygusal değerler
	Parasal olmayan değerler
	Ayrıcalıklı davranışlar
	1. Parasal Temelli Faydalar
	İndirim
Furinto, Pawitra ve Balqiah	*Bonus puanlar*
(2009)	2. Davranışsal Temelli Faydalar
	Estetik
	Deneyim
	Hedonik faydalar
	1.Parasal (Hard) Faydalar
	İndirimler

	Kuponlar
	Ücretsiz sunumlar
Bridson, Evans ve Hickman	*Puan toplama*
(2008)	2. Parasal Olmayan (Soft) Faydalar
	Daha iyi hizmet
	Daha fazla seçenek
	Kişisel rahatlık
	Firmanın iş yaptığı aracılarla müşteri ilişkisini sağlamak
	Aidiyet duygusu
	Güven hissi
	Özel hissettirme

YÖNTEM

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, küresel havayolu ittifaklarına bağlı olarak faaliyet gösteren havayolu firmalarının uygulamakta olduğu müşteri sadakat programlarını sistematik bir şekilde analiz etmektir. Çalışma kapsamında, küresel anlamda faaliyet gösteren en büyük havayolu ittifaklarından Star Alliance (27), Sky Team (19) ve One World'e (15) bağlı olarak faaliyet gösteren toplam 61 adet havayolu firmasının kurumsal web sitelerinde yer verdikleri müşteri sadakat programlarının kapsamı, bileşenleri ve müşterilere sundukları faydalar içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmanın amacına uygun olarak aşağıda yer alan araştırma soruları belirlenmiştir:

Küresel havayolu ittifaklarına bağlı olara faaliyet gösteren havayolu firmaları müşteri sadakat programları uygulanmakta mıdır?

Uygulanmakta olan müşteri sadakat programlarının havayollarının web sitelerinde ifade edilen kapsamları ve temel bileşenleri nelerdir?

Sadakat programları müşterilere ne tür faydalar (maddi/maddi olmayan) sunmaktadır?

Çalışmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın en önemli sınırlılığı müşteri sadakat programının sunduğu faydalara yönelik literatürde çok farklı sınıflandırmalar yapılmış olmasıdır. Tablo 1'de görüldüğü üzere gerçekleştirilen pek çok araştırmada maddi ve duygusal getiri sağlayan faydaların sınıflandırılmasına yönelik bir görüş birliği bulunmamaktadır. Bu durum, çalışmada kullanılan temaların isimlendirilmesini zorlaştırmıştır. Literatürde ağırlıklı olarak kullanılan sınıflandırma kriterleri ve kodlayıcılar arası uyum dikkate alınarak çalışmada bu faydaların; "maddi faydalar" ve "maddi olmayan faydalar" şeklinde isimlendirilmesine karar verilmiştir.

Çalışmanın bir diğer sınırlılığı, müşteri sadakat programlarının yalnızca havayolu firmalarının web sitelerinde yer alan sözel ifadeler üzerinden değerlendirilmesidir. Sadakat programlarının içerdiği tüm unsurlara web sitelerinde yer verilmemiş olabilir. Aynı zamanda çalışma nitel veriler kullanılarak gerçekleştirildiği için, yapılan bu analiz genelleme iddiası taşımamaktadır.

İçerik Analizi

Çalışmada, küresel havayolu ittifaklarına bağlı olarak faaliyet gösteren havayolu firmalarının kurumsal web sitelerinde yer verdikleri müşteri sadakat programlarının (sık uçuş programları) kapsamı ve bileşenleri içerik analizi yoluyla belirlenmiştir. İçerik analizi, "nicel olmayan verilerin sistematik analizi"nde kullanılan bir tekniktir (Yüksel ve Yüksel, 2004: 176). Bir başka tanıma göre içerik analizi, "araştırmacının kuram açısından önemli olan anlamların yapılandırılmasına ve sınıflandırılmasına yönelik açıkça ortaya koymuş olduğu bir öneridir" (Gökçe, 2006: 18). İçerik analizinde amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 227). Çalışma, yapısı gereği tanımlayıcı bir araştırmadır.

Çalışmanın Evren ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini küresel anlamda faaliyet gösteren havayolu firmalarının uyguladıkları müşteri sadakati programları oluşturmaktadır. Ancak, bu sadakat programlarının sayıca fazla olmalarından dolayı bir örneklem seçme zorunluluğu doğmuştur. Bu nedenle, çalışma kapsamında küresel anlamda faaliyet gösteren en büyük havayolu ittifaklarından Star Alliance (27), Sky Team (19) ve One World'e (15) bağlı olarak faaliyet gösteren toplam 61 adet havayolu firmasının uygulamakta oldukları sadakat programları örneklem olarakseçilmiştir. Bu havayolu firmalarının seçilme nedeni, sık uçuş programlarının kullanım oranının yüksek olması, aynı ittifakta yer alan bazı havayolu firmalarının ortak sadakat programları

oluşturmaları ve bu programlar kapsamında müşterilere yönelik sunulan faydaların kapsam ve içeriklerinin oldukça yoğun olmasıdır. Araştırma kapsamına dahil edilen küresel havayolu ittifakları ve üye havayolu firmalarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2.Araştırma Örneklemine Dahil EdilenHavayolu Firmaları

Küresel Havayolu İttifakı	**Bağlı Bulunan Havayolu Firmaları**
Star Alliance ***(27)***	Adria
	Aegean
	Air Canada
	Air China
	Air India
	Air New Zealand
	Air Portugal
	All Nippon Airways
	Asiana
	Austrian Airlines
	Avianca
	Brussels Airlines
	Copa Airlines
	Croatia Airlines
	Egypt Airlines
	Ethiopian Airlines
	Eva Air
	Lot Polish Airlines
	Lufthansa
	Sas
	Shenzhen Airlines
	Singapore Airlines

South African Airways

Swiss Air

Thai

Turkish Airlines

United Airlines

Sky Team

(19)

Aeroflot

Aeorolines Argentinas

Aero Mexico

Air Europa

Air France

Alitalia

China Airlines

Chine Eastern

Czech Airlines

Delta

Garuda Indonesia

Kenya Airways

KLM

Korean Air

Mea

Saudia

Tarom

Vietnam Airlines

	Xiamen Air
	American Airlines
	British Airlines
	Cathay Pacific
	Finnair
	Iberia
	Japan Airlines
One World	Latam
(15)	Malaysia Airlines
	Qantas
	Qatar Airways
	Royal Jordanian
	S7 Airlines
	Srilankan Airlines
	Fiji Airways
	Royal Air Marac

Veri Toplama Süreci ve Analizi

Yukarıda da ifade edildiği gibi içerik analizi, sözel, yazılı ve diğer materyallerin sistematik şekilde analizidir. Bu çalışmada web sitelerinin içeriği "sözlü öğeler" kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırma örneklemi olarak belirlenen 61 adet havayolu firmasının web sitelerinde yer alan müşteri sadakat programlarına üç ana tema/kategoriden oluşan kodlama cetveli uygulanarak içerik analizi yapılmıştır. Bu çalışmada kullanılan kodlama cetveli, "genel bir çerçeve içinde yapılan kodlama" şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu tarz kodlamada, verilerin analizinden önce genel bir kavramsal yapı oluşturulmakta, aynı zamanda analiz birimlerinin incelenmesi sonucu ortaya çıkan yeni veriler de daha önceden oluşturulan kod listesine eklenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 232). Kodlama sürecinde, literatür taraması sonucu ana kategoriler/temalar önceden belirlenmiş, bu temalar altında yer alabilecek olan daha ayrıntılı alt temalar, verilerin incelenmesi sonucu kod listesine eklenmiştir. Temaların isimlendirilmesinde literatürde

gerçekleştirilen sınıflandırmalar (bkz.Tablo 1) ve alt temaların içerikleri dikkate alınmıştır. Araştırma verileri 15 Mart – 22 Mart 2019 tarihleri arasında 61 adet havayolu firmasının web sayfalarında yer alan 50 adet müşteri sadakat programının analizi ile elde edilmiştir **(Aynı ittifakta yer alan bazı havayolu firmalarının ortak sadakat programı kullanmaları nedeniyle tekrarlanan girişler yapılmamıştır. 61 havayolu firmasının uyguladığı sadakat programı sayısı toplamda 50 adettir ve 50 adet sadakat programı analize tabi tutulmuştur).**

Havayolu firmalarının uyguladıkları müşteri sadakat programlarının içerik analizinde iki kodlayıcı kullanılmıştır.Kodlayıcıların gerçekleştirdikleri kodlar karşılaştırılarak, fikir birliğine varılamayan maddeler üzerinde gerekli düzenlemeler yapılmıştır.Kodlayıcılar arasındaki kodlama benzerliklerini ve farklılıklarını sayısal olarak karşılaştırmak, başka bir ifadeyle, kodlayıcılar arasındaki güvenilirliği test etmek için Cohen's Kappa katsayısı hesaplanmıştır. Kodlayıcılar arası güvenilirlik oranı %80'dir. Kodlayıcılar arası güvenirliğin en az %70 düzeyinde olması gerektiği önerilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 233). Kodlayıcılar arasındaki uyuşmaya göre bu çalışma güvenilir bir çalışmadır.

Kodlama cetvelinde 3 ana tema altında yer alan toplam 26 alt tema/kategori yer almaktadır. Web sitelerinde yer alan sadakat programlarına uygulanan içerik analizinde kullanılan temalar ve alt temalar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3. Kod Listesi

TEMALAR	***Alt Temalar***
	Sadakat Programının Özel İsmi
	Sadakat Programı Üyelik Formları
Sadakat Programlarının Genel Yapısı	*Sadakat Kartları*
	Sadakat Kartı Sayısı
	Program Partnerlerinin Web Sitelerine Yönlendiren Linkler
	Sadakat Programı Kullanım Koşulları
	Aile Üyeliği / Çocuklar İçin Özel Üyelikler
	İndirimler
	Mil/Puan Kazanımı
Maddi Faydalar	*Uçak İçi İkramlar*

Maddi Olmayan Faydalar	*Hediyeler*
	Nakit Para Sunumu
	İşbirlikçi Programlar
	Üyelere Özel Sosyal Etkinlikler
	Ücretsiz Lounge Kullanımı / Lounge Kullanımında Misafir Hakkı
	Öncelikli Check-in/Özel Check-in Kontuarları
	Öncelikli Boarding
	Öncelikli Güvenlik Alanı Geçişi
	Öncelikli Bagaj Taşıma
	Ekstra Bagaj Hakkı
	Koltuk Seçim Hakkı
	Business/First Class Yükseltme (Upgrade)
	Havalimanlarına Özel Transferler
	Rezervasyon garantisi
	Bekleme Listelerinde Öncelik
	Özel Yardım Hattı/Özel Müşteri Temsilcisi

Araştırmada toplanan veriler SPSS 23 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Kodlama sırasında web sitesinde yer alan müşteri sadakat programında var olan özellikler "1" var olmayan özellikler ise "0" ile gösterilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde tanımlayıcı istatistik olarak değerlendirilen yüzde ve frekans analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

İncelenen müşteri sadakat programları web siteleri üzerinde "sözel olarak" ifade edilen; sadakat programına dahil olma durumu, sadakat programlarının genel yapısı, müşterilere sunduğu maddi ve maddi olmayan faydalar açısından değerlendirilmiştir.

Tablo 4'te araştırma kapsamına dahil edilen sık uçuş programlarının(sadakat programları) üye havayolu firması sayısına göre dağılımı yer almaktadır.

Tablo 4. Araştırma Kapsamında İncelenen Müşteri Sadakat Programlarının Havayolu Firmalarına Göre Dağılımları

SADAKAT PROGRAMLARI		**SIK UÇUŞ PROGRAMLARINA DAHİL OLAN HAVAYOLU FİRMASI SAYISI**	
		Firma Adı	**Firma Sayısı**
1	*Aa Advantage Programme*	American Airways	1
2	*Aeroflot Bonus*	Aeroflot	1
3	*Aerolines Plus*	Aerolines	1
4	*Aeroplan*	Air Canada	1
5	*Airpoints*	Air New Zealand	1
6	*Alfursan*	Saudia	1
7	*Ana Mileage Club*	All Nippon Airways	1
8	*Asıana Club*	Asiana	1
9	*Avios*	Britsh Airways	1
10	*Ceder Miles*	Mea (Air Liban)	1
11	*Club Premier*	Aero Mexico	1
12	*Connect Miles*	CopaAirlines	1
13	*Dynasty Flyer*	China Airlines	1
14	*Eastern Miles*	China Eastern	1
15	*Egret Miles*	Xiamen Air	1

16	*Egyptair Plus*	Egypt Airlines	1
17	*Enrich*	Malaysia Airlines	1
18	*Eurobonus*	SAS	1
19	*Fly Smiles*	Srilanka Airlines	1
		Air France	
20	*Flying Blue*	KLM	
		Kenya Airways	4
		Tarom	
21	*Flyıng Returns*	Air India	1
22	*Finnair Plus*	Finair	1
23	*Garuda Miles*	Garuda Indonesia	1
24	*JAL Mileage Bank*	Japan Airlines	1
25	*Iberia Plus*	Iberia	1
26	*Infinity Mileagelands*	Eva Air	1
27	*Krisflyer*	SingaporeAirlines	1
28	*Latam Pass*	Latam	1
29	*Lifemiles*	Avianca	1
30	*Lotu Smile*	Vietnam Airlines	1
31	*Marco Polo Club*	CatHay Airlines	1
32	*Millemiglia*	Alitalia	1
33	*Mileage Plus*	United Airlines	1
34	*Miles Bonus*	Aegean	1
		Adria	
		Austrian Airlines	
		Brussels Airlines	
35	*Miles More*	Croatia Airlines	8
		Lot Polish Airlines	
		Lufthansa	
		Swiss Air	
		Turkish Airlines	

36	*Ok Plus*	Czech Airlines	1
37	*PhoenixMiles*	Air China	2
		ShenzenAirlines	
38	*Privilege Club*	Qatar Airways	1
39	*Royal Club*	Royal Jordanian	1
40	*Royal Orchid Plus*	Thai	1
41	*S7 Priority*	S7 Airlines	1
42	*Saa Voyager*	South African Airways	1
43	*Sacar Flyer*	Royal Airmaroc Airlines	1
44	*Shebamiles*	EthiopianAirlines	1
45	*Sky Miles*	Delta Airlines	1
46	*Sky Pass*	Korean Air	1
47	*Suma*	Air Europa	1
48	*Tabua Club*	Fiji Airlines	1
49	*Tap Mıles&Go*	Air Portugal	1
50	*Qantas Points*	Qantas	1

Tablo 4'te de görüldüğü üzere, araştırma kapsamında analiz edilen toplam50adet farklı sadakat programına üye olan havayolu firması sayısı 61'dir. 3 farklı küresel havayolu ittifakına bağlı olarak faaliyet gösteren havayolu firmalarının tamamı (%100) sık uçuş programlarını bir pazarlama aracı olarak kullanmaktadırlar.

Sadakat programlarının genel yapısına yönelik yapılan değerlendirmede 7 alt kategori ele alınmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5.Havayolu Firmalarının Web Sitelerinde Yer Alan Sadakat Programlarının Genel Olarak Değerlendirilmesi

		Var	**Yok**	**TOPLAM**
Sadakat Programının Özel İsmi	**n**	50	0	50
	%	100	0	100
	n	48	2	50

Sadakat Programı Üyelik Formları	**%**	96								4	100
Sadakat Kartları	**n**	49								1	50
	%	98								2	100
Sadakat Kartı Sayısı		*1 kart türü*	*2 kart türü*	*3 kart türü*	*4 kart türü*	*5 kart türü*	*6 kart türü*	*7 kart türü*	*Belirtilmemiş*		
	n	3	3	10	25	5	1	1	2	0	50
	%	6	6	20	50	10	2	2	4	0	100
Program Partnerlerinin Web Sitelerine Yönlendiren Linkler	**n**	44								6	50
	%	88								12	100
Sadakat Programı Kullanım Koşulları	**n**	49								1	50
	%	98								2	100
Aile Üyeliği/Çocuklar İçin Özel Üyelikler	**n**	22								28	50
	%	44								56	100

Müşteri sadakat programlarının hepsi (%100) özel bir isme sahiptir. Sadakat programlarının 48'i (%96) web sitelerinde sadakat programına üyelik formlarına yer vermişlerdir. Sadakat programlarının 49 tanesi (%98) programın uygulanması sürecinde özel sadakat kartlarından yararlanmaktadır. Sadakat kartı kullanımı sağlayan programların %50'sinde 4 farklı kart seçeneği sunulmaktadır, 3 kart türü (%20) ve 5 kart türü (%10) sunan sadakat programlarının da varlığı dikkat çekmektedir. Bilindiği gibi, bu kartlar (altın, gümüş, bronz, elmas vb. gibi) müşterilere hiyerarşik bir statü vermektedir. Üyelik statüsü yükseldikçe müşterilere sunulan maddi ve maddi olmayan faydaların kapsamı nicelik ve nitelik yönünden artmaktadır. Sadakat programlarından 44'ünde (%88) müşteriyi program partnerlerinin web sitelerine yönlendiren linkler bulunmaktadır. Bu sonuç, benzer veya farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin uyguladıkları birleşik sadakat programlarının bir sonucu olarak alınabilir. Bilindiği gibi birleşik

sadakat programları, ticari ilişkilerin, işbirliğinin ve dayanışmanın oluşmasına yardım etmekte ve işletmeler arası çapraz satışları teşvik etmektedir. Sadakat programlarının 49'unda (%98) sunulan kampanyalara ilişkin kullanım koşulları ve yasal boyutları ifade edilmektedir. Ayrıca sadakat programlarının 22'sinde (%44) aile üyeliği ya da çocuklar için farklı üyelik imkanları da vurgulanmaktadır. Özellikle çocuklar için sunulan özel junior üyelikler farklı kapsam ve içerikleri vurgulamaktadır.

Sadakat programlarının üyelerine sunduğu maddi faydalar teması altında, sadakat programlarına yönelik web siteleri 6 kategori açısından irdelenmiştir.

Tablo 6. Havayolu Firmalarının Web Sitelerinde Yer Alan Sadakat Programlarının Müşterilere Sunduğu Maddi Faydaların Dağılımı

MADDİ FAYDALAR	**Var**		**Yok**		**TOPLAM**	
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
İndirimler	42	84	8	16	50	100
Mil/Puan Kazanımı	49	98	1	2		
Uçak İçi İkramlar	15	30	35	70		
Hediyeler	29	58	21	42		
Nakit Para Sunumu	3	6	47	94		
İşbirlikçi Programlar/İş Ortaklarında Puan, Mil, Ödül Kazanma	42	84	8	16		

Bu ana tema altında, sadakat programlarının web sitelerinde maddi faydalarla ilgili en çok vurgulanan kategori %98 oranıyla "mil/puan kazanma" kategorisi olarak tespit edilmiştir. Bu kategori kapsamında müşterilerin uçuşlarından kazandıkları ve daha sonraki uçuşlarında kullanabilecekleri mil ve/veya puan kazanımı vurgusuna dikkat edilmiştir. 42 (%84) sadakat programında "indirimler"e ve "işbirlikçi programlar"a vurgu yapıldığı tespit edilmiştir. İndirimler kategorisi değerlendirilirken; program kapsamında müşteriye sunulan indirimli tüm uygulamalar (*indirimli yurt içi ve yurt dışı biletler, aile/arkadaş indirimleri)* dikkate alınırken; "işbirlikçi programlar"da, havayolu sadakat programından kazanılan *puanların işbirliği yapılan konaklama işletmeleri, araba kiralama şirketleri, free shopta, sağlık ve spor merkezleri vb. de kullanabilme olanakları* puanlandırmaya tabi tutulmuştur. Müşterilere program kapsamında sunuluan "hediyeler" 29 (%58) programda vurgulanmaktadır. Hediyeler kapsamında özellikle üst statülere sahip üyelere *özel jet seyahatleri, otel konaklama hediyeleri, ücretsiz SPA kullanımları, ücretsiz yurt içi ve yurt dışı uçak biletleri, doğum günlerinde hediye miller vb.*

faydalar ifade edilmektedir. Müşterilere program kapsamında sunuluan "uçak içi ikramlar" 15 (%30) programda yer almaktadır. Bu kapsamda değerlendirmeye alınan hizmetler ise, ağırlıklı olarak *uçak içinde sunulanözel yiyecek-içecek ikramları* olmuştur. Analiz kapsamında "nakit para sunumu" vurgusu yapan program sayısı sadece3 (%6) idir.

Sadakat programlarının üyelerine sunduğu maddi olmayan faydalar teması altında, sadakat programlarına yönelik web siteleri 13 kategori açısından değerlendirilmiştir.

Tablo 7. Havayolu Firmalarının Web Sitelerinde Yer Alan Sadakat Programlarının Müşterilere Sunduğu Maddi Olmayan Faydaların Dağılımı

MADDİ OLMAYAN FAYDALAR	**Var**		**Yok**		**TOPLAM**	
	n	**%**	**n**	**%**	**n**	**%**
Üyelere özel sosyal etkinlikler	5	10	45	90	50	100
Ücretsiz lounge kullanımı/lounge kullanımında misafir hakkı	44	88	6	12		
Öncelikli Check-in/Özel Check-in Kontuarları	41	82	9	18		
Öncelikli Boarding	38	76	12	24		
Öncelikli Güvenlik Alanı Geçişi	21	42	29	58		
Öncelikli Bagaj Taşıma	37	74	13	26		
Ekstra Bagaj Hakkı	40	80	10	20		
Koltuk Seçim Hakkı	25	50	25	50		
Business/First Class Yükseltme (Upgrade)	39	78	11	22		
Havalimanlarına Özel Transferler	13	26	37	74		
Rezervasyon garantisi	28	56	22	44		
Bekleme Listelerinde Öncelik	39	78	11	22		
Özel Yardım Hattı/Özel Müşteri Temsilcisi	24	48	26	52		

"Maddi olmayan faydalar" teması altında, sadakat programlarının web sitelerinde en çok vurgulanan kategori %88 oranıyla "ücretsiz lounge kullanımı/lounge kullanımında misafir hakkı"dır. Aynı zamanda, "upgrade (%78)", "bekleme listelerinde öncelik (%78)", "rezervasyon garantisi (%56)", "özel müşteri temsilcisi/yardım hattı (%48)" gibi **prestijli/ayrıcalıklı hizmetler** sadakat programlarında oldukça sık vurgulanan maddi olmayan

faydalardır. Benzer şekilde"öncelikli check-in/özel check-in kontuarları (%82)", "ekstra bagaj hakkı (%80)","öncelikli boarding (%76)", "öncelikli bagaj taşıma (%74)", "koltuk seçim hakkı (%50)", "öncelikli güvenlik alanı geçişi (%42)" ve "havalimanlarına özel transferler (%26)" gibi uygulamalar ise sadakat programı üyesine **kolaylıklar ve konfor** sunan özel maddi olmayan faydalar olarak dikkat çekmektedir. Analiz kapsamında "üyelere özel sosyal etkinlikler" vurgusu yapan program sayısı ise sadece 5 (%10)'tir.

SONUÇ

Müşteri sadakat programları, son yıllarda pek çok farklı sektörde faaliyet gösteren işletmeler tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.İşletmeler bu tarz programlar yoluyla müşteri sadakatine odaklanarak, uzun vadede satış ve karlılık düzeylerini arttırmayı hedeflemektedirler. Diğer sektörlerde olduğu gibi hizmet sektöründe de faaliyet gösteren işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edebilmeleri, ortalamanın üstünde getiriye sahip olmaları ve yaşamlarını sürdürebilmeleri, sadık müşterilerin varlığına bağlıdır. Müşteri ile birebir ilişkilerin ön plana çıktığı ve yoğun rekabet koşullarında faaliyet gösteren havayolufirmalarında da müşteri sadakat programlarını artan bir şekilde kullandığı dikkat çekmektedir.Sadık müşteriler havayolu firmalarına yönelik olumlu bir imaj oluşturarak kendilerini firma ile bütünleştirdiklerinde o işletmenin hizmetlerini ikame edilemez olarak algılamaktadırlar.

Bu çalışmada, küresel ittifaklara bağlı olarak faaliyet gösteren havayolu firmalarınınkullandıkları müşteri sadakat programları, web sitelerinde ifade ettikleri sözel unsurlar dikkate alınarak analiz edilmiştir. Bulgulardan elde edilen sonuçlara göre araştırma kapsamına alınan havayolu firmalarının tamamının müşteri sadakat programları uyguladıkları ortaya konulmuştur. Araştırma kapsamında incelenen sadakat programlarının özel isimlere sahip oldukları ve müşterilere farklı statüler sağlayan kart seçenekleri sundukları belirlenmiştir.

Bu çalışmanın temel amaçlarından biri de sadakat programlarının müşterilere sunduğu maddi ve maddi olmayan faydaların değerlendirilmesidir. Araştırma kapsamına alınan sadakat programlarının web sitelerinde hem maddi hem de maddi olmayan faydaların vurgulandığı görülmekle birlikte, ağırlıklı olarak mil/puan kazanımı, indirimler, iş ortaklarında puan kazanma vb. gibi maddi faydaların ön planda tutulduğu dikkat çekmektedir. Değerlendirilen sadakat programlarında maddi faydaların genellikle "ödül programları" şeklinde sunulduğu tespit edilmiştir. Ancak, müşteri sadakat programları geleneksel ödül programlarından farklı bir yapıya sahip olmalıdır. Ödül programları tek başına işletme ya da markaya yönelik sadakati sağlayamaz. Ödül programlarının aksine, sadakat programları önceden tanımlanmış müşterilere kişiselleştirilmiş iletişimler ile rekabet üstünlüğü sağlamayı hedeflemelidir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, müşteri sadakat programlarının müşterilere sunduğu maddi faydalardan ziyade maddi olmayan faydaların öneminden bahsetmektedir. Çünkü sadakat

programlarının önerilerini tüketiciler genellikle motivasyona dayalı olarak değerlendirmektedirler. Bu açıdan müşterilerin duygularına hitap edecek ayrıcalıkların sunumu önem kazanmaktadır. Araştırma kapsamına alınan sadakat programlarının müşterilerine farklı içeriklerde "prestijli/ayrıcalıklı hizmetler ve kolaylıklar" sunarak sadakat yaratmaya çalıştıkları dikkat çekmektedir. Ancak, yapılan incelemelerde, maddi olmayan faydalara yönelik alt kategori unsurlarının sınırlı olduğu görülmüştür. Ağırlıklı olarak check-in, boarding, transfer konularından ayrıcalıklar, rezervasyon kolaylıkları, upgrade vb. imkanların dışında markaya yönelik duygusal bağlılık oluşturabilecek hedonik, estetik ve deneyimsel faydalara yönelik olarak program kapsamlarının genişletilmesi önemlidir.

Müşteri sadakat programları üyeler için "değer" ifade etmektedir. Bu nedenle sadakat programlarının müşteriler üzerindeki etkilerinin beklentilerin gerisinde kalmaması oldukça önemlidir. Bir sadakat programında ideal olan sadece programa değil işletmeye olan sadakati de geliştirmektir. Böylece sadakat programı sona erdikten sonra bile arzu edilen miktarda bağlılık var olmaya devam edecektir. Bu da ancak, müşterilerin duygularına hitap eden ve onlara statü kazandıran "maddi olmayan faydalar" ve ekonomik olarak onları ödüllendiren "maddi faydalar"ın etkili bir kombinasyonu ile mümkün olabilecektir.

Elde edilen sonuçlar, havayolu firmalarının müşteri sadakat programlarının içerikleri hakkında genel olarak bilgi vermesi açısından önemlidir. Gelecek çalışmalarda, bu programların sunduğu faydaların müşteri beklentileri, tepkileri vb. gibi farklı değişkenlerin ele alınacağı daha kapsamlı çalışmalarla analiz edilmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

Agudo, J. C., Crespo, A. H. ve Bosque, I. R. (2012). Adherence to Customer Loyalty Programmes and Changes in Buyer Behaviour. *The Service Industries Journal*, 32(8), 1323-1341.

Arbore, A. ve Estes, Z. (2013). Loyalty Program Structure and Consumers' Perceptions of Status: Feeling Special in A Grocery Store?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 439-444.

Bridson, K., Evans J. ve Hickman, M. (2008). Assessing The Relationship Between Loyalty Programs Attributes Store Satisfaction and Store Loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15, 364-374.

Çamlı, U. (2010). Yeniliğin Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkileri: Turizm Sektörüne Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

De Noni, I., Orsi, L. ve Zanderighe, L. (2014). Coalition Loyalty-programme Adaption and Urban Commercial-Network Effectiviness Evalation. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(9), 818-838.

Dorotic, M., T. Bijmolt, H. A. ve Verhoef, P. C. (2012). Loyalty Programmes: Current Konowledge and Research Directions. *International Journal of Management Reviews*, 14, 217-237.

Furinto, A., Pawitra, T. ve Balqiah, T. E. (2009). Designing Competitive Loyalty Programs: How Types of Program Affect Customer Equity. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 17(4), 307-319.

Garcia-Gomez, B., Gutiérrez-Arranz, A. M. ve Gutiérrez-Cillán, J. (2012).Exploring The Influence of Three Types of Grocery Rretailer Loyalty Programs on Customer Affective Loyalty. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 22(5), 547-561.

Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi – Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Haghighi,A. M., Baum, T. ve Shafti, F. (2013). Dimensions of Customer Loyalty in Hospitality Micro-Enterprises. *The Service Industries Journal*, 34(3), 251-273.

Kang, J., Alejandro, T. B. ve Groza, M. D. (2015). Costemer-Company Identification and the Effectiveness of Loyalty Programs. *Journal of Business Research*, 68, 464-471.

Kreis, H. ve Mafael, A. (2014). The Influence of Customer Loyalty program Design on the Relationship Between Customer Motives and Value Perception. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 590-600.

Lacey, R. (2009). Limited Influence of Loyalty program Membership on Relational Outcomes. *Journal of Consumer Marketing*, 26(6), 392-402.

Lacey, R. ve Sneath, J. Z. (2006). Customer Loyalty Programs: Are They Fair to Consumers?. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 458-464.

Lee, S., Kim, W. G. ve Kim, H. J. (2006). The Impact of Co-Branding on Post-Purchase Behaviours in Family Restaurants.*Hospitality Management*, 25(2), 245-261.

Melnyk, V. ve Bijmolt, T. (2015). The Effects of Introducing and Terminating Loyalty Programs.*European Journal of Marketing*, 49(3/4), 1-33.

Noordhoff, C., Pauwels, P. ve Odekerken-Schröder, G. (2004). The Effect of Customer Card Programs: A Comparative Study in Singapore and The Netherlands. *International Journal of Service Industry Management*, 15(4), 351-364.

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?.*Journal of Marketing*, 63, 33-44.

Parlakkaya, R. (2009). Müşteri Sadakat Programları ve Muhasebe Uygulamaları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Dergisi*, 12(1-2), 455-468.

Tanford, S. ve Montgomery, R. (2015). Devoloping Loyalty Programs for Convention Attendees: An Exploratory Study. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 16, 57-77.

Terblanche, N. S. (2014). Customers' perceived Benefits of A Frequent-Flyer Program. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-12.

Tuğay, O. ve Dokur, Ş. (2015). Müşteri Sadakat Programları Kapsamında Verilen Promosyon Ürünlerinin Tekdüzen Hesap Planı ve Türkiye Muhasebe Standartları Açısından Muhasebeleştirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 48-73.

Uncles, M. D., Dowling, G. R. ve Hammond, K. (2003). Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), 294-316.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Zakaria, I., Rahman, B., Othman, A. K. ve diğerleri. (2014). The Relationship Between Loyalty Program, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Retail Industry: A Case Study. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 219, 23-30.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yirmi Birinci Yüzyıldan Kemalist Devrime: Belleten Dergisi'nde 1937-1938 Yıllarında Yer Alan Türk Tarih Tezi Konulu Çalışmalara Bakış

Samed Kurban[1]

Özet

Cumhuriyetin kurulması sürecinde ve ilanını izleyen dönemde Kemalist Devrim'in, ana fikri milli bir tarih yazımı olan bir çaba içine girdiği görülmektedir. Bu çabanın neticesinde 1930 yılında "Türk Tarihinin Ana Hatları" başlıklı bir kitap yayınlanmıştır. İstanbul Devlet Matbaası'nda sadece 100 adet basılan bu kitap bazı kişilere ve çeşitli kurumlara dağıtılmıştır. Kitabın giriş kısmında hangi maksatla yazıldığı açıklanmaktadır. Özetle Türk tarihini bütüncül şekilde ele alan ve Türklerin tarihte medeniyete yaptıkları katkıyı ortaya koyan bir eser meydana getirmek amaçlanmaktadır. Temel savı, 'Dünya medeniyeti Orta Asya'dan ve Türklerden diğer yerlere ve milletlere geçmiştir.'' olarak ifade edilebilen Türk Tarih Tezi ileri sürülmektedir. İlerleyen süreçte Türk Tarih Tezi hakkında çeşitli konferanslar verilmiş, Birinci Türk Tarih Kongresi ve İkinci Türk Tarih Kongresi düzenlenmiş ve birtakım mecralarda yazılar kaleme alınmıştır. Belleten Dergisi de bu konudaki çalışmaların ele alındığı bir dergidir. Türk Tarih Kurumu tarafından yayınlanan ve Atatürk tarafından ismi konulan Belleten Dergisi'nde, farklı zamanlarda Türk Tarih Tezi'nin konu edildiği görülmektedir. Özellikle derginin yayınlandığı 1937 yılında ve onu takip eden yılda bu makalelerin yoğunlaştığı görülmektedir. Afet İnan, İsmail Hakkı Uzunçarşılı ve Şemsettin Günaltay bu konuda Belleten Dergisi'nde makalelerini yayınlamıştır. Çalışmada, Belleten Dergisi'nde 1937 ve 1938 yıllarında söz konusu tarihçiler tarafından Türk Tarih Tezi konusunda ele alınan çalışmalar, bu teze getirilen eleştiriler kapsamında çok boyutlu bağlamda değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler— *Türk Tarih Tezi, Belleten, Kemalist Devrim*

From the Twenty-First Century to Kemalist Revolution: An Overview of the Turkish History Thesis Themed Studies in Belleten Journal Between 1937 and 1938

Abstract

In the period following the establishment and proclamation of the republic, it is seen that the Kemalist Revolution was engaged in an endeavour to create national historiography. As an outcome of such endeavour, a book titled "Türk Tarihinin Ana Hatları (Outlines of Turkish History)" was published in 1930. This book, of which only 100 copies were published, was distributed to some people and various institutions. The purpose of the book is described in its introduction. In brief, it is intended to create a work that addresses Turkish history in a holistic way and presents the contribution of Turks to civilization in history. The main argument of this book is the Turkish History Thesis, which can be expressed with the concept "World civilization has passed from Central Asia and Turks to the other places and nations.". In the following period, various lectures regarding Turkish History Thesis were given, First Turkish History Congress and Second Turkish History Congress were organized, and articles were written on several mediums. Belleten Journal is a journal in which several studies on this subject were discussed. It is seen that the Turkish History Thesis was discussed in Belleten Journal from time to time, which was published by The History Foundation of Turkey and named by Atatürk. Such articles were intensified

[1]Araştırma Görevlisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi, Türkiye, e-mail: samed.kurban@dpu.edu.tr

especially in 1937 when the journal was published, and the following year. Afet İnan, İsmail Hakkı Uzunçarşılı, and Şemsettin Günaltay published articles on this subject in Belleten Journal. In this study, the studies relating to the Turkish History Thesis discussed by the subject historians in Belleten Journal in 1937 and 1938 will be evaluated in a multidimensional context within the context of the criticisms on such thesis.

Keywords- *Turkish History Thesis, Belleten, Kemalist Revolution*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Performans Yönetim Sistemi Açısından Türkiye'de Yerel Yönetim Mevzuatı

Full Text / Tam Metin

Ahmet Gündüz[1], Hatice Akman[2] , Samed Kurban[3]

Özet

Kamu yönetiminin, kamu işletmeciliği veya yeni kamu yönetimi perspektifiyle işletme yönetimine doğru evirilmesi performans ile ilgili kavram ve olguların önem kazanmasını sağlamıştır. Bu doğrultuda uluslararası, ulusal ve yerel mevzuatta, performans yönetim sisteminin tutumluluk, verimlilik ve etkililik (economy, efficiency, effectiveness) anahtar kelimeleri etrafında, düzenlemeler yapılmıştır. Türkiye'de 1864 tarihli Tuna Vilayat Nizamnamesine dayanan yerel yönetim sistemi, özellikle 1961 Anayasasından sonra performansla ilgili eleştirilerin odağındadır. Performans yönetim sistemi, kamu örgütlerinin belirledikleri hedefleri, hedefleri gerçekleştirme metotlarını ve bu hedeflere ne ölçüde eriştikleri konusunu, temel sorunsal olarak görmektedir. Özellikle Avrupa Birliği'nin yerellik/yerindenlik (subsdiarity) ilkesi çerçevesinde yerel yönetim mekanizması ve bu mekanizmanın fonksiyonelliği önem kazanmıştır. Türkiye'de uluslararası düzenleme olarak Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı, performans yönetiminin temel metinlerindendir. Uygulamada, performans ölçüm sistemi geliştirme açısından 2002 yılında, İçişleri Bakanlığına bağlı çalışan dönemin Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü (şimdiki İller İdaresi Genel Müdürlüğü), Belediyelerde Performans Ölçümü (BEPER) projesine başlamıştır. 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, hesap verebilirliği ve mali saydamlığı artırma amaçlarıyla performans yönetim sisteminin temel mevzuatlarındandır. Ayrıca Türkiye'de performans yönetim sistemi açısından 5393 sayılı Belediye Kanunu, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ve 5203 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu incelenmesi gereken mevzuatı oluşturmaktadır. Bununla birlikte yerel yönetim mevzuatının mali düzenlemelerinde performans yönetimi açısından birçok eksiklik görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, yerel yönetimlerde performans yönetimi ile ilgili temel kavramları tanımlamak, bu konudaki mevzuat hakkında bilgi vermek ve düzenlemelerle ilgili gerekli değerlendirmeleri yapmaktır.

Anahtar Kelimeler— *Performans Yönetim Sistemi, Kamu Yönetiminde Performans, Yerel Yönetimlerde Performans Yönetimi*

The Local Government Legislation In Turkey With Regard To The Performance Management System

Abstract

The development of public administration towards business management with the viewpoint of public management or new public administration has enabled the concepts and facts regarding performance to gain importance. In this direction, regulations have been made around the keywords of economy, efficiency and effectiveness of the

[1] Öğretim Görevlisi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kırıkhan Meslek Yüksekokulu, Yerel Yönetimler, Türkiye, e-mail: gunduz.1881@gmail.com

[2] Yüksek Lisans Öğrencisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, SBE, Kamu Yönetimi, Türkiye, e-mail: htccakmn@gmail.com

[3] Araştırma Görevlisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi, Türkiye, e-mail: samed.kurban@dpu.edu.tr

performance management system in the international, national and local legislations. The local government system in Turkey that is based on the 1864 Tuna Provincial Regulation has been the focus of criticism regarding performance, especially after the 1961 Constitution. The performance management system considers the objectives that are set by the public organizations, the methods for achieving these objectives and the extent to which they achieve such objectives as the main problematics. Especially, the local government mechanism and the functionality of such a mechanism have gained importance within the framework of the European Union's principle of locality/subsidiarity. As the international regulation, the European Charter of Local Self-Government is one of the main texts of performance management in Turkey. In practice, in order to develop a performance measurement system, the General Directorate of Local Administrations (the present-day General Directorate of Provincial Administration) working under the Ministry of the Interior started the project of Performance Measurement in Municipalities (BEPER) in 2002. Public Finance Management and Control Law No. 5018 is one of the main legislations of the performance management system with the objectives of increasing accountability and fiscal transparency. In addition, the Municipality Law No. 5393, Metropolitan Municipality Law No. 5216 and the Special Provincial Administration Law No. 5203 constitute the legislation to be examined in terms of performance management system in Turkey. Besides, there are many deficiencies in the financial regulations of the local government legislation in terms of performance management. This study aims to define the basic concepts in relation to the performance management in local governments, to provide information about the legislation on this issue and to carry out necessary evaluations regarding the regulations.

Keywords: *Performance Management System, Performance in Public Administration, Performance Management in Local Governments*

1. GİRİŞ

Kamu yönetiminde paradigma değişimini ifade eden yeni kamu yönetimi, yönetim anlayışındaki bu dönüşümü ifade eden birtakım ilkeler öngörmektedir. Yeni kamu yönetimi anlayışının getirdiği yeniliklerden biri de performansa dayalı yönetim biçimidir. Şüphesiz, küreselleşen dünyada performansın yönetilmesi özel sektörde olduğu kadar kamu sektöründe de giderek önem kazanmaya başlamıştır. Dünya genelinde liderler ve yöneticiler, kaynaklar üzerindeki sıkı kısıtlamalar, etkili hizmetlere olan talebin artması, düşük kamu güven düzeyi ve hesap verilebilirlik talebinin artması gibi sorunlarla boğuşmaktadır. Performans yönetimi, bu türden sorunların çözümü için alternatif arayışlar sunabilmektedir.

Performans, tüm yönetimler için önemli bir ölçü olmakla birlikte performans yönetimi sistemli şekilde günümüz kurum ve kuruluşlarında önemli bir yönetim unsurudur. Hizmette yerellik ve yerinden yönetimin güçlendirilmesi, yönetişim, toplam kalite yönetimi, kamu işletmeciliği ve küreselleşme gibi olguların kamu yönetimine yansıması sonucu kamu alanında ve yerel yönetimlerde performans yönetimi uygulanmaya başlamıştır. Bu konu, Türkiye'de yapılan yeniden yapılanma çalışmalarına da yansımış reform raporlarında, mevzuat çalışmalarında, kalkınma planlarında yer almış ve son dönemlerde kamu kurumlarında da yaygınlık kazanmaya başlamıştır.

Çalışmada, yeni kamu yönetimi anlayışının en önemli ilkelerinden biri olan kamu sektöründe performans yönetimi tanımlayıcı bir yaklaşımla ele alınarak ve kamu sektöründeki performans yönetiminin bileşenleri ortaya konulacaktır. Bu yeni yönetim kültürünü oluşturan araçların ve etkileşim içinde bulunduğu mekanizmaların kavranması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda performans yönetiminin tanımı, amacı, yararları, temel ilkeleri, içeriği ve unsurları incelenecektir. Daha sonra performans yönetim sisteminin eleştirel değerlendirmesi üzerinde durularak performans yönetimi uygulamalarında

karşılaşılan sorunlar ele alınacaktır. Performans yönetimi ile ilgili olarak Türk kamu yönetimi/yerel yönetimler mevzuatı hakkında bilgi verilerek, düzenlemelerle ilgili değerlendirmeler yapılacaktır.

2. PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİ

2.1. Performans Kavramı

Performans; planlanan bir işin etkililik, verimlilik, tutumluluk ve hesaplanabilirlik konseptleri çerçevesinde sayısal olarak ve kalite bakımından yerine getirilme düzeyi ve çalışanın davranış biçimi şeklinde tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre performans; amaçlı ve planlanmış bir etkinlik sonucunda elde edileni, nicel ya da nitel olarak ifade eden bir kavramdır (Ertaş ve Atalay, 2016). Türk Dil Kurumu'nun resmi web sayfasında (www.tdk.gov.tr, 2018), kısa bir karşılıkla, 'başarım' olarak ifade edilen performans, kelime anlamı itibariyle herhangi bir işi kotarmak, bir işin üstesinden layıkıyla gelmek, bir kimsenin kendisine düşen görevi etkin bir biçimde tamamlaması olarak tarif edilmektedir (Karaaslan, 2015). Performans, fonksiyonel bakımdan irdelendiğinde, görev ve kaynakların etkililiğinde önceden saptanan hedef ve ölçütlere karşılık gelecek biçimde görevin ve faaliyetlerin yerine getirilmesiyle, amacın ne ölçüde gerçekleştirildiğinin oranlanmasıdır (Bingöl, 1990). Melvin Dubnick (2005), bu konuda, şöyle bir izaha başvurmuştur: "Herhangi bir özel bağlam dışında performans; bir araba kapısı açma hareketinin basit ve sıradan eyleminden, Broadway müzikali Chicago'nun yeniden gösterime girmesine kadar bir dizi faaliyetle ilişkilendirilebilir. Bütün bu formlarda performans, niyetimizin derecesinin ima edilmesinde, sade davranıştan ayrı bir duruş sergiler." Bu açıklamasıyla Dubnick, performans ve performans ölçümü sonuçları arasındaki farka da işaret ederek, meseleye geniş bir açıdan bakmıştır.

Tablo 1: Performansın nasıl anlaşıldığına dair dört bakış açısı

Bakış açısı eylemin kalitesini içerir mi?	Bakış açısı başarının kalitesini içerir mi?	
	Hayır	Evet
Hayır	Üretim olarak performans (P1)	İyi sonuçlar olarak performans (P3)
Evet	Yeterlilik/kapasite olarak performans (P2)	Sürdürülebilir sonuçlar olarak performans (P4)

Kaynak: (Dubnick, 2005)

Yukarıda Dubnick'in performansın, bireysel veya örgütsel olabilecek kasıtlı davranışla ilgili olduğu görüşüne dayanarak oluşturduğu performans bakış açıları sınıflandırmasını yansıttığı tablo yer almaktadır. Performansın ilk bakış açısı (P1), performans aracı tarafından gerçekleştirilen görevlere odaklanır. Yani performans, kamu yöneticilerinin başarılı olup olmadıklarına bakılmaksızın gerçekleştirdikleri, maksatlı bütün eylemlerini içerir (Van Dooren, Bouckaert ve Halligan, 2015). İkinci bakış açısında (P2) performans, başarıların kalitesi hakkında değil, eylemlerin kalitesi hakkında olduğunda, yeterlilik veya kapasite olarak kavramsallaştırılır. Bu açıdan ilgili kurumun yeterliliğiyle ilişkilendirilen performans, Dubnick'in ifadesiyle (2005); tıpkı son derece yetkin bir sanatçının çoğu zaman bir faaliyetten daha fazla ve daha kaliteli çıktı üretme olasılığının daha yüksek olacağı

varsayımında olduğu gibi bir değer yargısı içerir. Performans eylemlerin kalitesiyle ilgili değil de başarıların kalitesiyle ilişkilendirildiğinde ise performans sonuçları eşitlenir (P3). Oysa Yeni Kamu Yönetimi ile ilgili birçok çalışmada kabul gören; sonuçların, kamu sektörünün hem çıktılarını hem de süreçlerini ifade ettiği yönündeki görüştür (Dubnick, 2005; Van Dooren, Bouckaert ve Halligan, 2015; Hatry, 1999). Son bakış açısına göre ise (P4); performans, hem eylemlerin kalitesine hem de başarıların kalitesine dikkat edilerek kavramsallaştırıldığında, sürdürülebilir sonuçlar olarak sembolize edilebilir (Van Dooren, Bouckaert ve Halligan, 2015).

2.2. Performans Yönetimi ve Amacı

Süreklilik arz eden ve daha detaylı içeriğe sahip bir süreç olan performans yönetimi; idareci ile personel arasında karşılıklı olarak beklentilerin iletildiği, bireysel ve bütünsel bağlamda performans planlamasının yapıldığı, yöneticinin sağladığı destekle planlardaki hedeflere erişmeye çalıştıkları, yöneticinin etkili geri-bildirim sağladığı ve sürecin sonunda değerlendirme yaptığı bir sistemdir. Performans yönetim sistemi açısından gerekli kazanımları elde ederek örgütün etkililiğini, verimliliğini ve tutumluluğunu artırması beklenir (Uyargil, 2012).

Performans yönetimi, kamu yönetimi perspektifinden bakıldığında, stratejik hedeflerin saptanmasında önemli bir unsurdur. Katılımcı yönetim anlayışının benimsenmesi, şeffaf ve hesap verebilir bir yönetim ve kurum kültürünün oluşturulması performans yönetiminin temel saikleridir (Ateş, 2007). Performans yönetiminin, esas olarak kabul edilen üç amacı olduğu öne sürülür. Bunlar; idari, tespit edici ve onarıcı amaçlardır. Hedeflerin tutturulmasıyla ilgili olarak performans ölçütlerinin saptanması, uygulanması ve her bir personel tarafından hedeflerin paylaşılarak gidişatın değerlendirilmesi idari amaçları ifade eder. Tespit edici amaçlar; kurumun güçlü ve zayıf yönlerini saptayarak personelin yeteneklerinin yanı sıra kurumun yeteneklerinin de belirlenmesi ve performans yönetimine dair stratejilerin oluşturulmasında iç ve dış unsurların ortaya konulmasıdır. Onarıcı amaçlar ise; hedeflenen performans ile gerçekleştirilen performansın kıyaslanarak sürecin değerlendirilmesini anlatır. Bu değerlendirme personele geribildirimler yoluyla aktarılır (Coşkun, 2007; Barutçugil, 2002; Halis ve Tekinkuş, 2003).

Etkili ve verimli bir performans seviyesine ulaşmak için idarenin, performans planlamasını, uygulamasını ve denetimini de içeren geniş bir anlayış geliştirmesine performans yönetimi denir. Bir başka ifade ile performans yönetimi, örgütü istenen amaçlara yöneltmek için örgütün mevcut ve geleceğe ilişkin durumları ile ilgili bilgi toplama, bunları karşılaştırma ve performansın sürekli gelişimini sağlayacak yeni ve gerekli etkinlikleri planlama, başlatma ve sürdürme görevlerini gerçekleştiren bir yönetim sürecidir (Altıntaş, 2010). Performans yönetimi, örgütten, ekiplerden ve çalışanlardan daha iyi sonuçlar elde etmenin bir aracı ve birçok yönetim alanında ele alınabilecek temel bir yaklaşımdır. Performans yönetiminin idari, iyileştirici ve tespit edici üç ana grup amaçları vardır. İdari amaçlar, hedeflerin gerçekleştirilmesine yönelik performans kriterlerinin belirlenmesi, performans yönetiminin planlanması, uygulanması, bireylerce hedeflerin paylaşılarak işleyişin değerlendirilmesi, iyileştirici amaçlar da çalışanların belirlenen performansla, gerçekleşen performansı karşılaştırarak geribildirimlere göre çalışanların ve sürecin değerlendirilmesidir. Tespit edici amaçlar ise performans yönetimine ait stratejilerin oluşmasında iç ve dış faktörlerin ortaya çıkarılmasıdır (Karasoy, 2014). Buradaki amaç sadece geçmişte gösterilen performansın seviyesini ortaya çıkarmak değil, kişi ve kurumların geleceğe yönelik potansiyel performanslarını da belirlemek, uygun motivasyon ve yönlendirmelerle gelecekteki performanslarını proaktif bir yaklaşımla yükseltmektir (Bayram, 2010).

3. KAMU YÖNETİMİNDE PERFORMANS YÖNETİMİ

3.1. Kamu Yönetiminde Performans Yönetiminin Amacı ve Önemi

Kamu yönetiminde performans yönetiminin temel amacı, kamu hizmeti gören kurumların hedeflerine ulaşmalarını sağlamak, saydamlık, ekonomiklik, hesap verebilirlik, verimlilik ile birlikte performans ölçütlerini ortaya koymaktır (Bilgin, 2004). Yeni kamu yönetimi anlayışıyla birlikte kamu sektörünün işletme sektörü yönetimine doğru evirilmesiyle performansın yönetilmesi, özel sektörde olduğu kadar kamu sektöründe de giderek önem kazanmaktadır. Örneğin; ödenen vergilerin nerede, nasıl ve hangi oranda kullanıldığını öğrenebilmenin bir hak olduğu bilincinin vergi verenler tarafından benimsenmesi, yerel yönetimlerden merkezi yönetime doğru katılımcılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik konseptleri çerçevesinde performans yönetimi konusunu önemli hale getirir. Performans yönetiminde kullanılan performans göstergeleri yolu ile planlanan ve gerçekleşen performans arasındaki fark görülebilir, geçmiş ile bugünkü performans düzeyi arasında nasıl bir gelişim gösterildiği izlenebilir, kurumlar birbirleri ile kıyaslanarak en iyi uygulamaların yaygınlaşması mümkün olabilir (Gazez, 2010). Bu doğrultuda, performans yönetimi; karar alma sürecinde vatandaşların isteklerinin kamu yöneticilerini etkileyebilme, kurum ve personelin hedefleri arasında kurulan bağ ile motivasyonun artırılması, kamu mal ve hizmetlerinin etkili kullanılması, objektif ölçütlerin esas alınması suretiyle personelin yükselmesinde adaletin sağlanması gibi faktörlerle önem kazanmaktadır (Ergün ve Polatoğlu, 1993; Karasoy, 2014; Balcı, 2003; Bilgin, 2004).

Kamu yönetiminde performans değerlendirilmesinin amacı en olumlu sonuç elde etmek olduğundan, örgüt, yönetim, çalışan ve diğer paydaşlar arasındaki etkileşim ve memnuniyet açısından önemli katkıları vardır. Kamu yönetiminde performans değerlemesinin yapılması hizmetlerin beklentileri karşılanmasına yönelik en büyük faydayı sağlamaktadır.

3.2. Kamu Yönetiminde Performans Yönetim Süreci

Performans yönetim süreci dört ana evreden oluşur; planlama, uygulama, denetim ve geliştirme. Bir kurum veya kuruluşta performans yönetim sürecinde üç temel soru; neredeyiz, nerede olabilirdik veya daha ne kadar iyi olabilirdik ve nerede olmalıyız soruları cevaplanmaya çalışılmaktadır. Bu soruların yanıtlarını bulabilmek için kurum veya kuruluşun mevcut durumunun saptanması, planlanması şimdiki durumun kıyaslanması ve geleceğe ilişkin kararların alınması gerekmektedir (Köseoğlu, 2008). Performans yönetimi kamu yönetim sürecine uygulandığında da sürecin planlama, uygulama, denetim ve geliştirme olmak üzere dört aşamadan oluşturulması söz konusudur. Kamu yönetiminde performans yönetiminin başlangıcını oluşturan performans planlaması, kuruluşun gerçek durumuna göre ancak ileriye yönelik olarak stratejik kararlar alma süreci olan amaçların açık ve net, ölçülebilir, uzlaşılabilir ve başarılabilir, gerçekçi ve zamana bağlı planlanmasıdır (DPT, 2000). Kamu yönetiminde performans yönetiminin ikinci aşaması olan performans uygulamasında, planlama aşamasında öngörülen performans ilke ve kararların uygulamaya geçirilir ve kurum hedefleri için sahip olduğu kaynakları kullanarak, sonuca ulaşmaya çalışır. Kamu performans yönetim sürecinin üçüncü aşaması olan performans denetim aşamasında planlaması yapılan ve uygulanan performans değer ve ölçütlerine göre iş ve görevlerin gerçekleştirilip, gerçekleştirilmediğine, hedeflerinin gerçekleşip, gerçekleşmediği veya ne kadar gerçekleştiğine ilişkin yönetim ve çalışanlar arasında karşılıklı geribildirime dayalı bir değerlendirmenin yapılması söz konusudur (Bilgin, 2007). Performans denetimi yapılırken, tüm faaliyetler sistemli ve objektif olarak incelenir. Bu aşama kamu kaynaklarının nerede, nasıl ve hangi

amaca uygun olarak kullanıldığının görülmesini sağlayan önemli bir süreç olup kurumun belirlediği hedeflere ulaşım derecesidir (Özer, 1997).

Kamu yönetiminde performans yönetiminin son aşaması, performans geliştirme aşamasıdır. Bu aşama ile performans sonuçları yorumlanır. Bununla birlikte performansın sürekli bir gelişim içerisinde olması ve bir sonraki dönemde performans yönetimini daha iyiye ulaştırmak için durum değerlendirmesi yapılır. Böylece değerlendirme ve denetimler sonucu ortaya çıkan verilere göre, kurumun eksik yönleri giderilir, iyi olan yönlerinin daha da geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılarak performans artırılmaya çalışılır (Karasoy, 2014).

4. PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİNE GETİRİLEN ELEŞTİRİLER

Performans yönetimi, kamu yönetimi açısından bakıldığında, stratejik hedeflerin belirlenmesi, kaynakların etkili ve verimli kullanılması, hesap verebilirlik konseptleri kapsamında önemli bir sistemdir. Bunun yanında performans sisteminin, kusursuz olmadığı da kabul edilmektedir.

Performans yönetimine getirilen eleştirilerden biri, mevcut sistemin uzman ve/veya profesyonellere yönelik net olmayan tutumudur. Yeni kamu yönetimi anlayışı, "yöneticilerin yönetmesine izin ver" mottosuyla yöneticiye ve onun profesyonelliğine duyduğu güçlü güveni ifade eder (Kettl, 1997). Ancak dünyanın birçok ülkesinde ve sağlıktan eğitime birçok uygulamada profesyonel yöneticilerin ve uzmanların hareket alanı daraltılmaktadır (Radin, 2006; David ve Lampel, 1998). Başka bir ifadeyle; Yeni kamu yönetimi ve performans yönetim sistemi, yetkilendirme yoluyla yöneticilere güven duyulmasını salık verirken, uygulamada isteksiz bir tavır takınılarak güçlü kontrol ve denetim mekanizmasına yeniden başvurulmaktadır.

Kamu yönetiminde karar verme süreci; yasaların, kişisel iletişimin, bütçelerin, etkisel analizlerin, değerlendirme çalışmalarının ve çıkar gruplarının bildirilerinin sunduğu birçok bilginin analiz edilip işlenmesiyle başlar. Performans bilgileri ise, söz konusu analiz ve işlemenin üzerine eklenir. Performans yönetim sistemine getirilen eleştirilerden biri de bu konudadır. Zira öncelikle, sayılan kaynakların eksiksiz olarak işlenmesi olağanüstü bir analitik kapasite gerektirir. Ardından performans bilgilerinin de eklenmesiyle oluşan aşırı bilgi yüklemesi sistemin felç olması gibi bir risk barındırır (Mayne, 2007; Van Dooren, 2011). Oysaki performans yönetim sistemi kararların geliştirilmesi için tasarlanmıştır.

Performans yönetim sisteminde, önemli olup olmadığına bakılmaksızın birçok verinin hesaplanmaya çalışılması ortaya bir karışıklık çıkarmaktadır. Akademik çalışmalar, yönetsel dikkatin Anahtar Performans Göstergesi olarak adlandırılan araştırmaların pek azına odaklanmasını tavsiye etmektedir (Kaplan ve Norton, 1996; Van Dooren, 2006). Hesaplanabilirlik konusunda genel kabul gören standart bir uygulamanın olmayışı da performans yönetimine getirilen eleştirilerden biridir. Bu durum sistemin objektif unsurlara dayanıp dayanmadığını tartışmalı hale getirir. Bunun yanında kamu yönetimi, matematiksel ve istatistikî konuları kısmen kapsıyor olsa da ağırlıklı olarak bir sosyal bilim disiplinidir. Yeni kamu yönetimi ve performans yönetimi, süreçlere değil de sonuçlara odaklanmayı salık vermektedir (Hughes, 2013). Örneğin; balıkçılık sektöründe tüketiciyi, süreci ifade eden, iklim şartları, küresel ısınma, sektörde çalışma koşulları ve çalışan sayısının yeterli olup olmadığı değil sonucu ifade eden balık bolluğu veya kıtlığı ilgilendirir. Ya da kamu sektöründe bir personelin kaç vatandaşın evrakını işleme aldığına önem verilir. Bunun gibi pek çok örnekte, önemli pek çok boyutun hesaplanması zordur. Zira birinci örnekte, süreci ifade eden koşullara ek olarak, avlanan balıkların çeşitliliği, kalitesi ve birbirinden farklı fiyatları aynı kategoride kıyaslanamaz. İkinci örnekte ise,

personelin evrakları işleme alıp sonuçlandırırken, yasal sınırlar içinde, vatandaşın menfaatine uygun olan alternatif yolları gözden geçirip geçirmediği, kamu ve vatandaş için en makul olanı tercih edip etmediği ölçülemez. Benzer biçimde, Van Dooren'in (2011) örneğinde olduğu gibi; vatandaş sokaklarda kaç polisin devriye gezdiğine değil, güvenliğin sağlanıp sağlanamadığına odaklanır.

Bununla birlikte yeni kamu yönetimi anlayışında yönetime pek çok aktör dâhil olmuştur. Hesap verebilirlik açısından bu durum bir çelişki arz etmektedir. Zira sonuçlardan tek bir aktörün sorumlu tutulması mümkün olmadığı gibi olumsuz sonuçlarda da hiçbir aktör sorumluluk üstlenmeyebilir (Aristigueta ve Denhardt, 2008).

5. TÜRKİYE'DE YEREL YÖNETİMLERDE PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİ VE MEVZUATI

5.1. Yerel Yönetimlerde Performans Yönetimi İhtiyacı

Kamu hizmetlerinde performans yönetimi anlayışı açısından bakıldığında, kamu kuruluşunun işini amacına yönelik olarak yapıp yapmadığı; yapılan işlerin istenmeyen etki yaratıp yaratmadığı; karar vericilerin halka karşı kendini sorumlu hissedip hissetmediği; kurumların yetkili olduğu alan dışına çıkıp çıkmadığı; herkese mi yoksa belli gruplara mı hizmet ettiği ve nihayet verimli çalışıp çalışmadığını bilmek ve belirlemek gerekir (Ertaş ve Atalay, 2016).

Özellikle 1980'li yıllarla birlikte etkili olan yeni kamu yönetimi anlayışının hâkim ilkeleri ve bunlar arasından özellikle *"yerindenlik/yerellik"* ilkeleri yerel yönetimlere ve onların performansları üzerine özenle eğilmeyi gerekli kılmıştır. Bu konuda Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ilişkileri de *subsidiarite* ilkesi çerçevesinde yerel yönetimlerin mekanizması ve söz konusu mekanizmanın işlevselliği açısından önem taşımaktadır. Gelişen yeni hizmet ortamında yerel yönetimlerde karar vericiler (belediye başkanı, belediye meclis üyeleri), sundukları hizmetin ne ölçüde etkin, ekonomik ve verimli olduğunu bilmek ve hizmetlerin performansını artırmak; vergi ödeyen vatandaş ise ödedikleri vergilerin nasıl ve nereye harcandığını bilmek ve kendisine sunulan hizmetleri yıllar bazında başkalarına sunulan hizmetlerle karşılaştırmak istemektedirler. Performans ölçümü ve yönetimi bu noktada yerel yönetimlerin paydaşları için mükemmel bir araç durumundadır (Karakaş ve Ak, 2003).

5.2. Yerel Yönetimlerin Evrimi, Performans Yönetim Sistemi ve Mevzuat

5.2.1. Tarihsel Süreçte Yerel Yönetimler ve Performans

Türkiye'de yerel yönetim sistemi Osmanlı İmparatorluğu döneminde Fransız idare sisteminden esinlenildiği biçimiyle 1864 tarihli *Tuna Vilayet Nizamnamesi*ne dayanır (Parlak ve Sobacı, 2005; Tortop vd., 2014). Vilayet Nizamnamesi eyalet sistemini kaldırmış, yerine vilayet sistemini getirmiştir. Vilayetler için biri genel diğeri mahalli olmak üzere iki yönetim biçimi kabul edilmiştir (Tortop vd., 2014). 1876 tarihli *Kanun-u Esasi*, il yönetiminde yetki genişliği ilkesine yer vererek daha geniş bir yerel yönetim anlayışını benimsemiştir (Eryılmaz, 2004). 1876 tarihli Kanun-u Esasi'de vilayet başlığı altında 108. ve 112. maddelerini kapsayan bölüm yerel yönetimler ve merkezi yönetim ilişkilerini düzenlemektedir. 108. maddeye göre "ilin yönetimi yetki genişliği ve yerinden yönetim esasına göre yapılacaktır" ifadesi yer almaktadır. Bu kapsamda, 1913 tarihli *İdare-i Umumiye-Vilayet Kanun-u Muvakkatı* (İllerin Genel İdaresi Geçici Kanunu) ile il özel idaresi kurulmuştur. Bu çerçevede, yeni

oluşturulan il özel idaresi modeli; *İdare-i Umumiye-i Vilayet* (İl Genel İdaresi) ve *İdare-i Hususiye-i Vilayet* (İl Özel İdaresi) olarak iki kısımdan oluşmaktadır (Yaşamış, 2001).

İl mahalli idarelerine ilişkin en önemli düzenlemelerden birisi 1921 tarihli anayasa ile (Teşkilat-ı Esasiye Kanunu) belirlenmiştir. 1921 Anayasası, il mahalli idarelerine hiçbir anayasanın vermemiş olduğu özerkliği tanımıştır. 1924 Anayasası yerinden yönetim konusunda 1921 Anayasası'nın yerel yönetimlere verdiği çizgiden uzaklaşarak, 1876 Anayasası'nın koyduğu temel prensipleri ortaya çıkarmıştır. Bu anlamda 1921 Anayasası, devletin genel işleri ile ilin yerel işleri ayrımını benimsemişken, 1924 Anayasası ilin yerel işleri tabirini kullanmamakta ve sadece ilin işleri ifadesi ile yetinmektedir. Söz konusu değişiklik yönetim anlayışında merkeziyetçi bir çizginin benimsendiğinin göstergesidir (Nalbant, 1997).

1961 Anayasası'nın yürürlüğe girmesiyle mahalli idareler anayasanın 116. maddesinde şu şekilde formüle edilmektedir: "Mahallî idareler, il, belediye veya köy halkının müşterek mahallî ihtiyaçlarını karşılayan ve genel karar organları halk tarafından seçilen kamu tüzel kişileridir" (Güneş, 2013). Bu maddeye ek olarak, 1961 Anayasası çerçevesinde, 115. madde kapsamında şu ifadeler yer almaktadır: "Belli kamu hizmetlerinin görülmesi amacıyla, birden çok ili içine alan çevrede, bu hizmetler için, yetki genişliğine sahip kuruluşlar meydana getirilebilir". Bu kapsamda, il özel idarelerinin bir kısım görevleri zamanla birden fazla ili içine alan bölge müdürlüklerine devredilmiştir. Böylelikle, il özel idareleri kendilerine verilen sorumlulukları gerektiği ölçüde yerine getiremeyen, teşkilat yapısı, hizmet kapasitesi, mali ve insan kaynağı yetersizliği gibi problemlerle sürekli karşı karşıya kalan kuruluşlar haline dönüşmüşlerdir (Kaya, 2011). Bu bağlamda, il özel idarelerinin kapatılması dahi gündeme gelmiştir.

Türkiye'de 1980 sonrasında, il özel idarelerinin varlığı anayasa ile kabul edilmiş ve bu kuruluşlar tüzel kişiliğe haiz, bir kamu kuruluşu olarak belirtilmiştir. 1982 Anayasası'nın 127. maddesine göre "Mahallî idareler; il, belediye veya köy halkının mahallî müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, yine kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişileridir. Mahallî idarelerin kuruluş ve görevleri ile yetkileri, yerinden yönetim ilkesine uygun olarak kanunla düzenlenir". Anayasal maddede görüldüğü üzere il, belediye ve köyler mahalli idare kuruluşları olarak sayılmış ve sözü edilen mahalli idare kuruluşlarının genel karar organlarının halk tarafından seçileceği belirtilmiştir. 26 Mayıs 1987 tarihli ve 3360 sayılı Yasa ile 1929 tarihli 'İdare-i Umumiye-i Vilayet Kanunu Muvakkatı'nın adı 'İl Özel İdaresi Kanunu' olarak değiştirilmiştir. 1990'lı dönemlere gelindiğinde; hazırlanan yasa tasarıları, kalkınma planları ve KAYA (Kamu Yönetimi Araştırma Projesi) Raporu'nda yerel yönetimlerle merkezi yönetim arasında yeni bir yetki ve görev paylaşımının yapılmasını öngören yeni bir anlayış hakim olmuştur. Ancak, bu yeni görev ve yetki paylaşımı çerçevesinde yapılacak yerel yönetim reformu, devlet yapılanmasının ve bu doğrultuda toplumsal ilişkilerin yeniden düzenlenmesi sonucunu doğuracağından ve bu tarz bir olgunun da güçlü bir toplumsal istek ile etkili ve kararlı bir siyasi iradeyi gerektirdiğinden, yeni bir yetki ve görev paylaşımının yapılmasını öngören bu yeni anlayış gerçekleşme imkânı bulamamıştır (Güler, 2001).

Türk kamu yönetiminde özellikle 2000 yılında yaşanan ekonomik krizden sonra, yerel problemlere hızlı ve zamanında çözüm bulmakta yetersiz kalınması, daha etkin ve etkili kamu hizmeti sunumunun bir aracı olarak yerel yönetimler reformunu siyasetin gündemine getirmiştir (Koyuncu, 2011). Belediyelerde bir performans ölçüm sistemi geliştirme amacıyla İçişleri Bankalığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü (İller İdaresi Genel Müdürlüğü), 2002 tarihinde "Belediyelerde Performans Ölçümü

(BEPER)" projesine başlamıştır. Projenin amacı; belediyelerin sundukları mal ve hizmetlerin kalitesini artırmak; etkin ve verimli bir hizmet anlayışını yerleştirmek; karar vericilere ve vatandaşlara objektif verilere dayanarak değerlendirme yapma olanağı sağlamak; demokratik katılım ve şeffaflığı, hesap sorma-verme mekanizmalarını güçlendirmek; yerel yönetimlerimizin kendi bünyeleri içinde "izleme–geliştirme" modelinin kurulmasına örnek teşkil etmek amaçlarıyla belediyelerin sundukları mal ve hizmetler için temel performans kriterleri oluşturarak ulusal performans göstergelerini tespit etmek ve belediyeler arasında karşılaştırmalar yapmayı mümkün kılacak bir model geliştirmek olarak belirlenmiştir (Gazez, 2010). Son gelişmeler neticesinde Türkiye'de yerel yönetimlerde performans ölçümleri bir sistem yaklaşımıyla ele alınmaktadır. Stratejik plan (5 yıllık), performans programı (yıllık), faaliyet raporu (yıllık), performans esaslı bütçe (yıllık), iç kontrol sistemi (sürekli) kamu alanında yapılan performans değerlendirmelerinin etkili olan temel dokümanlarıdır (Ertaş ve Atalay, 2016).

5.2.2. Yerel Yönetimlerde Performans Yönetimi Açısından Güncel Mevzuat

5.2.2.1. Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı

15 Ekim 1985 tarihinde imzaya açılan Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı, Türkiye'de 1.4.1993 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Demokratik yerel yönetimlerin tesis edilmesini amaçlayan Şart'ın bazı paragraflarına Türkiye tarafından çekince konulmuştur. Performans yönetim sistemi açısından değerlendirilirse Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın önsözünde, Şart'ı imza eden üye devletlerin, "gerçek yetkilerle" donatılan yerel yönetimlerin "etkili" bir yönetim sağlayacağına inandığını taahhüt ettikleri kabul edilmiştir (www.humanrightscenter.com, 2018).

5.2.2.2. 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, performans yönetim sistemi açısından temel kanunlardan biridir. Bu kanunun amacı, kalkınma planlarında ve programlarda yer alan politika ve hedefler doğrultusunda kamu kaynaklarının etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde elde edilmesi ve kullanılmasını, hesap verebilirliği ve malî saydamlığı sağlamak üzere, kamu malî yönetiminin yapısını ve işleyişini, kamu bütçelerinin hazırlanmasını, uygulanmasını, tüm malî işlemlerin muhasebeleştirilmesini, raporlanmasını ve malî kontrolü düzenlemektir (www.mevzuat.gov.tr, 2018). Ayrıca kurumların bütçe uygulamalarında performanslarındaki gelişmeler izlenerek ilgili birimlere bilgi aktarımının amaçlandığı 5018 sayılı kanun ile stratejik plan hazırlama zorunlu hale gelmiş, performans temelinde bütçeleme ve mali saydamlık gibi yenilikler getirilmiştir. Bunun yanında kurumlara, iç denetim ilkesiyle, ekonomiklik, etkililik, verimlilik esaslarına dayalı yönetim öngörülmüştür (Tosun ve Cebeci, 2006).

5.2.2.3. 5393 Sayılı Belediye Kanunu

Kanunun *'Mahalle ve Yönetimi'* başlığını taşıyan 9. maddesinde muhtarın, mahalle sakinlerinin gönüllü katılımıyla ortak ihtiyaçları belirlemek, mahallenin yaşam kalitesini geliştirmekle yükümlü olduğu hüküm altına alınmıştır. Belediye yönetimiyle ilgili olarak ise, 18. maddede stratejik planın, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerinin görüşülmesi ve kabul edilmesi görevi belediye meclislerine, bunun hazırlanması ve yürütülmesi görevi de 38. maddeyle belediye başkanına verilmiştir. Kanunun 41. maddesinde; mahalli idareler genel seçimlerinden itibaren altı ay içinde belediye başkanının stratejik plân ve ilgili olduğu yıl başından önce de yıllık performans programını hazırlayıp belediye meclisine sunması gerektiği belirtilmiştir. Belirlenen plan, performans ölçütleri ve kalite

standartları ise 54. 55 ve 56. maddelere göre denetlenir. Bu denetim iç ve dış denetimi kapsar. Buna göre; belediyenin malî işlemler dışında kalan diğer idarî işlemleri, hukuka uygunluk ve idarenin bütünlüğü açısından İçişleri Bakanlığı tarafından da denetlenir. Kanunun 76. maddesine göre: Belediyeler kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının, sendikaların, noterlerin, varsa üniversitelerin, ilgili sivil toplum örgütlerinin, siyasî partilerin, kamu kurum ve mahalle muhtarlarının temsilcileri ile diğer ilgililerin katılımıyla oluşan kent konseyinin faaliyetlerinin etkili ve verimli yürütülmesi konusunda yardım ve destek sağlar. Belediye; sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadın ve çocuklara, engellilere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerin yapılmasında beldede dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygular (www.mevzuat.gov.tr, 2018).

5.2.2.4. 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu

Kanunun 18. maddesinde '*büyükşehir belediye başkanının görev ve yetkileri*' başlığıyla; Belediyeyi stratejik plâna uygun olarak yönetmek, belediye idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi hazırlamak ve uygulamak, belediye faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini belirlemek, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak, hükmü yer almaktadır. Bu kanunla büyükşehir belediyesine verilen görev ve hizmetlerin etkili ve verimli şekilde yürütülmesinin sağlanması belirtilmektedir (www.mevzuat.gov.tr, 2018).

5.2.2.5. 5203 Sayılı İl Özel İdaresi Kanunu

Kanunun 10. maddesinde '*il genel meclisinin görev ve yetkileri'* başlığıyla stratejik plân ile yatırım ve çalışma programlarını, il özel idaresi faaliyetlerini ve personelinin performans ölçütlerini görüşmek ve karara bağlamak hüküm altına alınmıştır.

'Valinin görev ve yetkileri' başlığını taşıyan 30. maddenin (b) bendinde il özel idaresini stratejik plâna uygun olarak yönetmek, il özel idaresinin kurumsal stratejilerini oluşturmak, bu stratejilere uygun olarak bütçeyi, il özel idaresi faaliyetlerinin ve personelinin performans ölçütlerini hazırlamak ve uygulamak, izlemek ve değerlendirmek, bunlarla ilgili raporları meclise sunmak, görev ve yetkisi valiye verilmiştir. *Stratejik plan ve performans planı'* başlığıyla yer 31. maddede; Vali, mahallî idareler genel seçimlerinden itibaren altı ay içinde; kalkınma plân ve programları ile varsa bölge plânına uygun olarak stratejik plân ve ilgili olduğu yıl başından önce de yıllık performans plânı hazırlayıp il genel meclisine sunar. Stratejik plân, varsa üniversiteler ve meslek odaları ile konuyla ilgili sivil toplum örgütlerinin görüşleri alınarak hazırlanır ve il genel meclisinde kabul edildikten sonra yürürlüğe girer. Stratejik plân ve performans plânı bütçenin hazırlanmasına esas teşkil eder ve il genel meclisinde bütçeden önce görüşülerek kabul edilir.

Performans denetimi, kanunun 37, 38 ve 39. maddelerine göre yapılır. İl özel idarelerinde iç ve dış denetim yapılır. il özel idaresinin malî işlemler dışında kalan diğer idarî işlemleri, idarenin bütünlüğüne ve kalkınma plânı ve stratejilerine uygunluğu açısından İçişleri Bakanlığı, vali veya görevlendireceği elemanlar tarafından da denetlenir. Kanunun 44. maddesine göre; İlin stratejik plânına uygun olarak hazırlanan bütçe, il özel idaresinin malî yıl ve izleyen iki yıl içindeki gelir ve gider tahminlerini gösterir, gelirlerin toplanmasına ve harcamaların yapılmasına izin verir. Vali ve harcama yetkisi verilen diğer görevliler, bütçe ödeneklerinin verimli, tutumlu ve yerinde harcanmasından sorumludur.

İl özel idaresi sağlık, eğitim, spor, çevre, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadın ve çocuklara, özürlülere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerin yapılmasında ilde dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygular. Gönüllülerin nitelikleri ve çalıştırılmalarına ilişkin usul ve esaslar İçişleri Bakanlığı tarafından çıkarılacak yönetmelikle belirlenir (www.mevzuat.gov.tr, 2018).

SONUÇ

Dünyada yirminci yüzyılın son çeyreğinde meydana gelen teknolojik gelişmeler, küreselleşmenin getirdiği değişimler, bilgiye erişim ve bilgi toplumu yolunda kaydedilen mesafe kamu yönetimini de etkilemiştir. Toplumların sunulan hizmetlerden beklentilerinin farklılaşması gibi çeşitli faktörlerin etkisi, yenidünya düzeni konsepti kapsamında, yeni kamu yönetimi anlayışının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bunun sonucunda yönetim alanında şeffaflık, hesap verilebilirlik, etkililik, stratejik planlama konsept ve olgularıyla performans yönetiminin ve denetiminin ön plana çıkması söz konusu olmuştur.

Yeni kamu yönetimi anlayışının hâkim olmaya başlamasıyla dünyada ve yakın zamanda Türkiye'de performans yönetim sistemine uygun olarak yasal düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Uluslararası bir antlaşma olarak Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın, performans yönetim sisteminin etkililik (effectiveness) ilkesini yerel yönetimlere tanınmasını öngördüğü yetkilerle gerçekleştirmeyi hedeflediğini öne sürmek mümkündür. Ulusal mevzuatta 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, 5393 sayılı Belediye Kanunu, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ve 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu yerel yönetimler hakkındaki mevzuatın performans yönetim sistemi açısından düzenlemeleri kapsamaktadır.

Performans yönetim sistemi açısından yerel yönetim mevzuatında mali düzenlemelerle ilgili eksiklikler göze çarpmaktadır. Performans yönetim sisteminin en fazla eleştiri aldığı ilkelerden biri hesaplanabilirliktir. Zira sayılabilecek durumda olmayan veya sayılabilecek olsa dahi hesaplanması mümkün olmayan, ortak bir ölçüt ile kıyaslanamayan pek çok husus vardır. Yerel yönetimlerde mali mevzuatı oluşturan 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu, 5779 sayılı İl Özel İdarelerine ve Belediyelere Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun, 3572 sayılı İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanun gibi mevzuatlarda performans yönetim sistemine dair herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu bağlamda hesaplanabilirlik ilkesinin işlevselliği açısından ve performans yönetim sisteminin mali konular üzerinde daha uygulanabilir olduğundan hareketle, yerel yönetimlerin mali mevzuatı hakkında bu konuda düzenleme yapılmasının yerinde olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

ALTINTAŞ, A. (2010), "Mahalli idarelerde performans yönetimi ve riskleri", Sayıştay Dergisi, (69), 4-16.

ARİSTİGUETA, M. & DENHARDT, K. (2008), "Performance management systems: Providing accountability and challenging collaboration", Performance information in the public sector: How it is used, (Ed. W. Van Dooren & S. Van de Walle), Basingstoke, Palgrave McMillan.

ATEŞ, H. (2007). "Belediyelerde kurumsal performans yönetimi: Uygulamada başarı için öneriler", Kamu Yönetimi Yazıları, (Ed. B. Eryılmaz vd.), Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.

BARUTÇUGİL, İ. (2002). Performans yönetimi. İstanbul, Kariyer Yayınları.

BAYRAM, L. (2010). "Geleneksel performans değerlendirme yöntemlerine yeni bir alternatif: 360 derece performans değerlendirme", Sayıştay Dergisi, (62), 47-65.

BİLGİN, K. U. (2004), Kamu performans yönetimi memur hak ve yükümlülüklerinin performansa etkisi. (1. Baskı). Ankara, TODAİE Yayınları.

BİNGÖL, D. (1990). Performans Yönetimi ve Beşeri İlişkiler. Erzurum, Atatürk Üniversitesi Yayınları.

COŞKUN, A. (2007), Stratejik performans yönetimi ve performans karnesi. İstanbul, Literatür Yayınları.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2000), Kamu yönetiminin iyileştirilmesi ve yeniden yapılandırılması, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, DPT Yayını.

DUBNICK, M. (2005), "Accountability and the promise of performance: In search of the mechanism", Public Performance & Management Review, 28(3), 376-417.

ERTAŞ, H. ve ATALAY, İ. (2016), "Yerel yönetimlerde performans yönetimi", Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi, (12), 70-82.

ERYILMAZ, B. (2004), Kamu Yönetimi, Adapazarı, Erkam Matbaası.

GAZEZ, S. (2010). Kamu kurum ve kuruluşlarında performans yönetimi ve denetimi, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı.

GÜLER, B.A. (2001), "Yerel yönetimlerde reform sorunu", Çağdaş Yerel Yönetimler, 10(3), 7-12.

GÜNEŞ, A.F. (2013), Büyükşehirlerde il özel idarelerinin kaldırılmasının hukuki veçhesi ve işlevsel sonuçları, http://www.tid.web.tr/ortak_icerik/tid.web/154/13%20Ahmet%20Faruk%20G%C3%9CNE%C5%9E.pdf., (11.10.2018).

HALİS, M. ve TEKİNKUŞ, M. (2003), "Kamuda performans yönetimi", Kamu yönetiminde çağdaş yaklaşımlar, (Ed. A. Bakı vd.), Ankara, Seçkin Yayıncılık.

HATRY, H. (1999), "Mini-symposium on intergovernmental comparative performance data", Public Administration Review, 59(2), 101-102.

HUHHES, O. E. (2013), Kamu işletmeciliği ve yönetimi, (Çev. Buğra Kalkan, Bahadır Akın, Şeyma Akın), Ankara, BigBang Yayınları.

KARAASLAN, H. (2015). "Yerel yönetimlerde performans ölçümü ve göstergeler", Strategic Public Management Journal, (2), 88-107.

KARAKAŞ, B., AK, R. (2003), "Kamu yönetiminde performans yönetimi önemli midir?", Kamu Yönetiminde Kalite 3. Ulusal Kongresi, Ankara, TODAİE Yayını.

KARASOY, H. A. (2014), "Türk kamu yönetiminde performans yönetimine bir bakış", Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 10(22), 257-274.

KAYA (1991). *Kamu Yönetimi Araştırması Genel Rapor*, No. 238, Ankara, TODAİE Yayını.

KETTL, D. F. (1997), "The global revolution in public management: Driving themes, missing links", Journal of Policy Analysis and Management, 16(3), 446-462.

KOYUNCU, E., KÖROĞLU, T. (2012), "Büyükşehir tasarısı üzerine bir değerlendirme", TEPAV, www.tepav.org.tr, (Erişim Tarihi: 07.12. 2018).

KÖSEOĞLU, Ö. (2008). "Türk belediyeciliğinde performansa dayalı yönetim anlayışına geçiş: Arka plan ve sorunlar", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 17(1), 19-42.

NALBANT, A. (1997), Üniter devlet, Ankara, Yapı Kredi Yayınları.

PARLAK, B., SOBACI, Z. (2005). Kamu yönetimi*,* Alfa Aktüel, Bursa.

TORTOP, N., Aykaç, B., Yayman, H., Özer, M.A. (2006), Mahalli idareler. 1. Basım, Ankara, Nobel Yayıncılık.

TORTOP, N., Aykaç, B., Yayman, H., Özer, M.A. (2014). Mahalli idareler. 3. Basım, Ankara, Nobel Yayıncılık.

UYARGİL, C. (2012), Performans ve kariyer yönetimi. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.

WOUTER, V.D., BOUCKAERT, G., HALLIGAN, J. (2015), Performance management in the public sector, Routledge

YAŞAMIŞ, F.D. (2001), "Osmanlı devlet yönetimi başlangıç yılları", Türk İdare Dergisi, 73(432), 1-32.

https://humanrightscenter.bilgi.edu.tr/tr/content/155-avrupa-yerel-yonetimler-ozerklik-sart/, (10.10.2018).

http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5018.pdf, (11.12.2018).

http://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.Aspx?MevzuatKod=1.5.5393&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=5&No=5393, (11.12.2018).

http://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.Aspx?MevzuatKod=1.5.5216&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=5&No=5216, (12.12.2018).

http://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.Aspx?MevzuatKod=1.5.5216&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=5&No=5216, (14.12.2018).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

A literature review about the Origin and Debate on the Fair Value Method in Accounting

Full Text / Tam Metin

Klaus Sulaj, University of New York in Tirana, hsulaj@yahoo.com

Agim Mamuti, Mother Teresa University, agim.mamuti@unt.edu.mk

Abstract

At the end of the 20th century, the presentation of the fair value method in accounting was presented as an innovation. While the concept was not yet revealed and there were some forms of legality as a form of asset accounting. In the past, this concept was always associated with the historical cost method or included in a cost-effective mix of practices. There are some papers that have considered the fair value accounting method from a historical perspective. The objective of this paper is to make a literature review and compare different approaches and views regarding the debate on the fair value method in accounting. This paper concludes that despite the arguments that fair value accounting is more important than the traditional accounting model, it fails to provide information to the stakeholders in the entity regarding the future profitability of the firm.

Key words: fair value, accounting, historical cost, traditional method, valuation,

Historical perspective

Richard (2005) is one of the historical studies of fair value that has examined its use in France and Germany in the nineteenth century. It shows that although cost estimation predominated in the first European rules (1673-1800), a specialty of fair value assessment was widely recommended by the legal community after 1800 and this valuation left its mark on the accounting adjustments in Germany and France throughout the 19th century and beyond.

Watanabe (2007) has done another interesting study on the evolution of accounting. He examines the changes that took place during the Industrial Revolution in Great Britain. Emergencies of most of the armaments such as railways in 1840 greatly increased the shareholders' interest in the form and content of the financial statements. Railways were the first industry to receive large sums of money from the general public and consequently their managers were obliged to resolve the new asset evaluation problem with long life. A market value valuation method appeared for fixed assets. But it is not certain whether the market value valuation was a popular method at that time.

Fair Value Method in Accounting in the Twentieth Century

Prior to the development of compulsory accounting standards, companies had a strong tolerance in the choice of accounting practices and policies. The use of the fair value method was a normal practice in the early years of the twentieth century. During this period, the balance sheet was

increasingly attracting upward revision of long-term assets such as property, plant, equipment and untouchable assets (immaterial).

A study of the 208 largest industrial firms in the US between 1925 and 1934 (Fabricant 1936 edition) shows that 75% of them had increases or decreases in long-term asset valuation. In addition, before 1938, banks and other financial institutions were obliged to report lending and stockholding at market value. During the economic recession, the market value of these assets fell dramatically. Banks had to lower the stock price, report losses, and reduce capital. In order to maintain the required minimum capital adequacy ratio, banks had to lower their loans. This act negatively affected their business and increased the economic crisis of that period. Later, the fair value method used by financial institutions was replaced by the historical cost method.

The concept of fair value began to reappear in the 1980s crisis in the U.S., which was recognized as the savings-credit crisis. Banks, which had most of the assets estimated at historical cost, were experiencing financial repercussions. Many of them were aware that the value reported in the balance sheet could be significantly improved if they sold their assets at market value which was higher than the value they carried at historical cost. Assets, where the market value was lower than in the accounting books, were held by the bank because their sale would only bring down the balances capital balances.

As a result, many banks remained with asset portfolios dominated by weak assets and low liquidity, and many of these banks eventually failed to pay. The worry that arose at that time was that whenever financial assets are not held at their economic value (ie, market or fair value), financial reports can be manipulated through their selective purchase and sale. Since then, the Financial Accounting Standards Board (FASB), an independent institution responsible for setting financial accounting standards in the United States, has launched a long-term project to incorporate fair value concepts into asset and liability accounting.

In 1994, the Board issued a Statement of Financial Accounting Standards (FAS) 115, applicable to all financial institutions. It divides financial assets into three categories: "held for trading", "held to maturity" and "held for sale". It allowed the firms to estimate their held-to-maturity assets based on discounted cash flows and asked them to assess assets in the other two categories using fair value.

This was achieved in 1998 when FAS 133 was approved FAS 133 stated that derivatives should be kept in the balance sheet at fair value and the change in their fair value, with the exception of those related to certain hedging activities, should be recognized in the income statement when it occurs Although the fair value principles were restored, the process of applying it in practice became a very complex and controversial issue. In 2006, ASB issued a new standard, FAS 157, "Measuring with fair value ", which provided a single, consistent definition of fair value, created a common framework for developing value assessments and the disclosure required of these estimates. Put another way, FAS 157 itself did not describe any particular

accounting treatment or create fair value accounting, but specifies how fair value should be determined when this is required by another standard.

In line with the FASB developments discussed above, the International Accounting Standards Committee (IASC) has been working to develop standards for financial instruments. This was renamed as the International Accounting Standards Board (IASB) in 1999. It is an independent private sector body and works to achieve uniformity in the accounting principles used by businesses and other financial reporting organizations around the world. Efforts in the area of financial instruments resulted in IAS 39, which was issued in 1998. Since that time, IAS 39 has been amended many times. While most of the IASB's efforts were in line with those of the FASB and focused on financial instruments, the Committee received two additional new steps through IAS 40 "Investing in Affective Assets" (2000) that applies accounting for value (2000) that requires the fair value model to be applied by all agricultural enterprises (Georgiou & Jack, 2011). More than 100 countries now require or allow the use of IFRSs, and many other countries have replaced their national standards with IFRS.

Debate between fair value accounting and historical cost

It has been noted that the phrase "market value" or "fair value" in accounting ignites much controversy in the accounts of financial accountants. The debate about the use of fair value has been of interest to many authors (Hague and Willis 1999; Barth 2004; Landsman, 2007; Penman 2007; Benston 2008: Ryan 2008: Veron 2008: LAUX and Leuz 2009, Jenkins 2008) apparently the pros and cons in measuring the assets and liabilities at fair value in the financial statements. In fact, Jenkins (2008) said the most appropriate term could be "value in times of chaos". Lawrence Smith, a member of the Financial Accounting Standards Board (FASB), recently compared the controversy over efforts to move towards fair value accounting with that of a "religious war."

Many arguments have been suggested to hedge fair value accounting. Accounting literature includes the claims made by scholars that historical cost accounting is irrelevant to decision-making, and therefore needs to be replaced. The use of fair value accounting is proposed as a substitute for historical cost accounting, especially in the area of financial instruments. In this area, fair value is considered in many cases to be more important than historical cost, especially if current market prices are available (Landsman, 2007).

Fair value measurement is seen to reflect the assessment of current economic conditions over financial instruments, rather than their previous history or the history of the holdings that hold them. As it reflects current market conditions, it therefore increases transparency and encourages quick corrective actions and the conclusion is that the perceived usefulness of fair value accounting has shifted the argument from "whether to use it" in the statements financial, to "how it should be implemented"(LAUX & Leuz, 2009).

Measuring fair value is not without criticism. One of the criticisms includes the view that fair value measurements can disrupt net income (because recognizing unrealized gains and losses on holdings that are not accurate are subject to manipulation and are costly to generate). Another criticism is that the accounting application of market value in practice is seriously flawed (Benston, 2008). Disadvantages appear in cases where exempted from repurchase of securities held to maturity, and in the case of measuring the derivatives through fair value if managers have significant discretion in calculating these real values.

A groundbreaking criticism is the argument of the appropriateness and credibility of the measurements performed in fair value accounting, due to two errors, manipulation of managers due to the inability of investors to verify their valuation: a) they are not a sound basis to predict the future cash flows; this is due to the subjectivity of the assessment, which can lead to moral hazard for managers. b) because market values may be distorted due to market inefficiency or lack of investor reason (Benston, 2008).

Having a wide and sometimes heated debate on fair value accounting, an effort is done to summarize this debate by analyzing the statements of the main authors on this issue (Penman, 2007; Jenkins, 2008; Veron, 2008).

Over the last few years, an increasing number of accounting standards in the US have required companies to use fair value accounting. Given these increasing demands, that fair value accounting determines as many elements of the financial statements, its determination and three levels of measurement categories are seen as the reason for many controversies. After all, while the market offers unbiased value for many types of assets and liabilities, why should these values be removed from the financial statements?

There are three issues that standard compilers should "frame" in relation to fair value accounting. At a conceptual level, standard setters should balance eligibility and credibility (Laux and Leuz 2009). Relevant accounting information is capable of confirming the decisions that stakeholders have already made or of making a difference in future decisions; the daily market prices of course seem to be a timely source of confirmatory and affirmative information about the firm's actions. However, credibility requires that accounting information is also provided independently, verifiable, impartial, and presents an accurate portrayal of the underlying reality of transactions and events. For as long as fair values are based on unbiased market prices, this indicates that market prices serve as accounting information for all stakeholders and this information is both relevant and reliable.

However, where fair values are based on other factors such as unbiased market prices or when market prices become biased, there is concern that the information presented may be less important or credible and that information such can be misleading (Magnan and Thornton 2010). Hague (2009) argues that fair value accounting also removes transparency and integrity, two very important principles for investors.

One of the main criticisms of fair value accounting is the claim that it adds instability and uncertainty to the market (LAUX and Leuz 2009).

Critics argue that fair value provides a realistic picture when quoted prices are readily available and efficient, liquid markets, but the recent shock of credit markets came from uncertainty about the value of supported financial instruments, liabilities collateralized debt and the lack of liquidity in the market.

Christopher Whalen stated: "It is ridiculous to apply fair value accounting for assets that have no market" (Reuters 2008) The central issue is the almost radical change in metering criteria from the first level to the third level of inputs Level 3 are the inputs non-observable assets used in situations where asset markets do not exist or are non-liquid, and at this point fair value becomes highly subjective (AICPA 2010).

Arya and Reinstein (2010) also questioned the principle of using (level 3) to determine assets with their fair values when the market for this asset is inactive. If the market cannot give a fair value to the asset, why should fair value be invented by factors outside the market?

Even when markets operate efficiently, Magnan and Thornton (2010) question the purpose of assessing all elements of the financial statements (i.e., assets and liabilities) with their market values. Should the financial statements present the entity's value in operation or liquidation? Enron makes this question even more fundamental. Are investors and creditors interested in the present value of the entity or the long-term power to earn it? What should I describe the financial statements: the market situation or the business situation?

Power (2010) takes this line of reasoning into its logical conclusion: if we assumed that financial statements and financial markets could perfectly reflect each other then accounting would be unnecessary.

Other fair value accounting critics (Magnan and Thonton, 2010) have expressed concern that the determinants of the standards "focus on fair value accounting to supplement the financial statements for the information needs of investors, especially shareholders, to the detriment of potential (2010) suggests that investors value fair value and that fair value is the central issue in the analysis of financial statements Power (2010) suggests that standard compilers are not so concerned about the needs of other financial users. the users they serve.

Johnson (2010) shows that the IASB is creating an arena in which accountants are not fully equipped to attend. In his view, an accurate fair valuation of fair value accounting in relation to real estate necessarily requires a comprehensive valuation of a property. He concludes that such analyzes "... are out of the bookkeeping" and belong to much of the expertise area. (Magnan and Thonton, 2010) made a similar observation saying: "Fair value accounting draws accounting away from its traditional administration role, which helped them judge based on verifiability and conservatism without undermining performance. Extends this line of reason and proposes how they can find support on experts in different fields and accountants' thoughts

become more "drafting" than "evaluators" of financial information. Power (2010) concludes that if accountants are to keep a seat at the financial services desk, then the accounting profession will have to redesign its core knowledge.

The widespread use of fair value accounting also presents an additional barrier for auditors. Grant Thornton noted that fair value accounting, while promising to the users of financial statements with the appropriate information, results in bringing a new risk area for the audit (2008). Auditors will now have to evaluate the process and assumptions made by management in relation to assets assessed through Level 2 and Level 3 inputs and will need to put more support on external experts' estimates (Magnan and Thornton, 2010).

Conclusions

It is clear from the above discussion that a multitude of factors have played a role in financial crises. These factors include political and regulatory factors that are beyond my reach. It is also clear that fair value accounting was not essentially for the financial crisis.

Hague noted that one of the key elements of the financial crisis was financial illiteracy. The form of financial illiteracy that played a role in the current economic downturn was the lack of knowledge. This responsibility was not just a matter of fair value accounting but also financial statements preparers, auditors and analysts who were not familiar with fair value accounting (Cherry & Hague; 2009). Only a handful of accountants and financial analysts are so far familiar with fair value accounting. The overwhelming majority of accountants and analysts are educated with the traditional accounting model.

Despite the arguments that fair value accounting is more important than the traditional accounting model, it fails to provide information to the stakeholders in the entity regarding the future profitability of the firm. As discussed earlier, profitability should be translated into the future cash flow. Hence, fair value failed to give its users sufficient information to estimate the amount, timing, and uncertainty of future cash flows.

Fair value accounting advocates argue that it is more transparent. Can we ask about what? It may be more transparent in terms of describing the market value of individual assets and liabilities of the entity, but not in terms of enabling the company's internal valuation or future cash flows.

The fact is that it will take years to properly educate managers, accountants, auditors and financial analysts with the fair value model. Not only because this is not what they first learned, but because it is in direct contravention of the way has management operated in a business. Sound management focuses on the company's long-term profitability and not short-term market value. The traditional accounting model is based on accounting transaction approach and is much closer to the way in which management operates the business.

References

Arya, A. and A. Reinstein. 2010. Recent Developments in Fair Value Accounting. The CPA Journal. August.

Barth, M. E. (2004) "Fair values and financial statement volatility", in The Market Discipline Across Countries and Industries, edited by Claudio Borio, William Curt Hunter, George G Kaufman, and Kostas Tsatsaronis. Cambridge, MA: MIT Press.

Benston, G. J. (2008) "The shortcomings of fair value accounting described in SFAS 157", Journal of Accounting and Public Policy, Vol. 27, pp: 101-114.

Cherry, P. and I. Hague. 2009. Fair Values: When the Engine Overheats, Don't Blame

Georgiou, O., & *Jack*, L. (2011). In pursuit of legitimacy: a history behind fair value accounting. The British Accounting Review, 43(1), 311-323.

Landsman, W. R. (2007) "Is fair value accounting information relevant and reliable? Evidence from capital market research", Accounting and Business Research, Special Issue: International Accounting Policy Forum, Vol. 37, pp: 19-30.

Laux, C. and Leuz, C. (2009) "The crisis of fair-value accounting: Making sense of the recent debate", Accounting, Organizations and Society, Vol. 34, pp. 826-834.

Magnan M., Thornton D. (2010), FVA: Smoke & Mirrors?, CA Magazine

Penman, S. H. (2007) "Financial reporting quality: is fair value a plus or a minus?" Accounting and Business Research Special Issue: International Accounting Policy Forum, pp: 33-44.

Power, M. 2010. Fair Value Accounting, Financial Economics, and the Transformation of Reliability. Accounting and Business Research. Vol. 40, No. 3.

Richard, J (2005) The concept of fair value in French and German accounting regulations from 1673 to 1914 and its consequences for the interpretation of the stages of development of capitalist accounting. Critical Perspectives on Accounting 16(6): 825–850.

Veron, N. (2008) "Fair value accounting is the wrong scapegoat for this crisis", European Accounting Review, Vol. 5, pp: 63–69.

Watanabe, I. (2007). The Evolution of Income Accounting in Eighteenth and Nineteenth Century Britain. *Osaka Keidai Ronshu Vol.57 No.5.*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

TFRS 16 Kiralamalar Standardı ve Finansal Tablolara Etkisi

Full Text / Tam Metin

Emin YÜREKLİ[1]

Özet

Giriş*: Uluslararası muhasebe standartları, yeni dünya düzeninde, yeni muhasebe sistemi olarak adlandırılarak, uluslararası sermaye hareketliliğinde önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle yabancı sermaye ihtiyacı olan ülkeler açısından daha da anlamlı olduğu bilinmektedir. Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu UMS 17 Kiralama İşlemleri Standardının yerini alacak olan UFRS Kiralamalar Standardını 2016 yılının Ocak ayında yayınlamıştır. UFRS 16 Kiralamalar Standardı 2019 yılı ocak ayında yürürlüğe girmiş olup ve UMS 17 yürürlükten kaldırılmıştır.*

''Bu Standart, kiralamaların finansal tablolara alınması, ölçümü, sunumu ve açıklanmasına ilişkin ilkeleri belirler. Standardın amacı, kiracı ve kiraya verenlerin bu işlemleri gerçeğe uygun bir biçimde göstererek, ihtiyaca uygun bilgiler sunmasını sağlamaktır. Bu bilgiler, kiralamaların işletmenin finansal durumu, finansal performansı ve nakit akışları üzerindeki etkisinin finansal tablo kullanıcıları tarafından değerlendirilmesinde esas teşkil eder''. (KGK, 2019)

'Kiraya veren, kiralamanın fiilen başladığı tarihte, finansal kiralama kapsamında elde tutulan varlıkları finansal durum tablosuna alır ve bunları net kiralama yatırımına eşit tutarda bir alacak olarak sunar''(KGK, 2019). ***Amaç****: UFRS 16 Kiralamalar standardı varlıklar, yükümlülükler ve öz sermaye üzerinde değişime neden olması beklenmektedir. Faaliyet kiralaması yapan işletmeler bilanço dışı raporladığı değerleri bilançoya alması toplam varlık ve yükümlülüklerini arttırması öz sermayeyi azaltıcı bir etki etmesi beklenmektedir. Öz sermayenin azalma beklentisine, kiralama dönemi içinde varlığa ilişkin amortisman giderinin değişmemesi (normal amortisman yöntemi) ancak kira ödemelerinin faiz unsurunun kiralama başlangıcında eşit olan varlık ve yükümlülükler dönem içinde eşitliğin bozulmasına neden olacak ve bu durum varlıkların yükümlüklere göre daha hızlı azalmasına neden olacaktır.* ***Yöntem:*** *Standart ile ilgili örnek uygulamalar yapılacak ve bu örnek uygulamaların finansal tablolara etkisi uygulamalı olarak anlatılacaktır.* ***Bulgular:*** *2019 yılı ocak ayında yürürlüğe girmiş olan UFRS 16 Kiralamalar Standardı ile Finansal tablolarda meydana gelebilecek değişikler anlatılmaya çalışılacak.*

Anahtar Kelimeler— *TFRS -16 Finansal Kiralama, Türkiye Finansal Raporlama Standartları, Gerçeğe Uygun Değer, TFRS Uygulamaları*

JEL Classification Codes: *M31, M39*

TFR 16 Leases Standard and Its impact on Financial Statements

Abstract

Introduction: *Internatıonal accounting standards, in new world order, while called new accounting system ıt will play important role on international capital movement. Especially it is known that it is more meaningful for the country which need foreign capital. International Accounting Standard Board published IFRS Leases which will*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Kyrgyz-Turkish Manas University, Economics Faculty, Business Administration, Kyrgyzstan, emin.yurekli@manas.edu.kg

replace the IAS 17 Leases in 2016. IFRS 16 Leases. IFRS Leases ensured on January 2019 and IAS 17 was abolished.

"This standard, establish the principles for recognition, measurement, presentation and disclosure of leases. The objective of the standard is ensuring the lessees and lessors provide relevant information that faithfully represents those transactions. Those information, is the basis for assessment of the impact of the lease on the financial statement of the company, financial performance and cash flows by financial information users." (KGK,2019).

"Lessor, the moment when lease starts, take the assets which are held within the scope of leasing and present them as a receivable equal to net rental investment." (KGK, 2019). ***Aim:*** *UFRS 16 Leases standard is expected change on the assets, liabilities and capital. It is expected to increase the total assets and liabilities of the balance sheet of the companies that make operational leasing reports on balance sheet and decrease the shareholders' equity. In the expectation to decrease the equity capital, depreciation expense related to the asset within the leasing period does not change (ordinary depreciation method) but the assets and liabilities equal to the rental element's interest element at the beginning of the lease will result in the loss of equality within the period and this situation will cause the assets to decrease faster than liabilities..* ***Method:*** *Examples will showed and the impact of those example will be practically explained.* ***Findings:*** *It will be discussed that changed with the UFRS 16 Leases Standard which has entered into force in January 2019 on financial statements,*

Keywords— TFRS-16, Turkish Financial Reporting Standards, Fair Value, TFRS Applicaitons

JEL Classification Codes: *M31, M39*

1. GİRİŞ

Ocak 2016'da Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (UMSK) tarafından yayınlanan Kiralama İşlemleri standardı; özellikle faaliyet kiralaması ve finansal kiralama ayrımını ortadan kaldırması ile önemli değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Bilançolarda kiralamanın tek bir şekilde yer alacağı standart, 1 Ocak 2019 itibariyle geçerli olacak, bununla beraber belirli durumlarda daha erken uygulanması da mümkün olabilir. Bu çalışma kapsamında da TFRS 16 ve getirdiği yenilik ve değişimler üzerinde durulacaktır.

UMSK tarafından 13 Ocak 2016 tarihinde kabul edilen TFRS 16, kiralama muhasebesinde uzun dönemli uygulamalarda tamamlayıcı olarak kabul edilmiştir. Yeni standart, varlığı kullanım hakkı tanıyarak ve yükümlülüğü kiralayarak, kiralamayı bilanço üzerinde göstermeyi amaçlamaktadır (Grant Thornton, 2016: 2).

Yeni standardın kabul edilmesinin en önemli nedeni, 2005 yılında ABD Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu'nun kamu şirketlerinin sahip olabileceği tahmini kapanış bilançosunun 1.250 milyar dolar olduğunu açıklamasıdır. Bu nedenle UMSK ve ABD Finansal Muhasebe Standartları Komitesi kiralama yükümlülüklerinde bilgi şeffaflığı için bir rapor hazırlamıştır. Bu amaçla varlığı kiralayanın, bu kiralamadan doğan varlık ve yükümlülükleri tanıması gerektiğini değerlendirilmiştir (IFRS, 2016b: 3).

Yeni standart kapsamında, kiralayan, kiraladığı varlığı bilanço tablosunda göstermek durumundadır. Bu da varlık kullanım hakkı ve kiralama yükümlülüğünün tanınmasını gerektirmektedir. Kiralama yükümlülüğü ilk olarak gelecek kiralama ödemesinin bugünkü değeri şeklinde ölçümlenmektedir. Bu nedenle kiralama ödemeleri sabit, kiralama elemanları için feshedilemez, isteğe bağlı dönemlere bağlı ödeme ve miktarların çeşitli türlerini içerir (Grant Thornton, 2016: 3).

TFRS 16'da kısa dönemli kiralamalar (12 ay ya da daha az) ve düşük değerli varlık kiralamaları konusunda bazı önemli muafiyetler de söz konusudur. Buna göre bu iki durum söz konusu ise muhasebeleştirme UMS 17 uyarınca düzenlenecektir.

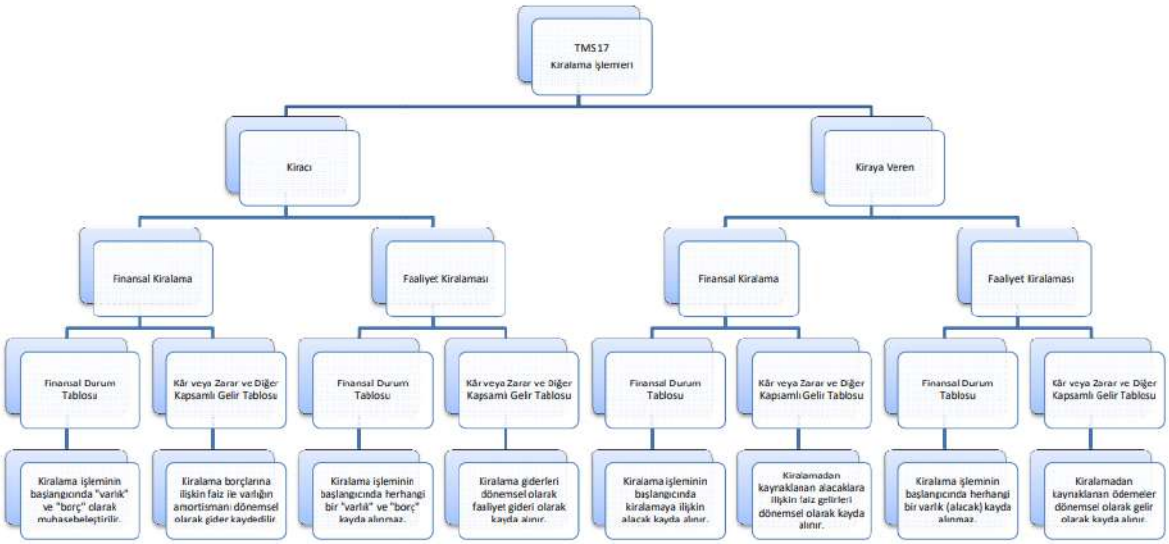
Yeni standart, hizmetler için muhasebe sistemini değiştirmemektedir. Kiralamalar ve hizmetler, basit bir sözleşmede birleştirilmesine rağmen; hizmetlere bağlı tutarlar bilançoda gösterilmek zorunda değildir. TFRS 16 sadece kiralamalara ya da sözleşmenin kiralama elemanlarına uygulanmak durumundadır (IFRS, 2016a: 4).

2. UMS 17-TFRS 16 FARKLILIKLARI

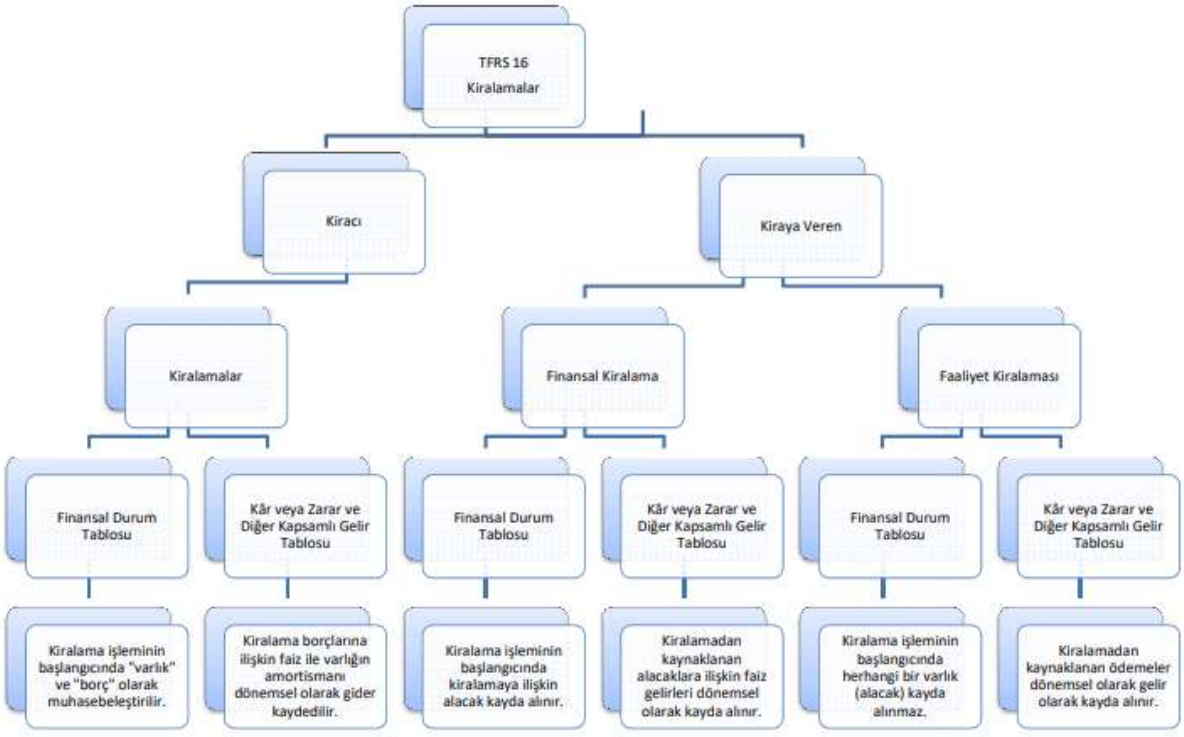
İşletmelerin başvurduğu finansal çözümlerden biri olan kiralama, sağladığı avantajlar ile sıklıkla tercih edilmektedir. Halen geçerli olan ve TFRS 16'nın yerine geleceği UMS 17 standardı, finansal kiralamalar ve faaliyet kiralamaları arasında bir ayrım yapar. Finansal kiralama mülkiyetin getirdiği tüm riskleri ve avantajları büyük ölçüde kiracıya devreden bir sistemdir ve finansal kiralamada kiralayana ait satış ve kiracı tarafından satın alma 'özünde' bir olarak görülmektedir (Gönen ve Akça, 2014: 75).Bu kiralama işlemlerinde geçerli olan UMS 17'nin yerine getirilecek TFRS 16 standardı ise Ocak 2016'da kabul edilmiştir ve 1 Ocak 2019 itibariyle geçerli olacaktır. Yeni standart uyarınca bir sözleşme "belli bir dönem içerisinde bir bedel karşılığında belirli bir varlığa ait kullanım hakkına ilişkin kontrol sağlıyor ise kiralama sözleşmesidir ya da kiralama işlemi içermektedir" (PWC, 2016: 2).

Yeni standart öncesinde geçerli olan UMS 17, kiralamada ekonomik açıdan kiralanan varlığın satın alınmasına benzer durumlara odaklanmıştır. Buna göre bir kiralama, o varlığın satın alınmasına benzer ekonomiklik içerisinde değerlendiriliyorsa finansal kiralama olarak nitelendirilmekte ve şirketin bilançosunda gösterilmektedir. Diğer kiralamalar, faaliyet kiralaması olarak sınıflandırılır ve bir şirketin bilançosunda gösterilmemektedir (IFRS, 2016a: 3).

TFRS'ye göre



Şekil 1. UMS 17 Kiralama İşlemlerine Göre Muhasebeleştirme ve Raporlama (Gökgöz 2019)



Şekil 2. TFRS 16 Kiralama İşlemlerine Göre Muhasebeleştirme ve Raporlama (Gökgöz, 2019)

Gökgöz (2019) tarafından yapılan çalışmada, TFRS 16 Kiralamalar Standardı çerçevesinde; kiracı ve kiraya veren açısından kiralama işlemlerinin nasıl muhasebeleştirileceğini açıklamak amaçlanmıştır. Çalışmada, UMS 17 ile TFRS 16 arasındaki farklılıklara ve geçişe ilişkin detaylandırmalar yapılmıştır.

TFRS 16 ile birlikte kiracı, kiralamanın işleme alındığı tarihten sonra, kira yükümlülüğünü ölçme sürecinde:

Defter değerine kira yükümlülüğündeki faizi ekleyecek şekilde gerçekleştirir,

Defter değerine yapılan kira ödemelerini ekleyecek şekilde azaltır,

Defter değerine kira ödemelerinin yeniden değerlendirmeleri ve kiralamada yapılan değişiklikleri ekleyecek şekilde değişiklikler gerçekleştirilmiş özü itibariyle sabit kira ödemelerinin yeniden ölçülmesi gerçekleştirme işlemleri yapması gerekecektir (TFRS 16, md.36).

Muhasebe açısından yeni standart, tüm kiralama sözleşmeleri için kiralama yükümlülüğü getirmesi ve varlık kullanım hakkını muhasebeleştirmesi ile önem kazanmaktadır. Bu nedenden dolayı finansal tablo rasyolarında önemli değişiklikler ortaya çıkacaktır. Bununla beraber UMSK, sadece kiralayan taraflar için kısa vadeli kiralama işlemleri ve düşük değerli varlık kiralamaları için geçerli olacak istisna da kabul etmiştir. Yeni standardın kiraya verenler açısından uygulamaları ise büyük değişiklikler olmadan aynen sürecektir. Ancak yapılan değerlendirmelerde kiraya verenlerin de standarttan etkilenecekleri, değişen şartlar gereği pazarlık açısından standardın belirleyici olacağı da kabul edilmektedir (PWC, 2016: 2).

3. BİLANÇOLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Yeni standart uyarınca tüm kiralama işlemlerinden kaynaklanan varlık ve borçlar bilançoda muhasebeleştirilecektir. Burada istisna, 12 ay ve daha az vadeli kiralamalar ve maddi olarak önemli olmayan varlıkların kiralamalarının varlık ve borçlanmasının muhasebeleştirmesinin zorunlu olmamasıdır.

Genel bir değerlendirme ile TFRS 16 standardı, hem bilançolar hem de borç/özkaynak oranlarını etkileyeceği gibi daha önce operasyonel kiralama kapsamındaki kiralama ayrımını ortadan kaldırması nedeniyle bilançolardaki borç kalemini arttıracaktır.

Tablo 1. Bilanço

	UMS 17		**TFRS 16**
	Finansal Kiralamalar	**Operasyonel Kiralamalar**	**Tüm kiralamalar**
Varlıklar	III III III		III IIIII
Yükümlülükler	$$		$$$
Bilanço dışı hak ve yükümlülükler		III III III $$$	

Kaynak: (PWC, 2016: 2).

Yeni standardın yürürlüğe girmesi ile özellikle havayolu, perakende ve ulaşım alanında faaliyet gösteren işletmelerin finansal tablolarında önemli değişiklikler ortaya çıkacaktır.

3.1. Kapsamlı Gelir Tablosu/Kar-Zarar Tablosu Etkileri

Yeni standart uyarınca kapsamlı gelir tablosu üzerindeki en önemli muhasebeleştirme değişikliklerinden biri de kiracıların, kiralama yükümlülüğü ile ilişkili amortisman ve faiz giderlerini gelir tablosunda muhasebeleştirmesi gerekliliğidir. Böylece "sadece giderlerin dağılımını değil kiralama süresi boyunca dönemler itibarıyla muhasebeleştirilen toplam gider tutarını ve kiralama döneminin sonuna doğru daha az gider yazılması şeklinde değiştirecektir." (PWC, 2016: 4).

Tablo 2. Kapsamlı Gelir Tablosu

	UMS 17		**UFRS 16**
	Finansal kiralamalar	**Operasyonel kiralamalar**	**Tüm kiralamalar**
Hasılat	***x***	***x***	***x***
Faaliyet giderleri		Tek gider	**---**
FVAÖK			^ ^
Amortisman ve itfa payları	Amortisman		Amortisman
Esas faaliyet geliri			^
Finansman geliri	Faiz		Faiz
Vergi öncesi kar			

Kaynak: (PWC, 2016: 3).

3.2. Nakit Akış Tablosu

TFRS 16'nın etkileyeceği konulardan biri de nakit akış tablosu olacaktır. Çünkü önceden operasyonel kiralama içerisinde değerlendirilen kiralama sözleşmelerine yönelik nakit akışlarının bir bölümü, işletme faaliyetlerinden kaynaklanan nakit çıkışı olarak değerlendirilmeyecektir. Sadece kiralama yükümlülüklerine ilişkin faiz giderleri, işletme faaliyetlerinden kaynaklı nakit çıkışı olarak sunulacaktır. "Kiralama yükümlülüğüne ait anapara ödemeleri finansman faaliyetlerinden kaynaklanan nakit akışları içerisinde sunulacaktır. Kısa vadeli kiralama işlemlerine ait ödemeler, değeri az olan varlıkların kiralama işlemleri ve değişken kiralama ödemeleri işletme faaliyetlerinden kaynaklanan nakit çıkışları olarak gösterilen kiralama yükümlülüklerinin ölçümünü değiştirmez" (PWC, 2016: 4).

3.3. Geçiş Süreci

UFRS 16, UMS 17 ve UMS 17 ile ilgili düzenlemelerin yerine kabul edilmiştir ve 1 Ocak 2019 itibari ile geçerli olacağı açıklanmıştır. Bununla beraber UFRS 15 müşteri sözleşmelerinden hasılat standardının da uygulandığı durumlarda UFRS 16'nın daha erken uygulanması da mümkün olacaktır. Bunun öncesinde şirketlerin kiralamalarında fazladan veri toplamaları, yeni değerlendirme ve hesaplama yapmaları gerekmektedir. Yeni gereklilikler daha az karışık ve daha az maliyetlidir.

3.4. Örnek Uygulama

Konu ile ilgili örnek Gökgöz (2019) tarafından yapılan çalışmadan alınmıştır:

Örnek 1: ABC ürünleri satışı yapan bir mağazalar zinciri, bir alışveriş merkezinde 5 yıllığına bir işyeri kiralamıştır. Kiralama sözleşmesi 1 Ocak 2019 tarihinde başlayacaktır. Yıllık kira bedeli 100.000 TL olup ödemeler kira yılının sonunda yapılacaktır. Sözleşmede tespit edilebilen bir faiz oranı bulunmamaktadır. İşletmenin alternatif borçlanmalarına ilişkin faiz oranı % 10'dur. Kiralamaya konu varlık doğrusal amortisman yöntemi ile amorti edilecektir.

5 yıllık kira ödemeleri % 10 iskonto oranı üzerinden iskonto edilerek kira ödemelerinin bugünkü değeri hesaplanır. Bulunan bugünkü değer üzerinden "kullanım hakkı varlık" ve "kira yükümlülüğü" olarak kayıtlara alınır. 5 yıllık kira ödemeleri % 10 iskonto oranı üzerinden bugünkü değerleri hesaplanmış, kiralanan varlığa ilişkin amortisman tutarı ile dönemler itibariyle faizleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Hesaplamalarda küçük yuvarlamalar yapılmıştır (Gökgöz, 2019).

Örnekte verilen duruma ilişkin çözüm aşağıdaki gibidir (Gökgöz, 2019):

Faaliyet Kiralaması Ödeme Planı	1.01.2019	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2023	Toplam
	-	1	2	3	4	5	
Kira Ödemeleri	-	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	500.000,00
Kira Ödemelerinin Bugünkü Değeri	-	90.909,09	82.644,63	75.131,48	68.301,35	62.092,13	379.079,68
Kullanım Hakkı Varlıklar	379.079,68	303.263,74	227.447,81	151.631,87	75.815,94	-	
Kira Yükümlülüğü	379.079,68	316.986,54	248.685,20	173.553,72	90.909,09	-	
Faiz Gideri	-	37.907,87	31.698,65	24.868,52	17.355,37	9.089,91	120.920,32
Amortisman Gideri	-	75.815,94	75.815,94	75.815,94	75.815,94	75.815,94	379.079,68
Kâr/Zarara Etkisi	-	113.723,80	107.514,59	100.684,46	93.171,31	84.905,85	500.000,00
Kira Ödemesi	-	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	500.000,00
Anapara Ödemesi	-	62.092,13	68.301,35	75.131,48	82.644,63	90.910,09	379.079,68
Faiz Ödemesi	-	37.907,87	31.698,65	24.868,52	17.355,37	9.089,91	120.920,32

- Kira sözleşmesinin yapıldığı 01.01.2019 tarihinde yapılacak olan kayıt

25X KULLANIM HAKKI VARLIKLAR HESABI		379.079,68	
	30X KİRA YÜKÜMLÜLÜĞÜ HESABI[2]		379.079,68

- 31.12.2019 tarihi itibariyle dönemin faiz giderinin tahakkuk ettirilmesi kaydı

780 FİNANSMAN GİDERLERİ HESABI		37.907,87	
	30X KİRA YÜKÜMLÜLÜĞÜ HESABI		37.907,87

- 31.12.2019 tarihi itibariyle kullanım hakkı varlığa ilişkin amortisman kaydı

760 PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ HESABI		75.815,94	
	257 BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR HESABI		75.815,94

- 31.12.2019 tarihi itibariyle yıllık kiranın ödenmesi kaydı

30X KİRA YÜKÜMLÜLÜĞÜ HESABI		100.000,00	
	102 BANKALAR HESABI		100.000,00

- 2019 yılında yapılan kayıtlar, benzer şekilde 2020, 2021, 2022 ve 2023 yıllarında da yapılır. 5 yıllık kayıtların hepsi yapıldıktan sonra 30X Kira Yükümlülüğü Hesabı'nın duruma aşağıdaki gibi olacaktır.

30X KİRALAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ HESABI

100.000,00 (2019 yılı kira ödemesi)	(Sözleşmenin başındaki borç) 379.079,68
100.000,00 (2020 yılı kira ödemesi)	(2019 yılı faiz tahakkuku) 37.907,87
100.000,00 (2021 yılı kira ödemesi)	(2020 yılı faiz tahakkuku) 31.698,65
100.000,00 (2022 yılı kira ödemesi)	(2021 yılı faiz tahakkuku) 24.868,52
100.000,00 (2023 yılı kira ödemesi)	(2022 yılı faiz tahakkuku) 17.355,37
	(2023 yılı faiz tahakkuku) 9.089,91
500.000,00	500.000,00

Kullanım hakkı varlıkları ile amortismanlarının izlendiği hesapların görünümü beşinci yılın sonunda aşağıdaki gibi olur.

25X KULLANIM HAKKI VARLIKLAR HESABI

379.079,68	
379.079,68	

257 BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR HESABI

	(2019 yılı amortismanı) 75.815,94 (2020 yılı amortismanı) 75.815,94 (2021 yılı amortismanı) 75.815,94 (2022 yılı amortismanı) 75.815,94 (2023 yılı amortismanı) 75.815,94
	379.079,68

Örnek 1'in bilanço ve gelir tablosuna etkisi TMS 17 ve TFRS 16'ya göre etkisi aşağıdaki gibi tablo haline getirilmiştir.

TMS 17 ile TFRS 16 Karşılaştırması		TMS 17	TFRS 16
Finansal Durum Tablosu (Bilanço)	Kullanım Hakkı Varlıklar	0,00	379.079,68
	Kira Yükümlülüğü	0,00	379.079,68
Kâr veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu (Gelir Tablosu)	Faaliyet Giderleri	500.000,00	0,00
	Amortisman Giderleri	0,00	379.079,68
	Faiz Giderleri	0,00	120.920,32

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Daha şeffaf bilançolar düzenlenmesini amaçlayan TFRS 16 kapsamında, kiralayanın kiraladığı varlığı bilanço tablosunda göstermesini zorunlu hale getirmekte; bu da varlık kullanım hakkı ve kiralama yükümlülüğünün tanınmasını gerektirmektedir. Bunun yanı sıra TFRS 16 kiracıların, kiralama yükümlülüğü ile ilişkili amortisman ve faiz giderlerini gelir tablosunda muhasebeleştirmesini de getirmektedir. Ayrıca kiralama yükümlülüklerine ilişkin faiz giderleri, işletme faaliyetlerinden kaynaklı nakit çıkışı olarak sunulacaktır. Genel bir değerlendirme ile TFRS 16 bugünkü operasyonel finansal kiralama ikili muhasebe modelini ortadan kaldırmaktadır. Bunun yerine bugünkü finansal kiralama muhasebeleştirmesine benzer bir model getirmektedir. Standardın yürürlüğe girmesi ile birlikte şirketlerin operasyonel kiralama olarak değerlendirdikleri ancak finansal kiralama olan kiralama işlemleri de bilançolara yansıyacaktır.

KAYNAKLAR

Gökgöz, A. (2019). TFRS 16 Kiralamalar Standardı Çerçevesinde Kiralama İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 5*(1), 318-332.

Gönen, S., Akça, N. (2014). Finansal Kiralama İşlemlerinin TMS 17 Kiralama İşlemleri Standardı ve Vergi Usul Kanunu Açısından Muhasebeleştirmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 64.

Grant T. (2016). *IFRS News*, Quarter I, http://www.grantthornton.global/insights/articles/ifrs-news-quarter-2-2016/ (25.05.2016).

IFRS (2016). *IFRS 16*, Effect Analysis. http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Leases/Documents/IFRS_16_effects_analysis.pdf (20.05.2016).

IFRS (2016). *IFRS 16*, Project Summaryand Feedback Statement. http://www.ifrs.org/Current-Projects/IASB-Projects/Leases/Documents/IFRS_16_project-summary.pdf (20.05.2016).

KPMG (2016). *IFRS 16 Leases: A More Transparent Balance Sheet*.

PWC (2016). Uluslararası Finansal Raporlama Standartları Bülteni, *UFRS Bülten*.

TFRS 16 Kiralamalar Standardı, http://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TFRS/TFRS_16.pdf (01.11.2018).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

BDS 701 Kilit Denetim Konuları: BİST İçerisinde Yer Alan Bankalar Ve Sigorta Şirketlerine Yönelik İnceleme

Full Text / Tam Metin

Seçkin GÖNEN[1], Fatih YILDIRIM[2]

Bağımsız denetim alanında yaşanan skandallar ile birlikte azalan denetime olan güveni yeniden tesis etmek amacıyla yeni standartlar ve denetim raporlarının içeriği, denetçilerin sorumluluğu gibi konularda yeni düzenlemeler ortaya konmuştur. Yeni denetim raporlarında yapılan en önemli değişikliklerden biri kilit denetim konularıdır. Kilit denetim konuları denetim faaliyetleri esnasında denetçi için en fazla önem arz eden konular olarak tanımlanabilir. Kilit denetim konuları yeni denetim raporuna göre ayrı bir bölümde sunulmaktadır ve denetçinin denetim faaliyetleri sırasında odaklandıkları ve denetim hedefi haline getirdikleri konulardan oluşmaktadır. Denetçinin raporunu sunarken kilit denetim konularını belirtmesi denetimin daha şeffaf bir şekilde hedef kullanıcılarına aktarılmasını sağlamaktadır. Kilit denetim konuları özellikle önemli yanlışlık riskinin ve tahmin belirsizliklerinin yüksek olduğu alanlarda denetçinin mesleki muhakemesine göre belirlenmektedir. Bu bağlamda çalışmada BDS 701 Kilit Denetim Konuları Standardı ele alınmış ve BIST içerisinde yer alan Banka ve Özel Finans Kurumları ile Sigorta şirketlerinin 2017 yılı denetim raporları incelenmiş ve kilit denetim konularının dağılımı analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler— *Bağımsız Denetim Standartları, Denetim Raporu, Kilit Denetim Konuları*

JEL Sınıflandırması: *M40, M41, M42*

ISA 701 Key Audit Matters: An Examination for Banks and Insurance Companies Enlisted in BIST

Abstract

New regulations are manifested about issues like content of audit reports, responsibility of auditors to rebuild reliability towards auditing which decreased as a result of independent audit scandals. One of the most significant amendments made on audit reports is key audit matter. Key audit matters can be described as matters that have prominent importance to auditors during audit activities. Key audit matters are presented in a separate part according to new audit report, they comprise of issues that auditors focus on performing audit activities and taken as audit targets. By addressing key audit matters auditors can provide transmission of audit to target users more transparently. In areas have predictability uncertainty and risk of material misstatement, key audit matters are determined based professional judgement of auditors. On this basis, this study approaches BDS 701 Key Audit Matters, examines year 2017 audit reports of banks, special financial institutions and insurance companies. Distribution of Key Audit Matters are analyzed.

Keywords— *Independent Audit Standards, Audit Report, Key Audit Matters*

JEL Classification Codes: *M40, M41, M42*

[1] Prof. Dr. , Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, seckin.gonen@deu.edu.tr
[2] Arş. Gör. , Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, fatihyildirim@ktu.edu.tr

1.GİRİŞ

Muhasebenin özetleme işlevini yerine getiren finansal tabloların bağımsız bir denetleme kuruluşu tarafından denetlenerek gerçeğe uygun (tam, tarafsız ve hatasız) bir şekilde sunulması söz konusu tablo kullanıcıları açısından büyük önem taşımaktadır. Böyle bir durum finansal tablolara olan güveni doğal olarak arttıracaktır. Bağımsız denetleme kuruluşlarının denetim aşamalarını yerine getirirken dikkat etmesi gereken konular bağımsız denetim standartları ile belirlenmiştir. Söz konusu bu standartlar ülkemizde Kamu Gözetimi Kurumu tarafından yayınlanmakta ve dünya ile eş zamanlı olarak güncellenmektedir.

Güncellenen bu standart çalışmaları ile ilgili olarak gerçekleşen önemli gelişmelerden biri de; BDS 701 Kilit Denetim Konularının Bağımsız Denetçi Raporunda Bildirilmesi Standardıdır. Çünkü söz konusu bu standart denetçi raporu ile doğrudan ilgilidir. Öyle ki, bu standart ile 01/01/2017 tarihinde ve sonrasında başlayacak hesap dönemlerinin denetiminde, kilit denetim konularının da yer verilmesi gündeme gelmiştir.

Çalışmada ilk olarak kilit denetim konuları hakkında teorik bilgilere yer verilmiş, daha sonra Borsa İstanbul'da işlem gören işletmelerin yayınladıkları denetim raporları incelenmiştir.

2. BAĞIMSIZ DENETİMİN GEREKLİLİĞİ

Muhasebe sürecinin çıktısı olan finansal tabloların doğruluğu ve güvenilirliğinin incelenmesi denetimin temel amacıdır. Bağımsız denetim faaliyetleri finansal tabloların güvenilirliği ve doğruluğunun incelenmesi olarak tanımlanabilir. Hedef kullanıcılar açısından denetim faaliyetleri bir güven unsurudur. Ancak ABD'de yaşanan denetim skandalları bağımsız denetim faaliyetlerine olan güveni sarsmıştır. Bu skandallar ile birlikte bağımsız denetçilerin finansal tablo kullanıcılarına karşı olan sorumlulukları tartışılır hale gelmiştir.

Muhasebe sürecinin amaçları ve yöntemleri ile mali tabloların güvenilirliğinin araştırıldığı denetim süreci arasında önemli farklılıklar vardır. Muhasebe denetlemenin temel dayanağı; denetleme ise muhasebenin yasalara, prosedürlere, ilkelere uygunluğunun incelenmesidir (Erdoğan, 2002: 54). Bağımsız denetim faaliyeti muhasebe sürecinin çıktısı olan finansal tabloların güvenilirliği ve doğruluğu hakkında bilgi sağlamaktadır.

Bu yüzyılın başlarında ABD'de Enron, Xerox ve WorldCom şirketlerinde meydana gelen denetim skandalları bağımsız denetime olan güveni azaltmıştır (Cahill, 2006: 160). Yatırımcıların piyasaya olan güveni kaybetmesi, piyasaları olumsuz yönde etkilemiştir. Yaşanan skandallardan sonra bağımsız denetimin önemi ön plana çıkmış ve denetimin kalitesini arttırmak amacıyla ülkeler yeni düzenlemeler yapmak zorunda kalmışlardır. Bağımsız denetim faaliyetlerine olan güveni yeniden sağlamak ve şeffaflığı arttırmak amacıyla 2002 yılında Sarbanes-Oxley kanunu yürürlüğe girmiştir (Gönen ve Rasgen 2016: 1810).

Günümüzde ekonomik ve sosyal alanda yaşanan hızlı değişimler işletmelerin faaliyet alanlarının genişlemesine ve faaliyetlerin karmaşıklaşmasına neden olmuştur. İşletmelerin büyük ölçekli hale gelmesi muhasebe sisteminin de karmaşıklaşmasına neden olmaktadır. Bu karmaşıklık finansal tablolara olan güveni olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum bağımsız denetimin önem kazanmasına neden olmuştur (Dönmez ve Ersoy, 2006: 69). Finansal tablolarda yer alan bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği bağımsız denetim ile sağlanmaktadır. Bağımsız denetim faaliyetleri ile finansal tablolarda yer alan bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği belirlenerek, oluşan görüşler kamuoyu hizmetine sunulmaktadır (Gönen, 2016: 1793).

Bağımsız denetim faaliyetleri denetlenen işletme ile finansal tablo kullanıcıları arasında bir güven unsurudur. Muhasebe sisteminin karmaşıklığı ve güvenilir finansal bilgi ihtiyacı bağımsız denetim faaliyetlerini önemli hale getirmiştir. Muhasebe sürecinin karmaşıklığı ve finansal tablo kullanıcılarının muhasebe bilgi düzeyinin yeterli olmadığı düşünüldüğünde bağımsız denetçilerin sorumluluğu daha iyi anlaşılabilmektedir. Hedef kullanıcılar için önemli bir güven unsuru olan denetim raporlarının kalitesi arttırmak ve denetim faaliyetlerinde güveni tesis etmek amacıyla yeni standartlar yayınlanmış ve denetim raporları yeniden düzenlenmiştir.

3. YENİ DENETİM RAPORLARI

2000'li yılların başında yaşanan denetim skandalları ile birlikte denetim alanında yeni düzenlemeler ortaya çıkmış ve denetim faaliyetlerine yönelik yeni denetim standartları yayımlanmıştır. Denetim raporlarının içeriğinde değişiklikler yapılmış ve bu çalışmanın konusu olan kilit denetim konuları bölümü denetin raporlarında ayrı bir bölüm olarak yayımlanmaya başlamıştır.

Bağımsız denetçilerin hata ve hilelerin tespitindeki rolü ve bağımsız denetçilik faaliyetlerinde yaşanan değişiklikler önemli tartışmalara neden olmuştur. Arthur Andersen denetim firmasının denetim raporlarında olumlu görüş bildirmesine rağmen Enron şirketinin iflas etmesi ile birlikte bu tartışmalar daha da şiddetlenmiştir. Worldcom, Global Crossing ve Rank Xerox Enron ile aynı benzer olayı yaşamıştır (Cordoş ve Fülöp, 2015 ; 129). Bu gelişmeler sonucunda bağımsız denetim faaliyetlerine olan güven sarsılmıştır. Bu nedenle bağımsız denetim faaliyetlerine yönelik yeni standartlar yayınlanmıştır.

Denetim raporlarına olan güvenin arttırılması amacıyla IAASB, denetim raporlarının bilgi değerini artırmak ve şeffaflığı sağlamak amacıyla Uluslararası Denetim Standartlarında (ISA) değişiklikler yapmak ve yeni standartlar yayınlamak amacıyla " yeni denetim raporlaması" projesi başlatmıştır (Doğan, 2018: 67). Bu bağlamda yapılan en önemli değişiklik ise Kilit Denetim Konularıdır. Bu değişiklik ile birlikte denetim raporunda kilit denetim konuları bildirilecektir. Denetim faaliyeti sürecinde bağımsız denetçinin en çok dikkatini çeken hususların denetim raporunda yer alması amacıyla " Kilit Denetim Konularının Denetim Raporunda Bildirilmesi" başlıklı ISA 701 yayımlanmıştır (Doğan, 2017; 9). Kilit denetim konularının ayrı bir başlık olarak denetim raporlarında yer alması ile denetim raporlarının kalitesinin arttırılması hedeflenmiş ve hedef kitlenin

ISA 701'in 2015'te yayımlanması ile birlikte Kamu Gözetim Kurumu tarafından gerekli düzenlemeler yapılmış ve Bağımsız Denetim Standardı 701 Kilit Denetim Konularının Denetim Raporunda Bildirilmesi Standardı 09/03/2017 tarih ve 30002 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır (Kalıpçı Çağıran ve Varıcı, 2018: 195).

Yayımlanan standartlar ile birlikte bağımsız denetçi tarafından denetim faaliyetleri esnasında dikkat çeken hususların denetim raporunda ayrı bir bölümde gösterilmesi uygulamaya konmuştur. Bu standart kilit denetim konuları denetçinin yargısına göre belirlenip denetim raporunda sunulmasını ve denetim raporlarının şeffaflığı sağlamayı hedeflemiştir.

4. KİLİT DENETİM STANDARDI

Kilit denetim konularının seçimi, denetim raporunda nasıl yer alacağı konuları BDS 701 Kilit Denetim Konuları Standardında ele alınmıştır. Kilit denetim konularının seçimi bağımsız denetçi veya denetim ekibinin mesleki tecrübesi doğrultusunda bağımsız denetçiler tarafından belirlenmektedir. Kilit denetim konularının denetim raporlarında yer alması denetçi ile yönetim arasındaki iletişimi de arttıracaktır. BDS 701 Kilit Denetim Konularının Bağımsız Denetçi Raporunda Bildirilmesi Standardı, 09/03/2017 tarihli ve 30002 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. BDS 701 kilit denetim konularının bildirilmesine ilişkin denetçi sorumluluğunu düzenlemektedir (KGK, BDS 701). Kilit Denetim konuları denetim raporundan ayrı bir bölümde sunulmakta ve açıklamalar mali tablolarda ve dipnotlarda yer almaktadır (Bédard vd. 2014: 3).

Kilit denetim konuları; "**Denetçinin mesleki muhakemesine göre, cari döneme ait finansal tabloların denetiminde en çok önem arz eden konular**" olarak tanımlanabilmektedir (BDS 701, md.8). Kilit denetim konularının bildirilmesi denetçinin sorumluluklarını değiştirmemektedir ve denetçi gözünden en çok önem arz eden konuların vurgulanması amaçlanmıştır (Uzay ve Köylü, 2018: 46). Kilit denetim konuları bölümünde denetçinin denetim faaliyetleri sırasında en çok odaklandıkları ve en fazla kaygı duydukları denetim konularını nasıl ele aldıkları açıklanmaktadır. Bu bölüm eski denetim raporları formatında bulunmamakta ve yeni denetim raporlarında ele alınmaktadır (Yanık ve Karataş, 2017: 12-13).

4.1. Kilit Denetim Konuları Standardı Kapsamı

Kilit Denetim Konuları standardında denetim raporunda kilit denetim konularının düzenlenmesine ilişkinin denetçinin sorumluluğu ve bildirilecek hususlara yönelik bağımsız denetçinin yaptığı değerlendirmeler ve bildirimin şekli ele alınmıştır. Kilit denetim sunulmasında temel amaç denetim raporlarının şeffaflığını arttırmak ve denetçi raporunun iletişim değerinin arttırılmasıdır. Aynı zamanda kilit denetim konuları hedef kullanıcılara ilave bilgi sağlamaktadır. Kilit denetim konuları yönetim tarafından yapılan açıklamaların ve gerçeğe uygun sunumun sağlanması için yapılan açıklamaların yerine geçmemektedir. Kilit denetim konuları denetim raporunda sunulan görüşün dışında ayrı bir görüş olarak da değerlendirilmemektedir. (BDS 701 md.1;4). Bu maddeye bakıldığında bağımsız denetim faaliyetleri sonucunda belirtilen görüş, geneli kapsamakta ve kilit denetim konuları için ayrı bir görüş bulunmamaktadır.

Kilit denetim konularının denetim raporunda bildirilmesinin amaçları şunlardır (BDS 701, md.2);

Yürütülen denetime ilişkin daha fazla şeffaflık sağlayarak denetçi raporunun iletişim değerinin artırılmasıdır

Kilit denetim konularının bildirilmesi, denetçinin mesleki muhakemesine göre, cari döneme ait finansal tabloların denetiminde en çok önem arz eden konuların anlaşılmasında finansal tabloların hedef kullanıcılarına ilâve bilgiler sağlamak

Kilit denetim konularının bildirilmesi ayrıca, hedef kullanıcıların işletmeyi ve denetlenen finansal tablolardaki önemli yönetim muhakemesi içeren alanları anlamalarına da yardımcı olmak,

Kilit denetim konuları standardının temel amacına bakıldığında denetim raporunun kalitesini arttırmak ve şeffaflığı sağlamak olarak belirtilebilir. Şeffaflık ve kalitenin arttırılmasının yanı sıra kilit denetim konuları hedef kullanıcılara ilave bilgiler sağlamayı ve iletişimi arttırmayı amaçlamaktadır.

4.2. Kilit Denetim Konularının Belirlenmesi

Kilit denetim konuları Denetçinin mesleki muhakemesine göre, cari döneme ait finansal tabloların denetiminde en çok önem arz eden konulardır. Kilit denetim konuları, üst yönetimden sorumlu olanlara bildirilen konular arasından seçilir (BDS 701, md.8). Kilit denetim konularının belirlenmesinde dikkat çeken nokta bağımsız denetçinin mesleki muhakemesi noktasıdır. Bağımsız denetçi mesleği bilgi ve tecrübesi doğrultusunda bağımsız denetim faaliyetindeki kilit noktaları belirler bunları denetim raporunda açıklar.

Kilit denetim konuları belirlenirken (BDS 701, md.9);

Önemli yanlışlık riski daha yüksek olarak değerlendirilen veya ciddi riskli olduğu belirlenen alanlar,

Yüksek tahmin belirsizliğine sahip olduğu belirlenen muhasebe tahminleri dâhil yönetimin önemli yargılarını içeren finansal tablo alanlarına ilişkin önemli denetçi yargıları,

Dönem içinde gerçekleşen önemli olay veya işlemlerin denetime olan etkileri dikkate alınmaktadır.

Bu maddeye göre kilit denetim konuları önemli yanlışlık riski olan alanlarda, muhasebe tahminlerinin belirsiz olduğu alanlarda denetçinin muhakemesine göre belirlenecektir.

4.3. Kilit Denetim Konularının Bildirilmesi ve Belgelendirme

Bağımsız denetçi tarafından olumlu görüş bir dışında görüş bildirmeye neden olan hususlar kilit denetim konuları bölümünde bildirilmez. Bağımsız denetim raporunda birden fazla kilit denetim konusu bulunması durumunda her bir kilit denetim konusu münferit olarak açıklanmalıdır (BDS 701, md. 12-13).

Mevzuatların kamuya açıklanmasına izin vermediği konular, konunun açıklanmasının doğuracağı olumsuz sonuçların olması ve istisnai durumlarda kilit denetim konuları denetim raporunda bildirilmeyebilir (BDS 701, md. 14). Bu maddeye göre bağımsız denetçi tarafından ele alınacak kilit

denetim konuları açıklanması durumunda olumsuz sonuçlar doğuracaksa veya mevzuat gereği açıklanmaması gereken bir konu ise denetim raporunda sunulmayabilir.

Denetim raporlarının biçim ve içeriğinde yapılan değişiklikler ve kilit denetim konularının bağımsız denetim raporunda yer almasıyla denetçi ile yönetim arasında iletişimin arttırılması ve denetim raporu kullanıcılarına önemli denetim konularında daha fazla bilgi verilmesi hedeflenmiştir (Kavut ve Güngör, 2018: 60).

Kilit denetim konularının belirlenme sebebi olarak yapılan açıklamalara ilişkin aşağıda iki örnek verilmiştir (Kilit Denetim Konularına İlişkin Açıklayıcı Örnekler KGK: 4-5; https://docplayer.biz.tr/14345559-Kilit-denetim-konularina-iliskin-aciklayici-ornekler.html, 31.01.2019)

- *Finansal Araçların Değerlenmesi*

  Şirketin, finansal araçların [%x]'lık kısmı yapılandırılmış finansal araçlara yaptığı yatırımlardan oluşmaktadır. Söz konusu finansal araçların değerlemeleri aktif piyasalardaki kotasyon fiyatları üzerinden değil, bu araçların kendine özgü yapısı ve şartlarına bağlı olarak işletme tarafından geliştirilen modellere dayanılarak yapılmaktadır. Bu sebeple, bu değerlemede ciddi düzeyde ölçüm belirsizliği meydana gelmektedir. Sonuç olarak, söz konusu finansal araçların değerlemesi denetimimiz bakımından önemli bir konudur.

- *İşletmenin Sürekliliğinin Değerlendirilmesi*

  2 No.lu Dipnotta açıklandığı üzere, Topluluğun sürekliliğinin devamında kilit belirleyiciliğe sahip olan birçok düzenleyici sermaye yükümlülüğü bulunmaktadır. Topluluğun ve [topluluğa bağlı önemli birim]'in sürekliliğinin devamının değerlendirilmesinde kullanılan en önemli varsayımın – tahmini sermaye durumunun temel belirleyicisi olarak- [topluluğa bağlı önemli birim]'in gelecekte beklenen kârlılığı olduğu tarafımızca belirlenmiştir. Söz konusu değerlendirmeyi destekleyen hesaplamalar, yönetimin yüksek düzeyde sübjektif muhakemeler yapmasını ve [geçerli finansal raporlama çerçevesi] tarafından öngörülen yükümlülükleri yansıtmak amacıyla bazı tutarlarda düzeltme yapmasını gerektirmektedir. Bu hesaplamalar, gelecekteki performansa yönelik tahminlere dayanmakta ve finansal tabloların hazırlanmasında kullanılan muhasebe esasının uygun olup olmadığının değerlendirilmesinde temel teşkil etmektedir. Sonuç olarak bu varsayımın uygunluğunun değerlendirilmesinde, denetim ekibimizdeki kıdemli üyeler dâhil olmak üzere tarafımızca önemli düzeyde denetim çalışmaları yapılmıştır.

Yukarıda yer alan örneklerin incelendiğinde kilit denetim konuları her bir olay için ayrı ayrı sunulmaktadır. Son paragrafa bakıldığında ise kilit denetim konuları bağımsız denetim ekibi veya bağımsız denetçinin kişisel yargısına göre belirlenmektedir.

5. BORSA İSTANBUL'DA YER ALAN BANKALAR VE SİGORTA ŞİRKETLERİNİN KİLİT DENETİM KONULARININ İNCELENMESİ

5.1. Araştırmanın Amacı

Yeni denetim raporlarında yer alan kilit denetim konuları çalışmada ele alınmıştır. Bu bağlamda denetim raporunda yeni bir bölüm olarak sunulan kilit denetim konularına yönelik yapılan araştırmada, BIST içerisinde yer alan banka ve sigorta şirketlerinin denetim raporları incelenerek kilit denetim konularının dağılımının belirlenmesi amaçlanmıştır.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada Şubat 2019 tarihi itibariyle BIST içerisinde yer alan banka ve sigorta şirketlerinin 2017 yılı hesap dönemine ait bağımsız denetim raporları incelenmiştir. Bağımsız denetim raporlarında yer alan kilit denetim konuları belirlenmiş ve kilit denetim konularının dağılımı analiz edilmiştir. Şubat 2019 itibariyle 13 Banka ve Özel Finans Kurumu, 7 Sigorta Şirketi BIST içerisinde yer almaktadır. 2018 faaliyet dönemi denetim raporlarının çalışmanın yapıldığı tarih itibariyle yayımlanmaması nedeniyle 2017 yılı denetim raporları incelenmiştir.

5.3. Araştırma Bulgu ve Yorumları

Araştırma sonucu bankalar ve sigorta şirketleri için ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

5.3.1. Bankalar

Çalışma kapsamında BIST içerisinde yer alan 13 bankanın 2017 yılı dönem sonu denetim raporları incelenmiş ve kilit denetim konuları Tablo 1' de gösterilmiştir.

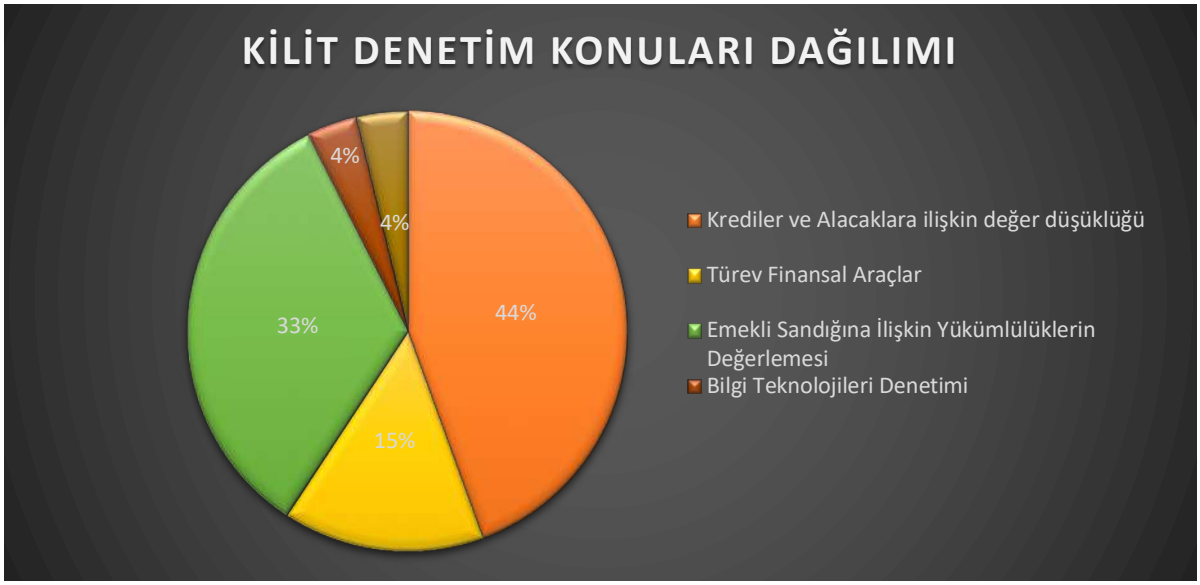
Tablo 1: BIST Bankalar ve Özel Finans Kurumları Kilit Denetim Konuları

ŞİRKET	KİLİT DENETİM KONUSU
DENİZBANK	Krediler ve Alacaklara ilişkin değer düşüklüğü Türev Finansal Araçlar
VAKIFBANK	Krediler ve Alacaklara ilişkin değer düşüklüğü Emekli Sandığına İlişkin Yükümlülüklerin Değerlemesi
HALKBANK	Krediler ve alacaklarda sınıflama ve değer düşüklüğü Emeklilik haklarından doğan yükümlülükler Bilgi Teknolojileri Denetimi
ALBARAKA TÜRK	Kredilere ilişkin değer düşüklüğü
QNB FİNANSBANK	Krediler ve alacakların değer düşüklüğü Riskten Korunma Muhasebesi Türev Finansal Araçlar
ŞEKERBANK	Krediler ve alacaklarda sınıflama ve değer düşüklüğü Emeklilik haklarından doğan yükümlülükler
İŞ BANKASI	Krediler ve Alacaklara ilişkin değer düşüklüğü Emeklilik haklarından doğan yükümlülükler Türev Finansal Araçlar
TÜRKİYE SINAİ KALKINMA BANKASI	Krediler ve alacakların değer düşüklüğü TSKB A.Ş. Memur ve Müstahdemleri Yardım ve Emekli Vakfı Sandığı Türev Finansal Araçlar
AKBANK	Krediler ve Alacaklar Değer Düşüklüğü Emekli Sandığı Yükümlülüklerinin Değerlemesi

GARANTİ BANKASI	Kredilere ilişkin değer düşüklüğü Emeklilik Planları
YAPI KREDİ BANKASI	Krediler ve Alacaklar Değer Düşüklüğü Emekli Sandığı Yükümlülüklerinin Değerlemesi
ICBC BANK	Krediler ve alacaklara ilişkin değer düşüklüğü
TÜRKİYE KALKINMA BANKASI	Kredilere ilişkin değer düşüklüğü

Kilit denetim konuları incelendiğin bankalar için Kredilere ilişkin değer düşüklüğü, Emeklilik hakları, Türev Finansal Araçlar, Bilgi Teknolojileri Denetimi ve Riskten Korunma Muhasebesi konuları ön plana çıkmaktadır. Kilit denetim konuları standart da ele alındığı gibi denetim raporunda ayrı bir bölümde sunulmuş ve her bir konu açıklanmıştır.

Grafik 1: BIST Bankalar ve Özel Finans Kurumları Kilit Denetim Konuları Dağılımı



Bu konuların dağılımına bakıldığında kilit denetim konuları içerisinde en fazla paya sahip olan konu Krediler ve Alacaklara İlişkin Değer Düşüklüğü Karşılığıdır (Grafik 1). Bu konuyla ilgili denetim raporunda yer alan açıklamaya bakıldığında ise krediler ve alacaklara ilişkin ayrılacak değer düşüklüğü karşılığının BDDK mevzuatlarına aykırı olması şirketler için risk oluşturacağı görüşüne varılmıştır.

5.3.2. Sigorta Şirketleri

Çalışma kapsamında BIST içerisinde yer alan 7 sigorta şirketinin 2017 yılı dönem sonu denetim raporları incelenmiş ve kilit denetim konuları Tablo 2' de gösterilmiştir.

Tablo 2: BIST Sigorta Şirketleri Kilit Denetim Konuları

ŞİRKET	KİLİT DENETİM KONUSU
RAY SİGORTA	Sigortacılık teknik karşılıkları hesaplamalarında kullanılan tahmin ve varsayımlar
	Muallak Tazminat Karşılığından Kaynaklanan Net Nakit Akışlarının İskonto Edilmesi
	Kullanım amaçlı gayrimenkullerin değerlemeye tabi tutulması
ANADOLU HAYAT EMEKLİLİK	Sigorta sözleşmeleri yükümlülüklerinin hesaplanmasında kullanılan tahmin ve varsayımlar
HALK SİGORTA	Sigortacılık teknik karşılıkları hesaplamalarında kullanılan tahmin ve varsayımlar
AK SİGORTA	Muallak Tazminat Karşılığından Kaynaklanan Net Nakit Akışlarının İskonto Edilmesi
GÜNEŞ SİGORTA	Gerçekleşmiş Ancak Rapor Edilmemiş Tazminat Bedellerinin Tahmini
	Muallak Tazminat Karşılığından Kaynaklanan Net Nakit Akışlarının İskonto Edilmesi
ANADOLU SİGORTA	Sigortacılık teknik karşılıkları hesaplamalarında kullanılan tahmin ve varsayımlar
	Gerçekleşmiş Ancak Rapor Edilmemiş Tazminat Bedellerinin Tahmini

AVİVASA EMEKLİLİK	MODV'lara İlişkin Avans ve Yatırımlar
	Sigorta Sözleşmelerinden Kaynaklanan Yükümlülüklerin Hesaplanmasında Kullanılan Tahmin ve Varsayımlar

BIST içerisinde yer alan sigorta şirketlerinde kilit denetim konusu olarak Sigortacılık teknik karşılıkları hesaplamalarında kullanılan tahmin ve varsayımlar, Kullanım amaçlı gayrimenkullerin değerlemeye tabi tutulması, Muallak Tazminat Karşılığından Kaynaklanan Net Nakit Akışlarının İskonto Edilmesi, Gerçekleşmiş Ancak Rapor Edilmemiş Tazminat Bedellerinin Tahmini, MODV'lara İlişkin Avans ve Yatırımlar ön plana çıkmaktadır.

Kilit denetim konuları dağılımları incelendiğinde en fazla paya sahip olan konu Sigorta teknik karşılıkları hesaplamalarında kullanılan tahmin ve varsayımlar konusudur (Grafik 2). Tahmin ve varsayımlar yönetici tahminlerine dayandığı için denetçiler tarafından kilit denetim konusu olarak belirlenmiştir.

Grafik 2: BIST Sigorta Şirketleri Kilit Denetim Konuları Dağılımı



SONUÇ

Muhasebenin konusu işletmelerin dönem içerisinde gerçekleşen mali nitelikteki olayları kaydetmek, sınıflandırmak, özetlemek ve raporlamak olarak belirtilebilir. Muhasebe süreci sonunda elde edilen finansal tabloların doğruluğunun ve güvenilirliğinin incelenmesi ise bağımsız denetim faaliyetlerinin konusudur. Bu açıdan değerlendirildiğinde denetim faaliyetleri ve muhasebe tamamlayıcı faaliyetler olarak tanımlanabilir. Bağımsız denetimin kalitesi finansal tablo kullanıcıları için bir güven unsurudur.

Geçmişte yaşanan skandallar bağımsız denetimin önemi ortaya koymuştur ve bağımsız denetime olan güveni sarsmıştır. Bu güveni tesis etmek amacıyla yeni uygulamalar ve standartlar açıklanmıştır. Denetim raporunun şekli, içeriği ve denetçi sorumlulukları yeniden düzenlenmiştir.

Bu bağlamda yayımlanan ve bu çalışmanın konusu olan kilit denetim konuları da 2017 yılına ait denetim raporlarında ayrı bir bölüm olarak yerini almış ve sunulmaya başlamıştır. Yeni denetim raporlarında hedef kullanıcılar önemli olan bağımsız denetim görüşü ilk sayfalarda yer alırken kilit denetim konusuna bağımsız denetim görüşünden sonra yer verilmiştir. Yeni denetim raporları ile birlikte denetçi ile hedef kullanıcı arasında etkin bir iletişim hedeflenmiştir. Kilit denetim konuları denetim raporlarında bağımsız denetçilerin subjektif değerlendirmelerinin yer almasına da olanak sağlamıştır. Yeni denetim raporlarında yer verilen kilit denetim konularına ilişkin BDS 701 Kilit Denetim Konuları Standardı yayımlanmış ve çalışmada bu standart ele alınmıştır.

BDS 701 Kilit Denetim Konuları Standardı incelendikten sonra BIST içerisinde yer alan Bankalar ve Özel Finans Kurumları ile Sigorta şirketlerine yönelik bir analiz yapılmıştır. Kilit denetim konularına yönelik yapılan araştırma BIST içerisinde yer alan Banka, Özel Finans Kurumları ve Sigorta Şirketlerinin denetim raporları incelenmiş ve kilit denetim konularının analizi yapılmıştır. Çalışma sonucuna göre Bankalar ve Özel Finans Kurumlarında denetçiler açısından en fazla öneme sahip konu "Krediler ve Alacaklara ilişkin değer düşüklüğü" olurken, sigorta şirketleri için ise "sigortacılık teknik karşılıkları hesaplamalarında kullanılan tahmin ve varsayımlar" konusu ön plana çıkmaktadır.

KAYNAKLAR

CAHILL, E. (2006). Audit committee and internal audit effectiveness in a multinational bank subsidiary: A case study. *Journal of Banking Regulation*, 160-179.

CORDOS, G. S., & FÜLÖP, M. T. (2015). Understanding audit reporting changes: introduction of Key Audit Matters. *Accounting and Management Information Systems*, 128-152.

ÇAĞIRAN, F. K., & VARICI, İ. (2018). Bağımsız Denetim Standardı (Bds) 701 Çerçevesinde Kilit Denetim Konuları: Borsa İstanbul İmalat Sanayi Sektöründeki İşletmelerin Denetim Raporları Üzerine Bir Analiz. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 193-208.

DOĞAN, A. (2017). Yeni Denetim Raporlaması. *MUHASEBE VE Denetim Dünyası*, 1-20.

DOĞAN, A. (2018). Bağımsız Denetimde Yeni Bir Yaklaşım: Kilit Denetim Konuları. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 65-89.

DÖNMEZ, A., & ERSOY, A. (2006). Bağımsız Denetim Firmaları Bakış Açısıyla Türkiye Bağımsız Dış Denetim Sisteminin Değerlendirilmesi. *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 69-91.

ERDOĞAN, M. (2002). Muhasebe, Denetim Ve Bağımsız Denetimin Gerekliliği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 51-63.

GÖNEN, S. (2016). Bağımsız Denetimde Çalışma Kağıtlarının 230 No'lu Türkiye Denetim Standardı Açısından İncelenmesi . *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1792-1808.

GÖNEN, S., & RASGEN, M. (2016). Bağımsız Denetimde Zorunlu Denetçi Rotasyonu. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi*, 1809-1822.

KAVUT, F. L., & GÜNGÖR, N. (2018). Bağımsız Denetimde Kilit Denetim Konuları: BIST-100 Şirketlerinin 2017 Yılı Analizi. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, 59-70.

SCHATT, J. B.-B. (2014). Costs and Benefits of Reporting Key Audit Matters in the Audit Report: The French Experience. 1-24.

UZAY, Ş., & KÖYLÜ, Ç. (2018). Kilit Denetim Konuları: Borsa İstanbul Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 47-70.

YANIK, S. &KARATAŞ, M. (2017). Denetim Raporlarının Geleceği: Yeni Düzenlemeler Ve Ülke Uygulamaları. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* , 1-26.

www.kgk.gov.tr

www.kap.org.tr/

2000-2017 Yılları Arasında Muhasebe ve Denetçilere Yönelik Yaptırımların İçerik Analizi

Full Text / Tam Metin

Seçkin GÖNEN[1], Bilge ARSLAN[2]

Denetçinin vermiş olduğu görüş bilgi riski yarattığından finansal tablolar hakkında vermiş olduğu olumsuz bir görüş finansal tabloların güvenilirliğini etkileyeceğinden bilgi kullanıcıların kararları da olumsuz yöne kayarak yatırımları ve de iş ilişkilerini etkileyecek buda tüm piyasalara yansıyarak krizlere neden olacaktır. İşletmeler bu tür olayların önüne geçebilmek için türlü hilelere başvuracak hatta denetçileri de kendi taraflarına geçme yönünde ikna etmeye çalışabileceklerdir. Geçmişte de örnekleri olan bu tür olayları önlemek adına hem işletmelerin hem de denetçilerin uymak zorunda oldukları ilke ve standartlar oluşturulmuş ve bu kişi ve kurumları denetlemek üzere çeşitli kurumlar kurulmuştur. Bu kurumlar konulan standart ve ilkelere uyulmadığı takdirde bu kişi ve kurumlara çeşitli yaptırımlar uygulayabileceklerdir.

Bu çalışmanın amacı bağımsız denetim uygulamalarında meslek mensuplarının karşılaştığı yaptırımları ortaya koymaktır. Bu bağlama da içerik analizi yöntemi kullanarak SPK'nın haftalık bültenleri aracılığı ile araştırma yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, uyarı cezası, suç duyurusu ve işlem yasağı ile idari para cezasına çarptırılan kişiler, aracı kurumlar, şirketler ve bağımsız denetim kuruluşları tespit edilerek bulgular değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler—*Denetim, Bağımsız Denetim, Yaptırımlar*

JEL Sınıflandırması: *M40, M41, M42*

Content Analysis of Sanctions towards Accountants and Auditors between the years of 2000-2017

Abstract

Since the opinion of the auditor gives rise to information risk, a negative opinion on the financial statements will affect the reliability of the financial statements. In order to prevent such events, business will be able to resort to various tricks and even try to convince auditors to pass on their side. In order to prevent such incidents with examples in the past, principles and standards that both business and auditors have to comply with have been established and various institutions have been established to

[1] Prof. Dr. , Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, seckin.gonen@deu.edu.tr
[2] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, bilgebilgic@hotmail.com

*Bu çalışma Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe Yüksek Lisans Programında Prof. Dr. Seçkin GÖNEN danışmanlığında Bilge ARSLAN tarafından hazırlanan "Bağımsız Denetimde Meslek Mensuplarının Karşılaştığı Yaptırımlara Yönelik Bir İnceleme" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

supervise these individuals and institutions. These institutions will be able to apply various sanctions to these individuals and institutions if the standards and principles are not followed.

The aim of this study is to reveal the sanctions faced by professionals in independent audit practices. In this context, the content analysis was conducted by means of SPK's weekly bulletins. As a result of the research, people, intermediary institutions, companies and independent auditing firms that were sentenced to warning penalty, criminal complaint and transaction ban and administrative fine were determined and the findings were evaluated.

Keywords—*Audit, Independent Audit, Sanctions*

JEL Classification Codes: *M40, M41, M42*

1.GİRİŞ

Günümüz dünyasında, ilke ve kurallarının çok daha karmaşık hale gelmesi sebebiyle büyük sorun ve problemler yaşayan bağımsız denetim mesleği, bilgi çağının ortaya çıkardığı sıkıntılar ile de yüz yüze gelmiştir. Özellikle meydana gelen muhasebe skandalları halka açık şirketlerin yönetimine karşı olan kamu güvenini sarsmış ve söz konusu şirketler tarafından kamuya açıklanan finansal tabloların kalitesi ve finansal bilginin güvenilirliği sorgulanır hale gelmiştir. Bunların sonucunda, bağımsız denetim sürecinin etkinliği ve bütünlüğünün uluslararası düzeyde geliştirilebilmesini teminin kaliteli denetim standartlarının oluşturulması gerekliliği ön plana çıkmıştır.

Bağımsız Denetim Standartlarına göre denetim çalışması gerçekleştirildiği zaman risk tabanlı denetim anlayışı geçerli olacaktır. Bağımsız denetçinin sorumluluğu ise denetim çalışmasında denetim riskini minimuma indirmektir. Ancak denetçi, denetim çalışmalarında denetim riskini sıfıra indiremez. Dolayısıyla her denetim çalışmasında denetçinin taşıyacağı bir risk düzeyi olacaktır. Temelde denetçilerden beklenen denetim riskini olabildiğince en aza indirmesi ve önemli yanlışlıkları ortaya çıkartmasıdır.

Denetçi neyin önemli neyin önemsiz olduğunu belirlemek durumundadır. Denetçiler, finansal tablo kullanıcılarının kararlarını etkileyebilecek hangi yanlışlıkların önemli hangilerinin önemsiz olduğunu, mesleki yargıları ile belirlemek zorundadırlar. Ancak mesleki yargılarını kullanırken denetçinin hata yapma olasılığı da artar. Denetçinin yapmış olduğu hatalar tüm bilgi kullanıcılarını ekileceğinden denetçinin en az hata ile çalışması yani denetim riskini mümkün olduğunca azaltmalıdır. Bunu başaramayan denetçiler çeşitli kurumlar tarafından bir takım yaptırımlara maruz kalacak hatta hatanın büyüklüğüne göre mesleklerinden bile men edilebileceklerdir. Bunun için denetçilerin mesleki standart ve kurallara uyarak özenli bir şekilde denetim yapması gerekir.

Çalışmada ilk olarak teorik bilgilere yer verilmiş, daha sonra yıllar itibariyle denetim faaliyetlerinde bulunan meslek mensuplarının karşılaştığı yaptırımlar, SPK bültenlerinden elde edilerek analiz edilmiştir.

2. BAĞIMSIZ DENETİMDE MESLEKİ YARGI VE YAPTIRIMLAR

Bağımsız denetim işletmelerin mali tablolarının uluslararası muhasebe standartlarına uygunluğunun denetimidir. Mali tablolar uluslararası muhasebe standartlarına uygun olmakla beraber Türkiye Muhasebe Standartları doğrultusunda şeffaf ve güvenilirliği ile de değerlendirilir ve yayımlanır.

Bağımsız denetim kısaca; "*işletme ya da örgüt yönetimi tarafından hazırlanarak bir iddia niteliğinde ortaya konan finansal tabloların tarafsız ve bağımsız bir şekilde incelenip değerlendirilmes*i" şeklinde ifade edilmektedir (Aksoy, 2006: 114). Denetim ile kurum ya da kuruluşun sahiplerine ve hissedarlarına, alacaklılarına ve kredi veren kurumlara, çalışanlarına, işveren ve işçi kurumlarına, gelir idaresi başkanlığı bünyesindeki dairelere, karşı kurum veya kuruluşun finansal tablolarının gerçeğe uygun, doğru ve güvenilir olup olmadığının ortaya konması amaçlanmaktadır (Haftacı, 2016: 50).

Bağımsız denetimin öncesinde, uygulama sırasında ve sonrasında mesleki yargının muhteviyatından denetçiler çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Yargı ve meslek kavramları tanımları ile literatürdeki diğer çalışmalar doğrultusunda, çalışmamızın ana konusunu belirleyen, mesleki yargıya genel olarak olası belirsiz olaylar ve durumlardan bir sonuca varmak, bir karar almaya yardımcı olmak, için ilgili mesleki bilgi ve tecrübenin uygulanabiliyor olması şeklinde bir tanım ortaya çıkabilmektedir. Yukarıdaki tanımlamalara göre mesleki yargı (BDS 240; 6);

Makul bir tercih içermelidir.

Sorunu tanımlama ve sorunu farkında olup, karar almaya kadar uzanan bir süreç şeklinde olmalıdır.

Alanında uzman ve tecrübe sahibi kişinin iş sorumlulukları ile alakalı olmalıdır.

Dürüstlük ve uzmanlık gibi kişisel değerleri içermelidir.

Gereksiz ve genel bilgi sağlamamalı, mesleki standartlara ve mevcut uygulamalara ile ilgili olmalıdır.

Benzer sorunlar ve benzer durumlar ile bağlantı tecrübeye dayanmalıdır.

Mesleki tarafsızlığın üst seviyede olduğu, ortamlarda gerçekleştirilmelidir.

Bilişsel kavrama, mesleki yargının belirlenmesinde oldukça önem taşır. Durum ve olaylar tespiti yapıldıktan sonra, söz konusu durumla ilgili gerekli bilgilerin araştırılıp, değerlendirilmesi gereklidir. Bu değerlendirmenin sonucunda konunun uzmanı, durum ile ilgili bir yargıya varır. Ulaşılan bu yargıya istinaden, karar verir. Mesleki yargı, tıp, hukuk, muhasebe ve mühendislik gibi mesleklerde ve birçok meslekte, alanlarında uzman kişilerce sık sık kullanılır.

Muhasebe ve denetim sürecinde bağımsız denetçiler, faaliyet gösterdikleri konularda mesleki yargılarını kullanmaları gerekmektedir (Arıkboğa, Şişmanoğlu, 2016). Denetçi, bilgi ve yetkinlik düzeyini kullanarak mesleki yargıda bulunabilmektedir. Denetim standartları doğrultusunda meslek mensuplarının mesleki yargıda bulunması olağandır. Ancak, mesleki yargının doğruluğunu etkileyen bazı etkenler mevcuttur (Şişmanoğlu ve Arıkboğa 2018:144):

Teorik çerçevenin zayıf olması,

İlkelerin bazı durumlarda yetersiz kalması,

Denetim sürecinde uygun mesleki yargıda bulunulmaması

Mesleki yargı, özellikle finansal tabloların hazırlanması ve denetlenmesi açısından meslek mensubunun kullanması gereken bir yetkinliktir. Ancak, muhasebe işlemlerinde, tabloların hazırlanmasında özel durumların ortaya çıkması durumunda standartlar yetersiz kalmaktadır (Downie, Macnaughton, 2013).

Mesleki yargıda bulunmak zamanla ile de alakalıdır. Denetim sırasında sabırlı olunması ve açığın ortaya çıkması için yeteri kadar gözlem yapmak gereklidir. Kısa sürede verilecek olan bir karar mesleki yargının doğru sonuca varmasını engelleyecektir (Johnstone, 2014:124-128).

Mesleki yargıda bulunmak, denetim standartlarını bilen eğitimli denetmenler tarafından bulunulması kolay bir faaliyet gibi gözükebilir. Ancak, mesleki yargıda bulunmak, her zaman hızlı veya doğru olmayabilir. Denetim yapan kişinin doğru ve hızlı mesleki yargıda bulunması için bazı faktörler öne çıkmaktadır. Örneğin, bir çalışmada mesleki yargıda etkinliğin tecrübe kazanarak elde edilen kabiliyet olduğu vurgulanmıştır (Kızılgöl, İşgüden, 2011). Ukrayna için yapılan bir çalışmada da benzer bir sonuç elde edilmiştir (Derun, 2017). Ancak, yargıda bulunmayı etkileyen başka faktörlerde mevcuttur. Yabancı bir çalışmada bağımsız denetçinin duygusal dalgalanmalarının dahi mesleki yargı kararının doğruluğunu etkilediği ortaya konmuştur (Bhattacharjee, Moreno, 2013).

Türkiye'de yapılan bir araştırmada 172 bağımsız denetim firmasının denetçilerine anket yoluyla sorular yöneltilmiş ve mesleki yargının kalitesini belirleyen faktörler araştırılmıştır. Sonuca göre, mesleki yargının etkinliğini artıran en önemli faktörün bağımsızlık olduğu ortaya

çıkmıştır. Sonrasında ise, tecrübe ve objektif bakış açısı mesleki yargı için ikinci ve üçüncü en önemli faktörler olduğu tespit edilmiştir. Bağımsız denetçinin mesleki yargısı ve sürecini etkileyen faktörler şunlardır (Tanç, Gümrah, 2015:536).;

Denetim çevresi (Audit Environment),

Denetlenen işletme bilgisi,

Mesleki aidiyet,

Müşteri kabulü ve sonrası,

Hesap verilebilirlik,

Rekabet çekişmesi,

Mesleki standartlar,

Etik kurallar,

Denetim komiteleri,

Mesleki tecrübe,

Mesleki eğitim,

Önyargı ve şüphe,

Risk,

Kalite kontrol gibi 14 faktörden bahsedebilir.

Bağımsız denetim faaliyeti, bazı kanun ve yönetmelikler doğrultusunda gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle, bağımsız denetçiliğin bazı hukuki sorumlulukları ve bunlara uyulmaması sonucu karşılaşacakları çeşitli yaptırımlar mevcuttur. Bunlar;

Kamu Gözetim Kurumu'ndan Kaynaklanan Hukuki Sorumluluklar ve Yaptırımlar

6102 Sayılı TTK'dan Kaynaklanan Hukuki Sorumluluklar ve Yaptırımlar

SPK'dan Kaynaklanan Hukuki Sorumluluklar ve Yaptırımlar

TURMOB Tarafından Uygulanan Yaptırımlar şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Çalışmada SPK tarafından yayınlanmış olan kanun ve tebliğler doğrultusunda denetçilerin sahip oldukları hukuki sorumluluklarının ihlali doğrultusunda karşılaştıkları yaptırımlar incelenmiştir.

3. MESLEK MENSUPLARINA UYGULANAN YAPTIRIMLARA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmada ağırlıklı olarak muhasebecilere, denetim kuruluşlarına ve denetçilere yönelik uygulanan yaptırımların, genel itibariyle uluslararası düzenlemelerde mevcut durumunu belirlenecek, bununla beraber Türkiye'de uygulanan yaptırımlar ele alınacaktır. Bu bağlamda, denetim kuruluşlarına ve denetçilere yaptırım uygulayan kurumların başında gelen Sermaye Piyasası Kurulu'nun 2000-2017 haftalık bültenleri taranarak, çalışma neticesinde genel itibariyle, konu hakkında bazı tespit ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

3.2. Araştırmanın Bulguları

Sermaye Piyasası Kurumu denetim sırasında etkin bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle SPK'nın yapmış olduğu denetimler ve uygulamış olduğu yaptırımlarda denetimin güvenilirliği açısından oldukça önemlidir.

2006-2007 Yılları Uygulanan Yaptırımlar

Sermaye Piyasası Kurulunun ihbar ve şikâyetler doğrultusunda, hareket ederek yaptığı denetim sonucunda, elde ettiği bilgiler 2006-2007 tarihleri arasında gerçekleştirdiği incelemeler neticesinde hem denetim kuruluşlarına hem de denetçilere uyguladığı yaptırımlar Tablo 1'de detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Tablo 1: **2006-2007 Yılı uygulanan yaptırımlar - SPK 2007 Faaliyet raporu**

	2006	**2007**
Uyarı	**115**	**171**
Şahıs	19	115
Aracı Kurum	21	22
Şirket	72	34
Bağımsız Denetim Kuruluşu	3	0
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı	**153**	**164**
Suç Duyurusu	30	33
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağının Tekrarlanması	82	74
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Getirilmesi	41	57
İdari Para Cezası	**104**	**89**
Şahıs	30	46
Aracı Kurum	50	33
Şirket	18	10
Bağımsız Denetim Kuruluşu	6	0
TOPLAM	**372**	**424**

2006 yılında; **Uyarı** cezası alanların %16,5' i şahıs, %18,26' sı aracı kurum, %62,6'sı şirket ve %2,6'sı da Bağımsız Denetim Kuruluşudur. **İdari Para Cezası** alanların ise; %28,8'i şahıs, %48,07' si aracı kurum, %17,3'ü şirket ve %5,7'si ise Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2007 yılında; **Uyarı** cezası alanların %67,25' i şahıs, %12,8'i aracı kurum, %19,8'i de şirkettir. **İdari Para Cezası** alanların ise; 51,6'sı şahıs, 37,07' si aracı kurum, 11,23'ü şirkettir.

Sermaye Piyasası Kurulunun tüm hizmet birimleri ile 2007 hesap döneminde 89 gerçek ve tüzel kişiye toplamda 3,323,768,00 TL idari para cezası kesmiştir. Uygulanan bu idari para cezalarının oran olarak %59'luk kısmı şahıslara, %33'lük kısmı ise, aracı kurumlara ve %8'lik kısmı şirketlere uygulanmıştır. Kurumun, faillere ceza uygulama nedenlerine baktığımızda ise, %62'lık gibi büyük bir oran ile ceza kaynağının, özel durumlara ilişkin tebliğ bulunmaktadır.

2008-2009 Yılları Arası İdari Para Cezası Alan Denetçiler

Aşağıdaki tablo incelendiğinde, konumuzun esasını oluşturan bağımsız denetçilere kesilen cezaların, SPK toplam kestiği cezalar içinde %3 gibi orana sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2: **2008-2009 Yılı uygulanan yaptırımlar**

	2008	**2009**
Uyarı	**133**	**107**
Şahıs	72	81
Aracı Kurum	21	10
Şirket	22	7
Bağımsız Denetim Kuruluşu	4	7
Diğer	14	2
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı	**190**	**183**
Suç Duyurusu	105	51
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Tekrarlanması	23	34
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Getirilmesi	62	98
İdari Para Cezası	**82**	**109**
Şahıs	24	30
Aracı Kurum	53	65
Şirket	2	7
Bağımsız Denetim Kuruluşu	3	7
TOPLAM	**405**	**399**

2008 yılında; **Uyarı** cezası alanların %54,13'ü şahıs, %15,78 'i aracı kurum, %16,54'ü şirket, %3'ü Bağımsız Denetim Kuruluşu ve %10,52'si de diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise; %29,2'si şahıs, %64,63'ü aracı kurum, %2,4'ü şirket ve %3,6'sı ise Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2009 yılında; **Uyarı** cezası alanların %75,7' si şahıs, %9,3'ü aracı kurum, %6,5'i şirket, %6,5'i Bağımsız Denetim Kuruluşu ve %1,8'i de diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise;

%27,65'i şahıs, %59.6'sı aracı kurum, %6,4'ü şirket ve %6,4'ü de Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

Sermaye piyasası yetkili birimlerince 2008 ve 2009 yılları arasında 109 gerçek ve tüzel kişi hakkında toplam 4,210,611 TL tutarında idari para cezası uygulanmıştır Bu kesilen idari para cezalarının tutar olarak %49'luk kısmı şahıslara, %41'i aracı kurumlara, %7'si şirketlere ve %3'ü bağımsız denetim kuruluşlarına kesilmiştir.

2008 yılı hesap dönemi içinde SPK'nın tüm hizmet birimleri 64 gerçek ve tüzel kişiye toplamda 3.704.008,00 TL idari para cezası kesmiştir. Uygulanan bu idari para cezalarının oran olarak %45'lik kısmı şahıslara, %46 lık kısmı ise aracı kurumlara %6,8'lik kısmı şirketlere ve %2,2'lik kısmı bağımsız denetim kuruluşlarına uygulanmıştır. Kurumun, faillere ceza uygulama nedenleri kurumun ilgili yılın faaliyet raporunda "idari para cezası uygulama ve nedenleri" tablosunda sarih bir şekilde belirtilmektedir.

2010-2011 Yılları Arası İdari Para Cezası Alan Denetçiler

2010 yılında Sermaye Piyasası Kurulunun tüm hizmet birimlerince yürütülen denetim faaliyetleri neticesinde 260 gerçek ve tüzel kişiye SPK'nın ilgi mevzuat ve kanunlarına uymaları konusunda uyarılmasına, 125 gerçek kişi hakkında sadece suç duyurusu yapılmasına, 105 gerçek kişi hakkında suç duyurusu ile birlikte işlem yasağı getirilmesine ayrıca, 57 gerek kişi hakkında idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

2011 yılında Kurul'un tüm hizmet birimleri tarafından yapılan incelemelerde 181 gerçek ve tüzel kişinin SPKn ve ilgili mevzuat hükümlerine uyum konusunda uyarılmasına, 51 gerçek kişi hakkında sadece suç duyurusu yapılmasına, 8 gerçek kişi hakkında suç duyurusu ile birlikte işlem yasağı getirilmesine, ayrıca 69 gerçek ve tüzel kişi hakkında da idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

Tablo 3: **2010-2011 Yılı uygulanan yaptırımlar**

	2010	2011
Uyarı	**260**	**181**
Şahıs	235	80
Aracı Kurum	10	10
Şirket	14	41
Bağımsız Denetim Kuruluşu	0	14
Diğer	1	50
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı	**230**	**59**
Suç Duyurusu	125	51
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Tekrarlanması	83	0
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Getirilmesi	22	8
İdari Para Cezası	**57**	**69**
Şahıs	24	28
Aracı Kurum	8	21
Şirket	17	18
Bağımsız Denetim Kuruluşu	8	2
TOPLAM	**547**	**309**

2010 yılında; **Uyarı** cezası alanların %90,38'i şahıs, %3,84 'ü aracı kurum, %5,38'i şirket ve %0,38'i diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise; %2,1'i şahıs, %14,03'ü aracı kurum, %29,8'i şirket ve %14,03'ü ise Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2011 yılında; **Uyarı** cezası alanların %44,19' u şahıs, %5,52'si aracı kurum, %22,65'i şirket, %7,73'ü Bağımsız Denetim Kuruluşu ve %27,62'si de diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise; %40,5'i şahıs, %30,43'ü aracı kurum, %26,08'i şirket ve %2,89'u de Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2010 ve 2011 yılında yapılan kurul denetim faaliyetleri neticesinde, işlem yasakları ile birlikte farklı yaptırımlar da uygulanmıştır. Uygulanan bu idari para cezalarının oran olarak %62'luk kısmı şahıslara, %25'lük kısmı ise, aracı kurumlara ve %7'lik kısmı bağımsız denetim kuruluşlarına uygulanmıştır. Sermaye Piyasası Kurulunun tüm hizmet birimleri ile 2010 hesap döneminde 57 gerçek ve tüzel kişiye toplamda 2.331.674,00 TL idari para cezası kesmiştir.

2012-2013 Yılları Arası İdari Para Cezası Alan Denetçiler

2012 yılı hesap dönemi içinde SPK'nın tüm hizmet birimleri 28 gerçek kişiler hakkında suç duyurusu yapılmasına ve 359 kez gerçek kişiler hakkında hem işlem yasağı hem de suç duyurusu yapılmasına, ayrıca 59 gerçek ve tüzel kişi hakkında idari para cezası uygulanmasına kurumca karar verilmiştir.

2013 yılı hesap dönemi içinde Kurulun tüm hizmet birimleri tarafından yapılan incelemelerde 121 gerçek ve tüzel kişinin SPK ve ilgili mevzuat hükümlerine uyum konusunda uyarılmasına,

61 gerçek kişi hakkında suç duyurusu yapılmasına, 36 kez gerçek kişiler hakkında suç duyurusu ile birlikte işlem yasağı getirilmesine, ayrıca 91 gerçek ve tüzel kişi hakkında da idari para cezası uygulanmasına karar verilmiştir.

Tablo 4: 2012-2013 Yılı Uygulanan Yaptırımlar

	2012	**2013**
Uyarı	**345**	**121**
Şahıs	176	41
Aracı Kurum	24	7
Şirket	40	32
Bağımsız Denetim Kuruluşu	5	6
Diğer	100	35
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı	**387**	**97**
Suç Duyurusu	28	61
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Tekrarlanması	0	0
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Getirilmesi	359	36
İdari Para Cezası	**59**	**91**
Şahıs	15	23
Aracı Kurum	8	17
Şirket	1	13
Bağımsız Denetim Kuruluşu	6	14
TOPLAM	**791**	**309**

2012 yılında; **Uyarı** cezası alanların %51,01'i şahıs, %6,95 'i aracı kurum, %11,59'u şirket, %1,44'ü Bağımsız Denetim Kuruluşu ve % 28,98'i diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise; %25,4 ü şahıs, %13,55'i aracı kurum, %1,69'u şirket ve %10,1'i ise Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2013 yılında; **Uyarı** cezası alanların %33,8'i şahıs, %5,78'i aracı kurum, %26,44 şirket, %4,95'i Bağımsız Denetim Kuruluşu ve %28,92'si de diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise; %25,2'si şahıs, %18,68'i aracı kurum, %14,28'i şirket ve %15,38'i de Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2012 yılı hesap dönemi içinde SPK'nın tüm hizmet birimleri 28 gerçek kişiler hakkında suç duyurusu yapılmasına ve 359 kez gerçek kişiler hakkında hem işlem yasağı hem de suç duyurusu yapılmasına, ayrıca 59 gerçek ve tüzel kişi hakkında idari para cezası uygulanmasına kurumca karar verilmiştir. İdari para cezası konusunda da kurum 59 gerçek ve tüzel kişiye toplamda 2.390.071 TL idari para cezası kesmiştir. Kurulun tüm hizmet birimleri tarafından 2013 yılında 95 gerçek ve tüzel kişi hakkında toplam 6.135.572 TL tutarında idari para cezası uygulanmıştır.

2014-2015 Yılları Arası İdari Para Cezası Alan Denetçiler

2014 yılı hesap dönemi sonunda kurulun tüm hizmet birimleri tarafından yapılan incelemelerde 255 gerçek ve tüzel kişinin SPK'nın ve ilgili mevzuat hükümlerine uyum konusunda

uyarılmasına. 100 kez suç duyurusu yapılmasına, 34 kez gerçek kişiler hakkında suç duyurusu ile birlikte işlem yasağı getirilmesine karar verilmiştir.

2015 yılı hesap dönemi içinde Uygulanan yaptırımlar özetle 123 gerçek ve tüzel kişilere SPK'nın ilgili mevzuat hükümlerine uyulması hususunda, 145 kez suç duyurusu yapılmasına, 102 kez gerçek kişiler hakkında suç duyurusu ile birlikte işlem yasağı getirilmesine karar verilmiştir.

Tablo 5: **2014-2015 Yılı Uygulanan Yaptırımlar**

	2014	**2015**
Uyarı	**255**	**123**
Şahıs	32	29
Aracı Kurum	4	7
Şirket	219	68
Bağımsız Denetim Kuruluşu	0	3
Diğer	0	16
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı	**100**	**247**
Suç Duyurusu	66	145
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Tekrarlanması	0	0
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Getirilmesi	34	102
İdari Para Cezası	**223**	**146**
Şahıs	107	46
Aracı Kurum	37	44
Şirket	72	50
Bağımsız Denetim Kuruluşu	7	6
TOPLAM	**578**	**516**

2014 yılında; **Uyarı** cezası alanların %12,5'i şahıs, %1,36'sı aracı kurum, %85,8'i de şirketlerdir. **İdari Para Cezası** alanların ise; %47,98'i şahıs, %16,5'i aracı kurum, %32,28'i şirket ve %3,13'ü ise Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2015 yılında; **Uyarı** cezası alanların %23,57' si şahıs, %5,69'u aracı kurum, %55,2'si şirket, %2,43'ü Bağımsız Denetim Kuruluşu ve %13'ü de diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise; %31,5'i şahıs, %30,1'i aracı kurum, %34,2'si şirket ve %4,1'i de Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

Kurulun tüm hizmet birimleri tarafından 2014 yılı hesap dönemi içinde SPK'nın tüm hizmet birimleri 146 gerçek ve tüzel kişiye toplamda 24.316.893,00 TL idari para cezası kesmiştir 2015

yılında 223 gerçek ve tüzel kişi hakkında toplam 15.444.334 TL tutarında idari para cezası uygulanmıştır .

2016-2017 Yılları Arası İdari Para Cezası Alan Denetçiler

Bu kapsamda 2016 yılı içinde bağımsız denetim şirketleri üzerinde yapılan denetimler kapsamında, yapılan incelemelerde, olağan dışı fiyat ve miktar hareketliliği gözlenen firmalar ve şahısları, denetleyen denetim şirketleri yaptırımları görülmektedir. Bu yaptırımların 5 farklı pay piyasasında internet yoluyla emir iletimine kapatma, 3 farklı pay piyasasında brüt takas uygulanması, 1 pay piyasasında önceden depo şartı uygulanmasından kaynaklanmaktadır. Yatırım kuruluşlarının pay piyasasında yatırımcı hesaplarında vekâletname ile yetkilendirilmiş kişiler tarafından verilen emirleri kabul etmelerinin ve payın açığa satış ve kredili işlemlere konu edilmesinin yasaklanması şeklinde tedbirler uygulanmasından kaynaklı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, 65 gerçek ve 7 tüzel kişi hakkında geçici işlem yapma yasağı, 2 gerçek kişi hakkında önceden depo şartı uygulaması ve yatırım kuruluşlarının bu şahısların internet üzerinden verdikleri emirleri kabul etmemeleri gibi tedbirler uygulanmış, 1 "**bağımsız denetim kuruluşunun**" yetkisi iptal edilmiş ve "**1 şahsın bağımsız denetim yapması**" yasaklanmıştır.

2016 yılı içinde yapılan Kurul denetim faaliyetleri sonucunda uygulanan yaptırımlara ilişkin bilgiler izleyen tabloda yer almaktadır. Kurul'un tüm hizmet birimleri tarafından 2016 yılında gerçekleştirilen incelemeler neticesinde tesis edilen idari para cezalarının tutarı ile uygulama nedenlerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 6: 2016-2017 Yılı Uygulanan Yaptırımlar

	2016	**2017**
Uyarı	**249**	**191**
Şahıs	86	46
Aracı Kurum	8	1
Şirket	155	125
Bağımsız Denetim Kuruluşu	0	3
Diğer	0	16
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı	**336**	**265**
Suç Duyurusu	202	170
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Tekrarlanması	29	30
Suç Duyurusu ve İşlem Yasağı Getirilmesi	105	65
İdari Para Cezası	**171**	**158**
Şahıs	44	86
Aracı Kurum	74	48
Şirket	48	18
Bağımsız Denetim Kuruluşu	5	6
TOPLAM	**756**	**614**

2016 yılında; **Uyarı** cezası alanların %34,53'ü şahıs, %3,21 'i aracı kurum ve %62,24'ü şirkettir. **İdari Para Cezası** alanların ise; %25,73ü şahıs, %43,21'si aracı kurum, %28,07'si şirket ve %2,92'si ise Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

2017 yılında; **Uyarı** cezası alanların %24,08'i şahıs, %0,52'si aracı kurum, %65,44'ü şirket, %1,57'si Bağımsız Denetim Kuruluşu ve %8,37'si de diğer kuruluşlardır. **İdari Para Cezası** alanların ise; %54,4'ü şahıs, %30,3'ü aracı kurum, 11,3'ü şirket ve 3,79'u da Bağımsız Denetim Kuruluşudur.

Bağımsız Denetim Kuruluşlarının tekrar faaliyetine ilişkin izinler TTK ve KGK mevzuatlarının gerektirdikleri haricinde, SPK'nın ilave şartları da mevcut hale gelince, kurul tarafından tekrar yetkilendirilmeleri yapılır. Bu kapsamda, sermaye piyasasında bağımsız denetim faaliyetinde bulunacak bağımsız denetim kuruluşları yetkilendirilmek üzere Kurul'a başvuruda bulunmaktadır. Bu çerçevede 2016 yılı içinde 3 bağımsız denetim kuruluşu yetkilendirilmiş, 1 bağımsız denetim kuruluşunun faaliyet yetkisi, 2017 yılında ise 1 bağımsız denetim kuruluşu yetkilendirilmiş, 1 bağımsız denetim kuruluşunun faaliyet yetkisi iptal edilmiştir.

2018-2019 Yılları Arası İdari Para Cezası Alan Denetçiler

2018-2019 yılları içinde yapılan Sermaye Piyasası Kurul denetim faaliyetleri sonucunda bağımsız denetim ve yeminli mali müşavirlik şirketleri için, birden fazla yaptırımda bulunulmuştur. Tablo 7'de gösterilenlerden hariç;

Sermaye piyasalarında değerleme ve denetim faaliyetinin süresiz olarak yasaklanmasına

Sermaye piyasalarında bağımsız denetim yetkisinin iptal edilerek Liste'den çıkarılmasın

Ayrıca tabloda görülen idari para cezalarına çarpıtılmıştır.

Tablo 7: 2018-2019 Yılı Bağımsız Denetim Şirketlerine Uygulanan İdari Cezalar

ALTERNATİF BAĞIMSIZ DENETİM ve YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİRLİK A.Ş.	TEMMUZ 2018	İncelemede kurulun 17.07.2003 tarih ve 37/875 sayılı kararı, III.62-1 sayılı Sermaye Piyasasında Değerleme Standartları Hakkında Tebliğ, Seri X tespit edilen mevzuata aykırı durumlar	10,980.00
EREN BAĞIMSIZ DENETİM ve YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİRLİK A.Ş.	KASIM 2018	Hazırlanan Şirket Değerleme Raporunda süreklilik arz edecek bariz hesaplama hataları, uluslararası değerleme standartlarına aykırı uygulamaları mevcudiyeti	808.500,00

Adı Soyadı / Ticaret Unvanı	**Kurul Karar Tarihi**	**İdari Para Cezasına Konu Fiil**	**İdari Para Ceza Tutarı**
PWC BAĞIMSIZ DENETİM VE SERBEST MALİ MÜŞAVİRLİK A.Ş.	OCAK 2018	.Tasfiye Halinde Ataç İnşaat ve Sanayi A.Ş. nin 30.06.2013 tarihli sınırlı bağımsız denetiminde, yeterli inceleme teknikleri uygulanmaması, mesleki özen ve şüphecilik ilkesine uygun hareket edilmemesi	269.500,00
DRT BAĞIMSIZ DENETİM VE SERBEST MALİ MÜŞAVİRLİK A.Ş.	OCAK 2018	Kalite kontrol incelemesinde tespit edilen mevzuat aykırılıkları	280.091,00
YORUM YMM BAĞIMSIZ DENETİM A.Ş.	OCAK 2019	Hazırlanan Şirket Değer Tespit Raporunda maddi hata yapılması ve değerlemeye esas alınan hesaplama yöntemlerinde makul olmayan varsayımlarda bulunulması uluslararası değerleme standartlarına aykırı uygulamaların tespiti	52.098,00

Sermaye Piyasası Kurulu denetim faaliyeti, önemlilik ve öncelik ilkeleri ile risk değerlendirmeleri kapsamında oluşturulan program uyarınca yürütmektedir. Denetim programı, önemlilik ve öncelik ilkeleri çerçevesinde risk değerlendirmesi uyarınca belirlenen denetimlerin yanı sıra Kanunla yıllık olarak yapılması zorunlu tutulan denetimler, yargı mercileri, Kurul Karar Organı veya Başkan, diğer kamu kurumları tarafından talep edilen denetimler, ihbar ve şikâyetler dikkate alınarak oluşturulmaktadır.

6102 sayılı TTK hükümleri kapsamında gerçekleştirilecek bağımsız denetim faaliyeti ve bu faaliyette bulunacaklara ilişkin olarak 02.11.2011 tarih ve 28103 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 660 sayılı Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumunun Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) yetkilendirilmiştir. Diğer taraftan, 6362 sayılı SPK'nu ile daha önce KGK tarafından yetkilendirilmiş bağımsız denetim kuruluşlarının, sermaye piyasasında faaliyette bulunmaları için belirlenecek ilave şartlar kapsamında, Kurul tarafından tekrar yetkilendirilmeleri yapılacaktır. Bu kapsamda, sermaye piyasasında bağımsız denetim faaliyetinde bulunacak bağımsız denetim kuruluşları yetkilendirilmek üzere Kurula başvuruda bulunmaktadır. Bu çerçevede 2018 yılı içinde 1 bağımsız denetim kuruluşu yetkilendirilmiş, 1 bağımsız denetim kuruluşunun faaliyet yetkisi iptal edilmiştir.

Sermaye piyasasında bağımsız denetim faaliyetine ilişkin olarak, bağımsız denetim kuruluşlarının kuruluş şartları, faaliyet esasları, bu kuruluşlarda çalışabilecek kişilerin nitelikleri ve müşteri işletmelerle yapılan sözleşmeler açısından gözetim faaliyetinde bulunulmaktadır. Bu kapsamda, bağımsız denetim kuruluşları nezdinde kalite kontrol çalışmaları yürütülmektedir. Bağımsız denetim sektörünün işleyişinde etkinliği artırmak üzere Kurul'un diğer birimlerinden ve diğer ilgili kurumlardan gelen bildirimler de gözetim faaliyeti kapsamında dikkate alınmakta, bunun sonucunda bağımsız denetim kuruluşları nezdinde kalite kontrol çalışmaları yürütülmektedir.

Bağımsız denetim kuruluşları nezdinde gerçekleştirilen gözetim faaliyetinin etkinliğini arttırmak amacıyla Uzaktan Veri Alım Projesi ile yapılan gözetim kapsamında elektronik ortamda çeşitli raporlar alınmaktadır. Gözetim faaliyetleri kapsamında, SPK'nın belirttiği yıllar içinde bağımsız denetim kuruluşları kalite kontrol denetimlerini gerçekleştirir.

Bağımsız denetim kuruluşları nezdinde gerçekleştirilen gözetim faaliyetinin etkinliğini arttırmak amacıyla Uzaktan Veri Alım Projesi ile yapılan gözetim kapsamında elektronik ortamda çeşitli raporlar alınmaktadır. Gözetim faaliyetleri kapsamında, SPK'nın belirttiği yıllar içinde bağımsız denetim kuruluşları kalite kontrol denetimlerini gerçekleştirir.

Bilindiği üzere Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu, Uluslararası Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartlarının değişimlerini büyük bir incelikle takip etmekte ve bu değişiklikleri Türkiye Muhasebe Standartları adı altında, yayınlamaktadır. Sonuç olarak yaptırımlara bir eleştiride bulunacak olursak;

Bağımsız denetim şirketlerine düzenleme yapma ve idari yaptırım uygulama yetkisinin. SPK, KGK ve BBDK tarafından kullanılıyor olması, bağımsız denetçiler açısından, mesleki anlamda bazı zorluk ve belirsizlikler doğurmakta, denetçilerin elini ayağını bağlamaktadır.

Uygulama bağımsız denetçilerin, denetleme teknikleri tek bir kaynaktan çıkarken, bağımsız denetçileri denetleyen üç farklı kurum denetim birbirinden farklı olması, denetçileri zor durumda bırakmaktadır.

Bağımsız denetim şirketlerine ve denetçilere uygulanacak idari yaptırımlar ve yaptırım uygulanacak haller farklı farklı kanunlarda, farklı birimler tarafından uygulanmakta olup, denetçiyi sıkıştırmaktadır.

Bağımsız denetim şirketlerine ve denetçilere uygulanacak cezalara ilişkin bir fiile birden fazla kurum tarafından yaptırım uygulanmaya çalışılması, denetçi açısından kafa karıştırıcı olmaktadır.

İdari para cezaları, 660 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ve Sermaye Piyasası Kanunlarında düzenlenmişken, Bankacılık Kanunlarında konu ile ilgili hüküm bulunmamaktadır.

İdari para cezaları, 660 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'de sarih bir şekilde ifade edilmemişken, Kamu Gözetim Kurumu düzenlemelerinde, yasalarla uyumlu açık ve sistematik bir şekilde hazırlanmıştır.

Bağımsız denetim şirketlerine ve denetçilere uygulanacak idari para cezalarının, daha detaylı bir şekilde düzenlenmesi kanaatindeyiz.

Hâlihazırda bağımsız denetime tabi kuruluşlar üzerinde düzenlemeleri daha çok Sermaye Piyasası Kurulu yürütmektedir. Kurul denetçiler üzerinde, yaptığı tetkik ve incelemelerde, son değişiklik ve yöntemleri rehber edinerek ilerlemekte ve denetim işini yerinde getirmektedir. Kurul en büyük değişiklik ivmesini, Amerika ve Dünya uygulamalarından, Avrupa Birliği uygulamalarına yönelmekle yakalamıştır. Kurulun yayınladığı, özellikle çalışmamızın esasını oluşturan, denetçilere uygulanan yaptırımlar ve düzenlemeler hususunda mevcut muğlaklıklar, netleşmiştir. Seri XI No: 29 sayılı Tebliği ile Uluslararası Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartlarının son şeklini kabul etmemiş, bunların içinde, Avrupa Birliğinde mevcut sık kullanılan ve tanınan şeklini kullanacağını bildirmiştir. Yapılan bu uygulama ile içinde bulunulan Avrupa Birliği Müktesebatına uyum sürecinin bir sonucu görüldüğünden, uygulamaya konulmuştur. Kurulun şuan ki hazır sahip olduğu eğitim ve potansiyel gücü sayesinde dünya genelinde geliştirilmiş, uygulamaları rehber edinerek, Avrupa Birliğinin de önüne geçmesi temennisindeyiz.

SONUÇ

Günümüz dünyasında bağımsız denetim faaliyetlerinin çok önemli hale gelmesi ve işletmeler tarafından yoğun bir şekilde kullanılmasının yanı sıra denetiminde zorunlu duruma gelmesi ile birlikte, denetim faaliyeti gerçekleştiren şirketlerin de çok daha etkin bir çalışma sürdürme zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bu sebepten dolayı bağımsız denetim şirketleri tarafından yürütülen denetim faaliyetleri esnasında standartlara uygun denetim yaparak denetim riskini en aza indirecek kararlar almak denetçinin en önemli mesleki özelliği haline gelmiştir.

Bağımsız denetim işletmeler için her ne kadar zorunlu ve önemli ise de işletme ile ilgili olan finansal tablo kullanıcılar için de bir o kadar önemlidir. Zira işletme ile ilgili olan bir finansal tablo kullanıcısı bağımsız denetim faaliyetinin sonucuna göre bazı yorumlar yaparak bir takım kanaatlere ulaşıp ve bazı kararlar vermektedir. Bu durumdan dolayı finansal tablolarda oluşan hata ve yanlışlıkların önem seviyesi finansal tablo kullanıcıları için büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda denetçiye düşen en büyük görev finansal tablolarda meydana gelen hata ve yanlışlıkların önem derecesini tespit etmek ve denetim riskini en düşük seviyeye indirmektir. Denetçinin, denetim tekniklerinin yanı sıra mesleki muhakemesini de kullanarak bağımsız denetim faaliyetlerini yürütmesi ve bunu yaparken hata oranını en düşük seviyede olması beklenmektedir. Denetçi denetim sırasında gerekli özeni ve titizliği göstermediği takdirde hata yapacak ve yaptığı hatalardan dolayı birçok yaptırıma maruz kalacak buda denetçinin ve denetim mesleğinin güvenilirliğini etkileyecektir. Bu nedenle denetçinin esas görevi denetim standart ve ilkelerine en uygun şekilde denetim yapıp güvenilirliği sağlamak ve devam ettirmektir.

Mevcut durumda bağımsız denetime tabi kuruluşlar üzerinde düzenlemeleri daha çok Kamu Gözetim Kurumu ve Bankaları Denetleme Kurulundan ziyade, Sermaye Piyasası Kurulu yürütmektedir. Kurul denetçiler üzerinde, yaptığı tetkik ve incelemelerde, son değişiklik ve yöntemleri rehber edinerek ilerlemekte ve denetim işini yerinde getirmektedir. Kurul en büyük değişiklik ivmesini, Amerika ve Dünya uygulamalarından, Avrupa Birliği uygulamalarına yönelmekle yakalamıştır. Kurulun yayınladığı, özellikle çalışmamızın esasını oluşturan, denetçilere uygulanan yaptırımlar ve düzenlemeler hususunda mevcut muğlaklıklar, kısmen netleşmiştir. Uluslararası piyasalara entegre olması ve değişimleri yakalaması, halinde kurumun denetçilere yönelik, uygulayacağı yaptırımlar hususunda, net bir pozisyon alacağı aşikârdır. Seri XI No: 29 sayılı Tebliği ile Uluslararası Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartlarının son şeklini kabul etmemiş, bunların içinde, Avrupa Birliğinde mevcut sık kullanılan ve tanınan şeklini kullanacağını bildirmiştir. Yapılan bu uygulama ile içinde bulunulan Avrupa Birliği Müktesebatına uyum sürecinin bir sonucu görüldüğünden, uygulamaya konulmuştur. Kurulun şuan ki hazır sahip olduğu eğitim ve potansiyel gücü sayesinde dünya genelinde geliştirilmiş, uygulamaları rehber edinerek, Avrupa Birliğinin de önüne geçmesi yararlı olacaktır.

Bu çalışmada bağımsız denetim sırasında denetçinin de mesleki yargısına bağlı olarak vermiş olduğu kararlardan ötürü ne tür yaptırımlarla karşı karşıya kalabileceği ile ilgili bir çalışma yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda bu yaptırımların denetim mesleğinin güvenilirliği ve kalitesi açısından oldukça önemli olduğu yeni geliştirilen standartlarla uyum sürecinin kısmen de olsa başarıya ulaşarak bazı konuları netleştirdiği ancak hala gelişmekte olan bir süreçte olduğumuz tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

AKSOY, T. (2002). *Tüm Yönleriyle Denetim*. Ankara: Yetkin Hukuk Yayınları, Ankara.

ARIKBOĞA, D. ŞİŞMANOĞLU E. (2016). Türkiye'de Bağımsız Denetimde Mesleki Yargı Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. *Muhasebe Ve Denetime Bakış Dergisi*. 2016(49): 29-48.

BHATTACHARJEE, SUDİP, KİMBERLY K. MORENO (2013). The Role Of Auditors' Emotions And Moods On Audit Judgment: A Research Summary With Suggested Practice Implications. *Current Issues İn Auditing*. 7(2): 1-8.

DOWNIE, ROBİN, JANE MACNAUGHTON (2013). In Defence Of Professional Judgement. *Europe Pmc Funders Group*. 15(5): 322-327.

HAFTACI V. (2016). *Muhasebe Denetimi*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

JOHNSTONE, KARLA M., AUDREY A. GRAMLİNG, LARRY E. RİTTENBERG (2014). *Auditing: A Risk-Based Approach To Conducting A Quality Audit*. 9. Edition, South-Western Cengage Learning.

KIZILGOL, ÖMÜR, BURCU İŞGÜDEN (2011). "Denetim Riskinin Belirlenmesinde Mesleki Yargının Denetçiler Tarafından Kullanılması", Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 4, Ss.1-33.

ŞİŞMANOĞLU, ELÇİN, DURSUN ARIKBOĞA (2018). The Factors Affecting Using Professional Judgment İn Independent Auditing: Evidences From Turkey. *Contemporary Research in Economics And Social Sciences.* 2(1): 141-188.

TANÇ, AHMET, ABDURRAHMAN GÜMRAH (2015). Bağımsız Denetimde Mesleki Muhakeme Becerisini Etkileyen Faktörlerin Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*. 17(3): 525-538.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Ülkelerin Geçici Ticaret Engellerini Kullanma Nedenlerinin Belirlenmesi

Full Text / Tam Metin

Ufuk SELEN[1], Göksel KARAŞ[2]

Özet:

Bu çalışmada, uluslararası ticarette geçici ticaret engellerinin kullanımını etkileyen faktörler, negatif binom-regresyon analizi ile ülke gruplarına göre analiz edilmiştir. Ampirik sonuçlar, ülke gruplarının makroekonomik gereklilikler ve koruyucu politikalardan hareketle GTE'yi kullandıklarını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler*: Geçici Ticaret Engelleri, Uluslararası Ticaret, Korunma Önlemleri, Anti-damping vergisi*

JEL Kodu: *F4, F10, F13, F14*

1. GİRİŞ

Uluslararası serbest ticaret politikalarının ülkelerin ekonomik büyümelerine önemli katkılar sağlayacağı kabul edilmektedir. Bu nedenle bu politikalar yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak, bu yargı, gelişmişi ve gelişmekte olan pek çok ülke açısından, kısmen yanıltıcı olabilir. Çünkü, ülkeler farklı sebeplerle ve farklı biçimlerde korumacı politikaları kullanmaya devam etmektedir. Ülkeler korunma aracı olarak tarifeleri kullanmak yerine yaygın biçimde geçici korunma önlemlerini kullanmaya başlamışlardır (Bown and Crowley, 2016). Ülkeleri bu değişime yönlendiren temel unsur taraf oldukları uluslararası kurum ve kuruluşların belirlediği kural ve kurumlardır.

Geçici korunma önlemleri anti-damping vergisi (ADV), telafi edici vergi (TEV) ve korunma önlemleri (KÖ) toplamından oluşmaktadır. Bu araçlar belli şartların gerçekleşmesi kaydıyla geçici olarak uygulanabilen spesifik korunma araçlarıdır. Ülkeler özellikle kriz dönemlerinde geçici korunma önlemlerini kullanmayı tercih etmektedir (Bown, 2011; Irwin, 2005; Prusa, 2005; Silberberger, Slany and Stender, 2017). Literatürde, gelişmekte olan ülkelerin geçici korunma önlemlerini bir büyüme stratejisi olarak kullandıklarını ve bu ülkelerin ekonomik olarak büyüdükçe geçici korunma önlemlerini daha az kullandıklarını vurgulanmaktadır (Feinberg, 2011; Moore ve Zanardi, 2008). Gelişmekte olan ülkelerde AD önlemleri talep eden sektörler, genel ekonomik performanstan ziyade, sektörün iç ekonomik koşullarına odaklanmaktadır (Knetter ve Prusa, 2003; Moore ve Zanardi, 2008). Bu sonuç gelişmekte olan ülkeler açısından politika yapıcıların da geçici korunma önlemlerinin uygulanmasında genel ekonomik baskılara duyarsızlıklardan hareket etmedikleri biçiminde yorumlanmaktadır (Aggarwal, 2003; Moore ve Zanardi, 2008; Suhail, 2010).

GTE önlemlerinin kullanımı makroekonomik koşullarla ilişkilidir (Choi ve Kim, 2014). Makroekonomik değişkenlerdeki bozulma, yerli üreticilerin GTE kullanımına yönelik talebi arttırmaktadır (Aggarwal, 2003; Irwin, 2005; Zhou ve Cuyvers, 2009). Örneğin, Moore ve Zanardi

[1] Doç. Dr. Uludağ Üniversitesi, İİBF Maliye Bölümü, Türkiye, uselen@uludag.edu.tr
[2] Araş.Gör.Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İİBF Uluslararası Ticaret Bölümü, Türkiye, gokselkaras@gmail.com

(2008), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için enflasyon oranı ile AD talebi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

2. Ekonometrik Model

2.1. Hipotezler

Bu çalışmada, bağımsız değişkenlerle ilişkili dört hipotez incelenmiştir. Makroekonomik değişkenler üzerinden tanımlanan bu hipotezler şunlardır:

H1: Ülkelerin büyüme oranları, GTE kullanımını olumsuz yönde etkilemektedir.

H2: Ülkelerin ithalat artış oranları, GTE kullanımını olumlu yönde etkiliyor.

H3: Ülkelerin işsizlik oranları, GTE kullanımını olumlu yönde etkilemektedir.

H4: Ülkelerin enflasyon oranları, GTE kullanımını olumlu yönde etkilemektedir.

2.2. Model ve Veri

GTE, ithalat kaynaklı maddi zarar veya maddi zarar tehdidinin olduğu durumlarda kullanılır. "Maddi zarar" ve "zarar tehdidi"nin kaynağına göre önlem olarak ADV, TEV ve KÖ talep edilebilmektedir. Modelde ADV, TEV ve KÖ taleplerinin toplamı GTE olarak tanımlanıp, bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. "Maddi zarar" ve "zarar tehdidi"nin belirlenmesinde mevcut makroekonomik değişkenlerden yararlanılmaktadır. Bu nedenle büyüme, istihdam, ithalat artışı ve enflasyon oranları bağımsız değişkenler olarak kullanılmıştır. Bu değişkenler, en çok GTE kullanan 16 ülke verilerin yararlanılarak oluşturulmuştur. 16 ülkenin 7'si yüksek gelirli, 9'u orta ve düşük gelirli idi. Bu ülkelerin belirlenmesinde Dünya Bankası'nın ülke gruplandırma kriterinden yararlanılmıştır. Tablo 1 değişkenlerin veri kaynaklarını göstermektedir.

Table 1: Veri Kaynakları

Değişkenler		Referanslar	Baz Yıl	Beklenen Etki
GTE	Geçici Ticari Engeller	WTO	-	
GRW	Büyüme Oranı	World Bank	2010	(negatif)
IMP	İthalat Artış Oranı	World Bank	-	+ (pozitif)
UNEMP	İşsizlik	World Bank	-	+ (pozitif)
INF	Enflasyon	World Bank, OECD	-	+ (pozitif)

Ampirik analizler için, bağımsız değişkenlerin gecikme yapılarını belirlemek önemlidir. Zarar ve ithalat arasındaki nedenselliğin varlığı, en az 3 yıllık veri incelenerek belirlenir. Bu nedenle, çalışmada da bağımsız değişkenlerin 1 yıllık gecikmeli değerleri kullanılmıştır.

GTE kullanımını etkileyen faktörleri belirlemek için oluşturulan ekonometrik model aşağıdaki gibidir:

$$GTE = \beta_0+\beta_1 〖GRW〗_{(i,t-1)}+\beta_2 〖IMP〗_{(i,t-1)}+\beta_3 〖UNEMP〗_{(i,t-1)}+\beta_4 〖INF〗_{(i,t-1)}+\varepsilon_{it}$$

Bağımlı bir değişken sayma sayılardan oluşuyorsa, Poisson dağılımına dayanan Poisson regresyon modeli kullanılmalıdır. Poisson dağılımındaki bağımlı değişkenin varyansı, bağımlı değişkenin ortalamasına eşittir (Dobson, 1990, s. 43). Varyans bağımlı değişkenin ortalamasından yüksekse, bu durum aşırı dağılım veya az dağılım olarak ifade edilir. Bağımlı değişken aşırı dağılmışsa, gözlenen değerlerin varyansı ortalamanın üzerindedir. Bu durumda, genelleştirilmiş bir Poisson modeli olan negatif bir binom regresyon modeli kullanılır (Aggarwal, 2004, s. 1049). Bu çalışmada, Tablo 3'teki ortalamalar GTE'nin varyansından daha büyüktür. Bu nedenle panel-negatif bir binom-regresyon modeli kullanılmıştır.

3. SONUÇLAR VE TARTIŞMA

Kullanım yoğunluğuna göre GTE bileşenleri sırasıyla AD, TEV ve KÖ'dir (Tablo 2). Ayrıca, GTE'yi kullanan yüksek gelirli ülkeler ABD ve AB iken, orta ve düşük gelirli ülkeler Hindistan, Brezilya ve Arjantin'dir.

Tanımlayıcı istatistiklerde belirtildiği üzere, yüksek gelirli ülkelerde ortalama olarak 14 GTE, orta ve düşük gelirli ülkelerde ise 13 GTE kullanılmıştır (Tablo 3). Bu araçların ülke grupları tarafından kullanımı mutlak değer olarak yakın olmasına rağmen, oransal olarak yüksek gelirli ülkeler GTE'yi orta ve düşük gelirli ülkelere göre daha fazla kullanmaktadır.

Tablo 2: Geçici Ticari Engel Başvuru Sayıları (1995-2017)

Group	Country	AD	CV	SG	Total
High-income Economies	Australia	332	28	4	364
	Canada	227	65	3	295
	Chile	29	6	19	54
	European Union	502	79	5	586
	Japan	13	1	1	15
	Korea	142	0	4	146
	United States	659	219	12	890
TOTAL		**1904**	**398**	**48**	**2350**
Low and Middle Income Economies	Argentina	352	3	6	361
	Brazil	410	12	4	426
	China	258	9	2	269
	India	888	3	43	934
	Indonesia	136	0	27	163
	Mexico	152	6	2	160
	Russian Federation	41	1	4	46
	South Africa	229	13	5	247
	Turkey	221	2	23	246
TOTAL		**2687**	**49**	**116**	**2852**

Table 3: Ülke Gruplarının Tanımlayıcı İstatistikleri

Yüksek Gelirli Ülkler					
	GTE	GRW	IMP	UNEMP	INF
Mean	14.59627	2.805839	5.711942	6.390823	2.290881
Standard Dev.	17.13526	2.3738	7.550861	2.293124	1.726981
Variance	293.6172	5.634927	57.0155	5.258416	2.982464
Min.	0	-5.471219	-23.98517	2.05	-1.35
Max.	96	11.30862	25.65768	11.31	8.72
Üst Orta ve alt orta Gelirli Ülkeler					
Mean	13.77778	4.292717	7.961298	8.541913	11.9627
Standard Dev.	14.90419	4.290836	14.11226	6.238968	20.49209
Variance	222.1348	18.41127	199.1558	38.92472	419.9257
Min.	0	-13.12673	-50.05956	2.49	-1.4
Max.	83	14.23139	40.12178	27.33	197.41

Tablo 4, panel-negatif binom-regresyon analiz sonuçlarını göstermektedir. İlk değerler tekrarlanma oranına (IRR) ait değerleri gösterirken, parantez içindeki değerler ise z istatistik değerlerini temsil etmektedir.

Table 4: Panel negatif binomial regresyon analiz sonuçları

	RANDOM EFFECT		FIXED EFFECT	
	Yüksek Gelirli Ülkeler	Üst-Orta ve Alt-Orta Gelirli Ülkeler	Yüksek Gelirli Ülkeler	Üst-Orta ve Alt-Orta Gelirli Ülkeler
GRW	1.130 (2.53)[v]	0.963 (-1.90)[x]	1.129 (2.49)[v]	0.962 (-2.00)[v]
IMP	0.974 (-1.93)[x]	1.010 (2.09)[v]	0.975 (-1.91)[x]	1.011 (2.13)[v]
UNEMP	1.020 (0.47)	0.934 (-5.22)[I]	1.013 (0.30)	0.931 (-5.41)[I]
INF	1.068 (1.66)[x]	0.983 (-3.79)[I]	1.064 (1.54)	0.983 (-3.79)[I]
CONSTANT	1.976 (1.74)[x]	6.146 (8.40)[I]	2.077 (1.85)[x]	6.348 (8.61)[I]
/ln_r	0.137	0.808		
/ln_s	0.800	2.025		
Loglikelihood	-475.806	-647.687	-427.580	-587.313
Wald chi^2	9.18	42.44	8.73	44.11
Observation	152	195	152	195
Prob/chi^2	0.057[x]	0.000[i]	0.068[x]	0.000[i]
Prob/$chibar^2$	0.000[i]	0.000[i]		

Analizde hem "rassal etkiler modeli" hem de "sabit etkiler modeli" kullanılmıştır. Birimler arasındaki farklar rastgele oluştuğunda rastgele etkiler modeli kullanılmaktadır. (Baltagi, 2005, s. 11–19). Analiz sonuçlarına göre, rastgele etkiler ve sabit etkiler modelleri % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (Prob / chi2 <0.10). Rastgele etkiler modeline göre, büyüme, ithalat artışı ve enflasyon oranları yüksek gelirli ülkelerde istatistiksel olarak anlamlı iken, sabit etkiler modelinde sadece büyüme ve ithalat artış oranları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu sonuç, rassal etkiler modeline göre, yüksek gelirli ülkelerde GTE kullanımının büyüme, ithalat artış ve enflasyon oranlarındaki değişmelere bağlı olduğu, sabit etkiler modeline göre ise sadece büyüme ve ithalat artış oranlarındaki değişime bağlı olduğu biçiminde yorumlanabilir. Rasgele etki modeline göre anlamlı olan

enflasyon oranının p değeri 0,098 olup, 0,10 önem seviyesine çok yakındır. Bu nedenle, yorum yanlış olabilir. Yüksek gelirli ülkelerin büyüme oranlarında % 1'lik bir artış, GTE müracaat sayısını yaklaşık % 1,3 oranında artırmaktadır. İthalat artışındaki % 1'lik bir düşüş, GTE müracaat sayısını % 2,5 artırıyor. Buna göre, büyüme ve ithalat artış oranları istatistiksel olarak anlamlı olmasına rağmen, yüksek gelirli ülkeler için hipotezlerin hiçbiri doğrulanmamıştır. Buradan hareketle, gelişmiş ülkelerin GTE makroekonomik kaygılardan hareketle kullanmadığı ve büyümelerini korumacı politikalarla yönlendirdikleri söylenebilir..

4. SONUÇ

Ampirik sonuçlar, gelir seviyelerine göre ülkelerin GTE'yi farklı motivasyonlarla kullandıklarını göstermektedir. Gelişmiş ülkeler GTE'yi makroekonomik kaygılardan ziyade korumacılığa bağlı büyüme amacına sahiptir. Orta ve düşük gelirli ülkelerde, rastgele etkiler ve sabit etkiler modellerine göre bağımsız değişkenler istatistiksel olarak anlamlı bulundu. Bu ülkeler GTE'yi korumacı motivasyondan ziyade makroekonomik değişkenlerden hareketle kullanmayı tercih etmektedir.

KAYNAKLAR

Aggarwal, A. (2004). Macro economic determinants of antidumping: A comparative analysis of developed and developing countries. World Development, 32(6), 1043–1057. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2004.01.003

Baltagi, B. H. (2005). Econometric analysis of panel data (3rd ed). England: John Wiley & Sons Ltd.

Bown, C. P. (2011). The great recession and import protection: The role of temporary trade barriers. London, UK: CEPR and World Bank.

Bown, C. P., & Crowley, M. A. (2016, April). The empirical landscape of trade policy: Policy research working paper 7620. Retrieved from http://documents.worldbank.org/curated/en/126551467995389233/ pdf/WPS7620.pdf

Choi, C. H., & Kim, J. (2014). Determinants for macroeconomic factors of antidumping: A comparative analysis of India and China. The International Trade Journal, 28(3), 229–245. https://doi.org/10.1080/08853908.2014.913511

Dobson, A. J. (1990). An Introduction to Generalized Linear Models. Cornwall, UK: Chapman and Hall.

Feinberg, R. M. (2011). Antidumping as a development issue. Working Papers 2011-06. Washington, DC: American University.

Irwin, D. A. (2005). The rise of U.S. antidumping activity in historical perspective. IMF Working Paper WP/05/31, 1–26. Retrieved from https://doi.org/10.3386/w10582

Knetter, M. M., & Prusa, T. J. (2003). Macroeconomic factors and antidumping filings: Evidence from four countries. Journal of International Economics, 61, 1–17.

Moore, M., & Zanardi, M. (2008). Trade liberalization and antidumping: Is there a substitution effect? IIEP WP 2008-9. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.451.318&rep=rep1&type=pdf.

Prusa, T. J. (2005). Antidumping: A growing problem in international trade. The World Economy, 28(5), 683–700.

Silberberger, Magdalene & Slany, Anja & Stender, Frederik. (2017). The Aftermath of Antidumping: Are Temporary Trade Barriers Really Temporary?. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.3054988.

Suhail, A. (2010). Trade protectionism: Reasons and outcome. Competitiveness Review: An International Business Journal, 20(5), 384–394. https://doi.org/10.1108/10595421011080760

Zhou, W., & Cuyvers, L. (2009). Determinants of EU antidumping actions against East Asian countries. Journal of International Trade Law and Policy, 8(3), 291–305. Retrieved from https://doi.org/10.1108/14770020910990669

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Süsleme Tasarımında Rhinoceros Programı Kullanılarak Geleneksel Desenlerin Yeniden Düzenlenmesi

Full Text / Tam Metin

Mine Can[1]

Giriş: *Rhinoceros (Rhino), kısaca CAD (Computer Aided Design) olarak adlandırılan bilgisayar destekli bir tasarımda programıdır. Günümüzde bilgisayar destekli üretim teknolojileri ile faaliyet gösteren sektörlerde yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu sebeple ilgili sektörlere nitelikli eleman yetiştirmek adına sanat ve tasarım eğitimi alanlarında üç boyutlu görüntü ve model oluşturmak için eğitim programlarına alınmıştır. Rhino programı istenilen boyutlarda ve eskimeyen kâğıtlar sunduğu için sadece 3D tasarımlarda değil, desen tasarımı derslerinde etkili bir araç olarak kullanılabileceği düşünülmüştür.* ***Amaç:*** *Desen-I dersinde öğrencilerin hafızalarında ürettikleri tasarımların görselleştirilmesinde, parça ve ayrıntıyı bütüne dönüştürmek adına daha hızlı hareket etmelerini sağlamak, nitelikli tasarımlar yapmak ve yaratıcılıklarını geliştirmek için geleneksel el çiziminin yanı sıra Rhino programının kullanılmasına olanak sağlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Desen-II dersi kapsamında çalışma 16 ders saati ve 4 hafta ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın örneklem grubunu, Kocaeli Üniversitesi Değirmendere Ali Özbay MYO Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Programında eğitimi gören Ön Lisans düzeyindeki 6 öğrenci oluşturmaktadır. Öğrencilere kaynak olarak geleneksel desenler verilmiş ve bu desenlerden bilgisayar ortamında kreasyon yapmaları istenmiştir.* ***Bulgular:*** *Öğrencilerin geleneksel çizim yöntemlerine göre bilgisayar ortamının sağladığı sınırsız ölçekler sayesinde gerçek boyutlarda tasarımlara kolaylıkla ulaşabildikleri görülmüştür. Fiziki ortamın sınırlamalarına bağlı kalmadan tasarım olanağı bulan öğrencilerin algı ve hayal güçlerinin geliştiği, nitelikli ve nicelik olarak daha fazla çalışma gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin yeni kompozisyonlar belirlemelerine ya da görmelerine olanak tanıyarak yaratıcı üretim sürecini desteklemektedir. Ayrıca tasarım ve kompozisyonla ilgili konuları daha iyi kavramalarını sağlamıştır.*

Anahtar Kelimeler— *Tasarım, Desen, Bilgisayar Destekli Tasarım.*

Arrange Traditional Patterns Using The Rhinoceros Program in Ornament Design

Abstract

Introduction: *Rhinoceros (Rhino) is a computer-aided design program called CAD (Computer Aided Design). Nowadays, it is used extensively in sectors operating with computer aided production technologies. For this reason, it has been taken into training programs to create three-dimensional images and models in the fields of art and design education in order to educate qualified personnel to the relevant sectors. The Rhino program is intended to be used as an effective tool in pattern design courses not only in 3D designs, because it offers the required sizes and outdated papers.* ***Aim:*** *To visualize the designs they produce in the students ' memory in the pattern-ı course, to make them move faster to transform parts and details into the whole to build qualified designs and to develop their creativity It allows the use of the Rhino program as well as the traditional hand drawing.*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Kocaeli Üniversite, Değirmendere Ali Özbay MYO, El San. Böl, Türkiye, mine_can82@hotmail.com

***Methods**: The study under the Pattern-II course is limited to 16 hours and 4 weeks. The sample group of the study consists of 6 undergraduate students who are trained in Kocaeli University Degirmendere Ali Özbay Vocational School Jewellery Design Program. Students were given traditional patterns as resources and they were asked to make creations in the computer environment. **Findings:** According to traditional drawing methods students have been able to easily reach designs in real sizes thanks to the limitless scales provided by the computer environment. It has been determined that students who have the ability to design without relying on the limitations of the physical environment develop their perception and imagination and they perform more work in quality and quantifiers. It supports the creative production process by allowing students to identify or see new compositions. It has also provided them with better insight into the design and composition issues.*

***Keywords—** Design, Pattern, Computer Aided Design.*

JEL Classification Codes: *Z19*

1. GİRİŞ

Çağımızda hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak sanat dünyasında hem düşünce hem uygulama biçimleri hızlı bir değişim geçirmektedir. Teknolojinin en etkili araçlarından birisi olan bilgisayara bağlı olarak yeni sanatsal çalışmalar yapılmaktadır. Tasarım alanında bilgisayar teknolojisini en iyi kullanan kişilerin geleceğin önemli sanatçıları veya sanatta bilgisayarı en iyi kullanabilen kişiler olabilecekleri tartışılmaktadır. Bu sebeple sanat eğitimi alan öğrencilerin geleceğin teknolojisine hazır olarak yetiştirilmeleri gereklidir. Öğrenciler, hem dünyada yapılan çalışmaları takip etmeli, hem de kendi çalışmalarında bilgisayar teknolojisini iyi bir araç olarak kullanmalıdır (Ayaydın, 2010).

21. Yüzyılda teknolojik gelişmelerin baş döndürücü hızını yakalamak kolay olmamakla birlikte, her gün ürünlerin yenilenen versiyonlarını takip etmek de sanatçılar için de kolay değildir. Bilgisayarların kullanımları, modelleri ve uygulama özellikleri oldukça fazla ve çeşitlidir. Mimarlar, mühendisler, sanatçılar, tasarımcılar için farklı model bilgisayarlar ve onlara uygun programlar bulunmaktadır. Bilgisayar kullanımı, kullananın bilgilerine göre çeşitlilik kazandığı gibi tasarımcılara da çok fazla imkân tanımaktadır. Sanatçının yaratıcılığına bağlı olarak bilgisayarlar her türlü teknik desteği sanatçıya vermektedir. Bilgisayar destekli çalışmalar sanatçıya büyük kolaylıklar sağlamakta ve teknik anlamda pek çok sorun bilgisayar ortamında tasarım üzerinde çözülebilmektedir. Çalışmaların baskısı alınabilmekte ve özgün çalışmalara geçmeden önce iyi bir taslak oluşturulabilmektedir. Aynı zamanda bilgisayar desteğini kullanarak tasarımların orijinal çıktıları alınmadan izleyiciye sunma imkanı bulunmaktadır (Ertok Atmaca, 2011).

Bugün tasarım eğitimi veren okulların ders programlarında, bilgisayar destekli tasarım (CAD) ve bilgisayar destekli üretim teknolojilerine (CAM) yer vermeleri artık kaçınılmaz olmuştur. Geçmişte sınırlı imkânlardan dolayı CAD ve CAM teknolojilerinin değeri yeterince anlaşılamamıştır. Ancak bugün sunduğu olanaklarla ilgili sektörlerin her safhasında tasarımcılara etkili bir biçimde destek olmaktadır. Bilgisayarlı tasarım programlarının gelecekte sunacağı olanaklar ise ölçüsü tasarımcının hayal gücüne bağlı olan çok önemli bir araç haline gelmiştir. Diğer sanat ve tasarım alanlarında olduğu gibi desen tasarımı eğitiminde de bilgisayar teknolojileri sonuca daha kolay ulaşmak amacıyla bir ders aracı olarak kullanılmalıdır.

Dolunay (2016) çalışmasında gelişen teknolojinin bilgisayar kavramını ortaya çıkarması ile birlikte yepyeni bir dönemin başladığını belirtmektedir. Bilgisayar ortamında sanat, günümüzde her alanda özellikle de görsel sanatlarda, farklı ihtiyaçlara ve milyonlarca insana hitap edebilen çağdaş, kolay, hızlı ve etkin bir yöntem olduğunu vurgulamaktadır.

Günümüzde bilgisayar destekli üretim teknolojileri ile faaliyet gösteren sektörlerde AutoCAD tabanlı çok çeşitli bilgisayar programları yoğun olarak kullanılmaktadır. Kısaca Rhino olarak bilinen Rhinoceros programı günümüzde endüstri ürünleri tasarımı, mimarlık, araç iç mekanı, takı tasarımı, CAD/CAM ve üç boyutlu seri üretim gerektiren alanlarda en çok kullanılan tasarım programlarından birisidir. Rhino programı AutoCAD programı dosya uzantısı sayesinde üç boyutlu ve iki boyutlu çizimlerin rahatlıkla yapılabilmesine imkan sağlamaktadır ve diğer 3D programlarına göre daha avantajlıdır. Birçok programla uyum sağlayabilme özelliğine sahiptir. Birçok formatı okur ve o formatlarda kaydetme özelliği vardır. Diğer yazılımlara göre yeni olmasına rağmen kullanım kolaylığı ve yatırım maliyetinin düşük olması nedeniyle işletmeler tanır tanımaz süratle Rhino kullanmaya geçmektedir. Bu sebeplerle kullanım ve yayılma hızı diğer yazılımlara göre çok daha fazladır.

Bu çalışmada Rhinoceros programının istenilen boyutlarda ve eskimeyen kâğıtlar sunması sebebiyle sadece üç boyutlu tasarımlarda değil, desen tasarımı derslerinde etkili bir araç olarak kullanılabileceği düşünülmüştür. Çalışmanın amacı desen tasarımı dersinde öğrencilerin hafızalarında ürettikleri tasarımların görselleştirilmesinde, parça ve ayrıntıyı bütüne dönüştürmek adına daha hızlı hareket etmelerini sağlamak, nitelikli tasarımlar yapmak ve yaratıcılıklarını geliştirmek için desen dersinde geleneksel el çiziminin yanı sıra Rhino programının kullanılmasının güçlü ve zayıf yanlarını tespit etmektir.

2. YÖNTEM

Sanat öğretiminin niteliğinin araştırılmasına yönelik olarak, desen tasarımı sürecinde bilgisayar destekli tasarımın, eğitime katkılarının araştırıldığı bu çalışma nitel araştırma yaklaşımlarına göre tasarlanmıştır. Sanat öğretiminin niteliğinin araştırılmasına yönelik bir yöntem olarak kullanılan nitel araştırmalar bir ders saati süresinde sanat dersinin her günkü durumu içinde tanımlanması, çözümlenmesi, yorumlanması ve yargılanması sürecidir. Tanımlama aşamasında gözlemi yapan araştırmacı öğrenciler ve sanat dersi ile ilgili bilgi toplamaktadır. Çözümleme aşamasında gözlemci eğitimle ilgili kavramları kullanarak öğretim türü ya da öğrencinin sanatsal eğilimleri gibi bölümleri çözümlemektedir. Yorumlama ise, bir deneyimden anlam çıkarma sürecidir ve her aşamada gerçekleştirilir. Yorumlama ders boyunca sınıf atmosferinin nasıl olduğuna ve nasıl değiştiğine ilişkin yorumları içermektedir. Yargı basamağı bir değer biçme işlemidir. Bir derste sınıfın güçlü ve zayıf olduğu yanların saptanmasına ve zayıf öğelerin geliştirmesine yönelik görüş ve önerileri kapsamaktadır (Özsoy, 2001).

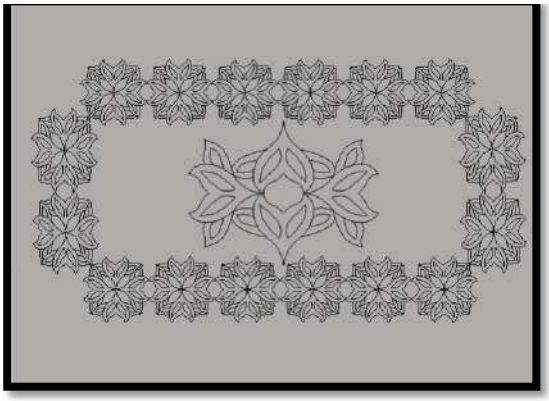
Çalışmanın örneklem grubunu, Kocaeli Üniversitesi Değirmendere Ali Özbay Meslek Yüksekokulu Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Programında eğitimi gören Ön Lisans düzeyindeki 6 öğrenci oluşturmaktadır. Desen-II dersi kapsamında gerçekleştirilen araştırma 4 haftalık süreç ve toplam 16 ders saati ile sınırlandırılmıştır. Desen dersi programda güz ve bahar yarıyıllarında 2 saat teorik, 2 saat uygulamadan oluşan haftada toplam 4 saatlik bir derstir. Bu dersin kapsamı öğrencilerin gözlem, anlama gücü, duyum, sezgi, izlenim ve etkileşim açısından başarılı bir bütünlük meydana getirerek süsleme deseni çizmek ve tasarım kurallarına uygun olarak geleneksel sanatlara ait desenleri kullanarak yeni kompozisyonlar oluşturmaktır.

Ders planı kapsamında öğrencilerin geleneksel süsleme desenlerinin kullanıldığı mimari eser, süs eşyası, obje v.b. kaynakları araştırmaları istenmiştir. Kaynak araştırması konusunda öğrenciler serbest bırakılarak, internet ortamında ya da bir eserin fotoğrafını çekerek atölyeye renkli görselleri materyal olarak getirmiştir. İlk hafta öğrenciler seçilen fotoğraflar üzerinden önce klasik desen çizme yöntemi kullanarak desen çizmiştir. Bu işlem sırasında öğrenciler parşömen kağıdı, kurşun kalem, silgi, cetvel v.b. çizim araç ve gereçlerini kullanmıştır. Bu işlemin ardından öğrencilerin bilgisayar ortamına Rhino programına desenleri aktarmaları ve aktarılan desenler üzerinden tekrar eden birimlerin sadece birer örneğini çizmeleri istenmiştir. İkinci hafta öğrenciler bilgisayar ortamında tasarım yöntem ve ilkelerini kullanarak tekrar ilkesine göre küçük sıralamalar gerçekleştirmiştir. Üçüncü ve dördüncü haftada ise elde ettikleri sıralamaları temel geometrik formlar içerisine yerleştirmeleri sağlanmıştır. Üç ve dördüncü hafta sonunda öğrencilerin kompozisyon tasarımları sınıf içerisinde tartışılmış ve değerlendirilmiştir. Öğrencilere çalışma boyunca yaptıkları doğru veya yanlışlar hakkında dönüt verilmiş, tasarımlarını açıklamaları ve tartışmalarına fırsat verilmiştir. Ders sürecinde yaşananlar ve önemli noktalar araştırmacı tarafından gözlemlenerek ders sonunda not edilmiştir.

3. BULGULAR

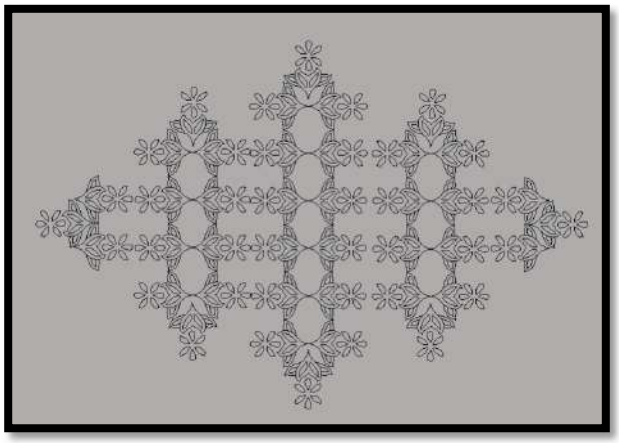
Çalışmanın bu bölümünde örneklem grubuna alınan öğrencilerin yapmış oldukları düzenlemelerden örneklere yer verilmiştir. Kompozisyon düzenlemelerinin değerlendirilmesi sonucunda; öğrencilerin kendilerinden istenen temel geometrik formları esas alan düzenlemeleri belirtilen sürede tamamladıkları görülmüştür. Kompozisyonlarda zıtlık, denge, ritim, hareket, yön, aralık gibi tasarım elemanlarını çalışmalarında uyumlu olarak kullandıkları tespit edilmiştir.

Çalışma kazanımları ve gözlemler incelendiğinde, öğrencilerin geleneksel çizim yöntemlerine göre bilgisayar ortamında daha fazla ve seri biçimde çizim yaptıkları tespit edilmiştir. Tekrar ilkesi ile yeni ve farklı desenler oluştururken tekrar eden birimin bir kez ve hatasız çizilmiş olması öğrencilere zaman kazandırmıştır. Öğrenciler bilgisayar ortamında deseni kopyalama, taşıma, döndürme, kesme, büyültme, küçültme v.b. gibi pek çok hareketi kullanarak zamanı etkin ve verimli şekilde kullanmıştır. Bu uygulamalar sırasında öğretmenin katılımcı bir yardımlaşma içerisinde olması, öğrencilerin birbirleri ile fikir alışverişi yapmaları destekleyici ve paylaşımcı bir eğitim ortamı yaratılmasına imkan sağlamıştır. Uygulamanın ilk haftasında uygulanan geleneksel yöntemle desen çiziminin daha fazla zaman almakla birlikte, öğrencilerin el becerileri geliştirdiğinin anlaşılmış olması ise çalışmanın zayıf yanı olarak değerlendirilmektedir.



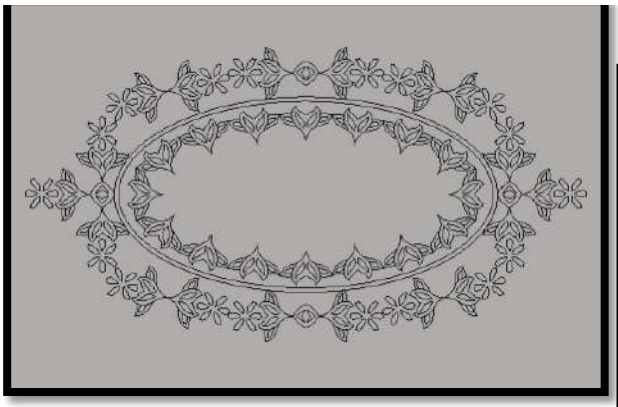
Fotoğraf 1’de yer alan düzenlemede dikdörtgen formlu bir kompozisyon düzenlemesi görülmektedir. Tekrar eden desen ögelerinin düzgün bir örüntüyle yerleştirilmiş olduğu anlaşılmıştır. Kompozisyonun merkezinde genel formla uyumlu benzer desen ögelerinden oluşturulmuş tek bir motif

Fo



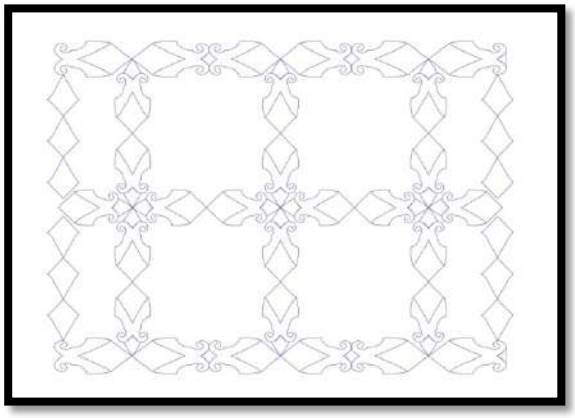
Fotoğraf 2’de yer alan düzenlemede eşkenar dörtgen formlu bir kompozisyon düzenlemesi görülmektedir. Tekrar eden desen ögelerinin ana forma göre düzgün bir örüntüyle yerleştirilmiş olduğu anlaşılmıştır.

Fotoğraf 2: Öğrenci çalışması-2.



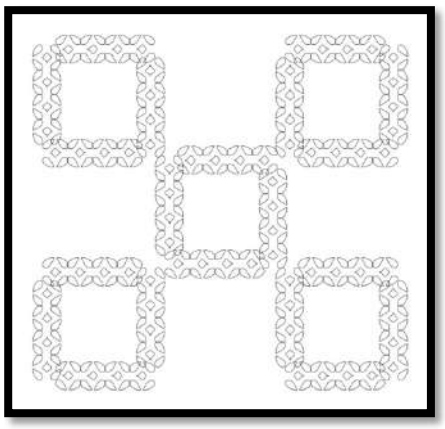
Fotoğraf 3: Öğrenci çalışması-3.

Fotoğraf 3’de yer alan düzenlemede elips formlu bir kompozisyon düzenlemesi görülmektedir. Tekrar eden desen ögelerinin düzgün bir örüntüyle yerleştirilmiş olduğu anlaşılmıştır. Kompozisyonun içte kalan bölümünde genel formla uyumlu benzer desen ögelerinden oluşturulmuş bir sıralama görülmektedir.



Fotoğraf 5'de yer alan düzenlemede dikdörtgen formlu bir kompozisyon düzenlemesi görülmektedir. Tekrar eden desen ögeleri düzgün bir örüntüyle yerleştirilmiştir. Kompozisyonu oluşturan ritim, hareket ve aralık gibi tasarım elemanlarının uyumlu şekilde kullanıldığı görülmektedir.

Fotoğraf 4: Öğrenci çalışması-4 (Desen aktarımı yapılmış kompozisyon düzenlemesi**)**



Fotoğraf 6'de yer alan düzenlemede kare formlu bir kompozisyon düzenlemesi görülmektedir. Tekrar eden desen ögelerinin düzgün bir örüntüyle yerleştirilmiş olduğu anlaşılmıştır. Kompozisyonu oluşturan ritim ve hareket gibi tasarım elemanlarının uyumlu şekilde kullanıldığı görülmektedir.

Fotoğraf 5: Öğrenci çalışması-5 (Desen aktarımı yapılmış kompozisyon düzenlemesi)

SONUÇ

Bu çalışma, desen dersinde öğrencilerin hafızalarında ürettikleri tasarımların görselleştirilmesinde, parça ve ayrıntıyı bütüne dönüştürmek adına daha hızlı hareket etmelerini sağlamak, nitelikli tasarımlar yapmak ve yaratıcılıklarını geliştirmek için geleneksel el çiziminin yanı sıra Rhinoceros programının kullanılmasının güçlü ve zayıf yanlarını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, Rhinoceros programının öğrencilerin zihinsel yaratım süreçlerini desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin kompozisyon oluşturma sürecinde ders kapsamında öğrendikleri bilgilerini ve tasarım ilkelerini uygun biçimde kullandıkları ve bunun için çaba gösterdikleri görülmüştür. Çağlayan (2018) çalışmasında bu durumu desteklemekte ve teknolojinin bireylere sadece yardımcı olmak üzere sınırlı bir yapay zekaya sahip olduğunu bu sebeple teknolojiyi kullanacak olan bireyin yönlendirme yapması ve tasarım sürecini yönetmesi gerektiğini belirtmektedir. Yazılımın sadece görsel üzerindeki parçaları kesmek, çoğaltmak ve taşımak konularında yardımcı olduğunu vurgulamaktadır. Kompozisyonun hangi koşullarda tasarım ilkeleriyle uyum gösterebileceği sorusuna doğru bir yanıt veremeyeceğini ve bu noktada öğrencinin deneme yoluyla süreç içerisinde en doğru sonuca ulaşması gerektiğini belirtmektedir.

Bu sebeple sanat alanında eğitim gören bireylerin nitelikli eleman yetiştirmek adına eğitim ortamına Rhinoceros veya AutoCAD tabanlı diğer programları, eğitimin belli bir sürecine dahil edilmesi ile anlama gücü, duyum, sezgi, izlenim ve etkileşim açısından daha başarılı bireyler yetiştirileceğini ve yaratılığa destek verileceğini söylemek mümkündür.

Bu araştırma kapsamında ortaya çıkan sonuçlara göre güçlü yanlar olarak;

Rhinoceros programının desen tasarımı dersinde öğrencilerin zihinsel yaratım süreçlerini desteklediğini,

Öğrenciye kalıpların ötesine geçebilme imkanı sağladığını,

Öğrencilerin edindikleri tasarım bilgilerini farklı denemelerle pekiştirme olanağı bulduklarını,

Öğrenciye sınırsız ölçekte çalışma kompozisyon oluşturma imkanı sağladığını,

Sınırsız ölçekte tasarım yapma imkanı bulan öğrencinin farklı bakış açısıyla yaratıcılığını desteklediğini,

Desen düzenlemesi ve çoğaltımı konularında zengin olanaklar sunduğunu,

Öğrencinin çizim ve ölçeklendirmede hatalarını minimuma indirdiğini,

Öğrencilerin bilgisayar ortamı sayesinde saniyeler içinde kes, kopyala, yapıştır vb. komutları gerçekleştirebilme imkanı ile farklı alternatifleri deneyebildikleri tespit edilmiştir.

Bu araştırma kapsamında ortaya çıkan sonuçlara göre zayıf yanlar olarak ise;

Öğrencilerin geleneksel yöntemle desen çizimi gerçekleştirmeleri daha fazla zaman almakla birlikte bilgisayarın el becerisinin gelişmesine engel olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

KAYNAKLAR

AYAYDIN, A. (2010), "Temel Tasarım Eğitiminde Bilgisayar Teknolojisinin Gerekliliği ve Geleceği", Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, 15, 52-62.

ÇAĞLAYAN, E. (2018), "Sanat Eğitiminde Kolaj Tekniği ve Öğrencilerin Kompozisyon Kurma Becerilerine Katkısı", Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 43, 1-13.

DOLUNAY, A. (2016). "Teknolojinin Görsel Sanatlar ve Sanat Eğitimine Katkısı", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 42 (9), 1208-1213.

ERTOK ATMACA, A. (2011). "Modern Sanat ve Bilgisayar Destekli Sanat Çalışmaları", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 37 (10), 293-302.

ÖZSOY, V. (2001), "Sanat (Resim) Eğitiminde Bir Nitel Araştırma Yöntemi: Eğitsel Eleştiri", Eğitim ve Bilim, 122(26), 41-51.

https://blog.bilisimegitim.com/rhinoceros-egitimi/, (12.02.2019)

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Şiirde Metafor Kullanımı: Şermin ve Metafor

Full Text / Tam Metin

Çiğdem Çam Türkan[1]

Özet

Giriş*: Metaforlar insanların soyut kavramların öğrenilmesinde oldukça etkili olan; nesneleri, olayları ve çoğunlukla da soyut kavramları sıra dışı benzetmeler aracılığıyla açıklamaya çalışan araçlar olarak görülür. Edebiyatın her döneminde, şiir sahip olduğu dilin tüm imkânlarından faydalanır. Aynı zamanda sözcüklerin anlam ve ses sınırlarını zorlayarak üst bir dil bile kurar. Geçmişten günümüze kadar varlığını sürdürmeyi başarmış şiirlerin okuyucularına/dinleyicilerine özgün imge ve metaforlar sundukları söylenebilir. "Şiir" ve "metafor" arasında çok sıkı bir bağlantı vardır ve metaforun şiirde varlığı elzemdir. Kullanılan bu metaforlar ile yazar okuyucu/dinleyiciye yeni bir kavramsal dünyanın kapılarını aralar. Bunu da dilsel metaforlar aracılığı ile gerçekleştirir.* ***Amaç****: Bu çalışmada Çocuk şiir kitabı Şermin'deki eserler incelenerek kullanılan metaforlar tespit etmek amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Çalışmada Betimsel analiz yöntemlerinden doküman analiz tekniği kullanılmıştır. Şiirler incelenmiş ve kullanılan metaforlar tespit edilmiştir.* ***Bulgular:*** *Çocuğa göre hazırlanmış nitelikli şiir kitaplarından biri olan Şermin'de çocuk gerçekliği göz önünde bulundurularak kullanılmış metaforlar bulunduğu görülmüştür. Bu bağlamda şiirler çocuklara serbest okuma etkinliklerinde, okul içi ve okul dışı faaliyetlerde okutulabilir ve çocukların anlam dünyalarını zenginleştirebilir.*

Anahtar Kelimeler— *Çocuk Edebiyatı, Metafor, Şermin.*

Metaphor Use in Poetry: Şermin and Metaphor

Abstract

Introduction: *Metaphors are very effective in learning abstract concepts of people; it is seen as tools that try to explain objects, events and mostly abstract concepts through unusual similes. In every period of literature, poetry benefits from all the possibilities of the language. It also sets the upper language by forcing the limits of meaning and sound of words. It can be said that the poems, which have survived from the past to the present, offer original images and metaphors to their readers/listeners. There is a very close connection between poetry and metaphor and the presence of metaphor in poetry is essential. With these metaphors, the author opens the door to a new conceptual world for the reader/listener. It does this through linguistic metaphors.* ***Aim:*** *The aim of this study was to determine the metaphors used in the children's poetry book Şermin.* ***Method:*** *In this study, document analysis technique was used. Poems were examined and metaphors were used.* ***Findings:*** *One of the poetry books prepared according to the child, Şermin found that metaphors were used considering the reality of children. In this context, poems can be use to children in free reading activities, in-school and out-of-school activities and to enrich children's worlds of meaning.*

Keywords— *Children literatüre, metaphor, Şermin.*

[1] Öğretim Görevlisi, Iğdır Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO, Çocuk Gelişimi Bölümü, Türkiye, cigdemturkan@gmail.com.

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Metafor, bireyin bir kavramı, başka bir kavramla açıklamasını da kapsayan güçlü bir zihinsel üretimdir. Metafor, terminolojide kendi için iğretileme, eğretileme, ad aktarması, deyim aktarması gibi pek çok edebi sanat karşılıkları bulmuştur. Eski Yunancada méta (üzerine) ve phrein (taşımak, aktarmak, nakletmek) sözcüklerinin birleşimiyle oluşan metafor (métaphore), bir kavrama ait bazı özelliklerin başka bir kavrama aktarımını ifade eden zihinsel/dil bilimsel süreçlerdir (Cebeci, 2013, s. 10). Bu nedenle bu yöntem, bir yandan insanoğlunun evreni anlamasına yardımcı olurken, diğer yandan yaşamını kolaylaştırmış ve gündelik sorunları çözen yeni fikirlere kapı aralamıştır. Buradan hareketle pek çok disiplin tarafından kullanılan ve anlamlandırılmaya çalışılan metaforun; anlatılamayanı ve soyut kavramları farklı yönleriyle ortaya koyma işlevi gördüğü; bu özelliği ile de işlevsel olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Geleneksel metafor incelemesi ekseriyetle edebiyatla sınırlı tutulmuştu ve çoğu edebiyatçı için metafor, poetik imaj için kullanılan bir gösteriş aracıdır. Öyle ki metafor, sadece dilin bir karakteristiği ve kelimelerin bir özelliği olarak yansıtılmıştır. Fakat yirminci yüzyıldaki çalışmalar ve özellikle de G. Lakoff ve M. Johnson tarafından 1980 yılında yayımladıkları eserle ortaya konan "Çağdaş Metafor Teorisi", günümüz metafor kavramını, hem disiplinler arası uygulamaların hem de biliş/zihin ve bildirişim çalışmalarının merkezine oturtmuştur. Son olarak eser, yazarlarının yeni bir son söz ilave ettikleri 2003 baskısından Gökhan Yavuz Demir tarafından 2015'te, Metaforlar – Hayat, Anlam ve Dil adıyla Türkçeye tercüme edilmiştir (Lakoff ve Johnson, 2015). Bilişsel anlam bilimi, metaforun yalnızca dilde olmadığını, düşünce ve eylemdeki kavramların da metaforik bir doğasının olduğu görüşünü savunmaktadır. Bu anlayışa göre, düşüncelere hükmeden kavramlar günlük işlevlere de hükmeder ve en sıradan ayrıntılara kadar inerler (Erdem, 2014, s. 93).

G. Lakoff ve M. Johnson, kavramsal metafor ile metaforik ifadeyi birbirinden ayırır. Kavramsal metaforların soyut fikirleri kapsadığını; dilsel metaforların ise bu soyut fikirlerin dildeki karşılıkları olduğunu savunurlar. Kavramsal Metafor Teorisi metaforu, bir kelimeyi başka bir kelime ile anlamak değil, bir kavram alanını başka bir kavram alanına göre anlamaktır (Lakoff ve Johnson, 2005, ss. 136-137). Böylece kavramsal metaforlar ve dil metaforları arasında ayrım göze çarpar. Kavramsal metaforlar insan tecrübelerinin zihinde biçimlenmiş hâli olarak tanımlanabilir. G. Lakoff'a göre kaynak kavram alanı ve hedef kavram alanı sistematik olarak birbirleriyle ilişkilidir. Bunu aktarım olarak tanımlarlar (Lakoff ve Johnson, 2005, s. 205). Metafor, bir nüfuz alanının gerektirdiği genelllikle daha soyut bir başka nüfuz alanının üzerine haritalamayla oluşur. Başka bir deyişle kaynak kavram alanına ait bilgiler hedef kavram alanına aktarılır (Erdem, 2003, s. 25).

Metaforlar basit bir benzetme ögesi olarak düşünülmemelidir. İnsanlar biliş açısından incelenmiş ve metaforun bu anlamda merkezi bir rolü olduğu ortaya çıkarılmıştır (Lakoff ve Johnson, 2005). Metafor bir ikna unsurudur ve metaforun gücünün farkında olmayan biri kolaylıkla kurbanı olabilir Metaforun iki türlü avantajı vardır: 1. Anahtar kavramların öğrencilerin farkındalıklarını artırması, 2. Öğretmene öğrencilerin deneyim ve gelişimlerini profesyonelce yansıtma imkânı sağlar. Metafora bu şekildeki yaklaşımın yaygınlaşarak kabul görmesinde ise şüphesiz G. Lakoff ve M. Johnson'un görüşleri etkili olmuştur. Bu yazarlara göre (Lakoff vd., 2015: 12);

1. Metafor, sadece kelimeler değil aynı zamanda kavramların da niteliğidir.

2. Metafor sadece sanatsal veya estetik kaygılar için oluşturulmaz, amaçlanan kavramları daha doğru anlatmayı da amaçlar.

3. Metafor sadece benzerliğe dayanmaz.

4. Metafor sıradan insanlar tarafından üstün bir zihin faaliyeti göstermeden günlük hayatta kullanılır.

5. Metafor dile ait dekor değil, insanî düşünce ve akıl yürütmenin önemli bir unsurudur.

Soyut kavramların somut kavramlar vasıtasıyla açıklanmasında metafor mühim bir rol üstlenmiştir (Uçan Eke, 2016, s.227). Metafor, literatürde bir söz figürü olmanın yanında aynı zamanda bir düşünce figürü biçiminde tanımlanır. Bireyin yüksek soyut bir kavramı anlama ve açıklamada kullanabileceği zihinsel araçlar olarak tasvir edilmiştir.

Soyut kavramların öğrenilmesinde oldukça etkili metaforlar, insanlara olay, nesne ve özellikle bu soyut kavramları alışılmışın dışında benzetmeler aracılığıyla anlatmaya çalışan araçlar olarak görülebilir. Metaforlar, bireylere hem kendi dünyalarını çözümleme hem de başka yaşantıları yorumlama imkanı sunar.

Metaforlar analiz edilmek istenen kavramların bireylerce nasıl algılandığının belirlenmesini kolaylaştırır. Kişi hem duygu ve düşüncelerini hem de karşısındaki kişilerin duygu ve düşüncelerini tanımlarken ekseriyetle metaforlara başvurur. Bu da bizlere kişilerin hayat görüşlerini belirlemede ve algılama biçimlerini anlamada yardımcı olur.

Zihnimiz her şeyi metaforlar ile kavramsallaştırıyor ve bizler de -bilinçli ya da bilinçsiz- düşüncemize bu metaforlar ile yön veriyorsak, hatta bazen dışarıdan müdahalelerle farkında olmadan metafor dünyamızı şekillendiriyorsak hayatımız, ilişkilerimiz, kariyerimiz, siyasi görüşümüz de bu metaforlarla inşa ediliyor demektir.

Edebiyatın her döneminde, şiir sahip olduğu dilin tüm imkânlarından faydalanır. Aynı zamanda sözcüklerin anlam ve ses sınırlarını zorlayarak üst bir dil bile kurar. Geçmişten günümüze kadar varlığını sürdürmeyi başarmış şiirlerin okuyucularına/dinleyicilerine özgün imge ve metaforlar sundukları söylenebilir. "Şiir" ve "metafor" arasında çok sıkı bir bağlantı vardır ve metaforun şiirde varlığı elzemdir.

Dilsel metaforların arkasında kavramsal metaforları barındırır. İnsanların temel tecrübeleri zihinde kavramsal metaforlar ile biçimlenir. Kaynak kavramdan hedef kavrama aktarım yapılmıştır. Yaratıcı yetenek sahibi şairler de kavramsallaştırdığı bazı yapıları, metaforları şiirinin etrafına bir set çekmekte kullanmaktadırlar. İşte metaforlar bu noktada, şairin okur zihninde çektiği çitlerin en azından bir bölümünü görebilmek ya da şairin bilinçaltında yer etmiş sınırları çizebilmek işinde yardımımıza koşar.

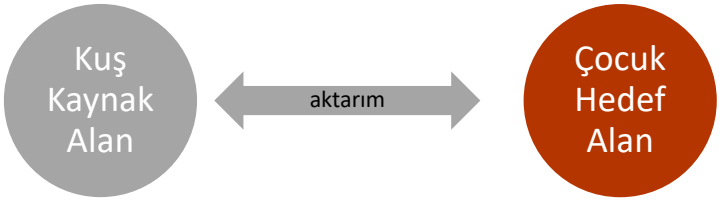
Şair bir eğitimci olarak Tevfik Fikret; ülkenin daha ilerlemesi ve yükselmesi için batıl inançlardan uzak, bilimsel düşünen, çalışkan, olaylara gerçekçi çözümler sunabilen; ülkesine faydalı, insancıl ve yurtsever niteliklere sahip bir nesil yetiştirmeyi amaçlamıştır (Mehmet Fuat, 1994: 78). Batılı düşünceye uygun bu insan tipinin sahip olduğu özellikleri de şiirlerle çocuklara benimsetilmeye çalışmıştır(Sever 1997: 429). "Şermin kitabındaki şiirlerin, günümüz 'yaparak-yaşatarak' öğretim yöntemine ve eğitim görüşüne dayanması sayesinde günümüzdeki sisteme uygun ve okutulabilirlik niteliğini sürdürmektedir" (Kavcar, 1999: 27).

2. YÖNTEM VE TEKNİK

Araştırmamız nitel bir araştırma olup Doküman analiz tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmada yazara ait Şermin kitabındaki şiir metinleri araştırma evrenini oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem tüm evrendir. Bu çalışmada Şermin adlı eser kullanılan metaforlar açısından incelenmiştir. Kitaptaki şiirler analiz edilmiş, eserlerdeki metaforlar tespit edilmeye çalışılmıştır.

3. BULGULAR

İthaf şiirinde kuş gibi uçan, havalanan çocuklara bilginin sınırsızlığıyla sahip olabileceğinin sınırları çizilmeye çalışılmış. Bilginin sonsuzluğu,



O marifet yuvasıdır,

Ve fazilet yuvasıdır.

Orda fikrin uyanacak;

Orda kanat açacaksın,

Yükseklere uçacaksın!(İthaf, s.4) dizeleriyle aktarılmıştır.

Keman şiirinde kemanın sesini dua namesiyle aktarmış. Duanın rahatlatma etkisini çağrıştırmış.



Geliyor ağabeyimin

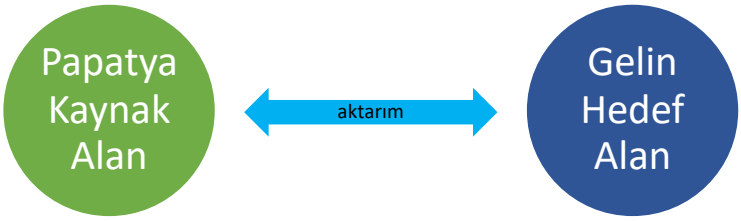
Odasından derin, ağır,

Boğuk bir dua nağmesi…

Do re mi fa-fa sol la si.

Ah! O derin keman sesi.(Keman, s.17)

Papatya şiirinde zümrüt- çimen; papatya-gelin çağrışımıyla insan bitkidir metaforuna gönderme yapmış.



Boy pos, boyun ip incecik;

Hem güzel hem de nazlıdır

Gelin yüzlü papatyalar,

Altın gözlü papatyalar.(Papatya, s.30)

Bahar Kalfa şiirinde genç kıza bahar mevsimi olarak tanımlanmış, hayat bir yolculuktur metaforuna gönderme yapılmış. Ve bahar mevsimi de yaşamın dönemlerine, doğadaki uyanış ve süslenmeyle genç kız sözcüğüne bu anlam yüklenmiştir.

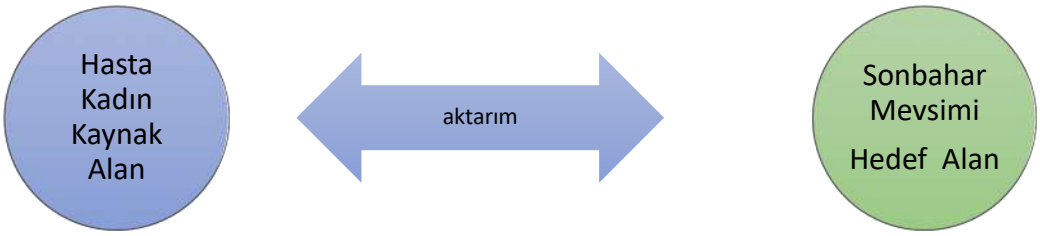


Bahar kalfa gül yanaklı,

Kırmızı gonca dudaklı

Bir dilber çerkez kızıdır;(Bahar Kalfa, s.39)

Hazan Teyze şiirinde sonbahar mevsimi hasta bir kadın metaforuyla işlenmiş. Hayat bir mücadeledir metaforuyla sonbaharın değişen olumsuz koşulları hasta bir kadında hayat bulmuştur.



O gül yüz nasıl sararmış;

Elde mi, ah, acımamak?

Üç aycağız ömrü varmış…

Hicran oldu halin bize;

Ölme, sakın, Hazan teyze!(Hazan Teyze, s.43)

Sadece Hazan Teyze şiirinde değil aynı zamanda Kış Baba, Yaz Nine, Bahar Kalfa, şiirlerinde de "Hayat dört mevsimdir.", "Ve yaşam yolculuktur." Kavramsal metaforlara gönderme yapılmıştır. Yaz mevsimi ile ninelerin kızgın öfkeli sıcak ve terli düşünceleri ile tasvir edilmiştir.

Hasbihal şiirinde insan maddedir metaforuyla bağlantılı olarak makinenin mekanik ve çalışma özellikleri insana aktarılmıştır.



Öğrenmezsek yolu izi,

Yolda kurtlar kapar bizi!

Okumalı, oynamalı,

Hiç işsiz oturmamalı.

İşledikçe bu makine

Çarklarına, dişlerine

Kuvvet gelir…(Hasbihal, s.50)

Çalışan ve bundan yorulmayan, geleceği alın teri ve emek ile inşa edecek bir neslin gerekliliğine inanan Fikret Hasbihal, İş Salonunda, Marangoz ve Kırık At şiirlerinde de bu vurguyu yapmıştır.

SONUÇ

Metaforlar, sadece söz figürü olarak görülmez; onlar aynı zamanda bilgi ve hakikati kavrama yolunda bize alternatifler sunan, kendine has hakikat ve bilgi üretme gücüne sahip olan yapılar olarak da kabul edilirler. Bu çalışmada, çocuk edebiyatının ilk şiir kitaplarından biri olan Şermin kitabındaki eserlerde metaforla anlatım incelenmiş ve şiirlerde yer alan metaforlar tespit edilerek çözümlenmiştir. Çocuk eğitiminde çocuk edebiyatı ürünlerinin yeri tartışılmaz derecede önemlidir. Çocuğa göre yazılmış, ona hitap eden şiirleri kolay ezberleyen ve tekrarla unutmayan çocuklar şiirdeki imge ve metaforları da belleklerinden çıkarmayacaklardır. Sanatsal zevk ve düşünce dünyasına zenginlik katan şiirler ve şiirin söylemine etkileyicilik ve derinlik katan metaforik ifadeler çocukların yaşına ve gelişimine göre sunulursa çocukların düşünce dünyasına ve dil-kavram gelişimine katkı sunacaktır. Fikret'e ait bu eserleri de sade bir dille çocukların anlayabileceği ifadeler ile yazılmıştır. Kullanılan metaforik kavramlar da çocuğa göre ve akla yatkın niteliktedir. Bu bağlamda şiirler çocuklara serbest okuma etkinliklerinde, okul içi ve okul dışı faaliyetlerde okutulabilir ve çocukların anlam dünyalarını zenginleştirebilir.

KAYNAKLAR

CEBECİ, O. (2013). Metafor ve Şiir Dilinin Yapısal Özellikleri. İstanbul: İthaki Yay.

ERDEM, M. (2003). Türkmen Türkçesinde Metaforlar. Ankara: Köksav Yay.

ERDEM, M. (2014). İsmail Bey Gaspıralı'nın Fikrî Eserlerindeki Metaforlar Üzerine. Modern Türklük Araştırmaları Dergisi (İsmail Bey Gaspıralı Özel Sayısı), 11(4), 91-106.

FİKRET, T. (2005), Şermin. İstanbul: Çağrı Yayınları.

KAVCAR, C. (1999), Edebiyat ve Eğitim. Ankara: Engin Yayınevi.

LAKOFF, G. ve JOHNSON, M. (2005). Metaforlar (Hayat, Anlam ve Dil). İstanbul: Paradigma Yay.

LAKOFF, G. ve JOHNSON, M. (2015). Metaforlar (Hayat, Anlam ve Dil) (G.Y. Tekin, Çev). İstanbul: İthaki Yay.

MEHMET, F. (1995) ,Tevfik Fikret. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

SEVER, S. (1997) ,"Tevfik Fikret ve Çocuk Şiirleri". Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 1, 31-47.

UÇAN EKE, N.(2016). "Mihrî Hatun'un Gazellerinde "Güzellik" Kavramı ile İlgili Metaforlar", Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Güz (25), 217-228.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Pazarlama Karması Stratejileri Geliştirmede Faydalanılan Güncel Bir Teknik: Nöropazarlama

Full Text / Tam Metin

Reza SADIGHZADEH[1], Elif DENİZ [2]

Özet

Giriş*: Nöropazarlama pazarlama literatüründe gelişen bir alan olarak tüketicinin zihni ve davranışı hakkında daha iyi bir anlayış sunmasıyla popülerlik kazanmaktadır. Nöropazarlamanın amacı tüketicilerin karar verme süreçlerine dahil olan beyin süreçlerini ve nöronik köprüleri anlamak için beyin görüntülemesini kullanmaktır. Tüketicinin 'kara kutusunu' daha iyi anlamak için Nöropazarlama teknikleri pazarlama uyarıcılarına karşı tüketicilerin beyin aktivitelerini ölçmeye ve altta yatan sebepleri ortaya çıkarmaya yardımcı olmaktadır.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı tüketici satın alma davranışı, fiyatlandırma, reklam, ürün geliştirme, markalama, ürünlerin dağıtımı, ürün tasarımı ve karar verme gibi pek çok alanda yöneticilerin hedef kitleleri için etkin pazarlama stratejileri geliştirmede faydalandığı güncel nöropazarlama tekniklerinin pazarlama karması stratejilerine uygulanmasını incelemektir.* ***Yöntem:*** *Nöropazarlamanın tanımı, tarihçesi, teorik altyapısı ve teknik ayrıntıları tartışıldıktan sonra nöropazarlama tekniklerinin pazarlama karması stratejilerine uygulanması ilgili literatürün incelenmesiyle değerlendirilmiştir.* ***Bulgular:*** *Sonuç olarak nöropazarlama teknikleri tüketicilerin zihinlerini deşifre ederek tüketici değerini arttırmak üzere daha iyi pazarlama karması stratejileri geliştirmek için kayda değer çözümler sunmaktadır.*

Anahtar Kelimeler— Nöropazarlama, Pazarlama Karması, Tüketicinin Zihni

A Latest Technique Used to Develop Marketing Mix Strategies: Neuromarketing

Abstract

Introduction: *Neuromarketing is an emerging field in marketing literature that gains a popularity by introducing better insights about consumer's brain and behavior. Neuromarketing aims to use the brain imaging to understand neuronal bridges and brain processes which are involved in decision-making processes of customers. To have a better understanding about customer's 'black box' neuromarketing tehniques help to measure the customers' brain activities against marketing stimuli and to uncover the underlying processes.* ***Aim:*** *The aim of this study is to review the implication of latest neuromarketing techniques on marketing mix strategies in which managers take the advantage of developing effective marketing strategies for their target groups in many areas such as consumer buying behavior, pricing, advertising, product development, branding, distribution of products, product design and decision making.* ***Method:*** *The definiton, history, theoretical background and technicalities of neuromarketing*

[1] Doktora Öğrencisi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Programı, Türkiye, riza@taimaksan.com
[2] Dr. Öğr. Ü., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İİBF, İşletme, Üretim Yönetimi & Pazarlama A.B.D., Türkiye, elif.deniz@ikc.edu.tr

is discussed and then the implication of neuromarketing techniques on marketing mix strategies is considered with the help of a review of the relevant literature. ***Findings:*** *As a result it can be proposed that by uncovering the consumers' minds, neuromarketing techniques offer significant solutions to create better marketing mix strategies for improving customer value.*

Keywords— Neuromarketing, Marketing Mix, Customer Brain ,

JEL Classification Codes: *M30, M31*

1. INTRODUCTION

Market oriented companies need to identify their customers, how their customers think, how they behave against stimuli and what they respond to. Understanding customers' thoughts, feelings and emotions are important and critical for them. Marketers try to gain consumers' attention, to answer to their needs and emotionally try to invest on their consumers (Peter and Olson, 2008). Researches about consumer decision making subject highlight two separate models which one is unconscious and emotional, the other one is conscious and cognitive. Influences of the unconscious model on the consumers is much more than cognitive one (Shiv and Fedorikhini, 1999).

With the assistance of new findings in neuroscience and application of technology which measure brain activity and their combination with marketing theories that already exist now help researchers to measure consumer's direct response to marketing stimuli effectively (Zurawicki, 2010). Neuromarketing is an emerging field with a role of bridging consumer behavior studies and neuroscience. When neuromarketing emerged in 2002 a rapid adoption occured between advertising professionals and marketers. Every passing year, investments on advertising rise but unfortunately conventional methods for testing of these advertisement generally failed because these methods depend on consumers' expressings about their feeling when they see those advertisements. On the other hand, neuromarketing is a method which probes mind directly without demanding conscious participation (Morin, 2011). This is the main focus that adresses the rising importance of neuromarketing in the marketing literature.

2. THE DEFINITION OF NEUROMARKETING AND ITS RISING IMPORTANCE

From the perspective of traditional economics human is a rational subject who has "stable, well-defined preferences" and this human could make rational choices with stable and well designed preferences. If the classic model of economics is considered, unconscious mind and the emotions doesn't have any role in the decision making process but the truth is different in which emotions affect consumer decision making immensely (Kenning and Plassmann, 2005). At this point, the goal of neuroscience is to find out the actions of the brain's different parts and to solve different types of problems with these findings. As an interdisciplinary approach, combining neuroscientific technics and tools used in economical studies drives introduction of neuroeconomics.

Neuromarketing rises as a sub category of neuroeconomics. Neuroeconomics applies neuroscientific discoveries into economic research in order to study and analyze economic problems (Hubert and Kenning, 2008). Neuroeconomics is an interdisciplinary field which crosses boundaries between economics, neuroscience and psychology. Neuroeconomic's basic aim is to provide some tests

to discover the world of decision making (Rustichini, 2009). The ability to discover consumers unconscious response to marketing stimuli without any need of using application to conscious experience will lead to predictions and insights about consumer behavior which may have implications to businesses strategy overall. Measuring of unconscious reactions to marketing stimuli almost is impossible if it is asked someone to remember his/her conscious response. Neuromarketing provides excellent insights regarding consumer behavior. Nowadays instead of using traditional marketing research method like interviews or focus groups which is effected by conscious experience of subject, neuromarketing methods are much more preferred (Burgos-Campero and Vargas-Hernandez, 2013).

One of the most important advantage of neuromarketing methods when compared to traditional market research techniques is that they do not rely on the participants to self report. Unlikely every participant would not be able to perfectly describe his/her subconscious motives or internal neural processes (Fugate, 2007). Another benefit is that when conducting a neuromarketing study, the participants can not influence the results mor, because the changes in the brain activity are created by subconsciously respondings to environmental cues which can not be overly controlled by the participants (Custdio, 2010). The rapidly growing neurmarketing researches provides pretty accurated and in detail knowledge about human brain. With these techniques, consumers' thoughts, emotions and unconsious minds can be unraveled easily. In focus group researches or surveys people can hide what they feel or lie about their idea about but neuomarketing technics don't lie anyway and helps to understand consumer behavior accurately (Goldber and Emerick, 2000).

Neuromarketing confirms the fact that almost 70% of consumer decision making is affected by the unconscious processes. For companies, using neuromarketing methods is useful and profitable since they could collect data and help to think about product design, pricing and advertisement before product launches. After collecting these data, marketers can develop or change their marketing strategies in the right way. Neuromarketing research helps marketers to reduce the number of failing projects (Marichamy and Sathiyavati, 2014). Also neuromarketing techniques enable marketers to obtain more technical or mechanical measurement that avoid biases by measuring unconscious brain activities. According to Morin (2011), unconscious mind processes around 11 million bits per second compared to approximately 40 bits of conscious information processing per second. Hence, measurement of phsychological signals through fMRI, EEG, GSR and Eye Tracking offer the possibility to obtain more accurate, true and bias-free data about current and future consumer needs and wants.

3. TECHNOLOGIES USED IN NEUROMARKETING

In all Neuromarketing studies participants are exposed to some of stimuli in forms of different ads/commercials, lables, product designs, etc. and their responses are observed by one or more of the following techniques.

3.1. Electroencephalography (EEG)

EEG device measures the electrical activity. EEG could record brainwave pattern. The brain cells use electrical impulse to communicate. In the presence of stimulus which it can be a part of ads, neurons fire and produce electrical current. In the EEG data, there are rows of wavy lines. Each wavy line represents a certain frequency of brain waves. The recorded brainwaves can be simulated into different states such as; relaxation (alpha waves), wakefulness (beta waves), calmness (theta waves), light and deep sleep (delta waves). By this way, the electrical potential which is measured by EEG and

is compared to a baseline level can create lots of information about a person's mental state. In this method electrodes are installed on a person's head scalp and they are connected to a computer reading brain electrical activities. Electrodes are attached to three different and specific parts of the scalp because the brainwaves from different parts of the brain have different meanings (Zurawicki, 2010).

The most important advantage of EEG is that EEG device gives instantaneous and real time reading pertinently with emotion, attention and memory from different areas of the brain. Furthermore using the EEG is more simpler than fMRI. Also EEG could be portable that makes recording brain activity in many circumstances possible. Thus, doing a market research in a supermarket by using EEG becomes possible (Zurawicki, 2010). On the other hand, the major weakness of EEG is its limitation to understand the location of the brain in which neurons are firing, especially in a deeper structure. Since electrodes sit on the surface of scalp, picking up the electrical signals that reside much beyond the cortex is impossible. As a result, EEG is not sensitive for understanding the deeper brain (Morin, 2011).

3.2. Magnetoencephalography (MEG)

In MEG device instead of electrodes placing on the scalp, a helmet with detector of magnet is placed on the subject's head. Brain activity is defined by the function of electro-chemical signals between neurons. This electro-chemical signals that occur between neurons and neuronal activity create a magnetic field which is possible to be amplified and be recorded by MEG. MEG provides information about the beginning of any cortical activity. It could provide information about the specified frequency by which cluster of neurons fire. Therefore MEG allows to study about neural cluster linked to a specified event such as tasting a soda or watching an advertisement (Morin, 2011). Also, MEG has a better resolution than EEG. However, MEG has a limitation to pick up the activity of the surface of the brain so it is not a suitable method for imaging subcortical areas. MEG is not so ideal to conduct marketing research that investigate emotional (subcortical) issues. Most researchers combine MEG and fMRI working in order to optimize both spatial resolution and temporal issues (Morin, 2011).

3.3. Eye Tracking

Eye tracking method is not a new method for the world because it has been already executing during the 1980's as a relatively simple method (Roth, 2013). Eye tracking meusures the point where the person is looking (fixation point or gaze) and the time that person looked at that certain point. In addition to the fixation and focus time, eye tracking provides data about the sequence of eye shift from one location to another (saccade). The most common eye tracking application is measuring the observation of controlled stimuli at a fixed point in photos, videos, and user's interaction with computer screen. There are also advanced devices that are able to track the position of head automatically in three-dimensional space in relation to the camera. Measurement with this advance eye tracking systems makes the measurement more stable with a very less interaction between the researchers and the subjects (Zurawicki, 2010).

An eye tracking device has a camera facing to the particapant's eye which traces the movement of the participant's pupil. Eye tracking device illuminates the eye with infrared light. Infrared has a lower frequency on the electromagnetic spectrum so it is not visible and can not be determined by the human eye. Therefore this light can be distinguished between the pupil and the iris. The screen-based eye tracking device has a camera to locate below the screen that participant looking at. In a mobile eye tracking system, the small camera locates close to the participant's eye using glasses without obstructing

the participant's view (Cosic, 2016). Nowadays, eye tracking and EEG are the most popular techniques in commercial neuromarketing but in academic research fMRI is commonly used. Eye tracking has been extended to consumer researches because increased number of fixations on an object enable higher recall of the object for the consumer (Loftus, 1972). Researchers focus on six key measure for advertising related studies: first fixation (where person look), time to first fixation (focus duration on the subject), most fixation, individual gaze time, total gaze time and movement between elements (Davis, 2012).

3.4. Functional Magnetic Resonance Imaging (fMRI)

In the recent neuromarketing research it can be seen that fMRI is used more. When neuronal activity of a region in the brain increases, then demand for oxygen in that region is increased so if the blood oxygenation level dependent (BOLD) could be detected, fMRI could measure more active region of brain. Since fMRI is expensive, it is used in academics more, commonly available in psychology or neuroscience department of any school, than the commercial neuromarketing research. In a standard fMRI test procedure firstly the person is placed in the MRI scanner, in this MRI scanner then the subject is surrounded by powerful magnetic fields to take a series of baseline images of the brain regions which is needed to find those region's activities. Later, it should be done again while the person is evoked by any cognitive task such as watching different advertisements. With comparing these two sets of images which brain areas are most visible could be identified so it could be recognized which areas of the brain are activated by the stimuli. The 'f' in fMRI stands for "functional" and this type of MRI differs from the traditional MRI because it takes time-segmented images to display changes instead of simply taking an image of what the brain or other body area looks like in a single moment (Koller, 2010).

The most important advantage of fMRI is its ability to have images of deeped brain structure especially the regions which are important in emotional responses. More than 75% of purchase behavior can be explained by analysing of fMRI data (Hubert and Kenning, 2008). However, the disadvantage of fMRI for neuromarketing studies rises from the fact that the blood flow peaks after 6 seconds. Therefore, the reaction of brain could be late if it will be showed some ads during the examination. Definitely fMRI is not the only method used in neuromarketing and cognitive neuroscience but for now, it is the most reliable one. Also, equipments of fMRI are highly expensive and are not available for all researchers (Koller, 2010).

3.5. Facial Expression Recognition

Using facial expression recognition or facial coding became a trend in neuromarketing research recently. In this method, a simple camera is used to capture and to interpret facial expressions to understand emotional response to any stimuli better. According to the famous American psychologist Paul Ekman (1934), it is possible to identify seven basic emotions through facial expressions. These emotions are; surprise, sadness, anger, scariness, happiness, disgust and contempt. The consumers' emotions represented in their facial expressions are not conscious mostly. By understanding the consumers' unconscious and emotions it could be predicted purchase decisions towards a brand or a product (Verkerk, 2012). Disadvanateges of this method also arise. It needs more light and it is difficult to do it with poor light. Even skin tone, long hair or any object that cover the face of the subject could make low resolution. Pontin (2007) says; "Face recognition has been getting pretty good at full frontal and 20 degrees off, but as soon as you go toward profiles, there have been problems".

3.6. Galvanic Skin Response (GSR)

Electrodermal activity can be understood with the changes on the skin conductance. Since GSR measures are arousal, this can be linked to emotion, cognition and attention. In early 1888's, it is documented that there is a link between physical stimuli and electrical activity of the skin (Poh et al. 2010). The most important advantage of GSR is its simplicity to use and also being inexpensive but at the same time, it is affected by some external factors such as temperature and humidity in GSR measurement that becomes a disadvantage. Since GSR is used as a method to understand consumer response through the arousal of the consumer, it is not able to give details about emotions so it is needed to use GSR by combining with other technics of neuromarketing.

4. USING NEUROMARKETING TECHNIQUES TO DEVELOP MARKETING MIX STRATEGIES

The aim of creating a making mix strategy is to answer the target audience's needs and wants about a good or a service (Product), at a price that they want to pay with their willingness (Price), by introducing the product at the market and making consumers to know about it (Promotion), and to represent the product where the consumers show up frequently (Place). From this point of view, neuromarketing can help marketers to create a better marketing mix that helps to understand and influence consumers in an effective and a positive way (Plassman et al. 2012). The 4P's of the marketing mix should be examined through neuromarketing techniques as discussed below.

4.1. Product

Whenever a company decide to develop or desing a new product, they need to conduct marketing research to understand what consumers need and to predict the level of consumer satisfication with the products. In traditional marketing research, focus groups and surveys are commonly used which are considered as not totally effective enough to gain exact data. At this point, neuromarketing techniques could help marketers to understand what kind of designs that consumers prefer and what is the main reasons for the consumers which they prefer specific product over others. According to Calvert and Brammer (2012), it is stated that due to the ability of fMRI technique in neuromarketing to analyse data effectively and filter it as well, this method could be applied in the process of product presentation and development of new products.

Product design is also important for marketers because package design of the product and the exhibition in a store are the first images which consumers comprehend. It means that, design and packaging becomes the first step on the way to be successful. Since neuromarketing tools such as fMRI and EEG have abilities for detection of the brain region which is activated against a stimuli in a certain time, the results can give some insgihts about product development and design at the very first hand. Several different types of product designs or packagings could be represented to the consumer and their brain activity or their attention could be measured by using consumer eye gaze and eye fixation or the expression of consumer face. It helps researchers to understand which design or package creates the desired effects on the consumer brain. It also highlights the unconscious part of consumer so its faithfulness is higher than the one in which consumers describe their own preferences. Verbal expressions of consumers mostly do not match with their actual desire and preferences. In a study of Reimann et al. (2010), they found that attractive representation of a product and product design activate the nucleus accumbens and ventromedial pre frontal cortex in which these regions are responsible for

emotion in the decision making process. Therefore using neuromarketing tools in order to choose over product designs or packages is highly advised.

There are recent and significant examples about neuromarketing tools used to develop better product design and packages in the industry. One of neuromarketing research about product design was done by Daimler Chrysler. They showed their cars' photos to people when they are inside fMRI and their brain activity are scanned. It is discovered that Daimler Chrysler's sport cars stimulated the "reward" center of the brain which alchohol, sex and drugs also activate the same region (Kolar, 2014). One more eye tracking neuromarketing research has been done about Jam Jar packaging design. Researchers concluded that certain package elements could be used to drive the attention of the consumer. They found that the shape of the bottle and the picture on the lable influenced consumer's willing to try the product (Fiszman et al. 2013).

4.2. Price

Price is highly important in consumer decision making process because consumers evaluate costs towards benefits with the help of price (Lee et al. 2006). In order to set a price for a product, it is necessary to understand the consumer's "willingness to pay". Willingness to pay means the maximum price that a consumer would like to pay for a product or service. This maximum price is the value which consumer accept to pay for the benefits of that product or service. Expression of this willingness to pay is difficult for consumers. Neuromarketing techniques also helps marketers to explore the adjusted price level of product (Kolar, 2014).

According to the neuromarketing research, it is found that if it is set different levels of price for a product, different parts in the consumer brain are activated. Knuston et al. (2007) claims that; "Activity changes in the neural respresentation of the negative price effect. In the future this information can be important, for example, in the identification of price limits" (Kolar, 2014). A famous neuromarketing study which is about different kinds of wine and their prices shows that consumers choose the more expensive wines because of the feeling of reward (Garcia and Saad, 2008).

4.3. Promotion

The promotion is about how potential customers learn about the product and what is the reason behind for them to buy it (Ruskin-Brown, 2006). Neuromarketing techniques can help marketers to create better promotion strategies by finding out what consumers want to see and hear and what is the most memorable and recognized elements in the advertisments. It also helps to enhance the interest of the consumers against the ads and makes them profitable. This ends with a composition of cost-effective advertisements and happier consumers. Actually, neuromarketing research is commonly used in advertising because of these reasons (Glaenzer, 2016).

A study by Kenning and Linzmajor (2011) emphasizes the attractiveness of an advertisement and its correlation with the activation of different regions of the brain. They claim that more attractive advertisements activate the ventromedial prefrontal cortex and ventral striatum, which are responsible for emotions in the consumer decision making process and the cognition of reward. This indicates that, by using neuromarketing techniques it could be figured out the attractiveness of advertisement and its effectiveness. Since effective advertisements activate prefrontal cortex, advertisement designers need to

study on the designs that activate this region of brain. Hence, finding the best advertisement can support the buying decision in positive way (Roth, 2013).

4.4. Place

'Place' element in the marketing mix mainly adresses the distribution channels of a product. It is also about selling a product in somewhere and where people are going to buy it from. This can be related to both what the store is and where the store is in which the product is placed. For an example, if it is wanted to sell a brand of tires, the consumer needs to go a place where the car dealers are in. Also in the store in which the tires are sold is important (Glaenzer, 2016). Neuromarketing tools such as EEG, eye tracking, fMRI help marketers for their place and distribution research. For instance, as an experiment, when a consumer goes to a supermarket, a researcher can install a mobile EEG cap on his/her head and collect the brain data combined with a mobile eye tracking glasses worn by him/her. Then, the collected data could be analyzed and some insights are given about the decision process. Even these methods can be applied to online shopping (Plassman et al. 2012). Neuromarketing also helps us to find out consumers' preferences about their specific retail brands. This preferences can be studied by analyzing the activated and different specified regions of brain. In the research of Hubert and Kenning (2008) they found that, for the loyal customers, emotions during decision process are more important and it can be identified by prefrontal cortex's activation.

CONCLUSION

By using neuromarketing techniques, marketers can analyze the consumer buying behavior and decision process and they can create better marketing mix strategies including the elements of product, price, place and promotion. Neuromarketing techniques allow researchers to determine internal unknowns of human brain. In different tasks, the brain could show preferential activity, but the role of the neuromarketing research is finding out the meanings and to make connections. Marketing research regarding to pricing, branding and product design using neuromarketing techniques will offer companies several opportunities to gain and sustain a competitive advantage and to improve customer value and profitability. Neuromarketing is the future of marketing and its limitations could be solved easier with the improvement of the technology. Neuromarketing researches can support government by sustaining economy, advertisement campaigns by creating effective messages and companies by improving their marketing strategies. Most of the neuromarketing research are about advertisement and product design. However, it is a developing field in the literature of marketing and neuroscinence and much more neuromarketing research about pricing, branding and distribution channels are expected in the forthcoming years.

REFERENCES

Burgos-Campero, A. & Vargas-Hernandez, J. (2013). Analitical Approach to Neuromarketing As A Business Strategy, *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 99, pp. 517-525.

Calvert, G. A., Brammer, M. J. (2012). Predicting consumer Behavior: Using Novel Mind-Reading Approaches. *IEEE Pulse*, Vol. 3, No.3, pp. 38-41.

Cosic, D. (2016). Neuromarketing in Market Research. Interdisciplinary Description of Complex Systems, Vol.14, No. 2, pp. 139-147.

Custdio, P. F. (2010). Use of EEG As A Neuroscientific Approach to Advertising Research. PhD Tthesis, Instituto Superior Tecnico, Universidade Tecnica De Lisboa.

Davis, J. J. (2012). *Advertising Research: Theory and Practice.* New Jersey: Pearson Education, Inc.

Fugate, D. L. (2007). Neuromarketing: A Layman's Look At Neuroscience and Its Potential Application to Marketing Practice. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 24, No. 7, pp. 385-394.

Fiszman, B. P., Velasco, C., Salgado-Montejo, A., Spence, C. (2013). Using combined eye tracking and word association in order to assess novel packaging solutions: A case study involving jam jars. *Food Quality and Preference*, Vol. 28, pp. 328-338.

Garcia, J. R. & Saad, G. (2008). Evolutionary Neuromarketing: Darwinizing The Neuroimaging Paradigm For Consumer Behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 7, pp. 397-414.

Glaenzer, E. (2016). Are the Brain and the Mind One? Neuromarketing and How Consumers Make Decisions Are the Brain and the Mind One?, Honors Thesis, Colby College Science, Technology and Society Program.

Goldber, B. & Emerick, T. (2000). *Business To Business Direct Marketing*. Direct Marketing Publisher, London, UK.

Hubert, M. & P. Kenning. (2008). A Current Overview of Consumer Neuroscience. *Journal of Consumer Behaviour,* Vol. 7, No. 4-5, pp. 272–292.

Kenning, P. & Linzmajer, M. (2011). Consumer Neuroscience: An Overview of An Emerging Discipline With Implications For Consumer Policy. *Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit*, Vol. 6, No. 1, pp. 111-125.

Kenning, P. & Plassmann, H. (2005). Neuroeconomics: An Overview From Economic Perspective. *Brain Research Bulletin,* Vol. 67, pp. 344-353.

Kolar, E. (2014). *Neuromarketing and Marketing Management: Contributions of Neuroscience for the traditional Marketing Mix*, pp.1-15, *3rd IBA Bachelor Thesis Conference*, July 3th, 2014, Enschede, The Netherlands.

Koller, M. (2010). Consumers Attitude Towards Applying fMRI in Marketing Research, in NA - Advances in Consumer Research Volume 37, eds. Margaret C. Campbell, Jeff Inman, and Rik Pieters, Duluth, *MN : Association for Consumer Research*, Vol. 37, pp. 428-434.

Lee, N., Broderick, A., Chamberlain, L. (2006). What is "Neuromarketing"? A Discussion and Agenda For Future Research. *International Journal of Psychophysiology*, Vol. 63, No. 2, pp.199-204.

Loftus, G. R. (1972). Eye Fixations and Recognition Memory for Pictures. *Cognitive Psychology*, Vol.3, No.4, pp. 525–551.

Marichamy, K. & Jecintha Sathiyavathi, K. (2014). Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior, *Tactful Management Journal*, Vol. 2, No. 6, pp. 1-5.

Morin, C. (2011). Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior. *Society*, Vol. 48, No. 2, pp. 131-135.

Peter, J. & Olson, J. (2008). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. International Edition, McGraw-Hill, Irwin, USA.

Plassmann, H., Ramsøy, T. Z., Milosavljevic, M. (2012). Branding The Brain: A Critical Review and Outlook. Journal of Consumer Psychology, Vol. 22, No.1, pp. 18-36.

Poh, M-Z., Loddenkemper, T., Swenson, N.C., Goyal, S., Madsen, J.R., Picard, R. W. (2010). Continuous Monitoring of Electrodermal Activity During Epileptic Seizures Using a Wearable Sensor. *32nd Annual International Conference of the IEEE EMBS*, 31 Aug.- 4 Sept. 2010, pp. 4415–8. Buenos Aires, Argentina.

Pontin, M. W. (2007). 'Better Face-Recognition Software', https://www.technologyreview.com/s/407976/better-face-recognition- software/, (Access Date: 07.03.19).

Reimann, M., Zaichkowsky, J., Neuhaus, C., Bender, T. and Weber, B. (2010). Aesthetic Package Design: A Behavioral, Neural and Psychological Investigation. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 20, No. 4, pp. 431-441.

Roth, V. A. (2013). The Potential of Neuromarketing as a Marketing Tool. *1st IBA Bachelor Thesis Conference*, pp. 1-16, June 27th, 2013, Enschede, The Netherlands.

Rustichini, A. (2009). Neuroeconomics: What Have We Found and What Should We Search For. *Current Opinion in Neurobiology*, Vol. 19, No. 6, pp. 672-677.

Ruskin-Brown, I. (2006). *Mastering Marketing*. Thorogood Publishin, London, UK.

Shiv, B. & Fedorikhin, A. (1999). Heart and Mind in Conflict: The Interplay of Affect and Cognition in Consumer Decision Making, *The Journal of Consumer Research*, Vol. 26, No. 3, pp. 278-292.

Verkerk, A. (2012). 'Get Your Face Read, Your Brain Measured, And Your Heart Rate Checked', http://info.noldus.com/bid/81476/Neuromarketing-get-your-face-read-your-brain- measured-and-your-heart-rate-checked, (A.D: 11.01.19).

Zurawicki, L. (2010). Neuromarketing: Exploring The Brain Of The Consumer. Springer, Boston, USA.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algılarının aşırı turizm (overtourism) kapsamında değerlendirilmesi

Full Text / Tam Metin

Yurdanur Yumuk[1], Volkan Altıntaş[2]

Özet

Aşırı turizm (overtourism) taşıma kapasitesinin aşıldığı oldukça kalabalık destinasyonları işaret etmektedir. Aşırı turizm talebiyle karşılaşılan destinasyonlarda kentsel yaşam kalitesinin kabul edilemez bir ölçüde azaldığı görülmektedir. Çevre kirliliği, enflasyon, yerli-turist çatışması ve benzeri sonuçlar kentsel yaşam kalitesinin düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, araştırmanın amacı, Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısını aşırı turizm çerçevesinde değerlendirmektir. Araştırmanın evrenini Bodrum'da yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Literatürde yer alan konu ile ilgili araştırmalardan yararlanılarak bir anket formu düzenlenmiştir. Elde edilen veriler sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan istatistik paket programı (SPSS) aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; aşırı turizm kapsamında değerlendirilen Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısının demografik değişkenlerden yalnızca yaşa göre farklılık gösterdiği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler-- Turizm Talebi, Aşırı Turizm (Overtourism), Kentsel Yaşam Kalitesi Algısı, Bodrum

EVALUATION OF LOCAL RESIDENT PERCEPTIONS OF URBAN LIFE QUALITY IN BODRUM WITHIN THE SCOPE OF OVERTOURISM

Abstract

Overtourism refers the overcrowded destinations exceeding carrying capacity. It is seen that urban life quality decreases unacceptably in destinations with excess tourism demand. Environmental pollution, inflation, tourist-local conflict, etc. reveal that urban life quality is low. In this sense, the purpose of the research is to evaluate local resident perceptions of urban life quality in Bodrum within the scope of overtourism. Local resident in Bodrum constitutes the population of the research. A questionnaire form was prepared by making benefit of the researches concerning the topic in the literature. Data wasanalysed via the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). As a result, it was revealed that the local resident perceptions of urban life quality in Bodrum within the scope of overtourism varied across age, one of the demographic variables.

Keywords-- Tourism Demand, Perception of Urban Life Quality, Overtourism, Bodrum

1.GİRİŞ

Kentsel yaşam kalitesi kavramı kentte yaşam kalitelerini etkileyen fiziksel, sosyal ve ekonomik çevre kalitesi ile ilgili algıların bütününü ifade etmektedir. Kentleşmenin büyük bir ivme kazandığı günümüzde çevre kirliliği, alt ve üst yapı yetersizliği, yaşam maliyeti yüksekliği ve güvensiz çevre koşulları gibi problemler insanların kentsel yaşam kalitesi algılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Kentsel yaşam kalitesi algısı üzerinde etkiye sahip olan faktörlerden bir diğeri de aşırı turizm (overtourism) kavramıdır. Aşırı turizmin (overtourism) görüldüğü bölgelerde nüfus artışı ile beraber çevre kirliliği, alt ve üst yapı yetersizliği, enflasyon ve sosyal

[1] Dr. Ögr. Üyesi Yurdanur Yumuk İstanbul Gelişim Üniversitesi İİSBF Turizm Rehberliği Bölümü, Türkiye, yyumuk@gelisim.edu.tr.
2 Doç. Dr. , İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Turizm Fakültesi, Türkiye, volkan_altıntas@hotmail.com.

çatışma gibi sonuçlar ortaya çıkmakta ve buna bağlı olarak kentsel yaşam kalitesi algısı olumsuz etkilenmektedir.

Bu kapsamda, araştırmanın amacı, aşırı turizm talebiyle karşı karşıya kalan Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algılarının sahip oldukları demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Kentsel yaşam kalitesi kavramı ile ilgili farklı disiplinlerde araştırmalara rastlanmasına rağmen, aşırı turizm çerçevesinde kentsel yaşam kalitesinin incelendiği araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle araştırmanın turizm alan yazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.KENTSEL YAŞAM KALİTESİ ALGISI

Kentsel yaşam kalitesi, fiziksel çevre, sosyal çevre, ekonomik çevre, teknolojik çevre ve politik çevre kalitesine yönelik bileşenlerden oluşmaktadır (D'Agostini ve Fantini, 2008:491). Fiziksel çevre kalitesi açık ve yeşil alanlar, rekreasyon alanları, ulaşım hizmetleri, altyapı ve belediye hizmetleri, sosyo-kültürel aktiviteler, konut tipi ve kalitesi gibi özellikler ile açıklanmaktadır. Sosyal çevre kalitesi yaşam biçimi, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim, gönüllülük esasına dayalı toplumsal faaliyetler, güvenlik vb. faktörlerle ilişkili iken; ekonomik çevre kalitesi ise yaşam maliyeti ve alım gücü gibi faktörleri ifade etmektedir (Emür ve Onsekiz, 2007:369). Dünya Sağlık Örgütü (WTO)'nün yayınlamış olduğu rapora göre (1997); yüksek kaliteli temiz ve güvenli bir fiziksel çevrenin sunulduğu, ekosistemin sürdürülebilirliğinin sağlandığı, güçlü ve karşılıklı destekleyici bir toplum yapısının hâkim olduğu, su, yiyecek, barınma ve güvenlik vb. temel ihtiyaçların karşılandığı, halkın yaşamlarını etkileyen kararlara yüksek katılımının sağlandığı, çeşitli ve yenilikçi yerel ekonominin söz konusu olduğu, kültürel ve biyolojik mirasına saygı gösteren, sağlık ve bakım hizmetlerine ulaşılabildiği bir kent sağlıklı bir kent olarak kabul görmektedir.

Kentsel yaşam kalitesi kent sakinlerinin tatmin düzeylerini belirlemede sıklıkla kullanılan etkili bir politik kavramdır (Myers, 1988: 347). Trafik, suç oranı ve iş fırsatları gibi unsurlar kentsel yaşam kalitesini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir. Yaşam kalitesi kavramı, genel refah seviyesinin artırılması, toplumsal huzur veya toplumsal ilgi gibi çeşitli şekillerde ifade edilen, planlamanın özünü temsil etmektedir (Karamustafa vd., 2010: 3). Kentsel yaşam kalitesi kent sakinlerinin sorunlarına çözüm üretebilmek, daha fazla yatırımı teşvik edebilmek, nitelikli işgücünü kente çekebilmek ve aynı zamanda kente gelen ziyaretçi sayısını artırabilmek açısından önem taşımaktadır (Rogerson, 1999).

3. AŞIRI TURİZM (OVER TOURISM)

1960'lı yıllarda turizmin destinasyonlar üzerindeki negatif etkileri konusunda başlayan tartışmalar 1980'lerde "taşıma kapasitesi" kavramı ile daha ileriye götürülmüştür. Herhangi bir destinasyonun kaynaklar üzerinde negatif etki yaratmaksızın, ziyaretçi tatminini düşürmeksizin ya da söz konusu bölgenin kültürünü ve ekonomisini olumsuz etkilemeksizin maksimum kullanım düzeyi taşıma kapasitesini ifade etmektedir (McCool ve Lime, 2001: 381). Destinasyonda mevsimselliğe bağlı olarak artış gösteren ziyaretçi sayısı ve bu ziyaretçilerin fiziksel ve sosyal çevre üzerindeki olumsuz etkileri ise taşıma kapasitesi aşımının göstergeleri olarak kabul edilmektedir. 2000'li yıllar öncesinde "doğal kaynaklarının aşırı kullanımı" olarak tanımlanan "overtourism" kavramının turizm medyasıyla tanışması 10 yıl sonra gerçekleşmiş; 2016'lı yılların sonlarında kavram kontrolsüz turizm gelişimine yönelik protesto anlamına gelen İspanyolca "turismofobia" terimi ile karşılık bulmuş ve 2018 yılında online seyahat dergisi olan "Skift" de pazarlanabilir bir kavram olarak kullanılmıştır (Koens vd.,, 2018: 2-3).

Aşırı turizm (overtourism) taşıma kapasitesinin aşıldığı aşırı kalabalık destinasyonları işaret etmektedir (Walmsley, 2017: 2). Aşırı turizmin (overtourism) bir destinasyondaki ilgili

tüm paydaşlara bağlı olarak çevresel, ekonomik, psikolojik ve algısal faktörleri içerisinde barındıran çok boyutlu bir olgu olarak düşünülmesi gerekmektedir (Gonzalez vd., 2018: 277). Bu nedenle aşırı turizm (overtourism) destinasyonda yalnızca nüfus artışına sebebiyet vermemekte; aynı zamanda çevre bütünlüğü ve sosyal yaşam gibi faktörleri olumsuz etkileyebilmektedir (McCool ve Lime, 2001: 381).

4.AŞIRI TURİZM VE KENTSEL YAŞAM KALİTESİ ALGISI İLİŞKİSİ

Kentleşme yaşam kalitesini yükselten ve kentsel mekânların geleneksel özelliklerini muhafaza eden ekonomik, sosyal ve kültürel fırsatlar sunmaktadır. Ancak, şehirlerin genişlemesi ve nüfus yoğunluğu nedeniyle yönetilemeyen değişiklikler mekân duygusuna, kentsel yapı bütünlüğüne ve toplumların kimliklerine zarar verebilmektedir. Ayrıca bazı tarihi mekânlar işlevlerini, geleneksel rollerini ve popülasyonlarını kaybetmektedirler (Taçoral vd., 2017: 458). Kentsel yaşam kalitesi algısını olumsuz etkileyen faktörlerden biri de aşırı turizmdir. Aşırı turizmle (overtourism) karşı karşıya kalan destinasyonlarda bölgedeki yerel halkın yaşam kalitesinin ve turist deneyimi kalitesinin azaldığı görülmektedir (Responsible Tourism Partnership, 2017). UNWTO (2018)'a göre de bir destinasyona yönelik aşırı talebin algılanan kentsel yaşam kalitesi ve ziyaretçi deneyimi üzerinde negatif etkiye sahiptir.

Bireyler doğal ve kültürel çekicilikleri ziyaret etmek, çeşitli aktivitelere katılmak kısacası deneyim yaşamak amacıyla seyahat etmektedirler. Söz konusu deneyim destinasyonda geçirilen zamanın uzun ya da kısa olmasına ve kalitesine göre farklılık göstermektedir. Benzer şekilde destinasyonlarda da deneyime bağlı olarak bir takım yapısal değişimler gözlemlenmektedir. Destinasyonda yerel halk için ek gelir ve iş imkânları yaratan turizmin; aynı zamanda o bölgedeki yaşam maliyetini artırdığı söylenebilmektedir. Destinasyonda sunulan çeşitli rekreasyon olanakları ve kültürel aktiviteler aracılığıyla kendilerini esenlikte hisseden yerel halkın kültürel bozulma ya da artan suç oranları gibi negatif sonuçlarla karşı karşıya kalabilmesi de mümkün görünmektedir. Hava kirliliği, su kirliliği, yanlış avlanmayla birlikte yok olan vahşi yaşam ve yeşil alanların tahribatı gibi sonuçlar ise turizmin çevre üzerindeki negatif etkilerinden bazılarıdır. Bahsi geçen bu etkiler destinasyondaki yaşam kalitesini düşürmektedir. Bu nedenle, turizmin kentsel yaşam kalitesini artırabilecek bir güç olabilmesi için ekonomik canlılığın, ekolojik bütünlüğün ve sosyal eşitliğin göz önünde bulundurulduğu sürdürülebilir bir turizm anlayışının benimsenmesi gerekmektedir (Uysal vd., 2012).

5.METODOLOJİ

Araştırma modeline ve hipotezlere, evren ve örnekleme ve veri toplama aracının hazırlanmasına ilişkin açıklamalara bu başlık altında yer verilmektedir.

5.1. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlandırılmaya çalışıldığı açıklayıcı türde olan bu araştırmada Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algılarının sahip oldukları demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği irdelenmektedir. Araştırma modeline göre; demografik özellikler (cinsiyet, medeni hal, yaş, eğitim düzeyi, gelir, ikamet süresi, ev sahibi olma durumu, araba sahibi olma durumu) bağımsız değişken ve kentsel yaşam kalitesi algısı ise bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır. Yerli ve yabancı literatürde turizme bağlı olarak ortaya çıkan kentsel yaşam kalitesi algısı ile demografik özellikler arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar bulunmaktadır.

Foça'da turizmin çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik etkilerine yönelik halkın görüşlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen araştırmada; turizmin etkilerine yönelik algının

cinsiyet, meslek gruplarına ve kırsal ve kentsel bölgede yaşama durumuna göre farklılık göstermediği görülmüştür. Buna karşın eğitim düzeyi lisansüstü olan katılımcıların turizmin çevresel etkileri konusunda diğer eğitim düzeyi gruplarına göre daha duyarlı oldukları bulgusu elde edilmiştir (Gümüş ve Özüpekçe, 2009).

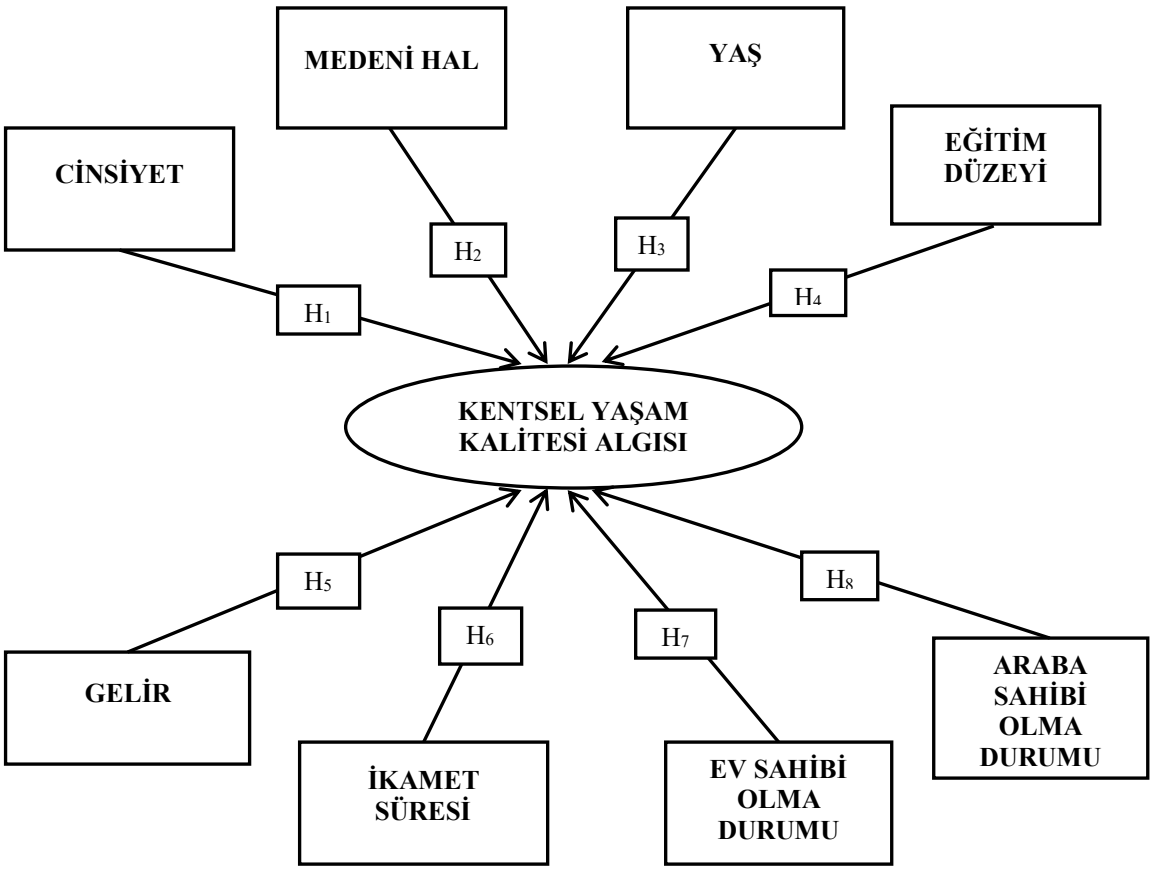
Karamustafa vd. (2010) tarafından Kayseri'de kentsel yaşam kalitesinin değerlendirildiği araştırmada; katılımcıların kentsel yaşam kalitesi ile ilgili önermelere katılım düzeylerinin medeni duruma, yaşa, gelire, eğitim düzeyine ve ikamet süresine göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya göre evlilerin, 41-50 yaş ve üzerinde bulunanların, düşük gelir grubunda yer alanların, eğitim düzeyi düşük olanların ve Kayseri'de 5 yıl ve daha fazla süredir yaşayanların kentsel yaşam kalitesine ilişkin algılarının daha pozitif yönde olduğu tespit edilmiştir.

Keçeli (2013) tarafından kentsel yaşanabilirlik ve cinsiyet ilişkisinin değerlendirildiği ve kamu hizmetlerinin ulaşılabilirliğinin, çevre kalitesinin ve rekreasyon olanaklarının birer gösterge olarak kabul edildiği araştırmada kadınların ve erkeklerin tutumları arasında cinsiyete dayalı çok büyük farklılıkların bulunmadığı ortaya konmuştur.

Gonzalez vd. (2018) tarafından İspanya'nın kültürel mirası olarak kabul edilen Besalú kentinde yaşayan halkın turizme yönelik algılarının sosyal taşıma kapasitesi kapsamında ortaya konduğu araştırmada; halkın turizme yönelik algılarının eğitim düzeyi değişkenine göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. Eğitimsiz bireylerin eğitimli olanlara göre turizmin bölge ekonomisi üzerinde daha fazla olumsuz etkiye sahip olduğu görüşünü destekledikleri ortaya çıkmıştır.

Literatürde yer alan ilgili araştırmalardan yola çıkılarak aşağıdaki araştırma modeli ve araştırma hipotezleri geliştirilmiştir.

Şekil 1. Araştırma modeli



H_1: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_2: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı medeni hale göre farklılık göstermektedir.

H_3: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı yaşa göre farklılık göstermektedir.

H_4: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.

H_5: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı aylık gelire göre farklılık göstermektedir.

H_6: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı ikamet süresine göre farklılık göstermektedir.

H_7: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı ev sahibi olma durumuna göre farklılık göstermektedir.

H_8: Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısı araba sahibi olma durumuna göre farklılık göstermektedir.

5.2. Veri Toplama Aracı

Nicel araştırma yönteminin tercih edildiği araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Literatürde yer alan çalışmalardan (Altıntaş, 2010; Çam, 2014; Karamustafa vd., 2010; Oktay ve Rüstemli, 2010; Taçoral vd., 2017; Yıldız ve Çalışkan, 2018) faydalanılarak 2 bölümden oluşan 44 ifadeli bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda katılımcıların kentsel yaşam kalitesi algılarını ölçmeye yönelik 36 ifadenin yanı sıra demografik özelliklerini belirlemeye

yönelik 8 ifadeye yer verilmiştir. Kentsel yaşam kalitesi algısına yönelik ifadeler 5'li Likert tipi derecelendirme ölçeğine göre düzenlenmiştir (Kesinlikle Katılmıyorum: 1, Katılmıyorum: 2, Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum: 3, Katılıyorum: 4, Kesinlikle Katılıyorum: 5). Anketler 1 Şubat – 28 Şubat tarihleri arasında yüz yüze uygulanmıştır ve her bir anketin yanıtlanması yaklaşık 10 dk sürmüştür. Verilerin analizinde ise sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan istatistik paket programından (SPSS 21) yararlanılmıştır.

5.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Bodrum'da yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Kentsel yaşam kalitesi algısının aşırı turizm (overtourism) kapsamında değerlendirildiği araştırmada Bodrum'un evren olarak belirlenmesinde; 2018 yılında yerli ve yabancı ziyaretçilerin en çok geceleme yaptıkları iller arasında 13,0 milyon geceleme ile üçüncü sırada yer alması etkili olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018). 2018 yılı itibariyle Bodrum'un nüfusunun 171.850 olduğu bilinmektedir (https://www.nufusu.com/ilce/bodrum_mugla-nufusu). Tesadüfü olmayan (olasılıklı olmayan) örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yönteminin kullanıldığı araştırmada 400 anketin geri dönüşü sağlanmıştır. Bu sayı örneklem büyüklüğünün araştırma için yeterli olduğunu göstermektedir (The Survey System, 2019). Anket uygulamasının yüz yüze yapılması anketlerin eksik ya da hatalı doldurulmasının önüne geçmiş; bu nedenle anketlerin tümü değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

6. BULGULAR

6.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili bulgular

Cinsiyet	**Frekans**	**%**	**Medeni Hal**	**Frekans**	**%**
Kadın	177	44,3	Evli	91	22,8
Erkek	223	55,8	Bekâr	309	77,3
Toplam	400	100	**Toplam**	400	100
Yaş	**Frekans**	**%**	**Gelir**	**Frekans**	**%**
18-26	154	38,5	Asgari Ücret	209	52,3
27-35	111	27,8	2020-4000 TL	113	28,3
36-44	76	19,0	4001-6000 TL	41	10,3
45-53	43	10,8	6001-8000 TL	21	5,3
54-62	11	2,8	8001-10000 TL	5	1,3
63 yaş ve üzeri	5	1,3	10000 üzeri	11	2,8
Toplam	400	100	**Toplam**	400	100
Eğitim Düzeyi	**Frekans**	**%**	**İkamet Süresi**	**Frekans**	**%**
Okuryazar	27	6,8	1 yıldan az	23	5,8
İlköğretim	68	17,0	1-3 yıl	46	11,5
Lise	124	31,0	4-6 yıl	94	23,5
Ön lisans	101	25,3	7-9 yıl	59	14,8
Lisans	63	15,8	10-12 yıl	55	13,8
Lisansüstü	17	4,3	13 yıl ve üzeri	123	30,8
Toplam	400	100	**Toplam**	400	100
Ev Sahip Olma Durumu	**Frekans**	**%**	**Araba Sahip Olma Durumu**	**Frekans**	**%**
Kira	183	45,8	Arabam var	185	46,3
Lojman	29	7,3	Arabam yok	215	53,8
Kendi evim	168	42,0	**Toplam**	400	100
Diğer	20	5,0			
Toplam	400	**100**			

Tablo 1'de Bodrum'da yaşayan yerel halkın demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde; katılımcıların 177'sinin kadın; 223'ünün erkek olduğu görülmektedir. Araştırmaya %77,3 ile en fazla bekâr kişilerin katılım gösterdikleri ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun 18-26 yaş aralığında olduğu görülmektedir (%38,5). Katılımcıların 124'ünün lise mezunu ve yalnızca 17'sini lisansüstü eğitim düzeyine sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bodrum'da en uzun süre ikamet eden katılımcı sayısı 123 tür. Katılımcıların %52,3'ünün aylık geliri asgari ücret düzeyindedir. 183 katılımcı kirada oturmakta; 215 katılımcının ise arabası bulunmamaktadır.

6.2. Güvenilirlik ve Normallik Analizi Sonuçları

Güvenilirlik araştırmada kullanılan ölçeğin değişkenleri ne derece doğru ölçtüğünü göstermektedir. Likert tipi derecelendirme ölçeklerinin kullanıldığı araştırmalarda Cronbach's alpha katsayısı hesaplanmaktadır. Cronbach's alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değerler almakta; 1'e yaklaştıkça ölçeğin güvenilirliğinin arttığı kabul edilmektedir. Genelde bu değerin 0,70'den büyük olması beklenmektedir (Büyüköztürk, 2014: 181-183; Özdemir, 2010: 74-75). Kentsel yaşam kalitesi algısını oluşturan 36 ifadenin tümü analize tabi tutulmuştur ve ölçeğinin Cronbach's alpha katsayısı 0,78 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada parametrik ya da parametrik olmayan testlerden hangilerinin uygulanacağına karar verebilmek için normallik analizinin yapılması gerekmektedir. Kolmogorov–Smirnov (KS), Shapiro–Wilk (SW) testi sonuçları, çarpıklık-basıklık değerleri ve normal Q–Q plot olarak adlandırılan grafik verilerin normal dağılımı hakkında bilgi vermektedir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda istatistiksel olarak anlamlı olmayan değer (sig. değeri, 05'in üstü) verilerin normal dağıldığını göstermektedir (Pallant, 2016: 71-75). Araştırmada kentsel yaşam kalitesi algısı ölçeği için elde edilen Kolmogorov-Smirnov değerinin anlamlı olmadığı (sig. değeri, 05'in altı) görülmektedir (,001). Söz konusu değere göre verilerin normal dağılmadığı gözlemlenmiştir. Ancak normallik analizinde göz önünde bulundurulması gereken diğer koşullardan biri de çarpıklık-basıklık değerleridir. Büyüköztürk (2011)' e göre -1 ve +1 aralığında olan çarpıklık basıklık değerleri verilerin normal dağıldığını göstermektedir (-,311 ve ,330). Bu nedenle araştırmada veri analizinde parametrik testlerden yararlanılmıştır.

6.3. Katılımcıların Kentsel Yaşam Kalitesi Algısı Düzeyleri

Katılımcıların kentsel yaşam kalitesi algılarını ortaya koyabilmek için tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmış; ifadelere katılım düzeyi yüzdeleri, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır.

Tablo 2. Kentsel yaşam kalitesi algısına ilişkin ifade ortalamaları

Kentsel Yaşam Kalitesi Algısı İfadeleri	Kesinlikle Katılmıyorum %	Katılmıyorum %	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum %	Katılıyorum %	Kesinlikle Katılıyorum %	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Bodrum temiz bir ilçedir.	20,5	18,3	25	23,5	12,8	2,89	1,31
Bodrum kalabalık bir ilçedir.	14	31	28,8	14,3	12	2,79	1,20
Bodrum'da hava kirliliği vardır.	8,3	21,8	28,8	26,5	14,8	3,17	1,17
Bodrum'da gürültü kirliliği vardır.	12,8	25,5	23,5	26,3	12	2,99	1,22
Bodrum'da trafik yoğunluğu vardır.	20	25,3	25,3	20,5	8,8	2,72	1,23
Bodrum'un iklimi yaşamaya elverişlidir.	10,8	11,5	24	34,3	19,5	**3,40**	1,22
Bodrum'daki yeşil alanlar yeterlidir.	19	21,5	28,5	21,3	9,8	2,81	1,24
Bodrum'daki rekreasyon alanları yeterlidir.	17,5	22,5	32	21,5	6,5	2,77	1,16
Bodrum'un alt yapısı (yol, su, kanalizasyon) yeterlidir.	32,8	20,5	22,8	15	9	**2,47**	1,32
Bodrum düzenli bir mimari yapıya sahiptir.	20,3	23	28	20,3	8,5	2,73	1,23
Bodrum'da toplu taşıma imkânları yeterlidir.	19,5	20,5	29,5	21,8	8,8	2,79	1,23
Bodrum'da havaalanı yeterlidir.	17,8	20,5	27,8	19,8	14,3	2,92	1,29
Bodrum'da alışveriş imkânları yeterlidir.	18,3	19,5	26,3	23,3	12,8	2,92	1,29
Bodrum'da yeterli düzeyde sinema, tiyatro ve müzikal gibi etkinlikler düzenlenmektedir.	19,8	17,5	28	22,3	12,5	2,90	1,29
Bodrum'da yeterli düzeyde yeme-içme olanakları bulunmaktadır.	13,8	19	24	26,8	16,5	3,13	1,28
Bodrum'da sağlık imkânları yeterlidir.	20,5	22	30,8	19,8	7	2,70	1,19
Bodrum'da eğitim imkânları yeterlidir.	21	20,3	26,3	24	8,5	2,78	1,25

Bodrum'da yerel yönetim hizmetleri yeterlidir.	19,8	21,3	32,8	17	9,3	2,74	1,21
Bodrum'da yaşam maliyeti yüksektir.	26	24,3	25,8	13,3	10,8	2,58	1,29
Bodrum'da konut satın alma maliyeti yüksektir.	29	25	23,8	13	9,3	2,48	1,28
Bodrum'da konut kira bedelleri yüksektir.	33,3	22,3	26,3	10	8,3	**2,37**	1,26
Bodrum'da çeşitli istihdam fırsatları bulunmaktadır.	13	16,8	39,8	18	12,5	3,00	1,17
Bodrum'da en önemli istihdam fırsatı turizm sektörü tarafından yaratılmaktadır.	9	12	32,3	24,5	22,3	**3,39**	1,21
Bodrum'da insan ilişkileri sıcak ve samimidir.	17	15	29,5	27,5	11	3,00	1,24
Bodrum güvenli bir ilçedir.	14,8	9,8	27,3	35,3	13	3,22	1,23
Bodrum'da yaşamak streslidir.	15,3	21,8	29,3	17,5	16,3	2,97	1,28
Bodrum'da yerel halkın turizm bilinci gelişmiştir.	12,3	14,8	25,8	26	21,3	3,29	1,29
Bodrum'daki turizm doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur.	30,5	14,8	24	15	15,8	2,70	1,43
Bodrum'daki turizm tarihi ve kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunur.	14,3	18,5	28	25,8	13,5	3,05	1,24
Bodrum'daki turizm ilçe ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır.	11,5	17,3	26	22,8	22,5	3,27	1,29
Bodrum'a gelen turistler yerel halkın manevi ve kültürel değerlerine saygı göstermektedir.	11,3	14	29	25,3	20,5	3,29	1,25
Bodrum'a gelen turistler yerel halkın yaşam tarzına uyum sağlamaktadır.	13,5	18,5	29	27,3	11,8	3,05	1,21
Bodrum'a gelen turistler ile yerli halk arasında kültür çatışması yaşanmaktadır.	12,3	20,3	30	22	15,5	3,08	1,23
Bodrum'da yaşamaktan mutluyum.	13,8	17	20,8	20,5	28	3,32	1,39
Gelecekte de Bodrum'da yaşamayı isterim.	16	13,8	23,5	24	22,8	3,23	1,36
Bodrum'da yaşamayı başkalarına da tavsiye ederim.	19,5	13,3	20,5	22,5	24,3	3,18	1,44

Tablo 2'deki aritmetik ortalama değerlerine bakıldığında; katılımcılar Bodrum'un iklimini yaşamak için elverişli bulmakta (3,40) ve turizm sektörünü en önemli istihdam fırsatı olarak kabul etmektedirler (3,39). Diğer taraftan, katılımcılar konut kira bedellerinin yüksek olduğunu düşünmekte (2,37) ve alt yapı hizmetlerini yetersiz görmektedirler (2,47).

6.4. Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) Sonuçları

Tablo 3. Kentsel yaşam kalitesi algısına ilişkin faktör analizi sonuçları

İfadeler	**Faktör Yükü**	**Açıklanan Varyans %**
Faktör 1: Ekonomik ve Çevresel Koşullar		
Bodrum'da konut satın alma maliyeti yüksektir.	,751	
Bodrum'da yaşam maliyeti yüksektir.	,723	
Bodrum'da konut kira bedelleri yüksektir.	,670	20,580
Bodrum'un iklimi yaşamaya elverişlidir.	,637	
Bodrum'da trafik yoğunluğu vardır.	,539	
Bodrum'da en önemli istihdam fırsatı turizm sektörü tarafından yaratılmaktadır.	,539	
Faktör 2: Altyapı ve Üstyapı Hizmetleri		
Bodrum'daki rekreasyon alanları yeterlidir.	,724	
Bodrum'daki yeşil alanlar yeterlidir.	,683	
Bodrum'un alt yapısı (yol, su, kanalizasyon) yeterlidir.	,672	9,817
Bodrum'da yerel yönetim hizmetleri yeterlidir.	,531	
Bodrum düzenli bir mimari yapıya sahiptir.	,498	
Bodrum'da sağlık imkânları yeterlidir.	,485	
Bodrum'da eğitim imkânları yeterlidir.	,449	
Faktör 3: Yaşam Memnuniyeti		
Gelecekte de Bodrum'da yaşamayı isterim.	,802	
Bodrum'da yaşamaktan mutluyum.	,759	5,820
Bodrum'da yaşamayı başkalarına da tavsiye ederim.	,715	
Bodrum'da çeşitli istihdam fırsatları bulunmaktadır.		

	,380	
Faktör 4: Olumsuz Çevre Koşulları		
Bodrum'da gürültü kirliliği vardır.	,763	
Bodrum'da hava kirliliği vardır.	,700	5,216
Bodrum kalabalık bir ilçedir.	,679	
Faktör 5: Turizmin Ekonomik ve Çevresel Etkileri		
Bodrum'daki turizm doğal çevrenin korunmasına katkıda bulunur.	,728	
Bodrum'daki turizm tarihi ve kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunur.	,615	3,985
Bodrum'daki turizm ilçe ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır.	,570	
Faktör 6: Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri		
Bodrum'da insan ilişkileri sıcak ve samimidir.	,608	
Bodrum temiz bir ilçedir.	,580	
Bodrum güvenli bir ilçedir.	,573	3,458
Bodrum'da yerel halkın turizm bilinci gelişmiştir.	,455	
Bodrum'a gelen turistler ile yerli halk arasında kültür çatışması yaşanmaktadır.	,356	
Faktör 7: Sosyalleşme Olanakları		
Bodrum'da yeterli düzeyde sinema, tiyatro ve müzikal gibi etkinlikler düzenlenmektedir.	,711	3,274
Bodrum'da yeterli düzeyde yeme-içme olanakları bulunmaktadır.	,698	
Bodrum'da alışveriş imkânları yeterlidir.	,655	
Faktör 8: Ulaşım Koşulları		
Bodrum'da toplu taşıma imkânları yeterlidir.	,704	2,987
Bodrum'da havaalanı yeterlidir.	,683	
Faktör 9: Turist-Yerli Etkileşimi		

Bodrum'da yaşamak streslidir.	,658	
Bodrum'a gelen turistler yerel halkın yaşam tarzına uyum sağlamaktadır.	,566	
Bodrum'a gelen turistler yerel halkın manevi ve kültürel değerlerine saygı göstermektedir.	,455	2,897
KMO: ,851 **Bartlett Küresellik Testi:** 4685,265 **p:** ,000 **Toplam Varyans Açıklama Oranı:** %58,030		

Bodrum'da yaşayan yerel halka uygulanan kentsel yaşam kalitesi algısı ölçeğinin faktör yapısını ortaya koymak amacıyla açımlayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Bu amaçla temel bileşenler analizi ve Varimax rotasyonu kullanılmıştır. Ölçekte yer alan 36 ifade Varimax rotasyonu kullanılarak açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Kentsel yaşam kalitesi algısı ölçeğinde yer alan 36 ifadenin tümünün öz değeri (eigenvalue) 1,00'ın üzerinde olduğu ve faktör yükü (factor load) 0,50'den büyük olduğu için bütün ifadeler değerlendirmeye alınmış ve hiçbir ifade faktör analizinden çıkarılmamıştır. Faktör analizi sonuçlarına bakıldığında (Tablo 3), Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,85'tir ve Bartlett Küresellik Testi (4685,265; p:0,000) anlamlı çıkmıştır. Bu iki sonuç, örneklemin yeterli olduğuna ve verilerin faktör analizine uygun olduğuna işaret etmektedir. Katılımcıların kentsel yaşam kalitesine yönelik algıları dokuz faktörlü bir yapı göstermektedir. Faktörler literatüre uygun şekilde adlandırılmıştır. Dokuz faktörün toplam varyansı açıklama oranı, %58'dir. Toplam varyans açıklama oranı içerisinde en büyük pay %20,5 ile ekonomik ve çevresel koşullara aittir.

6.5. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Testi Sonuçları

Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algılarının demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans (ANOVA) analizleri gerçekleştirilmiştir. Buna göre; katılımcıların kentsel yaşam kalitesi algılarının cinsiyete, medeni hale, eğitim düzeyine, aylık gelire, ikamet süresine, ev ve araba sahibi olma durumlarına göre farklılık göstermediği görülmüştür. Bu nedenle **H_1, H_2, H_4, H_5, H_6, H_7, H_8** hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 4. Yaş değişkenine göre katılımcıların kentsel yaşam kalitesi algılarına ilişkin Anova testi sonuçları

Değişken	Gruplar	n	$\bar{x}$	t/F	p
Yaş	18-26	154	102,7792	3,349	,000
	27-35	111	110,1622		
	36-44	76	107,9737		
	45-53	43	106,2326		

	54-62	11	104,5455		
	63 ve üzeri	5	104,6000		

Tablo 4'e göre; anlamlılık düzeyini gösteren sig. değeri 0,05'den küçük olduğu için yaş açısından katılımcıların kentsel yaşam kalitesi algılarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir [F(5-394)= 3,349; p=,000<0,05]. Tukey testi sonuçları; farklılığın 18-26 yaş grubu ile 27-35 yaş grubu arasında olduğunu anlaşılmaktadır. 27-35 yaş grubundakilerinin kentsel yaşam kalitesi algılarına ilişkin ortalama değerin (110,1622) 18-26 yaş grubundakilerine (102,7792) göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle **H_3** kabul edilmiştir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bodrum'da yaşayan yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algılarının aşırı turizm (overtourism) çerçevesinde değerlendirildiği bu araştırmada; turizm sektörünün Bodrum'da en önemli istihdam kaynağı olarak kabul edildiği ortaya çıkmaktadır. Ancak yerel halk tarafından konut kira bedelleri yüksek bulunmakta ve alt yapı hizmetleri yetersiz görülmektedir. Foça'da turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerine yönelik yerel halkın görüşlerinin ortaya konduğu araştırmada; turizmin ilçe ekonomisine en önemli katkıyı sağlayan sektör olduğu anlaşılmaktadır (Gümüş ve Özüpekçe, 2009). Türkoğlu vd. (2008) tarafından İstanbul'da yaşam kalitesinin belirlendiği araştırmada konut satın alım ve kira bedellerinin yüksek ve çevresel planlamanın yetersiz olduğu, yeşil alanların yaygınlaştırılması gerektiği ifade edilmektedir. Kentsel yaşam kalitesi ile ilgili olarak İstanbul'un 39 ilçesinde gerçekleştirilmiş bir diğer araştırmaya göre ise altyapı ve ulaşım olanakları yaşam kalitesini en çok etkileyen faktörler arasında gösterilmekte; Beşiktaş, Kadıköy, Bakırköy ve Şişli ilçeleri kentsel yaşam kalitesi algısının en yüksek olduğu ilçeler olarak açıklanmaktadır (Şeker, 2015). Taçoral vd. (2017) tarafından Erzincan İli Kemaliye İlçesinde kentsel yaşam kalitesini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen araştırmada da çevresel ve altyapısal faktörlerin yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algıları üzerinde etkili olduğu görülmektedir.

Ülke ekonomisinin lokomotifi konumunda olan turizm sektörünün devamlılığının sağlanması ancak sürdürülebilir turizm gelişimiyle mümkün görünmektedir. Bu nedenle sektörün sunduğu ekonomik fırsatlar üzerinde odaklanıldığı kadar; doğal güzellikler ve kültürel çekiciliklerin korunması ve destinasyondaki yaşam kalitesinin artırılması da göz önünde bulundurulmalıdır. Kentsel yaşam kalitesinin artırılmasında yerel yönetimler, özel sektör, sivil tolum kuruluşları ve yerel halk hep birlikte ve uyumlu hareket etmelidirler. Bu amaçlar doğrultusunda bir yönetim stratejisinin uygulanması ve kalite standartlarının açıkça ortaya konulması turizmin sürdürülebilirliği ve kentsel yaşam kalitesinin artırılabilmesi açısından önem taşımaktadır. Araştırma kapsamında sunulabilecek önerilerden bazıları şu şekildedir;

- Turistik bölgelerdeki turizm planlamaları turizm işletmeleri ve belediyelerin karşılıklı işbirliği ile yapılmalıdır.
- Turizm planlaması gerçekleştirilirken destinasyonun çevresel ve sosyo-kültürel sürdürülebilirliği göz önünde bulundurulmalıdır.
- Yerel yönetimler alt ve üst yapı hizmetlerinde hem turistik talebin hem de yerel halkın ihtiyaçlarının giderilebilmesi konusunda duyarlı olmalıdırlar.
- Turistik bölgede hava kirliliği ve trafik yoğunluğunu önleyebilecek alternatif ulaşım imkânları yaratılmalıdır.

- Turistik bölgelerde yaşayan yerel halkta turizm bilincinin oluşmasına destek verilmelidir.
- Bu nedenle turizm eğitim merkezlerinin yaygınlaştırılmasına özen gösterilmelidir.
- Söz konusu merkezlerin yaygınlaştırılmasının yerel halkın turizm sektörüne kazandırılması ve turizmden kazanç elde etmelerine imkân sağlayacağı düşünülmektedir.
- Ancak turistik bölgelerde turizm sektörünün tek başına bir istihdam kaynağı olarak kabul edilmesinin diğer iş kollarının gelişmesine engel teşkil edebileceği düşünülmektedir. Bu durum yerel halkın işsizlik problemiyle karşı karşıya kalmasını gündeme taşıyacaktır.
- Dolayısıyla bölgede diğer iş kollarının geliştirilmesi hükümetler ve yerel yönetimlerce desteklenmelidir.

Uygulamanın Muğla İli Bodrum İlçesi ile sınırlandırılmış olması araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Bu nedenle gelecekte yalnızca kıyı turizmi ile değil kış turizmi, kültür turizmi ve sağlık turizmi gibi turizm çeşitleriyle ön plana çıkan farklı destinasyonlarda da araştırmaların gerçekleştirilmesinin konuyu bütün yönleriyle değerlendirebilmek açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

8. KAYNAKÇA

Altıntaş, V. (2010). Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkileri: Alanya Bölge Modeli, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Doktora Tezi), Antalya.

Büyüköztürk, Ş. (2014). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, Pegem Akademi Yay. Eğt. Dan. Hizm. Ltd. Şti., 20. Baskı, Ankara.

Çam, N. (2014). "Şehir Yaşam Kalitesinin Ölçülmesi: Kastamonu Şehir Merkezinde Bir Uygulama", Business & Management Studies: An International Journal, 2 (3), 286-307.

D'Agostini L. R. ve Alfredo C.F. (2008). "Quality of Life and Quality of Living Conditions in Rural Areas: Distinctively Perceived and Quantitatively Distinguished", Social Indicators Research, 89, 2008, 487 499.

Emür, S.H. ve Onsekiz, D. (2007). "Kentsel Yaşam Kalitesi Bileşenleri Arasında Açık ve Yeşil Alanların Önemi Kayseri/Kocasinan İlçesi Park Analizi", Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 22, 367-396.

Gonzalez, V. M. , Coromina, L. ve Gali, N. (2018). "Overtourism: Residents' Perceptions Of Tourism Impact As An Indicator Of Resident Social Carrying Capacity - Case Study Of A Spanish Heritage Town", Tourism Review, 73 (3), 277-296.

Gümüş, N. ve Özüpekçe, S. (2009). "Foça'da Turizmin Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Etkilerine Yönelik Yerel Halkın Görüşleri", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 6 (2), 398-417.

https://www.nufusu.com/ilce/bodrum_mugla-nufusu, (18.03.2019).

https://responsibletourismpartnership.org/overtourism, (08.04.2019).

Karamustafa, K. , Güllü, K. ve Acar, N. (2010). "Kayseri'nin Pazarlanabilirliğinin Şehir Yaşam Kalitesi Açısından Önem-Başarım Analizi İle Değerlendirilmesi", Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Sayı: 05, Ocak 2010, 1-26.

Keçeli, A. (2013). "Kentsel Yaşanabilirlik ve Cinsiyet", Marmara Coğrafya Dergisi, Temmuz, 28: 232-245.

Koens, K. , Postma, A. ve Papp, B. (2018). "Is Overtourism Overused? Understanding The Impact Of Tourism In A City Context", Sustainability 2018, 10, 4384, 1-15.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018), Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018.

McCool, S. F. ve Lime, D. W. (2001). "Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality?", Journal of Sustainable Tourism, 9 (5), 372-388.

Myers, D. (1988). "Building Knowledge About Quality of Life For Urban Planning", Journal of the American Planning Association, Summer 1988, 54 (3), 347-358.

Oktay, D. ve Rüstemli, A. (2010). "Measuring The Quality Of Urban Life And Neighbourhood Satisfaction: Findings From Gazimagusa (Famagusta) Area Study", Internatıonal Journal Of Social Sciences And Humanity Studies, 2(2), 27-37.

Özdemir, A. (2010). Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamalar, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. , 2. Baskı, İstanbul.

Pallant, J. (2016). SPSS Kullanma Klavuzu SPSS ile Adım Adım Veri Analizi, (Çev. Sibel Balcı ve Berat Ahi), Anı Yayıncılık, Ankara.

Rogerson, R. J. (1999). "Quality of Life and City Competitiveness", Urban Studies, 36 (5-6), 969-985.

Şeker, M. (2015). "Quality Of Life Index: A Case Study Of Istanbul", Ekonometri ve İstatistik, Sayı:23, 1-15.

Taçoral, E., Atik, A., Yılmaz, B., Aslan, F. ve Altunkasa, M.F. (2017). "A Sustainability Assessment Of Quality Of Life In A Traditional Settlement Pattern: The Case Of Kemaliye, Turkey", Indoor and Built Environment, 26 (4), 456-470.

The Survey System, https://www.surveysystem.com/sscalc.htm, (18.03.2019).

Türkoğlu, H. D. , Bölen, F. , Baran, P. K. ve Marans, R. W. (2008). "İstanbul'da Yaşam Kalitesinin Ölçülmesi", İtüdergisi/a, 7 (2): 103-113.

UNWTO (2018). "Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions", Madrid, Spain.

Uysal, M., Woo, E. ve Singal, M. (2012). Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities, International Handbooks of Quality-of-Life, Springer Science+Business Media B.V.

Walmsley, A. (2017). "Overtourism And Underemployment: A Modern Labour Market Dilemma", Responsible Tourism in Destinations 13 – Tackling Overtourism – Local Responses, 29-30 September 2017 – Hannesarholt, Reykjavik, Iceland, 1-15.

World Health Organization, Regional Office for Europe (1997). Twenty Steps for Developing a Healthy Cities Project 3rd Edition.

Yıldız, E. Ç. ve Çalışkan, E. (2018). "Turizme Yakın Ama Turizmden Uzak Yerel Halkın Turizme Bakışı: Muğla Menteşe İlçesi Örneği", Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20 (2), 223-243.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Individual Pensions in Turkey: Expectations vs Realisations

Full Text / Tam Metin

Çağaçan Değer[1]

Introduction: *The standard labour public social security system observed for most countries is a PAYG (pay-as-you-go) system. In PAYG systems, workers pay contributions and the collected contribution revenue is used to meet the current expenditures, especially pensions. In the 1990s, the financial troubles of these systems, coupled with more trouble on the horizon, led to wide reform waves. One typical aspect of these reforms was to adopt a multi-pillar social security system in which the public PAYG pillar was supported by a saving focused second pillar. For the Turkish case, this was in the form of the formation of IPS (Individual Pension System). The system was expected to fulfil three main expectations. Firstly, the system was expected to contribute to the deepening of the financial markets by providing financial resources for investment purposes. Secondly, the system is supposed to enable long term saving by providing generous incentives on participation. And thirdly, the IPS was expected to ease the financial troubles of the public PAYG system by reallocating the responsibility of retirement planning from the state to the individuals.* ***Aim:*** *This paper investigates to what extent these expectations have been met.* ***Method:*** *The study undertakes a descriptive analysis of relevant data from statistics institutes.* ***Findings:*** *Upon investigating relevant data for the stated expectations, it is the conclusion of this paper that the IPS falls short of the expectations. The paper finishes by discussing the appropriateness of an obligatory system and points to the need for further policy debate.*

Keywords— *Social security and public pensions, Retirement and retirement policies, Individual private pensions*

JEL Classification Codes: *H55, J26, J32A)*

INTRODUCTION

Turkish social security system has been subject to a number of reforms in late 1990s and early 2000s. This reform process was no coincidence. It was necessitated by the system's raising problems, and fit into an international reform agenda led primarily by the World Bank. The Turkish reform included changes in retirement entitlement ages, introduction of the individual pension system, institutional changes that led to the formation of SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu, Social Security Institution) and parametric changes of the retirement system.

The foundation of the individual pension system in Turkey was an important step and was in line with the multi-pillar social security reform framework of the World Bank. The individual pensions were introduced with the expectation to fulfil a number of roles. This paper points to three roles and investigates to what extent these roles have been fulfilled.

The next section of the paper reviews the reform process in Turkey. Section three investigates three expected outcomes related to the individual pension system, and argues through descriptive data analysis whether these have been fulfilled. The last section concludes by summarising the findings and discussing how the system can be further expanded.

SOCIAL SECURITY REFORM IN TURKEY

The origins of the current Turkish social security system go back to 1950, when a social security institution to cover civil servants was founded. The system expanded till mid-1980s to include workers employed through contracts, independent workers, artisans and those working in the agricultural sector. This process led to a fragmented nature in the Turkish social security system. At the beginning of the

[1] Assistant Professor, PhD, Ege University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Turkey. Email: cagacan@gmail.com

1990s, the system consisted of three large social security institutions, each with its own rules and retirement related parameters.

A common perception regarding the Turkish social security system is that it has always been in deficit. This is not so. A quick review of the discussions around 5 Year Development Plans in the 1970s, and a cursory reading of the reports of the committees associated with the preparation of these plans, shows that the Turkish system was actually in surplus. For example, the 4th Five Year Development Plan discusses the budget of social security institutions by considering the investment undertaken by the accumulated funds. The issue was how to utilize the accumulated funds, rather than cover deficits. As Alper (2011: 14) puts it, the real issue back then was the sufficiency of mathematical provisions.

As the system matured, it began to lean toward deficits. With the introduction of early retirement opportunities and high pensions in the 1980s and early 1990s, the process sped up. By late 1990s, the system began to run considerable deficits; see, for example, Özbek (2006: 302). Anyone can review the Monthly or Annual Statistics Bulletins of the Social Security Institution of Turkey to see that these deficits approached 5% of gross domestic product in mid 2000s. The perceived need for reform initiated policy actions.

The reform of the Turkish system can be viewed as part of the social security reform wave of 1990s and 2000s. Facing financial sustainability problems, and expecting even harsher adverse budget outcomes due to the ageing population, both developed and developing economies undertook reforms. World Bank was a major actor of these reforms and the World Bank report titled *Averting the Old Age Crisis: Policies to Protect the Old and Promote Growth* presented a reform template with considerable debate on pros and cons of different approaches to the reform problem (World Bank, 1994). The proposed template relied on isolating different functions of the social security system in to different *pillar*s. One mandatory publicly managed pillar would undertake the redistribution function to overcome poverty. One mandatory privately managed pillar would overtake the saving function. For anyone willing to accumulate resources for retirement above the level implied by the mandatory system, the new structure included a third, voluntary saving pillar.

Turkish reform agenda followed close suit. The reform process started with an increase in retirement eligibility age in 1999. After a few years of legal preparations, the individual pension system went into action in 2003. The foundation of the Social Security Institute in 2006 eliminated the fragmented institutional nature of the system. Finally, in 2008, the fragmented parametric nature of the system was eliminated through the convergence of key retirement parameters such as the contribution rate and the replacement rate.

The current Turkish social security system can be depicted as a two pillar system, with one mandatory public pay-as-you-go pillar and one voluntary private fully-funded pillar. The introduction of the private pillar is always accompanied by a number of expectations. *Firstly*, it is expected that the system will accumulate loanable funds and provide resources for investment. Thus the system is expected to contribute to capital accumulation and growth; hence the name of the World Bank report *Averting the Old Age Crisis: Policies to Protect the Old and* ***Promote Growth***.

Secondly, functioning as long term plans, the system is expected to accumulate resources for the long term. For most people, retirement is an action realized in the distant future. Hence the individual pension plans are expected to keep accumulating funds, contributing to consumption smoothing over the life cycle. And, *thirdly*, the individual pensions are supposed to create an alternative source of income for

retirement, and thus reduce the expenditure burden on the mandatory public system. Hence, the system is expected to contribute to the financial sustainability of the public systems, especially the pay-as-you-go systems.

ANALYSIS

The analysis conducted in this paper investigates whether the three expectations related to individual pensions have been realized in Turkey.

Contributions to Investment

As stated, the individual pension system is supposed to provide resources for investment purposes. One very simple and effective way to form an opinion on this issue is to compare the stock of accumulated funds to investment expenditures. This is exactly what Figure 1 does; it compares accumulated individual pension funds to investment related expenditures as part of national income accounts. Even if one excludes construction and focuses on machinery and equipment, the contribution of accumulated funds is limited. It should also be noted that Figure 1 is actually committing a mistake; a stock concept of funds is compared to a flow concept of investment expenditures. Still, the individual pension funds fall short of financing investment.

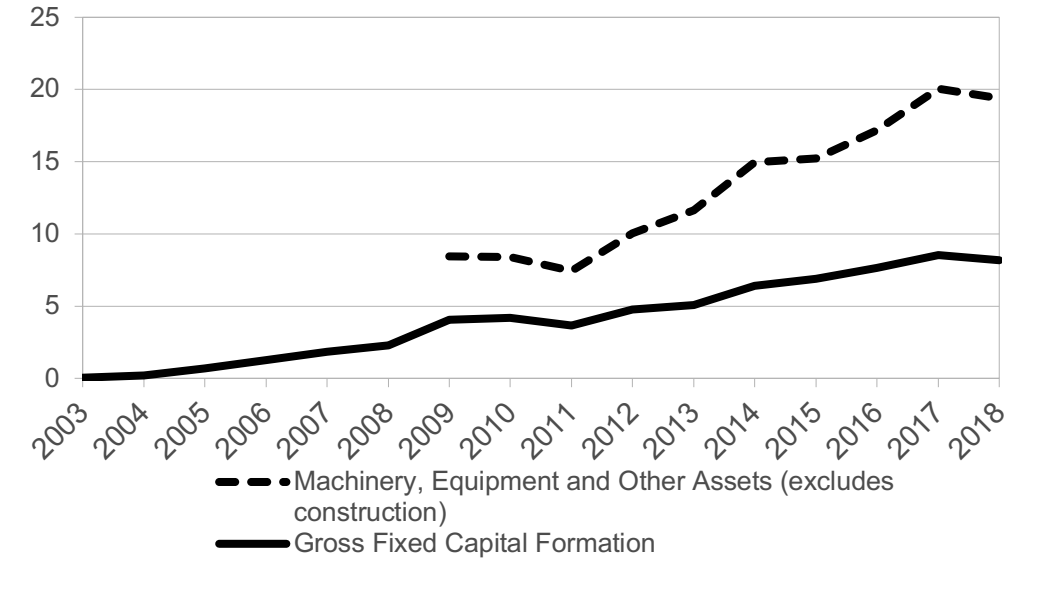


Figure 1: Ratio of Accumulated Individual Pension Funds to Investment, %
Source: Net asset value of accumulated pension funds is compiled from Monthly Statistics of Capital Markets Board of Turkey. Investment related data is from National Income Accounts of TURKSTAT.

The relative small scale of accumulated funds is observable through international comparisons as well. According to OECD (2018: 9), the share of total assets in funded and private pension arrangements, as ratio of GDP in 2017, is 2.6% for Turkey. This is the second lowest in the OECD group; Turkey is

followed by Greece (0.8%). In a broader international context, countries with comparatively very underdeveloped economies such as Ghana (5.4%), Zambia (3.5%) and Mauritius (4.7%) surpass Turkey.

However, it should be noted that the Turkish system is a very young one. It has been in existence for more than a decade and requires considerable time to mature. Thus it is more crucial to focus on the growth of these individual pension funds. Figure 2 compares the growth of these funds to investment growth. In order to avoid the distortionary impact of the 2008 crisis, the figure is initiated as of 2010. Still, the excess of individual pension fund growth over capital formation is evident. The scale of the accumulation may be lacking; but the direction appears to be right.

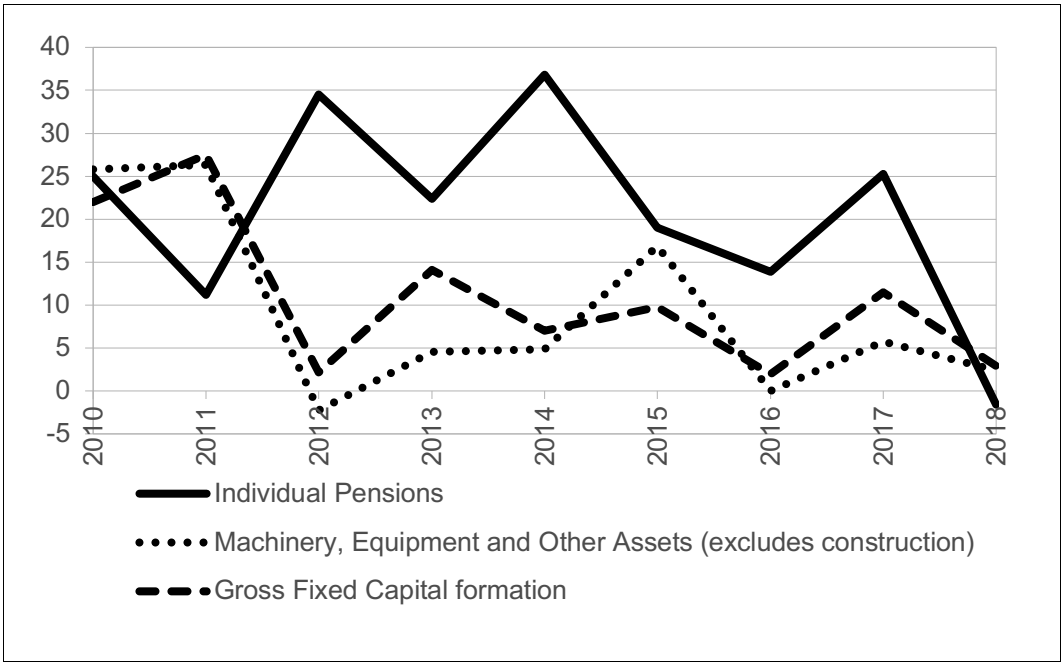


Figure 2: Growth Rates of Individual Pension Funds and Investment
Source: Net asset value of accumulated pension funds is compiled from Monthly Statistics of Capital Markets Board of Turkey. Investment related data is from National Income Accounts of TURKSTAT.

This optimistic outlook is immediately shadowed by data from the Capital Boards Market of Turkey. A cursory examination of Monthly Statistics Bulletins of November 2018 and December 2014 reveals that the system has not explicitly saved in private market instruments. Between 2003 and 2018, more than 50% of the funds were invested in treasury bills. This ratio fell below 50% in 2015 and continues to fall fast. Corporate bonds account for about 10%. There is a jump in favour of foreign securities; their share was less than 1% in 2013 and has reached more than 13% in 2018. Hence it takes a bit of a leap of faith to claim that the current accumulation pattern serves the loanable funds requirements of the domestic private sector.

Individual Pensions as Long Term Plans

The idea behind the introduction of individual pension plans was to provide a channel to save for long term purposes. Basically, the saving function of the public system was to be supplemented by the private sector on a voluntary basis. The question to be tackled next is whether the individual pensions in Turkey are fulfilling this task.

An economist's response to such curiosity would be to emphasize that individuals lack the planning horizon to prepare for retirement. Despite dominating approaches for rational life cycle planning, there is a non-negligible theoretical and empirical literature claiming that consumers are *myopic*.

Hausman (1979) led the investigation of myopic consumption behaviour regarding the purchase of durable goods in relation to related expenditures. Busse, Knittel and Zettelmeyer (2013) question the existence of myopia in relation to car purchases, Cohen, Glachant and Söderber (2017) relate to the refrigerator market and Williams (2016) investigates in the context of bank overdraft fees.

A number of studies present myopia as a theoretical justification for the necessity of pensions (Andersen and Bhattacharya, 2011; Cremer and Pestieau, 2011; Pestieau and Possen, 2008). There is, however, a limited number of empirical studies relating myopia to pension related behaviour and they yield contradicting results. Relating to myopic behaviour, Ven (2010) reports welfare reducing effects of defined contribution pensions for the UK case and states that "… [defined contribution pension] … only survives in context of voluntary participation to the extent that participants are subsidised by non-participants." (Ven, 2010: 29). Chybalski and Marcinkiewicz (2018) report for a cross-section of OECD countries a lack of myopia and put forward the idea that state involvement in pension systems to ensure adequate retirement income is not necessary.

Such an empirical analysis is not available for Turkey. However, two bits of information enable an educated guess. The first one comes from Eren and İleri (2015). Working on a small scale OLG model of Turkey, Eren and İleri (2015) show that representative consumers would tend to cash in their individual pensions every ten years, and restart the accumulation. This is no coincidence; the benefits associated with the individual pensions in Turkey reach a peak level at the tenth year of participation. These benefits take the form of government incentives to the level of accumulated funds. Specifically, if the holder of the pension plan invests money in the fund AND stays in the plan for a certain period of time, 25% of the accumulated funds are invested into the fund by the government. That is, if one person puts 100TL in the fund, the government supports by adding additional funds in to the retirement plan.

This cap can be at most 25% of the accumulated funds. Article 29 of Law no 6327 on the individual pension system in Turkey states that an individual is entitled to 15% of this 25% if he stays in the system for three years, 35% for six years and 60% for ten years. The addition to funds by the government reaches a peak at ten years. Hence, consumers tend to liquify the accumulated amount by year 10; as the model by Eren and İleri (2015) implies. Hence, a representative consumer does not keep the individual pension plan till the time of retirement. There is reason to cash in, at least theoretically.

There is empirical evidence as well. The Individual Pension System Progress Reports of the Pension Monitoring Center present data on terminated pension contracts and their terms. Pension Monitoring Center (2017: 17) shows the distribution of contracts opted out voluntarily by the contract's age of termination. These are quite discernible peaks at month 36, month 60 and month 120. Same observation is repeated in various versions of the same report (Pension Monitoring Center, 2016: 21; 2014: 15). The same phenomenon stated above is probably at play: reaching an optimal point in the maturity of

individual pensions, Turkish consumers tend to dissolve their funds. It should be cautioned that this evidence is kind of circumstantial. Further investigation is necessary. The impression, however, is that individual pensions in Turkey act as short to medium term saving instruments and do not act as retirement focused, long term saving instruments.

Individual Pensions as Income Sources

The last issue considered here relates to what extent an additional income individual pensions provide. This is a challenging question, for the Turkish system is quite young and is at its early stages. Hence there are not enough observations that can be employed to assess the adequacy of individual pensions and their impact on income. Consider, for example, the Household Budget Survey by Turkish Statistical Institute. The 2016 version of the database has only 22 observations with individual pension income, out of a total sample of 40000 individuals, of which nearly 7800 are aged above 55; an important age cut-off considering that attainment of age 56 is a requirement for the reception of individual pensions.

Pension Monitoring Center (2018:52) reports that by the end of 2017 63892 participants have opted to retire. Regarding voluntary participants, the report claims that there are 6924945 participants (Pension Monitoring Center, 2018: 17). Compared to the actives (i.e. the participants continuing to pay premiums), the passives (i.e. the retirees) constitute barely one percent. If this was a pay-as-you-go system, the implied active-passive ratio would have been considered most outstanding.

The limited data on realised pension payments, once more by the Pension Monitoring Center (2018: 52), shows that median accumulation is 44 thousand Turkish Liras and 75% of the pensioners receive benefits of 24 thousand Liras or more. The average funds accumulated by the voluntary participants is 9773 TL (Pension Monitoring Center, 2018: 32). In short; there is a serious lack of data mostly due to the fact that the system is in its early stages. The limited data implies that the ongoing accumulations are low and would provide limited additional retirement income to the participants.

CONCLUSION

This paper briefly presents the place of the Turkish pension reform in the international social security reform agenda. The main argument is that the Turkish case is another case of the reform agenda put forward by the World Bank (1994) report. The individual pension systems as advertised by the World Bank approach are expected to fulfil three main functions. They are supposed to i) function as a source of loanable funds for investment purposes, ii) act as long term planning tools, and, iii) provide alternative sources of retirement income and thus alleviate the financial problems of the public systems.

Referring to data, it is observed that these functions are hardly fulfilled. The system is small and the accumulated funds are not sufficient to be considered a considerable contribution to investment expenditures. The allocation of saving is directed primarily to public debt instruments and the share of foreign securities is fast on the rise. Hence the flow of funds to domestic needs remains limited. To maintain a role of domestic source of savings, a cap on the share of government instruments and foreign assets can be considered.

Turkish consumers tend to liquidify their private pension accounts as certain maturity periods are reached. This corresponds to 36 months (when 15% of the additional government benefits can be acquired), 60 months (35% of the benefits can be obtained) and 120 months (60% of the benefits can be obtained). Consumers appear to treat private pensions as short to medium term tools for saving, rather

than long term planning tools. This can be taken as an indication of myopic behaviour with regards to retirement planning and further investigation is necessary. Depending on findings related to myopic behaviour in relation to retirement planning, policy debates need to be formulated.

The available limited data implies that individual pensions yield very little alternative resources for retirement. The level of accumulated funds implies low pensions; an impression confirmed by the ongoing payments reported by the Pension Monitoring Center.

The implications are straightforward: There is a need to increase awareness on the necessity of participating in the individual pension system. This has many dimensions. Individuals need to be made aware of the changes to social security parameters done in 2008 and the lowered pensions they imply. There is a need to improve financial literacy, if the individuals are to remain in control of their funds, or increase the role of institutions. The trade-off between focusing the funds on the domestic sector and dividing in a portfolio of domestic (private and public), and foreign assets needs to be examined. All in all, individuals need to be made aware of the retirement related financing needs.

REFERENCES

ALPER, Y. (2011), "Sosyal Güvenlik Reformu ve Finansmanla İlgili Beklentiler", Sosyal Güvenlik Dergisi, 1(1), 7-47.

BUSSE, M.R., KNITTEL, C.R., and ZETTELMEYER, F. (2013), "Are Consumers Myopic? Evidence from New and Used Car Purchases", American Economic Review, 103(1), 220-256.

CHYBALSKI, F., and MARCINKIEWICZ, E. (2018), "Myopic Behaviour and State Involvement in a Pension System: A Cross-Section Study for OECD Countries", Ekonomista, 2018(1), 68-88.

COHEN, F., GLACHANT, M. and SÖDERBERG, M. (2017), "Consumer Myopia, Imperfect Competition and the Energy Efficiency Gap: Evidence from the UK Refrigerator Market", European Economic Review, 93, 1-23.

CREMER, H. and PESTIEAU, P. (2011), "Myopia, Redistribution and Pensions", European Economic Review, 55(2), 165-175. DOI: 10.1016/j.euroecorev.2010.07.002

EREN, O. and İLERİ, Ş.G. (2015), "Government Subsidized Individual Retirement System", Central Bank of Turkey Working Paper No 15/20.

HAUSSMAN, J.A. (1979), "Individual Discount Rates and the Purchase and Utilization of Energy-Using Durables", Bell Journal of Economics, 10(1), 33-54.

ÖZBEK, N. (2006), Cumhuriyet Türkiyesi'nde Sosyal Güvenlik ve Sosyal Politikalar, Emeklilik Gözetim Merkezi, Tarih Vakfı.

OECD (2018), Pension Markets in Focus, OECD, Paris.

PENSION MONITORING CENTER (2017), Individual Pension System Progress Report 2016.

PENSION MONITORING CENTER (2016), Individual Pension System Progress Report 2015.

PENSION MONITORING CENTER (2014), Individual Pension System Progress Report 2013.

PESTIEAU, P. and POSSEN, U. (2008), "Prodigality and Myopia – Two Rationales for Social Security", The Manchester School, 76(6), 629-652. DOI: 10.1111/j.1467-9957.2008.01086.x

VEN, J. van de (2010), “The Effects of Myopia on Pension Decisions," National Institute of Economic and Social Research (NIESR) Discussion Papers 356, National Institute of Economic and Social Research.

WILLIAMS, M.L. (2016), “Bank Overdrafting Pricing and Myopic Consumers”, Economics Letters, 139, (84-87), DOI: 10.1016/j.econlet.2015.12.022

WORLD BANK (1994), Averting the Old Age Crisis: Policies to Protect the Old and Promote Growth, World Bank, Washington DC.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Marka şehirlerin mobil uygulamalarının kullanıcı perspektifi ile karşılaştırılması

Full Text / Tam Metin

Melike Pınar[1], M. Talha Akpınar [2], K. Gökhan Yılmaz[3]

Özet

Tarihte birçok şehir yaşanan önemli olaylar vesilesiyle adını duyurmuş ve zamanla cazibe merkezi haline gelerek çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Örneğin Floransa şehri Rönesans'ın doğuşu için bir simge haline gelirken, Manchester şehri gelişen sanayisiyle ön plana çıkarak önemli bir yaşam ve ticaret merkezi olmuştur. Çeşitli sebeplerle bulundukları ülkelerden ziyade kendi bilinirlikleri sayesinde ün kazanan bu şehirler insanların zihninde farklı yerler edinerek zamanla marka şehirlere dönüşmeye başlamıştır. Şehirlerin markalaşması süreci incelendiğinde marka olmalarını sağlayan unsurların nitelik ve nicelik açısından zaman içerisinde farklılaştığı rahatlıkla görülebilir. Özellikle son çeyrek yüzyılda yaşanan gelişmeler bu boyutların arasına teknoloji olgusunun yerleşmesine neden olmuştur. Şehirlerin markalaşma sürecinde teknolojinin vazgeçilmez bir unsur haline gelmesi marka şehir kavramına "akıllı şehir" ve "dijital şehir" kavramlarının da eklemlenmesine neden olmuştur. Teknolojinin hızla farklılaşan ve değişen gelişmelerine ayak uydurmaya çalışan şehirler süreci içselleştirmek adına yoğun çaba içerisine girmişlerdir. Bu çabalardan biri de kayıtsız kalamadıkları mobil teknolojiler olmuştur. Teknolojik bir enstrüman olan akıllı telefonların ve mobil uygulamaların stratejik bir öneme sahip olduğu düşüncesinden hareketle marka şehirler mobil uygulamalar geliştirmeye başlamışlardır. Bu bağlamda çalışma kapsamında küresel marka şehir endeksleri ve Avrupa için hazırlanan marka şehir endekslerdeki temel alınarak, endekslerde üst sırada yer alan ilk beş şehir seçilmiş olup, bu şehirlere ait mobil uygulamalar incelenmiştir. Çalışmanın amacı, marka şehirler kapsamında mobil uygulamaların öneminin ortaya konulması ve ideal bir marka şehir mobil uygulamasının nasıl olması gerektiği konusunda önerilerde bulunulmasıdır. Bu amaçla seçilmiş olan uygulamalar belirlenen kriterler kapsamında karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Sonuç olarak seçilen uygulamaların kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılamada yeterli olduğu görülmekle birlikte uygulamalara eklenebilecek farklı hizmetlerle daha da zenginleştirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler— *Marka Şehir, Akıllı Şehir, Mobil Uygulama, Dijital Pazarlama*

The comparison of brand cities' mobile applications through the user perspective

Abstract

In history, many cities have made a name through some important events thus, have become a centre of attraction and hosted various civilizations. For instance, while the city of Florence became a symbol for the birth of the Renaissance, the city of Manchester became an important centre of life and trade, with its flourishing industry. These cities, which gained fame due to their own reputation rather than the countries they were in for various reasons, started to transform into brand cities in time by getting a distinctive place in the people's mind. When the

[1] Arş. Gör., Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, İşletme Bölümü, Pazarlama ABD, Türkiye, melike.pinar@asbu.edu.tr
[2] Arş. Gör., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Bölümü, Yönetim Bilişim Sistemleri ABD, Türkiye, takpinar@ybu.edu.tr
[3] Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İşletme Bölümü, Pazarlama ABD, Türkiye, g.yilmaz@hbv.edu.tr

branding process of cities is examined, it can be seen that the elements that make them become brands differentiate in terms of quality and quantity over time. Especially the developments in the last three decades have caused to the settlement of the technology phenomenon among these elements. By means of the technology becoming an indispensable element in the process of city branding, smart city and digital city concepts have been included in the city brand concept's framework. The cities, which are trying to keep up with the rapidly changing developments of the technology, have made intense efforts to internalize the process. One of these efforts was the mobile technologies they could not be able to indifferent. Based on the idea that smartphones and mobile applications, a technological instrument, are of strategic importance, brand cities have started to develop mobile applications. In this context, the top five cities in the indexes were selected based on the global city branding indexes and the city branding indexes prepared for Europe and the mobile applications of these cities were examined. The aim of the study is to reveal the importance of mobile applications under city branding and to make suggestions about how to make an ideal brand city mobile application. The applications chosen for this purpose were evaluated comparatively within the scope of the determined criteria. As a result, it is seen that the selected applications are sufficient to satisfy the needs of the users but they should be enriched with different services that can be added to the applications.

Key words—*City Branding, Smart City, Mobile Application, Digital Marketing*

JEL Kodu: *M30, M31*

1. GİRİŞ

1990'lı yıllarda ekonomi alanında kullanılmaya başlanan "Küreselleşme" kavramı günümüzde çok daha geniş olarak ele alınmaktadır. Bilgi iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve özellikle internetin kullanımının yaygınlaşması kavramın çerçevesinin genişlemesine neden olmuştur. Küreselleşme kavramı dünyanın daha ulaşılabilir ve erişilebilir olduğu algısını oluşturmuş, malların ve sermayenin küresel olarak dolaşımının yanı sıra, insanların zihinlerindeki sınırları da kaldırarak onların farklı ülkelere olan seyahatlerinin artmasını sağlamıştır. Bu sayede yerli ve yabancı turizm hızla gelişmiş ve ülkeler ve hatta şehirler için rekabetçi bir ortamın oluşmasına zemin oluşturmuştur. Bu sebeple şehirler kendi aralarında ve dünyadaki diğer şehirlerle rekabet edebilmek adına markalaşma faaliyetlerine önem vermiştir ve bu sayede şehir markalaşması kavramının gelişmesini sağlamışlardır. Fakat her şehrin dinamiğinin birbirinden farklı olması şehir markalaşmasında benzer yöntemlerin kullanılması durumunda bile izlenilecek yolların farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu anlamda bir şehrin marka olmasını sağlayan unsurların değişiklik göstermesi de söz konusudur. Bununla birlikte şehirlerin markalaşmasını sağlayan bazı ortak unsurlar da bulunmaktadır ve bu unsurların başında son yıllarda hayatın neredeyse her alanına etki eden teknoloji gelmektedir. Teknolojik gelişmeler şehrin mimarisinden, alt yapısına, idari işlerinden turizm enstrümanlarına kadar her noktaya ulaşmakta ve şehir paydaşları için daha yaşanılabilir alanlar oluşturulmasını sağlamaktadır. Teknolojinin şehirlerle bu denli entegrasyonu "Akıllı şehir" kavramının doğmasına neden olmuştur. Akıllı şehirlerin ön plana çıkması aynı zamanda marka şehirler için rekabet edilebilirlik unsuru oluşturmuştur ve marka şehir olma sürecinde belirleyici bir rol üstleneceği ön görülmektedir. Bu noktada diğer marka şehir unsurlarında olduğu gibi şehrin paydaşlarına ulaşabilmesi önem taşımaktadır. Akıllı şehirlerin şehir paydaşlarına ulaşabilecekleri en temel teknolojilerden biri ise son on yılda kullanımı hızla artan akıllı telefonlardır. Akıllı telefonlarda yer alan mobil uygulamalar ile bir yandan marka şehirler için canlı bir rehber olma niteliği taşırken, bir yandan da akıllı şehir imkânlarının marka şehirlere entegrasyonu ve kullanımı sağlanabilecektir. Bu iki kavramın da teknolojiyle buluşma noktası olan mobil uygulamaların öneminin zamanla daha da artacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla yapılan bu çalışmada çeşitli marka şehir

endeksleri temel alınarak, endekslerde üst sırada yer alan ilk beş şehir seçilmiş olup bu şehirlere ait mobil uygulamalar incelenmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde marka şehir kavramı, akıllı şehir kavramı ve mobil uygulama kavramları ele alınmıştır. İkinci bölüm araştırma kısmını oluşturmaktadır ve marka şehirlerin mobil uygulamaları çeşitli kriterler kapsamında karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Son bölümde ise yapılan araştırmadan elde edilen sonuçlar ortaya konulmuş olup, marka şehirlerin mobil uygulamalarıyla ilgili sunulan önerilere yer verilmiştir

2. ŞEHİR MARKALAŞMASI

Şehir pazarlaması 19. Yüzyıldan bu yana uygulanmaktadır (Ward, 1998), ve bu pazarlama faaliyetleri son çeyrek yüzyılda şehre gelen yatırımların arttırılması, turizm gelirlerinin arttırılması ve belirli bölge sakinlerinin olduğu yerlerde yoğunlaştırılması adına bir rekabet unsuru olarak ele alınmaya başlanmıştır (Kotler vd., 1999). Bu anlayış küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan bilgi toplumunda, kişilerin değişen istek ve ihtiyaçlarına karşılık vermekte yetersiz kalmaktadır. Bununla birlikte şehir pazarlaması faaliyetlerinin etkinliğini artırabilmek ve teknoloji sayesinde sürekli değişen trendlere ayak uydurabilmek adına şehir markalaşması faaliyetleri önem kazanmaya başlamıştır. Kotler vd. (1999) yaptıkları çalışmada markalaşmanın şehir pazarlaması için güzel bir başlangıç noktası olacağını ileri sürmüş ve bu faaliyetlerin şehir imajının yönetilmesinde bir çerçeve çizeceğini belirtmiştir (Kavaratzis, 2004: 66). Rainisto (2003)'e göre ise şehir markalaşmasında, tıpkı literatürde kullanılan marka kavramında olduğu gibi, şehirlerin fonksiyonel, sembolik ve duygusal ihtiyaçları bulunmaktadır ve bu özellikler tatmin edici düzeyde sağlandığında, şehirler rekabet arenasında kendilerine özel bir yer edinebileceklerdir (Ashworth and Voogd, 1990). Şehir markalaşması dolayısıyla şehre ait bir imaj oluşturulması ve markalaşma sürecine ait dinamiklerin şehirler için uygulanmasını kapsayan bir süreç olacaktır. Zenker ve Braun (2010), Keller (1993)'ın marka bilgisi konseptine dayanarak şehir markalaşmasını tüketicilerin zihninde belirli bir şehre ait amaçları, değerleri, iletişimi, kültürü ve şehrin genel tasarımını içeren görsel, sözlü, davranışsal ifadelerin bir bütünü olarak tanımlamışlardır. (Zenker ve Braun, 2010: 4). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere markalaşma sürecinde bireylerin algıları ve şehir imajını oluşturan unsurlar şehir markalaşma sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Şehir markalaşmasının son yıllarda pazarlama yazınında geniş yer bulması konunun öneminin ne denli arttığına da göstermektedir. Kavaratzis vd. (2015) çalışmalarında şehir markalaşmasının önemini beş başlıkta özetlemiştir:

Yoğun rekabet: Marka şehir olmak, şehirlerarasındaki yoğun rekabet ortamında şehrin diğerlerinden ayırıcı bir niteliğe sahip olmasını sağlar. Ayrıca küresel sermaye ve insan akışı içerisinde şehrin istenen pozisyonunu korumasını da sağlayacaktır.
Paydaşlar arası iş birliği: Şehir markalaşması faaliyetleri çeşitli paydaşların ortak bir hedef belirlemesi ve bu hedefe ulaşmak için birlikte çalışması için "ortak zemin" oluşmasını sağlar. Birlik sinerjisi oluşturularak farklılıkların bir araya getirilmesi ve şehrin gelişmesi için birlikte çalışmayı teşvik eder.
Olumlu deneyim: Şehir markalaşması bir şehirde yaşanılabilecek olumlu deneyimlerin planlı bir şekilde arttırılmasını gerektirir. Şehrin paydaşlarının hissettiği olumlu deneyimler attıkça da yaşadıkları, ziyaret ettikleri veya yatırım yaptıkları şehre dair tatminleri de böylelikle artmış olur. Bu durum şehir markalaşmasında yapılan yönetsel çabaların bireylerin beklentileriyle aynı düzeye gelmesini de sağlar.

Olası problemlerin çözümü: Marka şehirler, şehirlerin pratik/fonksiyonel bir takım sorunlarına çözümler sunmaktadır. Örneğin planlı bir geliştirme / yenileme projesi için yatırımın nasıl çekileceği, bölgedeki turistik bir kaynaktan nasıl faydalanılacağı, yeniden geliştirilen bir alanın kullanımının nasıl arttırılacağı konularında marka şehirlerde daha fonksiyonel çözümler bulanabilmektedir.

Stratejik rehber olma: Şehir markalaşması, şehrin geleceği için bir vizyon sağlayacağı gibi, bu vizyona ulaşmada yardımcı olacak çeşitli stratejilerin planlanması ve uygulanması için bir yön tayin eder. Böylelikle marka şehirler vizyonu olan ve sürekli gelişen şehirler haline gelirken, markalaşmak adına geçtikleri aşamalarda da stratejik bir rehber oluşturmuş olurlar.

Şehir markalaşması sürecinde ürün markalaşması temel alınarak bir yol izlenilmektedir fakat markalaşmaya konu olan ögeler farklı olduğundan dolayı gerçekleştirilen faaliyetler de farklılık göstermektedir. Bu sebeple marka şehirlerin başarılı olabilmesi için bazı faktörler ön plana çıktığı görülmektedir. Bu faktörler; stratejik yaklaşım, şehir kimliğinin ve imajının oluşturulması, şehir paydaşlarının sürece katılımı, uygulama, izleme ve değerlendirmedir (Baker ve Cameron, 2008). Bu faktörlere paralel olarak şehir markası geliştirmek için takip edilmesi gereken bir süreç söz konusudur. Bu süreç çeşitli işlem basamaklarından oluşmaktadır ve bu basamaklar birbirini takip eder şekilde ilerlemektedir. Bir başka deyişle şehir markalaşması için bir yol haritası niteliğinde olan bu işlemler, her bir basamaktaki çıktının bir sonraki aşamanın girdisi olarak kullanılmasıyla ilerlemekte ve bir sonuç oluşturmaktadır (Yılmaz, 2017: 23). Morgan vd. (2004) ve Baker ve Cameron (2008) çalışmalarında şehir markalaşması gelişim sürecini şu şekilde oluşturmuşlardır:

1. Aşama: Pazarın araştırılması, analizi ve stratejik önerilerin sunulması
2. Aşama: Marka kimliğinin geliştirilmesi
3. Aşama: Markanın lansmanı ve tanıtılması
4. Aşama: Uygulama
5. Aşama: Sürecin izlenmesi, değerlendirilmesi ve incelenmesi

Bu süreç kapsamında bir şehrin markalaşmasını sağlayacak birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar somut ve soyut temelli unsurlar olmak üzere genel olarak iki başlıkta toplanabilmektedir ve bu unsurlar aynı zamanda bir şehrin kimliğini oluşturan unsurlarla eşdeğer görülmektedir (Kavaratzis ve Hatch, 2013). Kalandides (2011) bu unsurları şehir imajı, maddi unsurlar (binalar, sokaklar, meydanlar vb.), kurum ve kuruluşlar (yasalar, düzenlemeler, örgütler vb.), ilişkiler (sosyal sınıflar, üretim yapısı, cinsiyet vb.) ve insanlar (gelenekler, tekrar eden davranışlar, günlük yaşam vb.) olarak beş maddede ele almıştır. Bir şehrin marka olabilmesi için bu unsurların göz önünde bulundurulması gerekmektedir; bununla birlikte şehirlerin markalaşma süreci içerisinde farklı boyutlar etkili olmaktadır. Yapılan nicel ve nitel araştırmalar çerçevesinde bir şehri marka şehir yapan birçok boyut elde edilmektedir. Ayrıca birçok kurum ve kuruluş da şehirlerle ilgili çeşitli endeksler yayımlayarak, marka şehir olma sürecinde farklı boyutları ele almaktadır. Şekil 1'de literatürde yapılan çalışmalar neticesinde ortaya çıkan marka şehir boyutlarından örnekler yer almakta olup, Tablo 1'de marka şehirlerle ilgili hazırlanan küresel endekslerde kullanılan boyutlar yer almaktadır. Bu boyutlar ülkelere, şehirlere ve bölgelere göre farklılık gösterebilmektedir.

Şekil 1. Marka şehir boyutları

Marka Şehir Boyutları	Yılmaz (vd. 2013); Yılmaz (2017): Kullanılabilirlik ve erişilebilirlik
	Merrilees vd. (2009): Doğa, iş, yaratıcılık, alışveriş, marka(bilinirlik), ulaşım, kültürel etkinlikler, devlet hizmetleri, sosyal yapıştırma
	Prayag (2010a):Zihinsel çağrışımlar, bilişsel çağrışımlar, duyuşsal çağrışımlar,bütünsel çağrışımlar
	Parkenson ve Saunders (2004): Maddi unsurlar (ör. kültür, tarih,gece hayatı, alışveriş, altyapı, konut ve iş yerleri), manevi unsurlar (ör. kişiliği ve duygusal yönleri)

Tablo 1. Marka şehir ile ilgili oluşturulan küresel endeksler ve değerlendirilen marka şehir boyutları

KÜRESEL ENDEKSLER	1.Boyut	2.Boyut	3.Boyut	4.Boyut	5.Boyut	6.Boyut
A.T Kearney Küresel Şehirler Endeksi-2018	İş Etkinliği	Beşeri Sermaye	Bilgi Alışverişi	Kültür Alışverişi	Siyasete Katılım	
Anholt-GfK Marka Şehir Endeksi-2017	Mevcudiyet/ Var olma	Yer/Mekân	Ön Koşullar	İnsanlar	Çekicilik	Potansiyel
Guardian Cities Global City Brand Barometer-2014 with Saffron	İklim	Altyapı	Güvenlik	Çekicilik	Gayrisafi yurtiçi hâsıla	Şehir hakkında konuşulması
	Suç Oranı **(7. Boyut)**	Facebook beğeni sayısı **(8. Boyut)**				
Küresel Güç Şehri Endeksi-2018	Yaşanabilirlik	Çevre	Ulaşılabilirlik	Ekonomi	AR&GE	Kültürel Etkileşim
MasterCard:Küresel Hedef Şehirler Endeksi-2018 (Tahmini)	Uluslararası Konaklayan Ziyaretçi Sayısı	Uluslararası Ziyaretçilerin Yaptığı Harcamalar				

Reputation Institute: İtibarlı Şehirler Endeksi-2018	İtibar Hissetme Arzu Güven	Çekici çevre	Etkili hükümet	Gelişmiş ekonomi		
Resonance Danışmanlık: Şehirlerin Marka Değeri Endeksi-2018	Yer	Programlama	Refah	Ürün	İnsan	Tutundurma

Çalışmalar sonucunda elde edilen boyutlar, zamana, kişiye ve bağlama göre değişiklik ve çeşitlilik göstermektedir. Özellikle içinde bulunulan çeyrek yüzyılda yaşanan değişimler hayatın birçok alanında olduğu gibi yaşam alanlarını da büyük ölçüde etkilemiş, gelişen teknolojiyle birlikte şehirler yeniden yaratım sürecine girmiştir. Bu gelişmeler markalaşma sürecindeki şehirler için teknolojinin ele alınması gereken önemli bir boyut olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda marka şehir kavramına teknolojinin ön planda olduğu şehirlerin itibarını ve şehir paydaşlarının refahını attıracak bir kavram olan "akıllı şehir" kavramı da eklenmektedir. Çalışma kapsamında marka şehir olarak nitelendirilen şehirlerin değerlendirilirken aynı zamanda "Akıllı Şehir" olma özelliğini veya "Akıllı Şehir" olma derecesinin de dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir.

Akıllı şehir kavramı 90'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. California Akıllı Topluluklar Enstitüsü, toplulukların nasıl akıllı olabileceği ve bir şehrin bilgi teknolojilerini hayata geçirmek için nasıl tasarlanabileceğine odaklanarak akıllı şehir konseptini ilk başlatanlar arasında yer almıştır (Alawadhi vd., 2012). Sonrasında teknolojik gelişmelere paralel olarak "Akıllı Şehir" kavramı hem teoride hem de pratikte işlerlik kazanmıştır. Akıllı şehir kavramının önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Birleşmiş Milletler 'in 2018 yılında yayımladığı "Kentleşme Beklentileri Projeksiyonu" başlıklı haberinde dünya nüfusunun %55'inin kentlerde yaşadığı belirtilirken bu oranın 2050 yılına kadar %68'i bulacağı da tahmin edilmektedir (UN, 2018). Şehirleşmenin bu denli yoğun ve hızlı olması sağlıktan, altyapıya eğitimden ulaşıma pek çok sorunu da beraberinde getirmektedir. Bu noktada akıllı şehirler var olan ve doğabilecek sorunların çözümü ile birlikte daha yaşanılabilir, yenilikçi ve sürdürülebilir şehirlerin oluşumunda kilit bir rol oynayacaktır.

Akıllılık konsepti bilgi iletişim teknolojilerinin altyapılarının yoğun kullanımına ve mobil teknolojinin ve uygulamalarının yayılmasıyla ortaya çıkmıştır (Lamsfus vd., 2015b). Guo vd. (2014) akıllı şehirleri, entegre teknolojiye, endüstrilerin yakınlaşmasına ve akıllı hizmetlere sahip olan kentsel sosyal sistemlerin yeni bir yönetim ve gelişme modeli olarak tanımlamıştır. 2016 yılında yayımlanan Türkiye Akıllı Şehirler Değerlendirme Raporunda ise akıllı şehirler vatandaş odaklı (sürdürülebilir ve refah düzeyi yüksek, paydaşların faydalanabileceği sayısal ve beşeri sistemler) ve teknoloji odaklı (Akıllı teknolojilerden elde edilen verilerin işlenmesi ve kullanılması) olarak iki farklı yönden ele alınmıştır. Bununla birlikte literatürde akıllı şehirler için pek çok farklı tanım bulunmaktadır, fakat bu tanımlar bilgi teknolojileri, mobil teknolojiler, sürdürülebilirlik ve paydaşların faydası gibi ortak noktalar üzerinde durmaktadır (Albino vd. 2015). Bu noktada Birleşmiş Milletler "Akıllı Şehirler" için bir çerçeve çizerek bu kavramın sınırlarını ortaya koymuştur. Akıllı Devlet, Akıllı Ekonomi, Akıllı Ulaşım, Akıllı Çevre, Akıllı Yaşam ve Akıllı Vatandaş yapı taşları "Akıllı Şehirler" in genel çerçevesini oluşturmaktadır. Bu bileşenler aynı zamanda kurumsal faktörler, teknoloji faktörleri ve insan faktörleri ile de desteklenerek bu sürecin bileşenleri konumundadır ve süreci tamamlamaktadır (European Parlement, 2014; Türkiye Bilişim Vakfı, 2016).

Şekil 2. Akıllı Şehirlerin Yapı Taşları ve Bileşenleri



Kaynak: Mapping Smart Cities in the EU (2014)'dan aktaran Türkiye Bilişim Vakfı,2016

Türkiye Bilişim Vakfı'nın yaptığı ilgili çalışmada Akıllı Şehirlerle ilgili iki önemli sonuç bulunmaktadır. Bunlardan ilki şehirlerin akıllı olmasında en büyük ikinci etken şehir markalaşması yarışı içinde yer alabilmektir. İkinci önemli sonuç ise Akıllı şehirlerden vatandaşların faydalanabilmesi adına kullanılan teknolojilerde mobil teknolojilerin ilk sırada yer almasıdır (Türkiye Bilişim Vakfı, 2016). Şehirlerin markalaşmasında önemli bir köşe taşı olabilecek bir olgu olan akıllı şehirler, vatandaşlarını hizmetlerini sunabilmek adına mobil teknolojilerden faydalanmaları gerekecektir. Bu kapsamda çalışma marka şehirler ve marka şehirlere ait mobil uygulamalar üzerine yoğunlaşmıştır.

3. MOBİL CİHAZLAR VE MOBİL UYGULAMALAR

İletişim yöntemleri günden güne gelişmekte ve farklılaşmaktadır (Parvinen vd, 2011). Özellikle 2000'li yıllardan sonra ortaya çıkan teknolojik gelişmeler pek çok kişinin vazgeçilmezi haline gelmiştir. Günümüzde bu teknolojik gelişmelerden hiçbiri cep telefonu kadar vazgeçilmez olmamıştır (Goggin ve Clark, 2009). Bununla birlikte cep telefonlarının akıllı mobil cihazlara dönüşmesi de bu cihazları vazgeçilmez yapan unsurlar arasında yer almaktadır. Bu akıllı mobil cihazların kullanımını cazip hale getiren ve işlevsel temel özelliği çeşitli işletim sistemleri aracılığıyla içlerinde barındırdıkları mobil uygulamalardır. Karvonen vd. (2004), mobil uygulamalarda yer alan teknolojik bileşenleri dört teknolojik katman olarak tanımlamıştır (Tarnacha ve Maitland, 2006). Mobil uygulamalar bağlamında ele alınan bu katmanlar mobil cihazları tanımlamakla birlikte bu cihazların nasıl işlerlik kazandığını da göstermektedir. Bu katmanlar; mobil cihazlar, mobil işletim sistemleri, mobil ortamlar ve mobil ağlardır. Mobil cihazlarla, kişisel bilgisayarlar aracılığıyla yapılabilen her işlem, hatta daha fazlası yapılabilmektedir ancak bilgisayarlarla yapılanlar kadar etkili olmamaktadır. Mobil cihazların

taşınabilir, kişisel ve sürekli iletişime açık olmaları onların bilgisayarlardan daha aktif kullanılmasını sağlamaktadır. İkinci olarak mobil cihazlar üreticisi tarafından yüklenen bir işletim sistemi ile birlikte satılmaktadır ve bu yüzden seçilen cihaza göre var olan işletim sistemine bağlı kalınmaktadır. Üçüncü katman cihazın sahip olduğu işletim sistemi doğrultusunda ilgili ortamda geliştirilen mobil uygulama alanlarıdır. Son katmanda, operatörler tarafından hücresel sistemler üzerinden sağlanan bağlantılar yer almaktadır. Bu bağlantılar teknolojik gelişmelerle daha güçlü ağlar oluşturmakta ve kullanıcılara daha hızlı bir deneyim sunmaktadır. 1970'lerde Birinci Nesil (1G) ile başlayan bu sistemde günümüzde 5G denemeleri yapılmaktadır. Çalışma kapsamında bu katmanlardan kullanıcılarla aktif iletişimin sağlandığı ve hizmet sunumunun gerçekleştiği katman olan mobil uygulama katmanı ele alınmıştır.
Mobil işletim sistemlerinin çeşitliliği mobil uygulamalara olan ihtiyacı ortaya çıkartmakta ve yeni mobil internet teknolojileri mobil uygulamaların yaygınlaşmasına yardım etmektedir (Dyer vd, 2012). Mobil uygulama kullanımı mekândan bağımsızdır, kullanıcılar sınırsız ve değişken ortamlarda bulunarak, işlerini pek çok şekilde gerçekleştirebilmektedir. Aynı zamanda mobil uygulamaların web sitelerinden daha hızlı ve kolay kullanıma sahip olması kullanıcıları mobil uygulama kullanmaya teşvik etmektedir. Bunların yanında hizmet sağlayıcılar, tüketiciler için her yerde ve her zaman kullanabilecekleri mobil hizmetleri sunarak, rekabet dünyasında güçlü olmaya çalışmaktadır. İçinde bulunulan şartlar, rakipler açısından hizmetlerin mobil ortamda sunulmasını bir avantaj olmaktan öte bir zorunluluk haline getirmektedir. Böylelikle birçok hizmet sağlayıcı tarafından tüketicilere farklı mobil uygulamalar sunulmuştur. Tüketicilere sunulan geniş seçenekler hızlı tüketimi de beraberinde getirmiş, tüketicileri daha seçici olmaya yöneltmiştir. Bu nedenle sunulan mobil uygulamaların tercih edilebilirlik noktasında anlamlı olması için kullanıcılara hitap edecek bir şekilde sunuluyor olması önem taşımaktadır.
Bu anlamda mobil uygulamalarla ilgili hedef kitlenin beklentisi ve bu doğrultuda yazılım geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Mobil uygulama geliştirirken temel olarak dikkate alınacak noktalar, cihazların küçük ekranları ve bu durumun meydana getirdiği navigasyon sorunudur. Bunlar dışında bağlantı kesintileri, sınırlı işlemci gücü, az hafızası da uygulama geliştirmeyi etkileyen diğer bileşenlerdir.

Mobil uygulamaların küçük ekranlarda kullanılıyor olmasından dolayı, kullanıcıya sunulacak ya da kullanıcıdan istenecek bilgi, daha küçük miktardadır ve bilgilerin sunulduğu metinler ekrana uygun küçük puntolardan oluşmaktadır. Bu nedenle bilgilerin kritik noktaları kapsayacak şekilde sadeleştirilip, ekranda ilk bakışta fark edilecek şekilde yerleştirilmesiyle, mobil uygulama metin görselliğinin artması sağlanabilir (Chittaro, 2006). Mobil uygulama içerik ilişkileri doğrultusunda gruplandırılıp, birbirini izleyen ve yeni pencerelerde gösterilen menüler şeklinde hiyerarşik olarak oluşturulur (Lee ve diğerleri, 2005). Bununla birlikte uygulama geliştiricileri için "Üç Katmanlı Geliştirme Modeli" (Ayob vd, 2009), Mobil İş Yöntem Modeli (Glissmann, 2005), Salmre'ın Geliştirme Modeli (Mikkonen, 2007) gibi farklı model önerileri sunulmuştur. Mobil uygulama yazılımı geliştirme süreci tasarımı için, klasik yazılım yaşam döngüsü, şelale modeli, hızlı uygulama geliştirme modeli ve spiral model gibi pek çok yazılım geliştirme modeli vardır. Bu kavramsal modeller proje yönetiminde ve bilgi sistemi geliştirme projelerinin aşamalarını belirlemede kullanılır. Aşama sayısı, detay seviyeleri ve akış tipleri (döngü veya ardışık) bu modelleri ayıran özellikler iken problemin analizi, yazılım geliştirme, uygulama, entegrasyon, test ve bakım; genel olarak sahip oldukları safhalardır (Glissmann, 2005).
Mobil cihazların en önemli kalite değeri kullanılabilirlikleridir ve bu nedenle mobil cihaz endüstrisinde kullanılabilirliğin değerlendirilmesi gittikçe daha önemli rol oynamaktadır (Heo vd., 2009). Ayrıca mobil cihazların karakteristiklerinden kaynaklanan, mobil cihaz arayüzlerinde pek çok zorluk ve sınırlar olduğu için mobil cihaz teknolojilerinde kullanılabilirliğin değerlendirilmesine diğer tüm alanlara göre

daha fazla önem verilmektedir (Coursaris ve Kim, 2006). Tüm yazılım türleri için kullanılabilirliğin aşağıdaki üç yönünü dikkate almak önemlidir (Nayebi ve diğerleri, 2012):

• Daha verimli kullanım: Belirli bir görevi tamamlamak için daha az zaman almasıdır.
• Daha kolay öğrenme: Nesne gözlenerek işlemler öğrenilebilmesidir.
• Daha fazla kullanıcı memnuniyeti: Kullanıcı beklentilerini karşılamasıdır.

Bununla birlikte mobil uygulama kullanılabilirliği ile ilgili; değerleme (Alshehri ve Freeman, 2012; Hoehle ve Venkatesh, 2015), ölçme-değerlendirme (Zhang ve Adipat, 2005), güvenlik (Oberheide ve Jahanian 2010) gibi pek çok çalışma yapılmış, kullanıcı kabulüne, mobil uygulamaların kullanılabilirliğinin etkisi, güvenlik ve kullanıcı tecrübesi ön plana çıkmıştır (Ryan ve Gonsalves, 2005). Bireysel kullanıcılar için önem taşıyan mobil uygulamaların şehirler ve yerel yönetimler için BİT (Bilgi İletişim Teknolojileri) hizmetlerinin vatandaşlara sunulmasında ve vatandaşların yaşam kalitesini arttırmada oynayabileceği rolü araştırılmakta, dinamik metotlar geliştirmekte ve bunlara somut kavramlar bulmaya çalışılmaktadır. Son yıllarda, bu arayış genellikle "Akıllı Şehir" kavramında toplanmaktadır. Akıllı şehir mobil uygulamasının henüz netleşen bir tanımı olmasa da, ihtiyaca uygun şekilde belediye ya da özel bireyler tarafından oluşturulabilen, bir şehir/kent için vatandaşların ya da turistlerin rahatça erişebildiği "giriş, ana sayfa, harita/navigasyon, turizm, şehir rehberi, spor, rezervasyonlar, parklar, bisiklet paylaşımı, etkinlikler, şarj istasyonları, öneriler, şehir otobüsleri, yayınlar, trafik, eczaneler, belediye haberleri, etkileşimli belediyecilik faaliyetleri ve bildirimleri, bulut erişim, şenlikleri, ticari faaliyetler, sadakat, alışveriş ve çevre" alt başlıklarını içeren mobil uygulamalardır. Yapılan çalışmada mobil uygulamalar akıllı şehir mobil uygulaması kapsamında da değerlendirilecek olup mobil uygulama kullanışlılığı ve akıllı şehir uygulamaları kapsamında önerilerde bulunulacaktır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE TASARIMI

Çalışmanın amacı, marka şehirler kapsamında mobil uygulamaların öneminin ortaya konulması ve mevcut uygulamaların karşılaştırılması sonucu elde edilen veriler kapsamında ideal bir marka şehir mobil uygulamasının nasıl olması gerektiği konusunda önerilerde bulunulmasıdır.

Çalışma kapsamında küresel marka şehir endeksleri ve Avrupa için hazırlanan marka şehir endekslerdeki temel alınarak, endekslerde üst sırada yer alan ilk beş şehre ait mobil uygulamalar; bilişsel değerler, uygulamanın kullanışlılığı ve kalite değerleri (Ji vd, 2006; Heo vd. 2009; Namlı, 2010) alt başlıklarında değerlendirilmiştir. Akıllı şehir mobil uygulaması doğrultusunda popüler olduğu düşünülen uygulama dikkate alınmış ve değerlendirmeler bu yönde yapılmıştır.

Bu çalışmanın verileri Şubat 2019' da toplanmıştır ve bu anlamda şehirlerdeki durumun anlık görüntüsünü çıkarılmaya çalışılmıştır. İki ana veri kaynağı iTunes App Store ve Google Play mağazalarından, daha fazla açık veriye erişilebildiği için Google Play sonuçları tercih edilmiştir. Her iki platform için döndürülen sonuçlar, farklı kategoriler ve bilgiler içermektedir. Bu bilgilerin bazıları halka açık bir şekilde bazıları ise özel kişiler ya da geliştiriciler için sunulmaktadır.

Tablo 2. Araştırmada kullanılan değerlendirme kriterleri

Bilişsel Değerler	Uygulamanın Kullanışlılığı	Kalite Değerleri
Kullanımdan duyulan mutluluk /memnuniyet	Kullanım zorluğu	Amacın uygunluğu

Kullanım karmaşıklığı /öğrenilebilirliği	Kullanım kolaylığı	İhtiyaçların karşılanması
Kullanım için gereken konsantre	Kullanımdaki hâkimiyet	Geliştirme yapılması
	Navigasyon kolaylığı (Yapmak istenilen bir görev hızlıca yapılabiliyor mu? Menülerin alt kırılımları tahmin edilebilir mi?)	Telefon kullanımı ile uyuşması
	Uygulamanın görsel açıdan kullanışlı olması (Grafiklerin, ikonların ve pop-upların kullanımı)	Güvenlik
		Kullanım yerinin etkisi
		Uygulamanın kişiselleştirelebilirliği

Kaynak: Namlı, 2010; Heo vd. 2009; Ji vd. 2006

5. BULGULAR

İlk olarak, Londra resmi mobil uygulaması olan tek şehir olarak mobil uygulamaya ne kadar önem veren bir yönetimi olduğunu göstermektedir. Bilişsel değer olarak Londra şehir uygulaması 100.000'den fazla indirilme sayısına sahip ve 700'den fazla değerlendirme sonucu ortalama 4,5 puan almıştır. İlgili uygulama gerekli menüleri ve alt kırılımları içermektedir, kullanım karmaşık seviyesi kabul edilebilir olarak belirtilmiştir. Uygulamada içerik olarak şehir içi ulaşım, alışveriş yerleri ve listeleri, çevrimdışı harita uygulaması ve kent kampanyalarına ulaşılabilmektedir. Uygulamada eksik görülen nokta ise belediyecilik ve şehir hükümeti ile interaktif etkileşimine sahip olmaması olarak gösterilebilir. Uygulamanın akıcılığı ve saydamlığı kullanım kolaylığı sayesinde akıcı ve ücretsiz menüleri sayesinde erişilebilir, saydam olarak değerlendirilmiştir. Uygulamanın kalitesi ise amacın uygun olarak; ihtiyaçların karşılanması, geliştirme yapılması ve telefon kullanımı ile uyuşması olumlu olarak değerlendirilmiştir. İnteraktif haritası uygun ağ bağlantısı olduğunda ve kullanım yerinde kullanıldığı takdirde yüksek doğruluk payına sahip olmaktadır.

Paris şehir uygulamasını bilişsel değer olarak incelendiğinde, 100.000'den fazla indirilme sayısına sahip ve uygulama ile ilgili 2713'den fazla değerlendirme yapılmış olup sonuç olarak ortalama 4,4 puan almıştır. Paris adına çok fazla oyun, moda ve alışveriş uygulaması olsa da, diğer tüm şehirler gibi Paris mobil uygulamaları da yer almaktadır. Fakat Paris adıyla uygulamaların çokluğunun yanında tam anlamıyla tüm ihtiyaçları kapsayan bir Paris şehir uygulaması bulunmamaktadır. Hâlihazırdaki en popüler uygulamada çevrimdışı haritalar, alışveriş yerleri ve gezilecek yerler olsa da belediyecilik faaliyetleri, hava durumu gibi diğer şehir uygulamalarında bulunan menüler bulunmamaktadır. Karmaşıklık düzeyi çok yüksek olmayan uygulama aynı zamanda akıcı ve interaktif menüler içermektedir. Paris şehir uygulama kalitesi ise telefon kullanımı ile uyuşması olumlu olarak değerlendirilse de şehircilik faaliyetleri ile ilgili ihtiyaçları karşılamadığı düşünülmektedir. İnteraktif ve çevrimdışı haritası şehir merkezi kullanımlarında başarılı ve hızlı sonuçlar vermektedir.

Amsterdam şehri akıllı şehir uygulamaları ile dünyanın ileri gelen şehirlerindendir. Şehir uygulamalarında ise resmi web sitesinde şehrin önde gelen mobil uygulamalarını web sitesinde

ayrıntılarıyla belirtilmiş. En popüler mobil uygulama 100.000'den fazla indirilmiş ve 1240 değerlendirme sonucunda 4,4 puan almıştır. Uygulamanın akıcılığı kullanım kolaylığı sayesinde başarılı ve interaktif menüleri sayesinde erişilebilir olarak değerlendirilmiştir.

Barcelona özellikle son yıllarda teknoloji yatırımları ile ön plana çıkmaktadır. Bunun yanında resmi mobil uygulaması olan bir diğer şehir olarak mobil uygulamaya ne kadar önem veren bir yönetimi olduğunu göstermektedir. Bilişsel değer olarak Barcelona şehir uygulaması 100.000'den fazla indirilme sayısına sahip ve 820'den fazla değerlendirme sonucu ortalama 4,6 puan almıştır. Tüm bunların yanında eğlenceli ara yüzü ve dikkat çeken temaları ile sadece vatandaşları değil şehre gelen turistleri de hedef kitle olarak belirlemesi uygulamanın en dikkat çekici özelliğidir ve değerli bir kalite göstergesidir.

New York şehrinde ise resmi web sitesi ve platformları olsa da hâlihazırda resmi bir mobil uygulaması bulunmamaktadır. Bununla birlikte resmi web sitesi, kullanılabilecek uygun mobil uygulamaları linkleri ile beraber alt kategoriler halinde sunulmuştur. En popüler New York şehir uygulamasını bilişsel değer olarak, 100.000'den fazla indirilme sayısına sahiptir ve uygulama ile ilgili yapılan 2972 değerlendirme sonucu ortalama 4,5 puan almıştır. Resmi sitede belirtilen uygulamanın erişilebilir ve kapsamlı olması değerlendiricilerden olumlu puanlar alması sonucunu getirmiştir. Uygulama yüksek bir güvenlik seviyesine ve offline haritalar özelliği sayesinde sürekliliği olan ve yüksek puan alan uygulamalardandır.

Tablo 3. Araştırma sonucunda şehir uygulamalarının puanlandırılması ve gerçek kullanıcı puanları

	Bilişsel değerler	Uygulamanın kullanışlılığı	Kalite değerleri	Kullanıcı Puanları
Londra	Çok iyi	Çok iyi	İyi	4,5
Paris	İyi	Çok iyi	İyi	4,4
Amsterdam	İyi	İyi	İyi	4,5
Barcelona	Çok iyi	Çok iyi	Çok iyi	4,6
New York	İyi	Çok iyi	Çok iyi	4,5

SONUÇ

Marka şehirler, küresel rekabet ortamında ülkelerin ve bölgelerin rekabet halinde olduğu ve önemli ekonomik kaynakların sağlandığı bir alandır. Bununla birlikte marka şehir kapsamında yer alan bütün paydaşların refahı ve yaşam kalitesinin arttırılması adına da şehir markalaşması önemli bir yere sahiptir. Fakat bir şehrin markalaşma süreci oldukça karmaşık ve çok değişkenli olabilmekte; marka şehir olabilmek adına ele alınan kriterler ve boyutlar farklılık gösterebilmektedir. Son zamanlarda bu boyutlar arasında değerlendirilebilecek ve bütün şehirler için benzer önem taşıyan bir boyut vardır: teknoloji. Teknolojinin gelişimi şehirleri de büyük ölçüde etkilemiş, birçok şehircilik faaliyetinde teknolojik imkânlar kullanılmaya başlanmıştır. Bu çabanın sistematik bir hale getirilmesi ve şehirlerde yaşayan bütün sakinlerin bu imkânlardan faydalanabilmesi "Akıllı Şehirler" kavramını doğurmuştur. Çalışmada marka şehirlerin mobil uygulamaları çeşitli kriterler kapsamında incelenerek ve bu uygulamaların akıllı şehir bağlamında nasıl ele alınmaları gerektiği tartışılmıştır.
Bununla birlikte her ne kadar bu çalışmada ilgili değerlendirmeler genel olarak Ji vd. (2014) bilişsel değerler, uygulamanın kullanışlılığı ve kalite değerleri kriterlerine göre yapılsa da, akıllı şehir mobil

uygulamalarının "kapsamı" ve "hedef kitlesi" de yapılan değerlendirmede kullanılan diğer kriterler olarak öne çıkmaktadır. Örnek olarak Konya şehrinin resmi mobil uygulaması, kent ile ilgili ulaşımdan sağlığa, belediye dilekçe hizmetlerinden kültürel faaliyetlere, bilimsel araştırma merkezlerinden alışveriş merkezleri anlık ve genel bilgilendirmelerine kadar pek çok faaliyeti kapsamaktadır. Yine aynı uygulama üzerinden değerlendirmeye devam edildiğinde, uygulama dilekçe ve belediye duyuruları menüleri ile tamamen kent içinde yaşayan vatandaşları hedef alırken; otel ve restoran bölümlerinde de dışarıdan gelen yerli ve yabancı turisti hedefleyerek farklı kitlelere hitap edebilmektedir. Bu ve buna benzer mobil uygulamaların bilişsel/yazılımsal değerleri, kullanıcı ara yüzünü gösteren kullanışlılığı ve kalite değerlemesinin yanında kapsamı ve hedef kitlesinin genişliği de akıllı şehir mobil uygulamaları değerlendirmesinde ileriki çalışmalarda dikkate alınabilecek başlıklar olmaktadır.

Diğer taraftan şehir mobil uygulamalarında karşılaşılan önemli problemlerden bir tanesi özellikle turistik ve bilinilirlik açısından popüler olan Paris ve Londra gibi kent isminde pek çok oyun, moda, tasarım ve dizayn uygulaması olmasıdır. Bununla birlikte bu çalışmada, şehir isimleri üzerine tüm mobil uygulamaların değerlendirilmesi mümkün olmamaktadır. Ayrıca tek bir şehir uygulamasının değerlendirildiği çalışmalarda ayrıntılı bir şekilde; fiyat, platform dağılımı, indirilme sayısı, uygulama puanı, uygulama kategorileri alt başlıklarında incelenebilmektedir.

KAYNAKLAR

ALBINO, V., BERARDI, U., DANGELICO, R. M. (2015), Smart cities: Definitions, dimensions, performance, and initiatives. *Journal of urban technology*, *22*(1), 3-21.

ALSHEHRI, F., FREEMAN, M. (2012, January), Methods of usability evaluations of mobile devices. In ACIS 2012: Location, location, location: Proceedings of the 23rd Australasian Conference on Information Systems 2012 (pp. 1-10). ACIS.

ALAWADHI, S., A. ALDAMA-NALDA, A., CHOURABI, H., GIL-GARCIA, J.R., LEUNG, S., MELLOULI, S., NAM, T., PARDO, T.A., SCHOLL, H.J., WALKER, S. (2012), Building Understanding of Smart City Initiatives, Lecture Notes in Computer Science, 40–53.

ANHOLT-GfK City Brands IndexSM (2017), https://www.gfk.com/insights/press-release/sydney-earns-a-spot-back-in-the-top-three/, (Erişim tarihi, Şubat 2019).

ASHWORTH, G. J. VOOGD, H. (1990), Selling the City: Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning, Belhaven Press, London, UK.

ATKearney 2018 Global Cities Report, (2018), https://www.atkearney.com/2018-global-cities-report (Erişim tarihi, Şubat 2019).

AYOB B., N. Z., HUSSIN, A. R. C., DAHLAN, H. M. (2009, April), Three Layers Design Guideline For Mobile Application. In Information Management And Engineering, 2009. ICIME'09. International Conference On (pp. 427-431). IEEE.

BAKER, M. J., CAMERON, E. (2008), Critical success factors in destination marketing. Tourism and hospitality research, 8(2), 79-97.

CHITTARO, L. (2006), Visualizing İnformation On Mobile Devices. Computer, 39(3), 40-45.

COURSARIS, C., KIM, D. (2006), A Qualitative Review Of Empirical Mobile Usability Studies. *AMCIS 2006 Proceedings*, 352.

DYER, E. A., KANSAGARA, D., MCINNES, D. K., FREEMAN, M., WOODS, S. (2012), Mobile Applications And Internet-Based Approaches For Supporting Non-Professional Caregivers: A Systematic Review.

EUROPEAN PARLIAMENT. (2014). "Mapping Smart Cities in the EU", Directorate general for internal policies, http://www.europarl.europa.eu/studies (Erişim tarihi, Şubat 2019).

GLISSMANN, S., SMOLNIK, S., SCHIERHOLZ, R., KOLBE, L., BRENNER, W. (2005, July), Proposition Of An M-Business Procedure Model For The Development Of Mobile User İnterfaces. In *null* (pp. 308-314). IEEE.

GLOBAL POWER CITY INDEX (2018), http://mori-m-foundation.or.jp/english/ius2/gpci2/index.shtml, (Erişim tarihi, Şubat 2019).

GOGGIN, G. (2006), Cell Phone Culture: Mobile Technology İn Everyday Life. Routledge.

GOGGIN, G., CLARK, J. (2009), Mobile Phones And Community Development: A Contact Zone Between Media And Citizenship. Development in Practice, 19(4-5), 585-597.

GREENFIELD, A., (2013), The City is Here for You to Use. Wired, 5 February.

GUARDIAN CITIES GLOBAL CITY BRAND BAROMETER-2014 WITH SAFFRON (2014),https://www.theguardian.com/cities/datablog/2014/may/06/world-cities-most-powerful-brands-get-the-data, (Erişim tarihi, Şubat 2019).

GU JI, Y., HO PARK, J., LEE, C., YUN, M. H. (2006), A Usability Checklist for the Usability Evaluation of Mobile Phone User Interface, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 20(3), 207-231.

GUO, Y., LIU, H., CHAI, Y. (2014), The Embedding Convergence Of Smart Cities and Tourism Internet of Things in China: An Advance Perspective. Advances in Hospitality and Tourism Research, 2(1), 54–69.

HEO, J., HAM, D.H., PARK, S., SONG, C., YOON, W.C. (2009), Framework for Evaluating the Usability of Mobile Phones Based on Multi-Level, Hierarchical Model of Usability Factors, *Interacting with Computers*, 21; 263-275.

HOEHLE, H., VENKATESH, V. (2015), Mobile Application Usability: Conceptualization and Instrument Development. Mis Quarterly, 39(2).

HOLTZBLATT, K. (2005), Customer-Centered Design for Mobile Applications. *Personal and Ubiquitous Computing*, *9*(4), 227-237.

JI, Y. G., PARK, J. H., LEE, C.,YUN, M. H. (2006), A Usability Checklist for the Usability Evaluation Of Mobile Phone User Interface. International Journal Of Human-Computer Interaction, 20(3), 207-231.

KALANDIDES, A. (2011), The Problem with Spatial Identity: Revisiting the 'Sense of Place, Journal of Place Management and Development 4(1): 28–39.

KARVONEN, J., WARSTA, J. (2004), Mobile Multimedia Services Development: Value Chain Perspective. Paper Presented At The Proceedings Of The 3rd İnternational Conference On Mobile And Ubiquitous Multimedia MUM '04.

KAVARATZIS, M. (2004), From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands, Place Branding and Public Diplomacy 1(1): 58–73.

KAVARATZIS, M., HATCH, M. J. (2013), The Dynamics of the Place Brands: An Identity Based Approach to Place Branding Theory. Marketing Theory, 13(1), 69-86.

KAVARATZIS, M., WARNABY, G., ASHWORTH, G. J. (Eds.) (2015), Rethinking place branding: Comprehensive brand development for cities and regions. Springer International Publishing.

KOTLER, P., ASPLUND, C., REIN, I. AND HEIDER, D. (1999), Marketing Places Europe: Attracting Investments, Industries, Residents and Visitors to European Cities, Communities, Regions and Nations, Pearson Education, London, UK.

LAMSFUS, C., MARTÍN, D., ALZUA-SORZABAL, A., TORRES-MANZANERA, E. (2015), Smart Tourism Destinations: An Extended Conception of Smart Cities Focusing on Human Mobility. In *Information and communication technologies in tourism 2015*(pp. 363-375). Springer, Cham.

LEE, Y. S., HONG, S. W., SMITH-JACKSON, T. L., NUSSBAUM, M. A., TOMIOKA, K. (2005), Systematic Evaluation Methodology For Cell Phone User Interfaces. Interacting with Computers, 18(2), 304-325.

MASTERCARD:KÜRESEL HEDEF ŞEHİRLER ENDEKSİ (2018), https://newsroom.mastercard.com/eu/tr/press-releases/mastercard-2018-hedef-sehirler-endeksi-aciklandi-ziyaretci-sayisi-ile-antalya-hizli-giris-yapti-istanbul-basamak-atladi/, (Erişim tarihi, Şubat 2019).

MERRILEES, B.,MILLER, D., HERINGTON, C. (2009), Antecedents of Residents' City Brand Attitudes, Journal of Business Research, (62); 362-370.

MORGAN, N., PRITCHARD, A., PRIDE, R. (2004), Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Butterworth-Heinemann Ltd.

MIKKONEN, T. (2007), Programming Mobile Devices: An Introduction for Practitioners. John Wiley & Sons.

NAMLI, Ç. (2010), Mobil Uygulama Kullanılabilirliğinin Değerlendirilmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Fakültesi: İstanbul.

NAYEBI, F., DESHARNAIS, J. M., ABRAN, A. (2012, April), The State of the Art of Mobile Application Usability Evaluation. In Electrical & Computer Engineering (CCECE), 2012 25th IEEE Canadian Conference on (pp. 1-4). IEEE.

OBERHEIDE, J., JAHANIAN, F. (2010, February), When Mobile is Harder than Fixed (And Vice Versa): Demystifying Security Challenges in Mobile Environments. In Proceedings of the Eleventh Workshop on Mobile Computing Systems & Applications (pp. 43-48). ACM.

PARKENSON, B. J. SAUNDERS (2004), City Branding: Can Goods and Services Branding Models be used to Brand Cities?, Place Branding and Public Diplomacy, 1, (3); 242–264.

PARVINEN, P., TIAINEN, O., SALO, J., PÖYRY, E., BLAKAJ, H. (2011, August), Conceptualizing E-selling. In Proceedings of the 13th International Conference on Electronic Commerce (p. 5). ACM.

PRAYAG, G. (2010a), Brand Image Assessment: International Visitors' Perception of Cape Town, Marketing Intelligence& Planning, 28 (4); 462–485.

RAINISTO, S. K. (2003), Success Factors Of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and the United States, Doctoral Dissertation, Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business, Finland.

REPUTATION INSTITUTE: İTİBARLI ŞEHİRLER ENDEKSİ (2018), https://www.reputationinstitute.com/research/2018-global-reptrak, (Erişim tarihi, Şubat 2019).

RESONANCE DANIŞMANLIK: ŞEHİRLERİN MARKA DEĞERİ ENDEKSİ (2018), http://resonanceco.com/insights/the-2018-worlds-best-cities/, (Erişim tarihi, Şubat 2019).

RYAN, C., GONSALVES, A. (2005, January), The Effect Of Context and Application Type on Mobile Usability: an Empirical Study. In *Proceedings of the Twenty-eighth Australasian conference on Computer Science-Volume 38* (pp. 115-124). Australian Computer Society, Inc..

TARNACHA, A., MAITLAND, C. (2006, September), Standards Competition and The Role Of Intermediation in the Supply of Mobile Applications. In *34th Annual Research Conference on Communication, Information and Internet Policy. TPRC Programs*.

TÜRKİYE BİLİŞİM VAKFI (2016), Türkiye Akıllı Şehirler Değerlendirme Raporu. İstanbul: Türkiye Bilişim Vakfı.

UN (2018), https://www.un.org/development/desa/publications/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html, (Erişim Tarihi, Şubat 2019).

WARD, S.V. (1998), Selling Places: The Marketing and Promotion of Towns and Cities 1850-2000. London and New York: Spon Press.

YILMAZ, K. G., KARAMAN, E., KARAMAN, G. (2013), Marka Şehir Olabilmenin Yeni Boyutu: Kullanılabilirlik (A New Dimension of City. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *69*, 76.

YILMAZ, K. G. (2017), "Marka Şehir". Gazi Kitapevi, Ankara.

ZENKER, S., BRAUN, E. (2010), Branding a city – a conceptual approach for place branding and place brand management, Proceedings of the 39th European Marketing Academy Conference, Copenhagen,

ZHANG, D., ADIPAT, B. (2005). Challenges, Methodologies, and Issues in the Usability Testing of Mobile Applications. International Journal Of Human-Computer Interaction, 18(3), 293-308.

.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Dijital Çağda Gazetecilerin Büyük Veri Kullanımı

Full Text / Tam Metin

Dr.Öğr.Üyesi Tolga ÇELİK[1]

Özet

1990'lı yıllardan itibaren günümüze kadar geçen yaklaşık otuz yıllık zaman içerisinde iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin hızı beklenen değerleri alt üst etmiştir. Geçmişte dünyanın en büyük teknoloji şirketlerinin yöneticileri de dahil olmak üzere gelecek ile ilgili söylemlerde teknolojik değişim ve gelişimin öngörülemediği görülmektedir. Özellikle internet teknolojilerinin bu denli hızlı ve geniş kapsamlı değişim ve dönüşümü yeni bir dünya düzeninin ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Yaşantımızın her alanına nüfuz eden internetin yoğun kullanımı ile birikmeye başlayan veriler günümüzde büyük veri (big data) olarak adlandırılmaktadır. Metinler, videolar ve görseller her gün sanal dünyaya yüklenmekte, dolayısıyla büyük veri her geçen daha da büyüyerek inanılmaz boyutlara ulaşmaktadır. Eskiden herhangi bir konuda bir bilgiye ulaşmakta zorlanılırken günümüzde büyük veri yığınları içerisinden doğru bilgiye ulaşmak bir sorun haline gelmiştir.

Bunca değişim ve dönüşümün gazetecilik alanını etkilememesi de tabi ki düşünülemez. Dijital çağ diye adlandırılan bu dönemde gazeteciler ortaya çıkan büyük çaplı veri yığınlarını anlamlandırmak için çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Özellikle binlerce sayfalık dokümanlardan oluşan Wikileaks belgelerinin ortaya çıkması ile birlikte gazeteciler büyük verinin işlenmesi, analiz edilmesi ve anlamlandırılmasının önemini daha iyi anlamış ve bu konuda farklı disiplinlerden uzmanlarla birlikte projeler geliştirmişlerdir.

Bu çalışmada öncelikle büyük verinin ne olduğu, hangi verilere büyük veri adı verildiği sonrasında da gazetecilerin büyük çaplı veri setleri ile nasıl çalıştıkları, veri toplama, temizleme, filtreleme ve analiz etme yöntemleri ve bu alanda kullanılan çeşitli programların kullanımına dair örnekler ile anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler— *büyük veri, gazetecilik, dijital çağ*

Using Of Big Data Of Journalists At The Digital Age

Abstract

Over the past thirty years, from the 1990s to the present day, the speed of development in communications technologies has overtaken the expected values. In the past, it seems that the discourses of the future, including the executives of the world's largest technology companies, do not foresee technological change and development. This rapid and comprehensive change and transformation of Internet technologies in particular has led to the emergence of a new world order.

The data that accumulate with the intensive use of the internet penetrating every area of our life is now called big data. Texts, videos and images are loaded into the virtual world every day, so big data is getting bigger and bigger

[1] Dr:Öğr.Üyesi, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, İnternet Gazeteciliği ABD, Türkiye, tolga.celik @ege.edu.tr

every day. In the past, when it is difficult to access information on any subject, it is becoming a problem to get the right information from large data stacks today.

Of course, it is unthinkable that such change and transformation can not affect the field of journalism. In this period called the digital age, journalists have developed various methods to make sense of the massive data bursts that have arisen. Especially with the emergence of Wikileaks documents consisting of thousands of pages of documents, journalists have better understanding of the importance of processing, analyzing and understanding large data, and have developed projects with experts from different disciplines in this regard.

In this study, firstly, what the big data is, what data is given the big data name, and how journalists work with large data sets will be explained with the methods of collecting, cleaning, filtering and analyzing data and examples of using various programs used in this area.

Keywords— big data, journalism, digital age

1.GİRİŞ

Büyük Veri (Big Data) kavramının ortaya çıkmasından bugüne kadar büyük veri yığınları ile ilgili yapılan çalışmalar ve araştırmalar farklı disiplinlerden pek çok uzman ve araştırmacının zihnini meşgul etmektedir. Gazetecilik sektörü de özellikle iletişim teknolojilerindeki yaşanan önemli gelişmeler ile birlikte dijital ortamda biriken veriler ile yakından ilgilenmiştir. 2011 yılında Wikileaks belgelerinin İnternet üzerinden erişime açılması ile birlikte gazetecilerin büyük veri yığınları ile çalışma konusunda daha yetkin olmaları gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Binlerce sayfalık dokümanlarda dağınık şekilde bulunan verilerin temizlenmesi, filtrelenmesi ve analiz edilmesi sonucunda ortaya çıkan haberinler yeni bir gazetecilik türü olarak veri gazeteciliğinin gündeme gelmesine sebep olmuştur.

2.GAZETECİLİK ve VERİ İLİŞKİSİ

Gazetecilerin veri ile çalışması yeni bir durum değildir. Yüzyıllardır gazeteciler zaten veri ile haber üretmekteydiler. Örneğin, 1600'lü yılların başında Londra'da doğum ve ölüm verileri küçük ücretler karşılığında satılmaktaydı. Günümüzde ise veri ile gazeteciliğin ilişkisinin değişmesinin altında yatan sebep veri miktarlarındaki devasa artış olmuştur.

Binlerce sayfalık veya satırlık verilerden oluşan bir veri setini anlamlı bir hale getirip haberleştirmek için sadece gazetecilik formasyonu yeterli olmamaktadır. Bu iş için istatistik ve yazılım kullanma becerisi de gerekmektedir. Hatta bu bilginin yanında grafik tasarım da yapabilmek günümüzde gazetecilerde aranan için önemli bir nitelik haline gelmiştir. Çünkü yeni nesil gazeteciler sektörde kendilerine iyi bir yer edinmek istiyorlar ise veriyi arayıp bulmak, temizlemek, analiz etmek ve görselleştirmek konusunda yetkin olmak zorundalar. Özellikle Amerika ve Avrupa ülkelerinde veri gazeteciliği konusunda uzmanlar önemli çalışmalar yapmakta, gazetelerde veri ekipleri kurulmakta, yazılımcılarla önemli projeler geliştirilmektedir. Üniversitelerde ise veri ile çalışma konusunda eğitim veren çeşitli düzeylerde programlar açılmakta, sektörün ihtiyacına yönelik içerikler oluşturulmakta ve öğrencilerini bu yönde eğitmektedirler. Dolayısıyla artık sadece kuramsal bir gazetecilik bilgisi günümüzde yetersiz kalmaktadır. Artık hem kuramsal açıdan kendini geliştirmiş hem de yeni iletişim teknolojilerini takip eden, yeni medya ortamlarına aşina ve bu ortamlarda içerik üretebilen, bu ortamların dilini bilen ve gerektiğinde buralardan veri kazıyabilen ve elde ettiği verileri işleyebilip haber haline getirebilen gazetecilerin dönemi başlamıştır.

3.HABER İÇİN VERİNİN ÖNEMİ

Herhangi bir veriye dayanmayan bir haber zaten düşünülemez. Bu tarz bir haber ancak söylenti olabilir. Veriye dayalı olmayan bir haberin doğruluğu şüphelidir. Veri ile desteklenen bir haber ise;

Basittir: Gazete okurları haberi daha iyi anlarlar. Haber karmaşık değildir.

Gerçektir: Veri haberin gerçeklik ile bağlantısını kurar. Haberi kanıtlar.

İtibarlıdır: Veri ile haber hazırlayan gazeteler daha itibarlı ve güvenilirdir.

Hız, gazeteci için hem dost hem de düşmandır. Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte dijital ortamın en önemli özelliklerinden olan "hız", gazetelerin haberi ilk veren olma kaygısını önemli bir biçimde etkilemiştir. Özellikle sosyal ağlardan yayılan duyumlar genellikle bir doğrulama sürecinden geçmeden haber metnine dönüşebilmektedir. Bu tarz durumlarda veri ile etkin bir şekilde çalışma becerisi olan gazetecilerin önemi çok daha fazla olmaktadır. Hızlı bir şekilde konu ile ilgili verilere ulaşabilen ve haberin doğruluğunu teyit edebilen ve haberi ilgili veri seti ile destekleyen haber merkezleri diğer rakiplerinden önde olmaktadırlar.

Haber üretim sürecinin ilk aşamasından itibaren veriyi sürece dahil edebilen gazeteciler haberi okuyucu için daha anlaşılır kılabildiği gibi aynı zamanda haberin gerçekliğini de sorgulayabilmektedirler. Dolayısıyla veri gazetecisi ile çalışan haber merkezleri güvenilirlik konusunda da öne çıkmakta ve diğer gazetelere göre daha itibarlı olabilmektedirler.

4.VERİ GAZETECİLİĞİ

Veri gazeteciliği kavramı 2011 yılından beri kullanılmaktadır. Wikileaks belgeleri içerisinde bulunan binlerce sayfalık dokümandaki içeriklerin taranması ve analiz edilmesi gerekliliği bu konuda çeşitli yazılımların geliştirilmesi ve gazetecilik alanında yaygınlaşması ile başlayan süreç ile birlikte tüm dünyada veri analizine olan ilgi artmış, sektörün de bu yeni duruma adapte olma çalışmalarına geçiş süreci başlamıştır.

Günümüzde hakkında çeşitli yarışmalar düzenlenen veri gazeteciliği, temel olarak dört adımdan oluşan süreçle tanımlanmaktadır; veri toplama, veri filtreleme/temizleme, analiz ve görselleştirme, hikayeleştirme. Veri toplama adımında haber için gerekli olan veriler çoğunlukla internet ortamından temin edilmektedir. Veri, devlet kurumlarının internet sitelerinden hazır olarak temin edilebildiği gibi, veri seti barındıran özel kuruluşların sitelerinden de ücretli veya ücretsiz şekilde alınabilmektedir. Belli konularda oluşturulan veri setleri ve bu verinin işlenmesine uygun yazılımlarda kullanılabilecek formatta olabildiği gibi pdf formatı gibi içerisinden veri kazıma işlemi gerektiren durumda da bulunabilir. Hazır veri setleri dışında yine dijital ortamdan çeşitli yazılımlar veya programlar vasıtası ile veri kazıma işlemleri de yapılabilmektedir. Örneğin R dili ile Twitter ortamından binlerce tweet saniyeler içerisinde toplanabilmekte ve yine aynı dil kullanılarak elde edilen veriler analiz edilip görselleştirilebilmektedir.

Veri gazeteciliğinin ikinci aşaması olan filtreleme/temizleme adımında ise elde edilen veri setleri içerisinden işe yarayacak olan kısmının temiz bir şekilde çekilmesi sağlanmaktadır. Bu işlem için pek çok yazılım kullanılabilmektedir. Örneğin bu konuda en fazla bilinen yazılım Open Refine'dır (Metaweb Technologies, 2019). Bu yazılım ile veri seti içerisinden pek çok hatalı giriş, tekrarlı veriler

hızlıca bulunup temizlenebilmektedir. Filtrelenip temizlenen veri seti artık analiz ve görselleştirme için hazırdır.

Veri gazeteciliğinin üçüncü aşaması kullanıma hazır hale getirilmiş veri setinin yine farklı analiz araçları incelenip görselleştirilerek grafik ve haritalandırılmasıdır. Burada elde bulunan veri setinin türüne ve niteliğine göre hangi görselleştirme yönteminin veya grafik türünün kullanılacağına karar verilir. Örneğin coğrafi kodların bulunduğu bir veri seti ile Google Fusion Tables (Google, 2019) aracı vasıtası ile haritalandırma yapılabilir. Ya da bir siyasetçinin söylemlerinin bulunduğu bir veri seti ile kelime bulutu şeklinde bir grafik oluşturulabilir.

Veri gazeteciliğinin son aşaması ile hikayeleştirilme adımıdır. Bu adım gazeteciliğin en etkin olarak devreye girdiği aşamadır. Bu aşamaya kadar yapılan diğer tüm işlemler için gazeteci olmaya gerek yoktur. Herhangi bir veri analisti de bunları yapabilir ancak son aşamada gazeteci habere konu olan olay ile ilgili arkaplan bilgisini ve kuramsal bilgi dağarcığını devreye sokacaktır. Belli alanlarda yığılma olduğunu gösteren bir harita pek çok analist tarafından sadece bir sayısal veri iken gazeteci o verilerden bir haber hikayesi üretebilir.

5.VERİ GAZETECİSİ KİMDİR?

Veri ile üretilecek bir haber için gazetecilik eğitimi almış birinin varlığı olmazsa olmazdır. Peki veri gazetecisi kimdir?

Veri gazetecisi sürecin en başından itibaren haber için hangi verilerin kullanışlı olduğunun kararını verir. Hangi verinin nasıl kullanılacağını bilir. Hangi veri formatları ile ne tür analizler yapabileceğini, bunları nasıl görselleştirebileceği hakkında bilgi ve beceri sahibidir. Veri gazetecisi geleneksel gazetecilik becerilerinin yanı sıra veriyle çalışma, veri analitiği ve kod yazma becerilerine sahiptir.

Veri gazetecisi haber üretim sürecinde veriyi çeşitli şekillerde kullanabilir. Bunlardan birincisi haber doğrulama aracı olarak verinin kullanılmasıdır. Teyit.org (Teyit Medya Araştırmaları Derneği, 2019) bu konuda Türkiye'deki en popüler mecradır. Özellikle sosyal medyada bir söylenti olarak başlayan ve hızla yayılan haberlerin doğruluğunu araştırırken bir tür veri dedektifliği çalışması yapmaktadırlar. Bir yandan geleneksel gazetecilik pratikleri ile haberin kaynağına ulaşarak doğrulama yapmaya çalışılırken bir yandan da haberde kullanılan görsel veya videoların gerçekliğini ve güncelliğini çeşitli yöntemlerle inceleyerek teyit çalışması yapmaktadırlar.

Haber doğrulama konusunda bir diğer önemli çalışma ise Doğruluk Payı'dır (İzlemedeyiz Derneği, 2019). Doğruluk Payı, siyasetçilerin söylemlerini inceleyerek doğruluk oranını belirleme çalışması yapar. Kendilerini siyasi okuryazarlığın geliştirilmesine yardımcı olan bir kuruluş olarak tanıtan Doğruluk Payı, inanmak ile bilmek arasındaki farkın önemine dikkat çekerek, okurların daha bilinçli internet kullanıcısı olmalarının önemine vurgu yapmaktadır.

Veri gazetecisi yukarıda da anlatıldığı üzere kamu ile güç sahipleri arasında bir köprü işlevi görmektedir. Açıklanmaya muhtaç verilerin anlamlandırılması ile gazeteciler kamuya bir nevi kılavuzluk görevi yapmaktadırlar. Verinin dilinden anlayan veri gazetecisi, büyük veri yığınındaki saklı duran bilgiyi ortaya çıkarır. Tabi bu iş veri analizi konusunda teknik bilgi gerektirmektedir.

6.VERİ GAZETECİLİĞİNİN AŞAMALARI

Veri gazeteciliğinin temel olarak dört aşaması vardır: Veri Toplama, Veri Temizleme/Filtreleme, Görselleştirme ve Hikayeleştirme.

6.1.Veri Toplama

Dijital ortamda hemen her mecranın kendine özgü bir yapısı vardır. Örneğin Twitter'dan veri toplamak ile bir web sitesinden veri çekmek arasında teknik olarak farklılıklar vardır. Büyük veri yığınları içerisinden, milyonlarca sayfalık internet ortamından istenen verilerin kazınması için kullanılan çeşitli yazılımlar bulunmaktadır. Bu yazılımlar sadece gazetecilik alanında kullanılmamaktadır. Ancak gazeteciler de bu yazılımları ve programlama dillerini öğrenerek kendi haber üretim süreçlerine dahil ederek ihtiyaçları olan verileri toplayabilmektedirler.

Veri toplama ve kazıma yöntemleri bahsedildiği gibi verinin bulunduğu ortama göre farklılık gösterebilmektedir. Örneğin web sayfasından veri kazımak için Google Chrome eklentisi olan Scraper, Firefox eklentisi olan Outwit Hub veya Import.io (Import , 2019) web arayüzü kullanılabilir. PDF dokümanlarından veri kazımak için ise Tabula (Knight Foundation and Shuttleworth Foundation, 2019) yazılımı en çok tercih edilen veri kazıma araçlarındandır.

Twitter gibi mikro ağlardan veri kazımak için ise daha farklı yöntemler mevcuttur. Twitter'dan veri kazıyabilmek için öncelikle Twitter Developer hesabı oluşturup, yapacağınız çalışma ile ilgili Twitter yetkililerine bilgi vermeniz gerekmektedir. Başvurunuz onaylandığı takdirde R Studio (Boston's Innovation District, 2019) aracılığı ile Twitter dan max 3200 adet tweet kazıyabiliyorsunuz. Bu kazıma işlemini hesaplar üzerinden yapabildiğiniz gibi, hashtagler üzerinden de bir kazıma işlemi yapabilirsiniz. Toplanan verileri dışarıya aktarmadan aynı yazılımlar analiz ve görselleştirme de yapabilirsiniz. Eğer elde edilen veri setini başka bir yazılım aracılığı ile analiz etmek isterseniz CSV formatında verileri dışarı aktarabilirsiniz. CSV formatı veri analizi için kullanılan, neredeyse tüm veri araçlarının tanıdığı bir dosya formatıdır. Excel ile de bu dosya formatını kullanabilirsiniz, Google Fusion Tables ile de aynı dosya formatı aracılığı ile grafik ve haritalandırma yapabilirsiniz.

Veri toplamanın bir yolu da devlet kurumlarının veya özel kurumların paylaştığı hazır veri setlerinin kullanılmasıdır. Örneğin TÜİK – Türkiye İstatistik Kurumu'nun internet sayfasında veri tabanlarından yine CSV formatında hazır veri setleri bulunabilir. Pek çok konuda hazırlanmış olan veri setleri kullanılarak da haber üretilebilir (TÜİK, 2019).

6.2.Veri Temizleme/Filtreleme

Çeşitli veri toplama ve kazıma yöntemleri ile elde edilen veri setleri analiz edilmeden veya görselleştirme işlemine sokulmadan önce mutlaka kontrol edilmelidir. Toplanan verilerin içerisinde ihtiyacın dışında kalan veya hatalı girilmiş, tekrarlanan veriler bulunma ihtimali yüksektir. Bu sebeple yine bazı yazılımlar kullanılarak hızlı şekilde veri seti filtrelenebilir, hatalı veya tekrarlı veriler temizlenebilir.

Veri filtreleme ve temizleme araçları içerisinde en bilineni Open Refine'dır. OpenRefine (eski adıyla Google Refine) dağınık verilerle çalışmak için güçlü bir araçtır: veri temizleme; veriyi bir formattan diğerine dönüştürme ve dış verilerle genişletmek konusunda yetkindir. Open Refine ile temizlenen veri kümesi bazı dış kaynaklı web servisleri ile ilişkilendirilip birleştirilebilir. Temizlenmek

istenen veri setinde eksik değerler, yazım hataları, kısaltmalar, çift kayıtlar, çelişen kayıtlar, gibi durumlar ile karşılaşıldığında verileri düzeltilmesi için başka kaynaklardan da faydalanılması ve verinin doğrulanması gerekir. Tablo 1 de veri setinde tespit edilen problemler, hatalı veri ve sebebinin yer aldığı bilgiler görülmektedir. Kaynak, kayıt türü, kayıt ve nitelik ana başlıklarında kayıp veri, harf yazım hatası, tekrarlı veri ve hatalı referans gibi veri giriş sorunları olduğu görülmektedir. Bu sorunların tespiti ve hızlı bir şekilde çözümünde Open Refine gibi araçlar kullanılabilir.

Scope/Problem		Dirty Data	Reasons/Remarks
Attribute	Missing values	phone=9999-999999	unavailable values during data entry (dummy values or null)
	Misspellings	city="Liipzig"	usually typos, phonetic errors
	Cryptic values, Abbreviations	experience="B"; occupation="DB Prog."	
	Embedded values	name="J. Smith 12.02.70 New York"	multiple values entered in one attribute (e.g. in a free-form field)
	Misfielded values	city="Germany"	
Record	Violated attribute dependencies	city="Redmond", zip=77777	city and zip code should correspond
Record type	Word transpositions	$name_1$= "J. Smith", $name_2$="Miller P."	usually in a free-form field
	Duplicated records	emp_1=(name="John Smith",...); emp_2=(name="J. Smith",...)	same employee represented twice due to some data entry errors
	Contradicting records	emp_1=(name="John Smith", bdate=12.02.70); emp_2=(name="John Smith", bdate=12.12.70)	the same real world entity is described by different values
Source	Wrong references	emp=(name="John Smith", deptno=17)	referenced department (17) is defined but wrong

Tablo 1: Tek kaynaklı sorunlara verilebilecek örnek bir tablo (Rahm & Do, 2019)

6.3.Görselleştirme

Büyük veri ile oluşturulan veri setleri ile çalışırken en kolay ve geniş araç ve yazılım bulunan adım görselleştirme adımıdır. Veri setinin türüne ve formatına göre çok çeşitli görselleştirme tekniği kullanılabilir. Google Haber Laboratuvarının desteği ile Adioma ve Alexander Vushkan'dan Anna Vital ve Mark Vital, Simon Rogers ve Alberto Kahire'nin sanat yönetmenliği ile kurulan Görselleştirme Evreni isimli veri görselleştirme araçlarının derlendiği internet sitesi incelendiğinde bu konuda geliştirilmiş pek çok araç ve yazılımın olduğu görülebilir (Google News Lab; Adioma, 2019). Bu konuda örnek olarak verilebilecek diğer bir çalışma da Türkçeye de çevrilen Veri Görselleştirme Kataloğu'dur (Ribecca, 2019).



Resim 1: Veri Görselleştirme Katalogu

Görselleştirme Evreni ve Veri Görselleştirme Katalogu incelendiğinde eldeki verinin türüne göre ve amaca göre kullanılabilecek pek çok çeşit görselleştirme aracı olduğu görülmektedir. Bu araçların bir kısmı ücretsiz olarak sınırsız kullanılabilirken, bazıları ücretsiz olarak kısıtlı özelliklerle kullanılabilmektedir. Lisans ücreti ödenerek kullanılabilen yazılımların arasında en önemlilerinden biri Tableau'dur (Tableau Public, 2019). Bu yazılım vasıtası ile veri gazeteciliğinin her aşaması için mevcut araçlar bulunmaktadır.

Google da bu konuda çeşitli araçlar geliştirmektedir. Verileri özelleştirilebilir şablonlar kullanarak görselleştiren Flourish (Clark & Houston, 2019), Veri karşılaştırmalarını görselleştirmek için basit bir araç olan Google Data GIF Maker (Google News Lab, 2019), alanların veri kümesine orantılı olduğu karolarla oluşturulmuş bir haritalandırma yöntemi olan Tiled Cartogram (Pitch Interactive, 2019) ve hiç şüphesiz birkaç basit adımda ücretsiz renk tonlu haritalar (yoğunluklu haritalar) oluşturabilme kabiliyetine sahip olan Google Füzyon Tabloları (Google, 2019) bunlardan bir kaçıdır.



Resim 2: Google Fusion Tables ile oluşturulmuş bir veri haritalandırma çalışması

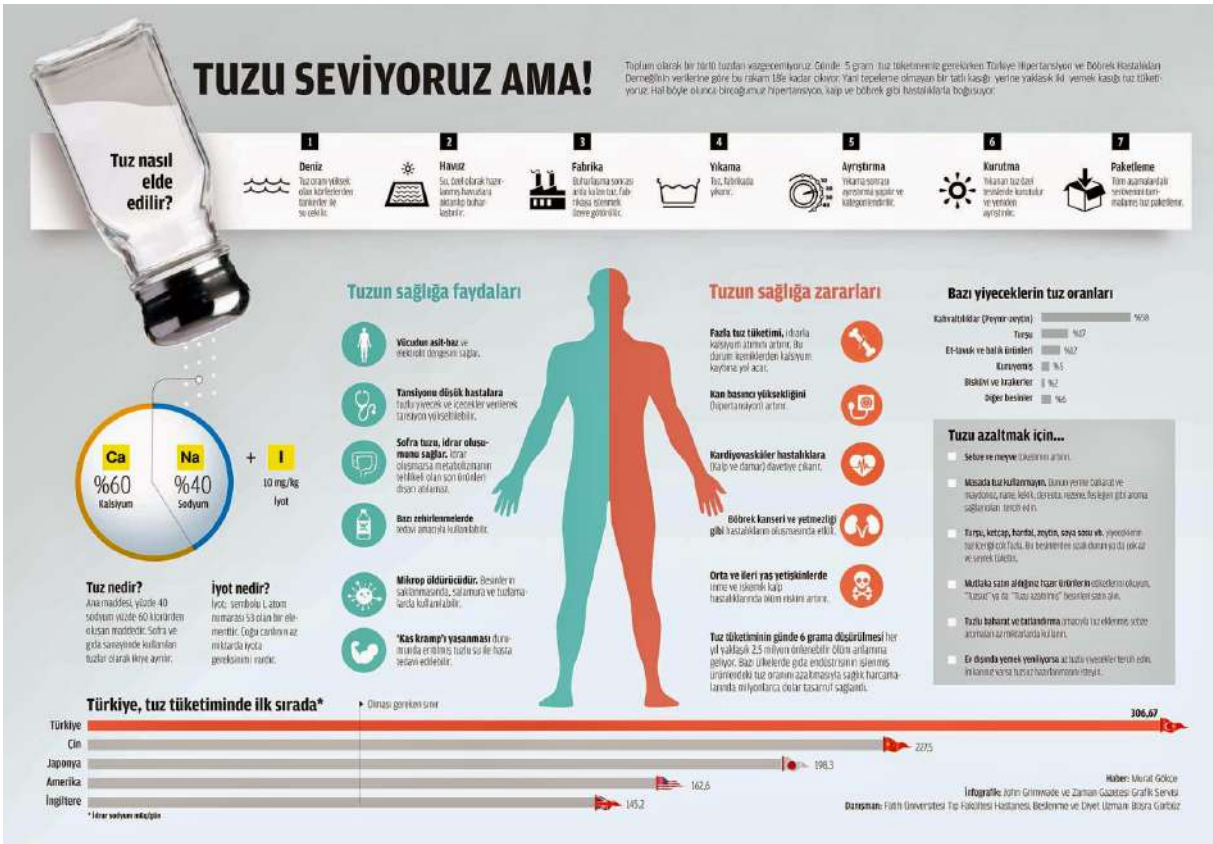
6.4.Hikayeleştirme

Veri seti ile haber oluşturmanın son adımı haberin hikayesinin yazılmasıdır. Bu aşama gazetecilik formasyonunun en fazla gerekli olduğu adımdır. Buraya kadarki işlerin hepsini gazeteci olmayan başka uzmanlar da yapabilir. Ancak haberin hikayesi gazeteci tarafından yazılmalıdır. Habere konu olan olayların öncesi, sonrası, olayların arkaplanındaki konular gibi pek çok meselenin gazeteci tarafından haber metninde doğru bir şekilde verilmesi önemlidir.

Kamunun olayları daha kolay anlayabilmesi için haberin sunumunda kullanılan dil, sayısal verilerin, grafiklerin ve haritaların aslında ne anlattığının açıklanması gazetecinin işidir. Veriler doğru yorumlanmadığı takdirde bu son adıma kadar yapılan çalışmaların da bir anlamı olmayacaktır.

Veri gazeteciliğinde haberin hikayeleştirilmesi aşamasında en fazla kullanılan tekniklerden biri infografiklerdir. Grafik tasarım programları vasıtası ile oluşturulan infografiklerde haberin hazırlanma sürecinde oluşturulan grafik, harita, tablo ve istatistikler gazetecinin uygun gördüğü büyüklükte biçimlerde sayfaya yerleştirilerek haberin okur tarafından daha kolay anlaşılması amaçlanmaktadır. Resim 3'te örnek bir infografik haber görülmektedir.

İnfografikler son dönemde okurların uzun metinleri okumaktan kaçınmalarından dolayı da daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Renkli, semboller, ikonlar ve grafikler ile desteklenmiş görsel sunum haberin daha kolay bir şekilde anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Burada tartışılan konulardan biri infografik çalışmasını hazırlayan gazetecinin haberin veya verilerin hangi bölümünü öne çıkaracağı konusudur. Örneğin 2019 seçim sonuçları yorumlanırken herkes kendi partisinin başarılı olduğunu, başarılı göründüğü verileri öne çıkararak vermiştir. Bu yüzden taraflı davranan farklı gazetecilerin elinden çıkan farklı infografiklerin hikayeleri de farklı olacaktır.



Resim 3: "Tuzu Seviyoruz Ama" başlıklı infografik (Gökçe, 2019)

7.SONUÇ

Gazetecilik sektörü, teknolojik gelişmelerden en hızlı etkilenen alanların başında gelmektedir. Özellikle internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler, yeni medya ortamı, sosyal ağlar ve bu ortamlarda oluşan büyük miktardaki verinin incelenmesi ve anlamlandırılması gazetecilik mesleğinin ve bu alanda çalışan araştırmacı ve akademisyenlerin son dönemdeki gündemini oluşturmaktadır.

Gazetecilik mesleğine başlayacak olan yeni mezunların sahip olması beklenen nitelikler de bu gelişmelerden etkilenerek değişmiştir. Artık haber merkezlerinde veri ile çalışabilen kişiler daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Üniversitelerin gazetecilik bölümleri yakın zamana kadar ağırlıklı olarak kuramsal dersler vermekte iken sektörden gelen talepler doğrultusunda müfredatlarına her geçen yıl daha fazla uygulamaya yönelik multimedya, istatistik, grafik tasarım ve web tasarım gibi dersler koymaktadırlar.

Bu mesleğe başlayacak olan gazeteci adayların mesleğin gereği olan kuramsal altyapıyı gözardı etmeden kendilerini yeni medyanın ve bu yeni nesil gazetecilik pratikleri konusunda da yetiştirmeleri gerekmektedir.

Kaynakça

Boston's Innovation District. (2019, Nisan 23). *RStudio*. https://www.rstudio.com/ adresinden alındı

Clark, D., & Houston, R. (2019, Nisan 9). *Flourish*. https://flourish.studio/ adresinden alındı

Google. (2019, Nisan 9). *Google Fusion Tables*. http://fusiontables.google.com adresinden alındı

Google. (2019, Nisan 23). *Google Fusion Tables*. https://fusiontables.google.com/DataSource?dsrcid=implicit adresinden alındı

Google News Lab. (2019, Nisan 9). *Data Gif Maker*. https://datagifmaker.withgoogle.com/ adresinden alındı

Google News Lab; Adioma. (2019, Nisan 8). *Veri Görselleştirme Evreni*. http://visualizationuniverse.com/ adresinden alındı

Gökçe, M. (2019, Nisan 1). Tuzu seviyoruz ama!: http://www.muratgokce.net/portfolio-item/tuzu-seviyoruz-ama-2/ adresinden alındı

Import . (2019, NİIsan 23). *Change your perspective on web data*. https://www.import.io/ adresinden alındı

İzlemedeyiz Derneği. (2019, Nisan 23). *Doğruluk Payı*. https://www.dogrulukpayi.com/ adresinden alındı

Knight Foundation and Shuttleworth Foundation. (2019, Nisan 23). *Tabula*. https://tabula.technology/ adresinden alındı

Metaweb Technologies. (2019, Nisan 23). *Open Refine*. http://openrefine.org/ adresinden alındı

Pitch Interactive. (2019, Nisan 8). *Tilegrams*. https://pitchinteractiveinc.github.io/tilegrams/ adresinden alındı

Rahm, E., & Do, H. H. (2019, Nisan 8). *Data Cleaning: Problems and Current Approaches*. https://betterevaluation.org/sites/default/files/data_cleaning.pdf adresinden alındı

Ribecca, S. (2019, Nisan 8). *Veri Görselleştirme Kataloğu*. https://datavizcatalogue.com/TR/ adresinden alındı

Tableau Public. (2019, Nisan 9). *Tableau*. https://www.tableau.com/ adresinden alındı

Teyit Medya Araştırmaları Derneği. (2019, Nisan 23). *Teyit*. https://teyit.org/ adresinden alındı

TÜİK. (2019, Nisan 23). *TÜİK Veriabanları*. http://tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=vt adresinden alındı

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Aşık Tarzı Edebiyatta Tekke Edebiyatı İzleri Üzerine Bir Çalışma

Full Text / Tam Metin

Zekiye Çağımlar[1]

Özet

Türk edebiyatında İslamiyet'ten sonra gelişen bütün edebi türlerde İslami dünya görüşünü görmek mümkündür. Dini, toplumu temsil eden unsurlardan ayırmak mümkün değildir. Dini ve dili, geleneği, göreneği ile varlığını koruyan, geliştiren toplum, gelişiminin temelinde yer alan edebiyatında da bu özellikleri gösterir. Aşık tarzı edebiyat İslamiyet öncesinde de var olan Orta Asya'dan Anadolu'ya taşınmış ozanların geleneği üzerin kurulmuştur. 15. yy ve 16 yy da gelişimini tamamlamış, geleneğini oluşturmuştur. Okuma yazma bilmeyen, din dışı konulara yer veren, Türkçeyi kullanan, beşeri duyguları en yalın hali ile dile getiren bu edebiyat halkın içinden çıkıp, halkın dilini kullanmış, halkın kendi duygularını halkın kendisine anlatmıştır. Hece ölçüsü, dörtlük, saz, usta-çırak, la-dini, mahlas kullanılarak oluşturulmuş edebiyatın kendi türü dışında başka bir türden etkilenmemesi mümkün değildir. 13. yy dan sonra Anadolu'da yaygınlaşan tasavvuf ve tekkeler, burada verilen dini eğitim, bu eğitimin içinden çıkan ya da bu düşüncelerle beslenen kişilerin de yaptığı edebiyat aşık edebiyatının içinde söz olarak, kavram olarak, yer almıştır. Halkın beşeri duygusunu anlatsa da Müslüman olan aşık kendi dini inanışını eserinden uzakta tutması mümkün olmadığı gibi, tekke edebiyatının içinde yer alan ve yaygın olarak inancın içine girmiş tekke terminolojisini de eserlerinden uzak tutamamıştır. Çalışma, günümüzün de çok sevilen halk kültür ürünü genel adı ile türkü denilen aşık edebiyatı ürünlerinin içinde tekke edebiyatı izlerini takip ederek aynı coğrafyanın ortaya çıkardığı sanatçıların eserlerinin birbirini nasıl etkilediğini tespit ederek, halk kültür ürünlerinin bütünlüğünü ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışmada Aşık tarzı edebiyatın önemli isimlerinden Aşık Ömer, Karacaoğlan ve Köroğlu'nun eserleri taranmıştır. Üç aşığın tesadüfi seçimle incelenmiş 60 şiiri incelenmiş ve yapılan tespitler sonucunda da Aşık edebiyatının Tekke edebiyatının dil kadrosundan ne kadar etkilendiği belirlenmiştir. Bu da bize aynı coğrafyanın içinden çıkan edebiyat kollarının birbirinden etkilenmemesinin mümkün olmadığını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Aşık Tarzı, Tekke, Edebiyat, Tasavvuf, Etki

A Study On The Traces Of Dervısh Lodge Lıterature In Mınstrel Lıterature

Abstract

It is possible to see the Islamic world view in all types of Turkish literature that developed after Islam. It is not possible to distinguish religion from the elements that represent society. The society, which maintains and develops religion and language with its tradition, shows such characteristics in its literature. Minstrel literature has been founded on the tradition of minstrels who had moved from Central Asia to Anatolia before Islam. It has completed its development in the 15th and 16th centuries and formed its tradition. The literature including non-religious issues, using Turkish language, expressing human emotions in the simplest form came out of the public, used the language of the people and told the public their own feelings. It is not possible for non-religious literature which is formed by using syllabic meter, verse, saz (a stringed instrument), master-apprentice relationship, and nickname not be influenced by any other types than its own literacy type. After the 13th century, the literature produced by

[1] Dr.Öğretim Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, ADANA, TÜRKİYE, czekiye@hotmail.com

the individuals fed by the mysticism and the dervish lodges that become widespread in Anatolia, the religious education provided and the ideas in such places had a word in minstrel literature and existed as a concept. Although minstrels told the public's emotions, they couldn't take their religious view away from their work as they are Muslim, further, they generally involved into the religion existing in dervish lodge literature and unable to keep dervish lodge terminology away from their works. This study tried to reveal the integrity of the folk culture products by determining the effects of the works of the artists growing in the same geography by following the traces of dervish lodge literature in the minstrel literature type called balad (Türkü) which is the much-loved folk culture product today. In the study, the works of Minstrel Ömer, Karacaoğlan and Köroğlu, among of the prominent figures of minstrel literature, were reviewed. Randomly selected 60 poems of these three Minstrels were examined and the level of effect of dervish lodge literature in minstrel literature was determined. This indicates that it is not possible for the literature branches within the same geography not to be effected by each other.

Keywords: Minstrel Style, Dervish Lodge, Literature, Mysticism, Influence

.

GİRİŞ

Hiçbir sanat ürünü tek bir kaynaktan beslenmediği gibi, tek bir kavramdan da etkilenerek varlığını sürdürmez. Zaten tek boyutlu bir eser, sanat ürünü değildir. Sanat ürününün zenginliği, alt yapısındaki zenginliğinden gelir. Bu zenginliği oluşturan etmenler kültür birikimi, dünya görüşü, inanç sistemi ve yaşam tarzıdır. Her sanat dalı gibi, edebi gelenekler de bu kaynaklardan beslenir. Aynı kaynaktan beslenen edebi geleneklerin birbirinden etkilenmeleri, birbirine benzemeleri de kaçınılmazdır. Aynı coğrafyada yetişmiş, aynı milletin içinden çıkmış, aynı kültürle yoğrulmuş sanatçıların da farklı gelenekleri temsil etseler bile, bu geleneklerin etkilerini göstermeleri doğal sonuçtur.

Aşık edebiyatı ozan-baksı geleneği üzerinden, 16. yy da "Aşık edebiyatı" ismini alan edebiyat, anonimden farklı olarak şiiri söyleyenin ismini taşıyan, kuralları belirlenmiş, usta-çırak ilişkisi içinde bir eğitim kolu, bir eğitim geleneği oluşturmuş edebiyattır. Toplumun ortak anlaştığı dille toplumun değerlerinden, ortak beğenisinden söz eden Aşık edebiyatı, halk edebiyatı içinde yer alan Anonim, Tekke edebiyatı gibi ortak kültürün içinden çıkmıştır. Aslında Anonim, Tekke, Aşık edebiyatı sazla, ölçüyle, doğaçlama olarak toplumun kullandığı dille söylenen ürünlerdir. Birbirlerinden ayrılan unsurları Anonim edebiyatın biçim olarak kurallarının tam oturmamış olması, kural dışı örneklere rastlanıyor olması, söyleyeninin belli olmaması ve bu nedenle aynı ürünün pek çok varyantının bulunmasıdır. Tekke edebiyatı ise tamamen dini içerikli olup, halkı bilgilendirmek, dini duyguları coşkun hale getirmek üzerine kuruludur. Aşık edebiyatı diğer ikisi gibi nazımla, sazla, doğaçlama ve halkın ortak dili ile söylenmesine rağmen söyleyeni bellidir, içeriği toplumsal ve beşeri konuları kapsamasıdır. Bir önemli özelliği de aşıkların bade içmesidir. Bade içme geleneği aşıkların toplum gözündeki itibarını arttırmakta, söylediklerinin ilahi bir güçle dile getirildiği hissini oluşturmaktadır. Her ne kadar Aşık edebiyatının içeriği din olmasa da bade içme geleneği ile aşık da dini bir kaynaktan yeteneği alma özelliği ile saygınlığını söyledikleri kadar, söyletenin ilahi güç olmasından da almaktadır. Bu nedenle topluma söyledikleri edebi olarak değerlendirildiği gibi, öğüt verici sözleri de ilahi güçten geldiği düşünüldüğünden itibar görmüştür. Ümmi olmaları ile bilinen aşıklar, usta-çırak ilişkisi içinde yıllara dayalı eğitimle saz çalmayı, usta malı söylemeyi öğrendikleri gibi doğaçlama şiir söyleme yeteneklerini de geliştirmişlerdir. Bu eğitimleri sırasında da beşeri benzetme özellikleri, nazım şekillerini öğrendikleri gibi dini menkıbeleri, dini konuları da öğrenmişlerdir. (Günay, 2005: 40-41; Artun, 2011: 226; Özdemir, 2016: 225; Kabaklı, 2008: 30)

Aşık edebiyatı tanımlanırken özelliklerinden biri olarak lâ-dini denmektedir. Genel olarak dini bir edebiyatın kolu olmamakla birlikte lâ-dini demek yani dini unsurlardan hiç etkilenmemiştir demek yanlıştır. Türklerin İslamiyet'i kabul ettikleri 9. yüz yıldan beri, ortaya konulan eserler dini içerikten etkilenmişlerdir. Edebiyatı dinden ayrı düşünmek, edebiyatı eksik değerlendirmek demektir. İnanç biçimi, toplumun ibadet biçimi kadar yaşam biçimini de etkileyen, toplumun sanat zevkini biçimlendiren kuvvetli bir güçtür. Bu güç kendi içinde tarihini, mitolojisini ve dilini taşımaktadır. Bunlar da günlük yaşamdan kültürel boyuta kadar toplumun içinde yaşamaktadır.

İslamiyet'ten sonra gelişen bütün edebi akımlarda İslami dünya görüşünü bulmak mümkündür (Günay, 2005: 177). Çünkü Türk-İslam kültür çerçevesinde oluşan bütün eserler Kur'an, Hadisler, Peygamber ve evliya hikayeleri, tasavvuf, Şehname başta olmak üzere Fars, Arap, Hint edebiyatından aktarılan çeşitli eserler, yerli ve milli kaynaklara dayanır. Bu ortak malzemenin kazanılış, öğreniliş tarzı ve edebiyata yansıyış şekli farklı edebiyat tarzlarını meydana getirmiştir. Fakat farklı edebiyat tarzları ortaya çıksa da birbirine hiçbir zaman çok uzak olmamışlardır. Belirgin fark, dil ve üslupta, nazım şekillerinde olmuştur. Tekke Edebiyatı İslamiyet'in etkisiyle Halk edebiyatı'nın içinden doğmuştur denilebilir. Türklerin İslamiyet'i kabulünden sonra tasavvuf etkisiyle pek çok eser verilmiştir. Bu eserlerin içerikleri tasavvuf olduğundan "Tasavvuf edebiyatı", tekke çevrelerinde yazıldığından "Tekke edebiyatı", halk dilini kullandıkları için de "Tasavufi halk edebiyatı" isimleri ile anılmıştır. Tasavvufun ele aldığı konuların başında "Varlık" gelmektedir. Varlığın nedeni tasavvuf tarafından işlenmiş, varlığın olma nedeni ile birlikte Allah'a ulaşma yolları da tasavvufun ana konusu olmuştur. Tasavvufun temelini oluşturan vahdet-i vücut kuramı tasavvuf çevresinin şiirlerini etkilediği kadar, tasavvuftan uzak şairlerin şiirlerinde de yer almıştır. Tasavvuf edebiyatının ilk örnekleri Ahmet Yesevî'nin hikmetleri ile ortaya çıkmıştır. XI. Yy dan sonra Anadolu'ya gelen Kalenderi, Haydari, Vefâi giib tasavvufi zümreler Selçuklular döneminde henüz kurumsallaşmasa da tasavvuf türünün oluşmasına zemin hazırlamışlardır. XII.yy ın ikinci yarısından itibaren Anadolu'da sufî edebiyatı kurumsallaşmaya başlamıştır. Bu kurumsallaşmada Haci Bektaş-ı Veli, Yunus Emre, Mevlana'nın önemli etkisi olmuş zengin bir tasavvuf edebiyatının oluşmasını sağlamışlardır. XIII.-XIV. Yüzyıllardaki Türk edebiyatının en önemli özelliği dini-tasavvufi ağırlıklı olmasıdır. Allah, Hz.Muhammed, varlığın nedeni, varlığın oluşu, Allah'a ulaşma, dini bilgiler, dinde önemli kişilerin hayatları, menkıbeleri Tekke edebiyatında konu edilirken, Alevi-Bektaşı kolunda bu konuların yanında Hz. Ali, 12 İmam, Ehl-i Beyt ve bu kişiler ile ilgili menkıbeler konu edilmiştir. Halkın anlayacağı bir dille yazılan genellikle ilahi olarak isimlendirilen eserler hece ölçüsü ile yazılmıştır. (Bilgin, 2011: 381-384) Tekke Edebiyatı'nın amacı İslami inanç ve düşüncenin başkalarına ulaştırılması olduğundan tamamen dini amaçla yazılmış, konusu din ve tasavvuf olan bu tarz şiir, Aşık edebiyatı içinde, bu edebiyata kattığı kelimelerle kendini göstermiştir. Bilindiği gibi Aşık Ömer, Karacaoğlan ve Köroğlu Tekke edebiyatı sanatçısı değildir. Yine de bu sanatçıların dillerinde Tekke edebiyatının etkisini görmek mümkündür. Aşık edebiyatı üzerinde Tekke edebiyatının etkisini incelemek amacıyla aynı yüz yıldan seçilen üç sanatçının tesadüfi seçilen 20 şiiri bu tespitleri belirlemek amacıyla incelenmiştir. Her üç sanatçı belirlenirken yapılan çalışmalara göre yaklaşık aynı yüz yılda yaşamış olmasına dikkat edilmiştir.

Aşık Ömer17 yy büyük şöhrete ulaşmıştır. Hayatı bu güne kadar elde edilen bazı rivayetler ve bilgilere rağmen hala sisler içindedir. Kendi dizelerinde yer alan bilgilerden Aydın'lı olduğu bilinmektedir. Bu bilgiler içinde Kırım da geçmektedir. Aydın'dan mı Kırım'a gittiği, Kırım'dan mı Aydın'a gittiği netlik kazanmamıştır. Aşık Ömer medrese eğitimi almış, Arapça ve Farsça bilmektedir. Haylaz bir öğrenci olan Aşık Ömer bir gün mezarlıkta uyurken rüyasında gördüğü bir kızın eline saz vermesi ile saz ve söz ile ilgilenmeye başlamıştır. Aşık Ömer'in yaşadığı yy halk şairlerinin Divan edebiyatının dili ve sanat

anlayışına özendiği dönemdir. Derinlemesine medrese eğitimi almamış olmasına rağmen aldığı eğitim ile Aşık Ömer İslam ilimlerini, evliya menkıbelerini öğrenmiştir. Ayrıca Fuzulî, Nesimi, İranlı Hafız-ı Şirazi, Sadî'yi tanımıştır. Genç yaştan itibaren aşık kahvelerinde de bulunmasından dolayı hem Aşık edebiyatı geleneğine hem de Anonim edebiyat geleneğine de hakim olmuştur. Heceyle olduğu kadar aruzla da yazan Aşık Ömer'in nerede ve ne zaman öldüğü ise bilinmemektedir. (Elçin, 1999: 1-15)

Karacaoğlan'ın 16 yy da yaşadığı, Bahçe ilçesinin Farsak köyünden olduğu tahmin edilmektedir. Karacaoğlan'a isnat edilen şiirlerin çoğu 17 yy a ait cönklerden derlenmiştir. aşamı Güney Anadolu Türkmen oymakları arasında geçmiştir. Güney yöresinin hemen her yerinde şiirlerini derlemek mümkündür. Bu nedenle yaşadığı ve dolaştığı yerler Karacaoğlan'ı sahiplenmişlerdir. Karacaoğlan ilahi aşktan çok insani aşka dönük bir aşıktır. Tasavvufun dışında insana dönük şiirle müziği buluşturmuştur. Konuşma rahatlığında söyleyeceklerini kısa ve en kestirme yoldan söyleyen aşık şiirlerinin benzetme ve ifade ediş biçiminde oldukça gerçekçidir (Karaer: 11-67)

Köroğlu XIV yy da Bolu yöresinde yaşamıştır diye kabul edilse de aslında nereli olduğu, hatta gerçekten yaşayıp yaşamadığı bile kesin bir bilgiye dayanmamaktadır. Pek çok araştırmacı Köroğlu'nun varlığını farklı tarihlere hatta farklı coğrafyalara dayandırmaktadır. "*Fuat Köprülü "Türk Edebiyatı Tarihi" adlı eserinde XVI. yüzyıl öncesini işaret eder. Evliya Çelebi, Ziya Gökalp, ArakelTebrizi, Ümit Kaftancıoğlu, M. H. Tehmasib, Cafer Cabbarlı, Sırrı Numan; Köroğlu'nun yaşadığı yer olarak Anadolu'yu işaret ederken, N. G. Cerişevski Köroğlu'nu Azebaycanlı olarak gösterir. Chotdzko, Fahrettin Kırzıoğlu, Tahir Alangu Köroğlu'nun II. Abbas (1642-1667) zamanında Horasan'da yaşadığını ileri sürerken, Faruk Sümer Köroğlu'nun Anadolu'dan İran coğrafyasına yayıldığı, Rıza Nur ve Dumezil Kafkasyalı, Fuat Köprülü de onun Astrabatlı olduğu görüşündedir. Mezaros'la A. H. Krappe ise Köroğlu'nun Fars olduğunu savunurken, Ermeni araştırmacı onun Ermeni olduğu konusunda ısrar eder.1 Tarihçi Mustafa Akdağ, Celali İsyanları adlı eserinde Köroğlu'nu XVI. yüzyılda Celâli isyanlarında rol almış bir çetebaşı olarak nitelerken, Ziya Gökalp, Millî Tetebbular Mecmuasının ilk cildinin üçüncü sayısında "Eski Türklerde İçtimaî ve Mantıkî Tasnifler Arasında Tenazur" adlı yazısında Köroğlu'nu Sakalara kadar götürür. A. Chodzko'ya göre Köroğlu, Teke boyundan olup adı da Ruşen'dir. Babası ise Türkistan padişahı Mirza Sarraf'ın atlarını güden bir çobandır"* (Boratav, 1984: 136). Bugün Bulgaristan'dan, Azerbaycan'a kadar uzanan coğrafyada şiirlerinin izleri sürülen ve bu nedenle de bu geniş coğrafyanın her yerinde sahiplenilen Köroğlu şiirlerinin içeriğinden yola çıkarak Bolulu olduğu kabul edilmektedir. Şiirlerinin içeriği ve şiirlerinin yayınlandığı cönklerden yola çıkarak da XVI yy şairi sayılmaktadır. Asıl isminin Ruşen Ali olduğu sanılan aşığın babasının kör edilmesi efsanesi ile körün oğlu olma durumu bilinen ismi haline gelmiş Köroğlu olmuştur. Şiirlerini koçaklama tarzında yazan Köroğlu'nun dili sadedir. Yiğitlik üzerine söylediği şiirleri hece ölçüsüyle söylenmiştir. Halkın ezilmişliğine isyandan yola çıkan şiirleri bu nedenle geniş coğrafyanın ve yüzlerce yıl halkın belleğinin malı olmuştur.

Aynı coğrafyadan ve aynı toplumun içinden çıkan edebiyatların birbirini etkileyeceği muhakkakdır. Bizim konumuz olan Aşık edebiyatı da XIII yy dan sonra yaygın ve geleneğini oturtmuş bir edebiyat olan Tekke edebiyatından oldukça etkilenmiştir. Her iki edebiyatın da hece ölçüsüne dayanması nedeniyle biçimsel olarak büyük benzerlik taşırken, etkilenme daha çok kelime kadrosunda olmuştur. Bu nedenle Aşık edebiyatı temelde halkın konuşma dili ile söylenmiştir denmesine rağmen Tekke edebiyatının kelime kadrosunu da kullanmıştır. Etkilenmelere örnek oluşturması açısından yaklaşık aynı yüz yıllarda yaşadığı düşünülen üç aşık seçilmiştir. Bu üç sanatçının her birinden tesadüfi seçimle

belirlediğimiz yirmişer toplam altmış şiiri incelenmiş ve görülmüştür ki Tekke Edebiyatı'nın kelime kadrosu örnek olarak seçilen bu üç aşığın şiirlerinde sıkça kullanılmıştır.

Köroğlu çağırır figan, ağıtlar

İman ehli birbirini öğütler

Köroğlu (Öztelli, 1984: .60)

Kadir Mevlam budur senden dileğim

Ver bana bir güzel, gönlüm eğeleyim

Karacaoğlan (Cunbur, 1973: 362)

Bize nisbet mi sultanım

Adularla salınırsın

Melek nesli misin canım

Yeşil came bürünürsün

Aşık Ömer (Ergun: 41)

Yukarıdaki örneklerde de görüldüğü gibi kelimeler Tekke edebiyatından olmasına rağmen, kullanım amacı değişmiştir. Bu edebiyatın günlük konuşma diline girmiş kelimeleri, şiirin içinde günlük konuşma rahatlığı ile yer almıştır.

Meydana girende yoktur korkumuz

Kazaya iriza diyenlerdeniz

Köroğlu (Öztelli, 1973: 58)

Kavga, yiğitlik, mertlik şairi olan Köroğlu'nun şiirlerinde bile tasavvufi inanç biçimimin günlük yaşama geçmiş kelimelerini bulmak mümkündür. İnsan inançları, düşünceleri, eğitiminin sınırları içerisinde kendisini ifade edebilir. Şiirini din dışı yazsa bile, kendisinin içinde taşıdığı, çevresinde yaşadığı inancı bir inancı vardır. Bu kişiyi oluşturan, kişiyi dış dünyaya tanıtan özellikleridir. Nasıl kavga, savaş şairi Köroğlu'nu dinden soyutlayamıyorsak, aşk ve kadın şairi Karacaoğlan'ı, divan tarzıyla da şiir yazmış Aşık edebiyatı kadar, Divan Edebiyatı sanatçısı olmayı istemiş Aşık Ömer'i dinden soyutlamak mümkün değildir.

Dört kitaptan başlayalım elife

Bir isim yazılmış kuldan ziyade

Karacaoğlan (Cunbur, 1973: 94)

Gelin ey talib-i Hak yüz tutalım Settar'a

Haşe mahrum ede Mevlası kulu yalvara

Emr-i Hak ile olup perde azab-ı nara

Dura seyretmek içün eh-i ganahı ramazan

Aşık Ömer (Ergun: 256)

AŞIK ÖMER'İN ÖRNEK ŞİİRLERİNDE TEKKE EDEBİYATI İZLERİ

Allah

Kumkapı'da sürdük zevk-i demimiz

Çok şükür Yezdan'a devranımız var

*

Borcu olanlara Hak ede yardım

Zalimlere çengel organımız var

*

Hub cemâlin gördüm aklım şaşırdım

Yaradan Mevlâ'ya kaldı çaresi

*

Kıblem Hak'dır yönüm sana dönerim

Mihrabımdır iki kaşın arası

*

Hak'ın ma'mur evi cennet cehennem

Kimiçün yapıldı şundan haber ver

*

Cümlenin ma'budu yardan Hudâ

Fermânı var fermanından içeru

Hz.Muhammed

Yüz yirmi dört bin peyfamber gelmeden

Hak Muhammed habibini bilmededen

Tövbe

Sözümden incinen dilber

Küsme gel tövbeler olsun

Arif-i Billah

Arif-i billaha görünür her bâr

Sanma her cahil-i bed zebân olur

Musâhib

Elh-i hakikatle olan musahib

Kemâl-ü marrifet olmada hasib

Vahdet

Ehl-i ma'rifetin olan hemdemi

Guşe-ivahdette etmede demi

Hu Çekme

Şunda bir nazenin çıkmış meydana

Salınıp gezdiği yollar hu çeker

Dünya-Ahiret

Kurdular meclisi dem u devranda

Dünya nedir ahret nedir bilmezler

Elh-i İrfân

Gelindi âşıkın alındı gamın

Sürelim mecliste ehl-i irfânın

*

Ömer der ehl-i irfan meclisi bunlar

Derilmiş gelmişler merhaba canlar

Nefse Nefse

Uyup cürmile yeştana isyanda

Nefse nefse bir acâyib seyranda

Şeytan-ı Lâin

Şeytan-ı lâinin sözüne uyan

Havva'nın cennette buğdayı yiyen

Adem

Adem'in eğninden hülleyi soyan

Cennetten çıktığ günü haber ver

*

Hazret-i Adem'in makamı kaçtır

Yönü ne diyara şundan haber ver

Din

Din İslâm kâfire kılıç çalmadan

Dini kim zaptetti şundan haber ver

Mansur

Hiç kimseler bilmezhalim yamandır

Her biri bir Mansur dâra çevrilür

Ezel

Ben seni severim ta ki ezeli

Takınmış başına fıstık kazeli

*

Aşık Ömer eder görmüşüm ezel

Ömrümün bağında döküdü gazel

Yedi Kat Yer Yedi Kat Gök

Yedi kat zemindir yedi kat göktür

Asuman var asumandan eçeri

Süleyman

Nice Süleymanlar geldi cihana

Süleyman var Süleyman'dan içeru

Sekiz Cennet Yedi Tamu

Sekizdir cenneti yedidir tamu

Tamusu var tamusundan içeri

Ednâ Kul

Ömer bir ednâ kulundur

Bağışla geç günahından

Dost

Adem bezirgândır dosta gavaya

Cevâhir vermeden elemim mi var

*

Çok zamandır cudâ düştüm dostumdan

Ağlayan dideler gülse gerektir

*

Dost ile seyrâna varsam

Uzak yollarda âlem var

Şâh

Bir nazar kıldım ol şâha

Saçı sünbül yüzü şâha

Kâmil

Ömür derde düşüp ağlar

Anı kâmil olan anlar

Derviş

Aşık derviş aş varalım

Yârin cemâlim görelim

Melek

Melek nesli misin cânım

Yeşil câme bürünürsün

Kelam

Hançer gevheri belinde

Kelâm cevheri dilinde

Aşık Ömer'in şiirlerinde kullanılan Tekke edebiyatına ait kelimelerden bazıları şunlardır; arif-i billâh, hâl ehli, tarikat, şeyh-i kâmil-i nüktadân, ehl-i ma'rifet, guşe-i vahdet, hâh-i âlem, nüsha-i eşyâ, ehl-i hakika, musâhib, kemal ü marifet, hâsib, ehl-i menâsıb, Cebbâr, hikmet, Süleymen, Yaradan-Mevla, kıbla, Hak, mihrab, kul, Adem, dost, hu çekmek,ehl-i irfan, melek, ezel, kul, şeytan-ı lain, Havva, hülle, makam, Hz.Muhammed, din, Mansur, dar, Hudâ, yedi kat yer, yedi kat gök, Kur'an, bihamdillâh, hatm, subnân, tamu, cehennem, Yusuf, akıl,, günah, pirler, tevbe, yeşil câme, kelâm, âlem, derviş, şâh, kâmil, rahmeylemek

KARACAOĞLAN'IN ÖRNEK ŞİİRLERİNDE TEKKE EDEBİYATI İZLERİ

Kadir Mevlâ

Kadir Mevlâm budur senden dileğim

Var bana bir güzel, gönlüm eğlensin

Va'z

Alim olan kulak verir va'zlara

Câhil olan sohbet katar sazlara

Kıble

Kıbleyedir çeşmesinin akışı

Bülbüle hoş varır gülün kokusu

Zemzem

Ak göğsün arası zemzem pınarı

İçsem öldürürler, içmesem öldüm

Cenaze Kılmak

Eğer ölür ise ben bu yaradan

Yârim cenazemi kılsın da gitsin

Fenâ

Fenadan da Karacoğlan fenadan

Bir selâm geldi de kaşı karadan

Evliyâ

Evliyanın hırkasını geyinen

Hacı yollu güzeli var bu çölün

Kıyamet

Kıyâmette yakasını tutarım

Vermesin hoyrata güllerimizi

Kul

Nice kulların var, gezer kalemle

Al beni deftere yaz kerem eyle

Ecel

Açıp ak gerdanı, durma karşımda

Ecelimden evvel öldürme beni

Ezel

Karacoğlan eydür; bir mâni söyle

Ezelden kalmıştır bu kanun böyle

Dost

Yenem dedim, yenemedim gönlüme

O dosta yiyecek nar bulamadım

*

Karacaoğlan okur elif-be'yinen

Dosta varamadım ben bu huyinen

Karacaoğlan'ın şiirlerinde kullanılan Tekke edebiyatına ait kelimelerden bazıları şunlardır;ecel, din, iman, dem, kul, mezar, ezel, dost,cennet, kıyamet, Mevlâ, fenâ, zemzem, kıble, evliya, hırka, Hac, va'z, günah, namaz kılmak, Hakk, niyaz, şah.

KÖROĞLU'NUN ÖRNEK ŞİİRLERİNDE TEKKE EDEBİYATI İZLERİ

Allah

Ok atılır kalasından

Hak saklasın belâsından

*

Yarın burdan kalkıp gitmeli düze

Allah yardım ede burada bize

*

Gider oldum beyler Haleb'e Hoy'a

Mevlam yitiştirsin düğüne toya

Ahir

Köroğlum der devran döndü âhire

Altın madenleri döndü bakıra

Dini Bütün

Dini bütün arkadaşlarım yoluna

Serini şol meydana koymalıdır

İman Ehli

Köroğlu çağırır figan, ağıtlar

İman ehli birbirini öğütler

Kaza

Meydana girende yoktur korkumuz

Kazaya iriza diyenlerdeniz

Dost

Başım koydum arkadaşın yoluna

Başı dost yoluna koyanlardanız

Şah

Şahlar şahı divan açar

Divan gümbür gümbürlenir

Pir

Ben her şeyden arzum aldım

Kocaldım Ayvaz pir oldum

Ab-ı Kevser

Budur kırat durağı

Bilmez yakını, ırağı

Ab-ı kevserdir sulağı

İçip çekilip gidelim

Ezel

Köroğlu söyler ezeli

Bağlar döküyor gazeli

Silistre'den güzeli

Alıp çekilip gidelim

Mukaddes

Her ne eder isen o gelir başa

Mukadder yerini bulur demişler

Selâm

Benden selâm olsun Boyu Beyi'ne

Çıkıp şu dağlara yaslanmalıdır

Salâvat

Yere düşer karpuz gibi kelleler

Salâvat çekmeye çetin dil gerek

Kul

Haber aldım ihvanından, kulundan

Doyuk olduk akçasından, pulundan

Köroğlu'nun şiirlerinde kullanılan Tekke edebiyatına ait kelimelerden bazıları şunlardır; selâm, ihvan, kul, mukadder, Allah, pir, şah, Hak, belâ, muhannet, şehriyâr, kaza, iriza, dost, salavat, ab-ı kevser, rahmetmek, Mevlâ, devran, ahir, dini bütün, iman ehli

SONUÇ

Halk edebiyatında sözün sazla birleştirilip söylenmesi Orta Asya ozan-baksı geleneğine kadar gitmektedir. Düğünde, ölümde, toyda ozan-baksının sazla söylediği sözlerle halkın duygularının dile getirilmesi Türklerin Anadolu'ya gelmesi ile bu coğrafyaya taşınmıştır. Türklerin Anadolu'ya girmeden İslamiyet ile tanışması, dini yaşamdan, sosyal yaşama ve edebi ürünlere kadar pek çok konuyu etkilemiş, Anadolu'ya giren Türklerin ozanı zaman içinde yerini aşığa bırakmıştır. XI yy da kendini göstermeye başlayan tasavvuf da Anadolu'da zaman içinde kurumsallaşarak dini anlatan, Allah aşkını anlatan,

varlığın olma sebebini, oluş biçimini ele alan, Allah'a ulaşma yollarını anlatan şiirlerin söylenmesine neden olmuştur. Hece ile yalın dille Allah aşkının anlatıldığı bu şiirler Tekke edebiyatının oluşmasına neden olmuştur. Tekke edebiyatı da kendinden sonra gelen edebiyat kollarını özellikle dil kadrosu yönünden etkilemiştir. XVI yy da geleneği oturtan Aşık edebiyatı da ozan-baksı gibi doğaçlama, hece ölçüsüyle şiir söyleme geleneğini devam ettirirken XIII yy dan sonra yaygınlığı artmış Tekke edebiyatının dil kadrosundan etkilenmiştir. XVI yy da yaşadıkları düşünülen üç aşık Aşık Ömer, Karacaoğlan, Köroğlu'nun şiirleri Aşık edebiyatının üzerindeki Tekke edebiyatının izleri açısından incelendiğinde görülmüştür ki la-dini edebiyatın temsilcisi aşıkların dillerinde Tekke edebiyatının oldukça etkisi vardır. Bade içme ile mistik bir boyut kazanmış olan Aşık edebiyatı temel içeriğini dini anlatmak üzerine kurmamasına rağmen, halkın içinde yaygınlığı, saygınlığı nedeniyle Tekke edebiyatından etkilenmiştir. Bu nedenle beşeri bir duyguyu anlatırken ya da bir insanı tanımlarken bile Tekke edebiyatı dil kadrosunu kullanmışlardır. Medrese eğitimli Aşık Ömer beşeri duygunun her şeklini şiirlerinde konu edinmiştir, aşk ve kadını anlatması ile bilinen Karacaoğlan, beylik düzenine isyan eden, yiğitlik konularında yazdığı şiirlerle nam salan Köroğlu da klasikleşmiş, geleneği oturmuş, yalın ve halkın konuştuğu dille eserlerini verirken bile XIII yy dan kendi zamanlarına kadar yaygın ve zengin bir inanç ve kültür oluşturmuş Tekke edebiyatından soyutlanamamıştır.

Bu çalışma da göstermektedir ki aynı coğrafyanın insanlarının oluşturduğu edebiyatların birbirlerinden etkilenmemeleri mümkün değildir. Bu nedenle bir edebiyatı tanımlarken diğer edebiyat izlerini yok saymak tanımı eksik bırakmaktadır. Aynı coğrafyada yaşayan insanların edebiyatları kültür ve edebiyat zenginliğinin parçası. Bütünün birer unsurudur.

KAYNAKLAR

ARTUN E. (2011). Âşıklık Geleneği ve Âşık Edebiyatı, Adana, Karahan Kitabevi.

BİLGİN A. A. (2011) İslam Ansiklopedisi "Tekke Edebiyatı" Maddesi, C.40, İstanbul, Diyanet Vakfı Yayınları

BORATAV, P. N.(1984), Köroğlu Destanı, İstanbul: Adam Yayınları

CUNBUR M. (1973). Karacaoğlan, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları

ELÇİN Ş. Aşık Ömer, Kültür Bakanlığı, 1999, Ankara

ERGUN, S. N. Aşık Ömer Hayatı ve Şiirleri, Semih Lütfi Matbaası ve Kitap Evi

GÜNAY U. (2005). Türkiye'de Âşık Tarzı Şiir Geleneği ve Rüya Motifi, Ankara, Akçağ Yayınları.

KABAKLI A. (2008). Âşık Edebiyatı, İstanbul, Türk Edebiyatı Vakfı Yayınları.

KARAER M. N. Karacaoğlan, Türcüman 1001 Temel Eser, (11-67)

ÖZDEMİR C. (2016). "Değerlerin Aktarımı Bağlamında Aşık Edebiyatı ve Gençlik", Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, S.32, C.32, s.223-237

ÖZTELLİ, C. (1984). Köroğlu-Dadaloğlu-Kuloğlu, İstanbul, Özgür Yayıncılık

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'nin Ab Üyeliği Sonrası Avrupaya Yönelik Potansiyel Göç İhtimalini Ortaya Koyması Açısından Türkiye'deki Bulgaristan Göçmenlerinin Göç Eğilimleri

Full Text / Tam Metin

Beycan Hocaoğlu[1], Çiğdem Ünal[2], Serdar Vardar[3]

ÖZET

1989 yılı sonrasında Komünist sistemin çöküşünün ardından Bulgaristan açısından belki de en önemli gelişmelerden birisi Bulgaristan'ın 2007 yılında gerçekleşen Avrupa Birliği üyeliğidir. Bulgaristan'ın Avrupa Birliği üyeliği Bulgaristan vatandaşlarının ekonomik gelişme, sosyal refah ve kamusal hizmetlerde düzelme yönündeki umutlarını yeniden canlandırırken üyelik müzakerelerinin bir sonucu olarak 2005 yılından itibaren AB üyesi ülkelere Bulgaristan vatandaşlarına vizesiz giriş kolaylığı sağlanmıştır. Türkiye'de Bulgaristan vatandaşlığı devam eden Bulgaristan göçmenleri de Bulgaristan'da yaşanan bu gelişmelere bağlı olarak Avrupa Birliği üyesi ülkelere vizesiz giriş kolaylığından yararlanma hakkı kazanmışlardır. Türkiye'ye 1989 yılı ve sonrasında gelerek yerleşen 300 bini aşkın Bulgaristan göçmeninin Avrupa vatandaşlığı kazanması Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne katılımını etkileyen en önemli sorunlardan biri olan üyelik sonrası potansiyel bir Türk göçünün varlığı açısından da bir örnek teşkil etmektedir. 30 yıla yakın bir süre Türrkiye'de yerleşmiş bulunan Bulgaristan göçmenlerinin Avrupa Birliği ülkelerine göçü Türkiye'nin de üyelik sonrası göç potansiyeline ışık tutacaktır. Bu çalışmanın amacı İzmir'de yerleşik bulunan ve çifte vatandaşlığa sahip olan Bulgaristan göçmenlerinin Avrupa Birliğine yönelik istihdam göçünü değerlendirerek Türkiye'nin gelecekteki durumu hakkında bir öngörüde bulunmaktır.

ABSTRACT

One of the most important political development in post-communist Bulgaria have been her accession to the European Union in 2007. While accession process and membership to EU have given rise to new expectations to the further developments in economy, social welfare and public institutions it also has granted visa free travel to EU member states in 2005. The vast amount of Bulgarian immigrants of Turkish origin who live in Turkey since 1989 have also rejoice in visa free travel privilege to EU. Turkey, as a country of emigration, is expected to give migration to European countries after its possible membership. Bulgarian immigrants who live in Turkey for almost 30 years represents an excellent example to study whether Turkey's possible accession to EU will result in mass emigration. The main goal of this study is to examine the emigration tendency of Bulgarian citizens who live in Turkey for almost 30 years to understand future tendencies of Turkish mobility towards EU.

GİRİŞ

Türkiye'nin 12 Eylül 1963 tarihinde Ankara'da imzaladığı Avrupa Ekonomik Topluluğu ile Ortaklık Antlaşması ile başlayan AB adaylığı serüveni 17 Aralık 2004 tarihinde Türkiye'nin adaylığının resmen kabulü ile en son aşamasına gelmiş ancak söz konusu tarihten günümüze herhangi bir ilerleme kayıt

[1] Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Coğrafya Bölümü
[2] Prof. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Coğrafya Bölümü
[3] Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Coğrafya Bölümü

edilmemiştir. 2019 tarihi itibariyle ise Türkiye'nin AB macerası 56. yılına girmiş olmasına rağmen henüz tamamlanabilmiş değildir. Türkiye'nin olağanca gücüyle bastırmasına rağmen AB tarafından kabul edilmemesinin ve muhtemelen de kabul edilmeyecek olmasının ardından açıkça dillendirilen veya dillendirilmeyen pek çok neden vardır. Bunlar ekonomik, kültürel, sosyal, dini, coğrafi ve demografik nedenlerdir. Demografik nedenleri esas olarak ikiye ayırmak mümkündür. Bunlar Türkiye'nin nüfus büyüklüğü ve Türkiye'nin olası üyeliğinin arından ekonomik olarak müreffeh AB üyesi ülkelere gerçekleşmesi beklenen kitlesel göç hareketidir. Nitekim tüm üyelik müzakerelerinin başladığı 2005 yılında "İşçilerin Serbest Dolaşımı" ile ilgili müktesabat başlığı "Benimsenmesi Çok Zor" değerlendirmesi ile açılarak 8 Aralık 2009 tarihinde dondurulmuştur. Türk vatandaşlığına sahip işçilerin serbest dolaşım hakkının dondurulmasının ardından Türk vatandaşlarının AB üyesi ülkelere vizesiz giriş çıkış kolaylığının sağlanmasına yönelik gelişmeler ilk başta daha umut vaat eden bir şekilde ilerlemiştir. 29 Eylül 2011 tarihinde dönemin AB içişleri komiseri Cecili Malmström Kasım 2015 tarihinde Türk vatandaşlarına vize şartının kaldırılacağını belirtmiş ancak 18 Mart 2016 tarihine gelindiğinde vize şartının ancak Mayıs 2016 tarihinde Türkiye'nin AB tarafından belirlenene 72 şartın yerine getirilmesi durumunda kaldırılacağı duyurulmuştur. Mayıs 2016 tarihine gelindiğinde ise Jean-Claude Jüncker tarafından söz konusu şartlardan 7 tanesinin yerine getirilmemesi gerekçe gösterilerek vizelerin kaldırılması kabul edilmemiştir. Mevcut 7 şartın Türkiye'nin terör ile mücadelesine doğrudan müdahale ettiği göz önünde bulundurulduğunda "İşçilerin Serbest Dolaşımı" gibi vizesiz muafiyetinin tanınması konusunun da olumsuz bir şekilde sonuçlandığı görülür.

Türk vatandaşlarının AB üyesi ülkelere yönelik hareketlerini kısıtlayan bütün bu engellemelerinin temelinde hiç şüphesiz AB ülkelerinin muhtemel üyeliğinin ardından Türkiye'den gelecek kitlesel bir göç ihtimali yatmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı böyle bir göç ihtimalinin varlığını araştırmaktır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmamızın temel amacı yukarıda da belirtildiği üzere Türkiye'nin muhtemel AB üyeliğinin ardından özellikle AB üyesi ülkeler tarafından gerçekleşmesi beklenen kitlesel bir göçün ihtimalini ortaya koymaktır. Bunun için özellikle Türkiye'nin sosyo-ekonomik ortalaması ile aynı nitelikleri gösteren ve AB vatandaşlığı bulunan Bulgaristan göçmenleri iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Balkanlar'ın kaybedilmesi ile başlayan ve günümüze kadar devam eden 100 yılı aşkın süreden beri Türkiye Balkan kaynaklı göçlere maruz kalmıştır. Bu göçlerin kitlesel halde gerçekleşen sonuncusu 1989 yılında meydana gelmiş ve Türkiye'ye 350 000'e yakın kişi göç etmiştir. Bu göç dalgası ile gelenleri diğer göç dalgası ile gelenlerden ayıran en temel özellik söz konusu göçmenlerin Bulgaristan vatandaşlığını halen korumalarıdır. Göçmenler tarafından ilk etapta sadece belirli dönemlerde Bulgaristan'a giriş çıkışlarını kolaylaştırmak için kullanılan Bulgaristan vatandaşlığı Bulgaristan'nın AB üyeliğine kabulünün ve vize muafiyetinin tanındığının ilân edildiği 2005 tarihi itibariyle ayrı bir önem kazanmıştır. Bulgaristan'ın AB üyeliği aynı zamanda da Türkiye'de Bulgaristan vatandaşlığı bulunan 350 000'e yakın kişiyi de AB vatandaşı haline getirmiştir. Bulgaristan'ın AB üyesi olduğu 2007 yılı itibariyle 20 yıla yakın Türkiye'de bulunan ve Türkiye ile entegrasyonunu sağlayan göçmenler bu nedenle imkânlar tanındığında AB'ye yönelik potansiyel bir Türk göçünün gerçekleşip gerçekleşmeyeceğine dair iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Çalışmamız bu nedenle Türkiye'deki Bulgaristan göçmenlerinin 2018 yılı itibariyle AB'ye yönelik göç eğilimleri üzerinde odaklanmıştır. AB üyeliğinin tescillendiği 2007 yılından 2018 yılına kadar geçen 11

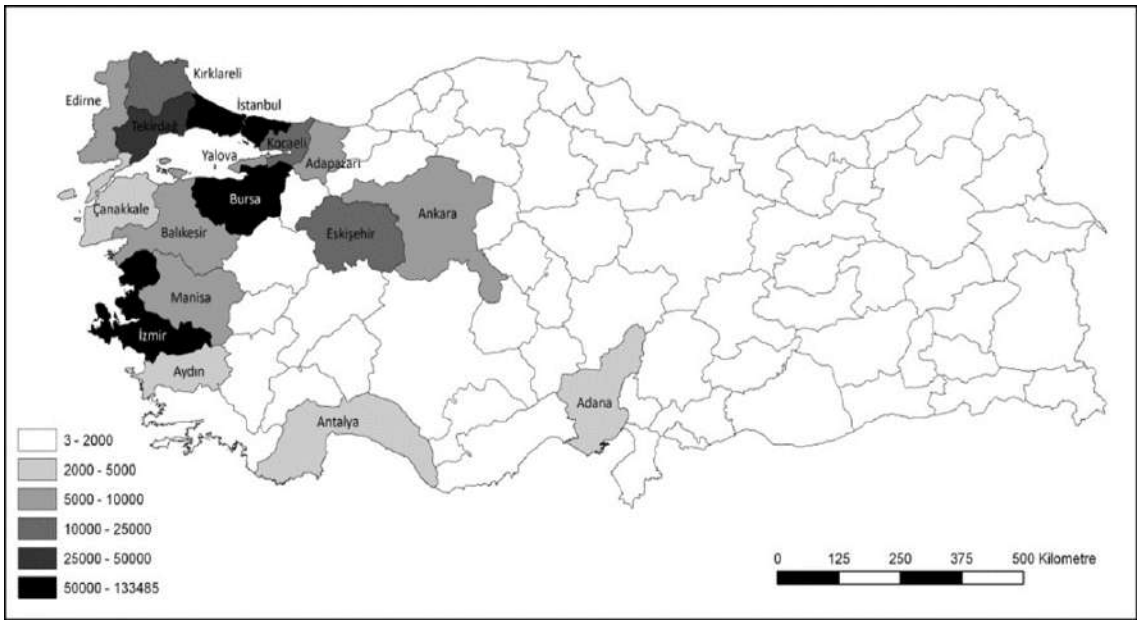
yıllık süre zarıfında Bulgaristan göçmenlerinin göç eğilimlerinin Türkiye nüfusunun geri kalanına da bir öngörü sağlayacağı aşikârdır. Bu nedenle 2018 yılının yaz aylarında Bulgaristan göçmenlerinin farklı sosyo-ekonomik sınıf ve yaş gruplarından kişiler ile anket çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Türkiye'de Bulgaristan vatandaşlığına sahip kişi sayısını bulmak mümkün olmamakla birlikte Türkiye'de 2000 yılı itibariyle Bulgaristan doğumlu kişi sayısı ve illere göre dağılışı aşağıdaki gibidir (**Tablo 3**; **Harita 1**);

Tablo 3: Türkiye'deki Bulgaristan doğumlu kişi sayısının 2000 yılı itibariyle illere göre dağılımı

İl	**Kişi Sayısı**	**%**
BURSA	133.485	27,9
İSTANBUL	126.422	26,4
İZMİR	57.152	12,0
TEKİRDAĞ	44.919	9,4
KOCAELİ	19.752	4,1
KIRKLARELİ	14.652	3,1
ESKİŞEHİR	12.264	2,6
ANKARA	8.996	1,9
BALIKESİR	8.456	1,8
MANİSA	7.507	1,6
EDİRNE	6.731	1,4
YALOVA	5.556	1,2
SAKARYA	5.509	1,2
ÇANAKKALE	3.324	0,7
AYDIN	2.950	0,6
ADANA	2.873	0,6
ANTALYA	2.312	0,5
DİĞER	15.357	3,2
	478.217	**100**

Harita 1: Türkiye'deki Bulgaristan doğumlu kişi sayısının 2000 yılı itibariyle illere göre dağılımı



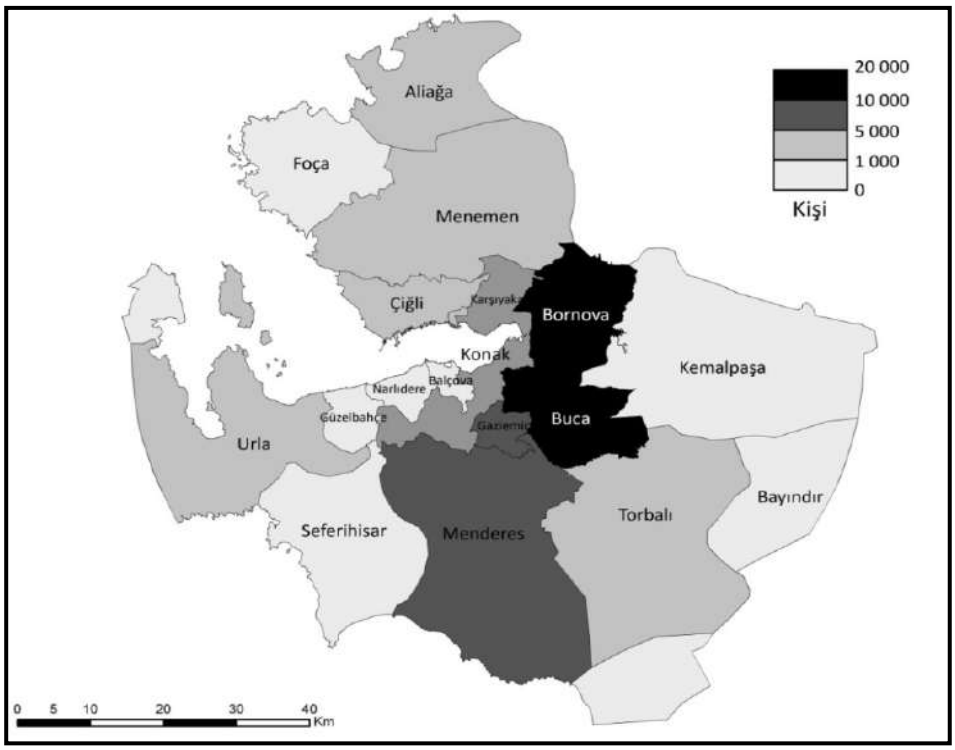
Tablo 3'de verilen rakamlar Türkiye'de sadece 1989 yılında değil aynı zamanda daha önceki dönemlerde de gelen ilk nesil Bulgaristan göçmenlerinin miktarını göstermekle birlikte 1989 ve sonrasında gelen Bulgaristan göçmenlerinin toplandıkları iller hakkında fikir vermektedir. Öte yandan Türkiye'de dünyaya gelen ve annesi ve babası üzerinden Bulgaristan ve dolayısıyla AB vatandaşlığına sahip kişilerin de bu istatistiğin içinde bulunmadığını belirtmek gerekmektedir.

Bu rakamlara göre Türkiye'de Bulgaristan göçmenlerinin en çok toplandığı ilk 4 il sırasıyla Bursa, İstanbul, İzmir ve Tekirdağ'dır. Bu 4 il Bulgaristan doğumluların %75'ten fazlasını barındırmaktadır. Anket çalışmasında yaşadığımız il olması nedeniyle İzmir ili tercih edilmiştir. İzmir ilinde mevcut Bulgaristan doğumlu kişi sayısının dağılımı **Tablo 4** ve **Harita 2**'de verilmiştir.

Tablo 4: 2000 yılı itibariyle İzmir ilçelerinde Bulgaristan doğumlu kişi sayısının dağılımı

İLÇE	**KİŞİ**	**%**
Bornova	19.437	34,0
Buca	10.372	18,1
Gaziemir	7.663	13,4
Menderes	6.093	10,7
Konak	3.521	6,2
Karşıyaka	2.543	4,4
Torbalı	835	1,5

Aliağa	812	1,4
Çiğli	804	1,4
Bergama	717	1,3
Menemen	641	1,1
Urla	602	1,1
Diğer	3.112	5,4
Toplam	**57.152**	**100**

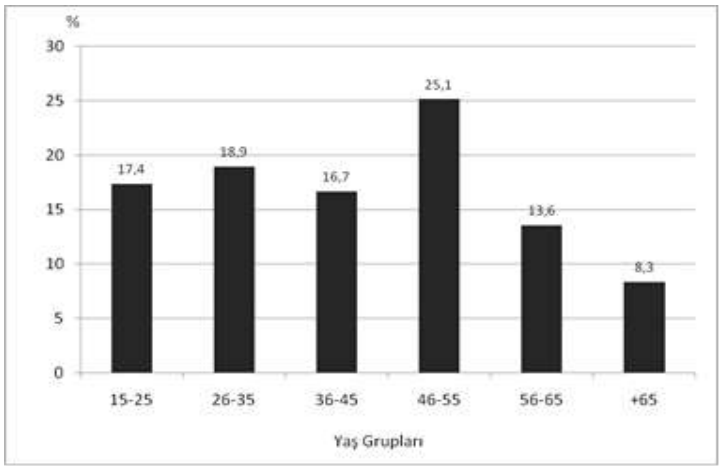


Harita 2: 2000 yılı itibariyle İzmir ilçelerinde Bulgaristan doğumlu kişi sayısının dağılımı

Tablo 4'de verilen rakamlara göre İzmir'de en çok Bulgaristan doğumlu kişi sayısının yaşadığı ilçeler sırasıyla Bornova, Buca, Gaziemir ve Menderes'tir. İzmir'deki Bulgaristan göçmenleri ile yaptığımız görüşmeler neticesinde Bornova ve Buca'da Bulgaristan doğumlu kişi sayısının yüksek çıkmasının temel nedeninin 1989 öncesinde gelen göçmenlerin söz konusu ilçelerde ikamet etmesi olduğu öğrenilmiştir. 1989 yılında gelen göçmenlerin büyük bir çoğunluğu ise Gaziemir'in Sarnıç beldesi ve Menderes'in Görece beldelerinde ikamet etmektedir. Söz konusu iki ilçe birbirlerine çok yakın mesafede bulunmakla beraber aralarında sınır bulunması nedeniyle istatistiklerde ikiye bölünmüşlerdir. Anket çalışması bu nedenle Gaziemir'in Sarnıç ve Menderes'in Görece beldelerindeki göçmenler üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Anket çalışmasında toplamda 93 anket gerçekleştirilmiş ancak bunlardan 8 adedi tutarsız sonuçlar ihtiva etmesi nedeniyle değerlendirme dışı tutulmuştur. Toplamda İzmir'in Gaziemir ve Menderes ilçelerinin Sarnıç ve Görece beldelerinde gerçekleştirilen 85 anket üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

Ankete katılanların yaş gruplarına göre dağılımı aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir (**Şekil 1**). Çalışmada tüm yaş gruplarının eşit şekilde dağılması arzu edilmiş olmakla birlikte her ne kadar bu amaç özellikle ilk üç yaş grubu için gerçekleşmiş olsa da anket katılımcılarının 1/4'ü 46-55 yaş grubundakilerden oluşmaktadır. Yine de yaş gruplarına göre dağılım ankette tüm yaş gruplarının göç eğilimlerinin ortaya koymada yeterli olacağı şekilde gerçekleşmiştir.



Şekil 1: Ankete katılanların yaş gruplarına göre dağılımı

Ankete katılanların eğitim durumlarına göre dağılımlarına baktığımızda (**Tablo 5**) her eğitim seviyesinin ankette temsil edilmekle birlikte lise mezunlarının ağırlıkta olduğu görülmektedir. Ortaokul mezunlarının sayısı katılımcıların % 27'sini oluştururken üniversite ve üstü mezunların sayısı katılımcıların % 13'ünü oluşturmaktadır. Katılımcıların arasında eğitim görmeyen hiç kimse yokken sadece ilkokul mezunu olanların oranı %8,4'tür ve genellikle 65 yaş ve üzeri yaş grubundakileri kapsamaktadır.

Tablo 5: Ankete katılanların eğitim durumlarına göre dağılımı

	Sayı	**Yüzde**
İlkokul	7	8,4
Ortaokul	23	27,1
Lise	44	51,4
Üniversite	11	13,2
Toplam	85	100

Katılımcıların % 37,6'sı gelirleri ile ilgili soruları boş bırakarak cevap vermek istememişlerdir (**Tablo 6**). Bunun dışında katılımcılar arasındaki en büyük gelir grubunu aylık geliri 2000 – 4000₺ arasında olanlar oluşturmaktadır. Gelir soruları mahremiyet arz ettiği ve özellikle serbest meslek grubunda çalışanlar için vergi ile ilgili sorunlar teşkil edebileceği endişesinden dolayı genellikle sağlıklı cevaplar almak zor olmakta ve olduğundan daha düşük rakamlar elde edilmektedir.

Tablo 6: Ankete katılanların aylık gelir gruplarına göre dağılımı

	Sayı	**Yüzde**
Beyan Etmek İstemeyen	266	37,6
0-2000	44	6,2
2000-4000	253	35,7
4000-6000	92	13,0
6000-8000	36	5,1
+8000	17	2,4
Toplam	708	100

Anket katılımcılarının meslek gruplarına göre dağılımı Uluslararası Meslek Sınıflandırma Standardının 2008 versiyonuna göre yapılmıştır (ISCO-08). Buna göre ankete katılanların % 11,2'si üniversite ve üstü eğitim gerektiren profesyonel meslek gruplarına ait iken meslek lisesi ve/veya meslek yüksek okulu seviyesinde eğitim gerektiren grupta olanların oranı %54'lere ulaşmaktadır (**Tablo 7**). Bunun dışında nitelik gerektirmeyen veya düşük nitelik gerektiren işlerde çalışanların oranı %25'lerde kalmaktadır. Bu açıdan bütün meslek gruplarında çalışanlar anket çalışmamızda temsil edilmektedir.

Tablo 7: Ankete katılanların meslek gruplarına göre dağılımı (ISCO-08 tasnifi)

	Sayı	**Yüzde**
Profesyonel Meslek Grupları	54	11,2
Teknisyenler, Teknikerler ve Yardımcı Profesyonel Meslek Grupları	106	21,9
Hizmet ve Satış Elemanları	30	6,2
Sanatkarlar ve İlgili İşlerde Çalışanlar	155	32,0
Tesis ve Makina Operatörleri ve Montajcılar	45	9,3
Nitelik Gerektirmeyen İşlerde Çalışanlar	94	19,4
Toplam	**484**	**100**

BULGULAR

Ankete katılanların %51'i yurtdışına gitmeyi düşünüyor musunuz sorusuna hayır cevabını vermişlerdir. Yurtdışına gitmeyi düşünenlerden ise ancak %14'ü, katılımcıların 6'sı yurtdışına yaşamak/çalışmak için gitmeyi düşündüğünü belirtmiştir. Katılımcıların % 81,2'si yurtdışına gezi ve tatil amacıyla gitmek istediğini belirtmiştir (**Tablo 8**).

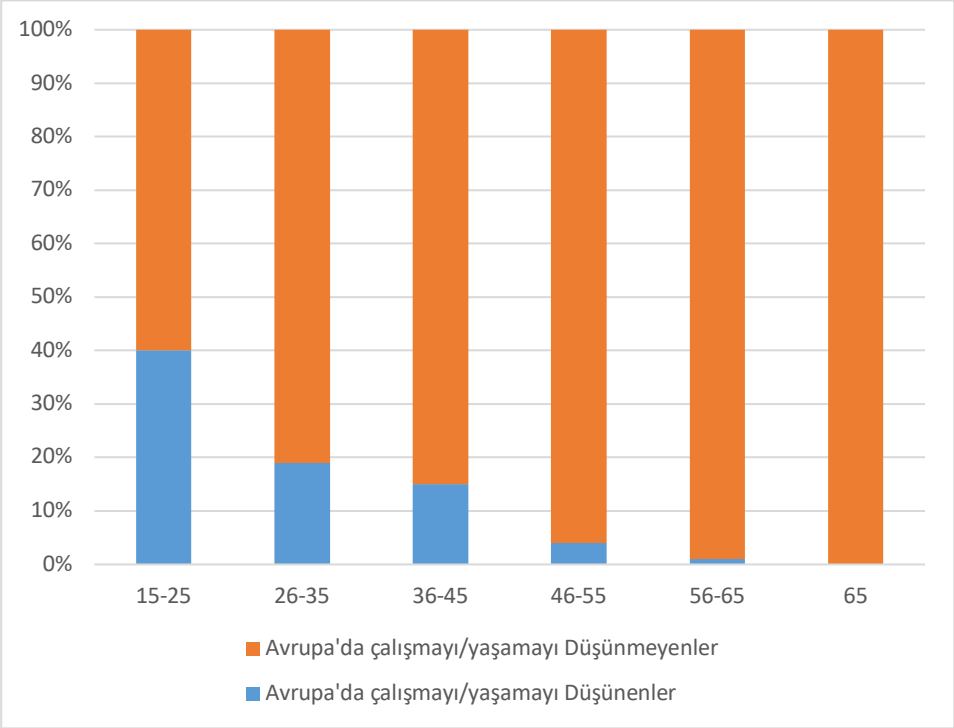
Tablo 8: Katılımcılardan yurtdışına gitmeyi düşünenlerin gitme tercihlerinin dağılımı.

	Sayı	**Yüzde**
Yaşamak/Çalışmak	6	13,9
Eğitim	2	5,2
Gezi/Tatil	34	81,2
Toplam	42	100

Yurtdışına gitmeyi düşünenlerin yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında yurt dışına gitmeyi düşünenlerin oranının 15-25 yaş grubundakilerde olduğu görülmektedir. Yaş grubu arttıkça yurt dışına gitmek isteyenlerin oranında ciddi bir azalma olduğu gözlenmektedir (**Tablo 9**). Hiç şüphesiz bu durumun temel nedeni genç yaştaki nüfusun risk alma iştahının daha yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

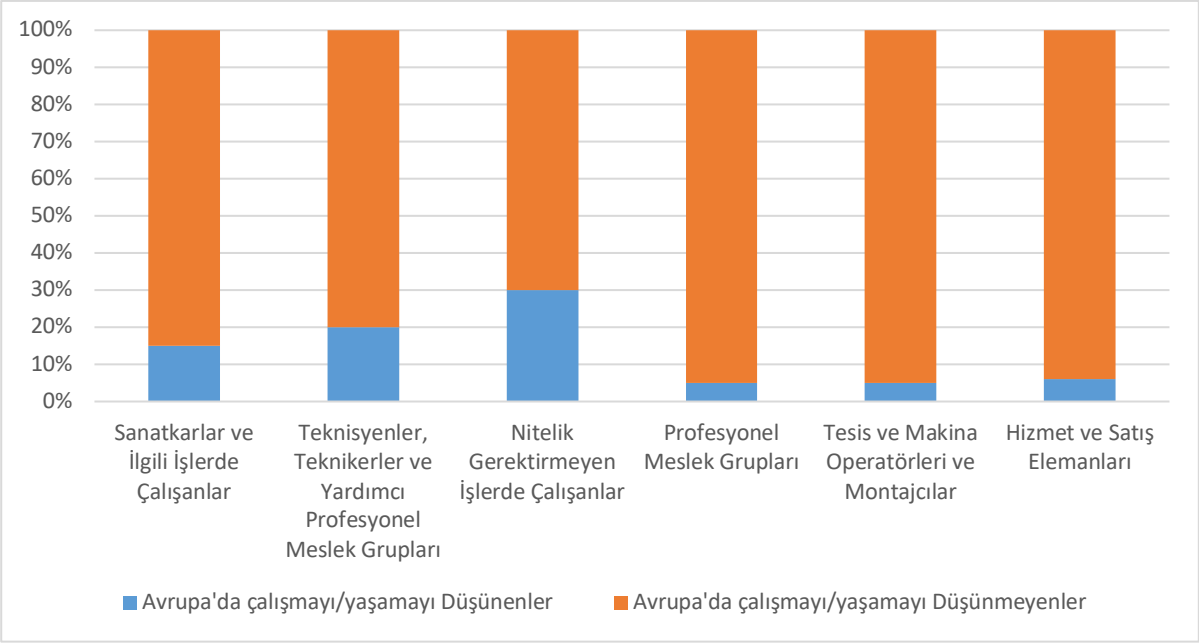
Tablo 9: Yurtdışına gitmeyi düşünenlerin yaş gruplarına göre dağılımı

	Avrupa'da çalışmayı/yaşamayı Düşünenler (%)	**Avrupa'da çalışmayı/yaşamayı Düşünmeyenler (%)**
15-25	40	60
26-35	19	81
36-45	15	85
46-55	4	96
56-65	1	99
+65	0	100
	14	86



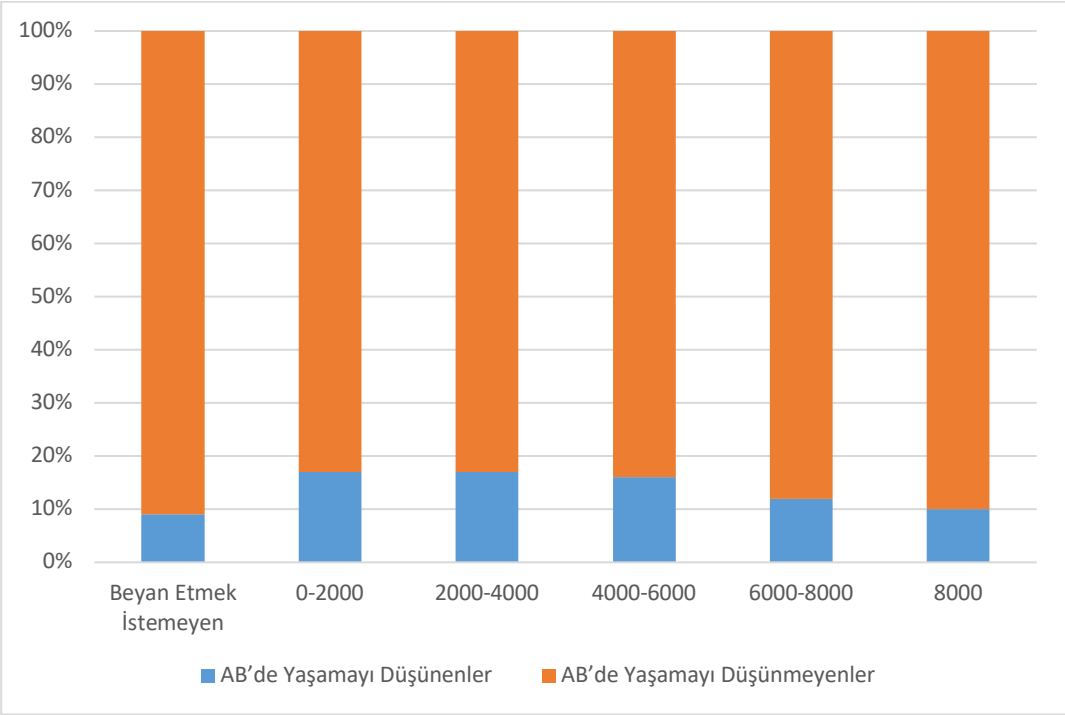
Şekil 2: Yurtdışına gitmeyi düşünenlerin yaş gruplarına göre dağılımı

Meslek gruplarının göç eğilimi ile ilişkisi söz konusu olduğunda %30 ile nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanların göç eğilimi daha yüksek çıkmaktadır (**Şekil 3**). Teknisiyen ve ara eleman olarak çalışanlarda göç etme eğiliminde olanların ise %20 ve %15 ile nispeten yüksek çıktığı gözlenmektedir.



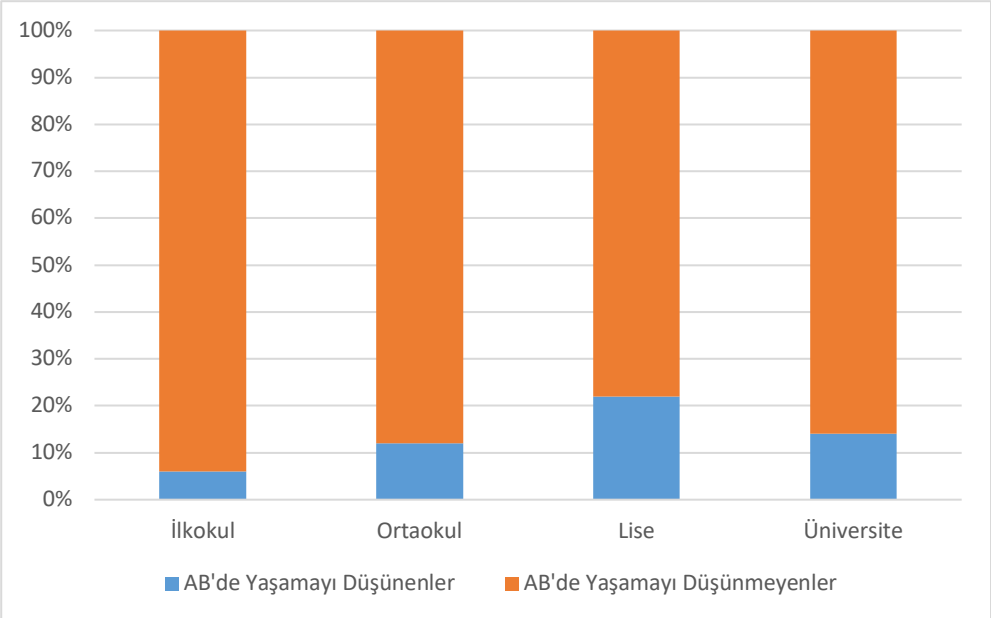
Şekil 3: Yurtdışına gitmeyi düşünenlerin meslek gruplarına göre dağılımı

Anket sonuçlarına göre gelir seviyesi ile yurt dışına çıkma eğilimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (**Şekil 4**).



Şekil 4: Yurtdışına gitmeyi düşünenlerin gelir gruplarına göre dağılımı

Ankete katılanların eğitim durumlarına göre yurt dışına gitme eğilimleri söz konusu olduğunda lise mezunlarında bu oranın %20 ile nispeten daha yüksek çıktığı görülür (**Şekil 5**). Buna karşılık orta okul ve üniversite mezunlarında bu oran %10'lar mertebesinde kalmaktadır.



Şekil 5: Yurtdışına gitmek isteyenlerin eğitim durumlarına göre dağılımı

SONUÇ

2018 yılının yaz aylarında İzmir'in Gaziemir ve Menderes ilçelerinde yerleşik bulunan Bulgaristan göçmenleri üzerinde gerçekleştirmiş anket çalışmasının sonuçlarına göre Bulgaristan göçmenlerinin Avrupa Birliği vatandaşlıklarının kendilerine getirmiş olduğu kolaylıklara rağmen herhangi bir AB üyesi ülkeye yönelik göç eğilimleri oldukça düşüktür. Bulgaristan göçmenlerinin Türkiye'ye olan entegrasoynları ve sosyo-ekonomik statü olarak Türkiye'nin geri kalanı ile aynı ortalamaya ait oldukları düşünüldüğünde Türkiye'nin olası AB üyeliği sonrasında gerçekleşeceği varsayılan kitlesel bir göçün genel kanının aksine gerçekleşmeyceği görülmektedir. Bununla birlikte göç eğilimi en yüksek oranda 15-25 yaş aralığında görülmektedir. Bu yaş grubunun risk alma iştahının ve hareketlilik yeteneklerinin yüksek olması bunun temel nedenidir. Avrupa Birliği ülkelerinin yüksek ara elemanı ihtiyacına binaen Türkiye'deki ara elemanlarının da yurt dışına göç eğilimini arttırdığı dikkat çekmektedir.

KAYNAKÇA

Çağlayan, S., 2007. *Bulgaristan'dan Türkiye'ye Göçler*. Doktora Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Erder, S., 2000. Uluslararası göçte yeni eğilimler: Türkiye "Göç Alan" ülke mi? Içinde *Mübeccel Kıray İçin Yazılar*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

İpek, N., 1999. *Rumeli'den Anadolu'ya Türk Göçleri*, Ankara: , Türk Tarih Kurumu Yayınları.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

E-Ticaret ve E-Girişimci İlişkisi ile E-Muhasebe Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Uygulaması Örneği

Full Text / Tam Metin

Fatma TEKTÜFEKÇİ[1]

Özet

Giriş*: Günümüzde elektronik ticaret (e-Ticaret) ile birlikte teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması dijitalleşmeyi beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, elektronik girişimci (e-Girişimci) kavramı önem kazanmıştır.* ***Amaç****: Çalışmanın amacı; e-Ticaret ile e-Girişimci ilişkisini ortaya koymak, ardından e-Girişimcinin e-Muhasebe Uygulamaları ile olan etkileşimini incelemektir. Bu bağlamda çalışma, e-Girişimcinin "Türkiye Uygulaması Örneği"ni kapsamaktadır.* ***Yöntem:*** *Çalışmada öncelikle kuramsal olarak dijital çağın gereği ortaya çıkan e-Ticaret ve e-Girişimci açıklanmıştır. Mükellefiyet ve vergi odaklı sorumlulukları bağlamında, e-Girişimcinin e-Muhasebe Uygulamaları ile olan ilişkisi incelenmiştir. "Türkiye Uygulaması Örneği" web tabanlı araştırma ile desteklenerek ayrıntılı bir şekilde ele alınıp irdelenmiştir.* ***Bulgular:*** *Çalışmada Ülkemizde E-Muhasebe Uygulamalarının kullanımı ile birlikte gerek ulusal ve gerekse de uluslararası alanda "Türkiye Örneği" ortaya konulmuştur. Elektronik ortamdaki belge, defter, beyan, bildirim vd. sorumluluk ile yükümlülükler değerlendirilmiştir. Cari yılda yeni eklenenler de dahil olmak üzere tüm düzenin sistem içerisindeki yeri ve önemi vurgulanmıştır. Bu yönüyle konuya ilişkin özgün bir bakış açısıyla farkındalık yaratılarak yazına değer katılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *E-Ticaret, E-Girişimci, E-Muhasebe Uygulamaları.*

An Examination on Accounting Practices with A Relationships E-Commerce and E-Entrepreneur's: The Case of Turkey Applications

Abstract

Introduction: *Nowadays, with the electronic commerce (e-Commerce), the development and diffusion of technology has brought about digitalization. In this context, the concept of electronic entrepreneur (e-Entrepreneur) has gained importance.* ***Aim:*** *Purpose of the study; e-Commerce and e-Entrepreneur relationship, then e-Entrepreneur to examine the interaction with e-Accounting Applications. For this purpose, e-Entrepreneur "The Case of Turkey Application" involves.* ***Method:*** *In the study, firstly the e-Commerce and the e-Entrepreneur, which emerged as a necessity of the digital age, was explained. The relationship of e-Entrepreneur with e-Accounting Practices is examined in the context of tax and tax-oriented responsibilities. "The Case of Turkey Application" be addressed in a detailed manner supported by a web-based survey was discussed.* ***Findings:*** *In our country we should study together with the use of e-Accounting Practice at the national and international "The case of Turkey" have been demonstrated. Electronic documents, journal and ledger, declaration, notification, etc. liabilities are evaluated. The importance and place of the whole order in the current year, including the new ones, was emphasized. In this respect, was added value by creating awareness with a unique perspective on the subject.*

Keywords— *E-Commerce, E-Entrepreneur, E-Accounting Applications.* **JEL Classification Codes:** *M10, M40, M41.*

[1] Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, Türkiye, f.tektufekci@deu.edu.tr

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Günümüzde "Elektronik Ticaret (e-Ticaret)" aracılığıyla internetten alışveriş yapma alışkanlığı kazanılmasının yanı sıra "Elektronik Girişimcilik (e-Girişimcilik)" de artmıştır. Bu çalışmanın amacı; e-Ticaret ile "Elektronik Girişimci (e-Girişimci)" ilişkisini ortaya koymak, mükellefiyet ve vergi odaklı sorumluluklar bağlamında, e-Girişimcinin e-Muhasebe Uygulamaları ile olan etkileşimini incelemek, ardından e-Girişimcinin "Türkiye Uygulaması Örneği"ni ele almaktır. E-Girişimcinin mükellefiyet ve vergi odaklı sorumluluklarını açıklamak için çalışmada web tabanlı araştırmadan yararlanılacaktır. Öncelikle e-Ticaret ve e-Girişimciye ilişkin kuramsal bilgi vermek yerinde olacaktır.

2. E-TİCARET VE E-GİRİŞİMCİ (E-COMMERCE AND E-ENTREPRENEUR)

E-Ticaretin büyüme ve gelişiminde nüfus büyüklüğü, internet kullanım oranı, gelişmiş lojistik sektörü, dijital dönüşüm ile birlikte dijital okuryazarlıktaki artış vb. etken olmuştur. Bilindiği üzere Türkiye'de TÜBİTAK ve ODTÜ'nün çalışmaları neticesinde 1991 yılında başlayan internet serüveni ile 1993 yılında ilk internet bağlantısının gerçekleştirilmesi sonra e-Ticaret ağı teknik ve idari alt yapısı ile yasal dayanakları oluşturulmuştur.

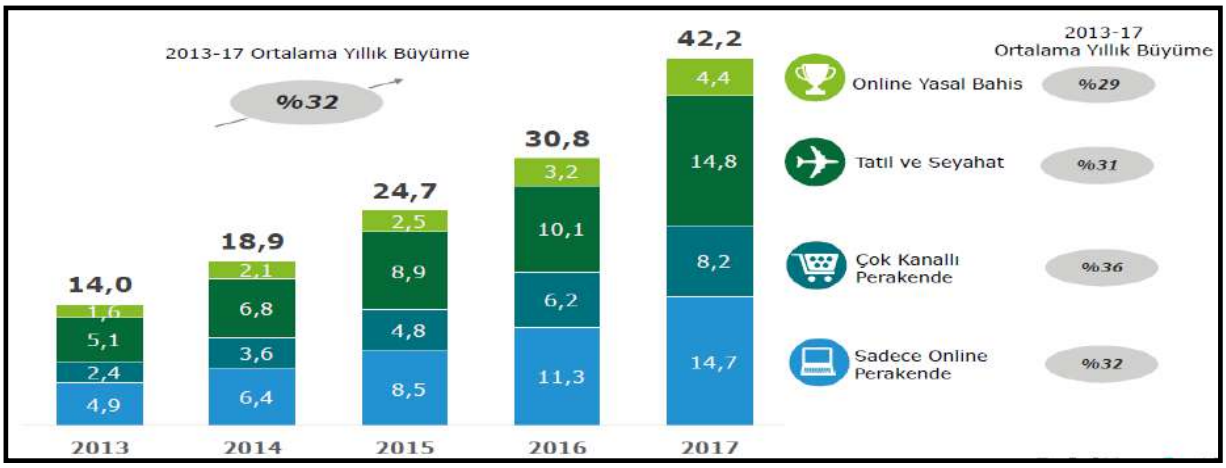
6563 Sayılı e-Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, ticari iletişimi, hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların sorumluluklarını, elektronik iletişim araçlarıyla yapılan sözleşmeler ile elektronik ticarete ilişkin bilgi verme yükümlülüklerini ve uygulanacak yaptırımları kapsar(Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, 2014). İkincil mevzuat kapsamında da düzenlemeler söz konusudur. Bunlardan en temelleri olarak; "Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik", elektronik iletişim araçlarıyla yapılan ticari iletişime dair bilgi verme yükümlülüklerine ve ticari elektronik iletilerde uyulması gereken hususlara (Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik, 2015);"Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğ", elektronik ticaret bilgi sistemi üzerinden yapılması gereken kayıt ve bildirimlere (Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğ, 2017); "Elektronik Ticarette Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik", hizmet sağlayıcı ve aracı hizmet sağlayıcıların e-Ticaret işlemlerinin yapıldığı ağ üzerinde bulundurmakla yükümlü oldukları genel bilgiler ile sözleşme öncesinde ve sipariş sürecinde alıcılara sunmaları gereken bilgilere ve e-Ticaret ile ilgili diğer uygulamalara (Elektronik Ticarette Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik, 2015) ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir. Cari yılda son iki yönetmelikte değişiklikler yapılmıştır (Elektronik Ticarette Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, 2019; Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ, 2019). Ayrıca Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS), kayıt ve bildirim işlemleri www.eticaret.gov.tr adresi üzerinden e-Devlete bağlanarak yapılmaktadır (Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS) Uygulama Kullanıcısı Yardım Rehberi, 2018). Ocak 2018 itibariyle; ETBİS'e kayıtlı 14.080 işletme, 14.172 site, 2.313 esnaf, 11.859 tacir, 331 yurtdışında AHS üzerinden satış yapan işletme bulunmaktadır (Emre, 2017). Bakanlığının internet sitesi aracılığıyla yapılan web taramasında ETBİS'e 13.875 kayıt görünmektedir (https://www.eticaret.gov.tr, 13.04.2019).

E-Ticaret; ürün veya servis siparişi online kanaldan verilen, teslimatı ve ödeme kanalı online ya da çevrimdışı olan, işletmeden işletmeye veya işletmeden müşteriye arasında yapılan ticarettir (TÜBİSAD & Deloitte, 2018). E-Ticaret faaliyetinde bulunulan internet sitesi, mobil site veya uygulama gibi

platformlar e-Ticaret ortamını oluşturmaktadır. E-Ticaret için şahıs veya firma olarak, e-Ticaret sitesi kurulmalı, ödeme sistemleri sağlanmalı, ürün tedarik ve stoku için gerekli kargo anlaşması bulunmalı, sosyal medyadan yararlanılmalı, ekip vd. ile birlikte nihai tüketicinin bir sanal mağazadan beklentilerini karşılamalıdır.

Türkiye'de e-Ticaret pazar büyüklüğü şekil 1'deki gibi görselleştirilebilir.

Şekil 1: Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (Milyar TL)



Kaynak: TÜBİSAD & Deloitte, 2018: 12.

Şekil 1'deki bilgileri bütünleyecek olursak; Türkiye'de e-Ticaret büyüklüğü kategori ve site sayıları itibariyle; 2017 yılında 42,2 milyar TL (toplam 799 site), sadece online perakende (333 site) % 35, çok kanallı perakende (358 site), tatil ve seyahat (102 site) % 35, online yasal bahis (6 site) % 10'dur. Ortalama e-Ticaret; gelişmiş ülkelerde % 9,8 ve gelişmekte olan ülkelerde ise % 4,8 olup, Türkiye % 4,1 ile bu ortalamanın altındadır. (TÜBİSAD & Deloitte, 2018: 15; 18). Bilgi teknolojilerinden yararlanılması sonucu ortaya çıkan girişimci modeli e-Girişimci, e-Ticaretle kolay ve hızlı alışverişi sağlamaktadır. Türkiye'de e-Girişimciye devlet destek ve teşviklerinden yararlanma olanağı sunmaktadır.

G-Ticaretten *e*-Ticarete geçiş ile birlikte dünya genelinde e-Girişimcilikten söz edildiğinde örneğin, e-Ticaret sitelerinden biri olan Alibaba Group Çin'de "*Alibaba.com"* şeklinde anılan ve e-Ticaret devi olarak bilinen çevrimiçi piyasalarından biri olarak akla gelmektedir (https://turkish.alibaba.com, 29.03.2019).

Türkiye'de 2018 yılı itibariyle *hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*na göre; bilgisayar ve internet kullanan bireylerin oranı % 72,9'dur. 16-74 yaş grubu bireylerde % 59,6 ve %72,9; erkeklerde % 68,6 ve % 80,4, kadınlarda %50,6 ve %65,5'dir. Her on hanenin sekizi internet erişimine sahiptir. 2018 yılı Nisan ayında bunun oranı % 83,8'dir. Bireylerin % 45,6'sı e-Devlet hizmetini kullanmıştır. İnternet üzerinden alışveriş yapma oranı % 29,3 olup, erkekler % 33,6 ve kadınlar % 25'dir. Buna göre internetten en çok % 65,2 giyim ve spor malzemesi satın alınmış (erkeklerde % 55,9 ve kadınlarda % 77,3), % 31,9 seyahat bileti, araç kiralama vb. % 26,8 ev eşyası, % 22,1 gıda maddesi ve günlük gereksinim, %20,6 kitap, dergi ile gazetedir. Cinsiyete göre en az satın alınan ürün grubu erkeklerde % 4,6 ile ilaç, kadınlarda % 2,8 ile oyun yazılımı vd. olmuştur (TUİK, 2018a). *Girişimlerde*

*bilişim teknolojileri kullanım araştırması-2018'*e göre; internet erişimine sahip girişimlerin oranı % 95,3 olup, çalışan sayısı büyüklük gruplarına göre 10-49 çalışanda % 94,7; 50-249 çalışanda % 97,8; 250 ve üzeri % 99,2; bilgisayar kullanımı ise 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerde %97,2'dir. Girişimlerin; web sayfasına sahipliği % 66,1; genişbant bağlantı kullanımı % 93,7; online satışı % 9,8; bilişim uzmanı istihdamı %11,6'dır (TUİK, 2018b).

E-Ticaret ve e-Girişimci ilişkisinin e-Muhasebe uygulamaları etkileşimi irdelenebilir.

3. E-GİRİŞİMCİNİN MÜKELLEFİYET VE VERGİSEL SORUMLULUKLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME: E-MUHASEBE UYGULAMALARI TÜRKİYE ÖRNEĞİ (AN EXAMINATION ON THE TAX LIABILITY OF THE E-ENTREPRENEUR: E-ACCOUNTING PRACTICES TURKEY CASE STUDY)

İnternet üzerinden gelir elde eden kişilerin düzenlenen yeni yasalara göre bazı yükümlülükleri bulunmaktadır (http://www.hurriyet.com.tr, 29.03.2019). Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB) bu konuda özel bir internet sitesi hazırlayarak girişimcileri bu alanda bilgilendirmeye başlamıştır. E-Ticaret yapanların vergisel konularda bilgi alabilecekleri *"e-Girişimci Bilgilendirme Portalı"* 20.02.2013 tarihinde erişime açılmıştır (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019). Site aracılığıyla e-Ticaret işi yapanların bunu hobi olarak mı yoksa gerçekten ticaret olarak mı yaptıkları test edilmektedir. E-Ticaret yapma bağlamında e-Girişimcinin mükellefiyet ve sorumlulukları incelenebilir.

3.1. E-Ticaret Yapmak ve E-Girişimci Olmak

"İnternet üzerinden ürün (mal) satışı yapılıyorsa"; satışı yapılan ürünlerin tanıtımı, fiyat, sipariş, ödeme ve teslimat işlemlerinin yönetildiği bir web sitesi aracılığıyla devamlı kazanç sağlama potansiyeline sahip sanal bir işyerinde e-Ticaret vardır (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019). Buna ilişkin mükellefiyet ve vergi sorumlulukların yerine getirilmesi gerekir.

3.1.1. E-Girişimcilerin Mükellefiyet Kapsamında Vergisel Sorumlulukları ve E-Muhasebe Uygulamaları

GİB'in amacı, e-Girişimcilerin üzerine düşen mali sorumlulukları hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktır. Sitede e-Girişimcilerin mükellefiyet kapsamda vergisel sorumluluklarını içeren bir vergi kılavuzu bulunur. Söz konusu mükellefiyet ve sorumlulukları ele almak yararlı olacaktır.

Mükellefiyet

E-Girişimcinin öncelikle mükellefiyeti belirlenir. İnternet üzerinden ticaret yapıldığı için vergi kanunlarına göre vergi dairesine kayıt yaptırılması gerekir. Ülkemizde şahıs olarak işletme çalıştırıyorsa "*gerçek kişi mükellefiyet kaydı"* ya da şirket olarak işletme çalıştırılırsa *"tüzel kişi mükellefiyet kaydı*" yaptırılır (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019).

Belge ve Elektronik Belge (E-Belge) Uygulaması[1]

Gerçekleştirilen her satış işlemi için vergi kanunları gereği bir belge düzenlemek ve ticari iş ile ilgili tüm kayıtları ispatlamak mecburidir (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019). Vergi Usul Kanunu

[1] Çalışmada; günümüz elektronik ortamdaki uygulamalar kapsamında elektronik belge düzeni incelenmiştir.

(VUK) kapsamında temel alım-satım belgesi faturadır. Türkiye'de 397 Sıra No.lu VUK Genel Tebliği ile 05.03.2010 tarihinde gündeme gelen *"Elektronik Fatura (e-Fatura)",* veri format ve standardı Hazine ve Maliye Bakanlığı GİB tarafından belirlenen, VUK gereği bir faturada yer alması gereken bilgilerin içerisinde yer aldığı, satıcı ve alıcı arasındaki iletiminin merkezi bir platform GİB üzerinden gerçekleştirildiği elektronik bir belge kullanılır. Eylül 2013'den beri Nisan 2019'da toplam 103.027 adet e-Fatura kullanıcısı vardır. 487 Sıra No.lu VUK Genel Tebliği ile yürürlüğe giren *"Elektronik İrsaliye* (*e-İrsaliye) Uygulaması",* irsaliyenin GİB tarafından belirlenen standartlara uygun olarak e-Belge olarak düzenlenmesi, elektronik ortamda iletilmesi, muhafaza ve ibraz edilmesini kapsar. 01.01.2019'den beri zorunlu olup, Nisan 2019'da 630 adet e-İrsaliye kullanıcısı vardır. 433 Seri No.lu VUK Genel Tebliği ile yürürlüğe giren *"Elektronik Arşiv (e-Arşiv) Uygulaması",* GİB tarafından belirlenen standartlara uygun olarak faturanın elektronik ortamda oluşturulması, muhafazası, ibrazı ve raporlamasını kapsar. İnternet üzerinden mal ve hizmet satışı yapan ve 2014 yılı gelir tablosu brüt satış hasılatı tutarı 5 milyon lira ve üzerinde olan mükellefler, 01.01.2016'den beri Nisan 2019'da 36.046 adet e-Arşiv kullanıcısı vardır (http://www.efatura.gov.tr, 14.04.2019). 01.01.2019'dan itibaren fatura kullanma zorunluluğu 1.200 TL'dir (VUK Genel Tebliği (Sıra No: 504), 2018). Bir mal veya hizmeti ticari bir amacı olmadan kendisi ya da ailesi için edinen, kullanan veya yararlanan kişiler olan "Nihai Tüketici"lere satış tutarının bu değerin altında kalması halinde, söz konusu satış *Perakende Satış Fişi* ya da *Yeni Nesil Ödeme Kaydedici Cihaz (Yazarkasa) Fişi (YN ÖKC)* ile belgelendirilir (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019). 487 Sıra No.lu VUK Genel Tebliği ile yürürlüğe giren ve 01.01.2019'den beri zorunlu olan e-Müstahsil Makbuzu (e-MM) ve e-Serbest Meslek Makbuzu (e-SMM) Uygulamalarına kayıtlı Nisan 2019'da 3.000 adet e-SMM ve 69 adet e-MM kullanıcısı vardır (http://www.efatura.gov.tr, 14.04.2019).

Defter ve Elektronik Defter (E-Defter) Uygulaması[1]

Vergi kanunlarına göre belirlenen usulde defter tutmak ve tüm ticari hareketlerin bu defterlere kayıt edilmesi zorunludur. Tüccarlardan (ticaret yapanlar) defter tutma bakımından birinci sınıf tüccarlar Bilanço Esasına göre Envanter Defteri, Yevmiye Defteri (Günlük Defter), Defter-i Kebir (Büyük Defter); ikinci sınıf tüccarlar ise İşletme Hesabı Esasına göre İşletme Hesabı Defteri defter tutarlar (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019). Bilanço hesabı esasına göre defter tutma haddi 01.01.2019'den itibaren yıllık alış tutarı 230.000 TL ve satış tutarı 320.000 TL'dir (VUK Genel Tebliği (Sıra No:504), 2018). Tutulması gerekli diğer defterlerin yanı sıra Türk Ticaret Kanunu (TTK) göre tacirin, muhasebe defterleri ile birlikte ticari defterleri (genel kurul toplantı ve müzakere defteri, pay defteri, yönetim kurulu karar defteri) tutması zorunludur (Ticari Defterlere İlişkin Tebliğ, 2012).

1 Sıra No.lu Elektronik Defter Genel Tebliği ile yürürlüğe giren *"Elektronik Defter* (*E-Defter)",* VUK ve TTK hükümleri gereğince tutulması zorunlu olan defterlerin sitede duyurulan format ve standartlara uygun biçimde elektronik dosya biçiminde hazırlanması, bastırılmaksızın kaydedilmesi, değişmezliğinin, bütünlüğünün ve kaynağının doğruluğunun garanti altına alınması ve ilgililer nezdinde ispat aracı olarak kullanılabilmesine olanak tanımayı hedefleyen hukuki ve teknik düzenlemeler bütünüdür. 01.09.2014'de yevmiye defteri ve büyük defter ile başlanmış, Nisan 2019'da 84.424 adet e-Defter kullanıcısı ve 176 adet yazılımcı vardır (http://www.edefter.gov.tr, 14.04.2019).

[1] Çalışmada; günümüz elektronik ortamdaki uygulamalar kapsamında elektronik defter düzeni incelenmiştir.

Defter-Beyan Sistemi (DBS); serbest meslek erbabı, işletme hesabı esasına göre defter tutan mükellefler ile basit usule tabi olan mükelleflerin kayıtlarının elektronik ortamda tutulmasına, saklanmasına, vergi beyannameleri, bildirim ve dilekçelerin elektronik olarak verilebilmesine, belge düzenlenebilmesine olanak tanıyan ve kapsamda yer alan mükelleflerin GİB veri tabanında yer alan diğer bilgilerini mükelleflerin bilgisine sunan sistemdir. Serbest meslek erbapları ile basit usule tabi mükellefler (noterler ile noterlik görevini ifa ile mükellef olanlar hariç) 01.01.2018, diğer mükellefler ise 01.01.2019 (serbest meslek kazanç defteri yanında işletme hesabı esasına göre defter tutanlar açısından 01.01.2018) tarihinden itibaren bu Sistemi kullanmaya başlamışlardır (https://www.defterbeyan.gov.tr, 14.04.2019).

Beyanname ve Elektronik Beyanname (E-Beyanname) Verme

Ticari iş ile ilgili belirli dönemlerde beyannameler ile vergisel durum beyan edilmelidir. Gelir veya Kurumlar Vergisi, genellikle bir yıllık kazanç (kâr) ve irat üzerinden izleyen yıl alınan bir vergidir. Tüccarlar (ticaret yapanlar); eğer şahıs işletmesi olarak kayıt yaptırıldıysa *Gelir Vergisi*, şirket olarak kayıt yaptırıldıysa da *Kurumlar Vergisi* mükellefidir. Gelir veya Kurumlar Vergisine bağlı *Geçici Vergi*, malın teslimi, hizmetin ise yapılış aşamasında o mal veya hizmete katılan değer üzerinden alınan vergi *Katma Değer Vergisi* vd. vergilere ilişkin beyanname verme mükellefiyeti bulunur (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019 ve http://www.gib.gov.tr, 14.04.2019). Günümüzde e-Beyanname düzenlenmektedir.

Bildirim ve Elektronik Bildirim (E-Bildirim) Verme

Vergi kanunları gereği ticari iş ile ilgili belirli dönemlerde çeşitli bildirimlerde bulunulması gerekir. Birinci sınıf tüccar olma şartı ile aylık olarak bir kişi veya şirketten mal ve hizmet alım veya satım tutarı KDV hariç 5.000 TL'yi geçiyorsa *Mal ve Hizmet Alımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Ba)* ve *Mal ve Hizmet Satımlarına İlişkin Bildirim Formu (Form Bs)* elektronik ortamda düzenlenmelidir. Yine her yıl bir defa olmak üzere *"kesin mizan"* adı verilen finansal tabloyu elektronik ortamda bildirmek zorundadır (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019 ve http://www.gib.gov.tr, 14.04.2019).

Ödeme Yükümlülüğü

Verilecek beyannameler, belirlenmiş ödeme sürelerinde ödenmelidir (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019). 01.04.2019 tarihinden itibaren verilmesi gereken bazı vergi beyannamelerinin verilme sürelerinin yeni bir belirleme yapılıncaya kadar uzatılması yönünde düzenleme yapılmıştır. Buna göre Muhtasar (Gelir Vergisi Kanununun geçici 67. maddesi, Kurumlar Vergisi Kanununun 15. ve 30. maddesi kapsamında verilenler ile Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannameleri dâhil), Damga Vergisi, Katma Değer Vergisi, Kurumlar Vergisi, Yıllık Gelir Vergisi ve Geçici Vergi Beyannamelerinin verilme süreleri tek seferde ödenen vergilerde ödeme süresinin, taksitle ödenen vergilerde ise ilk taksit ödeme süresinin son günü bitimine kadar uzatılmıştır (TÜRMOB Mevzuat Sirküleri, 2019). TÜRMOB'un talebi üzerine beyan süresi tarihi değişmiş, mesleğin önemli bir sorunu ve beklentisi çözülmüştür (TÜRMOB Bizden Haberler, 2019). Bu değişiklikler tablo 1'deki gibi sunulabilir.

Tablo 1: Beyannameler Verilme ve Ödenme Zamanları

Beyanname Türü	Beyanname verilme zamanı	Ödeme zamanı
Muhtasar	Takip eden ayın 26'sı	Takip eden ayın 26'sı
Damga Vergisi	Takip eden ayın 26'sı	Takip eden ayın 26'sı
Katma Değer Vergisi	Takip eden ayın 26'sı	Takip eden ayın 26'sı
Yıllık Gelir Vergisi (Basit Usul)	Şubat Ayının son günü	Şubat Ayının son günü
Yıllık Gelir Vergisi	Mart Ayının son günü	Mart Ayının son günü
Kurumlar Vergisi	Nisan Ayının son günü	Nisan Ayının son günü
Geçici Vergi 1. Dönem	17 Mayıs	17 Mayıs
Geçici Vergi 2. Dönem	17 Ağustos	17 Ağustos
Geçici Vergi 3. Dönem	17 Kasım	17 Kasım
Geçici Vergi 4. Dönem	17 Şubat	17 Şubat

Mevzuat

Kaynak: Vergi Usul Kanunu Sirküleri-115/2019-5.

Diğer Görevler

Yukarıda sayılanların dışında vergi mükelleflerini ilgilendiren çeşitli görevler bulunmaktadır. Vergi mükellefiyet kaydı yaptırıldıktan sonra adres ve iş için oluşan değişiklikler bir ay içerisinde bağlı bulunulan vergi dairesine "*Bildirimde Bulunma Görevi"*nce bildirilmeli, mükellefler Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın veya vergi incelemesine yetkili olanların isteyecekleri ticari faaliyete ilişkin tüm bilgileri *"Bilgi Verme Görevi"*nce vermeli, tutulan defterleri ve düzenleyip aldıkları belgeleri vergi incelemesine yetkili olanlar ile vergi dairesinin talep etmesi durumunda *"Defter ve Belge İbraz Görevi"*nce göstermeli, "*Defter-Belge Saklama Görevi"*nce (VUK beş yıl, TTK on yıl süre) saklamalıdır (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019).

3.1.2. E-Girişimcilerin Mükellefiyet Kapsamında Vergisel Sorumlulukları ve E-Muhasebe Uygulamaları için Öngörülen Güncel Değişiklikler

Günümüzde öngörü şeklinde olan güncel değişiklerden birkaçından söz edilebilir.

İnternet ortamında reklam hizmeti veren veya bu hizmetlerin verilmesine aracılık edenlerin mükellef olup olmadığına bakılmaksızın, bu hizmetlere ilişkin ödemelerden vergi kesintisi yapılması gerekir. 476 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı 01.01.2019'dan itibaren yapılacak ödemelere uygulanmak üzere hizmet bu tarihten önce verilmiş olsa da, sonraki ödemeler üzerinden vergi kesintisi yapılacaktır. Ancak Kararın yürürlük tarihinden önce nakden veya hesaben ödeme varsa, bu tarih sonrası vergi kesintisi yoktur (Kurumlar Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 1)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No: 17), 2019). Mart 2019'da internet vb. elektronik ortamlar üzerinden yapılan satışlarda esnaf muaflığına ilişkin yeni düzenlemeler de yapılmıştır (Gelir Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 306), 2019).

E-Belge ve e-Defter uygulamalarının yaygınlaştırılması stratejisi çerçevesinde GİB tarafından yapılan düzenlemelerde değişiklikler öngörülmüş (Zorunluluk_Karsilastirma_Tablosu.pdf, 2018) olup, cari yılda Nisan 2019'da taslak olarak yeniliklerle birlikte değişikler sunulmuştur.

Nisan 2019 döneminde; yürürlükte bulunan e-Uygulamaların; kapsamının genişletilmesi için **yeni dâhil olacak mükellef gruplarının belirlenmesi,** mevzuata e-Dekont, e-Sigorta Poliçesi, e-Sigorta Komisyon Gider Belgesi, e-Döviz Alım-Satım Belgesi, e-Gider Pusulası gibi **yeni e-Belge uygulamalarının** eklenmesi, **mevzuatta sadeleştirme ve basitliği sağlamak üzere** e-Defter ve e-Belge Uygulamalarına ilişkin genel tebliğlerin birleştirilmesi amacıyla bugüne kadar yayınlanmış olan 19 adet

Genel Tebliğ yerine tek bir "Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğ Taslağı" hazırlanmış ve kamuoyu görüşüne açılmıştır. Taslak; 2018 veya müteakip yıllar cirosu 5 milyon TL'yi aşan mükelleflerin 01.01.2020'ye kadar **e-Fatura ve e-Defter uygulamasına geçişini,** e-Arşiv Fatura Uygulamasından GİB tarafından mükelleflere ücretsiz sunulan Portal yöntemi ile yararlanılabilmesini, hali hazırdaki mükelleflerin 01.09.2019'a kadar e-Arşiv Faturaya geçmesini, e-Ticaret Aracı Hizmet Sağlayıcıları, İnternet Reklamcılığı Hizmet Aracıları ile İnternet Ortamında İlan Yayınlayan mükelleflere 01.01.2020'ye kadar e-Arşiv Faturaya zorunlu dâhil olmasını, 2018 veya müteakip hesap dönemleri brüt satış hasılatı 5 Milyon TL ve üzeri mükelleflere Gelir/Kurumlar Vergisi Beyannamelerinin verildiği tarihi izleyen hesap dönemi başından itibaren e-Arşiv Faturaya geçmesini, uygulamalara kayıtlı olmayan mükelleflerce aynı günde aynı kişi veya kurumlara düzenlenen faturaların vergiler dâhil toplam tutarının 50.000 TL'yi aşmasında bu faturaların 01.01.2020'den itibaren ücretsiz sunulan e-Arşiv İnternet Portalı üzerinden düzenlemesini, 483 Sıra No.lu VUK Genel Tebliğince ÖKC kullanımından muaf olan ve e-Arşiv Faturaya dâhil mükelleflerin vergiler dâhil 500 TL'yi aşmayan perakende mal ve hizmet satışlarındaki e-Arşiv Faturalarında müşterinin adı bölümüne "Nihai Tüketici" açıklaması ile düzenlenmesinde perakende satış fişi veya ÖKC fişi yerine kullanılabilmesini, e-İrsaliye, e-SMM, e-MM uygulamalarına 01.01.2020'den itibaren zorunlu geçecek mükellef gruplarının yeniden belirlenmesini vd. düzenlemeleri öngörmektedir **(Elektronik Defter ve Belge Uygulamalarına İlişkin Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğ Taslağı, 2019).**

3.2. E-Ticaret Yapmamak ve E-Girişimci Olmamak

Eğer şahsi ihtiyaçlarda kullanmak üzere ürün satışı yapılıyorsa ve elde edilen «arızi (geçici) kazanç istisna tutarı» 2019 yılı için 33.000 TL'yi (Gelir Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 302), 2018) aşıyorsa işlem sürekli ticari faaliyet olmadığından beyan edilmeli ve vergi ödenmelidir. Bu tutarı aşmıyorsa herhangi bir vergisel sorumluluk bulunmamaktadır. Eğer internet üzerinden gayrimenkul veya araç satış ilanı veriliyorsa; e-Ticaret, alıcı ve satıcının fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleşen ticari faaliyetleri kapsadığından ve sadece alıcı ile satıcının bir araya gelmesine uygun ortam sağlayan ilanlar aracılığıyla gerçekleştirilen bu satışlar e-Ticaret kapsamına girmemektedir. GİB özelge formu ile görüş alınmalıdır. Eğer internet üzerinden hizmet satışı yapılıyorsa; verilen hizmet serbest meslek faaliyeti kapsamında olursa e-Ticarete girmez. Ancak satışı yapılan hizmetlerin tanıtımı, fiyat ve ödeme işlemleri için bir web sitesi aracılığıyla yapılıyorsa o zaman e-Ticarettir. GİB özelge formuna başvurmalıdır (http://www.egirisimci.gov.tr, 19.02.2019).

4. SONUÇ (CONCLUSION)

Son yıllarda adından sıklıkla söz edilen e-Ticaret aracılığıyla e-Girişimcilik kapsamında, çalışmada e-Girişimcinin mükellefiyet ve vergi odaklı sorumlulukları açısından bu ilişki ortaya koyulmuş, ardından e-Girişimcinin e-Muhasebe Uygulamaları ile olan etkileşimi kurgusal olarak incelenmiştir. Çalışma konusuna örnek olarak "Türkiye Uygulaması" verilmiştir. Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın bu konudaki çaba ve girişimleri örnek gösterilmiştir. Artık e-Devlet uygulamaları yaygınlaşmış, internet ile bilişim teknolojilerinin kullanımı artmış, bunların sonucu olarak da GİB'in interaktif vergi dairesi, internet vergi dairesi, DBS, e-Beyanname, Hazır Beyan Sistemi, e-Fatura kapsamında e-İrsaliye, e-Arşive Fatura, e-SMM, e-MM, e-Bilet, e-Defter, e-Tebligat vd. uygulamaları gündeme gelmiştir. Çalışma konusu, gerek internet sitesi web sayfası kuramsal bilgilerinden ve gerekse de web tabanlı araştırma bulgularından yararlanılarak hazırlanmıştır. Mevzuat kapsamında cari yılda yapılan son değişiklikler ve güncel gelişmeler ışığında konunun açıklanması ile sunulması, 2019 ve 2020 yıllarında yürürlüğe yeni girecek

yeni e-Uygulamalara da çalışmada yer verilmesi, ulusal ve uluslararası alanda konunun farkındalığı açısından alanına yazında değer katmaktadır.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

Elektronik Defter ve Belge Uygulamalarına İlişkin Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğ Taslağı, 15.04.2019.

Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğ, 11.08.2017 Tarih ve 30151 Sayılı Resmi Gazete.

Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi ve Bildirim Yükümlülükleri Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ, 15.02.2019 Tarih ve 30687 Sayılı Resmi Gazete.

Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi(ETBİS) Uygulama Kullanıcısı Yardım Rehberi, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2018.

Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun (Kanun No: 6563), 05.11.2014 Tarih ve 29166 Sayılı Resmi Gazete.

Elektronik Ticarette Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelik, 26.08.2015 Tarih ve 29457 Sayılı Resmi Gazete.

Elektronik Ticarette Hizmet Sağlayıcı ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, 15.02.2019 Tarih ve 30687 Sayılı Resmi Gazete.

Emre, B. 6563 Sayılı Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Çerçevesinde E-Ticaret Uygulamaları Sunumu, 09.01.2017.

Gelir Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 302), 31.12.2018 Tarih ve 30642 Sayılı (3.Mükerrer) Resmi Gazete.

Gelir Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 306), 15.03.2019 Tarih ve 30715 Sayılı Resmi Gazete.

http://www.edefter.gov.tr, (14.04.2019).

http://www.efatura.gov.tr, (14.04.2019).

http://www.egirisimci.gov.tr, (19.02.2019).

http://www.gib.gov.tr, (14.04.2019).

http://www.hurriyet.com.tr/, 08.03.2017 Haber: E-girişimcinin vergi işlemlerini öğrenin, (29.03.2019).

https://turkish.alibaba.com, (29.03.2019).

https://www.defterbeyan.gov.tr, (14.04.2019).

https://www.eticaret.gov.tr, (13.04.2019).

Kurumlar Vergisi Genel Tebliği (Seri No: 1)'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Seri No: 17), 15.02.2019 Tarih ve 30687 Sayılı Resmi Gazete.

Ticari Defterlere İlişkin Tebliğ, 19.12.2012 Tarih ve 28502 sayılı Resmi Gazete.

Ticari İletişim ve Ticari Elektronik İletiler Hakkında Yönetmelik, 15.07.2015 Tarih ve 29417 Sayılı Resmi Gazete.

TUİK Haber Bülteni "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması-2018", 08.08.2018a, Sayı: 27819, http://www.tuik.gov.tr, (30.03.2019).

TUİK Haber Bülteni "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması-2018", 12.09.2018b, Sayı: 27820, http://www.tuik.gov.tr, (30.03.2019).

Türkiye'de E-Ticaret 2017 Pazar Büyüklüğü, (Mayıs 2018), TÜBİSAD & Deloitte, tubisad_2018_e-ticaret_sunum_tr, (30.03.2019).

TÜRMOB Bizden Haberler, Sayı: 116, 01.04.2019

TÜRMOB Mevzuat Sirküleri, 29.03.2019/84-1.

Vergi Usul Kanunu Sirküleri / 115, 29.03.2019 Tarih ve VUK-115/2019-5 Sayılı.

VUK Genel Tebliği (Sıra No: 504), 31.12.2018 Tarih ve 30642 (3. Mükerrer) Sayılı Resmi Gazete.

Zorunluluk_Karsilastirma_Tablosu.pdf, 2018.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Tanbûrî Cemîl Bey'in Sözlü Eserlerinin Makamsal Analizi'nin Arel Nazariyatı ile Karşılaştırılması ve Usûl-Arûz Vezni İlişkisi Yönünden İncelenmesi

Full Text / Tam Metin

Gamze Nevra Köroğlu[1], Sibel Karaman [2]

Özet

Giriş: *Klâsik Türk Müziği'nin en önemli temsilcilerinden biri olan Tanbûrî Cemîl Bey, gerek saz icracılığı gerekse bestecilik yönü ile bir ekol olmuştur. Tanbûr, klâsik kemençe, lavta ve viyolonsel icralarındaki üstün yeteneği herkes tarafından bilinen Tanbûrî Cemîl Bey, bestelerinde de müzik cümlelerini büyük özenle işlemiştir.* ***Amaç:*** *Tanbûrî Cemîl Bey hakkında birçok çalışmaya rastlanmış, ancak bunların çoğunun saz ve taksim icrasına yönelik olduğu, sözlü eserleri hakkında ise yeterli sayıda çalışma yapılmadığı sonucuna varılmıştır. Buradan yola çıkarak Tanbûrî Cemîl Bey'in bestelediği sözlü eserlerinin incelenmesi amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Öncelikle 6 adet sözlü eserin makamsal analizi yapılmıştır. Bu aşamada kullanılan kategoriler; makamın ses aralığı, ölçü sayısı, usûlü ve çeşni geçkileridir. Diğer bir analiz ise 6 adet sözlü eserde yer alan usûl-arûz vezin ilişkisine yönelik olarak yapılmıştır..* ***Bulgular:*** *Tânbûri Cemîl Bey'in 6 adet sözlü eserinin hepsinde çeşni geçkisi yapıldığı, Hüseyin Saadettin Arel'in nazariyatı ile ortak ve farklı yönlerinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmanın diğer bir boyutunu oluşturan usûl-arûz vezin ilişkisine yönelik olarak; bahsi geçen Aksak usûlündeki sözlü eserlerin; ikisi Hezec bahrinde, mef'ûlü / mefâ'îlü / mefâ'îlü / fe'ûlün vezninde, diğer ikisi Remel bahrinde, fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilün vezninde, biri Remel bahrinde, fe'ilâtün / fe'ilâtün / fe'ilün vezninde ve bir diğer eserin de Hezec bahrinde, mefâ'îlün / mefâ'îlün / fe'ûlün vezninde olduğu ve Tanbûrî Cemîl Bey'in aksak usûlündeki sözlü eserlerinde bu vezinleri tercih ettiği bulgusuna ulaşılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *Tanbûrî Cemîl Bey, Hüseyin Saadettin Arel, Makamsal Analiz, Usûl-Arûz Vezni İlişkisi*

Examination of the Oral Works of Tanburi Cemil Bey with Respect to its Maqam Compared with the Arel Theoretic and its Relationship with the Aruz Wezni Tempo

Abstract

Introduction: *Tanburi Cemil Bey, one of the most important representatives of classical Turkish music, has been considered a school in terms of saz performance and in terms of composition. Tanburi Cemil Bey, who is known by all, with his superior ability in tanbur, classical violin, lute and violoncello performances, has also committed musical sentences with great care in their compositions.* ***Aim:*** *There have been many studies on Tanburi Cemil Bey, but it is concluded that most of them are directed to the instrument of the saz and improvisation and that there is not enough work done on his oral works. From this, it is aimed to examine the oral works composed by Tanburi*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Müzik Bölümü, Türkiye, nevragulser@hotmail.com
2 Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Müzik Bölümü, Türkiye, skaraman71@hotmail.com

Cemil Bey. ***Method:*** *In the study, a descriptive screening model was used as one of the qualitative research methods. Firstly, 6 oral works were conducted in the maqam analysis. The categories used at this stage were the sound range of the maqam, the number of measurements, the tempo and the medley. Another analysis was conducted on the relationship of the aruz wezni tempo in the 6 oral works.* ***Findings:*** *In all 6 verbal works of Tanburi Cemil Bey, there were medley passages and there were common and different aspects of Huseyin Saadettin Arel's theoretic. For the relationship of the aruz wezni tempo, which constitutes the other dimension of the research in the oral works, in the aforementioned aksak tempo verbal works; Two in the Hezec bahri (of the mef'ulu / mefa'ilu / mefa'ilu / fe'ulun wezni) the other two in the Remel bahri (of the fa'ilatun / fa'ilatun / fa'ilatun / fa'ilu, wezni) one in the Remel bahri, (in the fe'ilatun / fe'ilatun / fe'ilu wezni) and one other in the Hezec bahri (of the mefa'ilun / mefa'ilun / fe'ulun wezni) and the oral works of Tanburi Cemil Bey in the aksak tempo, the findings reached was that he preferred these weznis.*

Keywords— *Tanburi Cemil Bey, Huseyin Saadettin Arel, Maqam Analysis, Relationship to the Aruz Wezni Tempo*

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Klâsik Türk müziğinde önemli bir yere sahip olan Tanbûrî Cemîl Bey'in, gerek taksim ve saz icracılığında gerekse saz eseri ve sözlü eser besteciliğinde üstün bir yeteneğe sahip olduğu bilinmektedir. "Bir Romantik dönem bestekârı olan Cemîl Bey günümüzde hâlâ kendinden söz ettirmeyi başarmakta, sanattaki yaratıcılığıyla birçok kişiyi kendisine hayran bırakmakta olan bir müzik dâhisidir" (Ay, 2018: 1). "Duygularını aktarmada müziği oldukça etkili kullanmış ve bunu dinleyicilere başarılı bir şekilde aktarmıştır. Her ne kadar saz eseri bestekârlığı ve icracılığı açısından ön planda görülse de sözlü eser bestekârlığında da oldukça başarılı olduğu bilinmektedir" (Kula, 2018: 1)

Türk müziğinin önemli formlarından biri de sözlü eserlerdir. Bunlar dinî ve din dışı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Din dışı formlar arasında; Kâr, Kâr-ı Nâtık, Kârçe, Beste, Ağır Semâi, Yürük Semâî, Gazel, Divan, Müstezâd, Şarkı, Fantezi, Türkü ve Köçekçe ve Tavşancalar gelmektedir. Araştırmanın konusunu oluşturan Tanbûrî Cemîl Bey ise şarkı formunda eserler besteleyerek Klâsik Türk müziğine büyük katkılar sağlamıştır.

2. BULGULAR VE YORUM

2.1. Eserlerin Makamsal Analizine Yönelik Bulgular ve Yorum

2.1.1. Kürdilihicazkâr şarkı "Def'i nâlîş eylerim hep seyr-i ruhsârınla ben"

Ölçü sayısı	Ses aralığı	Usûlü	Çeşni Geçkileri
26	Rast-tiz çargah	Aksak	Gerdaniye peresinde Kürdi çeşnisi Neva perdesinde Uşşak çeşnisi Neva perdesinde Kürdi çeşnisi

			Rast perdesinde Kürdi çeşnisi Gerdaniye perdesinde hicaz çeşnisi Gerdaniye perdesinde rast çeşnisi Çargah perdesinde buselik çeşnisi Çargah perdesinde rast çeşnisi

Eser 26 ölçüden oluşmaktadır. Aksak usûlünde bestelenmiştir. Ses aralığı rast perdesi ile tiz çargah perdesi arasında seyretmektedir.

Eserin makamsal yapısına bakıldığında Tanbûrî Cemîl Bey'in; Gerdaniye perdesinde Kürdi çeşnisi, Neva perdesinde Uşşak çeşnisi, Neva perdesinde Kürdi çeşnisi, Rast perdesinde Kürdi çeşnisi, Gerdaniye perdesinde hicaz ve rast çeşnisi, çargah perdesinde buselik ve rast çeşnilerini kullandığı anlaşılmaktadır. Ancak Tanbûrî Cemîl Bey'in bu eserde kullanmış olduğu Kürdilihicazkar makamının, Arel'in nazariyatında anlattığı Kürdilihicazkar makamından farklı bazı özelliklerinin olduğu görülmektedir. Söz konusu makamı Arel sadece kürdi makamının rast perdesindeki şeddi olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda Kürdilihicazkar makamının oluşumu rast perdesinde kürdi beşlisi ile çargah perdesinde buselik dörtlüsünün birleşmesinden meydana gelmektedir. Tanbûrî Cemîl Bey, bu eserinde bahsedilen çeşnileri kullanmıştır. Ancak bu çeşnilerden farklı olarak nevada uşşak, çargah perdesinde rast ve gerdaniyede perdesinde kürdi ve rast çeşnilerine de eser içerisinde sıklıkla yer vermiştir. Bu bağlamda Arel nazariyatından farklı yönlerinin olduğu görülmektedir.

2.1.2. Kürdilihicazkar Şarkı "Hicrinle füzûn olmada ahzân ü melâlim"

Ölçü sayısı	Ses aralığı	Usûlü	Çeşni Geçkileri
19	Rast-Sünbüle	Aksak	Neva perdesinde uşşak çeşnisi Çargah perdesinde rast çeşnisi Neva perdesinde kürdi çeşnisi Çargah perdesinde buselik çeşnisi Gerdaniye perdesinde kürdi çeşnisi Rast perdesinde kürdi çeşnisi Rast perdesinde buselik çeşnisi

Eser 19 ölçüden oluşmaktadır. Aksak usûlünde bestelenmiştir. Ses aralığı rast perdesi ile sünbüle perdesi arasında seyretmektedir.

Eserin makamsal yapısına bakıldığında Tanbûrî Cemîl Bey'in; Neva perdesinde uşşak çeşnisi, Çargah perdesinde rast çeşnisi, Neva perdesinde kürdi çeşnisi, Çargah perdesinde buselik çeşnisi, Rast perdesinde kürdi ve buselik çeşnisi, Gerdaniye perdesinde kürdi çeşnilerini kullandığı anlaşılmaktadır. Ancak Tanbûrî Cemîl Bey'in bu eserde kullanmış olduğu Kürdilihicazkar makamının, Arel'in nazariyatında anlattığı Kürdilihicazkar makamından farklı bazı özelliklerin olduğu anlaşılmaktadır. Arel Kürdilihicazkar makamını; kürdi makamının rast perdesindeki şeddi olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda Kürdilihicazkar makamının oluşumu rast perdesinde kürdi beşlisi ile çargah perdesinde buselik dörtlüsünün birleşmesinden meydana gelmektedir. Tanbûrî Cemîl Bey'in bu eserinde bahsedilen çeşnilerin kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca araştırmada yer alan diğer Kürdilihicazkar şarkıda da benzer kalışların olduğu sonucuna varılmıştır. Ancak bu çeşnilerden farklı olarak neva perdesinde uşşak ve çargah perdesinde rast çeşnilerine de eser içerisinde sıklıkla yer vermiştir. Bu bağlamda Arel nazariyatından farklı yönlerinin olduğu görülmektedir.

2.1.3. Suzinak Şarkı "Beni bîgâne-i hâb etdi keder"

Ölçü sayısı	Ses aralığı	Usûlü	Çeşni Geçkileri
30	Rast-tiz neva	Aksak	Neva perdesinde hicaz çeşnisi Rast perdesinde rast çeşnisi Gerdaniye perdesinde buselik çeşnisi Neva perdesinde buselik çeşnisi Segah perdesinde hüzzam çeşnisi

Eser 30 ölçüden oluşmaktadır. Aksak usûlünde bestelenmiştir. Ses aralığı rast perdesi ile tiz neva perdesi arasında seyretmektedir.

Eserin makamsal yapısına bakıldığında Tanbûrî Cemîl Bey; Neva perdesinde hicaz çeşnisi, Rast perdesinde rast çeşnisi, Gerdaniye perdesinde buselik çeşnisi, Neva perdesinde buselik çeşnisi, Segah perdesinde hüzzam çeşnilerini kullandığı anlaşılmaktadır. Tanbûrî Cemîl Bey'in bu eserde kullanmış olduğu Suzinak makamı, Arel'in nazariyatında anlattığı Suzinak makamı ile benzer özellikler taşımaktadır. Söz konusu makamı Arel "rast beşlisinin tiz tarafına bir hicaz dörtlüsü eklenmek suretiyle yapılmıştır" şeklinde ifade etmektedir. Bu anlamda Suzinak makamının oluşumu rast perdesinde rast beşlisi ile neva perdesinde hicaz dörtlüsünün birleşmesinden meydana gelmektedir. Tanbûrî Cemîl Bey bu eserinde Arel'in nazariyatında bahsedilen çeşnileri kullanmıştır. Ancak bu çeşnilerden farklı olarak eser içerisinde segah perdesinde hüzzam çeşnisine yer vermiştir.

2.1.4. Hicaz Şarkı "Mâtem-zedeyim, külbe-i ahzânımı gel gör"

Ölçü sayısı	Ses aralığı	Usûlü	Çeşni Geçkileri
36	Rast-tiz çargah	Aksak	Dügah perdesinde hicaz çeşnisi Hüseyni perdesinde kürdi çeşnisi Neva perdesinde buselik çeşnisi Neva perdesinde rast çeşnisi Muhayyer perdesinde buselik çeşnisi Hüseyni perdesinde uşşak çeşnisi

Eser 36 ölçüden oluşmaktadır. Aksak usûlünde bestelenmiştir. Ses aralığı rast perdesi ile tiz çargah perdesi arasında seyretmektedir.

Eserin makamsal yapısına bakıldığında Tanbûrî Cemîl Bey; Dügah perdesinde hicaz çeşnisi, Neva perdesinde rast ve buselik çeşnisi, Muhayyer perdesinde buselik çeşnisi ve Hüseyni perdesinde uşşak çeşnilerini kullandığı anlaşılmaktadır. Tanbûrî Cemîl Bey'in bu eserde kullanmış olduğu Hicaz makamı, Arel'in nazariyatında anlattığı Hicaz makamı ile benzer özellikler taşımaktadır. Ancak Arel Hicaz makamını; hicaz makamı, hümayun makamı, uzzal makamı ve zengüle makamı olmak üzere dört boyutta ele almış ve hepsine "Hicaz ailesi" olarak toplu bir isim vermiştir. Arel'in nazariyatına göre Hicaz makamı; "Hicaz dörtlüsünün tiz tarafına bir rast beşlisi eklenmek suretiyle yapılmıştır"(Arel:48). Ancak esere bakıldığında Arel'in nazariyat kitabında anlatmış olduğu diğer üç hicaz türüne de geçki yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda; Tanbûrî Cemîl Bey'in eserinde, hicaz ailesinin tamamına yer verdiği eser içerisinde yapılan geçkilerden anlaşılmaktadır.

2.1.5. Segah Şarkı "Gel ey sâkî bana sun bir piyâle"

Ölçü sayısı	Ses aralığı	Usûlü	Çeşni Geçkileri
22	Rast-tiz çargah	Aksak	Segah perdesinde segah çeşnisi Neva perdesinde uşşak çeşnisi Rast perdesinde rast çeşnisi Muhayyer perdesinde kürdi çeşnisi

			Dik hisar perdesinde segah çeşnisi Gerdaniye perdesinde buselik çeşnisi

Eser 22 ölçüden oluşmaktadır. Aksak usûlünde bestelenmiştir. Ses aralığı rast perdesi ile tiz çargah perdesi arasında seyretmektedir.

Eserin makamsal yapısına bakıldığında Tanbûrî Cemîl Bey; Segah perdesinde segah çeşnisi, Neva perdesinde uşşak çeşnisi, Rast perdesinde rast çeşnisi, Muhayyer perdesinde kürdi çeşnisi, Dik hisar perdesinde segah çeşnisi, Gerdaniye perdesinde buselik çeşnilerini kullandığı anlaşılmaktadır. Tanbûrî Cemîl Bey'in bu eserde kullanmış olduğu Segah makamı, Arel'in nazariyatında anlattığı Segah makamı ile benzer özellikler taşımaktadır. Söz konusu makamı Arel "segah beşlisinin tiz tarafına bir hicaz dörtlüsünün katılmasından doğmuştur" (Arel, 1993 :259) şeklinde ifade etmektedir.

Bu anlamda Segah makamının oluşumu segah perdesinde segah beşlisine, eviç perdesinde hicaz dörtlüsünün eklenmesinden meydana gelmektedir. Tanbûrî Cemîl Bey bu eserinde Arel'in nazariyatında bahsedilen bu iki çeşniden eviç perdesinde hicaz çeşnisini hiç kullanmamış, sadece segah perdesinde segah çeşnisine yer vermiştir. Bunların dışında yukarıdaki Tablo.. gösterilen çeşnileri kullanmıştır. Bu anlamda bakıldığında, Arel'in nazariyatı ile farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

2.1.6. Ferahnâk Şarkı "Bir nigâhın gönlümü etdi esîr-i aşkın âh"

Ölçü sayısı	Ses aralığı	Usûlü	Çeşni Geçkileri
25	Acemaşiran-tiz çargah	Aksak	Eviç perdesinde segah çeşnisi Nim hicaz perdesinde hicaz çeşnisi Neva perdesinde rast çeşnisi Gerdaniye perdesinde rast çeşnisi Dügah perdesinde rast çeşnisi Dügah perdesinde uşşak çeşnisi Irak perdesinde müstear çeşnisi Irak perdesinde segah çeşnisi Muhayyer perdesinde uşşak çeşnisi

Eser 25 ölçüden oluşmaktadır. Aksak usûlünde bestelenmiştir. Ses aralığı acemaşiran perdesi ile tiz çargah perdesi arasında seyretmektedir.

Eserin makamsal yapısına bakıldığında Tanbûrî Cemîl Bey; Eviç perdesinde segah çeşnisi, Nim hicaz perdesinde hicaz çeşnisi, Neva perdesinde rast çeşnisi, Gerdaniye perdesinde rast çeşnisi, Dügah perdesinde rast çeşnisi, Dügah perdesinde uşşak çeşnisi, Irak perdesinde müstear çeşnisi ve Irak perdesinde segah çeşnilerini kullandığı anlaşılmaktadır. Tanbûrî Cemîl Bey'in bu eserde kullanmış olduğu Ferahnak makamı, Arel'in nazariyatında anlattığı Ferahnâk makamı ile benzer özellikler taşımaktadır. Söz konusu makamı Arel "neva perdesindeki rast beşlisinin, segah perdesindeki ferahnâk beşlisinin, ırak perdesindeki ferahnâk beşlisinin birbirine eklenmesinden hasıl olmuştur" (Arel, 1993 :175) şeklinde ifade etmektedir.

Tanbûrî Cemîl Bey bu eserinde Arel'in nazariyatında bahsedilen çeşnileri kullanmıştır. Ancak bu çeşnilerden farklı olarak eser içerisinde dügah perdesinde uşşak çeşnisi, gerdaniye perdesinde rast çeşnisi, eviç perdesinde segah çeşnisi, ırak perdesinde müstear çeşnisi ve muhayyer perdesinde uşşak çeşnilerine yer vermiştir.

2.2. Eserlerin Usûl-Arûz Vezni İlişkisine Yönelik Bulgular ve Yorum

Tanbûrî Cemîl Bey'in aksak usûlünde bestelediği eserlerin adları, bahirleri ve vezinleri

Eser Adı:	Bahirler, vezinler
Mâtem-zedeyim, külbe-i ahzânımı gel gör Hicrinle füzûn olmada ahzân ü melâlim	Hezec, mef'ûlü / mefâ'îlü / mefâ'îlü / fe'ûlün
Def'i nâlîş eylerim hep seyr-i ruhsârınla ben Bir nigâhın gönlümü etdi esîr-i aşkın âh	Remel, fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilün
Beni bîgâne-i hâb etdi keder	Remel, fe'ilâtün / fe'ilâtün / fe'ilün
Gel ey sâkî bana sun bir piyâle	Hezec, mefâ'îlün / mefâ'îlün / fe'ûlün

2.2.1. Hicâz Şarkı *"Mâtem-zedeyim, külbe-i ahzânımı gel gör"*

Mâtem-zedeyim, külbe-i ahzânımı gel gör

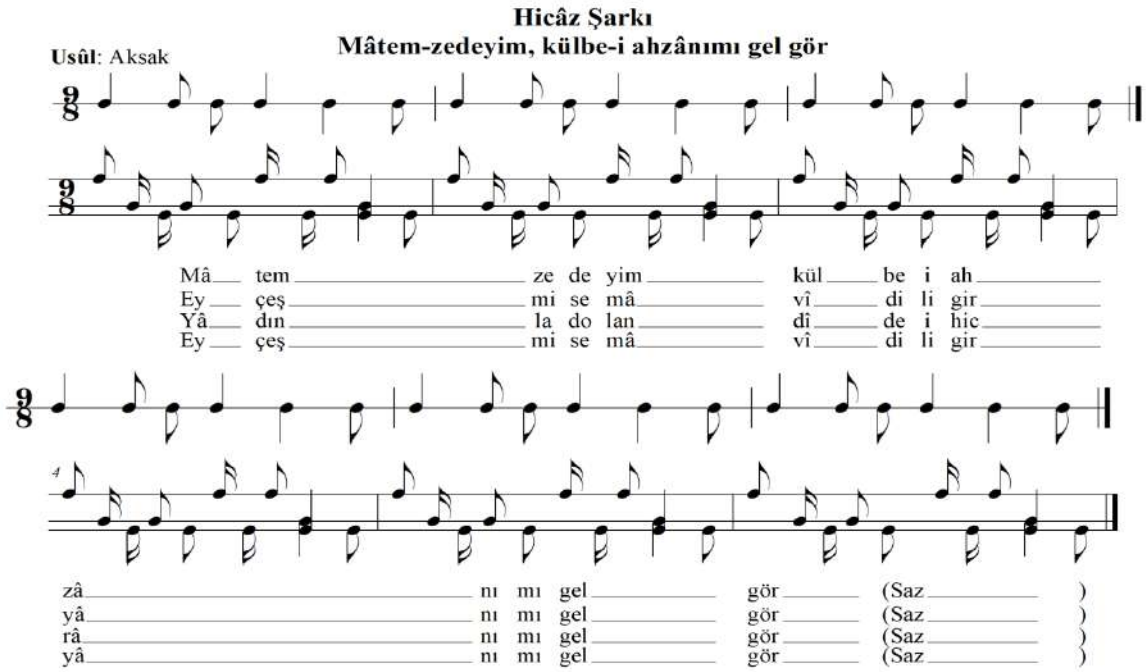
Ey çeşm-i semâvî, dil-i giryânımı gel gör

Yâdınla dolan dîde-i hicrânımı gel gör

Ey çeşm-i semâvî, dil-i giryânımı gel gör

mâtem-zede: mâtem'e, yasa tutulmuş, mâtemli, yaslı; **külbe-i ahzân** (hüzünler kulübesi): gam, keder, tasa evi; **çeşm:** göz, **semâvî:** semâya mensup, semâ ile ilgili; **dil-i giryân:** ağlayan gönül; **yâd:** hatırlama, anma; **dîde:** göz, **hicrân:** 1. ayrılık, 2. unutulmaz acı, keder, iç acısı; **dîde-i hicrân:** acılı, kederli göz.

2.2.1.1. "Mâtem-zedeyim, külbe-i ahzânımı gel gör" adlı eserinin usûl- arûz vezni ilişkisi tablosu



2.2.1.2. Esere Ait Bulgular ve Yorum

Hezec bahrinde, mef'ûlü / mefâ'îlü / mefâ'îlü / fe'ûlün veznindeki "Mâtem-zedeyim, külbe-i ahzânımı gel gör" adlı eserde;

Birinci mısrâ, 6 usûlde, 54 zamanda tamamlanmıştır.

İkinci ve dördüncü mısrâlar, 6 usûlde, 54 zamanda tamamlanmış, aynı mısrâlar farklı bir melodiyle 6 usûlde 54 zamanda hecelerin yerlerinde değişiklik yapılmaksızın tekrarlanmıştır.

Üçüncü mısrâ, 6 usûlde, 54 zamanda tamamlanmıştır.

Eserde, kısa heceler en fazla 8'lik nota değerleriyle, uzun heceler ise en az 4'lük nota değerleriyle ölçülmüştür.

2.2.2. Kürdilihicâzkâr Şarkı "Hicrinle füzûn olmada ahzân ü melâlim"

Hicrinle füzûn olmada ahzân ü melâlim

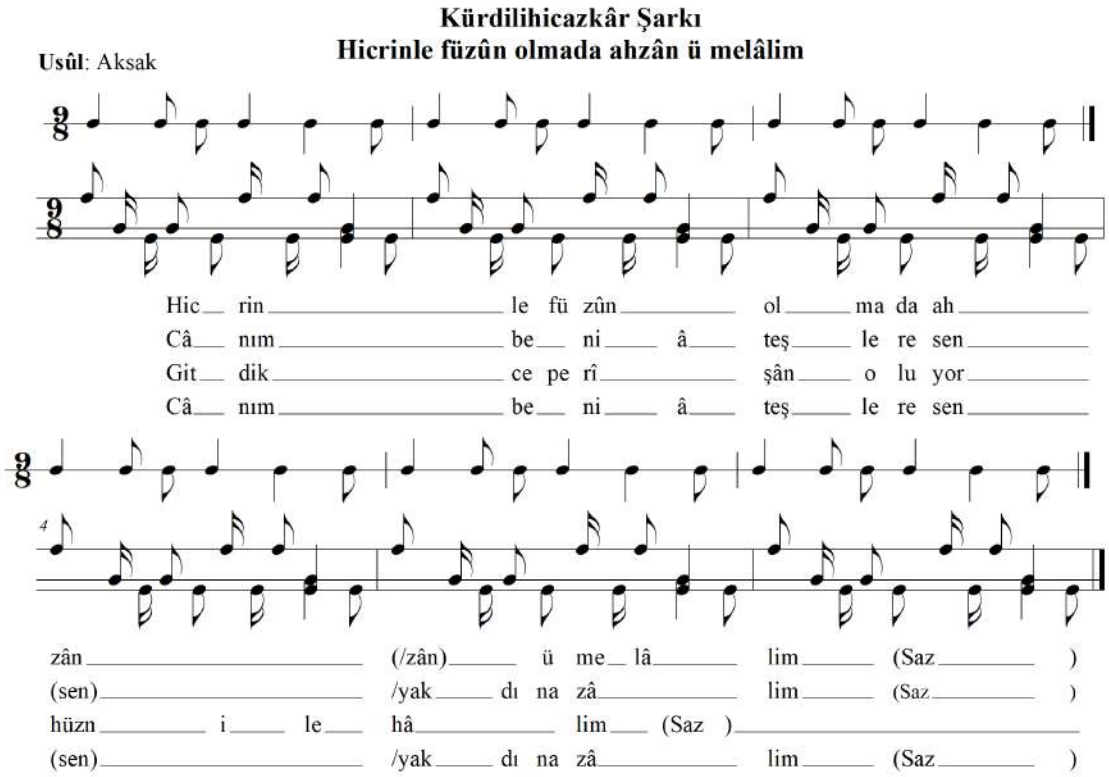
Cânım beni âteşlere sen yaktın a zâlim

Gitdikce perîşân oluyor hüzn ile hâlim

Cânım beni âteşlere sen yaktın a zâlim

hicr: ayrılık; **füzûn:** çok, fazla; **ahzân:** kederler, sıkıntılar; **melâl:** 1. usanç, usanma, bıkma. 2. sıkılma, sıkıntı; **hüzn:** gam, keder, sıkıntı.

2.2.2.1. "Hicrinle füzûn olmada ahzân ü melâlim" adlı eserinin usûl- arûz vezni ilişkisi tablosu



Not: (/) işareti, nota değerinin yarısını göstermektedir.

2.2.2.2. Esere Ait Bulgular ve Yorum

Hezec bahrindeki, mef'ûlü / mefâ'îlü / mefâ'îlü / fe'ûlün veznindeki "Hicrinle füzûn olmada ahzân ü melâlim" adlı eserde;

Her mısrâ 6 usûlde 54 zamanda tamamlanmıştır. Birinci mısrâda kederler sıkıntılar mânasındaki ahzân kelimesindeki (zân) hecesi tekrar edilmiştir. Melâl kelimesi de sıkıntı, sıkılma mânasındadır. Kederler, sıkıntılar, sıkıntı, sıkılma mânâlarındaki adı geçen kelimelere vurgu yapıldığı düşünülmektedir.

İkinci ve dördüncü mısrâlar 6 usûlde 54 zamanda tamamlanmıştır. İkinci usûldeki be-ni heceleri kısa olmalarına rağmen uzun nota değerleriyle ölçülmüştür. Aynı mısrâın devamında sen kelimesi tıpkı birinci mısradaki (zân) hecesi gibi tekrarlanmıştır. Beni, âteş ve sen kelimelerine vurgu yapıldığı düşünülmektedir.

Üçüncü mısrâ 5 usûlde, 45 zamanda tamamlanmıştır. Gitdikce perişan oluyor hüzn ile hâlim mısrâın'da ki mânâya vurgu yapıldığı düşünülmektedir. Gitdikce perişân oluş, hüzn ile hâlim kelimelerindeki hece yerlerindeki değişiklikler ve güftenin 5 usûlde dağılımının tamamlanmış olması mânâya vurgu düşüncesini kuvvetlendirmektedir.

Bunların dışında; eserde, kısa heceler en fazla 8'lik nota değerleriyle, uzun heceler ise en az 4'lük nota değerleriyle ölçülmüştür.

2.2.3. Kürdilihicâzkâr Şarkı "Def'-i nâlîş eylerim hep seyr-i ruhsârınla ben"

Def'-i nâlîş eylerim hep seyr-i ruhsârınla ben

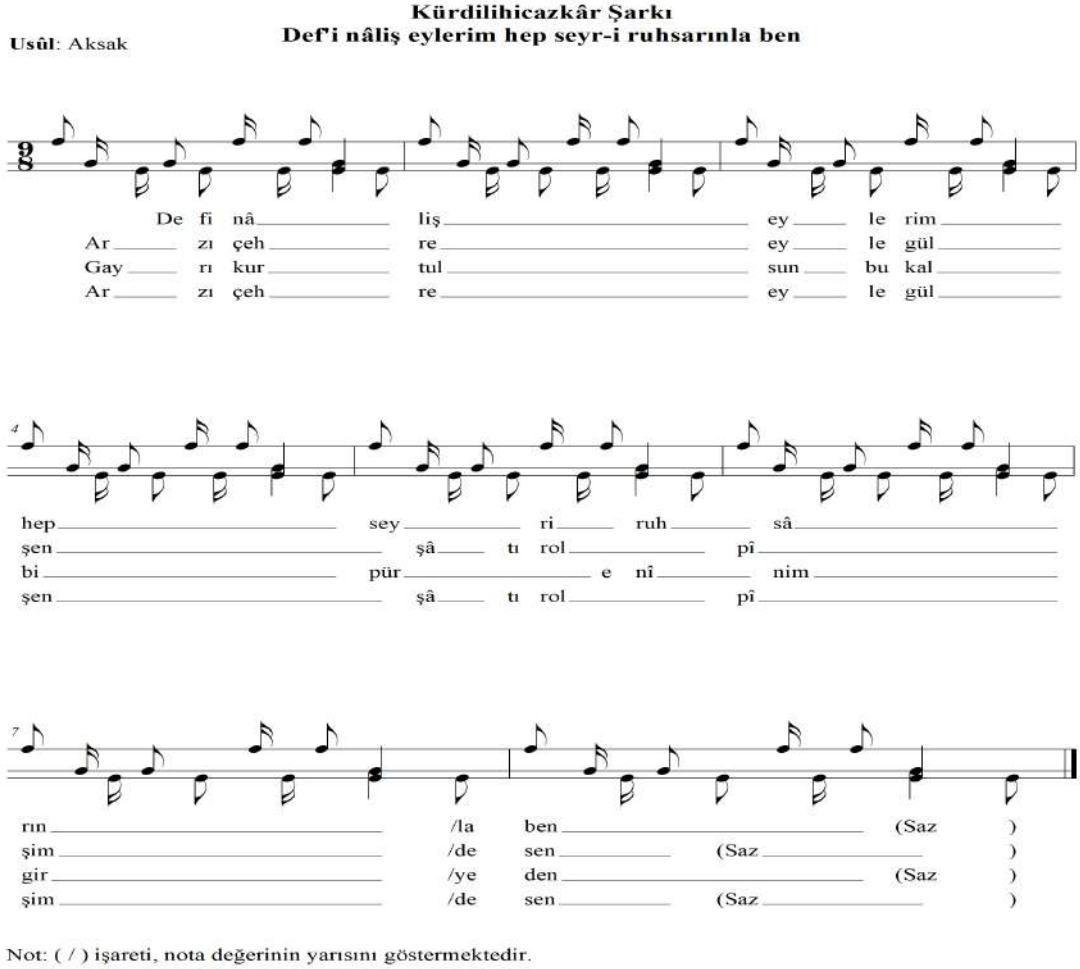
Arz-ı çehre eyle, gül, şen şâtır ol pişimde sen

Gayrı kurtulsun bu kalb-i pür-enînim giryeden

Arz-ı çehre eyle, gül, şen şâtır ol pişimde sen

def': öteye itme, savma, ortadan kaldırma, yok etme; **nâliş:** inleyiş, inleme, inilti; **def'-i nâliş:** iniltiyi yok etme**; seyr-i ruhsâr:** yüzüne bakma; **arz-ı çehre:** yüz gösterme; **şâtır:** neş'eli, keyifli, şen; **pîş**: ön, ileri, ön taraf, **kalb-i pür-enînim:** inlemeyle dolu kalp; **girye:** ağlama, ağlayış, gözyaşı

2.2.3.1. "Def'i nâlîş eylerim hep seyr-i ruhsârınla ben" adlı eserinin usûl- arûz vezni ilişkisi tablosu



Not: (/) işareti, nota değerinin yarısını göstermektedir.

2.2.3.2. Esere Ait Bulgular ve Yorum Remel bahrindeki, fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilün veznindeki "Def'i nâliş eylerim hep seyr-i ruhsârınla ben" adlı eserde;

Eserin her mısrâı 8 usûlde 72 zamanda tamamlanmıştır.

Birinci mısrâın ilk tef'ilesi'ndeki Def'i kelimesinin bestekâr tasarrufu ile fe'ilâtün kalıbı gibi düşünüldüğü varsayılmaktadır. İki kısa heceyi kısa nota değerleriyle ölçmek için bir 4'lük es kullanıldığı düşünülmektedir.

Bahsi geçen vezin kalıbı düyek usûlünde de kullanılmaktadır. Birinci ve üçüncü mısrâlarda 6. usûlde tıpkı düyek usûlündeki gibi sekizlik es kullanılmıştır. İkinci ve dördüncü mısrâlarda da 5. usûlde yine 8'lik es kullanılmıştır.

şâtır: neş'eli, keyifli, şen mânâsındadır, nakarat bölümündeki hecelerin yerleşimindeki değişikliklerin mânânın sonucu olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Bunların dışında; eserde, kısa heceler en fazla 8'lik nota değerleriyle, uzun heceler ise en az 4'lük nota değerleriyle ölçülmüştür.

2.2.4. Ferahnâk Şarkı "Bir nigâhın gönlümü etdi esîr-i aşkın âh"

Bir nigâhın gönlümü etdi esîr-i aşkın âh

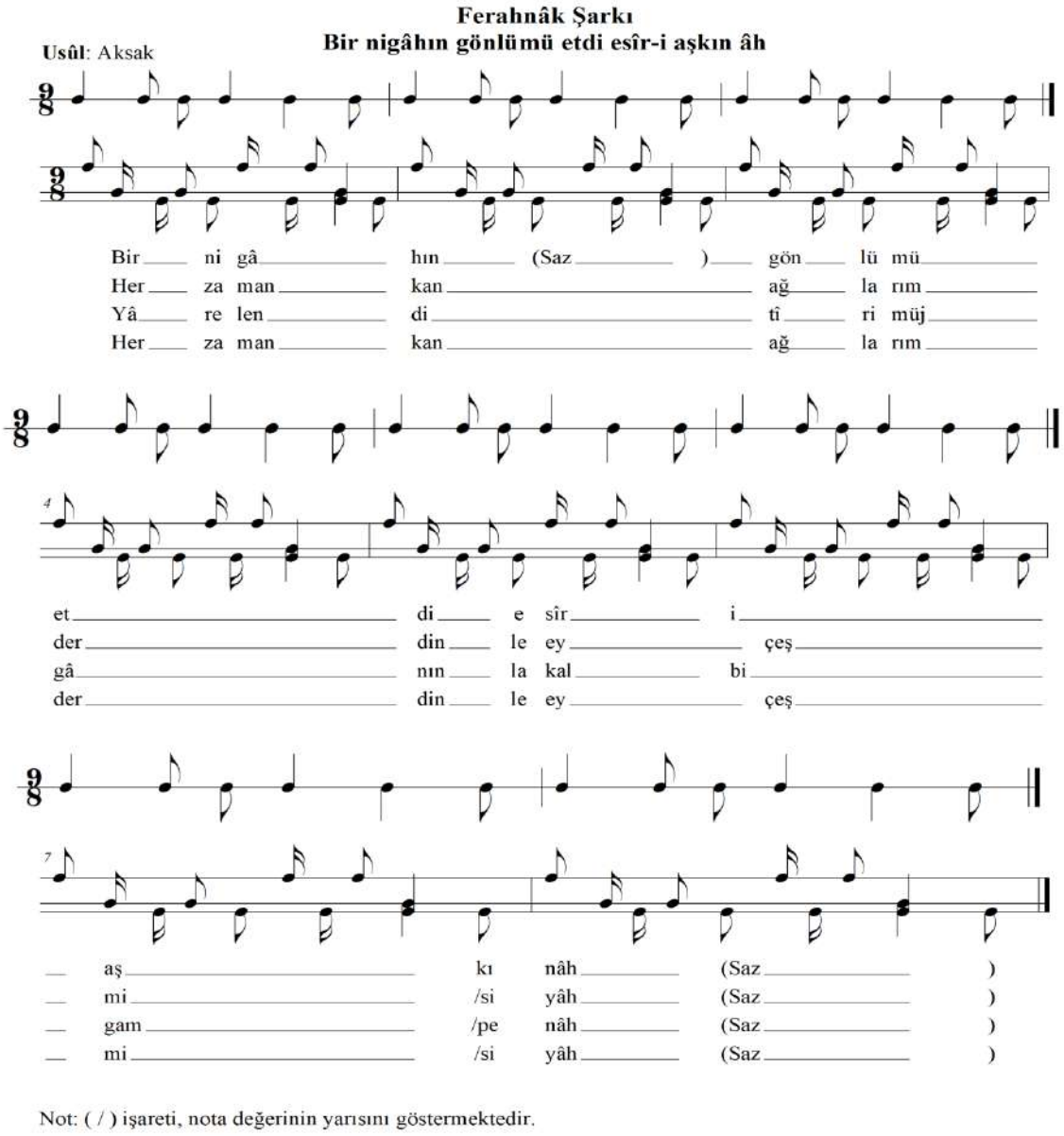
Her zaman kan ağlarım derdinle ey çeşm-i siyâh

Yârelendi tîr-i müjgânınla kalb-i gam-penâh

Her zaman kan ağlarım derdinle ey çeşm-i siyâh

nigâh: bakış, bakma; **esîr-i aşk:** aşkın esiri, aşka tutulmuş. **çeşm-i siyâh:** kara göz. **tîr:** ok, **müjgân:** kirpikler **tîr-i müjgân:** kirpiklerin oku**; gam-penâh:** tasanın, kederin sığındığı yer, tasalı yer

2.2.4.1. "Bir nigâhın gönlümü etdi esîr-i aşkın âh" adlı eserinin usûl- arûz vezni ilişkisi tablosu



Not: (/) işareti, nota değerinin yarısını göstermektedir.

2.2.4.2. Esere Ait Bulgular ve Yorum Remel bahrindeki, fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilün veznindeki "Bir nigâhın gönlümü etdi esîr-i aşkın âh ben" adlı eserde;

Eserin her mısrâı 8 usûlde 72 zamanda tamamlanmıştır.

Bahsi geçen vezin kalıbı düyek usûlünde de kullanılmaktadır. Her mısrâın 1.3.5. ve 7. usûllerinde sekizlik es kullanılmıştır. İkinci ve dördüncü mısrâlarda yani nakarat bölümlerinde 6. usûlde de sekizlik es kullanılmıştır.

2.2.5. Sûz(i)nâk Şarkı "Beni bîgâne-i hâb etdi keder"

Beni bîgâne-i hâb etdi keder

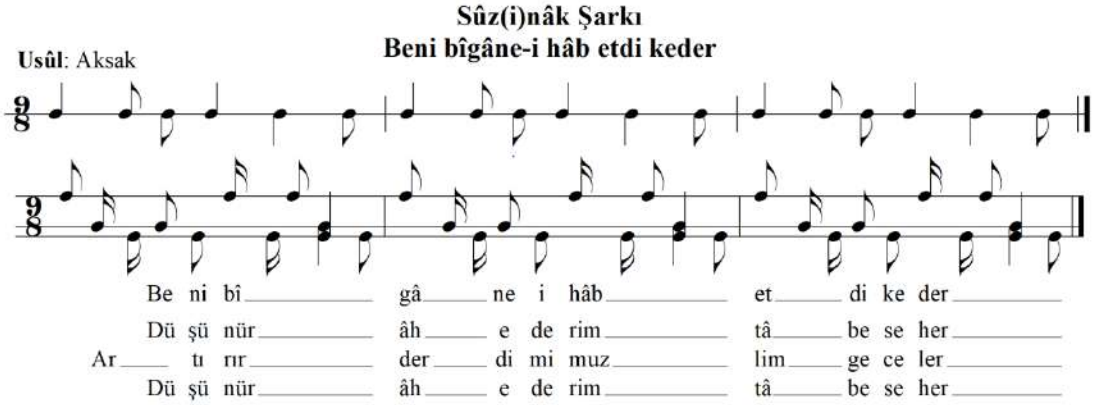
Düşünür âh ederim tâ be seher

Artırır derdimi muzlim geceler

Düşünür âh ederim tâ be seher

bîgâne: kayıtsız, ilgisiz; **hâb:** uyku, rü'yâ; **tâ-be-seher:** sabaha kadar; **muzlim:** karanlık

2.2.5.1. "Beni bîgâne-i hâb etdi keder" adlı eserinin usûl- arûz vezni ilişkisi tablosu



2.2.5.2. Esere Ait Bulgular ve Yorum Remel bahrinde, fe'ilâtün / fe'ilâtün / fe'ilün veznindeki "Beni bîgâne-i hâb etdi keder" adlı eserde;

Eserin 1. mısrâı 7 usûlde 63 zamanda tamamlanmıştır. Söz konusu eserin ilk mısrâı 3 usûlde tamamlandıktan sonra 4 usûlde terennümle beraber mısrâ sonundaki "etdi keder" kelimeleri tekrarlanmıştır.

2. mısrâ 5 usûlde 45 zamanda tamamlanmıştır. İlk mısrâda olduğu gibi 2. mısrâ 3 usûlde tamamlandıktan sonra 2 usûlde mısrâ sonundaki "tâ be seher" kelimesi tekrarlanmıştır.

3. mısrâ 7 usûlde 63 zamanda tamamlanmıştır. Diğer mısrâlarda olduğu gibi 3. mısrâ 3 usûlde tamamlandıktan sonra 4 usûlde terennümle beraber mısrâ sonundaki "geceler" kelimesi tekrarlanmıştır.

Eserin usûl-arûz vezni ilişkisi incelemesinde dikkat çeken 3. mısrâın ilk tef'ilesi fâ'ilâtün olduğundan 8'lik es kullanılmıştır. Tanbûrî Cemîl"Artırır" kelimesini kullanırken bir 8'lik artışı da ustalıkla gözler önüne sermektedir.

2.2.6. Segâh Şarkı "Gel ey sâkî bana sun bir piyâle"

Gel ey sâkî bana sun bir piyâle

Erişti mevsim-i gül, fasl-ı lâle

Hezâr-ı nev-bahâr erdi visâle

Gönül hasretle girdi bak ne hâle

sâkî: 1. su veren, su dağıtan. 2. kadeh, içki sunan; **piyâle:** kadeh, şarap bardağı.

mevsim-i gül: gül mevsimi, ilkbahar; **fasl-ı lâle:** lâle mevsimi.

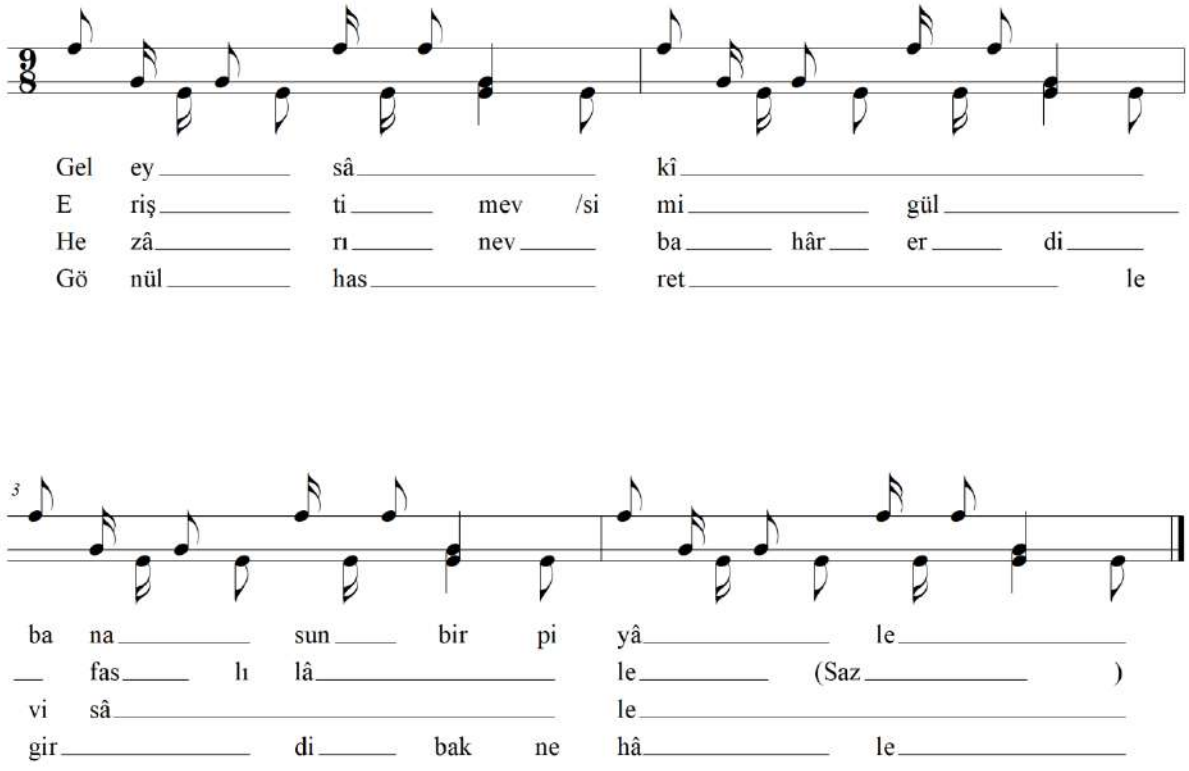
hezâr-i nev-bahar: ilkbahar bülbülü; **visâl:** 1. ulaşma, bitişme, 2. sevgiliye kavuşma

Not: Aksak usûlü bu eserde çok değişik, enteresan bir şekilde kullanılmıştır. Bu konuda araştırma yapanlara özellikle incelemelerini öneririz. (Aksüt, 1993, 2. Cilt:1195)

2.2.6.1. "Gel ey sâkî bana sun bir piyâle" adlı eserinin usûl- arûz vezni ilişkisi tablosu

Segâh Şarkı
Gel ey sâkî bana sun bir piyâle

Usûl: Aksak



Not: (/) işareti, nota değerinin yarısını göstermektedir.

2.2.6.2. Esere Ait Bulgular ve Yorum Hezec bahrinde, , mefâ'îlün / mefâ'îlün / fe'ûlün veznindeki "Gel ey sâkî bana sun bir piyâle" adlı eserde;

Eserin her mısrâı 4 usûlde 36 zamanda tamamlanmıştır. Genel olarak her mısrâda bazı hecelerin usûle dağılımda farklılıklar görülmektedir. 2. ve 3. mısrâda "erişti", "erdi" kelimelerini vurgulamak için "mev" ve "nev" hecelerini üç 8'lik öne almış olduğu düşünülebilir. Arûz kabılıyla yazılmış güftede "bana" kelimesinin "na" hecesinde, "erişti" kelimesinin "ti" hecesinde, "mevsim-i" kelimesinin "mi" hecesinde, "hezâr-ı" kelimesinin "rı" hecesinde, "erdi" kelimesinin "di hecesinde, "girdi" kelimesinin "di" hecesinde imâleler bulunmaktadır.

SONUÇ

Araştırmada yer alan Tanbûrî Cemîl Bey'e ait 6 adet sözlü eserin makamsal analizine göre bulguları incelendiğinde; Tânbûri Cemîl Bey'in 6 adet sözlü eserinin hepsinde çeşni geçkisi yapıldığı sonucuna varılmıştır. Araştırmada yer alan 6 adet sözlü eserden 2'si Kürdilihicazkar, 1'i Basit Suzinak, 1'i Hicaz, 1'i Segah, ve 1'i Ferahnak makamlarında bestelenmiştir. Kürdilihicazkar makamında bestelenen 2 adet sözlü eserin geçkilerine yönelik bulgular göz önüne alındığında;

Gerdaniye peresinde Kürdi çeşnisi

Neva perdesinde Uşşak çeşnisi

Neva perdesinde Kürdi çeşnisi

Rast perdesinde Kürdi çeşnisi

Gerdaniye perdesinde hicaz çeşnisi

Gerdaniye perdesinde rast çeşnisi

Çargah perdesinde buselik çeşnisi

Çargah perdesinde rast çeşnisi olmak üzere ortak geçkilerin olduğu görülmüştür. Bu geçkilerden farklı olarak "Rast perdesinde buselik çeşnisi" yapıldığı sonucuna varılmıştır. Ancak bu geçkiler arasından sadece " Neva perdesinde Kürdi çeşnisi ve Rast perdesinde Kürdi çeşnisi" nin Arel nazariyatı ile benzerlik gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır.

Araştırmada yer alan Basit Suzinak makamında bestelenmiş sözlü eser incelendiğinde;

Neva perdesinde hicaz çeşnisi

Rast perdesinde rast çeşnisi

Gerdaniye perdesinde buselik çeşnisi

Neva perdesinde buselik çeşnisi

Segah perdesinde hüzzam çeşnisi olmak üzere toplamda 5 adet çeşni geçkisi yapıldığı sonucuna varılmıştır. Yapılan bu geçkiler arasından sadece "rast perdesinde rast çeşnisi ve neva perdesinde hicaz

çeşnisi"nin Arel nazariyatında yer alan Basit Suzinak makamı ile ortak çeşniler olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Araştırmada yer alan Hicaz makamında bestelenmiş sözlü eser incelendiğinde;

Dügah perdesinde hicaz çeşnisi

Hüseyni perdesinde kürdi çeşnisi

Neva perdesinde buselik çeşnisi

Neva perdesinde rast çeşnisi

Muhayyer perdesinde buselik çeşnisi

Hüseyni perdesinde uşşak çeşnisi olmak üzere toplamda 6 adet çeşni geçkisi yapıldığı

sonucuna ulaşılmıştır. Arel'in hicaz makamı incelendiğinde; hicaz makamını "hicaz ailesi" başlığı altında 4 farklı hicaz makamı türünde topladığı görülmüştür. Ancak Tanbûrî Cemîl Bey'in hicaz makamındaki bestelediği sözlü eserine yönelik bulgular göz önüne alındığında, Tanbûrî Cemîl Bey'in tüm hicaz ailesi türlerine çeşni geçkisi yaptığı sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda; Tanbûrî Cemîl Bey'in söz konusu eserindeki geçkiler ile Arel'in nazariyatında yer alan "hicaz ailesi" ne yönelik çeşniler arasında benzerlik bulunduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Arel'in nazariyatından farklı olarak "Hüseyni perdesinde kürdi çeşnisine ve Muhayyer perdesinde buselik çeşnisine" geçki yapıldığı görülmüştür.

Araştırmada yer alan Segah makamında bestelenmiş sözlü eser incelendiğinde;

Segah perdesinde segah çeşnisi

Neva perdesinde uşşak çeşnisi

Rast perdesinde rast çeşnisi

Muhayyer perdesinde kürdi çeşnisi

Dik hisar perdesinde segah çeşnisi

Gerdaniye perdesinde buselik çeşnisi olmak üzere toplamda 6 adet çeşni geçkisi yapıldığı sonucuna varılmıştır. Arel'in segah makamı incelendiğinde; sadece "Segah perdesinde segah çeşnisi" nin ortak çeşni geçkisi olduğu, diğer 5 çeşni geçkisinin ise Arel nazariyatında yer almadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Araştırmada yer alan Ferahnak makamında bestelenmiş sözlü eser incelendiğinde;

Eviç perdesinde segah çeşnisi

Nim hicaz perdesinde hicaz çeşnisi

Neva perdesinde rast çeşnisi

Gerdaniye perdesinde rast çeşnisi

Dügah perdesinde rast çeşnisi

Dügah perdesinde uşşak çeşnisi

Irak perdesinde müstear çeşnisi

Irak perdesinde segah çeşnisi

Muhayyer perdesinde uşşak çeşnisi olmak üzere toplamda 9 adet çeşni geçkisi yapıldığı sonucuna varılmıştır. Arel'in Ferahnak makamı incelendiğinde; "neva perdesindeki rast beşlisinin" ortak çeşni geçkisi olduğu, diğer 8 çeşni geçkisinin ise Arel nazariyatında yer almadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmada yer alan Tanbûrî Cemîl Bey'e ait 6 adet sözlü eserin usûl-arûz vezni ilişkisine yönelik bulgular incelendiğinde;

Tanbûrî Cemîl Bey'in Arûz kusurlarını telafi cihetine gitmediği, güfte şairine saygılı davrandığı, (Başara, 2015: 60)

6 adet sözlü eserin tamamının Aksak usûlünde olduğu ve başka herhangi bir usûle geçki yapmadığı,

Bahsi geçen Aksak usûlündeki sözlü eserlerinde; ikisinde Hezec bahrinde, mef'ûlü / mefâ'îlü / mefâ'îlü / fe'ûlün veznini, diğer ikisinde Remel bahrinde, fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilâtün / fâ'ilün veznini, birinde Remel bahrinde, fe'ilâtün / fe'ilâtün / fe'ilün veznini ve bir diğer eserinin de Hezec bahrinde, mefâ'îlün / mefâ'îlün / fe'ûlün veznini tercih ettiği,

Aynı zamanda bir besteleme tekniği olan, usûl-arûz vezni ilişkisini eserlerinde uygularken, kelimelerin anlamlarını vurguladığı,

Aksak usûlündeki bazı sözlü eserlerinde Düyek usûlünün ana kalıbının girişindeki 8'lik es'i kullanmış olduğu,

Gerek taksimlerinde, gerekse saz eserlerinde olduğu gibi aksak usûlündeki bazı sözlü eserlerinde de tekrardan kaçınmış olduğu, sonucuna varılmıştır.

KAYNAKLAR

AFYONKARAHİSAR BELEDİYESİ, AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ DEVLET KONSERVATUVARI (2016), "*Tanbûrî Cemîl Bey besteleri*" Albümü.

AKDOĞU, O., (1993), *Hüseyin Saadettin Arel Türk Musikisi Nazariyatı Dersleri*, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları.

AKSÜT, S., (1993), *Türk Musikisi Güfteler Hazinesi*, İstanbul, İnkılâp Kitapevi.

BAŞARA, R., (2015), *Tanbûrî Cemîl Bey'in TRT Repertuarında Bulunan Sözlü Eserlerinin Prozodik İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Müzik Ana Bilim Dalı, Sivas.

DEVELLİOĞLU, F., (2011), *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat* (29. Baskı). Ankara, Aydın Kitabevi.

DEVLET KOROSU NOTA ARŞİVİ (2019).

KARASAR, N., (2011), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (22. Basım), Ankara, Nobel Yayınları.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Niyazi Sayın'ın Eser İcrasındaki Farklılıklarına İlişkin Bir Analiz: Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh Saz Semâisi Örneği

Full Text / Tam Metin

Nihat Ozan Köroğlu[1]

Özet

Bir eserin ritim, ezgi ve vurgularının değiştirilmesi ile eserin icrada birden çok varyasyonu yani çeşitlemesi olabilmektedir. Bu çeşitlemeler Klasik Türk müziğinde sözlü eser formlarında olabileceği gibi saz eseri formlarında da bazı motiflerin ana ezgiye ve ritme bağlı kalınarak değiştirilmesi şeklinde karşımıza çıkabilmektedir. Eserde farklılık yaratmak için yapılan bu değişiklikler ile icracı gerek bireysel gerekse toplulukla icrada kendi tavrını ve yorumunu ortaya koyar ve icrayı tekdüzelikten kurtarmış olur. İcracının sazıyla doğaçlama olarak yapmış olduğu taksimler kadar olmasa da saz eseri icrasında da icracı belirli sınırlar içerisinde kendi tavır özelliklerini gösterme imkânı bulabilmektedir.

Bu anlamda çalışmada Klasik Türk müziğinde ney sazında virtüöz derecesine ulaşmış Niyazı Sayın'ın geçmişten günümüze kadar gelebilmiş işitsel veya görsel-işitsel kayıtlarını, bu kayıtlardaki icra özelliklerini ve tavrını yazılı hale getirerek kaybolmaktan kurtarmak ve gelecek kuşaklara aktarmak amaçlanmıştır.

Çalışmada Klasik Türk müziği saz eseri formlarından biri olan saz semâisi formunda Nedim Ağa'nın sultaniyegâh saz semâisinin notasyonu Finale nota yazım programı kullanılarak yapılmış, Niyazi Sayın'ın farklı zamanlarda toplulukla icra etmiş olduğu saz semâisi farklı icra özellikleri incelenerek notaya alınmış, iki farklı icra notası asıl notanın üstünde ayrı dizeklerde birinci icra-ikinci icra şeklinde gösterilmiştir.

Niyazi Sayın'ın toplulukla farklı zamanlarda icra ettiği Nedim Ağa'nın sultaniyegâh saz semâisinde iki icranın da benzer tarafları olmakla birlikte genel itibariyle birbirinden farklı olduğu, bu farklılıkların icra sırasında bazı motiflerin değiştirilmesi, ezgiye koşut olarak dem tutulması, nota yerine sus yapılması ve oktavdan icra şeklinde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Ney, Niyazi Sayın Tavrı, Nedim Ağa, Sultaniyegâh Saz Semâisi.*

An Analysis of the Differences in Niyazi Sayın's Performance: Sample of Nedim Agha's Sultaniyegah Saz Semai

Nihat Ozan Köroğlu[1]

Abstract

By changing the rhythm, melody and emphasis of a work, the composition can have multiple variations in performance. These variations can be in the form of oral compositions in the Turkish Classical music, and in the form of changes in some motifs based on the main melody and rhythm in instrumental compositions. With these changes made to create a difference in the work, the performer presents his/her own attitude and interpretation in both the individual performance and the performance with community, and saves the performance from the uniformity. Although not as much as the improvisation of the performer with his instrument, the performer can

[1] Asst. Prof. Dr., Manisa Celal Bayar University, Faculty of Fine Arts, Design and Architecture, Department of Music, Turkey, nayiozan@hotmail.com

have the opportunity to show his attitude and interpretation within certain limits in the instrumental composition performance.

In this sense, the aim of this study was to recover the auditory or audiovisual records of Niyazi Sayın, who reached the virtuoso level in ney instrument in the Turkish classical music, from the past to the present, and to hand them over to the next generations by writing down the performance characteristics and attitudes in these records.

In the study, the notation of Nedim Agha's Sultaniyegah saz semai in the Turkish classical music was done by using the Finale notation program, the different performance characteristics of saz semai which Niyazi Sayın performed with the community at different times examined and notated, and two different performance notes are shown in the form of first performance -second performance in the separate staves on the main note.

It was determined that the two performances of Nedim Agha's Sultaniyegah saz semai which Niyazi Sayın performed with the community at different times had similar characteristics, but were generally different from each other, these differences include the changes in some motifs during performance, using tones in parallel with the melody, using rests instead of notes and using octaves in performance.

Keywords*: Ney, Niyazi Sayın's Attitude, Nedim Agha, Sultaniyegah Saz Semai.*

JEL Classification Codes: *M31, M39*

GİRİŞ (INTRODUCTION)

Klasik Türk musikisinde formlar temel olarak ikiye ayrılmıştır. Bunlar sözlü eser formları ve saz eseri formlarıdır. Saz eseri formları ise; peşrev, medhal, saz semâisi, oyun havası, sirto, longa, mandıra, zeybek, çiftetelli, aranağme ve taksim olmak üzere on bir başlık altında toplanmıştır (Kaçar, 2009:293) Bu formlardan biri olan saz semâileri hâne ve teslim adı verilen bölümlerden oluşur. Usûl olarak genellikle on zamanlı aksak usûlü ile bestelenen saz semâilerinin dördüncü hâneleri genellikle yürük semâi usûlü ile bestelenir. Dördüncü hâneleri farklı usûlde veya usûl değişmeli olan ve hâneleri aynı zamanda teslim olarak ta bestelenmiş saz semâileri de mevcuttur (Özalp, 2000:131)

Çalışmada Niyazi Sayın'ın eser icrasındaki farklılıkları kapsamında Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin analizi sırasında tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modelinde; önceden var olan çeşitli yazılı belgeler, resimler, ses ve görüntü kayıtları vb. veriler ışığında sistemli bir şekilde yeniden yorumlanır (Karasar, 2011:77).

Saz semâisinin farklı zamanlarda toplulukla icra edilmiş iki ayrı işitsel kaydı tespit edilmiş, bu işitsel kayıtlar dinlenerek Finale nota yazım programında notaya alınmış ve birinci icra üst dizekte, ikinci icra orta dizekte ve asıl nota alt dizekte olmak üzere üç dizek üzerinde gösterilmiştir.

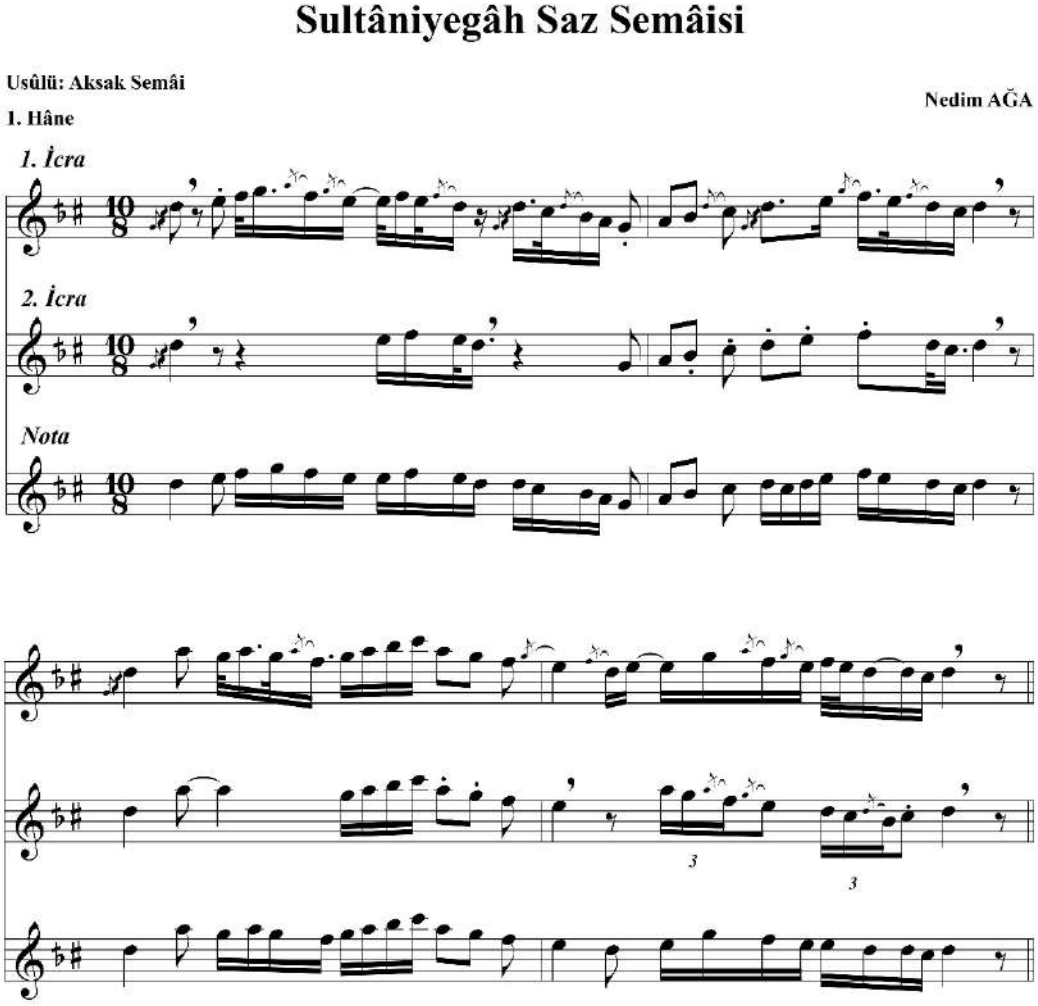
Saz semâilerinde teslim denilen bölüm icra sırasında her hâneden sonra tekrarlanan bölümdür. Bu sebeple Niyazi Sayın'ın toplulukla farklı zamanlarda icra ettiği Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin teslim bölümü her seferinde farklı icra edildiği için 1. Teslim, 2. Teslim, 3. Teslim ve 4. Teslim olarak tekrardan notaya alınmıştır. Niyazi Sayın'ın ikinci icrasında 4. Teslimin tekrarında eserin bitiminde eser içerisinden taksime geçildiği için son ölçü 10/8 usûlü yerine 7/8 usûlünde notaya alınmıştır. Aynı zamanda 4. Hânenin tekrarında farklı icra özellikleri tespit edildiğinden bu hânenin tekrarı da notaya alınmıştır.

Çalışma kapsamında Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semaisi analiz edilip notaya alınırken Niyazi Sayın tavrının belirleyici özelliklerinden biri olan çarpmalar da nota üzerinde gösterilmiştir. Müzik yazısında küçük nota simgesiyle gösterilen çarpmalar müzikte çoğunlukla kullanılan süslemelerdir. Zamanlama açısından değerini kendinden sonra alan ve değerini kendinden önce alan çarpma olmak üzere iki çeşittir (Torun, 2009:282)

NİYAZİ SAYIN'IN TOPLULUKLA FARKLI ZAMANLARDA İCRA ETTİĞİ NEDİM AĞA'NIN SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN ANALİZİ (THE ANALYSIS OF THE NEDIM AGHA'S SULTANIYEGAH SAZ SEMAI WHICH NIYAZI SAYIN PERFORMED WITH THE COMMUNITY AT DIFFERENT TIMES)

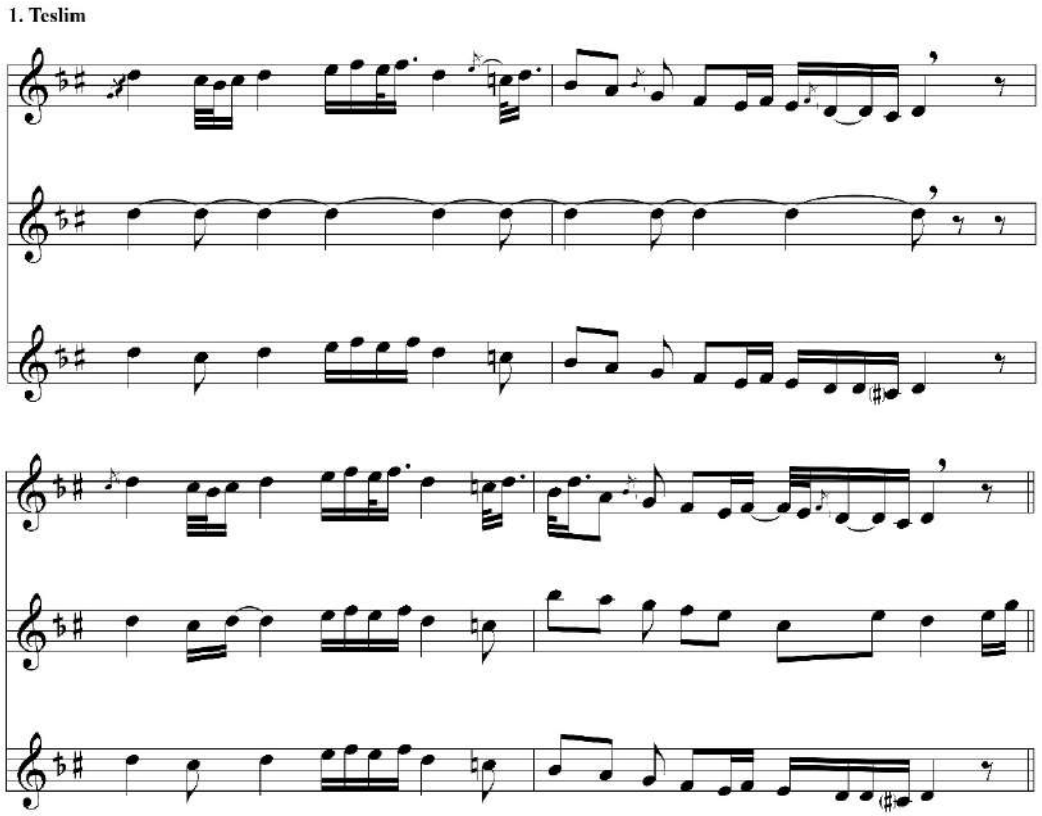
Bu bölümde Niyazi Sayın'ın toplulukla farklı zamanlarda icra ettiği Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin iki icrası analiz edilmiş ve birinci icra üstte, ikinci icra ortada, asıl nota altta olmak üzere üç ayrı dizek üzerinde gösterilmiştir. Birinci hâne, birinci teslim, ikinci hâne, ikinci teslim, üçüncü hâne, üçüncü teslim ve dördüncü hâne, dördüncü teslim olarak ayrı başlıklar altında incelenmiştir.

2.1. SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 1. HÂNESİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 1st PART OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)



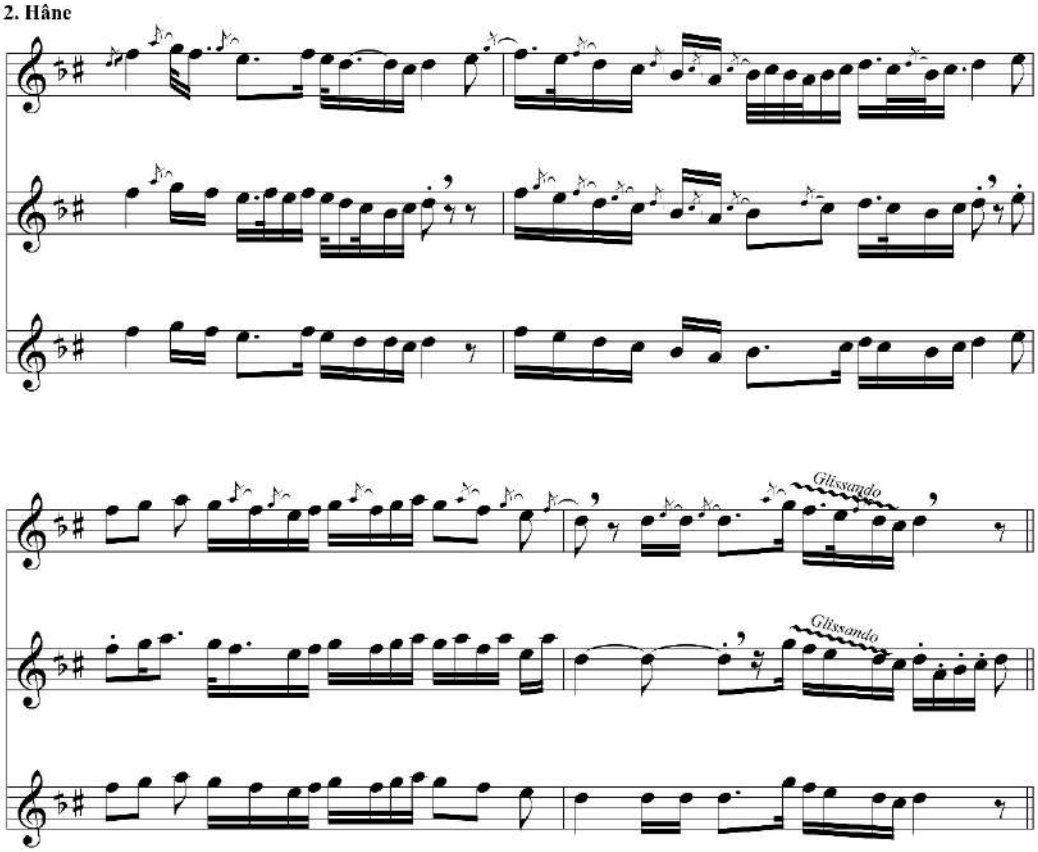
Şekil 1'de Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin birinci hânesinin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. Niyazi Sayın'ın *birinci icrasında* asıl notadan farklı olarak motiflerde nota süre değerlerini değiştirdiği ve birinci dizeğin ikinci ölçüsündeki dört onaltılık re-do-re-mi motifini re-mi şeklinde noktalı sekizlik on altılık olarak sadeleştirerek icra ettiği belirlenmiştir. Yine Niyazi Sayın'ın *ikinci icrasında* motiflerde nota süre değerlerini değiştirdiği, motiflerdeki notaların yerine sus yaptığı ve *birinci icrasına* kıyasla motifleri sadeleştirdiği görülmektedir. (Bknz birinci dizek ikinci ölçü, ikinci dizek birinci ölçü)

2.2. SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 1. TESLİMİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 1st LEITMOTIF OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)



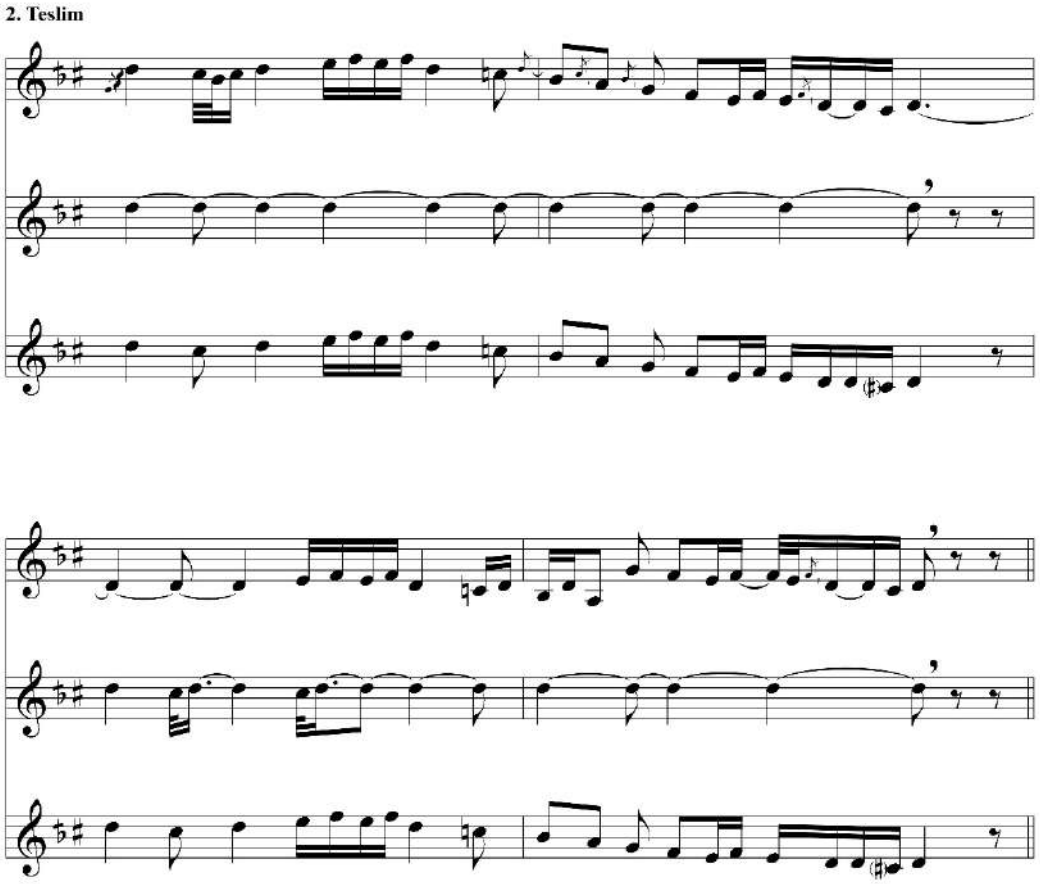
Şekil 2'de Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin birinci tesliminin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. Niyazi Sayın'ın *birinci icrasında* asıl notadan farklı olarak motiflerde nota süre değerlerini değiştirdiği, nota süre değerleri sabit kalmak kaydıyla notalara ekleme yaptığı ve bazı motiflerde nota uzatma bağı kullandığı görülmüştür. Yine Niyazi Sayın'ın *ikinci icrasında* ilk iki ölçüde ezgiye koşut olarak dem tuttuğu ikinci dizeğin son ölçüsünde ise oktavdan icra yaptığı ve son üç motifte asıl notadan tamamen farklı bir icra sergileyerek ikinci hâneye bir bağlantı (köprü) yaptığı ifade edilebilir.

2.3. SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 2. HÂNESİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 2st PART OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)



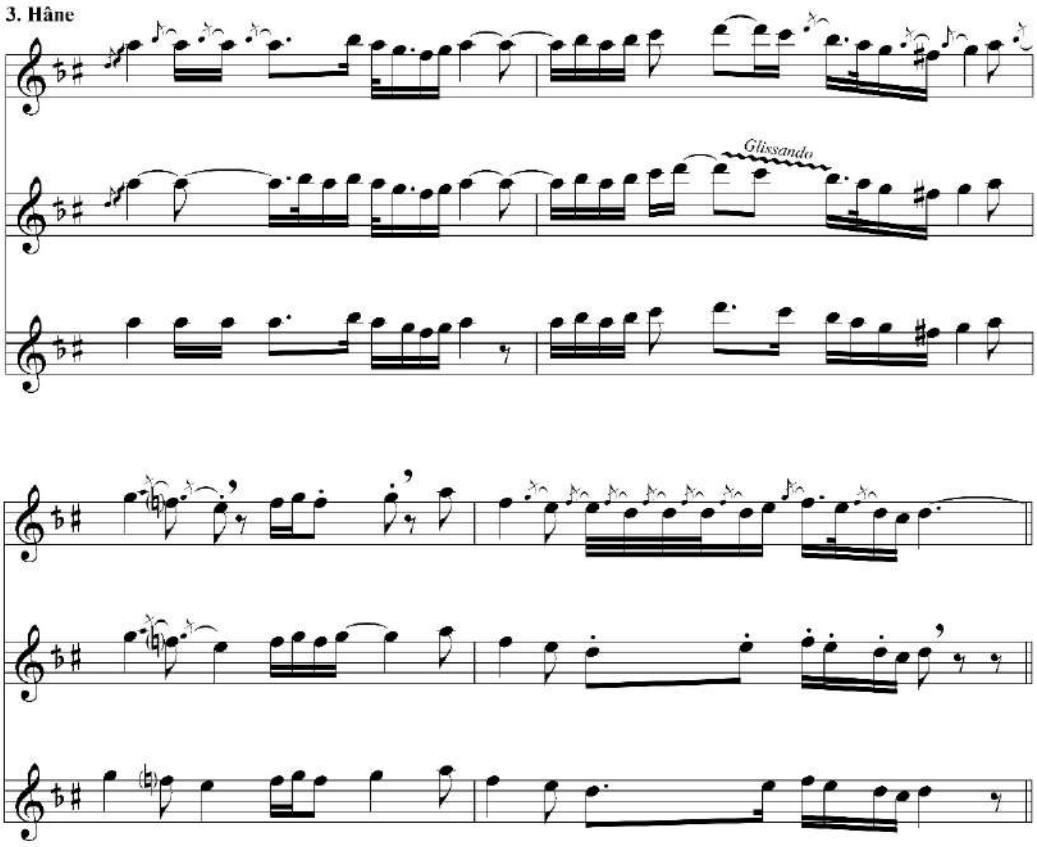
Şekil 3'te Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin ikinci hânesinin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. Niyazi Sayın'ın *birinci icrasında* asıl notadan farklı olarak motiflerde nota süre değerlerini değiştirdiği, birinci dizek birinci ölçüde ikinci ölçüye bir bağlantı yaptığı ve nota süre değerleri sabit kalmak kaydıyla notalara ekleme yaptığı (Bknz birinci dizek ikinci ölçü) görülmüştür. Yine Niyazi Sayın'ın *ikinci icrasında* birinci icrasına benzer olarak ikinci dizek dördüncü ölçüde ikinci teslime bir bağlantı yaptığı görülmektedir. *Birinci icradan* farklı olarak yine ikinci dizek dördüncü ölçüde nota uzatma bağı kullandığı görülmüştür.

2.4. SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 2. TESLİMİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 2st LEITMOTIF OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)



Şekil 4'te Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin ikinci tesliminin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. İlk iki ölçüde küçük nüans farklılıkları olmakla birlikte birinci teslimin icrası ile aynı icra özellikleri karşımıza çıkmaktadır. Son iki ölçüde ise Niyazi Sayın'ın *birinci icrasında* asıl notadan farklı olarak eseri pest oktavdan icra ettiği görülmektedir. Niyazi Sayın'ın *ikinci icrasında* nota süre değerlerini değiştirdiği, nota süre değerleri sabit kalmak kaydıyla notalara ekleme yaptığı ve re (neva) perdesini temel alarak ezgiye koşut olarak dem tuttuğu ifade edilebilir.

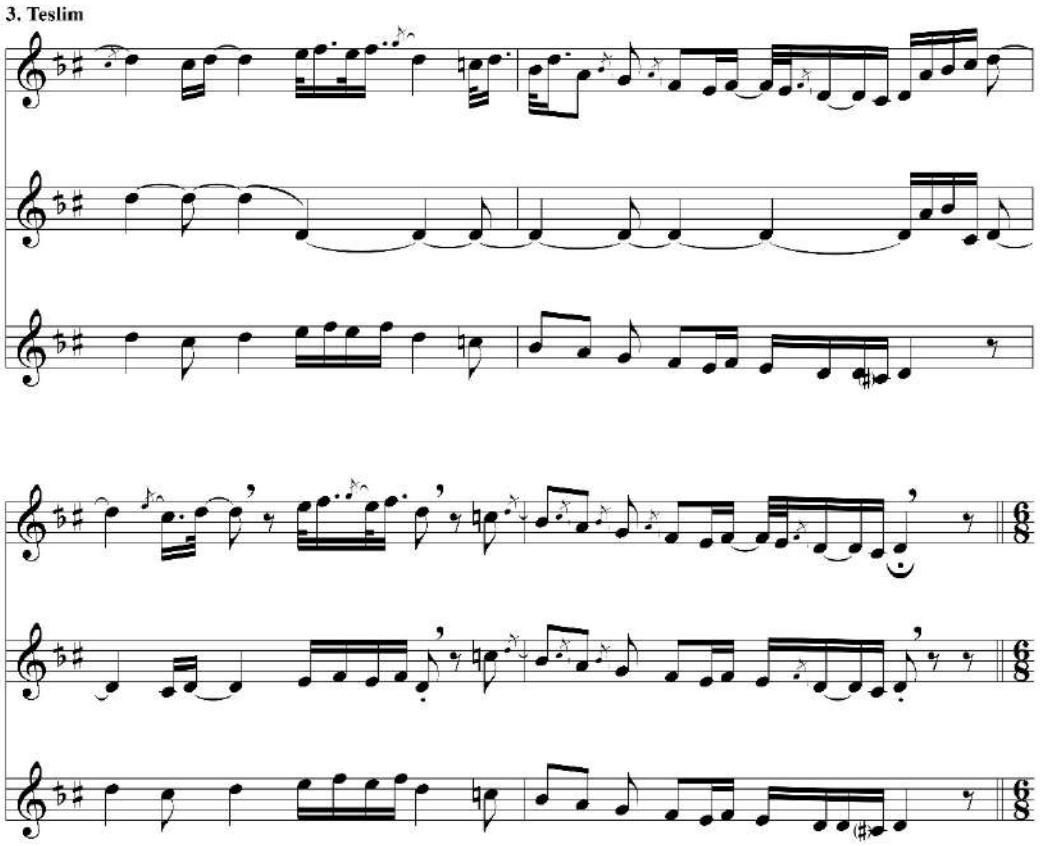
SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 3. HÂNESİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 3st PART OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)



Şekil 5'te Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisini üçüncü hânesinin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. Niyazi Sayın'ın *birinci icrasında* asıl notadan farklı olarak motiflerde nota süre değerlerini değiştirdiği ve son ölçüde iki sekizlik re (neva) mi (hüseyni) perdelerinde neva perdesinde tremolo[1] yaptığı görülmüştür. Yine Niyazi Sayın'ın *ikinci icrasında* birinci icrasından farklı olarak ikinci ölçüde glissando[2] ve son ölçüde staccato[3] icra yaparak nota dışı süslemeler kullandığı görülmüştür.

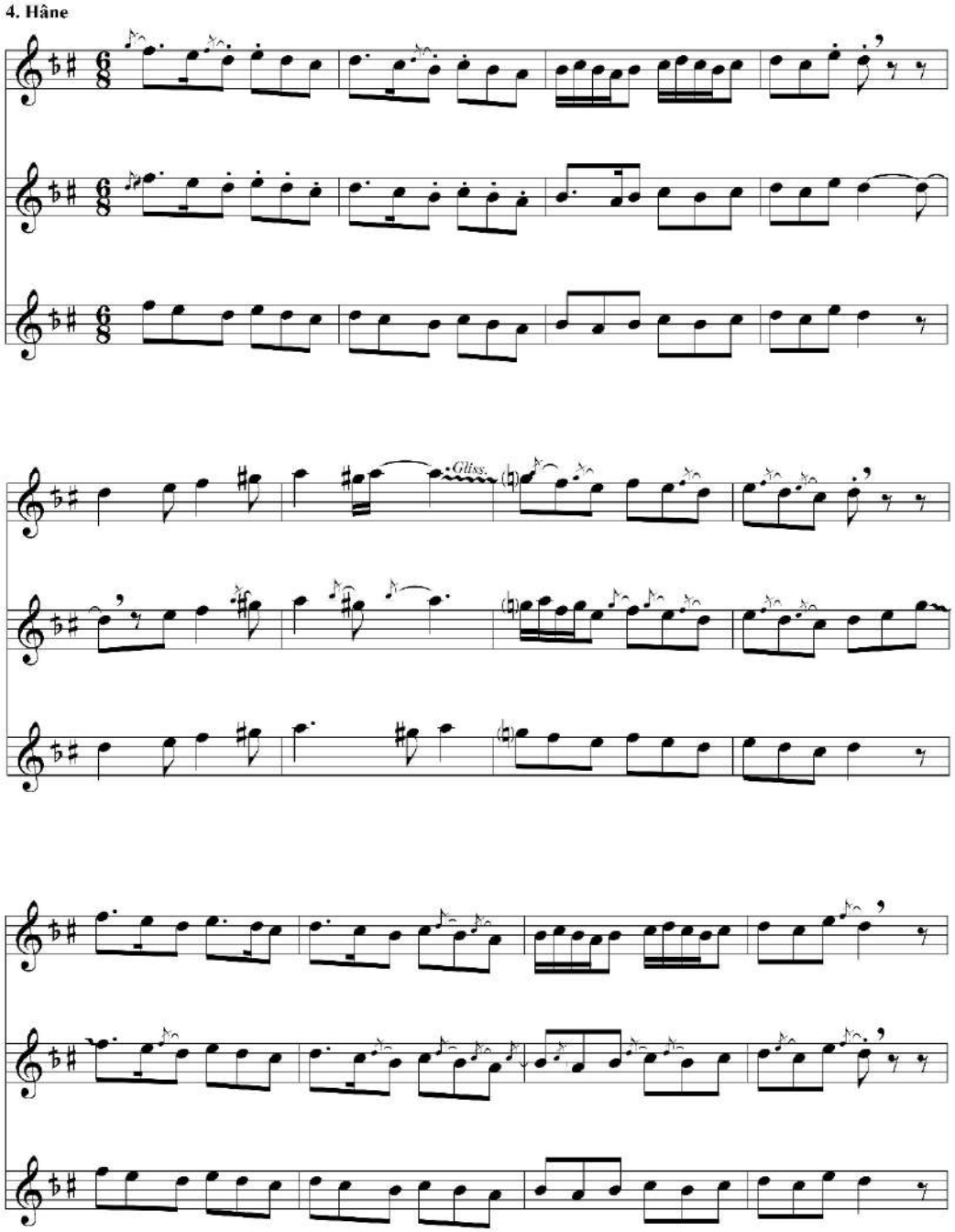
[1] Tremolo: İki notanın hızlı bir şekilde ard arda seslendirilmesidir (Say, 2002:526)
[2] Glissando: Bir sesten diğerine aradaki sesleri duyurarak kesintisiz geçilmesidir (Torun,2009:301)
[3] Staccato: Notaların tek tek ve birbirinden ayrı çalınmasıdır (Sözer, 1996:653)

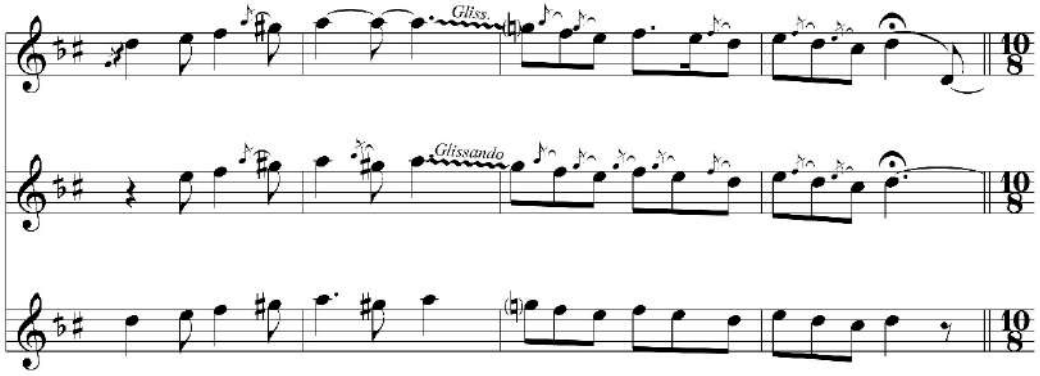
SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 3. TESLİMİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 3st LEITMOTIF OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)



Şekil 6'da Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin üçüncü tesliminin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. Diğer iki teslim icrasından farklı olarak *birinci* ve *ikinci icrasında* da ikinci ölçüden üçüncü ölçüye bir bağlantı yaptığı görülmüştür. *İkinci icrasının* başında yine re (neva) ve re (yegâh) perdelerini kullanarak ezgiye koşut olarak dem tuttuğu belirlenmiştir. Aynı zamanda yine *her iki icrada* da nota süre değerlerini değiştirdiği ve nota süre değerleri sabit kalmak kaydıyla notalara ekleme yaptığı ifade edilebilir.

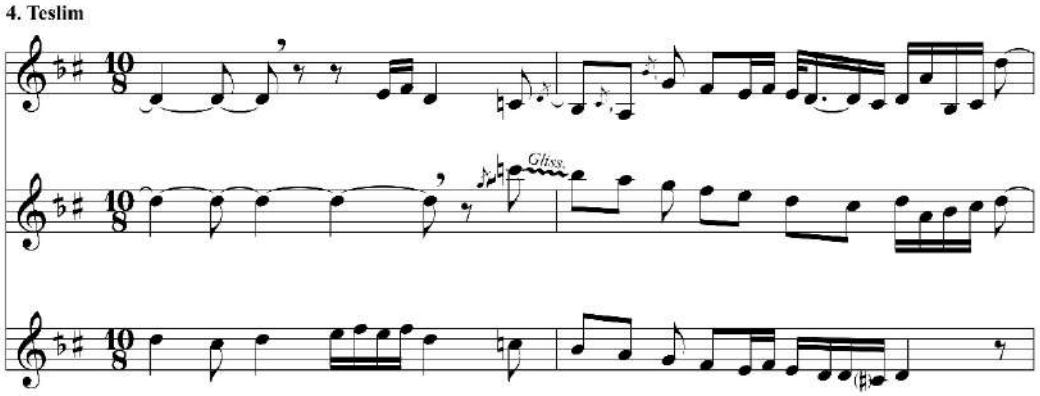
2.7. SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 4. HÂNESİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 4st PART OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)

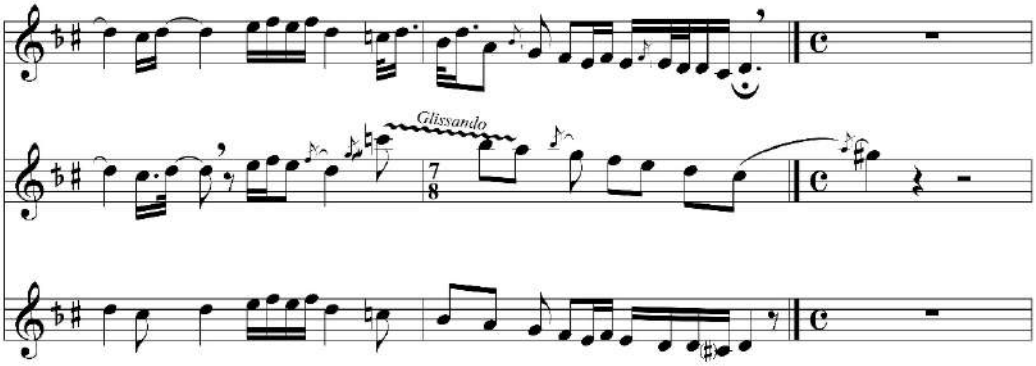




Şekil 7'de Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin dördüncü hânesinin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. Niyazi Sayın'ın *her iki icrasında* da başlangıçta staccoto icra yaptığı, dördüncü hânenin geneline bakıldığında ise asıl notadan farklı olarak motiflerde nota süre değerlerini değiştirdiği görülmüştür. Aynı zamanda Niyazi Sayın'ın *ikinci icrasında* sekizinci ölçüde bir sonraki ölçüye bağlantı yaptığı da tespit edilmiştir.

2.8. SULTANİYEGÂH SAZ SEMÂİSİNİN 4. TESLİMİNİN ANALİZİ (ANALYSIS OF THE 4st LEITMOTIF OF THE SULTANIYEGAH SAZ SEMAI)





Şekil 8'de Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinin dördüncü tesliminin asıl notası ve iki icra notası görülmektedir. Niyazi Sayın'ın *birinci icrasında* asıl notadan farklı olarak ilk iki ölçüde eseri pest oktavdan icra ettiği, *ikinci icrasında* ilk ölçüde ezgiye koşut olarak dem tuttuğu ikinci ölçüde tiz oktavdan icra yaptığı ve *her iki icrada* da ikinci ölçü sonunda bir sonraki ölçüye bağlantı yaptığı görülmüştür. Aynı zamanda *ikinci icrasında* son ölçüden sonra taksime giriş yaptığı için tiz oktavdan icra yaptığı, 10/8'lik ölçüyü 7/8'lik icra ederek eserin içinden taksime geçiş yaptığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Niyazi Sayın'ın toplulukla farklı zamanlarda icra ettiği Nedim Ağa'nın Sultaniyegâh saz semâisinde; Motiflerde nota süre değerlerini değiştirdiği, motiflerdeki notaların yerine sus yaptığı, motifleri sadeleştirdiği, nota süre değerleri sabit kalmak kaydıyla notalara ekleme yaptığı, nota uzatma bağı kullandığı, ezgiye koşut olarak dem tuttuğu, tiz ve pest oktavdan icra yaptığı, ölçüler arasında ve hâneler arasında bağlantı (köprü) yaptığı, bazı perdelerde tremolo yaptığı, bazı ölçülerde glissando ve staccato icra yaparak nota dışı süslemeler kullandığı sonucuna varılmıştır.

KAYNAKLAR

KARASAR, N., (2011), Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Nobel Yayıncılık, Ankara.

ÖZALP, M., N., (2000), Türk Mûsikîsi Tarihi I, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul.

SAY, A., (2002), Müzik Sözlüğü, Müzik Ansiklopedisi Yayınları, Ankara.

SÖZER, V., (1996), Müzik Ansiklopedik Sözlük, Remzi Kitabevi, İstanbul.

TORUN, M., (2009), Ud Metodu "Gelenekle Geleceğe", Çağlar Mûsikîsi Yayınları, İstanbul.

YAHYA KAÇAR, G., (2009), Türk Mûsikîsi Rehberi, Maya Akademi Yayıncılık, Ankara.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Tüketicilerin Şikâyet Etme Niyetinin Öncülleri: Cinsiyet Farklılıkları Üzerine Kargo Sektöründe Bir Araştırma

Full Text / Tam Metin

Ahmet Akif Karadamar[1], Çağatan Taşkın[2], Selin Raçlı[3]

Özet

Giriş*: Türkiye'de kargo hizmetleri sektörü gerek bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler gerekse de elektronik ticaretin yaygınlaşması gibi nedenlerden ötürü giderek büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Kargo hizmetleri sektöründe artan rekabet nedeniyle nihai ve endüstriyel tüketicilere kargo hizmetleri sağlayan işletmeler rekabetçi avantaj sağlayabilmek için müşterileri ile olan ilişkilerine daha fazla dikkat etmeleri gerekmektedir. Müşteri ilişkileri yönetimi açısından müşteri şikâyet yönetimini etkin bir şekilde gerçekleştirmek ise işletmeler için yaşamsaldır. Birçok işletme, şikâyet yönetimi konusundaki yatırımları müşteri bağlılığını arttırmanın bir aracı olarak değerlendirmektedir.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı, kargo sektöründe nihai tüketicilerin şikâyet etme niyetlerinin öncüllerinin (kontrol edilebilirlik, bilgi düzeyi, algılanan uzaklaşma ve şikâyete yönelik tutum) şikâyet etme niyeti üzerindeki etkilerini kadın ve erkek tüketiciler için karşılaştırmalı olarak incelemektir.* ***Yöntem:*** *Araştırma modelinin testinde PLS-Sem yöntemi kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Kadın ve erkek tüketicilerin şikâyete yönelik tutumunu etkileyen en önemli öncülün kontrol edilebilirlik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kadın tüketicilerde şikâyete yönelik tutumun şikâyet etme niyeti üzerindeki etkisini daha fazladır. Erkek tüketicilerde ise kontrol edilebilirliğin şikâyet etme niyetini daha fazla etkilediği bulunmuştur.*

Anahtar Kelimeler— *Şikâyet Etme Niyeti, Kargo Sektörü, PLS-SEM*

The Antecedents of the Complaining Intention of Consumers: A Research on Gender Differences in the Cargo Industry

Abstract

Introduction: *Cargo services industry has become a growing sector in Turkey due to the development in information and communication technologies and proliferation of electronic commerce. Due to the increased competition in the cargo services industry, businesses that provide cargo services to end-users and industrial consumers need to pay more attention to their relationships with their customers in order to gain competitive advantage. From the point of customer relationship management, achieving customer complaining management effectively is vital for businesses. Many businesses consider investing in complaints management as a means of increasing customer loyalty.* ***Aim:*** *The aim of this study is to examine the antecedents of complaining intention (controllability, knowledge level, perceived alienation and attitudes towards complaint) of male and female consumers comparatively in cargo industry.* ***Method:*** *PLS-Sem method was used for testing the research model.* ***Findings:*** *It was concluded that the most important antecedents affecting the attitudes of male and female*

[1] Arş. Gör., Bursa Uludağ Üniversitesi, İİBF, İşletme, Türkiye, aakaradamar@uludag.edu.tr.
2 Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İİBF, İşletme, Türkiye, ctaskin@uludag.edu.tr
3 Yüksek Lisans Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye, selinn502@gmail.com.

consumers towards the complaint was controllability. T*he attitude towards the complaint had a greater influence on the complaining intention for female consumers. Controllability was found to have a greater influence on the complaining intention for male consumers.*

Keywords— *Complaining Intention, Cargo Industry, PLS-SEM*

JEL Classification Codes: *M30, M31*

1. GİRİŞ

Türkiye'de kargo hizmetleri sektörü gerek bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler gerekse de elektronik ticaretin yaygınlaşması gibi nedenlerden ötürü giderek büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Kargo hizmetleri sektörünün Türkiye için hem reel sektörün çözüm ortağı olması hem de istihdam alanı yaratması açılarından önemi fazladır. Bununla beraber kargo hizmetleri sektöründe de rekabet hızla artmaktadır. Gerek nihai tüketicilere gerekse de endüstriyel işletmelere kargo hizmetleri sağlayan işletmeler rekabetçi avantaj sağlayabilmek için müşterileri ile olan ilişkilerine daha fazla dikkat etmek zorunda kalmaktadır. Müşteri ilişkileri yönetimi açısından müşteri şikâyet yönetimini etkin bir şekilde gerçekleştirmek ise işletmeler için yaşamsaldır. Birçok işletme, şikâyet yönetimi konusundaki yatırımları müşteri bağlılığını arttırmanın bir aracı olarak değerlendirmektedir. Bu çalışmanın amacı, kargo sektöründe nihai tüketicilerin şikâyet etme niyetlerinin öncüllerinin (kontrol edilebilirlik, bilgi düzeyi, algılanan uzaklaşma ve şikâyete yönelik tutum) şikâyet etme niyeti üzerindeki etkilerini kadın ve erkek tüketiciler için PLS-SEM ile karşılaştırmalı olarak incelemek ve elde edilen modelleme sonuçlarına göre kargo hizmetleri sunan işletmelere müşteri şikâyet yönetimini daha etkin yürütmeleri adına bazı yönetimsel çıkarımlarda bulunmaktır.

2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Büyüklüğü

Araştırmanın evrenini, Bursa ilinde yaşayan ve kargo hizmetlerini kullanıp yakın zamanda aldığı hizmetle ilgili sorun yaşayan nihai tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırma için oluşturulan anket ile 2019 yılının Ocak ayında veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Veriler online anket ve yüz yüze anket teknikleri ile elde edilmiştir. Örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme kullanılmıştır. Toplamda 324 anket toplanmıştır. 23 adet anket eksik doldurulma, okunmadan doldurulma vb. nedenlerle araştırmaya dâhil edilmemiştir. Sonuç olarak 301 anketin araştırma modelinin testi için kullanımına uygun olduğuna karar verilmiştir.

2.2. Araştırmanın Soru Formu

Araştırma için hazırlanan soru formu iki bölümden oluşmaktadır. Soru formunun ilk bölümü kargo hizmeti alan kullanıcıların bilgi düzeyi, kontrol edilebilirlik, algılanan uzaklaşma ve şikâyete yönelik tutumlarının şikâyet etme niyeti üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla yanıt skalası 5'li likert tipinde hazırlanmış 16 ifade yer almaktadır. Soru formunun ikinci bölümünde ise yaş, cinsiyet, medeni durum, aylık gelir, eğitim, en fazla kullanılan kargo firması ve belirtilen kargo firmasının kullanılma nedeni olmak üzere katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

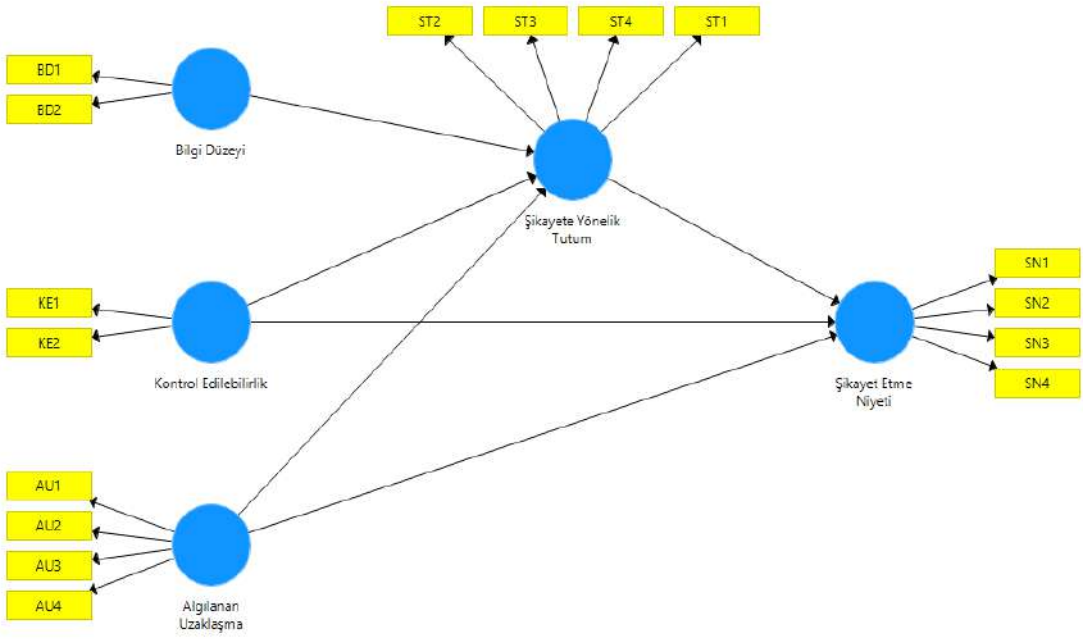
Araştırmada kullanılan ölçeğin ifadeleri Jin (2010) ve Beatriz vd. (2010)'nin çalışmalarından uyarlanmıştır. Araştırma modelinin testinde PLS-Sem yöntemi kullanılmıştır.

2.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmektedir. Araştırma modelinde bilgi düzeyi, kontrol edilebilirlik, algılanan uzaklaşma, şikayete yönelik tutum ve şikayet etme niyeti değişkenleri yer almaktadır.

Bilgi düzeyi: genel olarak tüketicinin piyasadaki olası alternatifler hakkındaki bilgisini, kaliteli ürün veya hizmetler için endişeyi, tüketicinin korunma haklarını ve şikâyet sunma mekanizmalarını yansıtır (Beatriz vd., 2010: 533-534). ***Kontrol edilebilirlik:*** bir firmanın tüketicilerin yaşayabileceği memnuniyetsizliği tahmin etme veya önleme yeteneğidir (Kim vd., 2003: 356; Halim ve Christian, 2013: 20). ***Algılanan uzaklaşma:*** bir müşterinin, başarısız firmanın ait olduğu sektörle ilgili genel algısını ifade eder (Jin, 2010: 90). ***Şikâyete yönelik tutum:*** memnun olmayan tüketicilerin sorun yaşadığı firmadan tazminat alma eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Kim vd., 2003: 357). ***Şikâyet etme niyeti:*** memnun olmayan tüketicinin firmaya şikâyette bulunma niyeti ifade eder (Kim vd., 2003: 354).

Şekil 1. Araştırma Modeli



Şekil 1'de görüldüğü üzere, araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H_1: Bilgi düzeyi şikâyete yönelik tutumu olumlu yönde etkiler.

H_2: Kontrol edilebilirlik şikâyete yönelik tutumu olumlu yönde etkiler.

H_3: Algılanan uzaklaşma şikâyete yönelik tutumu olumlu yönde etkiler.

H_4: Kontrol edilebilirlik şikâyet etme niyetini olumlu yönde etkiler.

H_5: Algılanan uzaklaşma şikâyet etme niyetini olumlu yönde etkiler.

H_6: Şikâyete yönelik tutum şikâyet etme niyetini olumlu yönde etkiler.

2.4. Araştırmanın Bulguları

2.4.1.Katılımcıların Demografik Özellikleri

Örneklemin demografik özelliklerine dair bilgiler aşağıda tabloda verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Kadın		**Erkek**	
Yaş	**Frekans**	**Yaş**	**Frekans**
18-25 yaş arası	35	18-25 yaş arası	42
26-35 yaş arası	69	26-35 yaş arası	76
36-45 yaş arası	20	36-45 yaş arası	25
46-55 yaş arası	12	46-55 yaş arası	10
56 yaş ve üzeri	5	56 yaş ve üzeri	7
Toplam	141	Toplam	160
Medeni Durum	**Frekans**	**Medeni Durum**	**Frekans**
Evli	49	Evli	48
Bekâr	92	Bekâr	112
Toplam	141	Toplam	160
Gelir	**Frekans**	**Gelir**	**Frekans**
2200 ve altı	55	2200 ve altı	39
2201-3500 arası	40	2201-3500 arası	41
3501-4500 arası	14	3501-4500 arası	25
4501 ve üzeri	32	4501 ve üzeri	55

Toplam	141	Toplam	160
Eğitim Durumu	**Frekans**	**Eğitim Durumu**	**Frekans**
İlköğretim Mezunu	2	İlköğretim Mezunu	3
Lise Mezunu	28	Lise Mezunu	36
Ön Lisans/Lisans Mezunu	84	Ön Lisans/Lisans Mezunu	90
Yüksek Lisans Mezunu	25	Yüksek Lisans Mezunu	27
Doktora Mezunu	2	Doktora Mezunu	4
Toplam	141	Toplam	160
En Fazla Kullanılan Kargo firması	**Frekans**	**En Fazla Kullanılan Kargo firması**	**Frekans**
Yurtiçi Kargo	84	Yurtiçi Kargo	87
MNG Kargo	27	MNG Kargo	12
Aras Kargo	14	Aras Kargo	33
PTT Kargo	8	PTT Kargo	15
UPS	4	UPS	7
Diğer	4	Diğer	6
Toplan	141	Toplan	160
Tercih Nedeni	**Frekans**	**Tercih Nedeni**	**Frekans**
Hızlı Teslimat	26	Hızlı Teslimat	23
Güven	44	Güven	43
Fiyat	11	Fiyat	18
Müşteri hizmetleri	8	Müşteri hizmetleri	12
Geniş dağıtım ağı	33	Geniş dağıtım ağı	51
Kargo izleme ve yönetim kolaylığı	15	Kargo izleme ve yönetim kolaylığı	6
Hizmet çeşitliliği	4	Hizmet çeşitliliği	7
Toplam	141	Toplam	160

2.4.2.Boyut Güvenilirliği ve Geçerliliği

PLS-Sem yöntemiyle elde edilen faktör yükleri, güvenilirlik ve geçerlilik sonuçları Tablo 2 ve 3'te özetlenmiştir.

Tablo 2. Boyut Güvenilirliği ve Geçerliliği (Kadın Örneklemi)

Boyut	**İfade**	**Faktör Yükü**	**Cronbach's Alpha**	**CR**	**AVE**
Bilgi Düzeyi	BD1	0.861	0.757	0.889	0.801
	BD2	0.928			
Kontrol Edilebilirlik	KE1	0.850	0.733	0.880	0.785
	KE2	0.921			
Algılanan Uzaklaşma	AU1	0.881	0.895	0.927	0.761
	AU2	0.817			
	AU3	0.910			
	AU4	0.878			
Şikâyete Yönelik Tutum	ST1	0.71	0.732	0.789	0.563
	ST2	0.81			
	ST3	0.73			
	ST4	0.781			
Şikâyet Etme Niyeti	SN1	0.631	0.804	0.868	0.625
	SN2	0.861			
	SN3	0.844			
	SN4	0.805			

Kadın örnekleminin boyut güvenilirliği ve geçerliliği sonuçları Tablo 2'de verilmiştir. Erkek örnekleminin boyut güvenilirliği ve geçerliliği sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Fornell ve Larcker (1981)'e göre yapısal modelin geçerliliği için AVE (Average Variance Extracted) değerlerinin 0.50 ve üzerinde olması gerekmektedir. CR (Composite Reliability) değerinin ise 0.70 ve üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd. 2014: 111).

Tablo 3. Boyut Güvenilirliği ve Geçerliliği (Erkek Örneklemi)

Boyut	**İfade**	**Faktör Yükü**	**Cronbach's Alpha**	**CR**	**AVE**
Bilgi Düzeyi	BD1	0.931	0.843	0.843	0.864
	BD2	0.928			
Kontrol Edilebilirlik	KE1	0.944	0.888	0.947	0.899
	KE2	0.952			
Algılanan Uzaklaşma	AU1	0.770	0.865	0.908	0.550
	AU2	0.864			
	AU3	0.867			
	AU4	0.871			
Şikâyete Yönelik Tutum	ST1	0.763	0.704	0.814	0.527
	ST2	0.559			
	ST3	0.777			
	ST4	0.782			
Şikâyet Etme Niyeti	SN1	0.590	0.731	0.828	0.550
	SN2	0.810			
	SN3	0.803			
	SN4	0.741			

2.4.3.Hipotezlerin PLS-SEM İle Test Edilmesi

Standardize yol katsayıları ve hipotez sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Yol Katsayıları ve T Değerleri

Kadın Örneklemi			Erkek Örneklemi		
Yollar	Yol Katsayıları	T İstatistiği	Yollar	Yol Katsayıları	T İstatistiği
BD → ST	0.199	2.503**	BD → ST	0.259	3.290***
KE → ST	0.259	3.286***	KE → ST	0.420	5,324***
AU → ST	0.248	3.325***	AU → ST	0.105	1.316
KE → SN	0.290	3.821***	KE → SN	0.361	4.362***
AU → SN	0.058	0.730	AU → SN	0.224	3.375***
ST → SN	0.350	4.618***	ST → SN	0.285	3.781***

(AU: Algılanan Uzaklaşma, BD: Bilgi Düzeyi, KE: Kontrol Edilebilirlik, ST: Şikâyete Yönelik Tutum, SN: Şikâyet Etme Niyeti)

*t-değeri 1.65 (anlamlılık düzeyi=10%)

**t-değeri 1.96 (anlamlılık düzeyi=5%)

*** t-değeri 2.58 (anlamlılık düzeyi=1%) (Hair, Ringle ve Sarstedt. 2011; Rezaei 2015)

SONUÇ

Yapılan analizler sonucunda elde edilen bilgiler ışığında, kargo firmalarından aldıkları hizmette sorun yaşayan kadın tüketicilerin şikâyete yönelik tutumlarının şikâyet etme niyeti üzerindeki etkisinin erkek tüketicilere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Aldığı hizmetten memnun olmayan kadın tüketicilerin şikâyet etmesi durumunda hizmet aldığı firmanın yaşadığı sorunu telafi edeceğine inanması durumunda şikâyet etme niyetinin arttığı söylenebilir. Bu durumda kargo firmalarının tüketicilerinin şikâyete yönelik tutumlarını geliştirmek ve şikâyet etme niyetlerini arttırmak için gerekli şikâyet mekanizmalarını oluşturması ve bunu firmanın sitesinde yayınlaması tüketicilerin firmaya karşı tutumlarını olumlu yönde geliştirecektir. Benzer şekilde kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre algılanan uzaklaşma derecesinin şikâyete yönelik tutum üzerindeki etkisi daha fazladır. Kadın tüketicilerin bir problemle karşılaşması durumunda karşılaştığı problemi bütün sektöre atfetme eğilimi daha fazladır. Sektörde yer alan firmalar oluşan algıyı değiştirmek için diğer firmalardan farklı olan yönlerini tüketicilere açıklaması ve firmaya iletilen şikâyetleri ve bu şikâyetler için üretmiş olduğu çözümleri resmi sitesinde yayınlaması durumunda tüketicilerin algılanan uzaklaşma derecelerine olumlu katkı sağlayacaktır. Erkek tüketicilerin ise algılanan uzaklaşma derecesinin şikâyete yönelik tutum

üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Erkek tüketicilerin algılanan uzaklaşma derecesinin şikâyet etme niyetini etkilediği, kadın tüketicilerde ise etkilemediği bulunmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer önemli bulgu ise her iki cinsiyet için de kontrol edilebilirliğin şikâyete yönelik tutum ve şikâyet etme niyeti üzerindeki etkidir. Tüketiciler yaşanan problemi kontrol edilebilir olarak algıladıklarında, bu memnuniyetsizliğin sorumluluğunun firmaya ait olduğunu düşünmektedirler. Bunun sonucunda şikâyet edilmesi durumunda başarılı bir şikâyet yönetimi ile tüketicilerin olumlu tutumları arttırılabilir. Tüketicilerin bilgi düzeylerinin şikâyete yönelik tutum üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Elde edilen sonuçlara göre erkek tüketicilerin bilgi düzeyinin şikâyete yönelik tutumları üzerindeki etkisinin kadın tüketicilere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKLAR

BEATRİZ, M. V., FUENTES BLASCO, M., GIL SAURA, I., BERENGUER CONTRI, G. (2010), "Causes for Complaining Behaviour Intentions: The Moderator Effect of Previous Customer Experience of the Restaurant. Journal of Services Marketing, 24(7), 532-545.

FORNELL, C., LARCKER, D. F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", Journal of Marketing Research, 39-50.

HAIR JR, J., SARSTEDT, M., HOPKINS, L., G. KUPPELWIESER, V. (2014), "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) An Emerging Tool in Business Research", European Business Review, 26(2), 106-121.

HAIR, J. F., RINGLE, C. M., SARSTEDT, M. (2011), "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet". Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139-152.

HALIM, R. E., CHRISTIAN, F. (2013), "The Effect of Perception and Attitude toward Consumer Complaint Behavior", Journal of Distribution Science, 11(9), 17-24.

JIN, L. (2010), "Determinants of Customers' Complaint Intention: Empirical Study in the Context of China's Retail İndustry", Nankai Business Review International, 1(1), 87-99.

KIM, C., KIM, S., IM, S., SHIN, C. (2003), "The Effect of Attitude and Perception on Consumer Complaint Intentions", Journal of Consumer Marketing, 20(4), 352-371.

REZAEI, S. (2015). "Segmenting Consumer Decision-Making Styles (CDMS) toward Marketing Practice: A Partial Least Squares (PLS) Path Modeling Approach", Journal of Retailing and Consumer Services, 22, 1-15.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yerel Ürün Satın Alma Niyetinin Öncülleri Arasındaki İlişkilerin Araştırılması

Full Text / Tam Metin

Onur ÖZTÜRK[1], Çağatan TAŞKIN[2], Aybüke EROL[3]

Özet

Giriş*: Günümüzde gıda üretiminin küreselleşmesi sonucunda tüketiciler üretim alanlarından ve üreticilerden hem coğrafi hem de sosyal olarak uzaklaşmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde yerel gıdaların tüketimine yönelik bir eğilim mevcuttur. Sağlık farkındalığının ve çevre bilincinin artmasıyla birlikte tüketiciler yiyeceklerine ve gıda zincirlerinin şeffaflığına daha fazla dikkat etmeye başlamışlardır.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı yerel ürün satın alma niyeti ve öncülleri arasındaki ilişkileri incelemek ve strateji önerilerinde bulunmaktır.* ***Yöntem:*** *Önerilen hipotezleri test etmek için PLS- Sem kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma sonuçlarına göre tüm hipotezler kabul edilmiştir. Analizler sonucunda en önemli öncüllerin öznel normlar ve tüketici etnosentrizmi olduğu bulunmuştur.*

Anahtar Kelimeler— *Yerel Ürün, Satın Alma Niyeti, PLS-SEM*

Examining the Relationships Among the Antecedents of Local Food Purchase Intention

Abstract

Introduction:*Today, globalization of the food production made the consumers more distanced geographically and socially from producction areas and food producers. There has been a tendency for consuming local food especially in developed countries. As the health awareness and environment became more important, the consumers started to pay more attention on food and the transparency of the food chain.* ***Aim:*** *The aim of this study is to examine the relationships among the antecedents of local food purchase intention and suggest strategies.****Method:*** *PLS-Sem was used to analyse the hypotheses.* ***Findings:*** *According to the findings, all of the hypotheses have been supported. The most important antecedents were found to "subjective norms" and "consumer ethnocentrism" .*

Keywords— Local Food, Purchase Intention, PLS-SEM

JEL Classification Codes: *M10*, *M31*

[1] Araş. Gör., Bursa Uludağ Üniversitesi, İİBF, İşletme, Türkiye, onurozturk@uludag.edu.tr
2 Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İİBF, İşletme, Türkiye, ctaskin@uludag.edu.tr
3 Yüksek Lisans Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, Türkiye, erolaybuke1994@gmail.com.

1. INTRODUCTION

Globalization is the inevitable truth of our era. It is also valid for the food production. The globalization of the food production made the consumers more distanced geographically and socially from production areas and food producers (Autio vd, 2013). There has been a growing interest for consuming local food, especially in developed countries (Carpio and Isengildina-Massa, 2009). The definition of local food is associated with the quality of food, cost, contribution to local economy, lifestyle, consumer ethnocentrism and choice (Arsil et al, 2014). As the awareness of health and environment issues became more and more important, the consumers started to pay more attention to the origins of the food they eat and the food chain's transparency (Bianchi and Mortimer, 2015, Campbell 2013).

Understanding the importance of consuming local food may give momentum for the interest in local products and as a result there will be benefits such as the improvement of local economy, survival of local businesses, employment creation, support for local services and suppliers, healthy nutrition, etc (Jones et al, 2004). The purpose of this study is to examine the impact of attitude towards agri-business, attitude towards consuming local food, ethnocentrism and subjective norms on the intention to purchase local food and suggest strategies.

2. RESEARCH METHODOLOGY

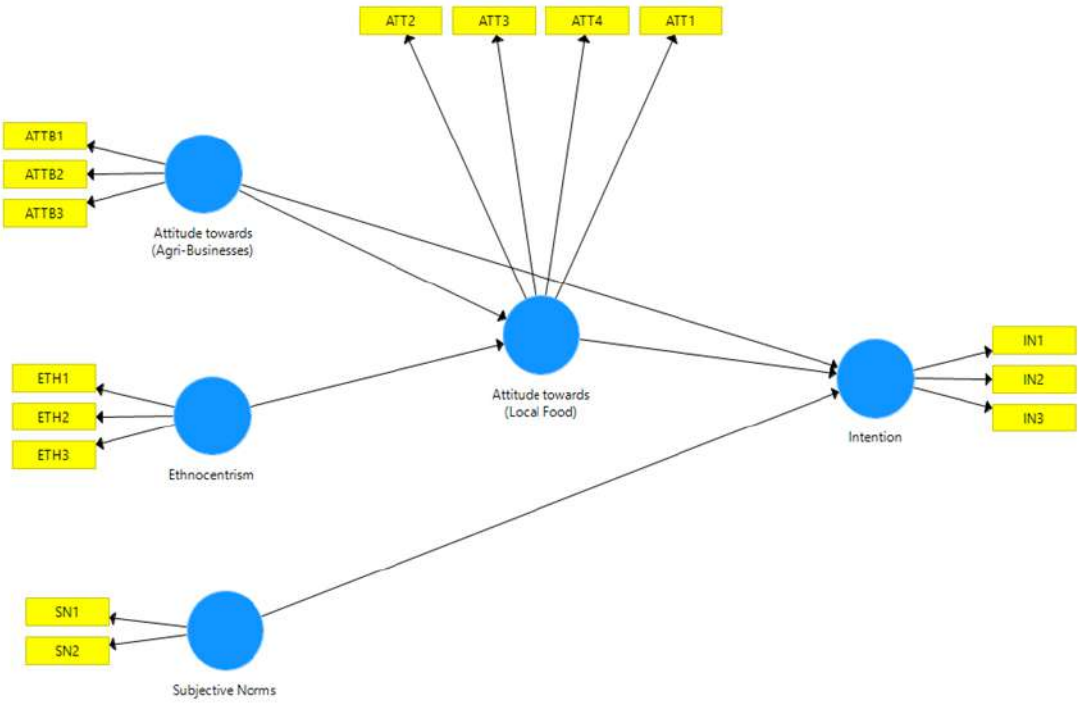
2.1. Research Population and Sample Size

The research was conducted on consumers who live in Bursa city center. The data were collected via face to face interviews and online questionnaire. Convenience sampling method was used in the research. The data were collected in the months between December 2018 and January 2019. A total of 242 questionnaires were used for the analysis.

2.2. Research Model and Hypotheses

The research model proposed in this study and hypotheses were shown in Figure 1.

Figure 1: Research Model



As can be seen in Figure 1, research hypotheses are as follows:

H_1: "Attitude towards agri-business" has a positive impact on "attitude towards local food".

H_2: "Attitude towards agri-business" has a positive impact on "intention to purchase local food".

H_3: "Attitude towards local food" has a positive impact on "intention to purchase local food".

H_4: "Consumer ethnocentrism" has a positive impact on "attitude towards local food".

H_5: "Subjective norms" has a positive impact on "intention to purchase local food".

3.RESEARCH FINDINGS

In this section, the outer loadings, construct validity and reliability, structural relationships and hypotheses results are given respectively. Prior to testing the structural relationships among research constructs, Outer loadings are given in Table 1.

Table 1. Outer Loadings

Construct	Item	Outer Loadings
Attitude Towards Local Food	ATT1	0.795
	ATT2	0.854
	ATT3	0.820
	ATT4	0.741
Attitude Towards Agri Businesses	ATTB1	0.737
	ATTB2	0.768
	ATTB3	0.731
Consumer Ethnocentrism	ETH1	0.765
	ETH2	0.897
	ETH3	0.771
Intention	IN1	0.900
	IN2	0.919
	IN3	0.825
Subjective Norms	SN1	0.887
	SN2	0.883

In Table 2, construct reliability and validity results are shown. Composite reliability (CR) values are higher than 0.70 and average variance extracted (AVE) values are higher than 0.50. These results indicate that all of the dimensions are reliable and valid (Jung et al., 2017: 145).

Table 2. Construct Reliability and Validity

Construct	Item	Cronbach's Alpha	Rho_A	AVE	CR
Attitude Towards Local Food	ATT1	0.820	0.84	0.646	0.879
	ATT2				
	ATT3				
	ATT4				
Attitude Towards Agri Business	ATTB1	0.602	0.60	0.556	0.790
	ATTB2				
	ATTB3				
Consumer Ethnocentrism	ETH1	0.744	0.77	0.662	0.854
	ETH2				
	ETH3				
Intention	IN1	0.860	0.89	0.778	0.913
	IN2				
	IN3				
Subjective Norms	SN1	0.723	0.72	0.783	0.878
	SN2				

In Table 3, the results of the hypotheses are given. According to the findings, all of the hypotheses have been supported. The most important path is between "subjective norms" and "intention to purchase local food". The paths between the "consumer ethnocentrism" and "the attitude towards the local food" and "the attitude towards agri business" and "attitude towards local food" are also important according to the analysis results.

Table 3.Structural Relationships and Hypotheses Results

Hypotheses	Paths	Path Coefficient	t-Statistic	Results
H_1	Attitude towards agri business – Attitude towards local food	0.23	3.93***	Supported
H_2	Attitude towards agri business- Intention	0.17	3.09***	Supported
H_3	Attitude towards local food- Intention	0.09	2.17**	Supported
H_4	Consumer Ethnocentrism- Attitude towards local food	0.26	4.68***	Supported
H_5	Subjective norms- Intention	0.42	8.38***	Supported

* 1.65 (sig. level 10%)

** 1.96 (sig. level 5%)

*** 2.58 (sig. level 1%) (Hair, Ringle and Sarstedt. 2011; Rezaei 2015)

4. CONCLUSION

Research results reveal that attitude towards agri-business have a positive impact on the attitude towards local food. This is understandable as some consumers tend to buy from local producers as they believe consuming local food is much healthier and also supporting local business is important for local economy. The attitude towards agri-business also has a positive impact on the intention to purchase local food. People who think positive about the agri-business would like to buy local food when possible because of the afore-mentioned reasons above.

The attitude towards to local food was also found to have a positive impact on the intention to purchase local food. It is logical that consumers who have positive attitudes towards local food would more likely to buy local food. Ethnocentrism was also found to have a positive impact on attitude towards local food. Ethnocentric consumers are known to prefer local and national products against foreign ones because they think that buying foreign products will end up in damaging the domestic economy and it will also lead to unemployment. Finally, subjective norms have the most important impact on the intention to purchase local food. Subjective norms are known as the perceived social pressure to act or not in a particular situation. It seems that consumers' intentions and decisions of food purchasing are somewhat dependent of the influence of the people in their social environment and they are affected by their opinions and beliefs.

REFERENCES

ARSIL, P., LI, E., BRUWER, J., LYONS, G. (2014), "Exploring Consumer Motivations towards Buying Local Fresh Food Products: A Means-End Chain Approach", British Food Journal, 116(10), 1533-1549.

AUTIO, M., COLLINS, R., WAHLEN, S., & ANTTILA, M. (2013), "Consuming Nostalgia? The Appreciation of Authenticity in Local Food Production", International Journal of Consumer Studies, 37, 564-568.

BIANCHİ, C., & MORTIMER, G. (2015), "Drivers of Local Food Consumption: A Comparative Study", British Food Journal, 117(9), 2282-2299.

CAMPBELL, J. M. (2013), "Muy local: Differentiating Hispanic and Caucasian Shoppers of Locally Produced Foods in US Grocery", Journal of Retailing and Consumer Services, 20(3), 325-333.

CARPIO, C. E., ISENGILDINA-MASSA, O. (2009), "Consumer Willingness to Pay for Locally Grown Products: The Case of South Carolina", Agribusiness: An International Journal, 25(3), 412-426.

HAIR, J. F., RINGLE, C. M., SARSTEDT, M. (2011), "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet", Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139-152.

JONES, P., COMFORT, D., HILLIER, D. (2004), "A Case Study of Local Food and its Routes to Market in the UK", British Food Journal, 106(4), 328-335.

JUNG, J., HAN, H., OH, M. (2017), "Travelers' Switching Behavior in the Airline Industry from the Perspective of the Push-Pull-Mooring Framework", Tourism Management, 59, 139-153.

REZAEI, S. (2015). "Segmenting Consumer Decision-Making Styles (CDMS) toward Marketing Practice: A Partial Least Squares (PLS) Path Modeling Approach", Journal of Retailing and Consumer Services, 22, 1-15.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yeni İş Bulmak Zor Diye Adaletsizliğe Katlanmak mı? Yoksa Gemileri Yakıp Ayrılmak mı?

Full Text / Tam Metin

Simge TİNGÜL[1], Prof. Dr. Senay YÜRÜR[2],

Özet

Örgütlerde adaletsiz uygulamaların çalışanların işten ayrılma niyetlerini ya da gerçek işten ayrılma davranışlarını etkilediği bilinen bir gerçektir. Ancak işsizlik oranlarının yüksek olduğu ülkelerde, adaletsiz uygulamaların işten ayrılma niyetine etkisi ile gerçek işten ayrılma davranışına etkisi aynı olmayacaktır. Bu çalışmanın amacı, örgütlerdeki adaletsiz uygulamaların gerçek işten ayrılma davranışını nasıl şekillendirdiğidir. Bu amaçla yürütülen nitel araştırmada gönüllü işten ayrılmış 20 kişi ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi yöntemi ile yapılan analizler sonucunda araştırma kapsamındaki bireylerin çoğunluğunun işten ayrılma nedenlerinden en başında örgütlerindeki adaletsiz uygulamaların geldiği belirlenmiştir. Ayrıca işten ayrılmalarının temel nedeni dağıtım ve etkileşim adaletsizliğidir.

Anahtar Kelimeler— *Örgütsel Adalet, Dağıtım Adaleti, Prosedür Adaleti, Etkileşim Adaleti, İşten Ayrılma Davranışı,*

Either putting up with injustice nor burning bridges due to difficulties of finding new job?

Abstract

It is a known fact that unfair applications in organizations affect employees' intention to quit their job or the root cause of their behaviors to quit their job. However, in countries with high unemployment rates, the effect of unfair applications will not be same for both intention to quit their job and the root cause of their behaviors to quit their job. The purpose of this study is to figure out how the unfair applications in organizations shape the behavior of leaving the real job. In this qualitative research, interviews were conducted with 20 people who were voluntarily dismissed. As a result of the analyzes conducted with the content analysis method, it has been determined that unfair applications in the organizations were the primary reasons to quit the job for the most of the individuals in this research. In addition, the main reason for leaving the job is the injustice of distribution and interaction.

Keywords— Organizational Justice, Distribution Justice, Procedure Justice, Interaction Justice, Withdrawal Behaviour

[1] Bahçeşehir Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye, simgedumlu@gmail.com
[2] Prof. Dr., Yalova Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Türkiye, senay.yurur@yalova.edu.tr

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Çok sayıda araştırma örgütsel adalet kavramının çalışanlar ve örgütler açısından önemli sonuçlar doğurduğunu göstermektedir. Literatürde örgütte yüksek adalet algısının oluşması, çalışanlarda pozitif tutum ve davranışlara sebep olduğu söylenmektedir (Yürür, 2015; Cihangiroğlu ve Yılmaz 2017; Yürür, 2018). Bununla birlikte örgütlerdeki adaletsizlik algısının da örgüt tarafından istenmeyen pek çok olumsuz çalışan davranışına sebep olduğu ifade edilmektedir (Greenberg 1990b; Greenberg 2002; Masterson, Lewis, Goldman ve Taylor, 2000). Yapılan litaretür taramasında örgütsel adalet ile ilişkilendirilen işten ayrılma kavramı, gerçek işten ayrılma davranışı değil, genellikle işten ayrılma niyeti olmuştur (Daileyl ve Kirk 1992; Colquitt 2001). Çok daha az sayıda araştırmanın örgütsel adaletsizlik ile gerçek işten ayrılma davranışı arasındaki ilişkiye odaklandığı görülmektedir (Griffeth, Hom ve Gaertner 2000).

Bu araştırmanın amacı örgütsel adaletin çalışanların işten ayrılma davranışları üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmek ve hangi boyutlarda ortaya çıktığını anlamaktır.

2. LİTERATÜR TARAMASI VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın dayandığı temel kuram Eşitlik Kuramıdır (Adams, 1965). Kurama göre çalışanlar örgütlerinin adil olup olmadığına karar verirken katkı kazanım oranlarını, kendileri ile eşit gördükleri diğerlerinin katkı kazanım oranı ile karşılaştırırlar. Adams (1965) Eşitlik Kuramında, kazanım oaranları arasında bir eşitlik olmaması durumunda adaletsizlik duygusu yaşanılacağını vurgulamaktadır. Eşitsizliğin ortadan kalkması için çalışanlar, Adams (1965) tarafından önerilen stratejileri uygulamaya çalışmaktadırlar. Çalışanlar kazanımlarını ya da katkılarını değiştirebilirler. Kıyasladıkları çalışanların kazanımlarını veya katkularını değiştirmeye yönelebilirler. Kıyasladığı kişiyi değiştirir yada eşitsizliği rasyonelleştirmeye çalışır. Bir başka davranışı örgütten ayrılmak olabilir.

Türkiye'de örgütsel adaletsizliğin işten ayrılma niyetine etkisini irdeleyen çalışmaların bulunmasına karşılık (örn., Karapınar, 2015; Altıntaş, 2006; Güner, 2016), gerçek işten ayrılma davranışına etkisini inceleyen bir araştırma bildiğimiz kadarıyla bulunmamaktadır.

Konuyla ilgili Uluslararası yapılan araştırmalar incelendiğinde genel olarak işten ayrılma niyetinin ele aldığı görülmektedir. Leung, Wang, Smith (2001), Daileyl ve Kirk (1992) çalışmalarında işten ayrılma niyetinde örgütsel adaletin rolünün olduğunu belirtmektedir. Hendrix ve vd., (1998) yapılan araştırmada etkileşim adalet algısı ile işten ayrılma niyeti arasında negatif bir ilişki olduğunu saptanmıştır. Griffeth ve ark., (2000) yaptıkları araştırmada çalışanların ödül algıları ile işten ayrılma arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. Alexander ve Ruderman (1987) ise işten ayrılma niyeti ile dağıtım adaleti arasında güçlü bir ilişki olduğu belirtmiştir. Roberts ve ark., (1999) yaptıkları araştırmada ücret ve terfi adaletsizliği algısının yüksek personel devir hızına yol açacağını ortaya koymuştur. Örücü (2013) işten ayrılma niyeti ile örgütsel adalet algısı arasında negatif bir ilişki bulumuş ve dağıtım adaleti en yüksek ilişkili bulunmuştur.

Parè ve Tremblay"in (2007) yaptıkları araştırmada, prosedür adaleti ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönde bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Gieter (2012) tarafından yapılan araştırmada etkileşim ve prosedür adaletinin işten ayrılma etkisi arasında bir bağ bulmuştur.

Türkiye'de gerçekleşen araştırmalarda etkileşim adaletinin işten ayrılma niyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Karapınar (2015) yaptıkları araştırmada örgütsel adalet algısının çalışanların işten ayrılma niyeti üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu bulmuş ve etkileşim adalet ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Güner (2016) yapılan araştırma sonucunda işten ayrılma niyeti üzerine örgütsel adalet algısı boyutlarından kişilerarası adalet ile anlamlı ilişkisi olduğu bulunmuştur.

Dağıtım ve prosedür adaletinin de işten ayrılma niyeti üzerinde bir etkisi olduğu olduğunu Gürpınar (2006) yaptıkları araştırmada bulmuştur. Bayarçelik ve Fındıklı (2017) tarafından yapılan araştırmada dağıtım ve etkileşim adaleti ile işten ayrılma niyetinin arasında bir ilişki bulmuştur. Kıratlı (2015), yapılan incelemede örgütsel adalet algısının, işten ayrılma niyetini olumsuz etkilediğini belirtmiştir.

Örgütsel adalet ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulamayan araştırmalar da yer almaktadır. Yılmaz (2004) yaptığı araştırmada adalet algısı ile işten ayrılma niyeti üzerinde anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varmıştır. Altıntaş (2006) Türkiye'de akademisyenler üzerinde yapılan araştırmada dağıtım adaletinin ve prosedür adaletinin işten ayrılma niyeti arasında bir ilişki bulunmamıştır. Buna göre, Türkiye'deki akademisyenlerin çalıştıkları örgütten ve işlerinden gurur duydukları, itibar kazanmaları ile motive olduklarından ve üniversiteler arası geçiş imkanının yaygın olmamasından dolayı örgütten ayrılma niyetine girmedikleri şeklinde yorumlanmıştır.

Araştırmanın temel amacı gönüllü işten ayrılmalarda örgütsel adaletin rolü ve hangi adalet türünün baskın olduğudur.

Araştırmanın temel amacı gönüllü işten ayrılmalarda örgütsel adaletin rolü ve hangi adalet türünün baskın olduğudur.

Bu amaçlar doğrultunda araştırmanın soruları aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

Araştırma kapsamındaki çalışanların işten ayrılma nedenleri nedir?

Araştırma kapsamındaki çalışanların işten ayrılma nedenleri arasında örgütsel adaletsizlik kaçıncı sırada yer almaktadır?

İşten ayrılma nedeni olarak örgütsel adaletsizliğin hangi boyutu ön plana çıkmaktadır?

Araştırma kapsamındaki çalışanların adaletsizlik ile mücadele yöntemleri nelerdir?

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma nitel araştırma olup yapılandırılmış mülakat yöntemi ile veri toplanmıştır. Mülakat soruları araştırmanın amacına yönelik olarak literatürden yararlanarak araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırma Bursa İlinde özel sektörde çalışıp işinden gönüllü olarak geçmiş beş yıl içinde ayrılmış 20 kişi üzerinde yapılmıştır. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde tamamının lisans ve yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir. Toplam iş yaşamındaki kıdemlerine göre dağılımları 3 ile 17 arasında değişmektedir.

4. BULGULAR

Katılımcıların görüşleri, gizlilik esasına dayanılarak ve kodlanarak belirtilmiştir.

Araştırma kapsamındaki çalışanların işten ayrılma nedenlerine yönelik bulgular:

20 çalışana sorulan soruda 17 tanesi örgütsel adaletsizliğin işten ayrılma sebepleri içinde olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin İ1 katılımcısı :" İşten ayrılma ilk nedenim yönetici davranışıdır. İkinci sebebim ise ücret dengesizliğidir." Demiştir. Yönetici davranışı ile ilgili verdiği örneklerden birinde " Bilmediğim bir görevi bana verdiğinde ve ben bilmiyorum dediğimde yöneticim bana kafan basmıyor mu, gerekirse öğreneceksin dedi." demiştir.

Araştırma kapsamındaki çalışanların işten ayrılma nedenleri arasında örgütsel adaletsizliğin kaçıncı sırada yer aldığını tespit etmeye yönelik bulgular:

20 çalışana sorulan soruda 15 katılımcı örgütsel adaletsizliğin işten ayrılma sebepleri içinde ilk sebep olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılardan İ3 "Yöneticim ile yaşadığım iletişim problemidir. Başlangıçtan beri elektrik tutmadı. Önyargılı değer vermeme değersizleştirme şeklinde sürdürdüğü tavrını bir türlü kıramadık. Ben de işten ayrılmaya karar verdim" şeklinde cevaplamıştır ve ilk ayrılma sebebinin yöneticisi ile yaşadığı iletişim problemi olduğunu belirtmiştir. Katılımcılardan bir diğeri olan İ4 dağıtım adaletsizliğini vurgulayarak "Ücret adaletsizliği ve ücret yetersizliği ilk ayrılma sebebimdi. Birim başına düşen iş miktarını göze aldığınızda, departmanda tek başınaydım, seksen kişilik bir ekip yönetiyordum ve ücret karşılığımın dengesiz olduğunu düşünmekteydim. " demiştir.

İşten ayrılma nedeni olarak örgütsel adaletsizliğin hangi boyutunun ön plana çıktığını tespit etmeye yönelik bulgular:

Tüm işten ayrılma nedenleri içinde örgütsel adaletsizlik boyutlarından dağıtım adaleti belirtilmiştir. İ1 kodlu katılımcı "Zam dönemi geldiğinde, iş yükümün diğerlerine göre daha fazla olmasına rağmen, onlardan daha düşük zam aldım. Ben de bu adaletsizliğin giderilmeyeceğini düşündüğümden iş aramaya başladım" diyerek dağıtım adaletinin işten ayrılmaya karar vermesinde önemli bir rol oynadığını belirtmiştir. 13 Katılımcının işten ayrılma nedeni etkileşim adaletidir. İ1 "Bilmediğim bir görevi bana verdiğinde ve bilmiyorum dediğimde yöneticim bana kafan basmıyor mu dedi" diyerek etkileşim adaletini vurgulamıştır.

Araştırma kapsamındaki çalışanların adaletsizlik ile mücadele yöntemlerini tespit etmeye yönelik bulgular:

Adaletsizlik karşısında 13 kişi kendi kazanımını arttırma talebinde bulunmuş, 3 kişi bir diğerinin katkısını arttırmaya çalışmış, 4 katılımcı işten ayrılmış, 1 katılımcı ise kendi katkısını azalttığını belirtmiştir. İ7 " Diğer sektör ve pozisyonlar ile kıyasladığımda hak ettiğimi düşündüğüm bir ücret

almıyordum. Şirket yönetimi ile ücret konusunda görüştüm." diyerek önce kazanımlarını arttırma yönünde davrandığını belirtmiştir. İ11 kodlu katılımcı "Konuşulacak bir karakter yoktu karşımdaki yöneticide. Alternatif bir iş de karşıma çıkınca işimi değiştirdim." diyerek ilk önce işten ayrılmaya karar verdiğini belirtmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada örgütsel adalet algısı ile işten ayrılma davranışı arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Acaba adaletsizlik çalışanların işten ayrılma kararı vermelerinde ve bunu uygulamalarında ne derece etkilidir? Araştırma Bursa'da özel sektör işletmelerinde çalışan ve gönüllü olarak işten ayrılan çalışanlar üzerinde yapılmıştır. Görüşülen 20 kişiden 17'si, ayrılma nedenleri arasında adaletsizliği göstermişlerdir. 15'i adaletsiz uygulamaları, işlerinden ayrılmalarının ilk nedeni olarak göstermişlerdir. İşten ayrılma 'niyeti' açısından ele alan araştırma sonuçlarıyla karşılaştırıldığında ulusal ve uluslararası alanda elde edilen sonuçlarla tutarlılık göstermektedir (Parker ve Kohlmeyer, 2005; Karapınar 2015; Çağ 2011; Kıratlı 2015). Ancak Türkiye'de akademisyenler üzerinde yapılan bir araştırma ile tezatlık bulunmaktadır (Altıntaş, 2006). Altıntaş (2006) dağıtım adaleti ile işten ayrılma niyeti arasında herhangi bir ilişki olmadığını beirtmiştir. Bunun nedeni olarak akademisyenlerin çalışma motivasyonlarını oluşturan unsurların farklı olması ve kamu üniversitelerinde işten ayrılma olgusunun yaygın olmamasını göstermektedir. İşten ayrılma davranışının ele alındığı bu araştırmanın, özel sektörde yürütülmesinin bir nedeni de budur. Ayrıca burada vurgulanması gereken bir nokta şudur ki araştırma kapsamındaki kişilerin eğitim düzeyleri yüksek ve kıdemli çalışanlardır.

Araştırmada ortaya çıkan işten ayrılma nedeni dağıtım ve etkileşim adaletidir. Konuyu işten ayrılma 'niyeti' açısından inceleyen bazı araştırmalar bu bulguyu desteklemektedir (Hendrix vd. 1998; Daileyl ve Kirk 1992; Cole vd., 2010; Bayarçelik ve Fındıklı 2017). Dağıtım adaletsizliği araştırmada ön plana çıkmaktadır. Ancak Konovsky ve Cropanzano, (1991) daha çok prosedür adaletinin işten ayrılma niyeti üzerinde etkili olduğunu bulduklarını ifade etmektedir. 2001 yılında Cohen-Charash ve Spector, işten ayrılma niyetini en fazla etkileyen boyutun dağıtım ve prosedür adaleti olduğunu belirtilmektedir. Bu sonuç Türkiye'de bireyler arası ilişkilerin önemini vurguluyor olması açısından önemlidir.

Yapılan araştırmada adaletsizlik karşısında çalışanların kazanımlarını arttırma yoluna gitmeyi tercih ettikleri veya işten ayrılma davranışı gösterdikleri tespit edilmiştir. En baskın mücadele yöntemi işten ayrılma davranışı şeklinde olmuştur.

Bütün bunların yanı sıra araştırmanın en önemli sınırlılığı örnekleminin eğitim düzeyi yüksek bireylerden oluşuyor olmasıdır. Eğitim çeşitlemesinin yanı sıra bölge çeşitlemesi de yapılmalıdır. Bursa, Türkiye'nin önemli sanayi şehirlerinden biridir. Dolayısıyla iş bulma olanakları açısından önemli üstünlüklere sahip bir ildir. Bu araştırmanın farklı ekonomik özellikler gösteren bir ilde yapılması farklı sonuçlara ulaşılması sonucunu doğurabilir.

KAYNAKLAR

Adams, J. S. (1965). "Inequity in Social Exchange". In L. Berkowitz (Ed.), Advances in Experimental Social Ppsychology, 2: 267-299.

Alexander, S. & Ruderman, M. (1987). "The role of procedural and distributive justice in organizational behavior". Social Justice Research, 1(2): 177-198.

Altıntaş, F. Ç., (2006). "Bireysel Değerlerin Örgütsel Adalet ve Sonuçları İlişkisine Yönlendirici Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Analiz". İşletme Fakültesi Dergisi, 7(2), 19-40.

Bayarçelik, E.B. ve Fındıklı, M.M. (2017). İş Tatmininin, Örgütsel Adaletin İşten Ayrılma Niyeti İlişkisinde Aracılık Rolü, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.10, S.10, s.16-31.

Cihangiroğlu, N., Yılmaz, A., (2017). " Çalışanların örgütsel adalet algısının örgütler için önemi" . Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 10 (19), 194-213

Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 86, 278–321.

Cole, M. S., Bernerth, J. B., Walter, F. and Holt, D. T. (2010). 'Organizational justice and individuals' withdrawal: unlocking the influence of emotional exhaustion'. Journal of Management Studies, 43, 368–89.

Colquitt, J. A. (2001). On The Dimensionality Of Organizational Justice: A Construct Validation Of A Measure. Journal Of Applied Psychology, 86, 386-400.

Çağ, A. (2011). Algılanan Örgütsel Adaletin, Örgütsel Sinizme Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Daileyl, R. C., Kirk D. J. (1992) Distributive and procedural justice as antecedents of job dissatifaction and intent to turnover. Human Relations, 45, 305-317

Gieter, S. D., Cooman R. D., Hofmans J, Pepermans, R., & Jegers, M. (2012). Paylevel satisfaction and psychological reward satisfaction as mediators of the organizational justice–turnover intention relationship. International Studies of Management & Organization, 42, 50–67.

Greenberg, J. (1990b), "Employee theft as a reaction to underpayment inequity: The Hidden Cost of Pay Cuts", Journal of Applied Psychology, 75 (5), 561-568.

Greenberg, J. (2002), "Who stole the money, and when? Individual and situational determinants of employee theft", Organizational Behavior and Human Decision Processes, 89, 985-1003.

Griffeth, R. W., Hom, P. W., Gaertner, S. (2000) "A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover: Update, moderator tests, and research implications for the next millennium", Journal of Management, 26 (3), 463-488.

Güner, B., (2016) Örgütsel adalet algısının işten ayrılma niyeti üzerine etkisi ve duygusal tükenmişliğin aracı rolü: Öğretmenler üzerine bir çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

Gürpinar, G. (2006). An Empirical study of relationships among organizational justice, organizational commitment, leader-member exchange and turnover intention, Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.

Hendrix, W. H., Robbins, T., Miller J., Summers, T. P. (1998). Effects of procedural and distributive justice on factors predictive of turnover. Journal of Social Behavior and Personality, 13, 611-632

Karapınar, Ö. (2015). Kişisel bütünlüğün iş performansı, örgütsel yurtaşlık davranışları ile ilişkisi: Örgütsel adalet algısnının moderasyon etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

Kıratlı, M. (2015). Örgütsel adaletin işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel güvenin aracı rolü: Ev mobilyası üretimi yapan işletmeler üzerinde bir uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Leung, K., Wang Z., ve Smith, B.P. (2001). Job attidues and organizational justice in joint venture hotels in China: the role of expatriate managers, International Journal of Human Resource Management, 12 (6) :926-945

Masterson, S. S. Lewis, K., Goldman, B. M., Taylor, M. S. (2000). Integrating justice and social exchange: The differing effects of fair procedures and treatment on work relationships, The Academy of Management Journal, 43(4): 738-748.

Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover, Journal of Applied Psychology, 62(2), 237-240.

Örücü, E. ve Özafşarlıoğlu, S. (2013). Örgütsel Adaletin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde Bir Uygulama, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.10, S.23, s.335-339.

Parè, G., Tremblay, M. (2007) ”The Influence of high-involvement human resourcesp practice, organizational commitment, and citizenship behaviors on information technology professionals` turnover intentions, Group & Organization Management, 32(3), 326–357.

Parker, Robert J., Kohlmeyer III, James M., (2005) “Organizational justice and turnover in public accounting firms: a research note”, Accounting, Organizations and Society, 30, 357– 369.

Roberts, J. A., Coulson, K. R., Chonko, L. B., 1999. Salesperson perceptions of equity and justice and their impact on organizational commitment and intent to turnover, Journal of Marketing Theory and Practice, 7, 1-16.

Yılmaz, G. (2004). İnsan Kaynakları Uygulamalarına İlişkin Örgütsel Adalet Algısının Çalışanların Tutum ve Davranışları Üzerindeki Etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Ensititüsü, İstanbul.

Yürür, S. (2015). "Türkiye'de Örgütsel Adalet Konusunda Yapılan Çalışmalara İlişkin Bir Derleme" (içinde) Edt. Rana Özen Kutanis, Türkiye'de Örgütsel Davranış Çalışmaları-I, Gazi Kitabevi, Ankara.

Yürür, Senay (2018). "Örgütsel Adalet", (içinde) Edt. Aşkın Keser, Gözde Yılmaz, Senay Yürür, Çalışma Yaşamında Davranış ve Güncel Yaklaşımlar, 4. Baskı, Umuttepe Kitabevi, Ekim.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Markanın Özüne Uygunluğu İle Marka Güveni Arasındaki İlişkinin Pls-Sem İle Araştırılması

Full Text / Tam Metin

Nagihan Memiş[1], Gül Emel[2], Çağatan Taşkın[3]

Özet

Giriş*: Pazardaki belirsizlik ve tüketimin artması ile birlikte tüketiciler, satın alma deneyimlerinde, çok sayıda ürüne ve markaya maruz kalmaktadır. Bu bağlamda tüketiciler, deneyimlerinin eşsiz ve markanın özüne uygun olmasına önem verirler. Markaların özüne uygunluğu da marka güveni oluşturmada önemli bir etkendir.* ***Amaç:*** *Bu çalışmanın amacı, cep telefonu ve spor ayakkabısı markaları için markanın özüne uygunluğu ile marka güveni arasındaki ilişkiyi araştırmaktır.* ***Yöntem:*** *Araştırma modelinin hipotezlerinin test edilmesinde PLS-SEM metodu kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma bulgularına göre marka tutarlılığı, hem markanın özüne uygunluğu değişkeninin hem de marka güveni değişkeninin en önemli öncülü olarak tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Markanın Özüne Uygunluğu, Marka Tutarlılığı, Marka Güveni, PLS-SEM*

Investıgatıng The Relatıonshıp Between Brand Authentıcıty And Brand Trust By Means Of Pls-Sem

Abstract

Introduction: *Along with uncertainty in the market and the increase in consumption, consumers are exposed to a large number of products and brands in their purchasing experiences. In this context, consumers attach importance to their unique and authentic experience. Brand authenticity is an important factor for creating brand trust.* ***Aim:*** *The aim of this study is to investigate the relationships between brand authenticity and brand trust for mobile phone brands and athletic footwear brands.* ***Method****: PLS-SEM method was used to analyze the hypothesis of the research model.* ***Findings:*** *The results show that brand consistency is an important antecedent of brand authenticity and brand trust variables.*

Keywords— *Brand Authenticity, Brand Consistency, Brand Trust, PLS-SEM*

JEL Classification Codes: *M30, M31*

[1] Res. Assist., Bursa Uludağ University, İİBF, İşletme, Türkiye, nagihanmemis@uludag.edu.tr (corresponding author).
2 Assoc. Prof. Dr., Bursa Uludağ University, İİBF, İşletme, Türkiye, ggokay@uludag.edu.tr.
3 Prof. Dr., Bursa Uludağ University, İİBF, İşletme, Türkiye, ctaskin@uludag.edu.tr.

1. INTRODUCTION

In emerging markets, brands get into difficulty of creating and maintaining strong relationships with consumers. To overcome this challenge, marketers can associate characteristics pertain to brand with consumers' desires, in this way, they strength their brand identities. In this context, authenticity is one of the basic individuals' desire and remarked as a desirable characteristic in a brand (Manthiou et al., 2015: 39; Bruhn et al., 2012: 567; Hyunjoo et al., 2018:2). Thus, marketers who explore this trend have started using authenticity as a brand-positioning and product appeal strategy (Lu et al., 2015: 36). Although authenticiy is correlated with transcending the self and market, consumer researches show that individuals put authenticity to brands and authenticity is at the central of brand status, equity and corpoate reputation. Some of these researchers argue about that it is one of the "cornerstones of contemporary marketing" (Napoli et al., 2014:1090). In improving consumer-brand relationships, the importance of the understanding role of brand authenticity is emphasized with consumers' increasing desire for authenticity in products, brands, and experiences. Therefore, brand authenticity has become an important key in consumer-brand relationships according to researchers and practitioners who agree that authenticity is the critical element of contemporary marketing that determines a brand's success (Hyunjoo et al., 2018: 2). Although there is an increasing popularity in consumer research literature, there are limited studies related with brand authenticity.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Brand Authenticity Concept

The concept of authenticity has drawn attention of marketing researchers as a result of the growing consumer demand for authenticity in purchased products and services. In the literature, following explanations are developed for the need for authenticity: When individuals want to have an experience in times of uncertainty, they look for products which offer them the continuity and in such circumstances, authenticity is very strong ; in other respects, the need for authenticity is referred as an outcome of increasing homogenization of the marketplace and, authenticity is seen as indication of quality and differentiation for consumers. Because of market transparency which is stimulated by the communication opportunities, awaked consumers look for more consistent , authentic and sincere brands (Fritz et al., 2017:325).

In the existing literature, the concept of authenticity has been used in different forms to express different meanings because of that it contains elements related to essential to the product, production process and subjective elements created by firm members, consumers and other stakeholders (Beverland, 2005:1008). As a common usage, authenticity is referred as to the genuineness, reality or truth of something, besides it is associated with such as sincerity, innocence, originality, being natural, honest, simple and unspun.(Kennick,1985:4: Fine, 2003: 160-166; Napoli, 2014:1091). In their study Bruhn et al. (2012), the concept of authenticity, in terms of marketing, is summarized as follows: "*Authenticity in the context of brands deals with the authenticity of market offerings (objects and services) in contrast to the authenticity of human beings, is based on the evaluations of individuals rather than being solely related to the inherent attributes of the brand , corresponds to a variety of attributes since there is no unique definition of the authenticity concept*"(Bruhn et al., 2012: 567). Brand Authenticity can be defined as " the extent to which consumers perceive a brand to be faithful toward itself , true to its

consumers, motivated by caring and responsibility and able to support consumers in being true to themselves " (Morhart et al., 2015: 203).

2.2. Antecedents of Brand Authenticity

In the literature, several studies show that there are various variables as potential antecedents of brand authenticity. In addition to this, in some of these studies, relationships are confirmed empirically, others are primarily discussed as potential explanations for causal effects (Fritz et al., 2017: 327).

In the Bruhn et al. (2012)'s study, it is emphasized that brand authenticity has a very wide spectrum of reference and contains several research disciplines when items are established. In their study, they have conducted an extensive literature review to identify concepts (Bruhn et al, 2012: 569). In the Morhart et al. (2014)'s study, along with a literature review, fourteen consumers have been conducted an interview to find out dimensions of perceived brand authenticity. Findings show that there are following four brand authenticity: Continuity, Credibility, Integrity and Symbolism (Morthart et al., 2014: 7).

Brand consistency can be defined as "making sure that the company stakeholders experience the brand at all brand contact points". Making an authentic consistency is crucial in terms of creating trust and loyalty (Eggers et al., 2013: 341). In Manthiou et al. (2018)'s study, findings show that consistency has a key role in brand authenticity. By retaining the authenticity, brands offer their unique identity (Manthiou et al., 2018: 46). In Moulard et al. (2015)'s study, findings point that consistency is a sub-dimension of stability factor in terms of celebrity authenticity (Moulard et al., 2015: 183). As a food industry study, in Beverland and Luxton's (2015) study, it is stated that wine's authenticity relies on consistency throughout the time (Beverland and Luxton, 2015: 114).

Brand trust is referred as "the confident expectations of the brand's reliability and intentions in situations entailing risk to the consumer" (Delgado-Ballester, 2004: 574). In the long term, for performing brand authenticiy, it is required to build brand trust. In Eggers et al's study (2012), brand authenticity has a significantly impact on brand trust (Eggers et al., 2012: 347). In Napoli et al. 's study (2014), findings also show that there is positive relationship between BA and brand trust (Napoli et a., 2014: 1097). In the Moulard et al.'s study (2016), brand autenticity has a positive effect on brand trust (Moulard et al., 2016: 431). Lude ve Prügl (2018) examined the relationship between brand authenticit and brant trust in context of family firm and findings show that brand authenticity has a strong effect on brand trust in family firms (Lude and Prügl., 2018: 130).

Individuality is referred to "unique way in which the brand fulfills its promise" or " to the extent to which customers feel the relative distinction between a brand and its competitors"(Schallehn et al., 2014; 194; Netemeyer et al., 2004). Moulard et al. (2016) examined the relationship between uniqueness, brand authenticity and brand trust. Findings show that both have positive effects on brand authenticity. Schallehn et al. (2014) proposed a model with four antecedents and a positive causal relationship between brand individuality and brand authenticity is confirmed(Schallehn et al., 2014: 197).

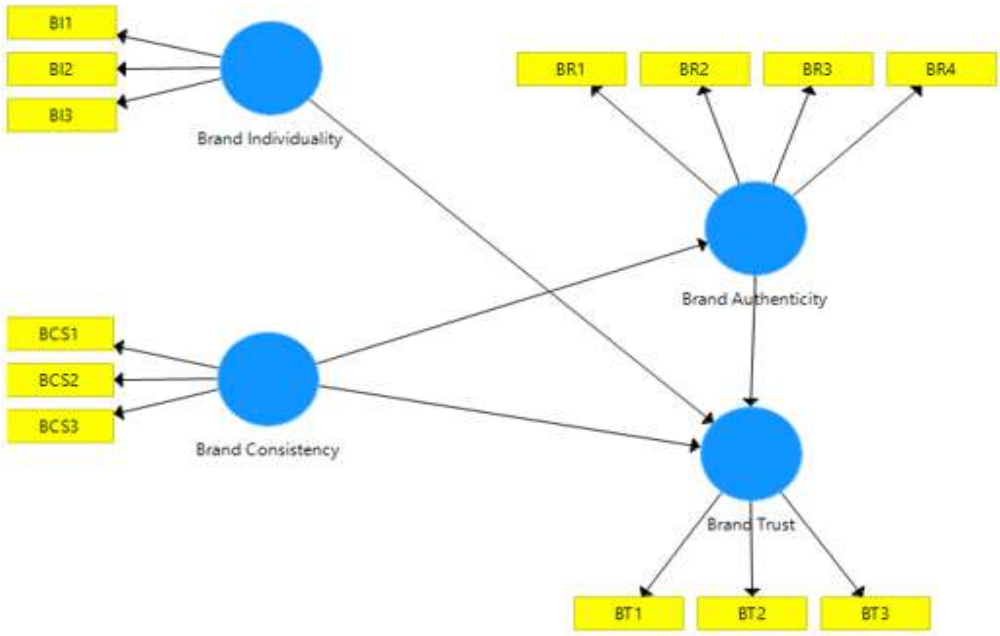
3. METHODOLOGY

An online survey was conducted on mobile phone and athletic footwear brand users. Convenience sampling method is used. The scale includes 13 items. The items were adopted from Schallehn et al., (2014).

3.1. Research Model and Hypotheses

The research model and hypotheses are shown in Figure 1.

Figure 1: Research Model



The hypotheses are as below:

H_1: Brand authenticity positively influences brand trust.

H_2: Brand consistency positively influences brand authenticity.

H_3: Brand consistency positively influences brand trust.

H_4: Brand individuality positively influences brand trust.

3.2. Reliability and Validity Results

Prior to testing the structural relationships among research constructs, AVE and CR methods were carried out for construct reliability and validity. Table 1 and Table 2 summarizes the construct reliability and validity results.

The Cronbach's alpha values range from 0,874 to 0,953 for mobile phone brands and from 0,792 to 0,921 for athletic footwear brands; Composite reliability (CR) values are higher than 0.70 and average variance extracted (AVE) values are higher than 0.50. These results indicate that all of the dimensions are reliable and valid (Jung et al., 2017: 145).

Table 1: Reliability And Validity Results (Mobile Phone Brands)

Dimension	Item	Outer Loading	Cronbach's Alpha	CR	AVE
Brand Authenticity	BR1	0,869	0,808	0,873	0,636
	BR2	0,896			
	BR3	0,637			
	BR4	0,763			
Brand Consistency	BCS1	0,937	0,946	0,966	0,903
	BCS2	0,956			
	BCS3	0,958			
Brand Individuality	BI1	0,885	0,874	0,922	0,798
	BI2	0,912			
	BI3	0,883			
Brand Trust	BT1	0,966	0,953	0,970	0,914
	BT2	0,959			
	BT3	0,942			

Table 2: Reliability And Validity Results (Athletic Footwear Brands)

Dimension	Item	Outer Loading	Cronbach's Alpha	CR	AVE
Brand Authenticity	BR1	0,834	0,792	0,865	0,616
	BR2	0,835			
	BR3	0,736			

	BR4	0,728			
Brand Consistency	BCS1	0,922	0,921	0,950	0,864
	BCS2	0,932			
	BCS3	0,935			
Brand Individuality	BI1	0,881	0,874	0,922	0,797
	BI2	0,913			
	BI3	0,885			
Brand Trust	BT1	0,906	0,897	0,936	0,829
	BT2	0,924			
	BT3	0,902			

3.3. Testing the Hypotheses by PLS-SEM

PLS-SEM was used for testing the research hypotheses. Path coefficients and the results of hypotheses were shown in Table 3. According to the modeling results, all of the paths were found to be statistically significant.

Table 3: Path Coefficients And T Values

Mobile Phone Provider			Result	Athletic Footwear Brand			Result
Paths	Path Coefficients	T Statistics		Paths	Path Coefficients	T Statistics	
BA → BT	0,177	1.700*	Supported	BA → BT	0.333	2.531**	Supported
BCS → BA	0,803	14.197***	Supported	BCS→ BA	0.711	9.388***	Supported
BCS → BT	0,562	4.727***	Supported	BCS → BT	0.383	3.124***	Supported
BI → BT	0,185	1.998**	Supported	BI → BT	0.226	2.724***	Supported

(BA: Brand Authenticiy, BT: Brand Trust, BCS: Brand Consistency, BI: Brand Individuality)

* t-values 1.65 (sig. level 10%),

**t-values 1.96 sig. level=5%),

***t-values 2.58 (sig. level=1%) (Hair et al., 2011; Rezaei, 2015)

CONCLUSION

In this study, the relationship among brand individuality, brand consistency, brand authenticity and brand trust were examined. Findings indicate that all of the relationships between individuality-trust, consistency- authenticity and consistency-trust are statistically significant for athletic footwear and mobile phone brands. Brand consistency was found to have a strong effect on brand authenticity in both brand groups. Therefore, this finding implies that the promises of the athletic footwear and mobile phone brands should be consistent with their corporate values, strategies and defined visions throughout the time. Brands which provide consistent brand experience can easily differentiate themselves and this leads to strong positive consumer perceptions towards those brands. Thus, brands should develop consistent messaging and missions when consumer trends and industry environment changes. For both sectors, the other important path is between brand consistency and brand trust. This finding shows that consumers also pay attention to brand consistency in perceived brand trust for those sectors. Thus, brands should pay attention to brand elements like product and the way of communications to create authentic consistency so that an authentic consistency with all brand actions and decisions will increase perceived brand trust. For mobile phone sector, the path between brand individuality and brand trust is found to be statistically significant. This finding implies that the unique way in which the brand fulfills its promise affects consumers' perceived brand trust. Thus, mobile phone brands should focus on the way of fulfilling in unique actions and create and sustain rare brand behaviors to create brand trust. Authenticity's role is important to build a trustful brand in athletic footwear sector. Thus, in today's competitive and transparent markets, athletic footwear brands should pay attention to develop brand authenticity to create brand trust. They should make their actions more transparent and their brand values should be in line with those corporate actions. Brands should also be clear about where the company has come from and what it is today. Thus, consumers' brand trust will improve positively.

REFERENCES

BEVERLAND, M. B. (2005), "Crafting Brand Authenticity: The Case of Luxury Wines", Journal of Management Studies, 42(5), 1003-1029.

BEVERLAND, M., LUXTON, S. (2005), "Managing Integrated Marketing Communication (IMC) through Strategic Decoupling: How Luxury Wine Firms Retain Brand Leadership while Appearing to be Wedded to the Past", Journal of Advertising, 34(4), 103-116.

BRUHN, M., SCHOENMÜLLER, V., SCHÄFER, D., HEINRICH, D. (2012), "Brand Authenticity: Towards a Deeper Understanding of its Conceptualization and Measurement", Advances in Consumer Research, 40.

CHAUDHURI, A., HOLBROOK, M. B. (2001), "The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty", Journal of marketing, 65(2), 81-93.

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.

EGGERS, F., O'DWYER, M., KRAUS, S., VALLASTER, C., GULDENBERG, S. (2013), "The Impact of Brand Authenticity on Brand Trust and SME Growth: A CEO Perspective", Journal of World Business, 48(3), 340-348.

ERDEM, T., SWAIT, J. (1998), "Brand Equity as a Signaling Phenomenon", Journal of Consumer Psychology, 7(2), 131-157.

FINE, G. A. (2003), "Crafting Authenticity: The Validation of Identity in Self-Taught Art", Theory and Society, 32(2), 153-180.

FRITZ, K., SCHOENMUELLER, V., BRUHN, M. (2017), "Authenticity in Branding–Exploring Antecedents and Consequences of Brand Authenticity", European Journal of Marketing, 51(2), 324-348.

HAIR, J. F., RINGLE, C. M., SARSTEDT, M. (2011), "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet", Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139-152

HYUNJOO O., PAULO H.M.P., JOSE C.K., FRANCIELLE F., (2019) "The Effect of Brand Authenticity on Consumer–Brand Relationships", Journal of Product & Brand Management.

JUNG, J., HAN, H., OH, M. (2017). "Travelers' Switching Behavior in the Airline Industry from the Perspective of the Push-Pull-Mooring Framework", Tourism Management, 59, 139-153.

KENNICK, W. E. (1985), "Art and İnauthenticity", The Journal of Aesthetics and Art Criticism, 44(1), 3-12.

LU, A. C. C., GURSOY, D., LU, C. Y. (2015), "Authenticity Perceptions, Brand Equity and Brand Choice Intention: The Case of Ethnic Restaurants", International Journal of Hospitality Management, 50, 36-45.

LUDE, M., PRUGL, R. (2018), "Why the Family Business Brand Matters: Brand Authenticity and the Family Firm Trust Inference", Journal of Business Research, 89, 121-134.

MANTHIOU, A., KANG, J., HYUN, S. S., FU, X. X. (2018), "The Impact of Brand Authenticity on Building Brand Love: An Investigation of Impression in Memory and Lifestyle-Congruence", International Journal of Hospitality Management, 75, 38-47.

MORHART, F., MALÄR, L., GUÈVREMONT, A., GIRARDIN, F., GROHMANN, B. (2015), "Brand Authenticity: An Integrative Framework and Measurement Scale", Journal of Consumer Psychology, 25(2), 200-218.

MOULARD, J. G., GARRITY, C. P., RICE, D. H. (2015), "What Makes a Human Brand Authentic? Identifying the Antecedents of Celebrity Authenticity", Psychology & Marketing, 32(2), 173-186.

MOULARD, J. G., RAGGIO, R. D., FOLSE, J. A. G. (2016), "Brand Authenticity: Testing the Antecedents and Outcomes of Brand Management's Passion for its Products", Psychology & Marketing, 33(6), 421-436.

MERCHANT, A., ROSE, G. M. (2013), "Effects of Advertising-Evoked Vicarious Nostalgia on Brand Heritage", Journal of Business Research, 66(12), 2619-2625.

NAPOLI, J., DICKINSON, S. J., BEVERLAND, M. B., FARRELLY, F. (2014), "Measuring Consumer-Based Brand Authenticity", Journal of Business Research, 67(6), 1090-1098.

NETEMEYER, R. G., KRISHNAN, B., PULLIG, C., WANG, G., YAGCI, M., DEAN, D., WİRTH, F. (2004), "Developing and Validating Measures of Facets of Customer-Based Brand Equity", Journal of Business Research, 57(2), 209-224.

REZAEI, S. (2015). "Segmenting Consumer Decision-Making Styles (CDMS) toward Marketing Practice: A Partial Least Squares (PLS) Path Modeling Approach", Journal of Retailing and Consumer Services, 22, 1-15.

SCHALLEHN, M., BURMANN, C., RILEY, N. (2014), "Brand Authenticity: Model Developmentand Empirical Testing", Journal of Product & Brand Management, 23(3), 192-199.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bağlanma Stilleri ve Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama (e-WOM):Tüketicilerin Instagram'da Marka İletişimine Katılımı

Full Text / Tam Metin

Sima NART[1], Eda KUTLU [2], İbrahim TOPAL[3]

Özet

Giriş*: Sosyal medya, faaliyete geçtiğinden beri tüketiciler ve markalar arasındaki yeni bir etkileşim ve iletişim aracı olmuştur. Tüketiciler, sosyal medyayı yalnızca ürün ve hizmetleri araştırmak için değil, aynı zamanda satın aldıkları markalarla ve bu markalar hakkında görüşleri olan diğer tüketicilerle de etkileşimde bulunmak için giderek daha fazla kullanmaktadır.* ***Amaç:*** *Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin Instagram'da marka iletişimine katılımını etkileyen faktörleri ve e-WOM davranışına katılımını incelemektir.* ***Yöntem:*** *Bu çalışma, tanımlayıcı araştırma modeli kapsamında yürütülmüştür. Gerekli veriler Sakarya Üniversitesi, Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi ve Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi öğrencileri arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 274 kişiden anket kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen veriler frekans analizi ve t-testi analizi kullanılarak analiz edilmiştir.* ***Bulgular****: Sonuçlar, bilgi arayışı ve eğlence arayışı bağlanma stillerinin tüketicilerin Instagram'da marka iletişimine katılımı üzerinde belirleyici olduğunu ve tüketicilerin çoğunlukla beğenme ve paylaşma davranışları ile Instagram'da e-WOM'a katıldığını göstermektedir.*

Anahtar Kelimeler— *Sosyal medya pazarlaması, Instagram, Marka katılımı, Tüketici psikolojisi*

Attachment Styles and Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Consumer – Brand Engagement on Instagram

Abstract

Introduction: *Since its emergence, social media, especially social networking sites, have introduced radically new means of interaction and engagement between consumers and brands. Consumers increasingly use social media not only to research products and services, but also to engage with the brands they purchase from, as well as other consumers who may have valuable insights about these brands.* ***Aim:*** *The aim of this paper is to study factors affecting consumers' brand engagement on Instagram and their engagement in e-WOM behavior.* ***Method****: This study was conducted within the scope of the descriptive research model. The data were collected from 274 respondents selected from Sakarya University, Bandırma On Yedi Eylül University and Bolu Abant İzzet Baysal University students by convenience sampling method. The data were analyzed using frequency analysis and t-test analysis.* ***Findings:*** *The results show that information seeking and entertainment seeking attachment styles are decisive for consumers' engagement in brand communication on Instagram, and that consumers mostly engage in e-WOM on Instagram with liking and sharing behaviors.*

Keywords— *Social media marketing, Instagram, Brand management, Consumer psychology*

JEL Classification Codes: *M31, M39*

[1] Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, snart@sakarya.edu.tr
2 Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Türkiye, edaakutlu@gmail.com
3 Milli Savunma Üniversitesi, Deniz Astsubay Meslek Yüksekokulu, Yalova, Türkiye, iTOPAL@msu.edu.tr

1. GİRİŞ

Günümüz pazar koşullarında internet teknolojisindeki gelişme, işletmelerin hedef tüketici kitlesi ile iletişim kurabileceği kanalları arttırmış ve marka/tüketici iletişimini hiç olmadığı kadar kolaylaştırmıştır. "Markaya veya firmaya karşı basit işlemlerin ötesine geçen davranışsal bir tezahür" (Verhoef ve diğ., 2010, s. 247) olarak tanımlanabilen tüketici katılımı, son yıllarda marka ve tüketici iletişiminin artan değeri bağlamında oldukça önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir. Araştırmacılar tüketici katılımının boyutları (Calder ve diğ., 2009; van Doorn ve diğ., 2010; Brodie ve diğ., 2013; Hollebeek ve diğ., 2014); memnuniyet, güven, bağlılık gibi öncülleri ve marka sadakati, tavsiye etme davranışı gibi çıktıları (Brodie ve diğ., 2013; Islam ve diğ., 2017; van Doorn ve diğ., 2010; Wong ve Merrilees, 2015; Loureiro ve diğ., 2017) üzerine odaklanan çalışmalar yapmıştırlar. Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile birlikte, sosyal medyanın tüketici katılımı için ideal bir ortam oluşturması sebebiyle sosyal medya platformlarında tüketici katılımı üzerine de çalışmalar yapılmıştır (Barger ve diğ., 2016; Gummerus ve diğ., 2012; Hollebeek ve diğ., 2014; Bento ve diğ., 2018). Bunun yanında tüketicilerin, diğer tüketicilerin değerlendirmelerine verdiği önem sebebiyle sosyal medya platformlarında elektronik ağızdan ağıza iletişime katılım da son yıllarda araştırmalara konu olmuştur (Chu & Kim 2011; Gvili ve Levy, 2018; Loureiro ve diğ., 2017; Bento ve diğ., 2018; Erkan, 2015).

Bu çalışma kapsamında ise tüketicilerin popüler sosyal medya platformlarından biri olan Instagram'da elektronik ağızdan ağıza iletişime katılımı; beğenme, paylaşma ve yorum yapma davranışları üzerinden araştırılmaktadır. Ayrıca tüketicilerin Instagram'da marka iletişimine katılımının altında yatan motivasyon faktörleri belirlenerek bu alanda literatüre önemli bir katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Tüketici Katılımı ve Online Tüketici Katılımı

Tüketici katılımı van Doorn ve diğerleri (2010) tarafından "basit işlemlerin ötesine geçen ve özel olarak motive edici itici güçlerden kaynaklanan, satın almanın ötesinde, marka odaklı bir müşteri davranışı" olarak tanımlanmaktadır (s.254). Son yıllarda literatürde büyük ilgi gören tüketici katılımının kavramsal kökenleri hizmet pazarlaması literatüründen hizmet baskın (S-D) yaklaşıma ve ilişkisel pazarlama yaklaşımına dayandırılmakta ve tüketici katılımının müşteri değeri yaratılması, müşteri elde tutma, olumlu ağızdan ağıza iletişim ve sadakat gibi ilişkisel sonuçlara katkı sağladığına vurgu yapılmaktadır (Brodie ve diğ., 2011; Verhoef ve diğ., 2010; Leckie ve diğ., 2016). İnternetin ve özellikle daha fazla etkileşim potansiyeli olan sosyal medyanın tüketiciler tarafından daha yoğun bir şekilde kullanılmaya başlaması ise tüketici ve marka etkileşimini kolaylaştırmış ve özellikle sosyal medyanın tüketici katılımı için önemli bir araç olarak görülmesini sağlamıştır (Sashi, 2012). Sosyal medya özellikle, çevrimiçi içeriğe erişim sağlayarak ve iletişimi kolaylaştırarak tüketicileri ve işletmeleri birbirine bağlamakta ve böylece online tüketici katılımını teşvik etmektedir (Hollebeek ve diğ., 2014).

2.2. Tüketicilerin Instagram'da Online Marka İletişimine Katılım Motivasyonları

Kullanıcı tarafından oluşturulan içerikle karakterize edilen ve bireylerin ve grupların, başkaları ile bağlantı kurabilecek kullanıcı profilleri oluşturmalarına izin veren sosyal medya (Chen ve Chan, 2017, s.83), işletmelerin müşterileri ile güçlü ilişkiler kurmalarını sağlayan bir araç olarak pazarlama iletişiminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Mangold & Faulds, 2009). Bu sebeple araştırmacılar tüketicilerin sosyal medya aracılığıyla işletme ve marka ile iletişime geçmelerinin ardında yatan motivasyon faktörlerini araştırmaya başlamışlardır (Kwon ve diğ., 2014; Chen ve Chan, 2017; Bagozzi

ve Dholakia, 2001; Sung ve diğ., 2010; Madupu ve Cooley, 2010; Jin ve diğ., 2017). Tüketicilerin sosyal medya kullanımını ve sosyal medyada marka iletişimine katılımını motive eden faktörler farklı araştırmacılar tarafında farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Bu çalışmada kapsamında ise, Kwon ve diğerleri (2014)'ün Twitter için geçerliliğini test ettiği 'eğlence arayışı, bilgi arayışı, sosyalleşme arayışı ve ödül arayışı' motivasyonlarının Instagram'da marka iletişimine katılım noktasında ne derece belirleyici olduğu ortaya koyulmaktadır.

2.3. Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim

İnternet teknolojisinin gelişmesi ve sosyal medya kullanımının artması tüketicilerin ürünler ve hizmetler hakkındaki deneyimlerini diğer tüketiciler ile elektronik ortamda paylaşmaya başlamalarına sebep olmuştur (Brown ve diğ., 2007; Choi ve diğ., 2017; Lea ve Spears, 1995; Walther ve diğ., 1994; Hennig-Thurau, 2004). Tüketiciler tarafından sanal ağlar aracılığıyla, bir ürün veya hizmet hakkında yapılan yorum ve değerlendirmeler olarak tanımlanabilecek elektronik ağızdan ağıza iletişim (e-WOM); tüketicilerin tutum, güven, satın alma niyeti ve davranışı üzerine büyük etki yapmakta ve pazarlama araştırmalarında büyük yer bulmaktadır (Hennig-Thurau, 2004; Dellarocas ve diğ., 2007; Duan ve diğ., 2008; Kozinets ve diğ., 2010). Sosyal medya platformları tüketicilerin arkadaşları ve tanıdıklarından oluşan bir ortamda markalar ile ilgili bilgileri serbestçe yayınlayabilmesini sağladığından, e-WOM davranışı için tüketicilere ideal bir ortam sunmaktadır (Chu ve Kim, 2011). Tüketiciler beğenme, yorum yapma ve paylaşma davranışları aracılığıyla sosyal medyada marka iletişimine katılmakta ve bu da e-WOM olarak değerlendirilmektedir (Hoffman ve Fodor, 2010).

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu araştırma tanımlayıcı araştırma dizaynı kapsamında yürütülmüştür. Geliştirilen araştırma modelinde yer alan ilişkileri incelemek ve tanımlanan hipotezleri test etmek üzere ihtiyaç duyulan veriler geniş bir örneklem ile çalışmayı gerektirdiği için veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların Instagram'da marka iletişimine katılımını motive eden sosyal etkileşim arayışı, bilgi arayışı, eğlence arayışı ve ödül arayışı motivasyonlarını ölçmeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadeler Kwon ve diğ., (2014) tarafından Twitter'da marka iletişimine katılım motivasyonlarını belirlemek amacıyla yapılan çalışmada kullanılan ölçekten elde edilmiştir. İkinci bölümde ise Instagram'da e-WOM davranışı olarak değerlendirilen beğenme, yorum yapma ve paylaşma davranışlarını ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Beğenme ve yorum yapma davranışları Kabadayı ve Price (2014)'ün çalışmasındaki ölçekten yararlanılarak ölçülmüştür. Paylaşma davranışı ise Kwon ve diğ., (2014)'nin, Algesheimer ve diğ., (2005) ve Yeh, ve Choi (2010)'dan uyarladıkları ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Anket formunun üçüncü ve son bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır.

Ankette yer alan ifadeler beş noktalı Likert ölçeğine göre (hiç katılmıyorum/tamamen katılıyorum) düzenlenmiştir. Araştırmanın evreni Türkiye'deki tüm üniversite öğrencileri olarak belirlenmiştir. Ancak bu evrene ulaşmak zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile mümkün olmadığından Sakarya Üniversitesi, Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi ve Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi uygulama alanı olarak seçilmiştir. Anket uygulaması bu üniversitelerin öğrencileri arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen öğrencilere yapılmıştır.

4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Uygulama sonucunda elde edilen anketlerden ön değerlendirme sonucunda uygun bulunan 274 anket analize dahil edilmiştir. Elde edilen veriler frekans analizi ve t-testi analizi kullanılarak test edilmiştir. Analiz sonuçları ve değerlendirmeler aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	141	51,5
Erkek	133	48,5

Yukarıdaki tablo incelendiğinde katılımcıların %51,5'inin kadınlardan, %48,5'inin erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Buna göre kadın katılımcıların oranı daha yüksek olmakla birlikte genel olarak dengeli bir dağılım sergilendiği söylenebilir.

Markaların hedef tüketici kitlesi ile Instagram aracılığıyla etkin bir iletişim kurabilmesi ve tüketicinin Instagram üzerinden marka iletişimine katılımı açısından taşıdığı önem sebebiyle katılımcıların bir gün içinde Instagram'da harcadıkları süre sorulmuş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Bir Gün İçinde Instagram'da Harcadıkları Süre

Bir Gün İçinde Instagram'da Harcanan Zaman	Frekans	Yüzde (%)
4 dakika veya daha az	13	4,7
5-9 dakika arası	8	2,9
10-14 dakika arası	15	5,5
15-19 dakika arası	19	6,9
20-24 dakika arası	18	6,5
25-29 dakika arası	28	10,2
30 dakika ve daha fazla	174	63,3

Gün içerisinde Instagram'da harcanan süre incelendiğinde katılımcıların yaklaşık %74'ünün bir gün içinde Instagram'da 25 dakikadan fazla zaman geçirdikleri görülmektedir. Yukarıdaki Tablo 2 katılımcıların Instagram'da oldukça fazla zaman geçirdiğini göstermekte ve bu da Instagram üzerinden online tüketici katılımı ve marka iletişimi için işletmelere uygun bir ortam sağlamaktadır.

Tüketicilerin Instagram'da marka iletişimine katılımını motive eden 'bilgi arayışı, ödül arayışı, sosyal etkileşim arayışı ve eğlence arayışı' faktörlerini ölçmeye yönelik ifadelere verilen cevaplar incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 3: Motivasyon Faktörleri Frekans Analizi

Faktör	İfadelere Katılım Dereceleri 1: Kesinlikle Katılmıyorum..... 5: Kesinlikle Katılıyorum Şeklinde Sıralanmıştır.									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Ödül arayışı	92	33,8	62	22,7	48	17,3	50	18,3	22	7,9
Sosyal etkileşim arayışı	87	31,9	57	20,9	53	18,9	50	18,3	27	10,0
Bilgi arayışı	33	12,0	24	8,6	48	17,3	85	31,3	84	30,8
Eğlence arayışı	28	9,8	22	8,2	45	16,4	80	29,3	99	36,3

Tablo 3'e göre tüketicilerin Instagram'da online marka iletişimine katılımını motive eden en önemli faktörlerin bilgi arayışı (%62,1) ve eğlence arayışı (%35,6) faktörleri olduğu görülmektedir. Ödül arayışı (%26,2) ve sosyal etkileşim arayışı (%28,3) faktörlerine yönelik ifadelere katılım derecesinin ise düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 4: E-WOM Davranışları Frekans Analizleri

Faktör	İfadelere Katılım Dereceleri 1: Kesinlikle Katılmıyorum..... 5: Kesinlikle Katılıyorum Şeklinde Sıralanmıştır.									
	1		2		3		4		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Beğenme	81	29,6	55	20,1	62	22,7	43	15,8	33	11,8
Yorum yapma	180	65,8	58	21,2	23	8,3	6	2,3	7	2,4
Paylaşma	91	33,5	46	16,6	50	18,2	59	21,6	28	10,1

Instagram'da E-WOM davranışı olarak değerlendirilen beğenme, yorum yapma ve paylaşma davranışlarına katılımı ölçmek amacıyla sorulan ifadelere verilen yanıtlar değerlendirildiğinde yorum yapma davranışının oldukça düşük oranda (%4,7) sergilendiği görülmektedir. Beğenme ve paylaşma davranışlarının ise yorum yapma davranışına nispeten daha yüksek oranlarda sergilendiği görülmektedir. Bu durum yorum yapma davranışının beğenme ve paylaşma davranışına kıyasla daha fazla çaba gerektiriyor olması ile açıklanabilir.

Online tüketici katılımını motive eden faktörler ve E-WOM davranışlarına katılım değişkenlerinin cinsiyetlere göre dağılımını belirlemek amacıyla t-testi yapılmıştır. T-testi sonuçları aşağıdaki Tablo 5 ve Tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 5: Motivasyon Faktörlerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Faktör	Ortalama		t	p
	Kadın	Erkek		
Ödül arayışı	2,57	2,30	2,275	0,024
Sosyal etkileşim arayışı	2,52	2,56	-0,331	0,741
Bilgi arayışı	3,85	3,32	4,082	0,000
Eğlence arayışı	3,96	3,51	3,212	0,001

Buna göre ödül arayışı, bilgi arayışı ve eğlence arayışı faktörleri değerlendirildiğinde kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı bir fark ($p<0,050$) olduğu görülmektedir. Ortalamalar değerlendirildiğinde ise kadınlar ve erkekler arasında anlamlı fark tespit edilen her üç faktörün kadın katılımcılar tarafından daha etkili bulunduğu görülmektedir. Sosyal etkileşim arayışı faktörü açısından ise kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

Tablo 6: E-WOM Davranışlarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Faktör	Ortalama		t	p
	Kadın	Erkek		
Beğenme	2,91	2,29	4,238	0,000
Yorum yapma	1,50	1,58	-0,787	0,432
Paylaşma	2,84	2,30	3,919	0,000

Tablo 6 incelendiğinde beğenme ve paylaşma davranışları aracılığıyla E-WOM'a katılım açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı fark ($p<0,050$) olduğu görülmüştür. Her iki davranış türü de kadın katılımcılar tarafından erkek katılımcılara göre daha fazla sergilenmektedir. Yorum yapma davranışında ise kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.

SONUÇ

Marka/tüketici iletişimi bağlamında değerlendirilebilen online tüketici katılımı kavramı işletmeler açısından tüketici ile sürdürülebilir ilişkiler kurma noktasında giderek daha önemli bir kavram haline gelmiştir. Bu sebeple tüketicilerin hangi bağlanma stili ile online iletişime katıldığı ve hangi faktörlerin bu davranışı motive ettiğinin belirlenmesi işletmelere büyük katkı sağlamaktadır. Yukarıdaki bulgular değerlendirildiğinde tüketicileri online marka iletişimine katılıma motive eden en önemli faktörlerin bilgi arayışı ve eğlence arayışı olduğu görülmektedir. Buna göre tüketiciler Instagram'daki marka sayfalarını genellikle markanın ürün ve hizmetleri hakkında bilgi aramak ve eğlenceli vakit geçirmek için takip etmektedirler. Sosyal etkileşim arayışı ve ödül arayışı faktörlerinin ise online tüketici katılımı üzerinde etkisinin az olduğu görülmektedir. Bu kapsamda işletmelere, Instagram sayfalarında ürün ve hizmetlerine yönelik bilgilendirici ve eğlence odaklı içerikler oluşturarak tüketicileri online marka

iletişimine motive etmesi önerilebilir. Instagram'da E-WOM davranışları değerlendirildiğinde ise yorum yapma davranışına kıyasla beğenme ve paylaşma davranışlarının daha yüksek oranda sergilendiği ancak her üç davranışın da genel olarak düşük oranda sergilendiği görülmektedir. Ayrıca erkeklerin kadınlara oranla beğenme ve paylaşma davranışlarına daha az katıldığı görülmektedir. Bu sebeple işletmelerin Instagram'daki marka sayfaları aracılığıyla tüketicileri E-WOM'a yöneltecek içerik ve uygulamalar geliştirmesi gerektiği söylenebilir. Bu bağlamda, gelecek çalışmalar ile hangi motivasyon faktörünün E-WOM'a katılım üzerinde daha etkili olduğunun ortaya koyulması işletmelere katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

ALGESHEİMER, R., DHOLAKIA, U.M. AND HERRMANN, A. (2005), "The social influence of brand community: evidence from European car clubs", Journal of Marketing, Vol. 69 No. 3, pp. 19-34.

BAGOZZI, R.P. & DHOLAKIA, U.M. (2001). "Intentional social action in virtual communities". Journal of Interactive Marketing, 16(2), 2–21.

BARGER, V., PELTIER, J. W., & SCHULTZ, D. E. (2016). "Social media and consumer engagement: a review and research agenda". Journal of Research in Interactive Marketing, 10(4), 268-287.

BENTO, M., MARTINEZ, L. M., & MARTINEZ, L. F. (2018). "Brand engagement and search for brands on social media: Comparing Generations X and Y in Portugal". Journal of Retailing and Consumer Services, 43, 234-241.

BRODIE, R. J., HOLLEBEEK, L. D., JURIĆ, B., & ILIĆ, A. (2011). Customer engagement: conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. Journal of service research, 14(3), 252-271.

BRODIE, R.J., ILIC, A., JURIC, B. AND HOLLEBEEK, L. (2013), "Consumer engagement in a virtual brand community: an exploratory analysis", Journal of Business Research, Vol. 66 No. 1, pp. 105-114.

BROWN, J., BRODERICK, A. J., & LEE, N. (2007). "Word of mouth communication within online communities: Conceptualizing the online social network". *Journal of interactive marketing*, *21*(3), 2-20.

CALDER, B. J., MALTHOUSE, E. C., & SCHAEDEL, U. (2009). "An experimental study of the relationship between online engagement and advertising effectiveness". Journal of interactive marketing, 23(4), 321-331.

CHEN, Z., & CHAN, M. (2017). "Motivations for social media use and impact on political participation in China: A cognitive and communication mediation approach". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *20*(2), 83-90.

CHOI, Y. K., SEO, Y., & YOON, S. (2017). "E-WOM messaging on social media: social ties, temporal distance, and message concreteness". *Internet Research*, *27*(3), 495-505.

CHU, S. C., & KIM, Y. (2011). "Determinants of consumer engagement in electronic word-of-mouth (eWOM) in social networking sites". *International journal of Advertising*, *30*(1), 47-75.

DELLAROCAS, C., ZHANG, X.M., AWAD, N.F., (2007). "Exploring the value of online product reviews in forecasting sales: the case of motion pictures". Journal of Interactive Marketing 21 (4), 23–45.

DUAN, W., GU, B., WHINSTON, A.B., (2008). "Do online reviews matter? an empirical investigation of panel data". Decis. Support Syst. 45 (4), 1007–1016.

ERKAN, I. (2015). "Electronic word of mouth on Instagram: customers' engagements with brands in different sectors". International Journal of Management, Accounting and Economics, 2(12), 1435-1444.

GUMMERUS, J., LILJANDER, V., WEMAN, E., & PIHLSTROM, M. (2012). "Customer engagement in a Facebook brand community". Management Research Review, 35(9), 857-877.

GVILI, Y., & LEVY, S. (2018). "Consumer engagement with eWOM on social media: the role of social capital". Online Information Review, 42(4), 482-505.

HENNIG-THURAU, T., GWINNER, K. P., WALSH, G., & GREMLER, D. D. (2004). "Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?". *Journal of interactive marketing*, *18*(1), 38-52.

HOFFMAN, D.L. AND FODOR, M. (2010). "Can You Measure the ROI of Your Social Media Marketing?", MIT Sloan Management Review, 52(1), 41–49.

HOLLEBEEK, L. D., GLYNN, M. S., & BRODIE, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development and validation. Journal of interactive marketing, 28(2), 149-165.

JİN, Y., LİN, J. S., GİLBREATH, B., & LEE, Y. I. (2017). "Motivations, consumption emotions, and temporal orientations in social media use: A strategic approach to engaging stakeholders across platforms". *International Journal of Strategic Communication*, *11*(2), 115-132.

KABADAYI, S., & PRICE, K. (2014). "Consumer–brand engagement on Facebook: liking and commenting behaviors". *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(3), 203-223.

KOZINETS, R. V., VALCK, K., WOJNICKI, A. C., & WILNER, S. J. S. (2010). "Networked narratives: Understanding word-of-mouth marketing in online communities". Journal of Marketing, 74(2), 71–89.

KWON, E., KIM, E., SUNG, Y., & YUN YOO, C. (2014). "Brand followers: Consumer motivation and attitude towards brand communications on Twitter". International Journal of Advertising, 33(4), 657-680.

LEA, R., & SPEARS, M. (1995). Love at First Byte? Building Personal Relationships over Computer Networks. In J. T. Wood & S. Duck (Eds.), Under-Studied Relationships: Off the Beaten Track (pp. 197–233). Thousand Oaks, CA: Sage.

LECKIE, C., NYADZAYO, M. W., & JOHNSON, L. W. (2016). "Antecedents of consumer brand engagement and brand loyalty". *Journal of Marketing Management*, *32*(5-6), 558-578.

LOUREIRO, S. M. C., GORGUS, T., & KAUFMANN, H. R. (2017). Antecedents and outcomes of online brand engagement: the role of brand love on enhancing electronic-word-of-mouth. Online Information Review, 41(7), 985-1005.

MADUPU, V., & COOLEY, D. O. (2010). "Antecedents and consequences of online brand community participation: a conceptual framework". *Journal of Internet Commerce*, *9*(2), 127-147.

MANGOLD, W.G. & FAULDS, D.J. (2009) "Social media: the new hybrid element of the promotion mix". *Business Horizons*, 52(4), pp. 357–365.

SASHI, C.M. (2012), "Customer engagement, buyer-seller relationships and social media", Management Decision, Vol. 50 No. 2, pp. 253-272.

SUNG, Y., KIM, Y., KWON, O., & MOON, J. (2010). "An explorative study of Korean consumer participation in virtual brand communities in social network sites". *Journal of Global Marketing*, *23*(5), 430-445.

UL ISLAM, J., RAHMAN, Z., & HOLLEBEEK, L. D. (2017). Personality factors as predictors of online consumer engagement: an empirical investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, *35*(4), 510-528.

Van DOORN, J., LEMON, K. N., MITTAL, V., NASS, S., PICK, D., PIRNER, P., & VERHOEF, P. C. (2010). "Customer engagement behavior: theoretical foundations and research directions". Journal of service research, 13(3), 253-266.

VERHOEF, P. C., REINARTZ, W. J., & KRAFFT, M. (2010). "Customer engagement as a new perspective in customer management". Journal of Service Research, 13, 247–252.

WALTHER, J. B., ANDERSON, J. F., & PARK, D. W. (1994). "Interpersonal Effects of Computer-Mediated Communication: A Meta-Analysis of Social and Antisocial Communication". *Communication Research,* 21, 460–487.

WONG, H.Y. AND MERRILEES, B. (2015), "An empirical study of the antecedents and consequences of brand engagement", Marketing Intelligence & Planning, Vol. 33 No. 4, pp. 575-591.

YEH, Y. ve CHOI, S.M. (2010). "Mini-lovers, maxi-mouths: an investigation of antecedents to eWOM intention among brand community members". *Journal of Marketing Communications*, 17(3), 145–162.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Sivil Toplum Kuruluşlarında Gönüllü Katılımı ve Örgütsel Bağlılık: Gönüllü Tutumlarının İncelenmesi

Full Text / Tam Metin

Sima NART[1], Özden GÜNEŞ[2], Senem NART[3]

Özet

***Giriş**: Birçok sivil toplum ve devlet kuruluşu sosyal görevlerini yerine getirmek için gönüllülere ihtiyaç duymakta ve kullanmaktadır. Ancak ilgili araştırmalar ve raporlar, gönüllü emek arzının kuruluşların taleplerini yerine getirmek için yeterli görünmediğine işaret etmektedir. **Amaç:** Bu çalışmanın amacı, kar amacı gütmeyen kuruluşlarda gönüllü katılımını motive eden etkenler ve insanların gönüllü faaliyetlerine yönelik tutumlarını ve duygusal bağlılıklarını incelemektir. **Yöntem**: Türkiye'de farklı kar amacı gütmeyen kuruluşta faaliyette bulunan gönüllülerin katıldığı bir online anket kullanılarak geniş çaplı bir örneklem ile çalışma yürütülmüştür. Araştırma tasarımı, tanımlayıcı araştırma kapsamında yapılmıştır. Hipotezler regresyon analizi kullanılarak test edilmiştir. **Bulgular**: Bulgular işlevsel yaklaşımın gönüllü motivasyonlarını açıklamada uygun bir yaklaşım olduğunu göstermektedir.*

***Anahtar Kelimeler—** gönüllülük, örgütsel bağlılık, katılım, tutumlar, kar amacı gütmeyen kuruluşlar*

Volunteer Engagement and Organizational Commitment in Nonprofit Organizations: Explaining Volunteers' Attitudes

Abstract

***Introduction:** Many community, civic, and governmental organizations need and use volunteers to accomplish their social missions. At the same time, the supply of volunteer labor never seems to be enough to meet the demands of organizations, with recent reports showing a decrease. **Aim:** The aim of this study is to examine the motivation of volunteer engagement in non-profit organizations and their attitudes and emotional commitment on volunteer activities. **Method:** A large-scale sampling effort was undertaken in Turkey using a mail survey approach involving several independent volunteer organizations. This study was conducted within the scope of the descriptive research model. Data were collected using an online survey from respondents. The hypotheses were tested using regression analysis. **Findings:** The findings show that the functional approach is an appropriate approach in explaining the volunteer motivations.*

***Keywords—** volunteer, organizational commitment, engagement, attitudes, nonprofit organizations*

JEL Classification Codes: *L31, L39*

[1] Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, snart@sakarya.edu.tr
[2] Dr. Öğr.Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Türkiye, ozdengunes@sakarya.edu.tr
[3] Dr. Öğr.Üyesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Ö.S. Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Türkiye, snart@bandirma.edu.tr

GİRİŞ

Gönüllülük; toplumda ihtiyaç duyanlara yönelik fayda sağlayan, örgütsel bir ortamda yürütülen, uzun vadeli, genel olarak planlı, toplum yanlısı bir davranış olarak tanımlanır. Her zaman planlı bir şekilde olmasa da ara sıra yürütülen toplumsal amaçlı faaliyetlerde gönüllü çalışmaları içerisinde yer alır. (Penner, 2002). Gönüllük aynı zamanda, bir topluluk ve vatandaşlık duygusunu destekleyen bir çeşit sosyal katılım biçimi ve daha genel olarak, toplumun ortak yararına hizmet etmek için bir tür toplumsal eylem olarak değerlendirilebilir (Omoto ve Malsch, 2005; Snyder ve Omoto, 2008).

Birleşmiş Milletler tarafından 5 Aralık günü Uluslararası Gönüllüler Günü olarak ilan edilmiştir ve bugünü kutlamak üzere gönüllüler ve sivil toplum kuruluşları tarafından çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Birleşmiş Milletlerin 2001 yılında Genel Kurulu'nda kabul edilen tanıma göre gönüllü faaliyetlerin üç bileşeni bulunmaktadır. İlk olarak gönüllülük yasal ya da bir sözleşmeye dayanan yükümlülük değildir. Gönüllüler kişisel tercihleri ve özgür iradeleri ile katılım gösterirler. İkinci olarak, gönüllü faaliyetler parasal bir karşılık bekleyerek yürütülmez. Üçüncü ve son olarak; gönüllü faaliyetlerde kamu yararı esastır.

Birçok topluluk, sivil toplum ve devlet kuruluşu, sosyal görevlerini yerine getirmek için gönüllülere ihtiyaç duymakta ve onları kullanmaktadır. Toplum yararına yaratılacak olumlu değer için vazgeçilmez olan gönüllü işgücü arzı uygulamada farklılık gösterse de genel olarak kuruluşların taleplerini karşılamak için yeterli görünmemektedir. Bu problem hakkında yayımlanmış çeşitli raporlar arz düşüşüne işaret etmektedir. Sivil toplum kuruluşlarının sayısındaki artış kaçınılmaz olarak STK'lara üyeliğin ve aynı şekilde gönüllülüğün artmasına sebep olsa da, Türkiye'deki gönüllülük düzeyi halen görece düşüktür. Dünya Bağış Endeksi Türkiye'deki katılım düzeyi hakkında bir gösterge sunmaktadır; buna göre Türk halkının yüzde 10'u para bağışı yaparken, yüzde 4'ü gönüllü faaliyetlere katılmaktadır, halkın yüzde 31'i yabancılara yardım etme eğilimindedir. Bu veriler de Türkiye'yi 145 ülkenin yer aldığı endeksin 137. sırasında yer almasına neden olmaktadır (Türkiye Gönüllük Raporu, 2013). Söz konusu koşullarda en önemli zorluklardan biri, gönüllülerin toplum yararına yönelik programlarda gerekli pozisyonlarda görev alacak kadar kararlı ve bu faaliyetleri yürütmekten memnun olmalarını sağlamaktır (Penner ve Finkelstein, 1998; Cnaan ve Cascio, 1999).

Toplumsal amaçlara ulaşmak üzere sivil toplum kuruluşlarında gönüllü arzının arttırılmasında bireysel ve topluluk psikolojisi ile ilgili araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda insanları her hangi bir sivil toplum kuruluşunda "gönüllü" olmaya başlatan, yönlendiren süreçler ve eylemin sürdürülmesine yönelik değerlendirmelerinin neler olduğunun anlaşılması önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, kar amacı gütmeyen kuruluşlarda gönüllü katılımını motive eden etkenler ve insanların gönüllü faaliyetlerine yönelik tutumlarını ve duygusal bağlılıklarını incelemektir. Böylece gönüllülerin gönüllü çalışmalarına atfettikleri anlam, kar amacı gütmeyen kuruluşların sundukları programlar hakkındaki görüşleri ve sivil toplum kuruluşundaki diğer gönüllüler ile ilişkiler ve sosyal ortam değerlendirmeleri daha iyi anlaşılarak gönüllü faaliyetlerin etkinliğinin arttırılmasında somut politika önerileri geliştirilebilir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Gönüllü Katılımı ve Örgütsel Bağlılık

Gönüllü katılımının sürekliliğinin sağlanmasında; gönüllülerin motivasyonları, toplum yararına çalışma konusunda olumlu tutumlar geliştirmeleri, sivil tolum kuruluşlarının istikrarlı programlara sahip olmaları, gönüllü seçimi, eğitimi ve kontrolünü kapsayan yönetsel süreçlerde doğru stratejileri belirleyebilmeleri kritik önemdedir. Bu şekilde doğal sosyal destek ağlarının gelişimi, bu ağlara erişim ve yeni bağlantılar kazanılması mümkün olabilmektedir.

Belirli bir maaş/ücret karşılığı yapılan işler için çalışanları harekete geçiren motivasyonlar gönüllü çalışanlar için açıklayıcı olamadığından, insanların neden gönüllü olmaya karar verdiklerini ortaya çıkarmak için çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Gönüllülük konusunda sayıları gün geçtikçe artan çalışmalar, başkalarına yardım etmenin yardım sağlayanlara birçok faydası olduğunu göstermektedir. Bu kapsamda iki ana görüş ön plana çıkmaktadır. Birinci görüşe göre; insanların, başkalarına yardım etme veya önemli kişisel, sosyal ve psikolojik hedeflere ulaşma isteği ile özgecilik-egoizm motifleri etkisiyle gönüllü olduklarını savunmaktadır (Smith, 1994; Clary ve diğ., 1996, Kwok ve diğ. 2013). Bireysel mutluluk, yaşam doyumu (Meier & Stutzer, 2008), yaşamdaki amaç, kişisel gelişim ve kişinin yaşamı ve olayları üzerinde kontrol algısı ele alınan diğer bireysel motivasyonlardır (Schwartz ve diğ. 2009; Bowman, ve diğ. 2010, Haivas ve diğ. 2012). Ayrıca empati veya toplum yanlısı kişilik gibi kişisel eğilimler de kilit bir rol oynamaktadır (Davis ve diğ.; 1999; Penner, 2002). Diğer bir ifade ile bireysel bakış açısını esas alan bu görüşe göre gönüllüler kişisel amaçlarına cevap veren faaliyetleri yerine getirerek motive olmaktadır. Örgütsel bakış açısını esas alan ikinci görüşe göre; örgütsel deneyimler gönüllülerin motivasyonları üzerinde belirleyicidir. Örgütsel bağlılık, memnuniyet, katılım ve örgütte kalma niyeti ulusal ve uluslararası araştırmalara ele alınmış değişkenlerdir (Hidalgo ve Moreno, 2009; Salas, 2009; Vecina, ve diğ. 2012; Vecina ve diğ. 2013; Balaban ve İnce, 2012; Demirci ve diğ. 2009). Ancak gönüllü motivasyonlarını örgütsel bakış açısı ile inceleyen daha çok araştırmanın yürütülmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Türkçe literatürde gönüllü motivasyonları, katılım ve örgütsel bağlılık değişkenlerini birlikte ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir.

İşlevselci Yaklaşımda Gönüllülüğün Fonksiyonları

Gönüllü motivasyonları konusundaki en kapsamlı ve popüler yaklaşım Clary ve Snyder tarafından önerilen "işlevselci yaklaşımdır" (Clary ve Snyder, 1991; Clary ve diğerleri, 1998; Liao-Troth, 2005). Bu yaklaşıma göre gönüllülük faaliyetlerini gerçekleştirerek sürdürmede gönüllülüğün altı ana işlevi bulunmaktadır. Bu işlevlerden birincisi, bireyin toplumdaki diğer bireylerin refahını ne kadar umursadığıyla ilgili olan "değerler" işlevidir. İkincisi, gönüllülük faaliyetleri konusunda daha iyi bir "anlayış" kazanma işlevidir. Öğrenmek, uygulamak, bireysel yetenekler kazanmak ve geliştirmek bu işlev kapsamındadır. Üçüncüsü, gönüllülük faaliyetlerinin gönüllünün bireysel "kariyerine ve meslek yaşamına" yaptığı katkıyı ifade eder. Modelin dördüncü işlevi, "toplumsal etkiyi" yansıtır. Toplumun gönüllü faaliyetlere yönelik olarak bireyler üzerindeki etkisi onları gönüllü davranışlara yönlendirebilir. Beşincisi, gönüllülüğün "bireysel" işlevidir. Bireyler diğer insanlara göre hayatta sahip oldukları avantajlar nedeni ile kendilerini insanlara karşı sorumlu hissedebilir ya da kişisel problemlerini çözmek ya da uzaklaşmak için gönüllü faaliyetler yürütebilirler. Altıncı ve son olarak, bireyler gönüllü

faaliyetlere katıldıkça kendilerine olan güvenleri artar ve kişisel gelişimleri olumlu yönde değişir. Bu durum gönüllüler için "koruyucu" etki yaratarak bu yönde bir işlev sağlamaktadır.

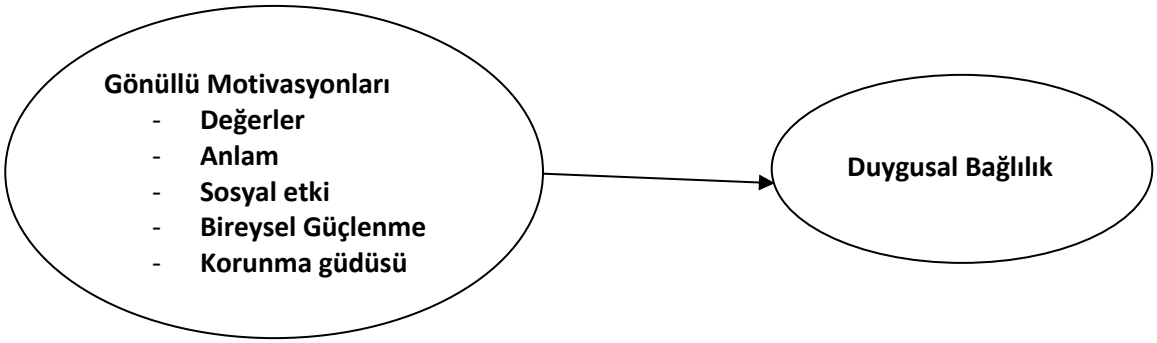
Bu çalışmada gönüllü motivasyonlarını açıklamada Clary ve Snyder tarafından önerilen İşlevselci Yaklaşım benimsenmiştir. Söz konusu motivasyonların örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi inceleme konusu olarak belirlenmiştir. Örgütsel bağlılık bir iş görenin, örgütün amaç ve değerlerine taraflı ve etkili olarak bağlılığı olarak tanımlanır. Örgütsel bağlılığın sınıflandırılmasında literatürde farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu çalışmada Meyer ve Allen'in (1991) üçlü sınıflandırması benimsenmiştir. Bu modele göre duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devamlılık bağlılığı olmak üzere üç ana öğe söz konusudur. Çalışma için geliştirilen araştırma modelinde temel bağımlı değişken olarak duygusal bağlılık benimsenmiştir. Bunun nedeni gönüllülüğün para karşılığı yapılan bir iş olmaması ve kar amacı gütmeyen organizasyonlar ile ilişkili olmasıdır. Yine bu çerçevede Clary ve Snyder'ın modelinde yer alan altı işlevden biri olan kariyer ve mesleki kazanımlar ile duygusal bağlılık doğrudan ilişkili öngörülmediği için model dahile edilmemiştir.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu çalışma tanımlayıcı araştırma kapsamında yürütülmüştür. İhtiyaç duyulan verileri elde etmek üzere veri toplama aracı olarak anket tercih edilmiştir. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların gönüllü motivasyonları ve duygusal bağlılık değişkenlerine ait ifadeler, ikinci bölümde gönüllülüğe yönelik tutum ifadeleri, üçüncü ve son bölümde demografik değişkenler ile ilgili ifadeler yer almıştır. Gönüllü motivasyonları değişkenini ölçmek üzere gönüllü motivasyonlarını içeren ölçek Clary ve diğ. (1998) çalışmasından ve duygusal bağlılık değişkenini ölçmek için Meyer ve Allen (1998) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ankette yer alan ifadelerin ölçümü beş noktalı Likert ölçeğine göre (hiç katılmıyorum/tamamen katılıyorum) yapılmıştır. Araştırmanın evreni Türkiye'de STK'larda faaliyet gösteren tüm gönüllülerdir. Online olarak tasarlanan anket farklı STK' ların yöneticileri ile görüşülerek gönüllülere mail yoluyla ulaştırılmıştır. Anketi cevaplamaya gönüllü olan 168 kişi çalışmanın örneklemini oluşturmuştur.

Gönüllü motivasyonlarından oluşan bağımsız değişkenler ve bağımlı değişken duygusal bağlılık arasındaki etkileri ifade eden araştırma modeli şekil 1'de görülmektedir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Saha araştırması sonrası elde edilen anketlerden ön değerlendirme sonucunda uygun bulunan 168 anket analizlerde kullanılmıştır. Elde edilen veriler tanımlayıcı istatistikler, faktör ve regresyon analizleri ile değerlendirilmiştir. Araştırma modelinde yer alan etkileri test etmek üzere regresyon analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları ve bulgular aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 1: Demografik Özellikler

	Frekans	**Yüzde**		**Frekans**	**Yüzde**
Yaş			**Cinsiyet**		
26-33	68	%40	Kadın	102	%61
34-41	50	%30	Erkek	66	%39
Çalışma Süresi			**Faaliyet Alanı**		
1-2 yıl	80	%47	Çocuk ve eğitim	37	% 22
2-3 yıl	37	%22	Çevre	35	% 20
3-4 yıl	17	%10	Sağlık	19	% 22
			Yoksullukla Mücadele	33	% 29
			Kültür	37	% 22

Katılımcıların % 61'i kadın, % 39'u ise erkektir. Örneklemin yaş dağlımı 26-41 yaş arasında yoğunlaşmaktadır. Gönüllülerin yaklaşık % 47'si bir iki yıldır sivil toplum kuruluşlarında faaliyet göstermektedir. İlgi duyulan gönüllü faaliyet alanı konuları, çocuk ve eğitim, çevre ve yoksullukla mücadele gibi konularda çeşitlenmektedir.

Tablo2: Tutum İfadelerinin Tanımlayıcı İstatistikleri

	Aritmetik Ortalama	**Standart Sapma**
Bu organizasyonda gönüllü olarak çalışmak bana heyecan verir.	4.59	.553
Bu organizasyonda gönüllü olarak çalışmak bana ilham verir.	4.56	.619
Bu organizasyonda gönüllü olarak çalışmaktan gurur duyuyorum.	4.70	.524
Kendimi bu organizasyona ait hissetmiyorum.	1.73	1.255

Bazen bu organizasyondan ayrılmayı düşünüyorum.	1.99	1.103

(Likert Ölçeği; 1, hiç katılmıyoum, …, 5, tamamen katılıyorum kullanılmıştır).

Tablo 2'de gönüllülüğe yönelik olumlu ve olumsuz tutum ifadelerine verilen cevapların tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır. Aritmetik ortalama değerlerinin yüksekliği katılımcılarım toplum yararına kar amaçsız bir organizasyonda çalışma konusunda olumlu tutum içinde olduklarını göstermektedir. Diğer yandan örgüte yabancı hissetme ve örgütten ayrılma gibi negatif ifadelere katılımlarının düşük olduğu görülmektedir.

Gönüllü motivasyonlarını belirlemek üzere katılımcılara yöneltilen ifadeleri aralarındaki benzerliklere göre ilişkilendirip gruplandırmak (Nakip ve Yaraş, 2017) amacıyla Keşfedici Faktör analizi uygulanmıştır. Ayrıca örgütsel bağlılığın bileşenlerinden olan ve çalışmanın ana bağımlı değişkeni olan duygusal bağlılık ölçeğinin tek boyut olarak belirlenip belirlenmeyeceğini görmek üzere de aynı analiz uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 3 ve 4'te sunulmuştur.

Tablo 3: Gönüllü Motivasyonları Faktör Boyutları

Gönüllü Motivasyonları	Cronbach Alfa	KMO	Toplam Varyans	Açıklanan
Korunma Güdüsü	.85	0.86		
Değer Algısı	.82			
Sosyal Etki	.78			
Gönüllük Anlayışı	.80			
Bireysel Güçlenme	.84		% 65	

Tablo 4: Örgütsel Bağlılık Faktör Analizi Boyutu

Örgütsel Bağlılık	Cronbach Alfa	KMO	Toplam Varyans	Açıklanan
Duygusal Bağlılık	.88	.82	%67	

Analizler sonucunda elde edilen KMO değerlerini 0,80'nin üzerinde, literatürde belirtilen eşik değerlere göre yüksek bir değer olduğu görülmektedir. Ayrıca Cronbach Alfa değerlerinin 0,70'in üzerinde olması kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Faktör analizi yapılırken 0,5'in altında faktör yüküne sahip olan ifadeler analizden çıkarılmıştır. Tabloda görüldüğü üzere her iki analiz içinde toplam

açıklanan varyans % 60'ın üzerindedir. Gönüllü motivasyonları İşlevselci Yaklaşımda belirtilen şekilde bu çalışma için de aynı boyutlar olarak ortaya çıkmıştır. Duygusal bağlılık ifadeleri de tek bir boyut altında toplanmıştır.

Regresyon Analizleri ve Bulgular

Araştırma modelinde kurgulanan ilişkileri incelemek ve hipotezleri test etmek üzere regresyon analizleri uygulanmıştır. Regresyon analizi öncesinde çoklu bağıntı problemi olup olmadığının kontrolü için varyans şişirme çarpanı (VIF) değerleri incelenmiştir. VIF değerinin 0,5 ile 10 aralığında olması çoklu bağıntı olmadığını göstermektedir (Hair, 2010: 200). Regresyon analizi sonuçları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 6: Bağımsız Değişkenler ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki Etkileri İnceleyen Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler				
Gönüllü Motivasyonları	β	Sig.	Adjusted R^2	F
			0.221	7,767
Anlam	,391	,000		
Kişisel Güçlenme	,134	,040		
Sosyal Etki	,149	,038		
Korunma Güdüsü	,159	,036		
Değerler	,184	,020		

Bağımlı değişken, Duygusal Bağlılık, $p < 0,05$

Tablo 6'nın ilk kısmında sunulan F değeri ve anlamlılık değerlerine göre kurulan regresyon denklemi anlamlıdır. Beş bağımsız değişkenin tümü p değerleri 0,05 in altında olması nedeni ile bağımlı değişkendeki değişimi açıklamaktadır ve pozitif yönde etkilemektedir. Açıklama yüzdesi yaklaşık % 22 dir. Beta değerlerine göre duyusal bağlılığa en çok etki eden değişken *gönüllüğe atfedilen anlam*'dır, bu boyut gönüllük faaliyetleri ile gelişen anlayış ve kavrayışı içerir. Bağımlı değişkeni etkileyen diğer motivasyonlar sırasıyla *gönüllülüğün ifade ettiği değer, anlam,korunma güdüsü, sosyal etki ve kişisel güçlenme* şeklinde sıralanmaktadır.

SONUÇ

Temel insani değerlerden biri olan ve farklı kültür ve inançlar içinde çeşitli şekillerde yürütülen gönüllülük faaliyetlerinin günümüzde önemi giderek artmaktadır. Sivil toplum kuruluşları ve çeşitli devlet kuruluşları toplum yararına fayda yaratmak ve sosyal hizmetleri yerine getirmek için gönüllülere ihtiyaç duymaktadır. Bu kapsamda gönüllü olmaya yönelten belirleyicilerin tanımlanması ve amaçlara daha etkin bir şekilde ulaşmak için gönüllülere yönelik örgütsel politikaların geliştirilmesine ihtiyaç vardır.

Bu çalışmada Clary ve Snyder tarafından öne sürülen İşlevselci Yaklaşım kapsamında gönüllü motivasyonları tanımlanmış, gönüllü tutumları incelenmiş ve gönüllü motivasyonlarının bir sivil toplum kuruluşuna duygusal bağlılık ile katılım üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmanın örnekleminde bulunan gönüllülerin İşlevselci Yaklaşım'da sunulan motivasyonları gösterdikleri görülmüştür. Bunlar sırasıyla gönüllükle ilişkili değer, anlam, sosyal etki, bireysel güçlenme ve korunma güdüsüdür. Söz konusu motivasyonlar duygusal bağlılık üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkiye sahiptir. Dolayısıyla sivil toplum kuruluşu yönetimlerinin faaliyet alanları kapsamında söz konusu motivasyonlar kapsamında geliştirecekleri spesifik iletişim mesajları ve uygulamaların örgütsel amaçlara ulaşmada katkı sağlaması muhtemeldir. Gönüllü tutumlarının incelenmesi sonucunda toplumsal fayda yaratmaya yönelik faaliyetler yürütme konusunda katılımcıların pozitif ve güçlü tutumlara sahip oldukları görülmüştür.

Bu çalışmanın örnekleminin görece olarak küçük olması nedeni ile pilot bir uygulama niteliği taşımaktadır. Ancak İşlevselci Yaklaşım kapsamında gönüllü motivasyonlarını inceleyen az sayıdaki çalışmadan biridir. İleride yürütülecek, Türkiye'de faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarında faaliyet gösteren gönüllüler ile ilgili çalışmalarda gönüllü motivasyonları ile gönüllü katılımını arttıracak farklı değişkenlerin incelenmesi etkili politikaların geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

BALABAN, A. Y., & İNCE, İ. Ç. (2015). Gençlerin sivil toplum kuruluşlarındaki gönüllülük faaliyetleri ve gönüllülük algısı: Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV) Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 30(2).

BOWMAN, N., BRANDENBERGER, J., LAPSLEY, D., HILL, P., & QUARANTO, J. (2010). Serving In College, Flourishing In Adulthood: Does Community Engagement During The College Years Predict Adult Well-Being? Applied Psychology: Health And Well-Being, 2, 14–34. Doi:10.1111/J.1758-0854.2009.01020.X

CLARY, E., SNYDER, M., & STUKAS, A. (1996). Volunteers' Motivations: Findings from a National Survey. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 25, 485-505. Doi:10.1177/0899764096254006

CNAAN, R., & CASCIO, T. (1999). Performance and Commitment: Issues in Management of Volunteers in Human Service Organizations. Journal of Social Service Research, 24, 1–37. Doi:10.1300/J079v24n03_01

DEMİRCİ, K., ERBAŞ, A., & GİDERLER ATALAY, C. (2009). Üniversite öğrencilerinin stk'lara katılım potansiyellerinin örgütsel vatandaşlık davranışı boyutlarından sivil erdem boyutu çerçevesinde incelenmesi.

DAVIS, M. H., HALL, J. A., & MEYER, M. (2003). The First Year: Influences on the Satisfaction, Involvement, and Persistence of New Community Volunteers. Personality and Social Psychology Bulletin, 29, 248–260. Doi:10.1177/0146167202239050

HAİR, J. F., BUSH, R.P. & ORTİNAU, D. J. (2000). Marketing Research: A Practical Approach for the New Millenium. Singapore: McGraw-Hill Higher Education.

HAİVAS, S., HOFMANS, J., & PEPERMANS, R. (2012). Self-determination theory as a framework for exploring the impact of the organizational context on volunteer motivation: A study of Romanian volunteers. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 41(6), 1195-1214.

HIDALGO, M. C., & MORENO, P. (2009). Organizational Socialization of Volunteers: The Effect on Their Intention to Remain. Journal of Community Psychology, 37, 594–601. Doi:10.1002/Jcop. 20317

KWOK, Y. Y., CHUİ, W. H., & WONG, L. P. (2013). Need Satisfaction Mechanism Linking Volunteer Motivation And Life Satisfaction: A Mediation Study Of Volunteers Subjective Well-Being. Social İndicators Research, 114(3), 1315-1329.

LIAO-TROTH, M. A. (2005). Are They Here For The Long Haul? The Effects of Functional Motives and Personality Factors On The Psychological Contracts Of Volunteers. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 34, 510-530. Doi:10.1177/0899764005279513

MEYER, J. P., & ALLEN, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment. Human Resource Management Review, 1(1), 61-89.

NAKİP, M. VE YARAŞ, E. (2017). Pazarlama Araştırma Teknikleri, 4. Baskı, Seçkin Yayıncılık.

OMOTO, A. M., & MALSCH, A. (2005). Psychological Sense of Community: Conceptual Issues and Connections to Volunteerism-Related Activism. In A. M. Omoto (Ed.), Processes Of Community Change and Social Action (Pp. 83–102). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

PENNER, L. A. (2002). Dispositional and Organizational Influences on Sustained Volunteerism: An Interactionist Perspective. Journal of Social Issues, 58, 447–467. Doi:10.1111/1540-4560.00270

PENNER, L. A., & FINKELSTEIN, M. A. (1998). Dispositional and Structural Determinants of Volunteerism. Journal of Personality and Social Psychology, 74, 525–537. Doi:10.1037//0022-3514.74.2.525

SALAS, G. R. (2009). Volunteer Functions, Satisfaction, Commitment, and Intention to Leave Government Volunteering. Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering, 69, 71–77.

SCHWARTZ, C. E., KEYL, P. M., MARCUM, J. P., & BODE, R. (2009). Helping Others Shows Differential Benefits on Health and Well-Being For Male and Female Teens. Journal of Happiness Studies, 10, 431–448. Doi:10.1007/S10902-008-9098-1

SMITH, D. (1994). Determinants of Voluntary Association Participation and Volunteering. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 23, 243-263. Doi:10.1177/089976409402300305

SNYDER, M., & OMOTO, A. (2008). Volunteerism: Social Issues Perspectives and Social Policy Implications. Social Issues and Policy Review, 2, 1–36.

TUSEV, Türkiye Gönüllülük Raporu, https://www.tusev.org.tr/usrfiles/files/Gonulluluk.pdf

VECINA, M. L., CHAC´ON, F., SUEIRO, M., & BARR´ON, A. (2012). Volunteer Engagement: Does Engagement Predict The Degree Of Satisfaction Among New Volunteers and The Commitment of Those Who Have Been Active Longer. Applied Psychology: An International Review. Doi:10.1111/J.1464- 0597.2011.00460.X

VECINA, M. L., CHACÓN, F., MARZANA, D., & MARTA, E. (2013). Volunteer Engagement and Organizational Commitment in Nonprofit Organizations: What Makes Volunteers Remain Within Organizations and Feel Happy?. Journal Of Community Psychology, 41(3), 291-302.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kırsal Yerleşimlerde Yerel Kimlik Ve Mekânsal Tasarımın Önemi

Full Text / Tam Metin

Atila Gül[1], Çağla Bostan [2], Tuğba Akın[3]

Özet

Kırsal alanlar özellikle köy yerleşimleri kendine özgü yaşam biçimi ve araziyi kullanım amaçları ile birlikte doğal peyzaj, sosyo- kültürel, ekonomik, tarihsel, politik, çevresel özellikleri ile yerel kimliğin oluşmasında ve mekan kurgusunun şekillenmesinde önemli bir etkiye sahiptir.

Günümüzde küreselleşme ve kentleşme eğilimlerinin artması, sosyal, ekonomik, sağlık, eğitim vb. bir çok alanda imkanların yetersizlikleri, ihtiyaçların çeşitlenmesi, alt ve üst yapı yetersizlikleri gibi nedenlerden ötürü kırsal/yerel/köy yerleşimlerini baskı altına almış, kentlere göçü artırmış ve çoğunlukla olumsuz etkileşime yol açmıştır. Bu durum köy yerleşimlerinin sahip olduğu yerel kimliğin ve peyzaj değerlerinin değişmesine, yozlaşmasına veya yok olmasına yol açmıştır.

Kırsal mekanlar kentsel mekanlar gibi modernleşme ve küreselleşme bağlamında tüketim amaçlı üretilen mekanlar haline dönüşmüştür.

Başka bir açıdan bakıldığında köy yerleşimlerinin kimliğine uygun mekânsal planlama ve tasarım çalışmalarının ihmal edildiği, önemsenmediği veya kendi kaderine terkedildiği görülmektedir. Bu nedenle köy yerleşimlerinin doğal ve kültürel peyzaj özellikleri dikkate alınarak belirlenecek yerel kimliğe göre köy tasarım rehberinin oluşturulması kırsal gelişme (sosyal, çevresel ve ekonomik kalkınma) ve değerlerin korunması ve geleceğe taşınmasında önemli bir lokomotif görevi üstlenebilecektir.

Bu çalışmada köy yerleşimlerin doğal ve kültürel peyzaj özelliklerinin kavramsal çerçevesi, bu özelliklerin yerel kimliğe olan etkisi ve belirlenmesine yönelik faktörler ortaya konulacaktır. Bununla birlikte köy yerleşimlerin yerel kimliğe uygun mekânsal planlama ve tasarımına süreçlerine yönelik sürdürülebilir köy tasarım rehberinin önemi ve genel çerçevesi tartışmaya açılacaktır.

Anahtar Kelimeler— *Köy Yerleşimleri, Yerel Kimlik, Tasarım Rehberi, Peyzaj*

The Importance Of Local Identıty And Space Desıgn In Rural Settlements

Abstract

Rural areas, especially village settlements, have an important place in the local identity and space design with their unique life style, socio-cultural, economic and natural structure, land use purposes, natural and cultural landscape features.

Nowadays, globalization and urbanization tendencies have suppressed village settlements, increased immigration to cities and mostly caused negative interaction. This situation led to the alteration and degeneration of the local identity and landscape values of the village settlements.On the other hand, spatial planning and design studies in accordance with the identity of village settlements have been neglected, ignored or abandoned. This situation negatively affected the village life conditions and local identity. Therefore, according to the local identity to be determined by taking into account the natural and cultural landscape characteristics of the village settlements, the creation of a village design guide will be an important locomotive in protecting rural development (social, environmental and economic development) and values and carrying them to the future.

[1] Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı, Türkiye, atilagul@sdu.edu.tr
2Doktorant, Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık, Planlama ve Tasarım, Türkiye, caglabostan15@gmail.com
3Peyzaj Mimarı, Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı, Türkiye, tugbaakın@gmail.com

In this study, the conceptual framework of the natural and cultural landscape features of village settlements, the effects of these characteristics on local identity and the factors related to the determination of the local identity will be determined. However, the importance and general framework of sustainable village design guidelines for the process of spatial planning and design of village settlements according to local identity will be discussed.

Keywords— *Rural Area, Local Identity, Village Design Guide, Landscape*

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Günümüzde hızlı nüfus artışıyla birlikte küreselleşme sürecinin hız kazanması sonucu sosyal, kültürel, ekonomik, teknolojik, çevresel, iklimsel, politik, askeri, hukuki ve insani alanlarda ciddi değişimler meydana gelmiştir (Aslan, 2018).

Kırsal alanlar özellikle köy yerleşimleri kendine özgü yaşam biçimi ve araziyi kullanım amaçları ile birlikte doğal peyzaj, sosyo- kültürel, ekonomik, tarihsel, politik, çevresel özellikleri ile yerel kimliğin oluşmasında ve mekan kurgusunun şekillenmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Kırsal alanlar/mekanlar; bulundukları bölgenin fiziki şartlarını, kültürel yapısını, ait oldukları dönemin yaşam biçimini mekanlarına yansıtan, yerel kimliğin baskın olduğu fiziksel ortamlardır.

Günümüzde gittikçe birbirine benzeyen kentlere karşılık kendilerine özgü yaşam amaçları ve kullanım biçimleri, doğal ve kültürel peyzaj değerleri ile şekillenen kırsal mekanlar, Anadolu Coğrafyasının bölgeden bölgeye, hatta aynı bölgede, köyden köye farklılık gösteren mekan ve kimlik değerleri açısından çeşitlilik ve zenginliğe sahiptir. Günümüzde küreselleşme ve kentleşme eğilimlerinin artması, sosyal, ekonomik, sağlık, eğitim vb. bir çok alanda imkanların yetersizlikleri, ihtiyaçların çeşitlenmesi, alt ve üst yapı yetersizlikleri vb. nedenler kırsal/yerel/köy yerleşimlerini baskı altına almış, kentlere göçü artırmış ve çoğunlukla olumsuz etkileşime yol açmıştır. Bu durum köy yerleşimlerinin sahip olduğu yerel kimliğin ve peyzaj değerlerinin değişmesine, yozlaşmasına veya yok olmasına yol açmıştır. Kırsal mekanların sahip olduğu doğal ve kültürel değerler bütünü aslında kentsel mekanlar gibi modernleşme ve küreselleşme bağlamında tüketim amaçlı yapay mekanlar haline dönüşmüştür. Modernleşme ve küreselleşmenin dikte ettiği tüketim öncelikleri ve tek tip kimlik oluşturma eğilimleri yerel ve insani kimlik değerlerini değersiz ve önemsiz hale getirmiştir.

Başka bir açıdan bakıldığında köy yerleşimlerinin kimliğine uygun mekânsal planlama ve tasarım çalışmalarının ihmal edildiği, önemsenmediği veya kendi kaderine terkedildiği görülmektedir. Bu nedenle köy yerleşimlerinin doğal ve kültürel peyzaj özellikleri dikkate alınarak belirlenecek yerel kimliğe göre köy tasarım rehberinin oluşturulması kırsal gelişme (sosyal, çevresel ve ekonomik kalkınma) ve değerlerin korunması ve geleceğe taşınmasında önemli bir lokomotif görevi üstlenebilecektir. Kırsal yerleşimlerinde mekânsal planlama ve tasarım çalışmaları kent –kır bütünlüğü içinde düşünülmeli ve ilişkilendirilmelidir. Kırsal mekanların tasarım çalışmalarında yerel kimlik ve karakterine uygun bir şekilde öngörülmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı kırsal kimlik kaynak değerlerini tanımlamak, kırsal mekan–kimlik ilişkisini ortaya koymak ve köy tasarımın yerel kimlik çerçevesinde sürdürülebilir koruma ve kullanım ilkeleri tartışmaya açmaktır.

2. KIRSAL MEKANLAR (RURAL LOCATİONS)

Mekan, içinde yaşayanları dışındakilerden ayıran, fiziksel somutun içine kodlanmış bir boşluktur. Fiziksel özellikleri ile oluşan iç-dış ayrımı, kimlik kavramının ana fikrini oluşturmaktadır. Bu yaklaşımla, kimlik düşüncesinin özü mekansaldır. Mekanlar, belleğin içinde saklanan bilgiye göre şekillenen nesnelerdir. Mekanlar toplumsal belleği taşıyan, şekillendiren ve dönüşüme uğratan en önemli etkenlerden birisidir.

Yahya Kemal'in şiir evreninde, "mekân ancak içerdiği cisimler ve enerjilerle var olur" toplumun medeniyet algısı ile kimliği arasında çok yakın bir ilişki vardır. Bu sebeple, sağlam bir medeniyet

fikrinin temelinde, geçmişiyle barışık, aklının yanında kalp gözünü de kullanabilen, yaşadığı mekânlara kendi ruhunu da yansıtabilen insanlar ve bu insanların oluşturduğu bir toplum düzeni yer almaktadır (Nalbantoğlu, 2008).

Mekânın anlaşılması, yorumlanması ve insan ile olan etkileşimine yönelik çalışmalar, sembolik, yapısalcı, psikolojik, fenomenolojik, hermeneutik, organizmik, bağlamsal, dönüşümsel, etkileşimsel, davranışsal, kültürel, ampirist/deneyimci, kişi temelli, sosyal grup temelli, antropolojik ve tarihsel gibi pek çok başlık altında incelenmektedir. Bu ilişkinin bu kadar çok başlık altında ele alınmasının temel nedeni konunun disiplinler arası özelliği ve dolayısıyla her disiplinin önem verdiği nesnelere yapmış oldukları vurgu farklılıklarıdır. Örneğin sembolik ve yapısalcı çalışmalar, mekânın sembolik bir üretimle oluştuğunu kabul edip mekânın anlamını bu sembolik dünya içerisinde aramaktadır. Psikolojik yaklaşımlar mekânı kimliğin oluşumunda bir veri olarak kabul edip, sosyokültürel yapıyı vurgulamaktadır. Fenomenolojik çalışmalar, mekânı maddeleştirmeden, idealize etmeden varlıkla birlikte ele almaktadır (Güleç Solak, 2017).

Kırsal alanlar sayısal büyüklük açısından 5000, 10.000 veya 20.000 nüfusun altındaki yerleşim birimleri ile çevrelerindeki köylerde dahil olmak üzere tüm araziler olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle çoğu zaman tarım ve ormancılığın daha baskın olduğu ama bunun yanında turizm, küçük ve orta ölçekte sanayinin ve el sanatları gibi diğer iktisadi faaliyetlerin de önemli olduğu, üzerinde insanoğlunun köy, pazar gibi sosyal yapıları yükselttiği, ekolojik açıdan değerli ve kentli insanlarla da sürekli etkileşim halinde olunan mekanlardır (Uslu vd., 2004).

Genel olarak Kırsal alanlar, nüfus yoğunluğunun düşük olduğu, tarım ve hayvancılık, ormancılık gibi doğal kaynakların kullanımı ve üretiminin yoğun olduğu kendine özgü küçük yerleşimlere sahip olan coğrafi ve beşeri açıdan sınıflandırılmış yer ya da bölge olarak kabul görmektedir.

Kırsal alanlar insanların doğayla daha çok etkileşim içinde bulunduğu yerleşimlerdir. Ancak, günümüzde kırsal yerleşimlerin özgün niteliklerinden uzak, kentsel alanlardaki gibi yapılaşma biçimiyle geliştiği görülmektedir (Kut Görgün ve Yörür, 2018).

Kırsal alanların planlaması; kırsal alanların, doğal potansiyeli ile toplumsal gereksinimleri arasında denge sağlamaya yönelik, kırsal alanın ekonomik, sosyal, siyasal ve örgütsel bütün yönlerini kapsayacak katılımcı bir görüşle ele alınması gereken, kır-kent dengesini, kırsal alanların dışa açılmalarını ve kırsal alanların kalkınmasını sağlayan bir çalışma alanı ve planlama türü olarak tanımlanmıştır (Çelik, 2006). Ancak Türkiye'de kalkınma planlarının geneline ve isleyiş sürecine bakılacak olursa, kırsal planlama kararlarının yerel değerleri göze almayan masa başında alınan kararlar ile şekillenen merkeziyetçi yaklaşımlar çerçevesinde geliştirilmektedir (Erdem, 2012).

3. YEREL KİMLİK KAVRAMI (LOCAL IDENTİTY CONCEPT)

Genel olarak kimlik kavramı, canlılar ya da nesneler için ayırt edici, farklılığı yaratan özellikler olarak tanımlanırken, diğer yandan benzerine göre sahip olunan ayırt edici özellikleri ortaya koyarak benzerler arasında kıyaslamayı sağlamaktadır (Ulu ve Karakoç, 2004). Bir kimliğin oluşumu, belirli koşulların sürekliliği ile gerçekleşmektedir. Gürsel (1993)'e göre, kültürel miras veya gelenekler, toplumun gereksinmelerinin nitelik ve karakteri, coğrafya, topoğrafya, iklim ve doğadan meydana gelen faktörler, teknolojik gelişim, değişen şartlara uyabilme yeteneği olarak belirtmiştir. Başka bir değişle kimlik, doğada varlığını sürdüren herhangi bir canlıyı ya da objeyi, diğer canlı ve objelerden ayıran, öncelikle görsel, işitsel ve diğer duyularla algılanan kendine özgü olma durumu, teklik ve özgünlük olarak ifade

etmektedir. Aynı zamanda kimlik kavramı, benzerler arasında kıyaslamayı getirir ve benzerine göre sahip olunan ayırt edici özellikleri ortaya koymaktadır (Kiper, 2012).

Kimlik kavramı planlama ve tasarım literatüründe kentsel ve mimari kimlikle özdeşleştirilen bir kavram olarak ele alınmaktadır. Niteliği ne olursa olsun, kentsel veya kırsal içerikte, kimliğin, yerleşimi diğer yerleşimlerden ayırt edilmesini sağlayan özelliklerin bir arada oluşturduğu bütüncül bir yapı olarak ele alınması gerekmektedir. Bu kapsamda önemli olan nokta, fiziksel ve sosyo-kültürel anlamda birbirinden farklılık gösteren kentsel ve kırsal içerikte yerleşimlerin ön plana çıkan özellikleridir. Bu bakımdan yerleşim kimliği, toplumun sosyo-kültürel özelliklerine ve değişen içeriklere bağlı olarak kentsel kimlik veya kırsal kimlikle temsil edilebilmektedir (Erdem, 2012).

Kırsal yerleşimler kendilerine özgü dinamik bir yapıya sahiptirler ve bu özellikleri birbirinden farklılık göstermektedir. Bu farklılıkları gösteren en önemli özellik ise kırsalın peyzaj kimliğidir. Peyzaj kimliği her kırsal yerleşim için değişkenlik göstermekle birlikte, kırsal yerleşimlerin geçmişten günümüze kadar süregelen, yaptırım gücü olan kültürel alışkanlıklar, mimari kalıntılar, bilgi, töre ve davranışlar gibi ortak temel kavramlara sahiptir. Peyzaj özelliklerinin bilinmesi ile mekânların kimlikleri oluşturulabilecek ve değerlendirmesi buna göre yapılabilecektir (Mısırlı ve ark., 2019).

Yerel değerlerin ve doğal koşulların belirleyici olduğu, fiziksel yapı ve bu yapıyı üreten, destekleyen ve devamlılığını sağlayan önemli bir bileşen olarak sosyal yaşantı örüntüleri ile kırsal yerleşimlerin her biri özgün kimliklere sahiptir. İdari statü ve demografik özelliklerin yanı sıra kırsal yerleşimleri tanımlayan en belirgin nitelikler yerleşimin peyzaj özellikleridir. Ancak, küreselleşme, kentsel gelişim ve bu iki ana faktöre bağlı olarak gelişen diğer eğilimler kırsal yerleşimlerin kendi dinamikleri ile uyuşmayan içeriklerin ve müdahalelerin gelişmesine ve kırsal yerleşimlerin belirli bir değişim süreci içerisine girmesine neden olmuştur. Söz konusu değişimler, en etkin şekilde doğası gereği kırsal yerleşimleri tanımlayan en belirgin unsur olarak peyzaj değerleri üzerinde gözlemlenmektedir. Bu kapsamda peyzaj özellikleri kırsal yerleşimleri içerik olarak tanımlayan, yerleşimi hayatta tutan ekonomik etkinlikler ve sosyal yaşantı ile şekillenen fiziksel karakteri tanımlamaktadır (Erdem, 2012).

4. KIRSAL MEKAN VE YEREL KİMLİK İLİŞKİSİ VE ETKİLEŞİMİ (RELATIONSHIP BETWEEN RURAL SPACE AND LOCAL IDENTITY AND INTERACTION)

Kentsel ve kırsal mekânlar, insan ilişkilerinin ve çevre ile olan yakın ilişki ve etkileşimin sonucu her türlü eylemin gerçekleştiği fiziksel ortamlar veya alanlardır. Bu mekânlar, yaşamın öznel ve psikolojik süreçlerinin geçtiği, algı ve deneyimlerin bilince, kişiliğe ve anılara dönüştüğü yerler olarak inşa edilirken, kişilerin mekâna yüklediği farklı kimliklerle şekillenmektedir. Oluşan bu mekanlar toplumsal benliği ve kimliğini inşa etmekte birlikte hem kişilerin kimliğini ve aidiyet duygusunu kazandıran bir kültür ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yerel kimlik, farklı disiplin ve kişilerce farklı biçimde tanımlanabilir ve zaman içinde değişebilir özellikte olup dinamik bir özelliğe sahip olduğu söylenebilir. Yerel kimlik ilgili tüm paydaşların görüş, algı ve aidiyet duyguları optimize edilecek şekilde tanımlanması gerekir.

Yerel kimliğin belirlenmesinde mevcut somut ve somut olmayan değerlerin kişiler üzerinde bıraktığı etki ve özgünlük derecesi, kişilerin düşünsel (bilişsel), duyusal ve görsel algılama derecesi, mekanı anlama ve anlamlandırma düzeyi, kişiler üzerindeki aidiyet duygusu, alışkanlık düzeyi vb. göstergeler önemli bir rol üstlenir.

Bu çerçevede yerel kimlik doğal, tarihsel, mekânsal, sosyal, ekonomik, politik ve dini vb. somut ve somut olmayan değerler üzerinden dinamik, zamansal ve geniş bir çerçevede ele alınmalıdır. Çünkü yerel yaşamsal bütün değerler zaman içinde değişebilecektir. Bu durumda kültür varlığının sahip olduğu anlam sadece yere ait bir olgu olmaktan çıkıp, beraberinde zamana ve yaşama bağlı bir anlam tanımına dönüşmektedir.

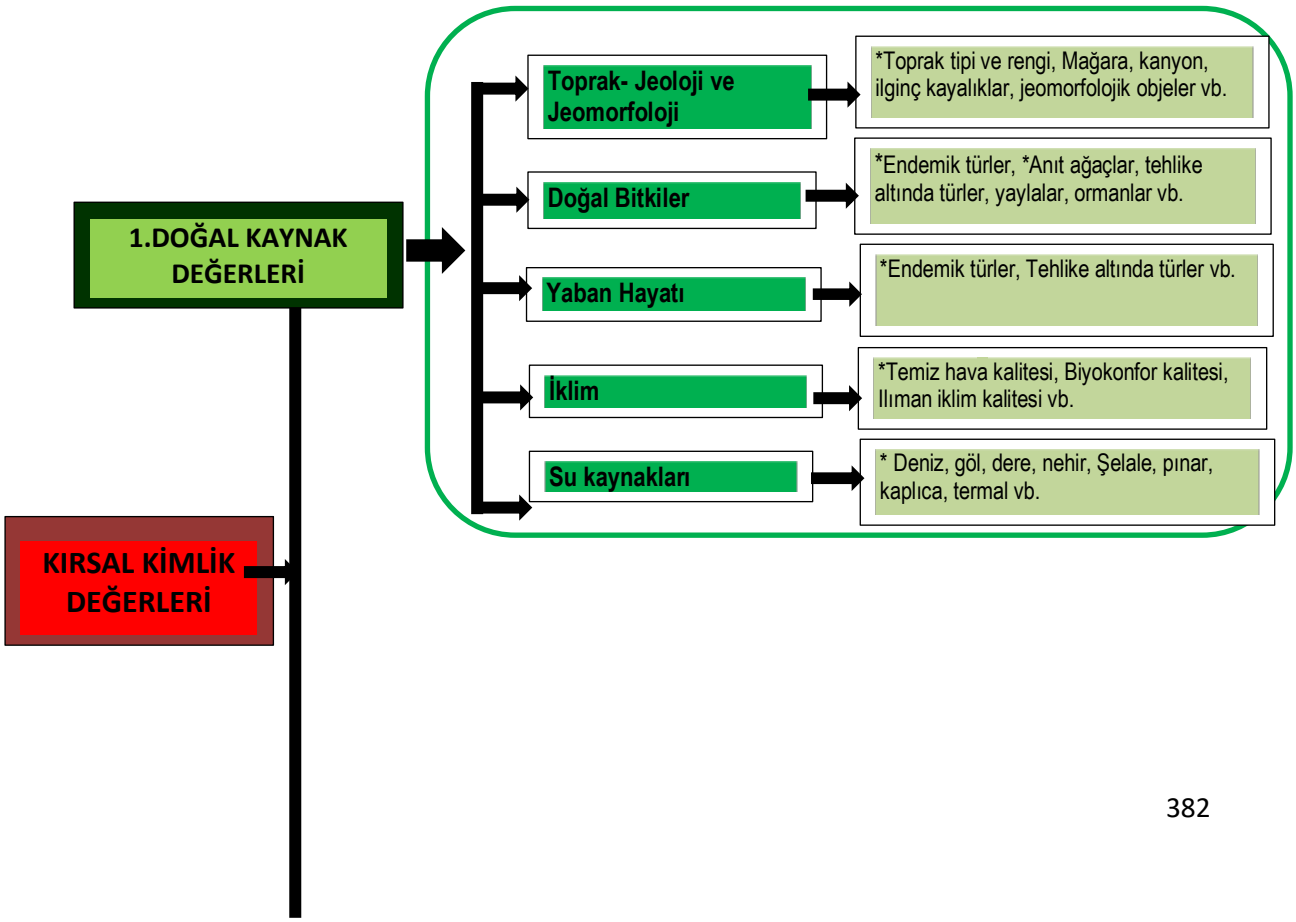
Algılama, doğanın uyarıcı yanı ile bireyin kendi öz bilgi birikimi, yaşam deneyimleri ve duygusal nitelikteki tavır ve eğilimleri arasındaki işlevsel ilişkiden kaynaklanır. Bu yönüyle bakıldığında kişinin dünya görüşünün bütünsel bir ifadesi olan simge, sembol, inanç, ideoloji vb. yaşam deneyimlerinin derin izlerini taşır.

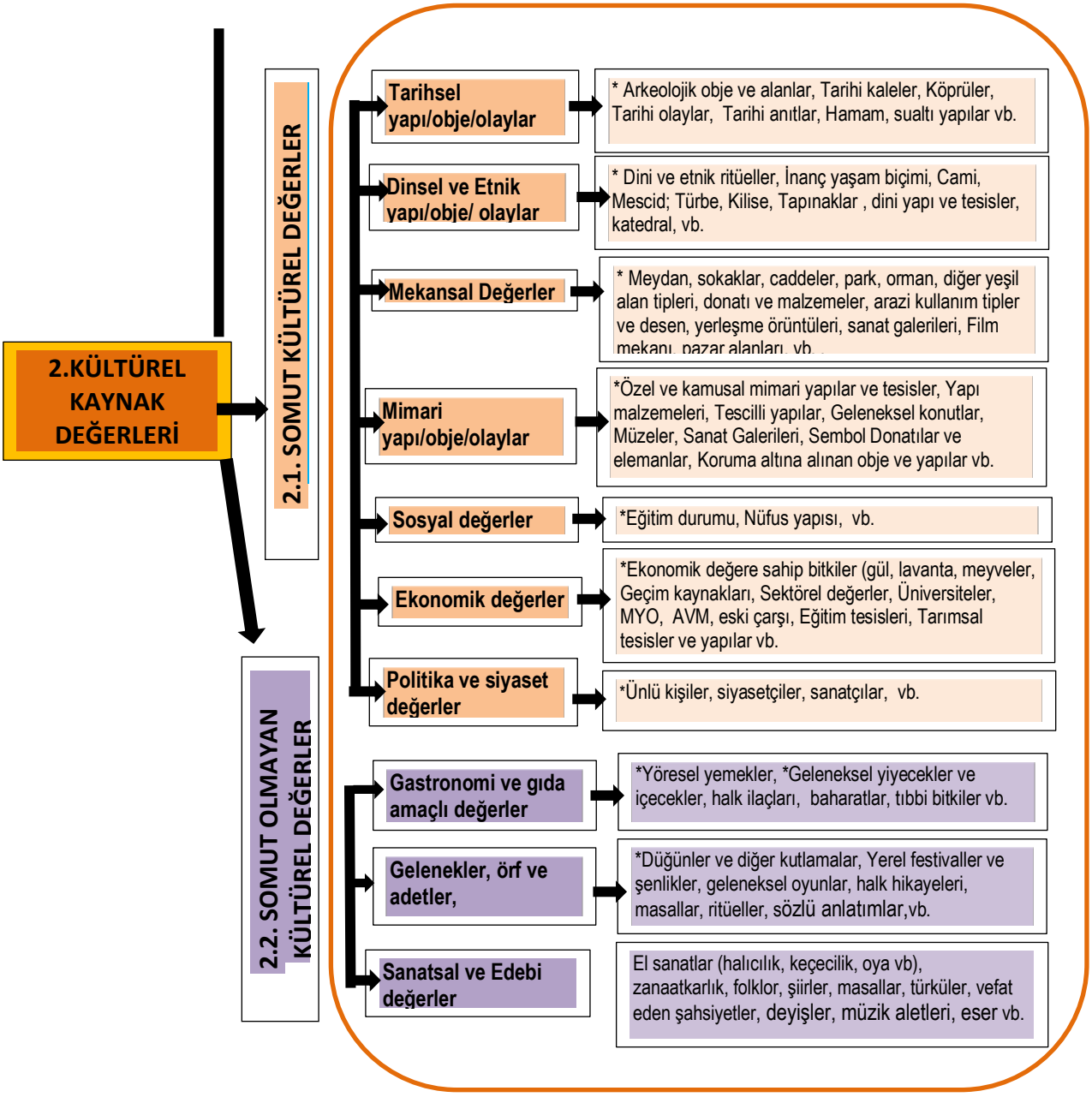
Yerel kimlik bileşenleri tarihsel süreç içinde günümüzde anlam, değer, duygu ve gizem yüklemesi durumunda somut ve somut olmayan öğelerin tümünün korunması gerekmektedir. Bu bağlamda, yerel kimliği oluşturan maddi nitelikler; yapı, alan, peyzaj, güzergâh, obje ve manevi nitelikler; anı, anlatı, yazılı belge, tören, festival, geleneksel bilgi, değerler, doku, renk, iz, vb. özelliklerin birlikteliğinin o yerin ruhunu oluşturduğu, aynı zamanda yerel kimliği de tanımladığı kabul edilmiştir (Québec Decleration, 2008).

Algı düzeyi, insanın düşünsel, duyusal, görsel ve davranışsal ilişkiler sonucu ortaya koyduğu bir süreçtir. Kırsal kimlik, zaman süreci içinde oluşan mevcut yerel doğal ve kültürel kaynak değerlerinin ilgili paydaşların bilişsel, duyusal ve görsel algılarının yorumlanması, paydaş üzerindeki imaj etkilerinin puanlandırılması ile önceliklendirilmesi ile tespit edilebilecektir.

Yerel kimliği oluşturabilecek doğal ve kültürel kaynak değerleri şu şekilde öngörülmüştür (Şekil 1).

Şekil 1. Yerel kimlik kaynak değerleri





5. KÖY TASARIM REHBERİ (VILLAGE DESIGN GUIDE)

Yasal çerçevede, 1924 tarihli 422 sayılı Köy Kanunu'nda, köyün ortasına meydan yapılması, Bir köy odası, misafirhane yapılması, köy korusunun korunması, evlerin badanalanması, sokakların yapımı gibi köye yönelik bazı düzenleme ilkeleri verilmektedir. Ancak bunlar çok genel ve yetersiz kalmaktadır.

Ülkemizde ise 2013 yılında 3194 sayılı İmar Kanunu'na eklenen bir madde ile köy tasarım rehberi mevzuata girmiştir. 12.07.2013-6495 sayılı kanunun 73. Maddesi ile 3194 sayılı İmar Kanunu'na eklenen 8/ğ maddesinde Köy/kırsal Tasarım Rehberi Tanımı; ".Yerleşme ve yapılaşma özellikleri,

mimari doku ve karakteri, gelişme düzey ve potansiyeli açısından önem arz eden köylerde bu özellikleri korumak, geliştirmek ve yaşatmak amacıyla muhtarlık katılımı ile ilgili idarelerce köy tasarım rehberleri hazırlanabilir. Köy tasarım rehberleri ilgili idare meclisi kararı ile onaylanır ve uygulanır" hükmü bulunmaktadır (Anonim, 2017). Köy tasarım rehberi ülkemizde planlama sistemi içerisindeki yeri, hazırlanışı ve uygulaması henüz belirlenmiş değildir.

14.06.2014 tarihinde yürürlüğe giren Mekânsal Planlar Yapım Yönetmeliği'nde ölçekte tasarım rehberlerinin tanımlanmış olduğu görülmektedir. İlgili maddede; Md 30/7; "Kentsel tasarım projesi doğrultusunda mekânın imge, anlam ve kimlik kazanmasını, estetik ve sanat değerinin yükseltilmesini, yapıların bir uyum içerisinde ve bütünlük oluşturacak şekilde düzenlenmesini amaçlayan ve mekânsal planlama sistematiği içerisinde uygulamaya yönelik kılavuz ve tavsiye niteliğinde kararları içerecek şekilde kentsel tasarım rehberi hazırlanır." denilmektedir (Anonim, 2016).

Yönetmelikte kentsel tasarım rehberleri için yapılan tanımda, köy tasarım rehberleri için de geçerli olan bazı noktalara vurgu yapılmıştır (Anonim, 2015);

- Öncesinde bir kentsel tasarım projesi olması gerektiği (köy tasarım rehberi için bir tasarım çerçevesine ihtiyaç vardır),
- Mekanın kimlik kazanması, yapıların uyum ve bütünlük içinde olmasının amaçlanması,
- Rehberin, mekânsal planlama sistematiği içerisinde ele alınması gerektiği,
- Uygulamaya yönelik olması,
- Kılavuz ve tavsiye niteliğinde kararları içermesidir.

Günümüzde tasarım rehberleri gelecek için vizyon ve stratejileri mekanla buluşturan, yerelliğin devamlılığını sağlayan, doğal ve kültürel kaynak değerlerini koruyan, sosyo-kültürel boyutları öne çıkaran, gelişmeye kılavuzluk eden, mekânsal ve işlevsel kullanım çeşitliliğini belirleyen, tasarım detaylarını açıklayan, kamusal kullanımı öne çıkaran, alandaki çözümleri etkin kılan, esnek, değişime ve gelişime açık araçlar olarak tanımlanmıştır. Tasarım sürecinde hedeflenen mekânsal "kalite" olgusu ve başarısı aslında tüm süreçte etkin rol alan disiplinler veya paydaşların üstlendikleri rol ve işbirliğin durumuna bağlı olarak gerçekleşebilecektir (Gül ve Bostan, 2018).

Kırsal mekanlarda yerel kimlik dikkate alınarak köy tasarım hedef ve ilkeler şu şekilde öngörülebilir; (Owen, 1999; Erdem, 2012;Öğdül ve Olgun, 2015; Anonim, 2015).

- Köy tasarım rehberi yerel kimlik değerlerine göre yapılacak analizlerle yerel yaşam koşullarını korumak ve sürdürülebilir kullanımını geliştirmektir. Kentsel imar planı gibi kesin yaptırımlar, imar yönetmeliği gibi her yere uygulanacak standartlar içermemelidir.
- Yöreye özgü öneriler ve tavsiyelerde bulunulmalıdır.
- Köy tasarım rehberi yerel kimlik kaynak değerleri iyi tanımlanmalı, tüm paydaşların katılımı ile yerel planlama kararları ile uyumlu olmalıdır.
- Eşitlik ve adalet ilkeleri ile tasarım öngörülmelidir.
- Yerel mimari yapıyı korumak ve yapısal karakterini bozmadan restorasyon çalışmaları öngörülmelidir.
- Mevcut sokakların yapısı korunmalı ve yenilenmelidir.
- Yerel mekanın mevcut topografyasına uygun bir şekilde alan kullanımı öngörülmelidir.
- Yöresel kültürün ürünü olan el sanatlarını ve zanaatkarları koruma ve sürdürülebilirliğinin sağlanması öngörülmelidir.
- Yöreye özgü geçim kaynaklarını desteklenmeli ve geliştirilmelidir. Yöreye özgü yeni alternatif gelir kaynakları önerilmelidir.
- Yöresel kırsal peyzaj karakterini korunması, geliştirilmesi ve sürdürülebilirliği sağlanmalıdır.
- Yörenin etnik yapısı korunmalıdır.

- Yörenin alt ve üst yapı sorunlar çözülmelidir.
- Köy tasarımları üst ölçek planlama sisteminin parçası olmalıdır.
- Rehberin nasıl hazırlanacağı ve içeriği tanımlanmalıdır.
- Rehberle ilgili yasal, kurumsal ve teknik düzenlemeler yer almalıdır.
- Rehber sosyal ve ekonomik sorunlara dair birçok katılım araçları ile desteklenmelidir.
- Kırsal yerleşim ve yakın çevresinin belirgin, farklı ve ayırt edilebilir özelliklerinin tanımlanması.

Köy tasarımı kurgusu bileşenleri şu şekildedir.

- Köy tasarım rehberinin içeriği
- Tasarımın amaçları
- Yerleşimin genel özellikleri, alan sınırları
- Doğal peyzaj karakteri
- Kamusal ortak mekanların tasarım ilkeleri
- Ulaşım ve erişebilirlik,
- Sokak mobilya ve donatıları
- Yerel özgün mimari dokusunun korunması, yaşatılması ve restorasyonu gibi detayları içermelidir. (mimari yapı tipolojileri, yapı/parsel düzeni, mekân organizasyonu, malzeme ve yeni yapılar için öneriler vb.)
- Yerel farkındalığın artırılması
- Geçmişi unutmayan, geleceği düşünen bir kırsal yerleşim olarak yaşatılması vb. olarak özetlenebilir.

Yurtdışında köy tasarım rehberi örneklerine bakıldığında bütüncülden ziyade parçacıl yaklaşımlarla yapıldığı görülmektedir. Örneğin mimarinin tarihi karakterini, yapılaşma geleneğini, mevcut sokak görünüşlerini korumak, kötü görüntüleri iyileştirmek gibi amaçlarla tasarım rehberleri oluşturulmuştur (Eminağaoğlu ve Çevik, 2007). Ülkemizde de köy tasarım çalışmaları doğal çevrenin niteliklerinden çok, yerleşmelerin mimari yapısı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Ülkemizde de köy tasarım çalışmaları doğal çevrenin niteliklerinden çok, yerleşmelerin mimari yapısı, dokusu üzerinde tip projelerin üretildiği çoğunlukla mimari ölçekte yoğunlaşmaktadır. (Kut Görgün ve Yörür, 2018; T.C. Çevre Şehircilik Bakanlığı, 2018). Bu nedenle Köy Tasarım Rehberi henüz örnek bir alanda bütüncül olarak uygulanmış bir çalışma söz konusu değildir.

Köy tasarımı, kırsal planlama ve tasarım sürecinin önemli bir parçası olup bütüncül mekansal tasarımı, uygulama ve yönetim sürecini de yönlendirir. Kırsal alanda yapılacak köy tasarım rehberi, her bir köy için tüm aktörler ve katılımcı paydaşların işbirliğini sağlayan, yaşayan yerel halkın talep ve ihtiyaçlarının göz önünde bulunduran, tarihsel öneme sahip yerel kimlik değerlerini koruyan ve yaşatan, ortak karar alınmasını gerektiren yenilikçi bir araç konumundadır. Aynı zamanda köy tasarım, mekanı düzenlerken çevresel sorumlulukları, sosyal eşitliği, ekonomik canlılığı, kırsal politika yatırımlarını bir bütün olarak ele alan ve eyleme dönüştüren bir uzmanlık alanıdır. Köy tasarımı sadece yerleşim alanı, yapı (bina) ve çevresinin (peyzaj mekanı) düzenlenmesi değil aynı zamanda ulaşım sistemleri, yerleşim alanı içi ve çevresindeki alan kullanım seçeneklerini kurgulayan, yerel kimlik değerlerini (somut ve somut olmayan değerler) koruyan ve yaşatan, bütüncül ve sürdürülebilir stratejik koruma ve geliştirmeye yönelik organize etme, düzenleme ve uygulamayı içeren eylemsel bir süreçtir.

Köy tasarımı bilimsel, sanatsal, ekolojik ve yerel kimlik yaklaşımı içinde tekil mesleki çalışma konusundan ziyade disiplinler arası veya disiplinler üstü bir "ortak'' platform konusu olarak ele alınmalıdır. Köy tasarımda hangi konuların hangi meslek grubu tarafında yapılacağı ve hangi ölçek boyutun da söz sahibi olacağı henüz bir netlik yoktur. Köy Tasarım Rehberleri için peyzaj mimarı, kent

plancısı, yapı mimarı, ziraat mühendisi, orman mühendisi, sosyolog, inşaat mühendisi, ulaşım uzmanı, iç mimar, ekonomist, tarihçi, ekolog, arkeolog, sanat tarihçisi vb. mesleki disiplinler yer almalıdır.

"Köy Tasarım Rehberleri'' için yapılacak süreçte şu aşamalardan oluşabilir;

1.aşama **Hazırlık ve Vizyon Aşaması**: Bu aşamada, proje konusunun tanımlanması, kentsel tasarım hedef ve sınırlarının belirlenmesi, alana ilişkin sorunlar ve stratejilerin tanımlanması, proje ekibinin oluşturulması, strateji ve kaynakların belirlenmesi, proje yönetim planının oluşturulması, atölye çalışmasının tanımlanması, paydaşlarla iletişim ve katılım sağlanması, *köy insanlarının mekansal talep ve eğilimleri* gibi konular dikkate alınır.

2.aşama **Bağlam ve Analizler**: Alanın üst ölçekte kırsal planlama ile ilişkisi, köy kimliği ve yerel karakterin tanımlanması, hedefe yönelik toplumsal, mekânsal ve doğal çevreye ilişkin veriler elde edilmesi, sayısal altlık paftaların oluşturulması, kaynak analizlerin yapılması, koruma ve kullanıma yönelik yapı ve peyzaj mekanları ile ulaşım alanların tanımlanması vb çalışmalar gerçekleştirilir.

3.aşama **Köy Tasarım Karar ve İlkeler**: Köy tasarım stratejik eylemler; Çevre düzeni planı ve uygulama imar planları ve diğer üst planlarla ile ilişkilendirilmesi, köy, mahalle, sokak, yapı (bina) ve obje detayında doku, kullanım, yoğunluk, donatı ilişkisi, yapı malzemesi, enerji, doğa ve ekoloji, algılama ve imaj ile kent kimliği ve önceliklendirme, yapı adası biçimlendirilmesi, parsel ilişkisi, ulaşım ve erişebilirlik, açık ve yeşil alan sistemleri, kamusal örüntü, sokak iyileştirme (sağlıklaştırma), alt ve üst yapı ilişkileri, yapı ve peyzaj koruma yaklaşımları, *çevresel sistemler, mekan güvenliği, köy yönetişimi ve politikaları, köy gıda sistemi, tarım, hayvancılık ve ormancılık üretim deseni ve sistemleri, Agroforestry sistemleri, tarım, hayvancılık ve ormancılık odaklı küçük tesisler, köy bilgi sistemi, köy ekonomisi, köy enerji sistemi, kamusal ve özel mekanlar, köy insanlarının mekansal talep ve eğilimleri, köy tasarım stratejileri vb*. konularda oluşturulacak seçenekler ve kararlarla bütüncül konsept geliştirilir.

4.aşama **Mekânsal Detaylandırma**: Bu aşamada yapı adaları, ara yüzler, peyzaj mekânları, yeşil doku ve peyzaj örüntüsü, yapı (bina) kitlesi, boyut ve ölçekleri, yapı çevresi, köy mobilyaları, sanat objeleri ve ögeleri, yapı malzemeleri, alt ve üst yapı ilişkileri, erişebilirlik vb. detaylar geliştirilir.

5.aşama **Kontrol ve İzleme**: Köy tasarım kavramsal şema ve kentsel tasarım rehberlerindeki ilkeler ve yönlendirmeler ile köy projelerin ilişkisinin doğru kurulup kurulmadığının kontrolü ve izlenmesi, tasarım uygulama projeleri için fon ve kaynakların tanımlanması, performans değerlendirme ölçütlerinin oluşturulması, paydaşların eylemsel görev ve sorumlulukların belirlenmesi tanıtım ve sürdürülebilir katılım stratejilerin geliştirilmesi vb işlemler öngörülmelidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizde planlama ve tasarım kuramları ve pratikleri açısından kent ve kırı birbirinden ayrı tutulması veya bağımsız olması söz konusu değildir ve birbiriyle ilişki ve etkileşimleri bağlamında bir bütünlük içinde kurgulanması gerekmektedir. Ancak günümüz uygulamalarında planlama ve tasarım kavramları kent kavramı üzerinden yapılmakta ve kırsal alanlar özellikle köyler göz ardı edilmekte veya dikkate alınmamaktadır.

Köy yerleşimleri de doğal ve kültürel peyzajın ve karakterin bütünleştiği kendine özgü kimlikle oluşan yerel yaşam mekanlarıdır. Bu alanlarda yaşayan insanlarının mevcut geçim kaynaklarını sürdürülebilir bir şekilde geliştirmeleri, yaşanabilir ve kaliteli mekanların oluşturulması insani ve yasal bir zorunluluktur. Bu nedenle köy tasarımı aslında kent tasarımından ayrı olarak yerel kimlik, özellik ve

eylem ilişkisinde kurgulanmalıdır. Böylece oluşturulacak mekan tasarımının nesnel özellikleri yerel kimlik değerlerinin özünü içerecektir.

Mekân ve kimlik arasındaki karşılıklı ilişki ve etkileşim mekana sahiplenme, kendileme, aidiyet gibi duygularla görünür hale gelmekte bu duygular yaşanılan mekâna kimlikten birtakım özellikler ve anlamlar yüklemektedir. Bu durum merak etme, takdir etme, tatmin olma, hayranlık duyma ve farkındalık oluşturma gibi sonuçlara yol açabilecektir.

Köy tasarımında yerel kimliğin belirlenmesinde yerelin sahip olduğu doğal ve kültürel değerlerin tespiti için çok yönlü envanter ve sörvey (alan çalışması) çalışmasını gerektirmektedir. Yapılacak SWOT analizi ile güçlü yönlerinin belirlenmesi aslında bir yerde yerel kimliğinin de tanımlanması demektir. Belirlenecek kimlik değerlerin yöre insanları ve diğer ilgili paydaşlar üzerinde bilişsel, duyusal ve görsel algının oluşturduğu imaj, anlam ve izlerin belirlenmesi için puanlama tekniği kullanılarak sıralama yapılması ve objektif bir şekilde öncelikli kimlik değerlerin tespiti mümkündür. Kimlik değerleri önceliklendirmesi zamanla değişme özelliğinde olacağı için köy tasarım rehberinin 10 yılda bir revize edilecek şekilde kimlik değerlerin belirlenmesi revize edilmesi büyük yarar sağlayacaktır. Köy tasarım rehberlerinde kimlik değerlerin belirlenmesi ve önceliklendirmesi kadar bu değerlerin korunması, yaşatılması ve nesilden nesille aktarılmasına yönelik eylemlerin tanımlanması da gerekmektedir.

Köy tasarım rehberleri oluşturulurken her köyün yerel kimlik ve özgün karakterine uygun bir şekilde yapılmalı ve tek tip modelden kesinlikle kaçınılmalıdır.

KAYNAKLAR

ANONİM, (2015), "Kastamonu/ Küre Ersizler Köy Tasarım Rehberi", Erişim tarihi: 18.03.2018. https://kirsalplanlamavetasarim.files.wordpress.com.

ANONİM, (2016), "Kentsel Tasarım Rehberi", Cilt-1-2-3, Erişim tarihi: 16.05.2018. http://webdosya.csb.gov.tr.

ANONİM, (2017), "Yerel Yönetimler İçin Kentsel Tasarım Rehberi Hazırlama El Kitabı", Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Mekansal Planlama Genel Müdürlüğü, Ankara www.csb.gov.tr.

ARAN, S. (1975), "Peyzaj Mimarisi Temel Prensipleri", Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarisi Bölümü, Ziraat Fakültesi Yayınları, Ders Kitabı: 635, 198, Ankara.

ASLAN, F. (2018), "Kırsal Kalkınma ve Kırsal Alan Kavramları", Erişim Tarihi: 02.03.2018. https://econominal.org/kirsal-kalkinma-ve-kirsal-alan-kavramlari/.

AYDEMİR, E. (2010), "Yöresel Mimari ve Kırsal Dokunun Korunması: Artvin, Şavşat, Balıklı Mahallesi Örneği", Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

ÇELİK, Z. (2006), "Türkiye'de Kırsal Planlama Politikalarının Geliştirilmesi", Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

ÇETİNKAYA, G., UZUN, O. (2014), "Peyzaj Planlama", İstanbul: Birsen Yayınevi.

ÇÖREK ÖZTAŞ, Ç., KARAASLAN, Ş. (2017), "Türkiye'de Kırsal Planlama ve Farklı Ülkelere Ait Kırsal Planlama Örnekleri", Urban Academy, Rewieved Journal of Urban Culture and Management, Volume: 10 Issue: 4, Winter 2017.

DİRİK, H. (2005), "Kırsal peyzaj (planlama ve uygulama ilkeleri) ", İstanbul: İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi, Yayın No:4559-486.

EMİNAĞAOĞLU, Z., ÇEVİK, S. (2007), "Kırsal Yerleşimlere İlişkin Tasarım Politikaları ve Araçları", Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, Cilt 22,No 1,ss. 157- 162

ERDEM, M. (2012). "Kırsal Yerleşim Peyzaj Kimlik Özelliklerinin Tespiti, Korunması ve Geliştirilmesine Yönelik Değerlendirme Matrisi Önerisi", Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

GÜL, A. (2000), "Peyzaj - İnsan İlişkisi ve Peyzaj Mimarlığı", Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri A(1): 97-114.

GÜL, A., BOSTAN, Ç. (2018), "Kentsel Tasarım Çalışmalarında İnterdisiplinler Arası İşbirliği", Uluslararası Kentleşme ve Çevre Sorunları Sempozyumu, S499-506, 2018.

GÜLEÇ SOLAK, S. (2017), "Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış", MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2017 Cilt: 6 Sayı: 1 s.13- 37. ISSN: 1624-7215.

KOÇ, N., ŞAHİN, Ş. (1999), "Kırsal peyzaj planlaması", Ankara: Ankara üniversitesi Ziraat Fakültesi, Yayın No: 1509(463).

KÖSE, Y. (2016), "Kırsal Yerleşim Peyzaj Karakter Analizi ve Değerlendirmesi: Ankara – Çankaya İlçesi Evciler Mahallesi Örneği" Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

KUT GÖRGÜN, E. YÖRÜR, N. (2018). "Kırsal Yerleşmelerde Özgün Dokunun Korunmasında Bir Araç Olarak Köy Tasarım Rehberleri: Ödemiş Bademli Örneği". Tüba-Ked, 17/2018.

NALBANTOĞLU, H. Ü. (2008), "Nedir Mekân Dedikleri, Zaman-Mekân", (Yayına Hazırlayanlar: Ayşe Şentürer, Şafak Ural, Özlem Berber, Funda Uz Sönmez), YEM Yayın, İstanbul.

ÖĞDÜL, H., KAP YÜCEL, S., D., ÖKTEM ÜNSAL, B., AKSÜMER, G. (2013), "Kırsal Yerleşmeler ve Planlama Sorunları", Kırsal Planlama Üzerine Tartışmalar 1999-2009. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları, 764, ISBN: 978-975-6264-77-5.

ÖĞDÜL, H., OLGUN, I. (2015), "Köylerin Kırsal Kimliğinin Korunmasında Yeni Bir Araç: Köy Tasarım Rehberi", Güney Mimarlık Dergisi (19), 22-27.

ÖZHANCI, E., YILMAZ, H. (2017), "Köy Ölçeğinde Yerel Değerler ve Kırsal Alan Kimliği Analizi: Bayburt Örneği", 929-930. doi: 10.26466/opus.341215.

ŞAHİN, Ş., PERÇİN, H., KURUM, E., UZUN, O. VE BİLGİLİ, C. (2013). "Bölge - Alt Bölge (İl) Ölçeğinde Peyzaj Karakter Analizi ve Değerlendirmesi Ulusal Teknik Kılavuzu", Müşteri Kurumların T.C. İçişleri Bakanlığı, T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı olduğu, T.C. Ankara Üniversitesinin Yürütücü Kuruluş olduğu ve TÜBİTAK KAMAG 1007 Programı 109G074 Nolu PEYZAJ-44 Projenin Çıktısı, 148 Sayfa, Ankara.

T.C. ÇEVRE VE ŞEHİRCİLİK BAKANLIĞI, (2018). "Kırsal Alanda Yöresel Mimari Özelliklerine Uygun Konut Projeleri", 05 Mayıs 2018, http://yapiisleri.csb.gov.tr/kirsal-alanda-yoresel-mimari-ozelliklerineuygun-konut-projeleri-i-4605.

URL- ANONİM, (2018), "Kırsal Kalkınma Nedir?", Erişim Tarihi: 02.03.2018. https://www.kirsalcevre.org.tr.

USLU, A., CENGİZ, T., KİPER, DOKUMACI, T. (2004). "Avrupa'da ve Türkiye'de Yapılan Kırsal Planlama Çalışmalarında Peyzaj Mimarlığı'nın Yeri", TMMO Peyzaj Mimarlar Odası, Peyzaj Mimarlığı II. Kongresi, S83-95, 2004.

UZUN, O., MÜDERRİSOĞLU, H., DEMİR, Z., GÜNDÜZ, S., KAYA, L. G., GÜLTEKİN, P.(2018), "Kırsal Mekanların Planlanmasında Peyzaj Kalitesi Kavramı: Yeşilırmak Havzası Örneği" The Concept of Landscape Quality in the Planning of Rural Spaces: Yeşilırmak Basin Example.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yükseköğretim Kalite Güvencesi Sürecinin Önemi Ve Peyzaj Mimarlığı Programı Örneğinde Ölçütlerin İrdelenmesi

Full Text / Tam Metin

Çağla BOSTAN [1] Atila GÜL[2]

Özet

2000'li yıllarda yükseköğretim kurumlarında nicel büyümenin yerini artık nitel ve kalite öncellikli gelişmeler yerini almıştır. Özellikle üniversitelerin ve bölümlerin ulusal ve uluslararası tanınabildiğini ve eğitimdeki hizmet kalitesinin kıyaslanabilmesi ve kalitenin sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için yükseköğretim kurumu çeşitli adımlar atmıştır. Bu adımların en önemlisi ise Bologna sürecine gidilmesidir. Özellikle Bologna süreci, akreditasyon kavramının tanınması ve uygulanması konusunda önemli bir gelişmedir.

Ülkemizde peyzaj mimarlığı Yükseköğretim veren programlar farklı fakülteler çatısı altında (Mimarlık, Güzel Sanatlar, Ziraat, Orman ve Mühendislik Fakültesi) toplandığı görülmektedir. Bu kapsamda her bir bölümün kendi misyon ve vizyonu doğrultusunda izlediği eğitim bu bölümden mezun olan kişilerin elde ettiği bilgi ve beceri açısından büyük farklılıklara sebebiyet vermektedir. Bu durum çeşitlilik olarak görünse de peyzaj mimarlığı programları için aslında karmaşaya sebebiyet vermektedir. Belirli kalite standartlarının oluşturulması ancak akreditasyon standartlarının tanımlanması ve oluşturulması ile mümkündür. Bu kapsamda Peyzaj Mimarlığı Programı'nın vizyon ve misyonunun, öğretim ve eğitim, araştırma ve geliştirme, izleme, denetleme ve değerlendirme gibi süreçlerinin tümünü kapsayan konularının uluslararası standartlara ulaşabilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için "Akreditasyon Ölçütlerinin" tanımlanması ve uygulanmasını zorunlu hale getirmiştir.

Bu çalışmanın temel amacı, ulusal boyutta peyzaj mimarlığı eğitimi veren Yükseköğretim kurumlarının kalite standartlarını olumsuz etkileyen sorunlarına değinilmiştir. Bu sorunların çözülmesi, peyzaj mimarlığı programları için belirli bir kalite güvencesinin oluşturulması ve kalitenin standartlarının güvencesi olan akreditasyon ölçütlerinin belirlenmesi için stratejik önerile getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler— *Akreditasyon, Kalite Standartları, Peyzaj Mimarlığı, Yüksek Öğretim*

THE EFFECTS OF ACCREDITATION PROCESS ON THE QUALITY OF LANDSCAPE ARCHITECTURE

Abstract

In the 2000s, the quantitative growth of higher education was replaced by qualitative and qualitative priorities. Higher education institutions have taken various steps to ensure that universities and departments can be recognized nationally and internationally, that the quality of education services is comparable, and that the quality

[1] Doktorant, Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık, Planlama ve Tasarım, Türkiye, caglabostan15@gmail.com
2 Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı, Türkiye, atilagul@sdu.edu.tr

of sustainability is ensured. The most important of these steps is the Bologna Process. In particular, the Bologna process is an important development in the recognition and implementation of the accreditation concept.

Landscape architecture in our country Higher education programs under the umbrella of various faculties (Faculty of Architecture, Fine Arts, Agriculture, Forestry and Engineering) are observed. In this context, the training of each department, according to its mission and vision, leads to great differences in the knowledge and skills that graduates of this department acquire. Although this may seem like a variety, it confuses landscape architecture programs. The definition of certain quality standards is only possible through the definition and definition of accreditation standards. Within this framework, it has become compulsory to define and implement the araştırma accreditation criteria a to ensure that the issues become the vision and mission of the landscape architecture program, including all aspects of teaching and training, research and development, monitoring, inspection and assessment achieved and maintained by international standards.

The main objective of this study is to address the issues that negatively impact the quality standards of higher education institutions offering national education in landscape architecture. A strategic proposal has been made to address these issues, to set a specific quality assurance for landscape architecture programs and to set the accreditation criteria that will ensure quality standards.

Keywords— *Accreditation, Quality Standards, Landscape Architecture, Higher Education*

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Yükseköğretim Kurumları olarak faaliyet gösteren ve bilim yuvası olarak kabul gören üniversiteler bir ülkenin ve toplumun temellerini oluşturan, bütünlüğünü sağlayan ve gelişme sürecinde rol oynayan devletin en önemli yapı taşı sayılan evrensel kurumlarıdır. Üniversitelerin misyonu ve var oluş nedeni eğitim-öğretim, araştırma /geliştirme ve kamu hizmeti ekseninde olduğu kabul görmektedir. Bunun yanı sıra varoluşu ve yaşamı anlama ve anlamlandırma, entellektüel görüş sağlama, kültürel birikim sağlama, mesleki bilgi, beceri ve yetkinlik kazandırma sağlamaktadır. Günümüzde Yükseköğretim kurumları özü gereği, kurumsal özerklik ve akademik özgürlüğe sahip olması gereken kurumlardır. Bu bağlamda tüm üniversitelerde rekabet, saydamlık, hesap verebilirlik, güvenilir, kabul edilebilir ve tüm paydaş katılımının sağlanması kabul gören en temel yaklaşımlardır.

Yükseköğretimin temel amacı, öncelikli olarak bir meslek kazanımı veya meslek unvanı sağlamak olmamalıdır. Aksine, mevcut konu veya sorun karşısında sağlıklı bir analitik yaparak en ideal çözümleri üretme becerisine sahip, profesyonel ve etik standartları olan, bilgili, eğitimli, dayanışmacı, sorgulayıcı ve eleştirel düşünce yeteneklere sahip, üreten ve paylaşabilen, uzlaşmacı, takım çalışmasına yatkın, hoşgörülü, başkalarının görüş ve düşüncelerine değer veren, insana duyarlı ve mesleki hayat koşullarına hazırlıklı kişilerin yetişmesini amaçlamalıdır (Gül, ve ark. 2011).

Üniversitelerin tarihsel süreci incelendiğinde farklı vizyon ve misyon ile günümüze kadar ulaşması ve evrilmesi sonucu dünya üniversitelerinin en azından teorik anlamda, belirli düzeyde bir homojenliğe ulaştığı, aynı amaçlarla kurulduğu ve aynı idealleri paylaştığı söylenebilir. Bu homojen benzerlik aslında Orta Çağ Avrupa'sında 1088 yılında ilk üniversite olarak tarihe geçen Bologna Üniversitesi ve arkasından Paris (1150 yılında) ve Oxford Üniversitelerinin (1167 yılı) kurulması ile üniversite konsepti,

finans yapısı ve bakış açısı yaklaşımı ile tüm dünya üzerinde model teşkil ederek yaygınlaşarak etkili olduğu bilinmektedir.

Bu süreçten itibaren Üniversitelerin tarihi süreçte sorgulamaya müsaade etmeyen, sadece bilgi aktarımına ve öğretimine izin veren 1 nesil üniversiteden, öğretimin yanı sıra araştırmaya önem veren 2 nesil üniversiteler, ardından eğitim, araştırma ve bilgi birikiminin kullanımı ve özellikle girişimci yetiştirmeyi hedefleyen 3. nesil üniversiteler takip etmiştir. Bu süreç tam olgunlaşmadan Endüstri 4 çağına hızla girilmesi ile birlikte dış dünyaya açık endüstri ve toplum ile derin bağlantılı ekolojik üniversiteler olarak tanımlanabilecek 4 nesil üniversiteler ortaya çıkmıştır. Üniversite 4.0, aslında endüstri 4.0 a uygun ve entegre olarak bilimsel araştırmalar yapan, teknoloji üreten, insan kaynağı ve uzman mezunlar yetiştiren yeni bir anlayış olarak kabul görmektedir. Günümüz 4 nesil Üniversite anlayışında içselleşme ve işlevsellik ön planda olup, açık inovasyonu destekleyen, tüm paydaşlar ile birlikte bir ekosistem oluşturmaları, kişiye özel sürekli eğitime yönelmeleri, topluma ve endüstriye mükemmel bir biçimde entegre olmaları, dijitallik, eğitime erişimin kolaylaşması gerekmektedir (Dereli, 2019).

Ülkemizde sosyal, ekonomik, politik, teknolojik, hukuksal ve çevresel değişimler üniversitelere yönelik ihtiyaç, talep ve eğilimleri de çeşitlendirmiş ve baskıyı artırmıştır. Bu kapsamda üniversite ve mezun sayısını artırmak, yöre kalkınmasına katkıda bulunmak, politik ve yönetsel beklentileri karşılamak, talep çeşitliliğin artması vb nedenlerle üniversite ve yüksek okul sayısı açısından nicelik olarak çok ciddi artışlar göstermiştir. Günümüzde 129 adet Devlet üniversitesi, 72 adet Vakıf üniversitesi, 5 adet Vakıf MYO olmak üzere toplam 206 adet Üniversite sayısına ulaşılmıştır. Devlet üniversitelerinde toplam öğrenci sayısı 6.963.903, Vakıf üniversitesinin 589.307 adet, Vakıf MYO ise 7161 öğrenciye sahiptir (Günay ve Günay, 2017). Mevcut üniversitelerimizin sahip olduğu vizyon ve misyonu gereği söylem ve eylem boyutunda henüz 2 ci nesil sürecinde olduğu görülmektedir. Özellikle ilim ve bilgi kurumu olmaktan ziyade meslek diplomasının verildiği kurumlar haline dönüştüğü görülmektedir.

Üniversitelerin nicelik olarak giderek artması ve doygunluğa ulaşması bu kurumların verdiği eğitimdeki hizmet kalitesinin eğitim kalitesinin kıyaslanması, ulusal ve uluslararası tanınabilirlik ve entegrasyonun sorgulanır ve tartışılır hale getirmiştir. 2000'li yıllarından itibaren yatay ve sayısal büyümenin yerine nitelik ve kalitenin öncelikli olarak gündeme gelmesine yol açmıştır. Uluslararası düzeyde Yükseköğretim kalite standartlarının oluşturulabilmesi için en önemli adımlardan birisi Bologna Sürecidir. Bologna Bildirgesi ile Ülkemizde eğitimde kalite çalışmalarının başlamasına ve özellikle akreditasyon konusunun önemli hale gelmesine neden olmuştur.

Türkiye, Bologna Süreci'nde Yükseköğretim kalite güvence sistemini oluşturmak amacıyla 2005 yılında Yüksek Öğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Komisyonu (YÖDEK) kurulmuş ve Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Yönetmeliği yayımlanmıştır. 23 Temmuz 2015 tarihinde ise Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik çerçevesinde Yükseköğretim Kalite Kurulu oluşturulmuş ve buna göre, Yükseköğretim Kurumları, kendi kurumlarında uygulanacak iç ve dış kalite güvence sisteminin kurulması ve işletilmesi ile iç ve dış değerlendirme sürecinin bu konuda hazırlanacak uygulama esasları kapsamında yürütülmesini sağlamakla yükümlüdür. Kurumsal ölçekte kalite güvence sistemi yönetmelik kapsamında YÖK tarafından Üniversitelerin iç ve dış değerlendirme süreçleri başlamış olup devam etmektedir.

İÇ DEĞERLENDİRME; Bir yükseköğretim kurumunun, eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri ile idarî hizmetlerinin kalitesinin ve kurumsal kalite geliştirme çalışmalarının, ilgili yükseköğretim kurumunun görevlendireceği değerlendiriciler tarafından değerlendirilmesini içermektedir.

DIŞ DEĞERLENDİRME; Bir yükseköğretim kurumunun veya programının, eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri ile idarî hizmetlerinin kalitesinin, Yükseköğretim Kalite Kurulu tarafından yetkilendirilen dış değerlendiriciler veya Yükseköğretim Kurulunca tanınan, bağımsız Kalite Değerlendirme Tescil Belgesine sahip dış değerlendirme kuruluşları tarafından yürütülen dış değerlendirme sürecini ifade etmektedir. Dış denetleme Kurumun; Kurumsal özerkliğini koruyup, kullanabileceği ve Yükseköğrenim alanında rekabet avantajı olarak değerlendirebileceği Güçlü yönlerini, başarı hikayelerini ve iyileşmeye açık yönlerini tanımasını sağlayan bir süreçtir.

Yükseköğretimde kalite güvencesi, eğitim, araştırma ve yönetim kalitesinin geliştirilmesiyle ilgili bir konudur (Schwarz ve Westerheijden, 2007). Bu bağlamada YÖK tarafından Üniversitelerin kalite güvence sürecine hazırlanması ve dış değerlendirme ölçütlerine göre uygulamaya konulmasına yönelik sorumluluklar verilmiştir. Her yıl Kurumiçi iç değerlendirme raporunun hazırlanması zorunlu kılınmıştır. Buna göre Kurum ve birimlerin iç değerlendirme raporunda kurum/birim hakkında bilgiler, birim kalite güvence sistemi, eğitim ve öğretim, araştırma ve geliştirme, yönetim sistemi, sonuç ve değerlendirme başlıklarından oluşmaktadır.

Kurumsal dış değerlendirme süreci, kurumun kendi iç değerlendirme sürecinden de yararlanmak suretiyle Yükseköğretim Kalite Kurulu tarafından organize edilen bir değerlendirme takımı aracılığıyla değerlendirmesini kapsamaktadır. Bu süreç, program değerlendirmesi ve akreditasyonundan farklı olarak kurumun genel değerlendirmesi üzerine odaklıdır.

•Uluslararası kabul görmüş bir bakış açısıyla ulusal bir değerlendirme sürecidir.

•Kurumun kendisini tanımladığı vizyon /misyon ve stratejik hedeflerine uyumunu ölçmeye çalışan, "Sürekli iyileşme" yaklaşımını benimseyen bir değerlendirme sürecidir.

•Kurumun iç değerlendirme (Öz değerlendirme) aşamasına güçlü vurgu ile yapılan bir değerlendirmedir.

•Kurumun iç ve dış paydaşlarının görüşleri alınarak akran değerlendirme süreci ile değerlendirilmesini kapsar.

Ülkemizde Yükseköğretim ölçeğinde tüm programlarında olduğu gibi peyzaj mimarlığı programlarında kalite güvencesi ve akreditasyon konusunda çalışmaların yapılması büyük önem taşımaktadır. Peyzaj mimarlığı disiplini, mimarlık, beşeri, sosyal ve doğa bilimleri ile birlikte güzel sanatlar ve teknolojiye içeren ve birçok ana bileşenden oluşan disiplinler arası bir alandır. Çalışma konularının çok geniş ve çeşitlilik arz etmesi ve ülkemizde farklı fakülte bünyesinde bulunmasını da beraberinde getirmekte buda önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda her bir bölümde verilen eğitimin ve mezunların edindikleri bilgi ve beceriler açısından büyük farklılıklara yol açabilmektedir. Bu durum birçok kişi tarafından çeşitlilik olarak görülse de aslında aynı programdan mezun olan kişilerin bilgi ve beceri açısından farklı olması ve uygulamada mezunlar arasında bilgi çatışmasına, uyumsuzluğa eşitsizliğe ve karmaşıklığa da neden olabilmektedir.

Peyzaj Mimarlığı disiplini Mimarlık biliminin temel bileşenlerinden birisidir. Bu nedenle Peyzaj Mimarlığı eğitim ve öğretim çerçevesi ile mesleki çalışma konularının bütüncül olarak mimarlık

eğitim ve öğretimi ve meslek alanı ile ilişkilendirilmesi ve organize edilmesi mesleğin geleceği açısından büyük önem taşıyacaktır (Gül ve Bostan, 2018). Ülkemizde peyzaj mimarlığı eğitimi veren fakültelerde belirli asgari standartlarda bilgi ve becerilere sahip mezunlar verebilmesi ancak peyzaj mimarlığı programının akreditasyon standartlarına ulaşması ile mümkündür. Bu kapsamda Peyzaj Mimarlığı Programı'nın vizyon ve misyonunun, öğretim ve eğitim, araştırma ve geliştirme, izleme, denetleme ve değerlendirme gibi süreçlerinin tümünü kapsayan konularının uluslararası standartlara ulaşabilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için "Akreditasyon Ölçütlerinin" tanımlanması ve uygulanması ile mümkündür. Akredite olma kaliteli eğitim güvencesini sürdürülebilir hale getirerek, ilgili paydaşlara kendini kabul ettirebilme ve tanınabilirliğinin artırılması ile ulusal ve uluslararası rekabete ayak uydurabilmek mümkün olabilecektir.

Bu çalışmada, Yükseköğretimde kalite güvencesinin olmasının önemini, Peyzaj Mimarlığı Programı'nın sürdürülebilir kalite güvencesi ve akreditasyon sürecine yönelik önemi ve ölçütleri tartışmaya açılacak ve öneriler getirilecektir.

2. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE GÜVENCESİ SÜRECİ (QUALITY ASSURANCE PROCESS IN HIGHER EDUCATION)

Başlangıçta ürün, üretim ve yönetim süreçlerini, müşteriye odaklılık, sürekli iyileştirme, takım çalışması ve kalitenin süreçte kontrolü gibi ilkeleri dikkate alacak şekilde hizmette yönetim felsefesi olarak "Toplam Kalite Yönetimi" kullanılmıştır. Ancak eğitim-öğretim konusunun da hizmet sektörü olarak dikkate alındığında ulusal ve hatta uluslararası düzeyde sürekli bir iyileştirme ve geliştirilmesi için kalitenin ve öz değerlendirmenin önemli olduğu kabul görmüştür. Akademik kalitenin ne olduğuna dair değişik tarifler kullanılmıştır. Buna göre (Vlãsceanu vd., 2004);

1. Mükemmeliyet olarak kalite: Bu geleneksel ve seçkinci akademik yaklaşıma göre, akademik kalite ancak en iyi standartlar sayesinde ortaya çıkar.

2. Amaç için uygunluk olarak kalite (fitness for purpose): Bu kavram, genel olarak kabul edilen standartlara (örn. bir akreditasyon veya kalite güvencesi kuruluşunun standartları) uygunluğu öne çıkarır.

3. Amacın uygunluğu olarak kalite (fitness of purpose): Bu kavram, dışsal standartlara uygunluktan ziyade, kurumun kendisi için tayin ettiği hedef ve misyonu yeterli bir şekilde gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğine odaklanır.

4. İyileştirme olarak kalite: Bu kavram, kalıcı bir iyileştirme çabasının sürekliliğine odaklanır ve yükseköğretim kurumunun kurumsal özerkliğini en iyi şekilde kullanmasının sorumluluğunu vurgular. Akreditasyon kuruluşları genellikle, amaç için uygunluk tanımını esas alırlar. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde etkin bir kuruluş olan Yükseköğretim Akreditasyon Konseyi, kaliteyi "amaç için uygunluk" olarak tarif etmektedir (CHEA, 2001).

Bu bağlamda kalite güvencesi, yükseköğretim kurumlarının amaçları ve stratejilerine ulaşmak için ölçmeye dayalı bir iç denetim sistemi sağlamaktadır. Kalite güvence sistemi, Yükseköğretim Kurumlarının eğitim ve diğer aktivitelerinin kalitesi ile ilgili bir iç denetim mekanizması sağlamakta olup kurumun yönetimi, tüm etkinlikleri ve paydaşlarını kapsayacak şekilde düzenlenmektedir. Burada

üzerinde durulması gereken nokta, kalite güvencesinin öncelikle ilgili kurumun kendi bünyesinde, içyapısında ve işleyişinde kabul edilmesi, içselleştirilmesi ve kurumsal bir kültüre dönüştürülmesidir.

Kalite Güvencesi; Bir yükseköğretim kurumunun veya programının, iç ve dış kalite standartları ile uyumlu kalite ve performans süreçlerini tam olarak yerine getirdiğine dair güvence sağlayabilmek için yapılan tüm planlı ve sistemli işlemleri ifade eder.

Uluslararası düzeyde Yükseköğretim kalite standartlarının oluşturulabilmesi için 1999 yılında 47 Avrupa üye ülkesinin katıldığı ve imzaladığı Bologna Bildirgesi ile ortaya çıkan Bologna Süreci, üniversitelerde uluslararası kalite oluşumu için atılan en önemli adımlardan birisidir. Yükseköğretimde ulusal düzeydeki zenginliğin ve çeşitliliğin korunması koşuluyla, Avrupa genelinde belirli temel çerçeveler açısından bir bütünlüğün ve uyumun yakalanması amaçlanmıştır. Hedefler arasında; kurumların ve programların değerlendirilmesi, öğrenci ve öğretim elemanlarının hareketliliği, derecelerin tanınırlığı, karşılaştırılabilir süreçlerin geliştirilmesi, eğitimde fırsat eşitliği yaratılması, yaşam boyu öğrenme, akreditasyon sistemlerinin oluşturulması, kalite güvencesi sağlanmasına yönelik uygulamalar ve uluslararası ağların oluşturulmasına yönelik pek çok konu yer almıştır (YÖK, 2018). Ayrıca, YÖK tarafından Yükseköğretim ile kazandırılması hedeflenen asgari bilgi, beceri ve yeterlilikleri tarif eden Türk Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi geliştirilmiştir (Çabuk, 2018).

Kalite güvencesi, genel olarak kalite standartlarının karşılandığını tespit etmek için bir projenin/hizmetin/kurumun çeşitli yönlerinin sistematik olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi olarak tanımlanır. Ancak, yükseköğretim göz önüne alındığında kaliteyi tanımlamak veya kalitenin kabul edilmiş tek bir tanımını bulmak oldukça zordur. Yükseköğretimde kalite güvencesi de farklı bağlamlara göre farklı bir şekilde tanımlanabilmektedir. Ancak, tüm bu farklılıklara rağmen kalite güvencesinin daima iki amacı yani hesap verebilirlik (accountability) ve iyileştirmeyi (improvement) içerdiği belirtilmektedir (Özer ve ark., 2011).

Türkiye, Bologna Süreci'nde 2005 yılında Yükseköğretim kalite güvence sistemini oluşturmak amacıyla Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Komisyonu (YÖDEK) kurulmuştur. Bu tarihten itibaren nitelikten ziyade nicelik gelişme devam etmiştir. Yükseköğretim Kurumlarımızda eğitim-öğretim, araştırma faaliyetleri ile idarî hizmetlerinin iç ve dış kalite güvencesi, akreditasyon süreçleri ve bağımsız dış değerlendirme kurumlarının yetkilendirilmesi süreçlerini ve bu kapsamda tanımlanan görev, yetki ve sorumluluklara ilişkin esasları düzenleme amacıyla 23 Temmuz 2015 tarihinde Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği yürürlüğe girmiştir. Bu yönetmelik çerçevesinde Yükseköğretim Kalite Kurulu oluşturulmuştur. Bu yönetmeliğe göre, Yükseköğretim Kurumları, kendi kurumlarında uygulanacak iç ve dış kalite güvence sisteminin kurulması ve işletilmesi ile iç ve dış değerlendirme sürecinin bu konuda hazırlanacak uygulama esasları kapsamında yürütülmesini sağlamakla yükümlüdür.

Yükseköğretim Kalite Kurulu'nun idari ve mali yapısı ile işleyişine ilişkin hususlar, 7033 sayılı *"Sanayinin Geliştirilmesi ve Üretimin Desteklenmesi Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"*ile 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'na eklenen Ek Madde 35 hükümlerine göre yeniden düzenlenmiştir ve 1 Temmuz 2017 tarihli ve 30111 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanmıştır. Söz konusu yasal düzenleme ile Yükseköğretim Kalite Kurulu idari ve mali özerkliğe sahip, kamu tüzel kişiliğini haiz ve özel bütçeli bir yapı haline gelmiştir (http://www.yok.gov.tr/web/kalitekurulu). Türk Yükseköğretiminde kalite güvence sistemi

periyodik olarak öz (iç) ve dış değerlendirme süreçlerine bağlı olarak yürütülmektedir. Bu süreçler aynı zamanda öğrenim çıktılarının kalitesini ölçümlemek, standartları tespit etmek ve akreditasyon sağlama amacıyla da düzenlenmiştir. 23 Temmuz 2015 tarihli Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliğine göre üniversitelerin en çok beş yılda bir dış değerlendirme yapılması gerekmektedir.

3. YÜKSEKÖĞRETİMDE AKREDİTASYON KAVRAMI VE ROLÜ (ACCREDITATION CONCEPT AND ROLE IN HIGHER EDUCATION)

Akreditasyon, Latince "ad" (birisine) ve "credere" (güvenmek) sözcüklerinden türetilmiş bir sözcüktür. Güvenilir, inanılır olduğunu belirtme, itimat etme, güvenilir olmanın izlenmesi, yine Fransızca "accrediter = akredite" kelimesi ile ifade edilir. Akreditasyon birçok ülkede ve birçok sektörde topluma sunulan program ve hizmetlerin niteliğinin sistematik bir yaklaşımla güvence altına alınması için geliştirilen bir yöntemdir. Akreditasyon sadece kalite güvencesini elde etmek için bir amaç değil, aynı zamanda çağdaş eğitimi yakalamak ve korumak için gerekli değişimleri belirlemekte yararlanılabilecek bir araç olarak düşünülmelidir (Erkuş, 2009).

Genel olarak "**Akreditasyon kavramı**", uygunluk değerlendirme kuruluşlarının ulusal veya uluslararası kabul görmüş teknik ölçütlere ve standartlara göre faaliyet gösterdiğinin ilgili otorite tarafın onaylanması ve düzenli aralıklarla denetlenmesi süreci olarak tanımlanabilir. Akreditasyonun kavramsal karşılığı aslında "itimat etme" dir. Akreditasyon, bir mesleğin başarı ile icra edilmesinde gerekli olacak asgari gereklilikleri ortaya koyan bir kalite güvence sistemi olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, akreditasyonun amacı, eğitimde asgari koşullar sağlanmak koşuluyla çeşitliliğin ve iyileştirilmelerin sağlanmasıdır.

Akreditasyon; bir yükseköğretim kurumunun ya da yükseköğretim kurumu tarafından uygulanmakta olan programın, ulusal ve/veya uluslararası düzeyde belirli performans standartlarına (kalite, verimlilik, etkinlik vs.) sahip olduğunu ortaya koymayı amaçlayan, böylece yükseköğretime talepte bulunanlar ve aynı zamanda kamuoyu nezdinde güven tesis etmeye yönelik bir sistemdir. Akreditasyon, hem yükseköğretim kurumunun kendi kendini dönemsel olarak değerlendirmesine, hem de kurum dışı bağımsız ajanslar tarafından dönemsel olarak değerlendirilmesine olanak sağlayan gönüllü bir kalite güvence sistemidir (Çabuk, 2010).

Akreditasyon yükseköğretimde kalite iyileştirme amacıyla, yaygın olarak kullanılan yaklaşımlardan birisidir. Akreditasyonun temel işlevi, kamu adına kabul edilebilecek kalite ve performans standartlarını saptaması açısından, kalite öz güvencesi olmasıdır. Diğer temel işlev, harici değerlendirme yoluyla öğretim kurumları ve programların iyileştirilmesine katkı nedeniyle, kalite iyileştirilmesidir (Melek, 2003). Bir başka ifadeyle, yükseköğretimde akreditasyon, akademik kalitenin iyileştirilmesi, saydamlık ve hesap verme sorumluluğunun aracıdır (Erkuş,2009). Kavak (1999), Yükseköğretimdeki akreditasyonun başlıca amaçları arasında; eğitimin kalitesinin yükseltilmesi, sürekli bir iç ve dış denetim mekanizmasının geliştirilmesi, öğrenci, toplum ve işverenlere eğitimin asgari standartlara uygun yürütüldüğüne dair güvencenin verilmesi, yükseköğretimin her kademedeki çalışanının uygun seviyelerde kalite geliştirme çalışmalarına katılımının sağlanması ve yükseköğretimde öğrenci seçme sistemini geliştirmeye yönelik önerilerde bulunulması gibi konuların yer aldığını bildirmektedir.

Özetle, Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği ile Birimlerin ve Programların Akreditasyon konusunda gerekli ölçütleri veya koşulları sağlama konusu zorunlu hale gelmiştir. Bu bağlamda yükseköğretimde akreditasyonun sağlayacağı başlıca yararları "saydamlık" ,"hesap verme

sorumluluğu" ve "kalite güvencesi" olarak ifade edilmektedir. Bunun dışında, akreditasyonun yükseköğretime sağlayacağı başlıca yararları şu şekilde özetlenebilir (Aktan ve Gencel,2010):

Akreditasyonun sağladığı tanınma (recognition) imkânıyla, öğrenciler ve tüm paydaşlar eğitim kurumlarının mükemmeliyet standartlarını sağlayıp sağlamadığı konusunda bilgi sahibi olurlar,

Akreditasyon, özel sektöre kaliteli insan gücü istihdamı yönünden kolaylıklar ve dahası güven sağlar. İşverenler, iş başvurusunda bulunan kişinin mezun olduğu okulun akademik kalite düzeyini kolaylıkla araştırabilirler ve bu onlar için bir güven oluşturur.

Akreditasyon, yükseköğretim kurumları arasında kredi transferi işlemlerini kolaylaştırır,

Akreditasyon, kaliteyi güvence altına alır,

Bazı ülkelerde yükseköğretim kurumlarına yapılacak devlet yardımı için akreditasyon ön koşul olarak gereklidir. Bu bakımdan, akreditasyon, devlet fonlarına erişim imkânı sağlar,

Akreditasyon, yükseköğretim kurumları arasında öğrenci ve öğretim elemanlarının değişim programlarının uygulanmasını kolaylaştırır,

Yükseköğretim kurumlarının saygın bir kuruluş tarafından akredite edilmesi, veli ve öğretmenlerin okula yönelik güvenini arttırır,

Akreditasyon, yükseköğretim kurumlarında çalışanlara sorunları ortaya koyma ve çözüm üretme olanağını verir ve çalışanların süreçlere katılımını teşvik eder,

Akreditasyon, yükseköğretim kurumlarında kurum içi iletişimi geliştirir,

Akreditasyon, kuruma dışarıdan detaylı, tarafsız bir değerlendirme olanağını sağlar,

Akreditasyon, kuruma, gelecekle ilgili planlama olanağı sağlar,

Akreditasyon, üst yönetime ve idarecilere önceliklerin tespitinde yol gösterir,

Akreditasyon, uluslararası derece ve diplomalar arasında uyum sağlar; derece ve diplomaların kalitesini ve geçerliğini karşılaştırmayı kolaylaştırır; ulusal ve kültürel değerlerin transferini destekler; Akreditasyon, ulusal eğitim sistemiyle uluslararası sistem arasında yaşanabilecek uyum sorunlarını ortadan kaldırır,

Akreditasyon, yükseköğretimin uluslararası ve kültürler-arası işbirliğini sağlar,

Akreditasyon, yükseköğretim kurumlarında mali yönetimin ve bütçe sürecinin iyileştirilmesine olanak sağlar,

Akreditasyon, kurum politikaların belgelendirilmesini ve prosedürlerin geliştirilmesini teşvik eder.

4. PEYZAJ MİMARLIĞI PROGRAMLARI KALİTE GÜVENCESİ VE AKREDİTASYON SÜREÇLERİ (LANDSCAPE ARCHITECTURE PROGRAMS QUALITY ASSURANCE AND ACCREDITATION PROCESSES)

Akademik kalite, değişik şekillerde ele alınmaktadır: a) Kalite, ancak en iyi standartlar sayesinde ortaya çıkar. b) Kalite, kabul edilen standartlara uygunluk ölçüsünde ortaya çıkar. c) Kalite, yükseköğretim kurumunun kendisi için tayin ettiği hedef ve misyonu ne derece gerçekleştirdiğiyle ilişkilidir. d) Kalite, kurumsal özerklik çerçevesinde iyileştirme çabasının sürekliliğidir. Ülkemizde Yükseköğretim Kalite güvence sisteminin önemi, söylem ve eylem boyutu;

Yükseköğretim kurumları olarak bilinen üniversiteler nicelik olarak plansız ve misyonsuz bir şekilde artış göstermesi sonucu kalitenin ön plana çıkması

Öğrenci artışları ile birlikte tek tip ve klasik konsepte Üniversitelerin yaygınlaşması ve finansman sıkıntılarının artması,

Nicelik olarak artan üniversitelerde ulusal ve uluslararası rekabet etme kapasitesinin yetersiz olması kalite güvencesini ön plana çıkarması,

Yabancı öğrenci sayısının artması ile birlikte tercih için üniversitelerde uluslararası kabul edilebilir, diploma denkliği ve kalite güvencesinin önem kazanması,

Uluslararası akademik hareketliliğin giderek artması, dış kaynaklı projelerin finansı için Akademik kalitenin ön plana çıkması,

Ülkemizde kurumsal ve program bağlamında yeterli ve gerekli mevcut durum analizi yapılmadan Bologna süreci gibi Kalite güvence sisteminin de dışarıdan ithal edilmesi sonucu kalitenin anlayış olarak gelişmediği, üst ölçekten dikte edildiği, alt ölçekte henüz farkındalığın veya önceliğin olmadığı ve kültürel bir pratiğe dönüşmediği görülmektedir. Bu durum yeni bir bürokratik yük oluşturması,

Genel olarak eğitimde ve de özel olarak yükseköğretimde karmaşık olan yapı nedeniyle, kalitenin ne olduğu ve nasıl ölçüleceği konusunda herhangi bir uzlaşı ve göstergenin olmaması,

Ülkemizdeki üniversitelerin tek tip konumunda olması ve ilgili programların ülkede ne kadar ihtiyacı olduğu, mezunlarının istihdam edilebilirlikleri veya işlendirme durumları dikkate alınmadan program açılması ve YÖK tarafından kontenjanların sürekli artırılması sonucu eğitim ve öğretim kalitesi olumsuz etkilenmesi,

Bazı bölümlerde öğrenci sayısının aşırı artırılması, fiziki mekan kapasitelerinin yetersiz kalması, öğretim elamanlarının yetersiz olması gibi olumsuz faktörlerin sürdürülebilir kalite ve akredite olmayı olumsuz yönde etkilemesi vb. olarak özetlenebilir.

Yükseköğretim kalite güvencesi sadece kurumları (Üniversiteleri) değil aynı zamanda birimleri (Fakülteleri) ve programları (Bölümler) da yakından ilgilendirmektedir. Bu bağlamda Peyzaj Mimarlığı (PM) programlarının kalite güvencesi sürecini gerçekleştirmesi ve akredite olmayı zorunlu kılmaktadır. PM disiplini hem bilim hem de sanat dalı olarak kabul görmektedir Günümüzde yaşanan değişim ve gelişim çevre/insan sağlığı ve kamu yararı yönünden, artan mesleki sorumlulukları da beraberinde getirmektedir. PM mekânsal planlama, tasarım, koruma, onarım ve yönetimi konusunda etkili ve yetkili

olabilecek çok çeşitlilik arz edebilen meslek disiplinidir. Başka deyişle doğal ve yapılı çevrelerin araştırma, planlama, tasarım ve yönetimine bilimsel ve sanatsal ilkeleri uygulayan bir meslektir. Böylece doğal ve kültürel mekanların oluşturulması, korunması ve sürdürülebilir yönetimi ile yararlı, estetik, güvenli, kaliteli ve zevkli amaçlar sunmaya çalışır. Bu amaçla Ar Ge ve Tasarım faaliyetlerine söylem ve eylem boyutunda önemli ölçüde katkı sağlayabileceği ve etkin rol oynayabilecek konumdadır. (Gül ve ark. 2018).

Mesleğin karmaşık yapısı, peyzaj mimarlarının Yükseköğretim boyunca aldıkları lisans ve lisansüstü eğitimde bilgi, beceri ve yetkinliklerin kazandırılmasında istenilen yeterlilikte olması arzu edilmektedir. Ülkemizde peyzaj mimarlığı programları üniversitelerin çeşitli fakültelerin (Mimarlık, Güzel Sanatlar, Ziraat, Orman Fakültesi) bünyesinde toplanmıştır. Bu yönden bakıldığında peyzaj mimarlığı programından mezun olan bireylerin farklı Yükseköğretim Kurumlarının kendi kalite anlayışında mezun olmalarına rağmen aynı kalitede eğitim alamamaları uluslararası, ulusal ve kurumlar arası çatışmalara da sebebiyet vermesinin yanı sıra ulusal boyutta Peyzaj Mimarlığı programının eğitimdeki kalite ve akreditasyon anlayışı boyutunda tartışmalara hatta bireysel kaygılara yol açabilmektedir.

Akreditasyon, bir mesleğin başarı ile icra edilmesinde gerekli olacak asgari gereklilikleri ortaya koyan bir kalite güvence sistemidir. Dolayısıyla, akreditasyonun amacı, eğitimde asgari koşullar sağlanmak koşuluyla çeşitliliğin ve iyileştirilmelerin sağlanmasıdır (Çabuk, 2018). Ülkemizde peyzaj mimarlığı eğitimi veren fakültelerde belirli asgari standartlarda bilgi ve becerilere sahip mezunlar verebilmesi için "Akreditasyon Ölçütlerinin" tanımlanması ve uygulanması ile ancak mümkün olacaktır. Bu önem ve ihtiyaçtan yola çıkarak peyzaj mimarlığı eğitiminin kalitesini arttırmak amacıyla ABD başta olmak üzere pek çok ülkede asgari kalite standartları tanımlanmış ve akreditasyon uygulamaları geliştirilmiştir. Bu çerçevede (Çabuk, 2018).

American Society of Landscape Architects (ASLA): Amerikan Peyzaj Mimarları Topluluğu bünyesinde kurulmuş olan Peyzaj Mimarlığı Akreditasyon Kurulu (Landscape Architecture Accreditation Board-LAAB), ABD'deki peyzaj mimarlığı programlarını akredite etmektedir.

Canadian Society of Landscape Architects Accreditation Council (CSLA): Kanada'daki Peyzaj Mimarları Akreditasyon Konseyi Topluluğudur.

Landscape Institute (LI): İngiltere'deki Peyzaj Enstitüsü akredite etmektedir.

Australian Institute of Landscape Architects – (AILA): Avustralya Peyzaj Mimarları Enstitüsü akredite etmektedir.

Akkreditierungsverbund für Studiengänge der Architektur und Planung - ASAP): Almanya'daki Mimarlık ve Planlama Programları Akreditasyon Kuruluşudur.

Bunun dışında uluslararası seviyede, Avrupa Peyzaj Mimarlığı Okulları Konseyi (European Council of Landscape Architecture Schools - ECLAS), LE:NOTRE (Peyzaj Eğitimi: Avrupa'da Yeni Öğretim ve Araştırma Fırsatları) Tematik Ağı, Uluslararası Peyzaj Mimarları Federasyonu (International Federation of Landscape Architects – IFLA), Avrupa Peyzaj Mimarlığı Okulları Konseyi (European Council of Landscape Architecture Schools - ECLAS) gibi kuruluşlar peyzaj mimarlığı eğitiminin geliştirilmesine, eğitimdeki asgari gerekliliklerin tanımlanmasına, peyzaj mimarlığı eğitimlerinde kalite güvencesi

oluşturulmaya yönelik sistemlerin tarif edilmesine yönelik önemli çalışmalar ve işbirlikleri gerçekleştirmektedir.

IFLA, UNESCO işbirliği ile oluşturduğu "UNESCO/IFLA Peyzaj Mimarlığı Eğitimi Anlaşması" (2005) kapsamında peyzaj mimarlığı eğitiminin gerekliliklerini ve hedeflerini ortaya koymuş, 2012 yılında paydaş geribildirimleri doğrultusunda bu dokümanı güncellemiştir. IFLA tarafından onaylanan bir diğer önemli doküman ise "Akreditasyon veya Tanınırlık için Kılavuz Doküman" (2008) olmuştur. Bu kılavuz vasıtasıyla peyzaj mimarlığı programlarının tanınırlığı ve akreditasyonu için temel ilkeler ortaya koyulmuştur.

PM Bölümünün akreditasyon ölçütlerini belirlenmesi için ulusal ve uluslararası kurumlarının akreditasyon ölçütleri ile Türkiye'de ilk tam tanınırlık/akreditasyon olan İTÜ Peyzaj Mimarlığı Bölümünün akreditasyon ölçütleri de incelenerek karşılaştırılmış ve Peyzaj mimarlığı programı için toplam yedi ana başlık altında akreditasyon ölçütleri önerilmiştir (Bostan, 2018). Bu ölçütler şunlardır;

1. Programın Genel Özellikleri (1.1. Programın Tarihçesi (Fakültenin Tarihçesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümünün Tarihçesi) 1.2. Peyzaj Mimarlığı Programın Hedef ve Misyonu)

2. Eğitim Programı ve Akademik Müfredat (2.1. Müfredat Çerçevesi)

3. Öğrenciler (3.1. Öğrenci Performansı 3.2. Mezuniyet İstatistikleri)

4. Öğretim Elemanları

5. Kaynaklar (5.1. Finansal Kaynaklar 5.2. Fiziksel Kaynaklar ve kapasite)

6. Kurum ve Toplumla İlişkiler

7. Uluslararası İlişkiler (7.1. Değişim programları)

Peyzaj Mimarlığı Eğitimi Program Çıktıları: Peyzaj Mimarlığı Bölümü eğitim çıktılarını belirleyebilmek için başta ulusal akreditasyon kurumu olan MİAK'ın ve uluslararası peyzaj mimarlığı eğitimde akreditasyon sağlayan LABB, IFLA, EFLA, MİAK ve İTÜ Peyzaj Mimarlığı Bölümünün program öğrenme çıktıları incelenmiştir Le: Notre Projesi kapsamında Peyzaj Mimarlığının 12 alt disiplini için oluşturulan çalışma grupları, proje ile ilgili çalışmalarını; Peyzaj Planlama, Peyzaj Tasarımı, Peyzaj Yönetimi, Kültürel Peyzaj, Kentsel Açık Alanlar, Vejetasyon ve Bitki materyali, Tarih ve Koruma, Malzeme ve Konstrüksiyon, Mesleki Uygulamalar, Altyapı Projeleri, Bilgi Teknolojileri, Kuram ve Yöntem başlıkları altında sürdürmektedir.

LABB, IFLA, EFLA, MİAK ve İTÜ eğitim çıktılarına bakıldığında peyzaj mimarlığı eğitimi veren bölümlerin eğitim sonucu öğrencilere vermesi gereken bilgi, beceri ve yetkinliklerin yer aldığı program çıktıları yedi başlık altında önerilmiştir (Bostan, 2018);

1. Peyzaj Planlama ve Peyzaj Tasarımı,

2. Bilim, Teori, Felsefe, Kültürel Sistemler ve Görsel Sanatlar

3. Doğal Sistemler, Ekoloji, Doğa Koruma, Çevre, Tarih, Kültürel Miras Değerleri ve Koruma,

4. Sürdürülebilirlik, Peyzaj onarımı

5. Bitki Materyali, Üretim, Yetiştirme, Uygulama, Pazarlama ve Teknolojisi

6. Peyzaj Mühendisliği, Yapı, Materyal, Malzeme, Metot, Teknoloji ve Uygulama

7. Bilgi Teknolojisi, Bilgisayar Uygulamaları ve Dijital programlar

8. Hukuk, Yönetim, Politika, Sosyal, Ekonomi, Etik ve Uygulamaları

Bu bağlamda Peyzaj Mimarlığı programları ulusal ve uluslararası ölçekte kalite standartlarını bütüncül olarak garantilemek ve bunu ilgili tüm paydaşlarına kanıtlamak zorundadır. Ülkemizde pek çok yasal ihlale karşı karşıya kalan, hakları göz ardı edilen ve birçok alanda önemli roller oynayacakken ikinci plana atılan peyzaj mimarlarını yasal ve yönetsel haklarının korunması hatta iş bulma konusunda önemli ölçüde kolaylıklar sağlayacaktır (Gül ve Bostan, 2018).

4.1. Peyzaj Mimarlığı Programlarında Kaliteyi Güvencesi Ve Akreditasyon Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar veya Eksiklikler (Landscape Architecture Programs Problems or deficiencies in the Quality Assurance and Accreditation Process)

PM akademik ortamda kalite güvencesi ve akreditasyon açısından öneminin henüz farkına varılamaması, eksik veya yanlış algıların olması. (Örneğin akredite olunması durumunda PM programlarının tek kalıba sokulacağı endişesi vb.).

Ülkemizde PM bölümleri arasında ilk olarak İTU Mim. Fak. PM Bölümü uluslararası ölçekte IFLA tarafından akredite olmuş bölüm olup ulusal ölçekte akredite olmuş başka bölüm

bulunmamaktadır. Ancak 2018 yılından itibaren ulusal ölçekte akredite edebilecek yeni dernek ve kurullar oluşturulmuş ve bu konuda çalışmalar yürütülmektedir.

PM programlarının vizyon ve misyonu kurum veya birimin vizyon ve misyonu ile ilişkilendirilmemiştir.

PM bölümlerinde topluma karşı hesap verebilirlik mekanizmaları yetersizdir.

Program müfredatının (Eğitim Programının) belirlenmesinde iç ve dış paydaşların talep ve eğilimleri dikkate alınmamaktadır.

4.2. Peyzaj Mimarlığı Programının Kalite Güvencesi Altına Alınması ve Akredite Olması İçin Öngörülen Ölçütler ve Stratejik Öneriler (Landscape Architecture Program Quality Assurance and Predictive Criteria and Strategic Recommendations)

A-Eğitim ve Öğretim Kalite Güvencesi Ölçütleri:

Programların Tasarımı ve Onayı

Programlar, hedeflenen öğrenme çıktıları da dâhil olmak üzere, amaçlarına uygun olarak tasarlanmalıdır.

Programın sonucu olan yeterlilikler, programa uygun seviyedeki Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikleri Çerçevesi yeterliliklerini de kapsayacak şekilde tanımlanmalı ve ilgili paydaşlara duyurulmalıdır

Program vizyonu (hedefler) ve misyonu (görevler) Kurum ve Birimin vizyon ve misyonu ile uyumlu ve aynı doğrultuda olmalıdır. Ders müfredatı, Program vizyonu ve misyonu ile uyumlu olmalıdır.

İç ve dış paydaş analizi yapılmalıdır.

Programların belirlenmesinde ve yeterliliklerinin (mezun bilgi, beceri ve yetkinlikleri) tanımlanmasında öğrenci katılımı yeterince sağlanmalıdır. *(İlgili komisyonlarda öğrenci temsili yer almalıdır).*

Programların eğitim amaçları ve kazanımları kamuoyuna açık bir şekilde ilan edilmelidir.(*Web sayfasından Lisans ve Lisansüstü programların program bilgi paketleri, Ders bilgi paketleri ile program bilgi paketlerinin ilişkilendirilmesi*

Öğrencilerin yurt içinde ve yurt dışındaki staj ve işyeri eğitimi gibi kurum dışı deneyim edinmeleri için *staj yönergesi* gibi süreçler tanımlanmalıdır.

Öğrenme çıktıları artık, yükseköğretim kurumlarının hem iç kalite güvence sistemlerinde hem de dış kalite değerlendirmelerinde yer almaktadır.

Öğrenme çıktılarının öğrenci ve iş piyasası temsilcilerinden alınacak geri besleme ile belirlenmesi ve buna dayalı olarak müfredatların yeniden oluşturulması, belirli aralıklarla güncellenmeli ve ilgili kurullardan onaylanarak eyleme dönüştürülmelidir.

Lisans programında öğrenci kontenjanlarının öğretim üyesi sayısı ile ilişkilendirilmeli ve belli bir standart getirilmelidir. Örneğin öğretim üyesine düşen öğrenci sayısı ortalama 7 veya 8 olacak şekilde sınıf mevcudu minumum 20- maksimum 30 olmalıdır.

Öğrencilerin mesleki ve sosyal gelişimlerine yardımcı olmak için Kariyer Günleri düzenlenmelidir.

Ders uygulama ve Teknik gezi sayısı artırılmalıdır.

Program güncellemelerinde kültürel derinlik kazanımına yönelik ve farklı disiplinleri tanıma fırsatı veren seçmeli dersler; paydaş görüşleri ve güncel konular dikkate alınarak programlara eklenmeli, öğrenciler bu dersleri almak için yönlendirilmelidir.

Her sınıfa Akademik danışman atanmalıdır. Bu akademik danışman öğrencilerinin eğitim amaçları, AKTS, Kalite güvencesi, program akreditasyonu gibi konularda farkındalık ve beklenti düzeylerinin artırılması, kariyer planlama ve yönetimi, başarı düzeyinin yönetimi, mağduriyetlerin önlenmesi gibi katkılar sağlamalıdır.

b) Öğrenci Merkezli Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme

Programda öğrencilerin öğrenim sürecinde aktif rol almalarını teşvik edecek şekilde yürütülmeli ve öğrencilere doğru, adil ve tutarlı "başarı ölçme ve değerlendirme" yapılmalıdır.

Programda yer alan derslerin iş yüküne dayalı kredi değerleri (AKTS) belirlenmelidir.

Programda öğrencilerin aktif rol almaları teşvik edilmelidir. Örneğin öğrencilerin ders ile *ilgili düşüncelerinin anketle değerlendirilmesi vb).*

Öğrencilere Öğretim elemanları tarafından danışmanlık desteği sağlanmalı ve belgelendirilmelidir.

Özel durumlu öğrenciler (Mülteciler, engelli veya uluslararası öğrenciler gibi) için anketle görüşlerin alınması, özel etkinlikler düzenlenmesi, mekânsal imkanlar sunulması vb hizmetler verilmelidir.

Bölümde özel yaklaşım gerektiren öğrenciler (engelli) için danışma masası oluşturulmalıdır.

Öğrenciler için burs verilmesi le ilgili burs imkanları, yönerge vb imkanlar sunulmalıdır.

Başarı ölçme ve değerlendirme yöntemi (BDY) hedeflenen ders öğrenme çıktılarına ulaşıldığını ölçebilecek şekilde tasarlanmalıdır.

Öğrencinin derslerdeki başarılı olma durumu ve öğrencinin mezuniyet koşulları şeffaf ve tanımlı süreçlerle kararlar verilmeli, yeterli ve düzenli olarak bilgilendirilmelidir.

Öğrencinin devamsızlığı veya sınava girmeyi engelleyen haklı ve geçerli nedenlerin oluşması durumunu kapsayan açık düzenlemeler yönergede yer almalıdır.

c) Öğrencinin Kabulü ve Gelişimi, Tanınma ve Sertifikalandırma

Programa öğrenci kabullerinde açık ve tutarlı kriterler uygulanmalıdır.

Öğrencilerin program tercih sırası, programı bitirme süresi, başarısızlık oranı, program değiştirme oranı gibi ölçütlerin değerlendirilmesi gibi akademik gelişimini ölçülebilir yöntemler kullanılmalıdır.

Programda veya birimde öğrencilerin kişisel gelişimlerine yönelik rehberlik ve psikolojik danışmanlık servisleri oluşturulmalıdır.

d) Eğitim-Öğretim Kadrosu

Öğretim elemanlarının kadro verilmesi, atama ve yükseltilme kriterleri ve süreçleri yönerge ile tanımlanmalıdır.

Kurum dışından ders vermek üzere öğretim elemanı seçimi, görevlendirme ve davet edilme usulleri yönerge ile veya kurul kararları ile gerçekleştirilmelidir.

Programdaki ders görevlendirmeleri öğretim elemanının yetkinlikleri (çalışma alanı/akademik uzmanlık alanı bilgi birikimi vb.) ile ders içeriklerinin örtüşecek şekilde çeşitli kriterler belirlenmelidir. (Örneğin derslerin Anabilim dalı bazında verilmesi vb).

Eğitim-öğretim kadrosunun mesleki gelişimlerini sürdürmek ve öğretim becerilerini iyileştirmek için Yurt içi ve yurt dışı bilimsel etkinliklere katılım, görevlendirme talepleri teşvik edilmeli ve desteklenmelidir.

Başarılı ve aktif öğretim elemanlarına destek veya ödül sistemi tanımlanmalıdır.

Ayrıca öğretim elemanları Üniversite bünyesinde düzenlenen hizmet içi eğitimlere katılım için yönlendirilmeli, yürütülen projeler desteklenmelidir.

Bölüm dersleri için ders kitabı veya ders notu materyallerin hazırlanması teşvik edilmelidir. Destek ve yardımcı kitap kaynaklarının Fakülte veya kurumsal kütüphaneden sağlanmalıdır.

Görsel ders sunum materyalleri hazırlanmalı ve standart hale getirilmelidir.

e)Öğrenme Kaynakları, Erişilebilirlik ve Destekler

Programdaki öğrencilere sunulan öğrenme kaynaklarını (kütüphane hizmetleri ve iletişim altyapısı gibi), birim veya kurum tarafından planlı faaliyetlerle sağlamalıdır.

Özel durumlu öğrencilere (engelli veya uluslararası öğrenciler gibi) yeterli ve kolay öğrenme imkânları ile ulaşılır veya erişebilir mekan imkanı sağlanmalıdır.

Finansal kaynakların dağılımı şeffaf ve hesap verilebilirlik ilkesiyle gerçekleştirilmelidir. (Devlet katkısı, döner sermaye, öz kaynaklar, SKS gelirleri, açık/uzaktan eğitim öğretim gelirleri, yaz okulu, araştırma kaynakları vb.).

Öğrenci gelişimine yönelik sosyal, kültürel, sportif faaliyetler gerçekleştirilmelidir. Üniversite Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı tarafından desteklenmelidir.

Öğrencilerin kullanımına yönelik yemekhane, yurt gibi tesis ve alt yapılar Üniversitemiz Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı tarafından sağlanmalıdır.

Bölümde bilgisayar laboratuvar ve uygulama laboratuvarı ile çalışma alanları ve sosyal ortamlar oluşturulmalıdır.

f) Programların Sürekli İzlenmesi ve Güncellenmesi

Dış paydaşların (işveren, iş dünyası ve meslek örgütü temsilcileri, mezunlar, vb.) sürece katılımı sağlanarak programın gözden geçirilmesi ve değerlendirilmesi yapılmalıdır. (Paydaş analiz raporları)

Katkı veren paydaşların kimler olduğu ve karar verme sürecinde hangi aşamalara katılacağı belirlenmelidir.

Değerlendirme sonuçları, programın güncellenmesi ve sürekli iyileştirilmesi için kullanılmalıdır.

Yapılan iyileştirmeler ve değişiklikler konusunda tüm paydaşlar toplantılar veya web sayfasından vb bilgilendirilmelidir.

Mezunların işe yerleşme oranlarının yıllara göre düzenli olarak takip edilmeli ve yıllar içindeki değişim göz önüne alarak iyileştirme çalışmaları yürütülmelidir.

B-Araştırma ve Geliştirme Kalite Güvencesi

a)Programın Araştırma Stratejisi ve Hedefleri

Program, yerel/bölgesel/ulusal kalkınma hedefleriyle kendi araştırma stratejileri arasında bir bağ kurmalıdır.

Programın vizyon ve misyonuna uygun, katma değer üretebilen ve toplumsal faydaya dönüştürülebilecek araştırma ve geliştirme faaliyetlerini öncelikli stratejik çerçeve belirlemelidir.

Araştırma ve geliştirme faaliyetleri düzenli aralıklarla gözden geçirilmelidir.

Araştırma faaliyetlerinin diğer akademik faaliyetler (eğitim, öğretim, topluma hizmet) arasındaki yeri tanımlanmalıdır.

Yapılan araştırmaların sosyo ekonomik kültürel dokuya katkısı teşvik edilmelidir.

b) Programın Araştırma Kaynakları

Program, araştırma ve geliştirme faaliyetleri için Kurumun fiziki altyapı ve mali kaynaklarını etkin şekilde kullanımına yönelik politikalara ve stratejilere sahip olmalıdır. (Kurumun araştırma politikaları, iç ve dış paydaşlarla işbirliğini ve kurum dışı fonlardan yararlanmayı teşvik etmelidir.)

Program dış paydaşlarla işbirliği çerçevesinde Kurum dışı araştırma kaynaklarının temini (proje desteği, bağış, sponsorluk vb.) için teşvik edilmeli ve kaynaklar etkin bir şekilde kullanmalıdır. (Dış destek bilgilendirme toplantılarının sıklığı ve sayısı belgelendirilmelidir.)

Değerlendirme yılı içinde tamamlanan ya da devam eden araştırma faaliyetlerinin sonuçlarını (çıktılarını) veya kısa vadede beklenen sonuçları izlenmeli ve değerlendirilmelidir.

Araştırma sonuçları bilimsel toplantılar, paydaşların davet edildiği fuarlar, kariyer günleri, proje günleri vb. paylaşılmalıdır.

c) Kurumun Araştırma Kadrosu

Akademik alımlar için yönetmelikler, kriterler-Atama ve yükseltilme kriterleri dikkate alınmalıdır.

Araştırma kadrosunun yetkinliği ölçülmeli ve değerlendirilmelidir.

Araştırma kadrosunun yetkinliğinin geliştirilmesi ve iyileştirmesi için yeterli olanaklar sağlanmalıdır. (BAP Destekleri, kongre, proje vb.)

Araştırma kadrosu; araştırma, teknoloji geliştirme veya sanat faaliyetleri araştırma performansı teşvik edilmelidir.

d)Kurumun Araştırma Performansının İzlenmesi ve İyileştirilmesi

Programın mevcut araştırma faaliyetleri belirlenen hedefleriyle uyumlu olmalı, araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin etkinlik düzeyi/performansı verilere dayalı ve periyodik olarak ölçülmeli ve değerlendirilmelidir. (Yıllık Faaliyet raporlarının değerlendirilmesi, sonuçların yer aldığı raporlar)

Araştırma faaliyetlerine yönelik olarak yapılan değerlendirmelerin sonuçları yayımlanmalıdır. (İç izlem-Kurum adresli yayınlar-proje-tez vb. Doktora verileri)

Ar-Ge çalışmaları Bölge, ülke ve dünya ölçeğinde izlenmeli ve değerlendirilmelidir. (Ranking sistemleri-QS, Times Higher Education URAP vb.)

C-Yönetim ve İdari Yapı Kalite Güvencesi

a)Yönetim ve İdari Birimlerin Yapısı

Programın Akademik Teşkilat Yönetmeliği dışında Akademik Çalışma Komisyonlar oluşturulmalı, görev ve sorumluluklar tanımlanmalı ve yönetime tüm akademik personelinin katılımı sağlanmalıdır.

Bölüm ve Anabilim Dalı Kurullarının düzenli olarak toplanması ve katılımın sağlanması, Araştırma görevlileri ve öğrenci temsilcilerinin de yer alması sağlanmalıdır.

Bölümde İdari ve destek servislerinin görev, yetkinlik ve sorumlulukları, her bir işin akış şeması ve süreçleri tanımlanmalıdır.

Akademik ve İdari personelin hizmet içi seminer ve toplantılar yapılmalıdır.

Kalite Güvence Sistemi denetim mekanizması oluşturulmalıdır.

b)Kaynakların Yönetimi: insan kaynakları, mali kaynakları ile taşınır ve taşınmaz kaynaklarının tümünü etkin ve verimli kullandığını güvence altına almak üzere bir yönetim sistemine sahip olmalıdır

c)Bilgi Yönetimi Sistemi

Bölüm yönetsel ve her türlü faaliyetlerin güvence altına alabilmek üzere gerekli bilgi ve verileri periyodik olarak toplamalı, analiz etmeli, raporlamalı, paylaşmalı ve süreçlerini iyileştirmek üzere kullanmalıdır.

Öğrencilerin demografik bilgileri, gelişimi ve başarı oranı, program memnuniyeti vb. bilgileri toplamalı ve rapor haline getirmelidir.

Mezunların; istihdam oranları ve istihdamın sektörel dağılımı, nitelikleri, vb. bilgileri kapsayacak şekilde mezun izleme bilgi sistemi oluşturulmalıdır.

Ar-Ge faaliyetlerine yönelik olarak araştırma kadrosunun; ulusal/uluslararası dış kaynaklı proje sayısı ve bütçesi, yayımlarının nicelik ve niteliği, aldığı patentler, sanat eserleri vb. bilgileri her yıl rapor haline getirilmeli ve paylaşılmalıdır.

Toplanan verilerin güvenliği ve gizliliği (kişisel bilgiler gibi gizlilik gerektiren verilerin güvenliği ve üçüncü şahıslarla paylaşılmaması) ve güvenilirliği (somut ve objektif olması) uygun yöntemlerle sağlanmalıdır.

d) Kurum Dışından Tedarik Edilen Hizmetlerin Kalitesi

Program dışarıdan aldığı destek hizmetlerinin uygunluğunu, kalitesini ve sürekliliğini güvence altına almalıdır. Kurum dışından alınan idari ve/veya destek hizmetlerinin tedarik sürecine ilişkin ölçütler belirlenmelidir.

Kurum dışından alınan bu hizmetlerin uygunluğu, kalitesi ve sürekliliği güvence altına alınmalıdır.

e) Kamuoyunu Bilgilendirme

Program eğitim-öğretim programlarını ve araştırma-geliştirme faaliyetlerini de içerecek şekilde tüm faaliyetleri hakkındaki bilgileri açık, doğru, güncel ve kolay ulaşılabilir şekilde yayımlamalı ve kamuoyunu bilgilendirmelidir.

Bölüm veya Fakülte WEB sayfalarında Bölüm ile ilgili haber ve faaliyetler paylaşılmalıdır.

Birimi veya Bölümü tanıtan güncel afiş-broşür-dergi vs. gibi materyaller üretilmelidir.

f)Yönetimin Etkinliği ve Hesap Verebilirliği

Bölüm yönetimi verimliliğini ölçüp değerlendirebilen ve hesap verebilirliklerini sağlayan yaklaşımlara sahip olmalıdır.

Yönetimin her konuda tüm öğretim elemanlarını bilgilendirmelidir.

Bölüm akademik ve idari personelle yapılacak periyodik görüşmelerle yönetim performansı değerlendirilmelidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizdeki Üniversitelerin nicelik olarak istenilen sayıya ve doygunluğa ulaştığı ve bu güne kadar ihmal edilen kalitenin daha fazla önem verilmesi gerektiği farkına varılmıştır. Bununla birlikte YÖK tarafından üniversitelerin ulusal ve uluslararası rekabet, tanınabilirlik ve entegrasyonu için nitelikli ve kaliteli yükseköğretim sürecini başlatmış ve hızlı bir şekilde eyleme dönüştürdüğü görülmüştür. Bu bağlamda Yükseköğretim kalite güvence sisteminin oluşturulması için YÖK tarafından iç ve dış değerlendirme raporları zorunlu hale getirilmiştir. Aslında Yükseköğretim kalite güvencesi süreci kapsamında yapılan iç ve dış değerlendirme ölçütleri, aslında akreditasyon sürecini içine alan daha geniş bir perspektife sahip bir süreçtir. Akreditasyon birçok ülkede ve birçok sektörde topluma sunulan program ve hizmetlerin niteliğinin sistematik bir yaklaşımla güvence altına alınması için geliştirilen bir yöntemdir. Aslında Avrupa ve Amerika'da özel üniversitelerin devlet üniversiteleri kalitesinin düzeyinde olması ve çağdaş eğitimi yakalaması ve koruması için yararlanılmış bir araçtır. Günümüzdeki tüm programların (bölümlerin) kalite güvencesinin sürdürülebilir olabilmesi için dış değerlendirme ölçütlerini karşılaması durumunda aslında akreditasyon sürecine gerek kalmayacaktır.

Ülkemizde kurum ve programların akredite olması konusunda zorunluluk olarak dikte edilmektedir. Bir yandan kalite güvencesi konusunda yapılması zorunlu olan dış değerlendirme ölçütlerinin sağlanması istenirken diğer yandan programların akredite olması istenmektedir. Bu durum ciddi anlamda karmaşıklığa ve zaman kaybına yolacaktır. Diğer yandan Ülkemizdeki her bir programın Ulusal ölçekte akredite edecek ajans ve kuruluş bulunmamaktadır. Buna karşın programları akredite edecek dernek, ajans veya kuruluşların hızlı bir şekilde artma eğilimi gösterecektir. Bu durum dernekler veya ajanslar tarafından yapılacak olan akredite sürecinin tamamen ticarileşmesine ve ayrıştırmasına yol açacağı ve özellikle süreklilik arz etmeyeceği düşünülmektedir.

Günümüzde YÖK asli görevlerinden birisi Kurumların denetlemek ve izlemektir. Bu bağlamda YÖK tarafından oluşturulan Yüksek Kalite Kurulları Üniversiteleri Dış değerlendirme açısından izlemeye başlamıştır. Bu bağlamda kalite güvencesi olarak dış denetleme kriterleri dikkate alınarak Birim (fakülte) ve programların (bölümler) izlenmesi ve kontrol edilmesi mümkündür. YÖK tarafından Doçentlik Bilim Temel Alanları başlıklarına göre (Mimarlık, Planlama ve Tasarım Temel Alanı, Ziraat, Orman ve Su Ürünleri Temel Alanı, Mühendislik Temel Alanı vb) oluşturulacak Kalite Kurulları ile birim ve programların birlikte dış değerlendirme ve akredite edilmesi daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Peyzaj mimarlığı programlarının kalite güvencesi standartlarını sahip olabilmesi için yukarıda verilen kalite ölçütlerini yerine getirmesi, yeniliklere açık olması, kendini geliştirmesi, iç ve dış paydaşlara kanıtlaması ve denetlenmeye hazır olması gerekmektedir. Bu bağlamda PM programları ulusal ve uluslararası ölçekte kalite standartlarını bütüncül olarak garantilemek ve bunu ilgili tüm paydaşlarına kanıtlamak zorundadır. Bu sayede programın kalite anlamında

tanınması mümkün olabilecektir. Aynı zamanda programdan mezun olan bireylerin ulusal ve uluslararası platformlarda kendilerinin tanınmasının da bir aracı olacaktır.

KAYNAKLAR

AKTAN, C. C., GENCEL, U. (2010), "Yükseköğretimde Akreditasyon. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri" Dergisi, 2 (2), Issn: 1309 -8039.

BOSTAN, Ç. (2018), "Peyzaj Mimarlığı Öğretiminde Akreditasyon Olma Sürecinin İrdelenmesi (SDÜ Peyzaj Mimarlığı Bölümü Örneğinde) ",Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Isparta

ÇABUK, S. N. (2010), "Peyzaj Mimarlığı Eğitiminde Kalite Yönetimi ve Akreditasyon: Ülkesel Bir Model Önerisi", Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 226s, Ankara.

ÇABUK, S.N. (2018), "Peyzaj mimarlığı eğitiminde kalite yönetimi ve akreditasyon", Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi, 2018, 1:1, 9-19.

DERELİ, T. (2019), 4. Nesil Üniversite: Üniversite 4.0. Mimar ve Mühendis Dergisi, Sayı105, Ocak-Şubat 2019, 30-31.

ERKUŞ, L. (2009), "Eğitim Fakültelerinin Akreditasyon Sürecine Hazır Olma Durumuna İlişkin Öğretim Elemanlarının Görüşlerinin Değerlendirilmesi", Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 146s, Kırıkkale.

GENCEL, U. (2001), "Türkiye'de Yükseköğretim Hizmetlerinin Sunumunda Toplam Kalite Yönetimi Ve Akreditasyon", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulamaları, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,187s,İzmir.

GÜL, A. ÖRÜCÜ, Ö.K., ERASLAN Ş. (2011), "Mezun peyzaj mimarlarının eğitim ve öğretimden beklentileri", SDU Orman Fakültesi Dergisi, Cilt 12, Sayı 2 (2011), s 131-140, Isparta.

GÜL. A., BOSTAN, Ç. (2018), Peyzaj Mimarlığı Programına Yönelik Ulusal ve Uluslararası Akreditasyon Ölçütlerinin Karşılaştırılması ve İrdelenmesi". II. Peyzaj Mimarlığı Eğitim Öğretim Çalıştayı.

GÜNAY, D., GÜNAY, A. (2017), "Türkiye 'de Yükseköğretimin tarihsel gelişimi ve mevcut durumu, niceliksel gelişmeler". Yükseköğretim Dergisi, 3,7-20.

KAVAK, Y. (1999), "Öğretmen eğitiminde yeni bir yaklaşıma doğru: standartlar ve akreditasyon. Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi", 19(19), 313-324. http://dergipark.ulakbim.gov.tr

MELEK, M. (2003), "Yükseköğretim Kurumlarında Kalite Yöntemi, Akreditasyon ve Bir Vakıf Üniversitesinde Kalite Kontrol Aracı Olarak Geri Bildirimlerinden Yararlanmaya Yönelik Bir Çalışma", İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimeler Enstitüsü, Doktora Tezi, 216s, İstanbul.

ÖZER, M., GÜR, B. S., KÜÇÜKCAN, T. (2011), "Kalite Güvencesi: Türkiye Yükseköğretimi için Stratejik Tercihler", Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 1(2).

PEKER, Ö. (1996), "Eğitimde Kalite ve Akreditasyon". Amme İdaresi Dergisi, 29(4), 20-32.

SCHWARZ, S., WESTERHEİJDEN, D.F. (2007), "Preface. S. Schwarz ve D. F. Westerheijden (Ed.), Accreditation in the Framework of Evaluation Activities: A Comparative Study in the European Higher Education Area", 1-4, Springer

ŞAHİN, Ş., UZUN, O., CENGİZ, T., ÇAKCI, I., MEMLUK, M., YİĞİT, B. (2005), "Ankara Üniversitesi'nde Peyzaj Mimarlığı Eğitiminin Yeniden Yapılanması, Basılmamış Eğitim Komisyonu raporu", Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Ankara.

YÜKSEK ÖĞRENİM KALİTE GÜVENCESİ YÖNETMELİĞİ (2015), Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Resmi Gazete Tarih/Sayı: 15.07.2015/29423, Ankara.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

İhracat Finansmanında En çok Kullanılan Yöntemlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Full Text / Tam Metin

İsmail Metin[1], Füsun Küçükbay[2]

Özet

Giriş*: Türkiye 2018 yılında 168 Milyar ABD Doları tutarında ihracat yapmıştır. Yapılan ihracatın finansmanı konusunda firmalar farklı yöntemler kullanmaktadırlar. Bu yöntemler arasında öz kaynak finansmanı, Eximbank kredileri, Faktoring, Forfaiting, Leasing ve ticari banka kredileri vb. yer almaktadır.* ***Amaç****: Bu çalışmada amaç firmaların ihracat finansmanında en çok kullandıkları yöntemleri ve ihracat finansmanını belirlerken dikkate aldıkları kriterleri belirlemektir.* ***Yöntem:*** *Bu amaçla Manisa OSB'deki firmalara en çok kullandıkları yöntem ile ilgili sorular yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir.* ***Bulgular:*** *Firmaların ihracat finansmanında en çok önem verdikleri kriterler maliyet, süre ve kolaylık; en çok kullanılan ihracat finansman yöntemi ise bankalar, özkaynak finansmanı ve Türk Eximbank kredileri olmuştur. Bu çalışma ile literatüre ve uygulayıcılara katkı sağlanması beklenmektedir.*

Anahtar Kelimeler— *İhracat Finansmanı, İhracat, Çok Kriterli Karar Verme*

A Research pertaining to the determination of the most frequently used methods in financing of export

Abstract

Introduction: *In 2018, Turkey realized 168 billion USA Dollars export. Firms use different the financing methods for financing export. Some of these methods are the equity, Eximbank loans, Factoring, Forfaiting and commercial bank loans.* ***Aim:*** *The aim of this study is to determine the most frequentlly used financing methods in export finance and the criteria that they take into consideration while selecting the financing method.* ***Method:*** *With this aim, semi-structured interviews were executed with the firms in Manisa Organized Industrial Site (OSB) by directing them questions concerning their most frequently used method.* ***Findings:*** *The criteria that the firms give the most importance to have been cost, duration and ease whereas the most frequently used export method have been banks, equity financing and Turkish Eximbank credits. It is expected to make a significant contribution to both the practitioners and the literature with the help of this study.*

Keywords— Export Finance, Export, Multi Criteria Decision Making

JEL Classification Codes:,*B17, C83, F49*

[1] Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ekonomi ve Finans Bölümü, Şehit Prof. Dr. İlhan Varank Kampüsü, 45140, Yunusemre, Manisa, TÜRKİYE 0236-2013912 dr.i.metin@gmail.com

2 Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ekonomi ve Finans Bölümü, Şehit Prof. Dr. İlhan Varank kampüsü, 45140, Yunusemre, Manisa, TÜRKİYE 0236-2013913 fusun.kucukbay@cbu.edu.tr

1. GİRİŞ

İhracat, yeni küresel rekabet ortamında hükümetler arasında ekonomik refah için merkezi bir strateji olarak değerlendirilmektedir (Picha vd, 2014). Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu yıllarda ithal ikameci politikalar uygulansa da, 1980 yılı itibariyle ihracata yönelik sanayileşme stratejisi benimsenmiş ve ihracata öncelik verilmeye başlanmıştır (Akcan ve Metin, 2018). 1980 yılında 2,9 milyar ABD Doları ihracat yapılırken 2018 yılında bu rakam 168 milyar ABD Dolarını aşmıştır.

İhracat yapan firmalar uluslararası ihtisas fuarları, arama motorları, işletmeden işletmeye (B2B) elektronik ticaret, işadamları dernekleri, ticaret müşavirlikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri ve sosyal medya (Metin ve Öztemiz, 2018) aracılığı ile her yıl yeni pazarlar ve yeni müşteriler bularak ihracatlarını artırmaya çalışmaktadır. Bu noktada yapılmakta olan ihracatın finansmanı işletmeler açısından önemli bir konuma gelmektedir.

Yapılan ihracatın finansmanı konusunda firmalar farklı yöntemler kullanmaktadırlar. Bu yöntemler arasında öz kaynak finansmanı, Eximbank kredileri, Faktoring, Forfaiting, finansal kiralama, ticari banka kredileri yer almaktadır. İhracat yapan firmaların temel amacı firma için en avantajlı finansman şeklinin seçilmesidir. Literatürde ihracat finansmanı alanında ulusal ve uluslararası çalışmalar (Delice, 2001; Özdemir, 2004; Balantekin, 2006; Altıntaş vd, 2007; Zor ve Akın, 2008; Keskin vd, 2009; Sakarya, 2009; Ergen, 2011; Picha vd, 2014; Özkılınç, 2014; Şahin, 2016, Çetinkaya ve Tunç, 2018) yer alsa da ihracat finansmanında en çok kullanılan yöntemler ve bu yöntemlerin belirlenmesindeki kriterler üzerine yoğunlaşan çalışmalar sınırlıdır. Bu çalışmada amaç firmaların ihracat finansmanında en çok kullandıkları yöntemleri ve ihracat finansmanını belirlerken dikkate aldıkları kriterleri belirlemektir.

2. İHRACAT FİNANSMANI

İhracatın finansmanı, ihraç edilecek malın tedariki veya üretimi ile satış bedelinin tahsili arasında yürütülen faaliyetlerin finansmanı olup finansmanın vadesine göre kısa, orta, uzun; dışsatımın aşamasına göre sevk öncesi ve sevk sonrası olarak kategorize edilmektedir (Sakarya, 2009). İhracatın finansmanı, ihracatı yapılacak ürün veya hizmetin üretiminde ihtiyaç duyulan finansal kaynakların elde edilmesinden ihracat işlemleri tamamlanıp söz konusu ihracata ait toplam tutarın ödenmesine kadar olan finansman fonksiyonlarını kapsamakta olup yükleme öncesi ve yükleme sonrası olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Tanyeri, 1987). İsminden de anlaşılacağı üzere yükleme öncesi ihracat finansmanı, proforma faturanın onaylı bir şekilde alınması veya ihracat sözleşmesinin yapılması ile ihraç ürününün gemiye, tıra, kargo uçağına veya tren gibi bir taşıma aracına yükleninceye kadar olan sürede hammadde, yarı mamul veya ürün tedarik edebilmek, stoklamak ve iç (dahili) taşıma yapmak için gereken işletme sermayesidir. Özdemir'e göre (2004) yükleme öncesi krediler çoğunlukla kısa vadeli olup üretimi uzun zaman alan ürünlerin ihracatında vade bir yılı bulabilmektedir. Yükleme sonrası finansman ise ihracata konu olan malların yüklenip ihraç olduğu tarihten (intaç tarihi), mal bedelinin ihracatçının banka hesabına yatırıldığı tarihe kadar olan süreyi kapsamaktadır. TÜİK (2019) verilerine göre son 5 yılda ödeme şekillerine göre yapılan ihracatın %65'inden fazlasının mal mukabili ödeme şekli ile yapıldığı göz önüne alındığında, ihracatçı işletmelerin yükleme sonrası ihracat finansmanına ihtiyaç duydukları açıkça belli olmaktadır. Çünkü mallar yüklendikten sonra firma yeni ihracat siparişleri için hammadde, yarı mamul veya makina tedarikinde bulunacak ve dolayısıyla finansmana ihtiyaç duyacaktır.

İhracatçı firmaların finansman kaynakları öz kaynak finansmanı, Eximbank kredileri, Faktoring, Forfaiting, finansal kiralama, ticari banka kredileri, sermaye piyasasından elde edilen fonlar, devlet destekleridir.

3. ALAN ÇALIŞMASI

3.1 Yöntem

Betimleyici bir araştırma olarak tanımlanabilecek bu çalışmada birincil kaynaktan toplanan veriler, SPSS 21 paket programıyla, çeşitli istatistiki yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Alan araştırması İzmir de faaliyet gösteren ihracat yapan firmalar ile yüz yüze görüşme yolu ile gerçekleştirilmiştir 24 firma ile yarı yapılanmış sorularla Şubat- Mart 2019 tarihinde görüşülmüştür.

Verilerin analizi iki şekilde yapılmıştır. Firmaların cevaplarının dağılımlarını belirlemek amacıyla uygulanan frekans dağılımları ve tanımlayıcı istatistiklerin kullanılmasıdır.

3.2. Alan Araştırmasının Bulguları

3.2.1. Firmaların Genel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde firmaların genel özelliklerinin saptanması hedeflenmiştir. Bu amaçla firmaların hukuki şekilleri, aile şirketi olup olmadıkları, firmaların çalışan sayısı ve son olarak faaliyette bulundukları sektör sorulmuştur.

Anketin 1.sorusunda firmalara hukuki şekilleri sorulmuştur. 24 firmanın hukuki şekillerinin saptanmasında firmalara şahıs işletmesi, limitet şirket, anonim şirket, kooperatif ve diğer olmak üzere 5 seçenek sunulmuştur. Tablo 1'de görüldüğü gibi anket uygulanan 24 firmanın %33,3'ü Limitet Şirket, %66,7'si Anonim Şirket olduğu saptanmıştır. . Bu yüzdelerden yola çıkarak örneklemi oluşturan firmaların çoğunun ortaklık yapısının Anonim Şirket olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 1. Firmaların Hukuki Şekilleri

Şirket Şekli	Frekans	Yüzde
Şahıs İşletmesi	0	0
Limitet Şirket	8	33,3
Anonim Şirket	16	66,7
Kooperatif	0	0
Toplam	24	100,0

Ankete katılan firmaların genel özelliklerinin öğrenilmesi amacıyla yöneltilen bir diğer soru da aile şirketi olup olmadıklarıdır Firmaların büyük bir çoğunluğunun aile şirketi yapısında olduğu bulunmuştur. Bunun sonucu olarak şirketlerde karar verme pozisyonundaki kişilerin çoğunlukla aile bireyleri olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Firmaların Aile Şirketi Olup Olmadığı

Aile Şirketi Mi?	Frekans	Yüzde
Evet	16	66,7
Hayır	8	33,3
Toplam	24	100,0

Firmaların büyüklüklerinin saptanması amacıyla ankete katılan 24 firmaya çalışan sayıları sorulmuştur. Çalışan sayılarının belirlenmesinde 6 seçenek verilmiştir. Buna göre tablo 3'de görüldüğü gibi %%33,3'ü 251 ve üzerinde kişi çalıştırmaktadır. Değerlendirme sonucunda ankete katılan 24 firmanın yarısının 0 ila 49 kişi çalıştırdığı saptanmıştır.

Tablo 3. Firmaların Çalışan Sayısı

Çalışan Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
0-9	1	4,2
10-49	5	20,8
50-150	6	25,0
151-250	4	16,7
251+	8	33,3
Toplam	24	100,0

Firmalara faaliyette bulundukları sektör sorulmuş. Tablo 4'de görüldüğü gibi firmaların %75 gibi bir çoğunluğunun üretim faaliyetleri gerçekleştirdiği saptanmıştır.

Tablo 4. Firmaların Faaliyette Bulundukları Sektör

Faaliyette Bulunulan Sektör	Frekans	Yüzde (%)
Üretim	18	75,0
Hizmet	1	4,2
Ticaret	4	16,7
Ar-Ge Yoğunluklu Sektör	1	4,2

Toplam	24	100,0

Firmaların ihracat yoğunluklarına ilişkin bilgilerin saptanması amacıyla toplam satışları içindeki ihracatın payı sorulmuştur. Tablo 5'de görüldüğü gibi %53,5 gibi büyük bir çoğunluğu %40-%100 arasında ihracat yoğun satış yapmaktadır.

Tablo 5. Firmaların Toplam Satışları İçindeki İhracatın Payı

Çeşit	Frekans	Yüzde
%1-10	2	8,3
%11-20	3	12,5
%21-30	4	16,7
%31-40	2	8,3
%41-50	3	12,5
%51 ve %90	6	25,0
%91- %100	4	16,7
Toplam	32	100,0

3.2.2. Firmaların İhracat Finansmanında Kullandıkları Yöntemlere İlişkin Bulgular

Ankete katılan firmalara ihracatlarını etkileyen sorunlarını belirtmeleri istenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre firmaların ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunun kamu kuruluşlarındaki bürokratik engeller olduğu belirlenmiştir. İkinci olarak Dış ülkelerdeki yeterli saygınlığın bulunmaması belirtilmiştir. Bunun nedeni olarak ülkede yaşanan ekonomik sıkıntılar, kur değişiklikleri olduğu ifade edilmiştir. Son olarak da ihracat finansmanı imkânlarının yetersizliği yaşanan sorunlar arasında ifade edilmiştir.

Firmaların ihracat finansmanında önem verdikleri kriterler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla firmalara ihracat finansmanında tercih ettikleri finansman yönteminde önem verdikleri kriterleri sıralamaları istenmiştir. Tablo 6'da firmaların ihracat finansmanında önem verdikleri kriterler görülmektedir. Firmalar kriterleri 1 en önemli 7 en önemsiz şeklinde sıralamışlardır. Sonuçlara göre firmalar için en önemli kriterler maliyet, süre ve kaynak kullanım kolaylığı seçilmiştir.

Tablo 6. Firmaların İhracat Finansmanı Tercihinde Etkili Olan Kriterlerin Önem Düzeylerine Göre Dağılımı

Kriterler	Önem Düzeyi	Ortalama
Maliyet	1. sırada önemli	1,00
Süre	2.sırada önemli	1,25
Kolaylık	3. sırada önemli	1,50
Limit (Miktar)	4. sırada önemli	1,67
Vergi	5. sırada önemli	2,25
Güven	6. sırada önemli	2,37
Empati (İlişkiler)	7. sırada önemli	2,95

Firmaların ihracat finansmanını nasıl sağladıklarına dair bir soru sorulmuştur. Verilen cevaplar tablo 7'de özetlenmiştir. Firmalar seçenekleri 1 en çok kullanılan 5 hiç kullanılmayan olmak üzere sıralamışlardır.

Tablo 7'deki verilere göre firmaların en fazla ticari Bankalar tarafından kullandırılan ihracat kredilerini tercih ettiklerini ikinci olarak da firmanın öz kaynakları ile ihracatlarını finanse etmeyi tercih ettikleri bulunmuştur. Bu finansman yöntemlerini sırası ile Türk Eximbank kredileri ve Leasing kredileri izlemektedir. Bu finansman yöntemlerini tercih etme nedenleri de sorulmuştur. Firmaların banka kredisini en fazla tercih etmelerinin nedenleri olarak vergi avantajı, kolaylıkla ve hızlı bir şekilde temin etme ve kaldıraçlı büyüme imkanı sayılmıştır.

Firmalar ikinci olarak özkaynak kullanmayı tercih etmişleri bunun nedeni olarak ekonomik dalgalanmalar karşısında risk almamak için olduğu belirtilmiştir. Türk Eximbank kredisi de firmalar tarafından çok tercih edilmesine rağmen yeterli limit bulunmamasından dolayı firmalar tarafından üçüncü sırada tercih edilmesine neden olmaktadır. Türk Eximbank kredilerinin en büyük avantajı faiz oranlarının çok uygun olmasıdır. Dördüncü sırada tercih edilen Leasing kredisinin en büyük avantajları vade seçeneğinin uygun olmasıdır.

Tablo7. Firmaların İhracat Finansmanı İçin Tercih Ettikleri Finansman Yöntemleri

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama
Firmanın öz kaynakları ile	24	1	5	2,38

Ticari Bankalar tarafından kullandırılan dışsatım kredileri ile	24	1	5	2,13
Türk Eximbank kredileri ile	24	1	5	3,58
Uluslararası finansman kuruluşları tarafından sağlanan ihracat kredisi ile	24	4	5	4,41
Forfaiting kredisi	24	5	5	4,96
Faktoring kredisi		3	5	5,00
Leasing kredisi	24	1	5	3,71
TOPLAM	24		5	

SONUÇ

Bu çalışmada amaç firmaların ihracat finansmanında en çok kullandıkları yöntemleri ve ihracat finansmanını belirlerken dikkate aldıkları kriterleri belirlemektir. Bu amaçla firmalara ihracat finansmanında tercih ettikleri finansman yönteminde önem verdikleri kriterleri sıralamaları istenmiştir. Sonuçlara göre firmalar için en önemli kriterler maliyet, süre ve kaynak kullanım kolaylığı seçilmiştir. Ayrıca çalışmada firmaların ihracat finansmanında en fazla tercih ettikleri finansman yöntemleri de belirlenmeye çalışılmıştır. Firmaların ihracat finansmanında en fazla ticari bankalar tarafından kullandırılan ihracat kredilerini tercih ettiklerini ikinci olarak da özkaynak finansmanını üçüncü sırada Türk Eximbank kredilerini, dördüncü sırada Leasing kredilerini tercih ettikleri öğrenilmiştir.

Firmaların ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunlar da kamu kuruluşlarındaki bürokratik engeller olduğu belirlenmiştir. İkinci olarak Dış ülkelerdeki yeterli saygınlığın bulunmaması belirtilmiştir. Bunun nedeni olarak ülkede yaşanan ekonomik sıkıntılar, kur değişiklikleri gösterilmiştir. Son olarak da ihracat finansmanı imkânlarının yetersizliği yaşanan sorunlar arasında ifade edilmiştir

KAYNAKLAR

AKCAN, A.T. ve METİN, İ. (2018). “Dış Ticaretin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği”, Turkish Studies Econoics, Finance and Politics,13/14, Spring 2018, 1-14.

ALTINTAŞ, M.H., TOKOL, T. Ve HARCAR, T. (2007). “The Effects of Export Barriers on perceived Export Performance: An Emprical Research on SMEs in Turkey”, EuroMed Journal of Business, 2(1), 36-56.

BALANTEKİN, B.E. (2006). “İhracatta KOBİ’lere Sağlanan Devlet Destekleri ve KOBİ’lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar ve Kayseri’de Bir Anket Uygulaması”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi S.B.E., Kayseri.

ÇETİNKAYA BOZKURT, Ö. ve TUNÇ, H. (2018). "Kobilerde Dış Ticaret Sorunları: Antalya İli Örneği", Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi, 14 (2), 381-398.

DELİCE, G. (2001). "KOBİ'lerin İhracata Yönlendirilmesinde Finansman Destekleri: Türk Eximbank Kredileri Üzerine Bir Uygulama", 1.Orta Anadolu Kongresi, KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, Kayseri, 269-281.

ERGEN, A.G. (2011). "KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlara Açılmasında Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Modeli ve Konserve Meyve-Sebze Sektöründe Uygulanabilirliğinin Araştırılması, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, S.B.E., Ankara.

IŞIK, N. ve DELİCE, G. (2007). "Küreselleşme Sürecinde KOBİ'lerin İhracat Sorunları ve E-ticaret Uygulamaları", Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, 75-89.

KAYA, U. ve GEREKAN, B. (2011). "Faktoring Şirketi ve Satıcı İşletme Açısından Faktoring İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi", Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 8(2), 71-101.

KESKİN, G., KOŞAN, A.K. ve AYIK, Y.Z. (2009). "Bölgesel Gelişme Aracı Olarak KOBİ'ler ve İhracat Sorunları", Atatürk Üniversitesi SBE Dergisi, 13(2), 279-290.

METİN, İ. (2018). "Foreign Trade, International Money and Financing Methods for Businesses" Book Chapter, Introduction to Business, Gazi Kitabevi, Ankara.

METİN, İ. ve ÖZTEMİZ, H.H. (2018). İhracatta En çok Kullanılan Müşteri Bulma Yöntemlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", İşletme Araştırmaları Dergisi, 10/4 (2018), 1017-2018.

PICHA, J., TOMEK, A. ve RYSAVA, L. (2014). "Export Financing in International Construction: Case Study of Siemens Power Division in Oman", CC2014 Creative Construction Conference, Prague, 420-427.

ÖZDEMİR, K. (2004). "Yükleme Öncesi İhracat Finansmanında Doğrudan Erişimin İhracat Üzerine Etkisi", Kocaeli Üniversitesi S.B.E. Dergisi, 7(2004) / 1, 37-51.

ÖZDEMİR, Z. (2005). "Dış Ticaret Finansman Tekniklerinden Faktoring ve Forfaiting İşlemleri", Kocaeli Üniversitesi S.B.E. Dergisi 10(2), 194-224.

ÖZKILINÇ, D.N. (2014). "Türk KOBİ'leri İçin Alternatif Finans Bulma Yöntemleri ve Sermaye Piyasası", Journal of Yaşar University, 9(34), 5833-5850.

SAKARYA, Ş. (2009). "İhracat Yapan İşletmelerin Finansman Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması", MUFAD Muhasebe ve Finansman Dergisi, 42, 117-134.

ŞAHİN, Ş. (2016). "Kümelenmenin KOBİ'lerin İhracat Performansına Etkisi: Kuyumcukent Örneği", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret A.B.D., Uluslararası Ticaret Yüksek Lisans Programı, İstanbul.

ŞİŞMAN, D. ve ŞİŞMAN, M. (2017). "Finansal Kiralama (Leasing) ve Ekonomi İçin Önemi: Riskler, Avantajlar", Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 15(1)1, 144-154.

TANYERİ, M. (1987). "Gelişmekte Olan Ülkelerde Dışsatım Finansmanında Karşılaşılan Temel Sorunlar", D.E.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 175-184.

ZOR, İ. ve AKIN, A. (2008). "Stratejik Projeksiyonlar Bağlamında KOBİ'lerde Finansman Araçları Kullanımı", Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 10(1), 177-199.

http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046, (21.03.2019).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yiyecek ve İçecek Endüstrisinde Yapay Sinir Ağlarının Tedarikçi Seçiminde Kullanılabilirliği

Full Text / Tam Metin

Murat Doğdubay[1], Fatma Karakuş [2]

Giriş : *Teknolojinin gelişmesine paralel olarak ilerleyen yapay zeka teknolojisi sayesinde karmaşık simülasyonların çözümlenmesi ve geleceği ön gören modellerin yapımı mümkün hale gelmiştir. İnsan beyninin nasıl çalıştığından yola çıkarak oluşturulan yapay sinir ağları bu modellemelerin uygulama alanlarıdır. Tedarik zinciri ise; hammadde temini sağlayan, onları ara mal ve nihai ürünlere çeviren ve nihai ürünleri müşterilere/tüketiciye dağıtan, üreticilerin ve dağıtıcıların oluşturduğu bir ağdır. İşletmelerin rekabet ortamında ayakta kalmaları için iyi bir tedarikçi ile işbirliği yapmaları gerekir. Güvenilir tedarikçilerin bulunmasında, tedarik sürecinden kaynaklanan hataların azaltılmasında, maliyetin azaltılmasında yapay sinir ağları kullanılabilir.* ***Amaç:*** *Yiyecek içecek işletmelerinde yapay sinir ağlarının tedarikçi seçiminde kullanılabilirliği araştırılmıştır.* ***Yöntem:*** *Bu çalışmada yazın taraması yapılmıştır.* ***Bulgu:*** *Bu yöntemle yiyecek ve içecek işletmeleri, tedarikçi seçim süresini daha az vakte indirecektir. En hızlı adapte olabilecek işletmeler rekabet ortamında üstünlük sağlayacaktır. Tedarik zincirinde yapılan iyileştirmeler işletmenin üretim sürecinin verimliliğinin artmasını sağlayacaktır.*

Anahtar Kelimeler— *Teknoloji, Yapay Sinir Ağları, Yapay Zeka, Yiyecek ve İçecek İşletmeleri*

Usability of Artificial Neural Networks in Supplier Selection in Food and Beverage Industry

Introduction: *In parallel with the development of technology, it has become possible to solve complex simulations and make models for the future with the help of artificial intelligence technology. Artificial neural networks, which are created based on how the human brain works, are the application areas of these models. The supply chain is; It is a network of producers and distributors who supply raw materials, translate them into intermediate goods and final products and distributes the final products to customers / consumers. Businesses need to cooperate with a good supplier to survive in a competitive environment. Artificial neural networks can be used to find a reliable supplier and reduce the error resulting from the procurement process.* ***Objective:*** *The availability of artificial neural networks in the selection of suppliers in food and beverage companies is investigated.* ***Method:*** *This study was conducted in the literature.* ***Finding:*** *Food and beverage companies will reduce the duration of supplier selection less frequently. The fastest adapting businesses will be able to excel in the competitive environment. Improvements in the supply chain will increase the productivity of the production process of the enterprise.*

Keywords— Technology, Artificial Neural Networks, Artificial Intelligence, Food and Beverage Businesses

JEL Classification Codes: *C-19120*

[1] Prof. Dr. Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye, dogdubay@balıkesir.edu.tr
2 YL Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, , Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye , fatma.karakus111@gmail.com

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Gelişimi ve değişimi sınırlandırabilmek bir kalıba sokmaya çalışmak günümüzde olanaksız durumlardan bir tanesidir. Her geçen gün yeni akıllı aletlerle üretilmekte ve insanlar bu teknolojiye hızlı adapte olmakadır. Şaşırmadığımız ve hızlı adapte olduğumuz bu teknolojilerden biri de yapay zekalar. Akıllı telefonlarda yer alan "Siri" ve "Alex" bunlardan en çok bilinenleridir. Web sayfalarında verdiğimiz talimatlarla araştırma yapan bilgi toplayarak yönlendirme yapan bu yapay zeka programları aslında sadece telefonlarda değil diğer akıllı eşyalarda da kullanılmaktadır. İnsan zekasının nasıl çalıştığını ele alan araştırmacılar tarafından ortaya atılan yapay sinir ağlarının gelişimi 1900'lü yılların sonuna dayanmaktadır. Yapay sinir ağları bilgisayar teknolojisinin yetersiz kaldığı alanları tamamlama görevini üstlenmiştir. Yiyecek ve içecek endüstrisi de değişime ve gelişime açık bir sektördür. Üretimden dağıtıma, pazarlamaya kadar her birimde teknolojiye açıktır. Müşteri memnuniyetine önem veren bu enstitüde tedarik de bir o kadar önemlidir. Ürünlerin uygun fiyatta ve aksamadan işletmeye ulaşması işletmenin bu ürünleri kullanarak müşteriye sunması hem rekabet ortamında ayakta kalmasını hem de kısa/uzun vadede kar oranını arttırılacağı bir durumdur. Tedarik bu kadar önemliyken tedarikçi seçimi de bir o kadar önemlidir. Tedarikçi seçiminde bilgisayar destekli karar verme ve örüntü tanıma metotları kullanılmaktadır. Bu çalışmada örüntü tanımayı ve bilgiler yüklendiğinde karar verme yetisini içinde bulunduran yapay sinir ağlarının tedarikçi seçinde kullanılabilirliğini araştırdık.

2.YAPAY SİNİR AĞLARI (ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS)

Günümüzde evde, işte, okulda kullanabileceğimiz bilgisayar teknolojileri hızla gelişmektedir. İşlem hızı ve kapasitesi çok yüksek bilgisayarların üretimi de bu doğrultuda artmaktadır. Çok karmaşık hesaplamalar çok hızlı bir şekilde yapılmasına rağmen, insanların çok kolaylıkla yerine getirebildiği el yazısını ve konuşmayı tanıma, görme gibi işlevler bilgisayarlar tarafından otomatik olarak gerçekleştirilmesi güçtür. Bu durum bilim insanlarını klasik bilgisayarlardan farklı bilgi işleme sistemleri geliştirmeye yöneltmiştir. Bu konudaki ilk adımlardan biri de insan beyninin çalışmasıyla ilgili biyolojik bulgulardan yararlanmaya çalışmak olmuştur.

Nörofizyologların ve psikologların yapmış oldukları çalışmaların sonuçlardan faydalanarak insan beynindeki sinir ağlarının işlevsel ve yapısal özelliklerini matematiksel olarak modellemeye çalışmışlar bu matematiksel modellere sinir ağların demişlerdir (Küçük Kocaoğlu vd, 2005). İnsan beyninin çalışmasından esinlenerek geliştirilmiş yapay sinir ağları, çeşitli bağlantılar sayesinde birbirine bağlanan ve her bir ağ kendi depolama alanına sahip işlem öğelerinden oluşan paralel ve dağıtılmış bilgi işleme yapılarıdır. Biyolojik sinir ağlarına benzeyen bilgisayar programları denilebilir (Elmas, 2003).

Yapay sinir ağları, tecrübe sonrasında öğrenebilme, yeni durumlara olaylara uyum sağlayabilen bunun yanında oldukça hızlı çalışan güçlü ve kıyaslanabilir bilgisayar sistemleridir. temel işlem elemanları nöronlar olup problemi etkileyen faktörler doğrultusunda bir veya daha fazla girdi alırlar ve problemden beklenen sonuç sayısı kadar çıktı verirler (Yıldız 2001).

Yapay sinir ağları birbirinden farklı pek çok sektörde ve alanda kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bunlar; ses ve görüntü tanıma, tahmin, el yazısı, veri madenciliği, planlama, kalite kontrolü ve kalite analizi, ürün analizi , ürün tanıma, otomotiv, eğlence, hizmet, savunma sanayi, tıp, haberleşme ve trafik bunlardan bazılarıdır (Pirim, 2006; Ağyar, 2010).

3.TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ VE YİYECEK İÇECEK ENDÜSTRİSİ İLE İLİŞKİSİ

(SUPPLY CHAİN MANAGEMENT AND İTS RELATİONSHİP WİTH THE FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY)

Tedarik zinciri: dağıtıcıları, tedarikçileri, lojistiği, üreticileri içine alarak bunlar arasında ürün, bilgi, malzeme ve bilgi akışını sağlayan kümeler topluluğudur (Kopczak, 1997).

Malzemelerin ve ürünlerin, temel hammadde arzından nihai ürün aşamasına kadar gerçekleşen yönetimi kapsayan; firmaların tedarikçilerinin proseslerinden, rekabet ortamında üstün kılacak teknoloji ve yeteneklerinden hangi şekilde faydalanılacağı üzerine odaklanan ve geleneksel işleme işi faaliyetlerin optimizasyon ile etkinlik ortak gayesi ile ticari ortaklıklar kurarak yayan yönetim felsefesine ise tedarik zinciri yönetimi denmektedir (Tan vd, 1998). Makul fiyatla kaliteli ekipman ve hammmadde temini tedarik biriminin asıl görevidir (Muralidharan vd, 2002).

Müşteri tatminini artırmak, çevrim zamanını azaltmak, stok ve stokla ilgili maliyetlerin azaltılmasını sağlamak, ürün hatalarını azaltmak, faaliyet maliyetini azaltmak tedarik zinciri yönetiminin temel amaçları arasındadır (Karadelioğlu, 2006). Tedarikçi seçim sürecinde öncelikle tedarikçi seçimi amacının belirlenmesi, kriterlerin tanımlaması, uygun tedarikçilerin ön değerlendirilmesinin yapılması ve son olarak en uygun tedarikçi seçiminin yapılması biçiminde dört aşamalı olup (Taşkın vd, 2004), tedarikçi seçiminde farklı yöntemler kullanılmaktadır.

Tedarikçi seçiminde kullanılan yöntemlerin sınıflandırması aşağıda yer alan tabloda verilmiştir.

Kategori	**Yöntem**
Yapay Zeka & Uzman Sistem	Sinir Ağları
	Olay Tabanlı Çıkarsama
	Bayesyen Ağlar
Matematik Programlama	Toplam Maliyet Odaklı Teknikler
	Doğrusal Olmayan Programlama
	Karmaşık Tam Sayı Programlama
	Doğrusal Programlama
	Tamsayı Programlama
	Heuristik
	Hedef Programlama
	Veri Zarflama
MCDM	Analitik Hiyerarşik Yöntemi
	Sıralama Yöntemleri
	MAUT
	Doğrusal Ağırlık Noktası
	Yargılamalı Modelleme

	Yargılayıcı Yapısal Modelleme
	Kategoriklendirme Metodu
	Bulanık Kümeler
Çok Değişkenli İstatiksel Analiz	Yapısal Eşitlik Modeli
	Temel Anahtar Analizi
	Faktör Analizi
	Güven Verme Aralığı
Diğer Karar Verme Araçları	Grup Kararı
	Çoklu Metot

Kaynak: Küçük ve Ecer, 2010

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi tedarikçi seçerken bir çok yöntem kullanılmaktadır. Bu karar verme yöntemleriyle bağdaşması gereken diğer kriter ise tedarikçilerde bulunması gereken özelliklerdir. Tedarikçilerde bulunması gereken özellikler İshikawa (1997), yiyecek ve içecek endüstrisine şu şekilde uyarlanabilir:

*Yiyecek ve içecek endüstrisinde tedarikçi, işletmenin yönetim ilkelerini bilmelidir ve sürekli bağlantı içinde olmalıdır.

*Yiyecek ve içecek endüstrisindeki tedarikçinin diğer işletmelerce de tutarlı bir yönetim sistemi olmalıdır.

*Yiyecek ve içecek endüstrisinde tedarikçi teknik standartları yüksek ve teknolojik gelişmelere yatkın olmalıdır.

*Yiyecek ve içecek endüstrisinde tedarikçi istenilen tüm ekipmanları sağlayabilmeli ve ürünleri alıcının kalite özelliklerine uygun olmalıdır.

*Yiyecek ve içecek endüstrisinde tedarikçi üretim miktarını kontrol altında tutmalı ya da üretimi karşılayacak şekilde gereli ürün için yatırım imkânı olmalıdır.

*Yiyecek ve içecek endüstrisinde tedarikçinin güvenilir olması gerekir. Toplu çıkarlara aykırı davranmayacağına ve işletme sırlarını kötüye kullanmayacağından emin olunmalıdır.

*Yiyecek ve içecek endüstrisinde fiyatı makul olmalı ve taahhütlerine kesinlikle uymalıdır. Ayrıca, bağlantı ve iletişim açısından tedarikçiye kolayca ulaşılabilmelidir.

*Yiyecek ve içecek endüstrisinde tedarikçi, sözleşme şartlarına kesinlikle uymalıdır.

Yanlış tedarikçi seçimi işletmeler için ciddi finansal ve operasyonel kayıplara neden olacağından tedarikçi seçimi dikkat edilmesi gereken oldukça önemli bir konudur (Degraeve & Roodhooft, 1999).Günümüzde tedarik zinciri yönetiminin etkin bir şekilde kullanılması için bütün halkaların iş

birliği yapması ve uyum içinde olması gerekir. Bu halkalardan en önemlisi ise tedarikçi seçimi ve bu seçimlerde kullanılan ölçütlerin sırasıdır. (Avcıkurt vd, 2010a). Önceliklerin doğru sıralanması ürünlerin satın alınmasında maliyette ve rekabette avantaj sağlamaktadır (Xia & Wu, 2007).

Diğer işletmeler gibi yiyecek ve içecek işletmelerinde de önceliğin belirlenmesi önemlidir. Rekabet üstünlüğün ve maliyetin dışında müşteri memnuniyetini ve hayati fonksiyonların devamlılığında önemli rol oynamaktadır (Sarıoğlan & Avcıkurt, 2010).Yiyecek ve içecek işletmelerinde tedarikçi seçimi diğer işletmelere oranla daha karmaşık ve hassastır (Avcıkurt vd, 2010b). Bu nedenle yiyecek ve içecek işletmelerinde tedarikçi seçerken daha özenli davranılmalı ve yapılan hatalar doğrudan müşteriyi etkilediğinden hata payını aza indirecek yöntemler kullanılmalıdır.

4. YAPAY SİNİR AĞLARININ TEDARİKÇİ SEÇİMİNDE KULLANILABİLİRLİĞİ (USABİLİTY OF ARTİFİCİAL NEURAL NETWORKS İN SUPPLİER SELECTİON)

Yiyecek ve içecek endüstrisi işletmeleri az maliyetli ve kaliteli ürünü hizmete sunarak rekabet ortamında ayakta kalmak isterler. Günümüzdeki bu rekabetçi ortamın ve pazar dinamiklerinin değişmesi, tedarik felsefesinin de değişmesini zorunlu kılmıştır (Karpak vd. 1999). Bu durum tedarikçilerin önemini ortaya çıkarmıştır. Hangi tedarikçilerle işbirliği yapılacağı tedarik zincirinin hedefine ulaşmasında büyük önem taşımaktadır (Fuh-Hwa ve Hai, 2005).

Tedarikçi seçiminde karşılaşılan problemler dört aşamada ele alınmıştır (Boer vd., 2001). İlk aşamada tedarikçi seçim probleminin tanımlanması gerekmektedir. Tedarikçiye ihtiyaç var mı, tedarik için kaç farklı kaynak kullanılacak, mevcut tedarikçiler ile devam edilecek mi gibi sorulara cevap aranmalıdır. Diğer aşamada tedarikçi seçimi aşamasındaki ölçütler formüle edilmelidir. Üçüncü aşamada potansiyel tedarikçiler arasında bir ön eleme yapılmalıdır. Dördüncü ve son aşamada ise bir ön elemeyi geçen firmalar arasından en iyisi seçilmelidir. Eğer mevcut tedarikçiler arasından seçilecekse öncelikle seçimin hangi ölçütler baz alınarak yapılacağı değerlendirilmelidir (Weber, 1991). Fiyat, kalite ve dağıtım performansı tedarikçi seçiminde temel kriterler olarak görülmüştür Dickson (1996). Bu temel kriterlere ek olarak Weber (1991), coğrafi konum, kapasite ve teknik becerileri kapsayacağını belirmiştir.

Tedarikçide bulunması gereken bu özellikler yapay sinir ağlarının en ayırt edici özelliklerinden birisi olan öğrenme yeteneğini ile gerçekleştirilebilir. Örneklerden öğrenme bir olay hakkında daha önce yaşanmış örnekleri kullanarak olayın girdi ve çıktıları arasındaki ilişkileri öğrenmek buradan yola çıkarak gerçekleşecek yeni olayların çıktılarını belirlemektir (Şen,2004). Farklı örneklerin kullanılması ile farklı çıktılar oluşur. Bu da farklı açılardan bakmayı öğretir. Burada bilgisayara hiçbir ön bilgi verilmez sadece örnekler gösterilir. Öğrenmeyi sağlayacak olan sistem kendi algoritmasını kullanarak ortaya çıkarmaktadır (Öztemel, 2006). Tedarikçi seçiminde de olması gereken bilgiler girilir bu bilgiler doğrultusunda çıktılar elde edilir. Bu çıktılar arasında fark varsa hata olarak kabul edilir. Başlangıçta genellikle rassal olarak verilen ağırlıklar ağ tarafından hata minimize edilene kadar döngüler halinde değiştirilir (Anderson, 1992).

Tahmin etme, sınıflandırma, veri yorumlama, veri ilişkilendirme ve veri filtreleme (Ağyar, 2010) gibi uygulama alanları tedarikçi seçiminde kullanılmaya oldukça müsaittir. Bir tedarikçide olmasını istediğiniz fiyat aralığını, kalite kriterinizi ve dağıtım performansında istediğiniz özellikleri girerek

yeni verilere ulaşabilirsiniz. İstenilen özelliklere en yakın tedarikçiyi tahmin edebilir, güvenilir olanları kalite ve makul fiyat sunanları sınıflandırabilir. Kısacası benzer özellik taşıyan tedarikçileri bir kategoride sunabilir. Birçok veri arasından uygun verileri belirler. Eksik bilgi girildiğinde bunu tamamlayarak ilişkilendirme yapılabilir. Toplanan örneklerle ağa öğretilenler arasındaki çıktıları analiz eder. Tüm bunlar sadece bir koldan yapılır bu da işletmeler için büyük avantajdır. Ayrıca tedarik zinciri üretim, dağıtım, tedarik, envanter yönetimi vb. gibi zincirin diğer halkalarıyla bağlantılı bu nedenle biraz daha karmaşık gelebilir ve emek ister. Bu zincirin her halkasının değerlendirilmesini, analiz edilmesini yorumlanmasını çok kısa bir zamanda gerçekleştirebilirken aynı zamanda hızlı ve doğru karar vermeyi sağlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada yapay sinir ağları modelinin yiyecek ve içecek endüstrisi işletmelerinde tedarikçi seçiminde uygulanabilirliği tartışılmıştır. Önerilen yöntemle işletmeler, tedarikçi seçim süresini daha az vakte indirecektir. En hızlı adapte olabilecek işletmeler rekabet ortamında üstünlük sağlayacaktır. Tedarik zincirinde yapılan iyileştirmeler işletmenin üretim sürecinin verimliliğinin artmasına sebep olacaktır. Bu iyileşmelerle elde edilecek kazanım yapılan yatırımın maliyetini uzun dönemde karşılayacaktır.Bilgisayar teknolojisinin yetersiz kaldığı durumu idare etmek için insan beyninden etkilenerek ortaya çıkan bu sistem birçok sektörde kullanılmaktadır.. Yapay sinir ağları diğer hesaplama yöntemlerinden farklı bir hesaplama yöntemi önermektedir. Eksik bilgileri tamamlayarak yeni verilere ulaşabilen belirsiz olan durumlarda bile karar verebilen yapay sinir ağları hayatımızın her evresinde kullanılabilir. Bu ağlara olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Özellikle ön görme, sınıflandırma, örüntü tanıma, sinyal filtreleme, veri sıkıştırma ve optimizasyon çalışmalarında yapay sinir ağları en güçlü teknikler arasında sayılabilir. Tedarikçi hakkında bilgiler kodlanarak yapay sinir ağlarına öğretme işlemi gerçekleştirilir. Tedarikçi seçme kriterleri de göz önüne alınarak yapılacak olan bu işlem yiyecek ve içecek endüstrisi işletmelerini tedarik konusunda zirveye ulaşacaktır.

*Bu uygulama bütün yiyecek ve içecek endüstrisi işletmelerine öğretilmelidir.

*Tedarikçilere ve satın alma sorumlularına faydaları aktarılmalıdır.

*Devlet tarafından desteklenmelidir. Böylelikle gerek yurt içinde gerekse yurt dışındaki yiyecek ve içecek endüstrisi işletmelerinde tedarikçiden kaynaklanan hatalar en aza inecektir.

*Bu çalışmanın Türkiye' tedarikçiler birliklerine ve yiyecek işletmelerine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

*Bu çalışmanın bundan sonra yapılacak olan yiyecek ve içecek işletmelerinde alternatif tedarikçi seçimi ve yapay sinir ağlarının sektörde kullanılabilirliği ile ilgili kaynak teşkil edileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

ANDERSON, D. & MCNEİLL, G.(1992). Artificial Neural Networks Technology. https://knn.es/Artificial%20Neural%20Network%20Technologies.pdf (26.09.2018)

AVCIKURT, C., SARIOĞLAN, M., ÇAYLI, B VE SAYLAN U., (2010a). Fast-Food Yiyecek-İçecek İşletmeleri ile Slow-Food Yiyecek-İçecek İşletmeleri Arasındaki Tedarikçi Seçim Kriterleri Kullanım Eğilimleri Açısından Benzerliklerinin ve Farklılıklarının Araştırılması (İzmir Yöresinde Bir Araştırma). 11. Ulusal Turizm Kongresi, 2-5 Aralık 2010, Kuşadası.

AVCIKURT, C., DOĞDUBAY M., SARIOĞLAN, M., (2010b), "Yiyecek İçecek Tedarik Zinciri Yönetimi Kapsamında Tedarikçi Seçim Teknikleri", IV. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, 16-17 Nisan 2010, Antalya.

BAYLAR, A., EMİROĞLU, M.E.. ARSLAN A. (1999). Geriye Yayılma Yapay Sinir Ağı Kullanılarak Yanal Su Alma Yapısına Yönelecek Olan Süründü Maddesi Oranının Bulunması, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen ve Mühendislik Dergisi, 1 (2): 1-12.

BOER, L., LABRO, E. ve MORLACCHİ, P. (2001). "A review of methods supporting supplier selection", European Journal of Purchasing and Supply Management, C.: 7, s.75-89.

DEGRAEVE Z. VE F. ROODHOOFT (1999), "Effectively Selecting Suppliers Using Total Cost of Ownership", Journal of Supply Chain Management, Vol. 35, No. 1, 1999, s.5-10.

DİCKSON, G.W., (1966). An Analysis of Vendor Selection: System and Decision. Journal of Purchasing. Volume:1. Issue: 2. pp. 5-12.

ELMAS, Ç. (2003). Yapay Sinir Ağları (Kuram, Mimari, Eğitim, Uygulama). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

FUH-HWA, L.F. ve HAİ, L.H. (2005). "The Voting Analytic Hierarchy Process Method for Selecting Supplier". Journal of Production Economics, C.: 97, S.: 3, s. 308-317.

ISHİKAWA, K.,(1997) "Toplam Kalite Kontrol", (Y. Haz.: Semih Ordaş, Nedret Yayla), Kalder Yayınları, 7(2): 163

KARADELİOĞLU, H. (2006). Tedarikçi Değerlendirmede Temel Ölçütlerin Araştırılması ve Analizi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Sakarya.

KARPAK, B., KUMCU, E., & KASUGANTİ, R. (1999). An Application Of Visual İnteractive Goal Programming: A Case İn Vendor Selection Decisions. Journal Of Multicriteria Decision Analysis, 8(2), 93.

KOPCZAK, L.R. (1997), "Logistics partnership and supply chain restructuring. survey results from the US computer industry" Production and Operations Management,6(3), pp.226-247.

KÜÇÜK KOCAOĞLU, G., BENLİ KESKİN, Y., KÜÇÜKSÖZEN, C., (2005). Finansal Bilgi Manipülasyonunun Tespitinde Yapay Sinir Ağı Modelinin Kullanımı, İMKB Dergisi, 36(9). , s 1-23

KÜÇÜK, O , ECER, F . (2010). İmalatçı İşletmelerde Uygun Tedarikçi Seçimi: Analitik Hiyerarşi Yöntemi İle Bir Kobi Uygulaması. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 22 (2), 435-450. Retrieved from http://dergipark.gov.tr/atauniiibd/issue/2694/35481

MURALİDHARAN C., ANANTHARAMAN, N. ve DESHMUKH, S.G. (2002). "A MultiCriteria Group Decision-Making Model For Supplier Rating", Journal of Supply Chain Management, C.: 38, S.: 4, s.22-33.

ÖZTEMEL, E. (2006). Yapay Sinir Ağları. 2. Baskı. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

PİRİM H., (2006). Yapay Zeka, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, Yaşar Üniversitesi, http://dergipark.ulakbim.gov.tr/jyasar/article/view/5000065936

SARIOĞLAN, M., AVCIKURT, C., (2010). Tedarik Zinciri Yönetimi İşleyişi Çerçevesinde Konaklama İşletmelerine Tedarikçi Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemi Teorik Örneği. V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 27-30 Mayıs 2010, Nevşehir

ŞEN, Z. (2004). Yapay Sinir Ağları İlkeleri. İstanbul: Su Vakfı Yayınları.

TAN, K.C., KANNAN, V.R., HANDFİELD, R.B. (1998), "Supply chain Management: supplier performance and firm performance", International Journal of Purchasing and Material Management, 34(3), pp.2-9.

TAŞKIN, H., BAYRAK, M. Y., & ÇELEBİ, N. (2004), "Bulanık Mantık Yaklaşımıyla Tedarikçi Seçim Metodu", Yöneylem Araştırması/Endüstri Mühendisliği XXIV. Ulusal Kongresi, Gaziantep – Adana, 15-18 Haziran 2004,

XİA, W. WU, Z., (2007). Supplier Selection With Multiple Criteria In Volume Discount Enviroments. The International Journal Of Management Science. 35(5): 494-504.

YILDIZ, B. (2001). Finansal Başarısızlığın Öngörülmesinde Yapay Sinir Ağı Kullanımı ve Halka Açık Şirketlerde Ampirik Bir Uygulama, *İMKB Dergisi,* 5 (17): 51-67

YOUSSEF, M.A., ZAİRİ, M. & MOHANTY B., (1996). Supplier Selection in An Advanced Manufacturing Technology Environment: An Optimization Model. Benchmarking for Quality Management & Technology. 3(4): 60-72.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bankacılık Sektörü İçin Sera Gazı Emisyonlarının Değerlendirilmesi

Full Text / Tam Metin

Özlem Yurtsever[1], Seniye Ümit Fırat [2]

Özet

Giriş*: Küresel ısınma son yıllarda en kritik konulardan biri haline gelmiştir. Sera gazı emisyonları üzerine yoğunlaşan tartışmalar, ülkeler, şirketler ve kurumlar tarafından devam etmektedir. Sadece imalat sektörü değil, aynı zamanda hizmet sektörü de sera gazlarının kontrolüne duyulan ihtiyaç bakımından sorgulanmaya başlanmıştır. Dolayısıyla, bankalar sürdürülebilirlik ve çevresel etki temelinde bir ilgiyi hak etmektedir. Bu muazzam sektörün operasyonel faaliyetlerinin yanı sıra, yatırım ve kredi verme seçenekleri sürdürülebilirlik üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.. **Amaç**: Bu çalışmada yazarlar tarafından daha önce geliştirilmiş olan model, Türk Bankaları ve Global Bankalar tarafından çalışan başına düşen sera gazı emisyonları açısından test edilmiştir. **Yöntem:** Bu sorunun üstesinden gelmek için bir model geliştirilmiştir. Isıtma Gün Derecesi (HDD) ve Soğutma Gün Derecesi (CDD) yöntemi, bu modelin enerji talebini bulmak için temelini oluşturur. Geliştirilen model ile Türk Bankalarından birinin verileri kullanılarak uygulama yapılmıştır. **Bulgular:** HDD ve CDD'ye dayanarak geliştirilen modelin, bölgelere bakılmaksızın bölgeleri makul ölçüde iyi tahmin ettiği sonucuna varılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *Sera gazları, Bankacılık sektörü, Karbon ayakizi, Yeşil bankacılık*

An Evaluation Study of Greenhouse Gas Emissions for Banking Sector

Abstract

Introduction: *Global warming has become one of the most critical issues in the recent years. There is a great debate, centered on greenhouse gas emissions of countries, companies and institutions. Not only the manufacturing sector but also service sector has begun to be questioned in terms of the need for controlling greenhouse gases. Thus, banks deserve an attention on the basis of sustainability and environmental impact. Besides the operational activities of this enormous sector, its investing and lending choices have considerable influence on sustainability. **Aim:** In this study, the model developed by the authors is tested in terms of greenhouse gas emissions per employees by Turkish Banks and Global Banks. **Method:** A model is developed to overcome this issue. Heating Degree Days (HDD) and Cooling Degree Days (CDD) method is the basis of this model to find the energy demand. By developed model an application is conducted on one of the Turkish Banks. **Findings:** It can be concluded that the model developed based on HDD and CDD predicts banks regardless of the regions reasonably well.*

Keywords— Greenhouse gases, Banking sector, Carbon footprint, Green banking

JEL Classification Codes: *E1, Q4, Q54*

[1] Öğr. Gör. Dr., Marmara Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Türkiye, ozlem.yurtsever@marmara.edu.tr
2 Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Türkiye, suofirat@marmara.edu.tr

1. INTRODUCTION

The two most important actions of the climate movement are the reduction of greenhouse gas emissions and energy management. As a result of human activities, the amount of greenhouse gases in the atmosphere has increased, especially since the industrial revolution. Increasing concentrations of greenhouse gases (GHG) in the atmosphere are regarded as the main cause of global warming. The trigger for climate change is the greenhouse gases, which can lead to more frequent or more extreme weather events in the future thus their concentrations need to be under environmental control (Oktay Firat, Yurtsever, İleri, & Kıvılcım, 2017).

Realization of a new worldwide consensus regarding the reduction of the global warming has been the main reason for organizing 2015 Paris Climate Conference. COP21, also known as the 2015 Paris Climate Conference, creates a universal climate regime in which all 195 countries including Turkey voluntarily agree to participate. It is also significant that all parties submit their own plans to combat climate change by way of Intended Nationally Declared Contributions (INDC) as opposed to an enforced reduction target.

To reach a common goal, countries have agreed to meet every five years to set more ambitious targets in line with scientific facts. At the same time in order to achieve transparency and monitoring, countries agreed on to share what and how they do with each other country and public.

While offering various opportunities, the agreement which concerns all sectors, such as energy, transport, urban planning, will bring significant burden to companies which won't transform themselves in the sense of reducing carbon emissions. In according to this issue which is also completely related with our country, we must be prepared to make some changes in the scope of the agreement and ambitious transformation.

Eventually, all the world countries had to accept the extreme significance of the global warming since it has become one of the most controversial issues in the recent years. Thus, each country has to give itself responsibilities in order to decrease greenhouse gases related with each sector. Not only considering the manufacturing sector but also service sector has gained importance simultaneously. That is why banks in the service sector had to involve on global warming.

Banking sector is a focused market since the business deregulated. Clients' demand for some services in banking sector led to an increase in the number of branches to serve a geologically scattered client base (Cao, Leggio, & Schniederjans , 2012). Therefore, the increase in number of branches also contributes to the increase in carbon footprint of the bank.

Biswas states that one of the major economic agents of change is financial institutions (Biswas D., 2016). Banking sector is a major component in the financial system and a key element of the economic development. The assets of banks are widely distributed across markets. Daily operations of a bank, in terms of use of paper, electricity, lighting, air conditioning, electronic equipment etc. all cause carbon emissions (Islam & Das, 2013). In addition to their own operational activities, lending and financing projects in various sectors can affect the carbon emissions of the banks. Thus, in addition to their direct effects, banks are indirectly involved in carbon emissions. In this manner, banks may play a major role in supporting sustainability by funding the socially and environmentally responsible investment projects. As implementers of innovation and technology, banks can apply green practices and thereby

lead the path in this worldwide initiative. In this manner, new terms such as “ethical bank”, “sustainable bank” or “green bank” are introduced to the literature. According to the United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP-FI), a sustainable bank considers the influences of its own operations, products and services for the current and future generation. In order to promote the reduction of the carbon emission, the banks should motivate and finance the environmentally friendly technologies and projects (UNEP FI, 2007).

Green banking is a global initiative and the eco-friendly policies play a very special role for developing countries. Green banking involves the environmental and social responsibility of banks through their operations, financial products and services. Banks should reduce the paperwork and transform to online transactions for going green. From this point of view, promoting the mobile banking is an important step to minimize carbon footprint of banking sector (Nisha, 2016).

Green is becoming a symbol of eco-awareness in the world. Green bank considers all the social, ecological and environmental factors of the sustainability concept. Technological and operational improvements and changing client habits are taken into account with green banking (Biswas N, 2011). Additionally, promoting eco-friendly practices and reducing the carbon footprint are also important in green banking activities (Nishikant & Bhome, 2013).

Bihari studied Indian Banking Industry’s green banking initiative and the author made some recommendations to banks for going green (Bihari, 2011). One of the recommendations was that, before considering of financing a project, banks, as part of the society, should clarify the project if it is environmentally friendly or not and if it has any future implications on environment or not.

Bahl found out the most significant green banking strategies in India (Bahl, 2012). According to the author, top priority in green banking strategies is carbon footprint reduction by green building. Green banking financial products have had also an outstanding weightage. Additionally, giving loans in projects which reduces pollution or uses green technology is important.

Additionally, the industrial revolution has led to more intensive use of IT technologies and faster adoption of innovation processes. On the other hand, development in the innovation and IT technologies can lead to extensive usage of sources and thus can create threat to sustainability. In terms of both internal and external operations, the banking sector is one of the most affected sector by this transformation. While lean thinking and lean management approach is based on reducing waste sources, it leads the reduction in carbon footprint based on sustainability (Oktay Fırat, Ağlan, Kalender, Ülkü, Bayram, & Erdem, 2016).

There is a protocol which is an idea of the World Resources Institute (WRI) and World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) called as GHG Protocol. In the protocol, GHG emissions are categorized into three scopes. Summary of the scopes are given in the Table 1.

Table 1. Scopes of GHG Protocol (World Business Council for Sustainable Development, & World Resources Institute, 2001)

Scopes	**Type of Emissions**	
Scope 1	Direct emissions	From equipment and processes owned or directly controlled by the company.
Scope 2	Indirect emissions	Energy related and emanating mainly from electricity or from district heating purchased from third parties.
Scope 3	Indirect emissions	Related to a company's activities, but from sources not owned or controlled by the company.

In this study, the previously developed model by the authors is tested with the globally active deposit banks as well as Turkish banks (Yurtsever, 2019). Greenhouse gas emissions (GHG) of selected banks are gathered from their sustainability reports and GHG emissions per number of employees are compared based upon the developed model.

2. SELECTED BANKS GLOBALLY VS. TURKISH BANKING SYSTEM AND MODEL PREDICTIONS

It is important to understand the sustainability related profile of the banks located in Turkey. Finansbank, ranks in the 8th place according to total assets, has a total asset of 149,265 million TL which is less than half of the total assets of Vakıf Bank's that ranks in the 7th place. Since this is a breaking point, list of the top seven bank by size of assets according to the report of the Banks Association of Turkey by June 2018 is given in the Table 2 (The Banks Association of Turkey, 2018). All of these banks publish their yearly sustainability reports and available in their web sites. Additional to total assets information, GHG Emissions of each banks for year 2017 are also given in Table 2.

Table 2. Profiles of Top 7 Turkish Banks

Name of the Bank	**Total Assets (Million TL)**	**Amount of GHG in 2017 (tons CO_2-e)**
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş. (Ziraat Bank)	497,574	87,663
Türkiye İş Bankası A.Ş. (Is Bank)	398,340	26,134
Türkiye Garanti Bankası A.Ş. (Garanti Bank)	349,144	70,463
Türkiye Halk Bankası A.Ş. (Halk Bank)	348,296	77,278
Akbank T.A.Ş. (Akbank)	340,936	47,383
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. (Yapı Kredi Bank)	338,353	70,158
Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. (Vakıf Bank)	306,045	23,620

From Table 2, it can be seen that the carbon emissions vary between 23,620 tons of CO_2-e to 87,663 tons of CO_2-e with an average of 57,528 tons of CO_2-e for 2017. To see the change more accurately, total GHG emissions with respect to number of bank employees are given in Table 3.

Table 3. Total GHG Emissions per Employee of the Seven Banks

Name of the Bank	**GHG Emissions (tons CO_2-e) / Number of Employees in 2017**
Ziraat Bank	3.57
Is Bank	1.05
Garanti Bank	3.74
Halk Bank	3.41
Akbank	4.33
Yapı Kredi Bank	3.91
Vakıf Bank	1.47

All the Turkish banks chosen, have a minimum of 800 branches and at least 14,000 employees. The figures of Table 3 show that there is no uniformity among the banks in terms of greenhouse gas emissions per employees. The very fact that they are all deposit banks, the figures should be better than the table indicates.

A model is developed to overcome this issue. Heating Degree Days (HDD) and Cooling Degree Days (CDD) method is the basis of this model to find the energy demand. By developed model an application is conducted on one of the Turkish Banks (Yurtsever, 2019). The GHG emission per employee was calculated as in Table 4. Accordingly, long term average HDD and CDD values for Turkey is given in the same table. HDD and CDD values long term average values (Atalla, Gualdi, & Lanza, 2018).

It should be noted, Table 4 shows Scope 1 and Scope 2 emissions per employee whereas the figures in Table 3 includes Scope 3 emissions as well. Also, in terms of GHG emissions, there is a difference between the results of the model and sustainability report of the bank chosen.

Table 4. Average HDD and CDD values of Turkey and Scopes Values of the Bank Chosen

HDD Value for Turkey	2586
CDD Value for Turkey	402

Scope 1 per employee	0.69
Scope 2 per employee	1.81
Scope 1 + Scope 2 per employee	2.50
Scope 1 + Scope 2 + Scope 3 per employee	4.03

In order to compare the results with worldwide banks, 3 banking corporation is chosen. The total employee number of these chosen banks are almost two times more than Turkish banks. Details about these banks are given in Table 5. For Santander Group, it should be noted that the breakdown of the GHG emissions according to the countries are not provided. Thus, the total values are given only.

Table 5. Details for the Global Banks

Name of the Bank	**Country**	**HDD**	**CDD**	**Number of Employees**	**GHG Emissions per Employee**	
					Scope 1	**Scope 2**
Santander Group	USA	2347	418	17,560	N/A	N/A
	Mexico	405	529	18,577	N/A	N/A
	Brazil	88	838	47,135	N/A	N/A
	Chile	2588	120	11,675	N/A	N/A
	Argentina	1162	498	9,277	N/A	N/A
	Colombia	35	256	161	N/A	N/A
	Uruguay	681	422	1,721	N/A	N/A
	Peru	1250	178	181	N/A	N/A
	UK	2256	20	25,971	N/A	N/A
	Spain	1920	383	22,916	N/A	N/A
	Poland	3362	91	11,572	N/A	N/A
	Portugal	787	111	5,895	N/A	N/A
	TOTAL	**-**	**-**	**202,251**	**0.14**	**1.85**
	Italy	2101	172	44,957	0.61	2.13

UniCredit Group	Germany	3156	70	17,427	1.13	3.78
	Bulgaria	2400	249	4,566	0.46	1.70
	Austria	3775	41	9,363	0.29	1.77
	TOTAL	**-**	**-**	**91,952**	**0.69**	**2.47**
Piraeus Bank	Greece	1729	476	18,100	0.20	2.91

Number of employee per branch is an important parameter because it dictates the electronic, network and the computer infrastructure of the branch which effects Scope 2 emissions and transportation values which effects Scope 3 emissions. The model is based on average number of employees for Turkish banks. Comparison of the average number of employees per branch with the global banks which is given in in Table 6 shows that they are similar within 5 % range.

Table 6. Employee per Branch Values

Name of the Bank	**Employee per Branch**
Santander Group	17.0
Uni Credit	19.2
Ziraat Bank	13.8
İşBank	18.2
Graranti Bank	19.9
Halk Bank	18.4
Akbank	17.3
Yapı Kredi Bank	20.7
Vakıf Bank	17.4
Turkey Average with 47 banks	*18.4*

UniCredit bank has a considerable amount of district heating included in Scope 2. Because the Turkish Banks do not have any district heating system available for comparison purposes 18 % of the total is deducted from the Scope 2 of UniCredit bank. Since no information is available in which countries the

district heating is being used, the deduction is made from all countries' Scope 2 values. The results are given in Table 7.

Table 7. GHG Emissions of UniCredit Group with District Heating Excluded

Country	**GHG Emissions per Employee**		
	Scope 1	**Scope 2 with district heating excluded**	**Scope 1 + Scope 2**
Italy	0.61	1.75	2.36
Germany	1.13	3.10	4.22
Bulgaria	0.46	1.39	1.86
Austria	0.29	1.45	1.74
TOTAL	**0.69**	**2.03**	**2.72**

3. RESULTS AND CONCLUSION

The role of the banks in the economic system, in general, is to supply funds through the acceptance of deposits from customers and loans to be granted to customers who are in need of these funds. From this perspective, it gives the impression that banks are not involved in the environmental activities. However, the financial system, especially the banking sector, is a driver of economic growth and development. The financial organization that manages the flow of funds plays an important role on the determination of international policy and ensuring macro-economic stability can affect the whole humanity. Banks, indirectly, might give either an important contribution or even harm to human rights and social justice level. Therefore, the financial system affects and leads all the other sectors while applying a sustainable development plan.

Since the model was exclusively applied to Turkish Banking system, other banks in various countries and regions will be compared versus Turkish emission results. Scope 1 emissions is directly related to direct GHG emissions as given by table 1 whereas Scope 2 is mainly from electricity distributed by utility companies. Thus, Scope 1 is mainly related to HDD whereas Scope 2 is related to CDD since, in this study the district heating is excluded from Scope 2.

Table 8 is prepared to compare the results of the Turkish bank and others.

Table 8. GHG Emissions per Employee of the Banks

Country	**Scope 1 per employee**	**Scope 2 per employee**	**Scope 1 + 2 per employee**
Turkey (Bank Choosen)	0.69	1.81	2.50
Italy (UniCredit)	0.61	1.75	2.36
Brazil, Spain, UK and others (Santander)	0.14	1.85	1.99
Greece (Piraeus)	0.20	2.91	3.11

As it can be seen from Bank Santander results because their largest presence being in Central South America, Scope 1 emissions which is related to HDD is very small and due to excessive cooling needs Scope 2 is thirteen times higher than Scope 1. Perhaps the best match for the Turkish banks would be in Italy due to Mediterranean weather and presence of mountain regions as is the case for Turkey. The difference is within 6% for Scope 1 and Scope 2. Based on these preliminary results it can be concluded that the model developed based on HDD and CDD predicts banks regardless of the regions reasonably well.

ACKNOWLEDGMENT

This study is a part of Özlem Yurtsever's PhD thesis that is supported by Marmara University Scientific Research Project Coordination Unit (BAPKO), Istanbul, Turkey, Project No. FEN-C-DRP-090217-006

The authors declare no conflict of interest.

REFERENCES

Atalla, T., Gualdi, S., & Lanza, A. (2018). A global degree days database for energy-related applications. Energy, 143, 1048-1055.

Bahl, S. (2012). Green Banking-The New Strategic Imperative. Asian Journal of Research in Business Economics and Management, 2(2), 176-185.

Bihari, S. (2011). Green Banking–Socially Responsible Banking in India. The India Banker, 6(1).

Biswas, D. (2016). A Study of Conceptual Framework on Green Banking. Journal of Commerce and Management Thought, 7(1), 39-53.

Biswas, N. (2011). Sustainable Green Banking Approach: The Need of the Hour. Business Spectrum, 1(1), 32-38.

Cao, Q., Leggio, K., & Schniederjans , M. (2012). Efficiency Measurement in: Branch Bank Service with Data Envelopment Analysis. International Journal of Information Systems in the Service Sector (IJISSS), 4(2), 1-18.

Islam, S., & Das, P. (2013). Green Banking Practices in Bangladesh. IOSR Journal of Business and Management, 8(3), 39-44.

Nisha, N. (2016). Exploring the Dimensions of Mobile Banking Service Quality: Implications for the Banking Sector. International Journal of Business Analytics (IJBAN), 3(3), 60-76.

Nishikant, J., & Bhome, S. (2013). A Study of Green Banking Trends in India. International Monthly Referred Journal of Research in Management and Technology, 127-132.

Oktay Fırat, S. Ü., Ağlan, C., Kalender, Z. T., Ülkü, İ., Bayram, G., & Erdem, M. (2016). Lean Thinking via Business Intelligence Technologies and Innovation Process. In L. Al-Hakim, X. Wu, A. Koronios, & Y. Shou (Eds.), Handbook of Research on Driving Competitive Advantage through Sustainable, Lean, and Disruptive Innovation. Hershey, PA: IGI Global.

Oktay Firat, S., Yurtsever, Ö., İleri, Ç., & Kıvılcım, İ. (2017). Sürdürülebilir Bir Dünyaya Doğru: Küresel Gündem ve Türkiye. İstanbul: İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları. Retrieved January 2018, from https://www.ikv.org.tr/images/files/Surdurulebilir_Bir_Dunyaya_Dogru_Kuresel_Gundem_Turkiye.pdf

The Banks Association of Turkey. (2018). Information on Bank Numbers. Retrieved October 19, 2018, from The Banks Association of Turkey: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

UNEP FI. (2007). Banking on Value: A New Approach to Credit Risk in Africa. Geneva: United Nations Environment Programme Finance Initiative.

World Business Council for Sustainable Development, & World Resources Institute. (2001). The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard. World Resources Inst.

Yurtsever, Ö. (2019). Carbon Emission Modelling and Assessment of the Turkish Banking Sector. (Doctoral dissertation). Marmara University, İstanbul, Turkey.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kamu-Özel İş Birliği (KÖİ) Modeli Kapsamında Şehir Hastanelerinde Risk Odaklı Denetim

Full Text / Tam Metin

Vedat Acar[1], İncilay Erduru[2]

Özet

İyi bir denetim plan ve programının yapılabilmesi için iyi bir denetim stratejisine ihtiyaç duyulmaktadır. Küreselleşen dünyada işletmelerin ticari çevresinin genişlemesi, ekonomik ortam ve hukuki yapısının değişmesi, işletme ortaklarının taleplerinin farklılaşması, risk raporlarının yayımlanma gerekliliğinin giderek yaygınlaşması, enformasyon ve telekomünikasyon araç gereçlerinde meydana gelen teknolojik yenilikler, işletmelerin denetim stratejilerinde de yeni düzenlemelere gidilmesini gerekli kılmaktadır (Kaval, 2008:117-120).

Enron, Worldcom ve Parmalat firmalarında yaşanan skandallar ile hile ve yolsuzluklar konusunda geleneksel denetim anlayışının yetersiz kalması sonucunda birçok sektörde muhasebe odaklı denetimin yerini, risk odaklı denetim almaktadır. Risk odaklı denetim yaklaşımında denetçiler, şirketin başlıca risklerine ve bu riskleri yönetebilmesini ve kontrol edebilmesini sağlayan sistemlere odaklanmaktadır (Uyar, 2006).

Kamu – Özel İş Birliği (KÖİ) modeli kapsamında şehir hastaneleri projeleri, hastane işletmeciliği alanında yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. 21.02.2013 tarihli 6428 Sayılı Kanun ile yaşama geçirilen ve büyük sağlık kampüsleri şeklinde öngörülen modelin işleyişi yolunda en önemli konu, işletmecilik dönemindeki faaliyetlerin etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi olacaktır. Yeni uygulanan bir sistem olmasından dolayı bu işletmeler, yönetim bilgi sistemleri bağlamında da son teknoloji ve sistemleri kullanmak zorunda olmaktan kaynaklanan çeşitli riskleri barındırmaktadır. Ayrıca iç denetim ve gerekse bağımsız denetimde, geleneksel denetim yaklaşımlarına dayanan denetim tekniklerini kullanmak, söz konusu denetimlerden beklenen faydanın elde edilememesine neden olacaktır. Bu nedenle işletmelerin gerek iç denetim ve gerekse bağımsız denetimlerinin risk odaklı olması bir zorunluluk haline gelmektedir.

Bu çalışmada, şehir hastanesi projesi olarak yaşama geçirilmiş olan sağlık kuruluşları için bir bütünleşik çok kriterli karar verme modeli kullanılarak uygulanabilecek risk odaklı denetim esasları belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler— *Denetim, Muhasebe, Risk Odaklı Denetim, Entegre Sağlık Hizmetleri, Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Modeli*

JEL Classification Codes: *M41, M42*

[1] Doç. Dr, İzmir Bakırçay Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, vedat.acar@bakircay.edu.tr

2 Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü, Türkiye, incilay.erduru@usak.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Risk Based Audit in Huge City Hospitals within the Public-Private Partnership (PPP) Model

Abstract

A great audit strategy is needed to make a good audit plan and program. In the globalization, the expansion of the commercial environment of the enterprises, the change of the economic environment and legal structure, the differentiation of the demands of the business partners, the increasing need for the publication of risk reports, the technological innovations in information and telecommunication equipment requires the new regulations in the audit strategies of enterprises (Kaval, 2008:117-120).

As a result of the scandals experienced in Enron, Worldcom and Parmalat, and traditional auditing approach in terms of fraud and malpractice, risk based auditing is replaced with accounting based audit in many sectors. In a risk based audit approach, auditors focus on the company's main risks and systems that enable them to manage and control these risks (Uyar, 2006).

The huge city hospitals projects are a new concept in the field of hospital management within the scope of Public-Private Partnership (PPP) model. The most important issue for the operation of the model envisaged in the form of large health campuses, which was implemented by Law Code 6428 of 21.02.2013, will be the effective and efficient execution of the activities during the operation period. Due to the fact that they are a newly implemented system, these enterprises have various risks arising from the need to use the latest technologies and systems in the context of management information systems. In addition, using the audit techniques based on the traditional audit approaches in both internal audit and independent audit will result in the failure of the benefit expected from such audits. Therefore, it is becoming a necessity that the internal audit and independent audits of that enterprises are risk based.

In this study, with the help of an integrated multi-criteria decision-making model for health institutions, which has been implemented as a huge city hospital project, has been tried to be determined the risk-based audit principles.

Keywords— Auditing, Accounting, Risk Based Audit, Integrated Healthcare Services, Integrated Multi-Criteria Decision-Making Model.

JEL Classification Codes: *M41, M42*

1. GİRİŞ

Hizmet işleri altında ve başkaları adına veya hesabına yapılan işler olarak sınıflandırılan inşaat taahhüt işleri, çeşitli ihale yöntemleriyle işlerin müteahhitler tarafından yapılması ve teslim edilmesi esasına dayanırken, son yıllarda özellikle kamu kurum ve kuruluşlarına gerçekleştirilen taahhüt işlerinde farklı şekillere de yönlenmiştir (Acar, 2018:1198). Özellikle büyük çaplı altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesinde, yap-işlet-devret, yap-işlet, işletme hakkı devri, yap-kirala ve imtiyaz gibi yöntemlerle finansman sağlanan inşaat taahhüt işleri, kamu-özel iş birlikleri (KÖİ) olarak sınıflandırılmaktadır (Emek, 2013:10). Bu kapsamda uygulamada karşımıza çıkmakta olan büyük ölçekli hastane projeleri ise şehir hastaneleri ya da entegre sağlık kampüsleri şeklinde isimlendirilmektedir.

Şehir hastanelerinin kendine has özellikleri, diğer işletmelerde yapılan denetim uygulamalarının farklılaşmasına yol açmaktadır. Son yıllarda çok daha fazla uygulama alanı bulan bir denetim olgusu olan risk odaklı denetim de bu kapsamda şehir hastanelerinin denetiminde uygulanabilecek bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplam denetim riskinin en düşük düzeye indirilebilmesi amacıyla, denetçinin riskli denetim alanlarına yoğunlaşması ise beraberinde önemli kararların verilmesini getirmektedir. Riskli denetim alanlarının belirlenmesi konusunda verilecek kararlar ise birçok kriter içermekte ve kararlar daha çok tecrübeli denetçilerin salt subjektif düşüncelerine dayanabilmektedir. Bu aşamada verilecek kararları, çok kriterli karar verme yöntemleri kullanmak suretiyle bir model çerçevesinde almak, teknolojik gelişmelerden hızlı şekilde etkilenen denetim çalışmalarında daha objektif sonuçların alınmasına da yardımcı olacaktır.

Bu çalışma aşağıda, Türkiye'de henüz çok yeni olan şehir hastane işletmeciliğinin özellikleri dikkate alınarak risk odaklı denetimi konusunda nasıl bir yöntem izlenmesi gerektiği ve kullanılabilecek çok kriterli bir karar verme modelinin nasıl oluşturulabileceğine ilişkin açıklamalarda bulunmaktadır.

2. KAMU-ÖZEL İŞ BİRLİĞİ (KÖİ) MODELİ

Kamu ile özel sektörün işbirliği şeklinde gerçekleşen modelin isimlendirilmesinde ve kavramsallaştırılmasında Kamu Özel Sektör İş Birliği (KOSİ), Kamu Özel İş Birliği (KÖİ), Kamu Özel Ortaklığı (KÖO), Kamu Özel Sektör Ortaklığı (KÖSO), Kamu Özel Ortaklığı Modeli (KÖOM) gibi ifadeler kullanılmakla birlikte, tüm bunları kapsayıcı niteliğe sahip aynı zamanda da dünya genelinde kabul görmüş Public Private Partnerships (PPP's) kavramının birçok çalışmada kullanıldığı görülmektedir (Boz, 2013:279).

KÖİ sözleşmeleri uygulamada çeşitli sözleşme türleri ile karıştırılabilmektedir. İmtiyaz sözleşmeleri bunlardan biridir. İmtiyaz sözleşmesi, kamu hizmetlerinin, özel hukuk tüzel kişisi olan anonim şirket statüsündeki bir imtiyazcı tarafından, idare ile imzalanan sözleşme gereği, her çeşit gider, sermaye, kâr, zarar ve hasarı imtiyazcıya ait olmak koşuluyla uzun süreli olarak gördürülmesini amaçlayan bir idari sözleşme çeşididir. Bu nedenle idari bir sözleşme olarak kabul edilen imtiyaz sözleşmeleri, kanun koyucunun tutumuyla özel hukuk sözleşmesi olarak kendini gösteren KÖİ sözleşmelerinden farklılaşmaktadır (Boz, 2013:296-297).

KÖİ ile özelleştirme şeklindeki işler de uygulamada karıştırılabilen bir diğer konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Önemli hukuksal ve yönetimsel farklılıklar içeren KÖİ sözleşmeleri çerçevesinde idare/devlet bir taraftan özel ortağın faaliyetlerini yakından denetlemekte, diğer taraftan da sağlık hizmetlerinin sunumunda etkinliği artırmak adına belirli riskleri (sözleşmede yazılamayan) kendisi üstlenmekte, böylece idare/devlet, hastaları ilgilendiren fiyat, kalite ve güvenlik gibi hususları düzenlemekten sorumlu olarak, bunların dışında projenin herhangi bir riskini üstlenmemektedir (Emek, 2017:145, 146).

Artan sağlık harcamaları yanında giderek artan bütçe kısıtlamaları ülkeleri sağlık hizmetlerine olan talebi karşılama konusunda zorlamaktadır. Bu nedenle hükümetler sağlık fonlarını genişleterek daha iyi sonuçlar üretmeye çalışırken, birçoğu da özel sektörle birlikte KÖİ'lere yönelmektedir (The World Bank, 2013: 1).

Dünyadaki ilk KÖİ uygulamaları 17. ve 18. yüzyıllarda, ağırlıklı olarak kanal ve köprü yapımında görülmektedir. Bu bağlamdaki uygulamalar bazı altyapı hizmetleri ve özellikle de 19. Yüzyıl Avrupa'sında özel sektör tarafından kurularak işletilen altyapı hizmetleri, 20. yüzyılda İkinci Dünya Savaşı sonrasında ise Fransa, İtalya, Japonya ve ABD gibi ülkelerde özellikle karayolu ağlarının inşasında yaygınlaşmıştır (Sözer, 2013:216).

Ülkemizde Osmanlı İmparatorluğu'na kadar uzanan dönemde, bazı kamu hizmetlerinin sunulmasına ve altyapının sağlanmasına ilişkin olarak özel sektörün katkıda bulunması şeklindeki KÖİ uygulamaları görülmektedir. Günümüzde sağlık hizmeti sunan tesislerin bir kısmı kamu, bir kısmı da özel hukuk karakterlidir. 6 Ocak 2005 tarih ve 5283 Sayılı Bazı Kamu Kurum ve Kuruluşlarına Ait Sağlık Birimlerinin Sağlık Bakanlığı'na Devredilmesine Dair Kanun ile kamu sağlık tesisleri, Sağlık Bakanlığı'na devredilmiş ve sağlıkta yeniden yapılanma süreci içinde Sağlık Bakanlığı sağlık hizmetlerinde ağırlığı özel sektöre bırakmıştır. Bu uygulamaların devamında, 21/2/2013 Tarih ve 6428 Sayılı Sağlık Bakanlığı'nca Kamu Özel İş Birliği Modeli ile Tesis Yaptırılması, Yenilenmesi ve Hizmet Alınması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanunun kabul edilmesi sağlanmıştır (Sözer, 2013: 218-219). Böylece KÖİ kapsamında şehir hastaneleri ya da entegre sağlık tesisleri isimleri altında uygulamaların önü açılmış ve 2018 yılında ilki Mersin Şehir Hastanesi olarak 2018 yılında faaliyete geçmiştir.

2013-2017 yılları arasında ilgili istatistikler değerlendirildiğinde, sağlık sektöründe yapılan KÖİ sözleşmelerinin, ülkemizde yapılan toplam 23,44 milyar Euro'luk KÖİ sözleşmeleri içerisinde tek başına %36,40'lık bir orana sahip olduğu görülmektedir (Uysal 2018: 163, 170). Bu bağlamda Türkiye'deki KÖİ yatırımlarının önemli bir özelliği de 2008-2012 yılları arasında başlamasına rağmen, Almanya, Fransa, İtalya, İspanya, Hollanda gibi ülkeler içerisinde oldukça hızlı bir artış çizgisine sahip olmasıdır (Uysal 2018: 170).

2. ŞEHİR HASTANELERİ VE İŞLEYİŞİNE İLİŞKİN ÖZELLİKLER

Anayasal olarak sosyal devlet olma ilkesini benimseyen Türkiye'de, halkın taleplerine beklenen hızda cevap verilebilmesi ve hizmet sunumunun hızla yerine getirilebilmesi konusunda yaşanan sıkıntılarının giderilebilmesi amacıyla taraflarının özel işletmeler ve kamu otoritesi olduğu KÖİ modeli geliştirilmiştir (Acartürk ve Keskin, 2012:45). Sağlık Bakanlığı tarafından projelendirilmiş olan bu modelin sağlık

alanındaki bir yansıması olan şehir hastaneleri ya da entegre sağlık kampüslerinde, hasta karşılamadan başlayarak tüm tedavi süreçlerindeki hizmetlerin beş yıldızlı otel konforunda sunulacağı ifade edilmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2014:109, 2016:5). Bu bağlamda şehir hastanelerinin özel sektör için KÖİ modeli ile yapılacak hizmet alımları açısından da büyük bir fırsat ortamı sağlayacağı, hastalar açısından da yüksek standartlarda verilecek otelcilik hizmetleri ile süslenmiş ve maliyeti artırılmış sağlık hizmeti anlamını taşıyacağı görülmektedir (Işıkçı, 2016:744).

Şehir hastaneleri, yüksek teknolojiye sahip laboratuvarlar, araştırma merkezleri, sağlık teknoparkları, sosyal tesisler, otel ve medikal oteller gibi konaklama imkanları, alışveriş merkezi, merkezi acil ve yoğun bakım üniteleri, merkezi eczane ve depo yapıları, atık yönetimi, yeterli büyüklükte otopark ve peyzaj alanları gibi unsurları da bünyesinde bulunduran büyük entegre sağlık merkezleri olarak faaliyette bulunmaktadır (Acartürk ve Keskin, 2012:47). Tüm bunların yanında hasta refakatçileri ya da şehir dışından gelen hastalar için restoran, kafe vb. sosyal tesisler de bulunmaktadır. Buradan da anlaşılacağı üzere, özel sektör bu projelerde sağlık hizmetinin sunucusu olmak yerine, daha çok tasarım, finansman ve tesislerin inşası noktasında ortaya çıkmakta ve devlet sağlık hizmetlerinin sunucusu olarak sistemde varlığını korumaktadır. Dolayısıyla Sağlık Bakanlığı, özel sektörle birlikte üstlendiği bu projelerde sadece hekimlik hizmetlerini vermekte, bu hizmet dışında kalan tüm hizmetler ise özel sektör tarafından karşılanmaktadır (Yılmaz, Gültekin ve Karakaş, 2011:46).

Türkiye'de KÖİ kapsamında projelendirilen ve ihalesi tamamlanmış ya da faaliyete geçmiş olan şehir hastanelerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir;

Tablo 1: KÖİ Kapsamındaki Şehir Hastaneleri Projeleri

Proje Adı	Yatak Kapasitesi	Hedeflenen Bitim Tarihi
Adana Şehir Hastanesi	1.550	Açıldı
Mersin Şehir Hastanesi	1.300	Açıldı
Isparta Şehir Hastanesi	755	Açıldı
Yozgat Şehir Hastanesi	475	Açıldı
Kayseri Şehir Hastanesi	1.607	Açıldı
Manisa Şehir Hastanesi	558	Açıldı
Elâzığ Şehir Hastanesi	1.038	Açıldı
Ankara Bilkent Şehir Hastanesi	3.704	Açıldı
Eskişehir Şehir Hastanesi	1.081	2019
Ankara Etlik Şehir Hastanesi	3.577	2019
Bursa Şehir Hastanesi Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon	1.355	2020
Psikiyatri ve Yüksek Güvenlikli Adli Psikiyatri Hastaneleri	2.400	2020
Konya Karatay Şehir Hastanesi	838	2020
Gaziantep Şehir Hastanesi	1.875	2020
Tekirdağ Sağlık Yerleşkesi	480	2020
Kütahya Şehir Hastanesi	600	2020
Kocaeli Şehir Hastanesi	1.180	2020
İzmir Bayraklı Şehir Hastanesi	2.060	2020

İstanbul İkitelli Şehir Hastanesi	2.682	2020
Şanlıurfa Sağlık Kampüsü	1.700	2021
Toplam	30.815	

Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Yatırımları Genel Müdürlüğü, https://sygm.saglik.gov.tr/TR,33960/sehir-hastaneleri.html (Erişim Tarihi:22.03.2019)

Tablo 1'e göre halihazırda toplam 30.815 yatak kapasiteli planlanmış olan şehir hastanelerinden ilk sekiz proje tamamlanmış ve faaliyete geçmiş bulunmaktadır.

22.7.2006 tarih ve 26236 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan, Sağlık Tesislerinin, Kiralama Karşılığı Yaptırılması İle Tesislerdeki Tıbbî Hizmet Alanları Dışındaki Hizmet ve Alanların İşletilmesi Karşılığında Yenilenmesine Dair Yönetmelik kapsamında, şehir hastanelerinde tıbbi olan veya olmayan tüm hizmetler KÖİ kapsamına alınmış ve ticari hizmet alanından söz edilerek mecburi ve ihtiyari ayrımı yapılmıştır.

Tıbbî hizmetler dışındaki alan kapsamına otopark, otel, banka şubesi, restoran, kafeterya, konferans ve kültür merkezi, internet ve iletişim merkezi, eczane, yaşlı bakım evi, kreş, personel servisi, taksi hizmetleri ve benzeri ulaştırma hizmetleri, zayıflama ve diyet merkezi girerken, tıbbî hizmetler dışındaki hizmetler bilgi işlem, hasta danışmanlığı, sterilizasyon, çamaşırhane, temizlik, güvenlik, yemekhane, arşivleme, (aydınlatma, asansör, ısıtma, soğutma, havalandırma, tıbbî gaz, su ve enerji temini, atık ve atık su uzaklaştırma hizmetleri de dâhil olmak üzere) binaların tamiri, bakımı ve işletilmesi, park ve bahçe bakımı, (kara, hava, deniz) ambulans hizmetleri, morg ve gasilhane hizmetleri olarak ifade edilmektedir (Sözer, 2013:220-221).

Mecburi ticari hizmet alanları, Sağlık Bakanlığı ve yüklenici tarafından (piyasa rayiç fiyatlarına göre) belirlenen ücret karşılığında, yerleşkede bulunan ve hizmetten yararlananların ihtiyaçlarını karşıladıkları hizmet alanları olarak ilgili ihale dokümanında belirlenmiş alanlardır. Buna karşılık ihtiyari ticari hizmet alanları ise yerleşkede yapılacak mecburi ticari hizmet alanlarının dışında kalan her türlü hizmet alanı olarak sayılmaktadır. Bu tanımda geçen "tesislerin kullanımı" ibaresi için kullanım bedeli ayrıca tanımlanıp "bedelin bir unsuru olup tesislerin kullanımı karşılığında, dönemsel olarak idare tarafından yükleniciye ödenen ve sözleşmede belirlenen bedel olarak ifade edilmektedir (Sözer, 2013:233).

6428 Sayılı Kanun'da, önceki 3359 Sayılı Kanun döneminden farklı olarak, kira yerine bedel kavramı tercih edilerek nasıl saptanacağı ayrı bir maddede ayrıntılı olarak belirlenmesi yoluna gidilmiştir. Bedelin belirlenmesine yatırımın ve projenin mahiyeti, ekipman ve tıbbi donanımın yüklenici tarafından sağlanıp sağlanmayacağı, yüklenicinin kârı, yatırım konusu taşınmaz ve tesisteki hizmetlerin ve ticari hizmet alanlarının işletilmesinin yükleniciye verilip verilmeyeceği hususları etki etmekte, ödenmesi yükümü de Sağlık Bakanlığı'na veya bağlı kuruluşlara ait döner sermaye bütçesinden ve/veya merkezi yönetim bütçesine verilmektedir. Diğer bir ifadeyle kira ödemesi, bağlı kuruluşun döner sermayesi yeterli gelmediğinde devlet bütçesinden yapılacaktır (Sözer, 2013:233-234).

Şehir hastaneleri hizmetin üretimi ve sunumu açısından yoğunlaşmayı, merkezileşmeyi ve buna bağlı olarak ölçek büyümesi yaratmaktadır (Küçük, 2017:365). Bu açıdan bakıldığında şehir içinde dağılmış birbirlerinden farklı alanlarda hizmet veren birimlerin bir araya getirilmesinin ciddi bir maliyet avantajı sağlayarak, devletin sağlık bütçesi üzerinde önemli faydalar sağlayacağı da düşünülmektedir.

3. RİSK ODAKLI DENETİM

Çalışmanın bu bölümünde risk odaklı denetim kavramı, denetim standartlarının risk odaklı denetime bakış açısı ve risk odaklı denetimin uygulanma süreci hakkında açıklamalara yer verilmiştir.

3.1. Risk Odaklı Denetim Kavramı

Kökenleri çok eski tarihlere dayanmakta olan denetim, insanların toplum halinde yaşamaya başlaması ile vazgeçilmez bir olgu olarak karşımıza çıkmış ve sanayi devrimiyle birlikte canlanan iktisadi yaşam ve bu yaşama kamu otoritesinin farklı düşüncelerle müdahil olması ile de özellikle kamunun karar ve eylemlerinin denetimine farklı bir boyut kazandırmış ve anayasaları etkilemiştir. (Bozkurt, 2013:56). Bu bağlamda denetlenemeyen ve dolayısıyla kontrol dışı kalan güç, ister kamu otoritesi isterse de özel sektör işletmeleri olsun, toplum hayatı için önemli riskleri doğurması kaçınılmaz olmuştur.

Denetim, iktisadi faaliyet ve olaylarla ilgili iddiaların önceden belirlenmiş ölçütlere uygunluk derecesini araştıran, bunlarla ilgili kullanıcılara sonuçları iletmek için de tarafsızca kanıt toplayan sistematik bir süreçtir (Silvoso, 1972:18). Silvoso tarafından da ifade edilen bu sürecin objektif şekilde işletilebilmesi için önemli unsurlardan birisi de tarafsız bir şekilde kanıt toplanmasıdır. Bu bağlamda denetim kanıtları, söz konusu sürecin denetim standartlarında belirlenmiş olan kriterlere uygun olarak işletilmiş olduğuna da kanıt oluşturacaktır.

Denetçi, isabetli bir denetim görüşüne ulaşabilmek amacıyla tüm kayıtlar yerine, denetime konu olacak işlem ve olayların veya herhangi bir hesap bakiyesi içindeki tüm alt hesapları değil, bunların içinden seçilmiş belirli sayıda örneğin incelenmesi ve bundan çıkan sonuçların tüm hesabı temsil ettiğinin kabul edilmesi esasına dayanan bir örnekleme yapacaktır (Kaval, 2008:156). Bu aşamada denetim riski kavramı, denetçi tarafından da ortaya çıkarılamayan birçok hata ve hileyi de içerecektir. İyi bir muhasebe ve iç kontrol sistemine sahip olmamasından kaynaklanacak hatalardan oluşanlarla birlikte, işletmenin muhasebe ve iç kontrol yapısıyla ilgili olarak oluşturduğu politika ve uygulamaların, hesap bakiyesinde veya işlem türünde yer alan önemli hataları önleyememesi, ortaya çıkaramaması ve bunların zamanında düzeltilememesi riskini ifade eden iç kontrol riski ve hesap bakiyelerinde veya işlem türlerinde yer alan önemli hataları denetçinin ortaya çıkaramaması riski olan bulgu riskleri de içeren denetim riski (Çalgan vd., 2008:53), isabetli bir denetim görüşüne ulaşabilmek konusundaki en önemli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Denetçinin birbirleriyle yakından ilişkili olan hesapları ya da işlemleri bir araya getirmesiyle oluşturduğu denetim alanlarının her birisi, denetim riski tanımındaki unsurları da içerebileceğinden dolayı birer risk alanı olarak da ifade edilebilir. Dolayısıyla denetçinin bu alanların seçimi yanında, seçilmiş alanlarda var olabileceği düşünülen hata ve hilelerin tespitine yönelik kullanacağı denetim tekniklerinin doğru seçilmesi ve uygulanması, toplam denetim riski üzerinde arttırıcı ya da azaltıcı yönde etkide bulunabilecektir.

Toplam denetim riskinin düşük düzeyde tutulabilmesi için iyi bir denetim plan ve programının yapılmasına ve dolayısıyla iyi bir denetim stratejisine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak işletmelerin doğal çevresi, çalıştıkları ekonomik ortam, hukuki yapı, hissedarlarının istekleri hızla nitelik değiştirmekte ve risk raporlarının yayımlanma gerekliliğinin giderek yaygınlaşması, enformasyon ve telekomünikasyon teknolojilerindeki gelişmeler vb. etkenler, yeni bir denetim stratejisini gerekli kılmakta ve muhasebe denetiminin niteliğinde en dikkat çekici gelişmesi olarak da riske yönelik ya da risk odaklı denetim, denetimi muhasebe odaklı olmaktan risk odaklı olmaya yöneltmektedir (Kaval, 2008:117-120). Enron, Worldcom ve Parmalat firmalarında yaşanan skandallar ile hile ve yolsuzluklar konusunda geleneksel denetim anlayışının yetersiz kalması sonucunda, birçok sektörde muhasebe odaklı denetimin yerini, risk odaklı denetim almaktadır. Risk odaklı denetim yaklaşımında denetçiler, şirketin başlıca risklerine ve bu riskleri yönetebilmesini ve kontrol edebilmesini sağlayan sistemlere odaklanmaktadır (Uyar, 2006). Örneğin bu kapsamda ele alınan risk odaklı iç denetimde, işletmelerin risk profilleri belirlenmekte, daha sonrasında ise denetim sürecinin işletmenin risk profiline göre şekillendirilmesi ve denetim kaynaklarının buna göre tahsis edilmesi sağlanmaktadır (Keskin, 2010:41).

İşletmelerin iş yoğunluklarının artması ile birlikte kaçınılmaz şekilde artan riskli faaliyetlerin denetlenmesi gereken işlemlerin artmasına neden olması, denetimde her işlemin incelenmesi yerine örneklemeye geçilmesi ile birlikte, önce iç kontrole sonrasında da işletme risklerine odaklanılmasını beraberinde getirmiştir (Kır, 2010:55).

Risk yönetimi süreçlerinin denetime uyarlandığı günümüzde, denetçinin yüksek risk alanlarına konsantre olduğu risk odaklı denetim, denetim kaynaklarının sınırsız olmadığı, denetlenecek birim faaliyetlerinin farklı risklerle karşı karşıya olduğu ve denetlenecek birim faaliyetlerinin göreceli olarak farklı önem derecesine sahip olduğu varsayımlarına dayanmaktadır. Bu varsayımların ışığında denetim birim yöneticisi de kurumun hedeflerine uygun olarak, denetim faaliyetlerinin önceliklerini belirleyen risk odaklı planlar yapmakta ve bunları uygulamaktadır (Kır, 2010:55).

Risk odaklı denetimin temel özellikleri şunlardır (Kaval, 2008:121-122);

Sadece muhasebe ile bağlantılı riskler değil, özellikle işletme risklerine yönelik olarak işletmeyi tanıma, analiz etme ve risklerin ne oranda gerçekleşebileceğini görebilmeye yönelik olarak denetim tekniği geliştirme,

Müşterinin sadece muhasebe bilgi sistemine odaklanma yerine, faaliyet alanlarının taşıdığı risklerin ne olduğunun anlaşılması, bu faaliyet alanlarında gerçekleştirilen faaliyet süreçlerinin ve değer zincirinin analizi gibi tüm değer yaratma sürecine odaklanılması,

Tanıma faaliyetleri sonrasında riskli alanlar ile daha az riskli alanların ayrılması ve böylece her bir denetim alanının risklilik derecesine uygun olarak denetim programının geliştirilmesi,

Yukarıda ifade edilen temel özellikler de dikkate alındığında risk odaklı olarak yapılan bir iç denetim; bir süreç, yaklaşım ve metodoloji olmakta ve işletme için büyük ihtimalle yüksek risk taşıyan faktörler olarak değerlendirilebilecek gerçekten sorun oluşturan en önemli hususları denetlemektedir (Aksoy, 2018:46).

3.2. Denetim Standartları Kapsamında Risk Odaklı Denetim

Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK), 660 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameyle (KHK) kendisine verilen Türkiye Denetim Standartlarını (TDS) yayımlama yetkisi çerçevesinde, Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC) tarafından yayımlanan uluslararası standartları referans alma stratejisini benimsemiş ve Türk Ticaret Kanunu'nda da aynen kabul görmüştür. Bununla birlikte, 26/12/2012 tarihli Bağımsız Denetim Yönetmeliğinde Türkiye Denetim Standartları, 660 sayılı KHK uyarınca yürürlüğe konan, bilgi sistemleri denetimi dâhil olmak üzere, bağımsız denetim alanında uluslararası standartlarla uyumlu eğitim, etik, kalite kontrol ve denetim standartları ile bu alana ilişkin diğer düzenlemeler olarak tanımlanmakta ve IFAC çatısı altında oluşturulan üç bağımsız standart belirleyici kurul tarafından eğitim, etik, kalite kontrol ile güvence denetimi ve ilgili hizmetler standartları yayımlanmaktadır (KGK, 2019).

KGK'nın faaliyetleri kapsamında risk odaklı denetim konusunu doğrudan ilgilendiren Bağımsız Denetim Standartları (BDS)'nı aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

BDS 240 Finansal Tabloların Bağımsız Denetiminde Bağımsız Denetçinin Hileye İlişkin Sorumlulukları

BDS 300 Finansal Tabloların Bağımsız Denetiminin Planlanması

BDS 315 İşletme ve Çevresini Tanımak Suretiyle "Önemli Yanlışlık" Risklerinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesi

BDS 330 Bağımsız Denetçinin Değerlendirilmiş Risklere Karşı Yapacağı İşler

BDS 700 Finansal Tablolara İlişkin Görüş Oluşturma ve Raporlama

BDS 701 Kilit Denetim Konularının Bağımsız Denetçi Raporunda Bildirilmesi

Bağımsız Denetçinin Genel Amaçları ve Bağımsız Denetimin Bağımsız Denetim Standartlarına Uygun Olarak Yürütülmesi başlıklı standart (BDS 200, 13/c) denetim riskini, finansal tabloların önemli bir yanlışlık içermesine rağmen, denetçinin duruma uygun olmayan bir denetim görüşü vermesi olarak tanımlamakta ve önemli yanlışlık riski ile tespit edememe riskinin bir fonksiyonu olarak görmektedir (KGK, 2019). Söz konusu standart, tespit edememe riski ile denetçinin denetim riskini kabul edilebilir bir düzeye indirmek için belirlediği prosedürlerin niteliği, zamanlaması ve kapsamı arasında ilişki kurmakta, ayrıca denetim prosedürünün etkinliğinin ve denetçi tarafından uygulanmasının bir fonksiyonu olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda bir denetim prosedürünün ve bu prosedürün uygulanmasının etkinliğinin artırılmasına yönelik olarak da aşağıdaki hususları saymakta ve denetçinin uygun olmayan bir denetim prosedürünü seçme, uygun olan denetim prosedürünü yanlış şekilde uygulama veya denetim sonuçlarını yanlış yorumlama ihtimalini azaltmaya yardım edeceğini ifade etmektedir;

Yeterli planlama,

Denetim ekibine uygun personelin atanması,

Mesleki şüpheciliğin uygulanması ve

Yürütülen denetim çalışmasının yönlendirilmesi ve gözetimi ile gözden geçirilmesi.

Hile, finansal tablolarda yanlışlığa sebep olan eylemin kasıtlı olarak yapılmış olması halinde söz konusu olmakta ve denetçi tarafından da finansal tablolarda önemli bir yanlışlığa sebep olması halinde dikkate alınmaktadır (BDS 240/2-3). Özellikle işletme yönetimlerinin yapabileceği hileleri kapsamına alan ve daha çok işletmenin içinde bulunduğu iş çevresi ve özelliklerinin şekillendirdiği yapısal risk, BDS 315'in 4/c paragrafında ifade edilmiştir. Ancak söz konusu risklerin değerlendirilmesi aşamasında hata ve hile kaynaklı "önemli yanlışlık" risklerinin belirlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla, işletmenin iç kontrolü dahil işletme ve çevresini tanımak için yapılması gerekli olan risk değerlendirme prosedürleri (BDS 315/4ç), denetçi için tüm risklerin belirlenmesi zorunluluğunu getirmemektedir. Çünkü iş hayatına ilişkin risklerin tamamı "önemli yanlışlık" risklerine sebep olmamaktadır (BDS 315 A38-39).

Denetçi BDS 315'te belirlenmiş olan risk değerlendirme prosedürlerinin niteliği, zamanlaması ve kapsamını, yönetim beyanı düzeyinde planlanan müteakip denetim prosedürlerinin (risk değerlendirmesi sonrası uygulanan denetim prosedürlerinin) niteliği, zamanlaması ve kapsamını, denetimin BDS'lere uygunluğunun sağlanması amacıyla, uygulanması gereken planlanmış diğer denetim prosedürlerini tanımlayan bir denetim planı hazırlamak zorundadır (BDS 240/9).

Denetçinin amacı, "önemli yanlışlık" riski olarak değerlendirdiği risklere karşı yapılacak uygun işleri tasarlamak ve uygulamak suretiyle, yeterli ve uygun denetim kanıtı elde etmek (BDS 330/3) olduğundan yola çıkılarak, ilgili denetim prosedürlerinin niteliği (tetkik, gözlem, sorgulama, teyit etme, yeniden hesaplama, yeniden uygulama veya analitik prosedür vb.), zamanlaması ve kapsamını (örneklem büyüklüğü veya bir kontrol faaliyetine ilişkin gözlem sayısı vb.) belirleyecektir (BDS 330/A4-7).

Denetçi raporunun "Bağımsız Denetçinin Finansal Tabloların Bağımsız Denetimine İlişkin Sorumlulukları" bölümünde; denetçi olarak sorumluluklarının, finansal tablolardaki hata veya hile kaynaklı "önemli yanlışlık" risklerini belirlemek ve değerlendirmek amacıyla, bu risklere karşılık veren denetim prosedürlerini tasarlamak ve uygulamak ile denetçi görüşüne dayanak teşkil edecek yeterli ve uygun denetim kanıtı elde etmek ile sınırlı olduğunu belirtir (BDS 700/39i). Buna ek olarak BDS 315 uyarınca "önemli yanlışlık" riski daha yüksek olarak değerlendirilen veya ciddi riskli olduğu belirlenen alanları da belirtmesi faydalıdır (BDS 700/A53). Diğer taraftan denetçi, üst yönetimden sorumlu olanlara bildirilen konular arasından, denetimin yürütülmesi sırasında azami düzeyde dikkat etmesini gerektiren "Kilit Denetim Konuları"nı belirlemelidir (BDS 701/9). Bu konuları belirlerken göz önünde bulunduracağı hususlardan birisi de BDS 315 uyarınca "önemli yanlışlık" riski daha yüksek olarak değerlendirilen veya ciddi riskli olduğu belirlenen alanlardır. Böylece hazırlayacağı denetim raporu bir anlamda risk odaklı yaptığı çalışmaların da bir sonucunu göstermiş olacaktır.

3.3. Risk Odaklı Denetimin Uygulanması

Kamu risk odaklı denetim süreci; risklerin tanımlanması, risklerin ölçülmesi, risk ağırlıklarının belirlenmesi, risklerin sınıflandırılması, risklerin minimize edilmesi veya transfer edilmesi aşamalarından oluşur. İşletmenin içinde bulunduğu olası tüm riskler tanımlanır. Bu riskler ağırlık derecesine göre sıraya konur ve risk seviyesi belirlenir (Uyar, 2006).

Risk odaklı iç denetimin aşamalarının üç ana görevi şu şekilde sıralanabilir (Griffiths, 2006:14);

1) Kuruluşun risk olgunluğunun değerlendirilmesi,

2) Kuruluşun yönetimini inceleyerek denetime ilişkin riskleri belirlemek, kuruluşun ölçeğine ve karmaşıklığına bağlı olarak, bazen birkaç adet bazen de bin adet arasında değişebilen denetlenebilir varlıklardan oluşacak, bir Risk ve Denetim Evreni (RDE)'nin kurulması ve bu kapsamda yapılacak denetimler için yıllık bir denetim planının yapılması,

3) Bireysel risk bazlı denetimlerin gerçekleştirilerek, elde edilen sonuçların RDE'ye eklenmesi.

Risk odaklı iç denetim sürecinin ilk aşaması olan kuruluşun tanınması ve risk olgunluğunun belirlenmesi süreci aşağıda belirtilmiş olan alt süreçlerden oluşmaktadır (Akkaya 2011:94);

Kuruluşun tanınması,

Kuruluşun faaliyette bulunduğu alan hakkında bilgi edinilmesi,

Kuruluşun risk kayıtlarının denetim planlaması için uygunluğunun teyit edilmesi,

Kuruluşun risk olgunluğunun belirlenmesi.

Kuruluşun tanınması adımında, riskin tanımlanması gereklidir. Riskin tanımlanması, değerlendirilmesi ve giderilmesi ile ilgili süreçlerin etkin olabilmesinin temel şartı ise kurum hedeflerinin belirlenmesi ve bu hedeflerin de risk kabul sınırlarını etkileyen risk iştahına uygun olmasıdır (Aktaş, 2015:83).

Kuruluşun risk kayıtlarının denetim planlaması için uygunluğunun teyit edilmesi adımında riskin doğru şekilde belirlenmesi sağlanır. Bu şekilde belirlenmiş bir risk, risk yönetiminin etkinliğini garanti edecek, başarısızlık halinde ise işletme, risklerin ortaya çıkma sebebini belirleyemeyecek, bunlarla ilgili herhangi bir önlem alamayacak ve bunun sonucunda hiç beklenilmeyen sonuçlar ortaya çıkacaktır (Akkaya, 2011:95).

Kuruluşun risk olgunluğunun belirlenmesini içeren son adım, risk yönetimini uygulama derecesi olarak da ifade edilebilir. Risk yönetimi kapsamında kuruluşun uygun risk yönetim tekniklerine karar vermesi gerekmektedir. Risk yönetim teknikleri etkin kullanıldıkları sürece, kuruluşları iflasa götüren etkenlere karşı erken uyarılma imkânına sahip olunacak ve ayrıca olası kriz durumlarında kuruluşlar, yüklendikleri riskler karşılığında gerekli sermaye yeterliliklerine sahip olacakları için krizleri daha rahat atlatacaklardır (Kishalı, 2006:77).

Risk odaklı iç denetim sürecinin ikinci aşaması olan bir RDE'nin kurulması ve yıllık bir denetim planı yapılması sürecinde, organizasyonun çeşitli risk derecesine sahip denetim alanlarının ve bu alanların denetimine tahsis edilecek kaynakların belirlemesi yapılmalıdır. Böylece denetim planları da yıllık bazda risk odaklı hale getirilmiş olacaktır.

Risk odaklı iç denetimin son aşaması ise yukarıda da ifade edilen şekil ve esaslarda bireysel risk bazlı denetimler gerçekleştirilerek, elde edilen sonuçların raporlamasının yapılmasıdır. Denetim raporunun hazırlanması, elde edilen denetim kanıtlarına dayanarak görüş oluşturmak ve ulaşılan sonuçlara uygun bir rapor hazırlamak ve yayınlamayı içeren bir faaliyettir (IFAC vol.1, 2011:42). Bu bağlamda denetim kanıtlarının elde edilmesi kadar, değerlendirilmesi de önemli bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Denetim kanıtlarının değerlendirilmesi çalışması ise aşağıdaki unsurları içermelidir (IFAC, vol.2, 2011:269-283);

Önemliliğin yeniden değerlenmesi,

Risk değerlendirmelerindeki değişiklikler,

Yanlışlıkların etkisini değerlendirme,

Yeterli uygun denetim kanıtı,

Son analitik prosedürler,

Önemli bulgular ve sorunlar.

Yukarıda ifade edilen ilke ve esaslar ile süreçlere uygun hareket eden bir denetçi risk odaklı bir denetimi gerçekleştirmiş olacak ve uluslararası denetim standartlarının öngördüğü makul güvence içeren bir denetim raporuna ulaşabilecektir. Makul bir güvence elde etmek için, denetçi tarafından denetim riski kabul edilebilir derecede düşük bir seviyeye indirilmeli ve bu amaçla da yeterli ve uygun denetim kanıtı elde etmeli, böylece görüşünün temel alacağı makul sonuçları çıkarabilmesi sağlanmalıdır (IFAC, vol.1, 2011:41).

4. ŞEHİR HASTANELERİNDE RİSK ODAKLI DENETİM

Çalışmanın bu bölümünde şehir hastanelerinde temel denetim alanları ile bu hastanelerde bütünleşik karar verme teknikleri kullanılarak riskli denetim alanlarının belirlenmesi ile ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

4.1. Şehir Hastanelerinde Temel Denetim Alanları

Şehir hastaneleri sağlık hizmetleri haricinde yatak, yemek, konaklama, laboratuvar vb. birçok hizmetlerin sunulduğu, neredeyse her birisi ayrı bir hastane boyutlarında olan çeşitli sağlık birimlerinden oluşan yönetim ve denetimi oldukça zor olan kuruluşlardır.

Tüm gün hizmet sağlayan hastanelerde temel olarak aşağıdaki fonksiyonlar gerçekleştirilmektedir (Yılmaz, 2008:34);

Tıbbi hizmet üretim fonksiyonu,

İdari hizmet fonksiyonu,

Mali hizmet fonksiyonu,

Teknik hizmet fonksiyonu,

Eğitim ve araştırma hizmet fonksiyonu,

Sosyal hizmet fonksiyonu.

Sağlık hizmetlerinin; emek yoğun olması, çıktının tanımlanmasının ve ölçümünün zorluğu, ertelenemez ve acil oluşu, yüksek uzmanlaşma düzeyi gerektirmesi, bilgi asimetrisi barındırması, tüketiminin rastlantısal olması, yapılan işlerin karmaşık ve değişkenliği, hata ve belirsizliklere karşı duyarlı olması ve tolerans göstermemesi, ikamesinin bulunmaması ve heterojen bir yapıda olması gibi önemli özellikleri vardır (Şener, 2018:7-8). Bu özellikleri ile sağlık hizmetleri, diğer hiçbir hizmet sektörüne benzememektedir. Ancak şehir hastaneleri ve entegre sağlık kampüsleri, yüklenici olan işletme

açısından bakıldığında, yapılan iş itibariyle yukarıda bahsedilen özelliklere sahip olmakla birlikte, tıbbi hizmet üretimi ile eğitim ve araştırma hizmetlerinin tamamını doğrudan gerçekleştirmemektedir. Çünkü söz konusu hizmetlerin üretimi ve idaresi noktasında sağlık personelinin temini ve çalıştırılması Sağlık Bakanlığı tarafından gerçekleştirilirken, kullanılan tıbbi araç gereçler ile laboratuvar gibi tetkik amaçlı merkezlerin malzeme tüketimleri, yüklenici işletme tarafından karşılanmaktadır. Buna ilaveten yatan hastaların da otelcilik kapsamındaki tüm malzeme tüketimleri yine yüklenici işletme tarafından sağlanmaktadır. Yüklenici işletme bu tüketimlerin bedelini ise vermekte olduğu diğer hizmet (çamaşırhane, yemekhane, kafeterya, güvenlik, temizlik, otopark vb.) bedellerini de ekleyerek Sağlık Bakanlığı'na fatura etmektedir.

Şehir hastanelerinde verilen hizmetlerin fonksiyonları ve yüklenici olan işletmelerin Sağlık Bakanlığı ile yapılan sözleşmeler kapsamında bu fonksiyonlarla olan ilişkisi değerlendirildiğinde, temel muhasebe denetim alanlarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür;

Nakit hesapları (kasa, banka, çek hesapları),

Alacak hesapları (tıbbi hizmet kapsamında alacaklar, ticari faaliyetlerden alacaklar),

Stok hesapları (tıbbi malzeme stokları, tıbbi hizmet üretiminde kullanılan stoklar, ticari faaliyetlerde kullanılan stoklar),

Maddi duran varlık hesapları (medikal cihaz ve makinalar, diğer cihaz ve makinalar),

Finansal Borçlar ve Finansman Giderleri,

Ticari Borçlar,

Vergi hesapları,

Karşılıklar, koşullu borçlar ve varlıklar,

Personel giderleri,

Satış gelirleri (tıbbi hizmet, diğer hizmet ve ticari faaliyet),

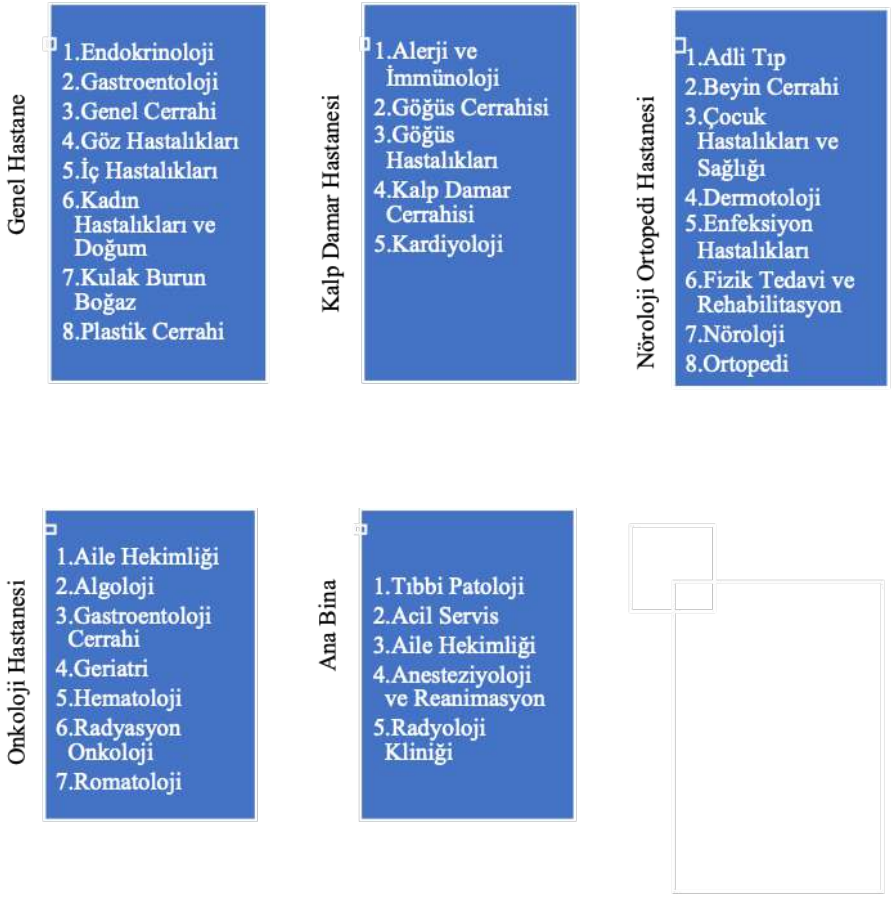
Gider hesapları.

Denetçi denetim plan ve programının hazırlanması aşamasında, yukarıda ifade edilen temel denetim alanlarına ilişkin çeşitli denetim teknikleri ile bu tekniklerin uygulamasını yapacak yeterlilikte denetçi ve yardımcılarını da belirleyecektir. Bu çalışma sırasında şehir hastanelerinin yapısı ile işleyiş şeklinin, özel hastanelerden önemli farklılıklar gösterdiği de gözden uzak tutulmamalıdır. Örneğin, özel bir hastane işletmesinin satış gelirlerinin denetiminde, denetçi yasalar gereği tüm hastalar için tutulması gereken hasta protokol defter kayıtları ile düzenlenen hasta faturalarını karşılaştıracak ve kayıt dışı kalan bir gelir olup olmadığını tespit etmeye çalışacaktır. Ancak şehir hastanelerinde söz konusu kayıtlar Sağlık Bakanlığı kontrolünde olmakta ve sözleşme ile verilen faaliyet hacim garantisinin altında bir gelir söz konusu olduğunda, aradaki fark önce döner sermaye gelirleri ile karşılanmakta, kalan olursa Sağlık Bakanlığı bütçesinden ödenmektedir. Dolayısıyla yüklenici işletme açısından bir menfaat sağlamayacağından, hasta sayısının az ya da fazla gösterilmesi şeklinde bir hata ya da hilenin varlığından söz etmek de çok mümkün olmayacaktır. Ancak cerrahi hizmetlerde bir paket fiyat

belirlenmediği durumlarda, özel hastanelerde kullanılmayan tıbbi tüketim malzemelerinin faturalandığı konusunda şikayetlerin olduğu düşünüldüğünde, benzer bir hilenin Sağlık Bakanlığı'na düzenlenen faturalarda da söz konusu olması mümkündür. Bu nedenle denetçinin tıbbi malzeme stok hesaplarının ve ilgili giderlerinin denetimi konusunda sergileyeceği yaklaşım, şehir hastanelerinin denetiminde de önemli farklılıklar göstermeyecektir.

Çalışmamızda en yeni şehir hastanesi niteliğindeki, Ankara Şehir Hastanesi ele alınmıştır. Söz konusu hastaneye ilişkin olarak Sağlık Bakanlığı ile yüklenici işletmenin web sitelerinden elde edilen bilgiler kapsamında, Tablo 2'de belirtilen beş ana hastane binası ile bunlarla ilişkili Tablo 3'de belirtilen 3 büyük klinikte hizmet verilmeye başlandığı görülmektedir;

Tablo 2: Ankara Şehir Hastanesi Ana Hastaneler



Tablo 3: Ankara Şehir Hastanesi Klinikleri



Hastane ve klinikler dışında özellikli hizmetler olarak ifade edilebilecek olan hizmetler ise aşağıdaki gibidir;

Anjiyo Ünitesi,

Diyabet Okulu,

Diyaliz Ünitesi,

ERCP,

Evde Sağlık Hizmeti,

Gebe Okulu,

Genetik Hastalıkları Tanı Merkezi.

Şehir hastaneleri tıbbi hizmetlerle doğrudan bağlantılı olan ya da olmayan birçok hizmet yanında ticari nitelikte faaliyet alanlarına da sahip bulunmaktadır. Bu açıdan Ankara Şehir Hastanesi de sözleşme kapsamında yüklenici işletmeye bırakılmış, ancak büyük bir bölümü henüz tamamlanmadığından faaliyete geçmemiş olup bu hastane sağlık hizmetleri dışında aşağıdaki ticari faaliyet alanlarına sahiptir;

Servis Konutları,

Çalışma Ofisleri,

Alışveriş Mağazaları,

Oteller,

Eğlence Merkezleri,

Restoranlar.

Yukarıda ifade edilen tüm faaliyet alanları da dikkate alındığında Ankara Şehir Hastanesi için gelir ve gider merkezlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

Hastane binası,

Otopark,

Temizlik hizmeti,

Tıbbi cihaz hizmetleri,

Hastane oda hizmetleri,

Yemekhane,

Kafeteryalar,

Mağazalar,

Oteller,

Eğlence merkezleri.

Söz konusu merkezler içerisinde hastane binası, otoparklar açısından gelir unsurları yüklenici tarafından kira bedeli tahakkuk ettirilerek yaratılacaktır. Buna karşılık, temizlik hizmeti sözleşme kapsamında faturalanarak, tıbbi cihaz hizmet bedelleri ve hastane odaları kullanım sayılarına bağlı olarak faturalanmak yoluyla tahakkuk edecektir. Yemekhane, kafeterya, mağazalar, ayakta tedavi gören hasta ve refakatçi otelleri ve diğer eğlence alanları ise bu faaliyetlerden hizmeti satın alan kişilerden doğrudan tahakkuk edecek gelirlerden oluşan, tamamen ticari faaliyetler olmaktadır.

Yukarıda açıklanan gelir ve gider merkezleri açısından yüklenici işletmenin gelirlerini tespit etmek nispeten kolay olmakla birlikte, söz konusu giderlerin tespiti ve karşılaştırmasının yapılabilmesi için standardize edilmesi kolay olmamaktadır. Daha önce açıklanmış olan hastane işletmeleri tarafından verilen hizmetlerin özelikleri de dikkate alındığında, örneğin paket fiyat verilen bir cerrahi müdahalenin standart hale getirilmesi ve maliyetinin de standardize edilmesi çok mümkün değildir. Çünkü farklı hastalar için yapılan basit bir apandisit ameliyatı için bile, yapılan işlem için kullanılan malzemeler hastanın özel durumları da dikkate alınarak farklı olacaktır. Dolayısıyla ameliyatın standart maliyetini çıkartmak, verilen hizmetin homojen yapıda olmaması nedeniyle güç olmaktadır.

Sağlık hizmetlerinin heterojen yapıda olması, çıktının tanımlanmasının ve ölçümünün güçlüğü verilen birçok hizmetin maliyetinin izlenmesi ve tespitini her şeye rağmen imkânsız hale getirmemektedir. İşletmelerde kullanılan tıbbi makinelerin bir işletim sistemi içerisinde birbirleri ile veri alışverişi

yapabilmeleri, tüm hastalar için günlük olarak üretilen barkodlardan yapılan işlemlerin ve dolayısıyla sarf malzemelerinin takibinin kolaylaşmış olması gibi teknolojik imkanlar düşünüldüğünde, örneğin bir tıbbi görüntüleme hizmetinin ya da bir ameliyatın maliyet reçetesinin oluşturulabilmesi mümkün hale gelebilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus, standart reçete maliyetleri ile barkodla takip edilen hasta için gerçekleşen maliyetler arasındaki sapmaların, ilgili hasta için normal sınırlar içerisinde kalıp kalmadığının doğru tespit edilmesidir.

4.2. Bütünleşik Karar Verme Modelleri Kullanılarak Riskli Denetim Alanlarının Belirlenmesi

4.2.1. Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri

İnsanlar günlük yaşantılarında çoğunlukla birden fazla ve genellikle de birbirleri ile çelişen amaç ya da kriterlere sahip olan kararlar vermek durumundadır. Bu bağlamda çok kriterli karar verme, ifade edilen şekilde karar almak durumunda olan karar vericinin, sayılabilir sonlu ya da sayılamaz sayıda seçenekten oluşan bir küme içinde, en az iki kriter kullanarak yaptığı seçim işlemi olarak tanımlanabilir (Ersöz ve Kabak, 2010:99).

Alternatifler, karar kriterlerine göre değerlendirilir ve değerlendirmeler subjektif olarak uzmanlarca yapılarak, her bir kriterle ilişkileri oranında da alternatiflere puanlar verilir ve elde edilen puanlara göre de sıralanır (Ecer, 2007:23).

Karar vericilerin belirlenmiş bir amaca ulaşabilmek için, önceden belirlenmiş kriterler ile alternatifler arasından, en iyi alternatifin seçilmesi süreci olarak adlandırılan karar verme konusunda çok sayıda yöntem kullanılmaktadır. Literatürde çok kriterli karar verme (ÇKKV) olarak bilinen problemlerin çözümü maksadıyla araştırmacılar tarafından klasik ya da bulanık mantık temelli, pek çok yöntem kullanılmaktadır. Bunlar (Ishizaka ve Nemery, 2013:5);

Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)

Analitik Ağ Süreci (AAS)

MAUT

UTA

MACBETH

PROMETHEE

ELECTRE I, III, Tri

TOPSIS

GAIA

Veri Zarflama Analizi

Yukarıda yeralan yöntemlerden bazıları çeşitli seçenekler arasında seçim ve sınıflandırma, bazıları ise tanımlama yapılmak istendiğinde kullanılmaktadır. Ancak bu yöntemler arasında en çok uygulama alanı görmüş olanlar AHP ve TOPSİS yöntemleridir (Özcan vd., 2018:4).

AHP yöntemi, 1980'de Saaty tarafından geliştirilen ve özellikle ekonomi, planlama, portföy yönetimi gibi alanlarda karmaşık karar verme problemlerinin çözümüne yardımcı olarak kullanılan, çok kriterli karar verme yaklaşımının nitel ve nicel analizinin bir kombinasyonu olan yöntemlerinden biridir (Yanık ve Eren 2017:168; Hamurcu ve Eren, 2017:4).

Geniş bir uygulama alanı olan ve hemen hemen her karar sürecinde kullanılabilen, karmaşık problemlerin kolay ve çözülebilir hale gelmesi için basit bir hiyerarşi ve analitik süreçlere sahip olan AHP sürecinin uygulanması için aşağıdaki adımlar gerçekleştirilmelidir (Hamurcu ve Eren, 2017:4);

Adım: Problemin tanımlanmasıyla hedef/hedeflerin belirlenmesi,

Adım: Kriterler-alt kriterlerin belirlenmesi,

Adım: Alternatiflerin belirlenmesi,

Adım: Hiyerarşik yapının oluşturulması,

Adım: Saaty'nin 1-9 ölçeğini kullanarak ikili karşılaştırma matrislerinin oluşturulması,

Adım: Kriterler ve alternatifler arasındaki karşılaştırmanın yapılması.

Yöntem öncelikle problemin ortaya konulması ile başlamakta ve hiyerarşik yapının ortaya konulabilmesi amacıyla karar kriterleri ve karar alternatiflerinin belirlenmesi ile devam etmektedir. Hiyerarşik yapının ortaya konulması ile birlikte de ikili karşılaştırma matrislerinin oluşturulması adımına geçilmekte ve bu adımda konuyla ilgili uzmanlar tarafından ele alınan problemde belirlenen faktörler değerlendirmeye tabi tutularak, faktörlerin karşılaştırması suretiyle birbirlerine göre üstünlükleri belirlenmektedir (Akça vd., 2018:136). Değerlendirmede ise aşağıda Tablo 4'de verilen Saaty'nin geliştirdiği ölçek kullanılmaktadır (Özkan, 2007:104;

Tablo 4: Analitik Hiyerarşi Prosesinde Kullanılan Ölçek

Önem Derecesi	**Tanım**	**Açıklama**
1	Eşit Önem	İki faaliyet amaca eşit düzeyde katkıda bulunuyor
3	Birinin diğerine göre zayıf derecede daha önemli olması	Tecrüe ve yargı bir faaliyeti diğerine az derecede tercih ettiriyor
5	Kuvvetli ya da esaslı düzeyde önem	Tecrübe ve yargı bir faaliyeti diğerine kuvvetli bir şekilde tercih ettiriyor
7	Çok kuvvetli ya da ispatlanmış düzeyde önem	Bir faaliyet güçlü bir şekilde tercih ediliyor ve baskınlığı uygulamada rahatlıkla görülüyor
9	Kesin düzeyde önem	Bir faaliyetin diğerine tercih edilmesine ilişkin kanıtlar çok büyük bir doğruluğa sahip
2, 4, 6, 8	Orta değerler	Uzlaşma gerektiğinde kullanmak üzere iki ardışık yargı açısına düşen değerler

Kaynak: Saaty, 1990:15; Özkan, 2007:104.

TOPSIS yöntemi ise fayda kriterini maksimize, maliyet kriterini minimize eden pozitif ideal çözüm ile fayda kriterini minimize maliyet kriterini ise maksimize eden negatif ideal çözümü belirlemeyi ve ideal çözüme göreceli yakınlık temeline dayanarak, alternatiflerin sıralanması esasına dayanan bir yöntemdir (Bozdoğan vd., 2016:496).

Rasyonel olması, hesaplama ve değerlendirme kriterlerinin ağırlıklandırılmasına izin vermesi nedeni ile literatürde en çok kullanılan tekniklerden biri olan TOPSIS yöntemi, aşağıda belirtilmiş 7 adımdan oluşan bir çözüm sürecini içerir (Özcan vd., 2018:5);

Adım: Karar matrisinin oluşturulması,

Adım: Standart karar matrisinin oluşturulması,

Adım: Ağırlıklı standart karar matrisinin oluşturulması,

Adım: İdeal ve negatif ideal çözümlerin oluşturulması,

Adım: Ayırım ölçülerinin hesaplanması,

Adım: İdeal çözüme göreli yakınlığın hesaplanması,

Adım: Her bir alternatifin göreceli sıralamasının ve puanının bulunması.

İlk üç adımda sırasıyla, her bir alternatifin performans değeri her bir kriter tarafından belirtilerek matris şeklinde ifade edilmesi, sütunlardaki her bir değerin, ilgili sütundaki bütün değerlerin kareleri toplamının kareköküne bölünmesiyle standardize edilmiş bir başka ifade ile normalize edilmiş karar matrisinin hazırlanması ve normalize edilmiş karar matrisinin her bir sütunundaki değerlerin ilgili

ağırlıklar ile çarpılarak ağırlıklandırılmış karar matrisinin oluşturulması işlemleri gerçekleştirilmektedir (Avcı, 2018:32-34). Sonraki adımlarda ise karar matrisinin en iyi performans değerlerinden oluşan pozitif ideal çözüm ile en kötü değerlerinden oluşan negatif ideal çözümlerin oluşturularak, alternatifler arasındaki mesafelerin (ayırım) ölçülmesi ve her alternatifin pozitif ideal çözümden olan mesafesinin hesaplanması, ideal çözüme göreli yakınlıkların hesaplanması ve son olarak da alternatiflerin ideal çözüme göreli yakınlık değerlerine göre sıralanması suretiyle maksimum değerin seçilmesi işlemleri gerçekleştirilir (Supçiller ve Çapraz, 2011:11-12).

4.2.2. Bütünleşik Karar Verme Modeli Kavramı

Hangi çözüm yönteminin seçileceği sorunu karar verenin ve karar analistinin elinde seçimle ilgili bir yöntembilim veya seçimi destekleyecek bir yardım olmadığı zaman ya daha önce kullanılan bir yöntemin tekrar kullanımı ile ya da sağ duyuya (ortak akla) dayanan yeni bir yöntemin oluşturulup kullanılması ile çözülmeye çalışılır (Topçu, 2000:176). Yöntemlerin birbirlerine göreceli farklılıkları ve üstünlükleri bulunmakla birlikte ele aldığı veri türlerinde de benzerlik ve farklılıklar olduğu görülmektedir. Örneğin TOPSİS yöntemi nitel veriler ile çalışamamaktadır. Bu nedenle nitel özellik taşıyan karar kriterlerinin ve karar alternatiflerinin olması halinde bunların öncelikle nicelleştirilmesi gerekmektedir (Can vd., 2018:378). Buna karşın AHP yönteminde gerek nitel gerekse de nicel veriler kullanılabilmektedir.

AHP ve TOPSIS yöntemlerinin literatürde, işletme soğuk zinciri performansını değerlendirme, termik santral yer seçimi ve değerlendirilmesi, tehlikeli atık nakliye firmalarının değerlendirilmesi, otomotiv sektöründe performans değerlendirmesi, elektrik tedarik zincirinin değerlendirilmesi, sağlık sektöründe elektronik hizmet kalitesinin analizi, performans değerlendirme ve havayolu işletmelerinde performans değerlendirmesi gibi alanlarda birlikte kullanıldığı görülmektedir (Bozdoğan vd., 2016:482). Bu bağlamda yöntemlerin bütünleşik olarak kullanılması, alternatifler arasındaki tüm etkileşimin bütünsel bir yapıda göz önüne alınmasını sağlamak açısından fayda yaratmakta ve farklı çok kriterli karar verme tekniklerinin birbirlerine üstünlükleri de dikkate alındığında, pek çok araştırmacı tarafından birden fazla çok kriterli karar verme tekniğini birlikte kullanılmaktadır (Can vd., 2018:378).

Bu çalışmada yukarıda ifade edilen sebeplerden dolayı, iki farklı çok kriterli karar verme yönteminin bir model çerçevesinde bütünleşik şekilde kullanılması ve şehir hastanelerinin risk odaklı denetimi çalışmalarında riskli denetim alanlarının belirlenmesi yoluna gidilmiştir.

4.2.3. Şehir Hastanelerinin Risk Odaklı Denetiminde Karar Verme Model Önerisi

Şehir hastanelerinin risk odaklı denetiminde öncelikle yapılması gereken riskli denetim alanlarının belirlenmesi, sonrasında da söz konusu riskli denetim alanlarının denetiminde kullanılabilecek uygun denetim tekniklerinin tespit edilmesidir. Bu amaçla kullanılacak olan çok kriterli karar verme tekniklerinden AHP ve TOPSIS yöntemlerinden bir model oluşturulacaktır.

Bu aşamada öncelikle nitel verilerin de kullanılabilmesine imkân vermesi nedeniyle AHP yöntemi kullanılarak, modelin kurulma amacı doğru ve eksiksiz bir şekilde belirlenmelidir. Modelin amacının doğru belirlenmemesi yada eksik belirlenmesi, modelin amacından yola çıkılarak belirlenen karar kriterlerinin yanlış yada eksik belirlenmesine paralelinde ise karar kriterlerinin baz alınarak

değerlendirildiği karar alternatiflerinin değerlerinin yanlış hesaplanmasına neden olacaktır. Bu nedenle çalışmada kullanılacak modelin amacı, açık ve kapsamlı bir şekilde belirlenmelidir. Bu bağlamda bu çalışmanın modelinin amacı, şehir hastanelerinde belirlenen risk kriterlerine göre öncelikli denetim alanlarının belirlenmesi bir başka ifadeyle sıralanmasıdır.

Karar matrisinin oluşturabilmesi için karar kriterleri ve karar alternatiflerine ihtiyaç duyulmaktadır. Modelin karar matrisinde, karar kriterleri olarak risk kriterleri; karar alternatifleri olarak da denetim alanları yer alacaktır. Bu çalışmada ele alınabilecek karar (risk) kriterleri aşağıdaki gibidir;

İşlem adedi

İşlem tutarı

İşlemlerin dönemsel sıklığı

İşlem tutarının toplam işlem tutarına oranı

İşlem tutarının yıllık bütçeye oranı

Dönem başı ve dönem sonu işlem tutarlarının bir önceki aya göre artış/azalış oranı

Benford Yasası ile bulunan referans sayılar

İç kontrol sisteminin etkinliği

Gerçekleştirilen faaliyetin karmaşıklık derecesi (ameliyathane malzemeleri kullanım miktarının tespiti vb.)

Yönetimin kurum itibarına ilişkin hassasiyeti

Çalışanların değişim oranı

Son denetimden bu yana geçen süre

Matrisin oluşturulması aşamasında karar alternatifi olarak kullanılabilecek risk unsuru taşıyan denetim alanları ise aşağıdaki şekilde listelenebilir;

Nakit hesapları

Alacak hesapları

Stok hesapları

Maddi duran varlık hesapları

Finansal borçlar ve finansman giderleri

Ticari borçlar

Vergi hesapları

Karşılıklar, koşullu borçlar ve varlıklar

Personel giderleri

Satış gelirleri (tıbbi hizmet, diğer hizmet ve ticari faaliyet)

Gider hesapları

Risk kriterleri ve denetim alanlarının belirlenmesi aşamasında, konuya ilişkin literatür taraması ve bu alanda denetim faaliyetini gerçekleştiren sorumlu ortak baş denetçiler ve ilgili hastane işletmesinin iç denetçileriyle gerçekleştirilebilecek mülakatlar bir araç olarak kullanılabilecektir. Bu bağlamda örneğin işlem adedi ve işlem sıklığı, işlem adedi ve işlem tutarı, işlem adedi ve işlem tutarının toplam işlem tutarına oranı vb. ikili karşılaştırmalar yapılabilir.

Risk faktörü sayısının 4 ila 8 arasında değişmesi önerilmektedir. Risk faktörü sayısının çok düşük olması çalışmanın etkililiğini azaltacak, çok yüksek olması ise çalışmaya çok fazla zaman harcanmasına neden olacak ancak çok daha iyi sonuçların elde edilmesini de sağlamayacaktır. Bu nedenle her bir faktör için kriterler oluşturulması ve bunların da puanlanması gerektiğini unutulmamalı ve denetimi yapılacak kurum bakımından en mantıklı olan risk faktörleri seçilmelidir (http://www.idkk.gov.tr).

Karar matrisinin elde edebilmesi amacıyla öncelikle ikili karşılaştırma matrislerinin oluşturulması gerekmektedir. Bu matrisler gerek amaç düzeyinde risk kriterleri gerekse de denetim alanları için yapılmalı ve geometrik ortalamaları alınarak ağırlıkları hesaplanmalı ve matrise yazılmalıdır. Bu karşılaştırma yapılırken 1-9 arasında olan ve Saaty (1990) tarafından geliştirilen göreli önem ölçeği kullanılmalıdır. Ölçek daha öncede ifade edildiği üzere, sorumlu ortak baş denetçi ve iç denetçilerden oluşan uzmanlara uygulanacak anket çalışmasında kullanılacaktır.

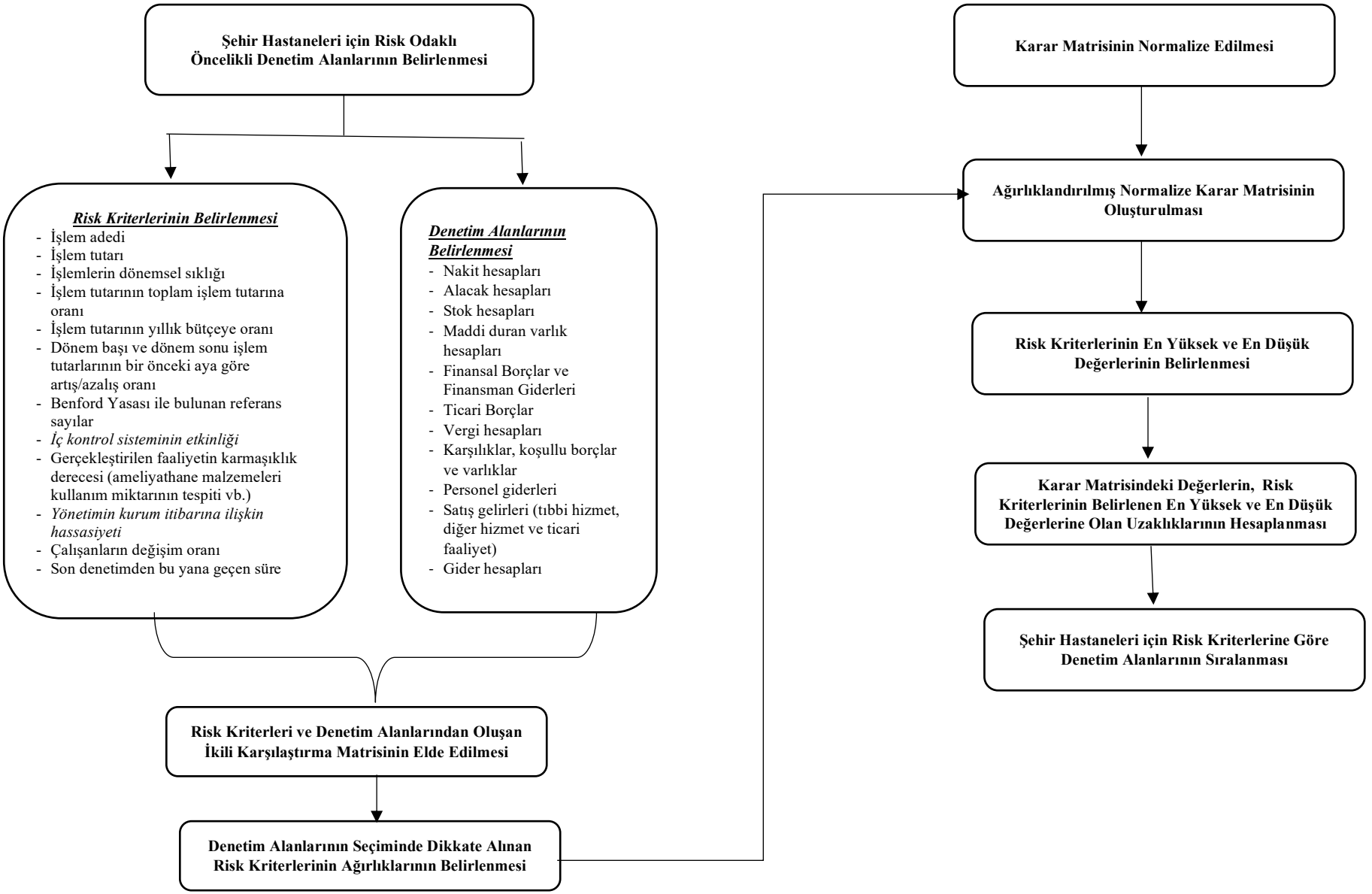
Oluşturulan matris değerlerin arasında uç değerler olduğunda, matrisin normalize edilmesi bir başka ifadeyle aynı nümerik rakam cinsinden ifade edilmesi gerekmektedir. Örneğin karar matrisinde değerlerden birisi 0,10 diğer bir değerin de 20,30 gibi bir değerle ifade edilmesi halinde, matrisin normalizasyonuna ihtiyaç olacaktır. Çünkü bu ölçekte dağılımlar daha uç noktalara da ulaşabilmektedir. Normalizasyon işlemi için ilk olarak matristeki elemanlarının kareleri hesaplanarak elde edilen değerler kendi sütunları içerisinde toplanır ve karar matrisindeki her eleman kendi sütun toplamlarının karekökü bölünür.

Ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi ise risk kriterlerinin ağırlıkları ile normalize edilen karar matrisindeki değerlerin çarpılması suretiyle elde edilir. Böylece model içerisinde TOPSIS ile AHP yöntemleri bütünleştirilmiş olacaktır. Çünkü TOPSİS yönteminde risk kriterlerine eşit derecede önem derecesi tayin edebileceği gibi AHP ile belirlenmiş ağırlıkların da tayin edilebilmesi mümkün olabilmektedir. Bu çalışmada yer alan karar probleminde risk kriterlerinin eşit derecede önemli olduğu düşünülmediğinden dolayı AHP'nin bu aşamada modele entegre edilmesi önemli olmaktadır.

Risk Kriterlerinin en yüksek ve en düşük değerlerinin belirlenmesi aşamasında ise risk kriterlerinin olması gereken en ideal (tavan değer) ve negatif ideal (taban değer) değerlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Yukarıda da ifade edildiği üzere bu çalışmada yer alan karar problemi açısından ideal

çözüm noktalarının tayin edilmesi yeterli olacak ve negatif ideal çözüme gerek kalmayacaktır. Bu kapsamda nitel kriterler için 0 ve 1 gibi değerlerin kodlanması ve karar matrisindeki değerlerin çözüm noktalarına olan uzaklıklarının belirlenmesi de gerekmektedir.

Son aşamada ise karar matrisindeki değerler ile ideal çözüm noktalarındaki değerlerin farkı alınacak ve bu farklara göre denetim alanlarının sıralaması gerçekleştirilecektir. Bu bağlamda risk kriteri için ideal çözüm belirlemiş ise örneğin işlem adedinin maksimum 100 olması beklendiyse, bu değere yakın olan denetim alanının daha riskli olduğu anlamı ortaya çıkacaktır.


Şehir Hastaneleri için Risk Odaklı Öncelikli Denetim Alanlarının Belirlenmesi
Risk Kriterlerinin Belirlenmesi
- İşlem adedi
- İşlem tutarı
- İşlemlerin dönemsel sıklığı
- İşlem tutarının toplam işlem tutarına oranı
- İşlem tutarının yıllık bütçeye oranı
- Dönem başı ve dönem sonu işlem tutarlarının bir önceki aya göre artış/azalış oranı
- Benford Yasası ile bulunan referans sayılar
- İç kontrol sisteminin etkinliği
- Gerçekleştirilen faaliyetin karmaşıklık derecesi (ameliyathane malzemeleri kullanım miktarının tespiti vb.)
- Yönetimin kurum itibarına ilişkin hassasiyeti
- Çalışanların değişim oranı
- Son denetimden bu yana geçen süre
Denetim Alanlarının Belirlenmesi
- Nakit hesapları
- Alacak hesapları
- Stok hesapları
- Maddi duran varlık hesapları
- Finansal Borçlar ve Finansman Giderleri
- Ticari Borçlar
- Vergi hesapları
- Karşılıklar, koşullu borçlar ve varlıklar
- Personel giderleri
- Satış gelirleri (tıbbi hizmet, diğer hizmet ve ticari faaliyet)
- Gider hesapları
Risk Kriterleri ve Denetim Alanlarından Oluşan İkili Karşılaştırma Matrisinin Elde Edilmesi
Denetim Alanlarının Seçiminde Dikkate Alınan Risk Kriterlerinin Ağırlıklarının Belirlenmesi
Karar Matrisinin Normalize Edilmesi
Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması
Risk Kriterlerinin En Yüksek ve En Düşük Değerlerinin Belirlenmesi
Karar Matrisindeki Değerlerin, Risk Kriterlerinin Belirlenen En Yüksek ve En Düşük Değerlerine Olan Uzaklıklarının Hesaplanması
Şehir Hastaneleri için Risk Kriterlerine Göre Denetim Alanlarının Sıralanması

5. SONUÇ

Tüm işletmelerde olduğu gibi hastane işletmelerinde de denetim faaliyetlerinin amaçlarından biri, kaynakların kurumun amaç ve hedeflerine uygun, etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde kullanılıp kullanılmadığının tespitidir. Bu bağlamda kurumun hedeflerinin gerçekleşmesini engelleyecek her türlü olay veya durumların risk olarak ifade edildiğinden yola çıkıldığında, işletmenin sürekliliğini esas almak zorunda olan denetim sürecinin de muhasebe odaklı olmaktan çıkması doğal olacaktır. Çünkü muhasebe kayıtları doğası gereği tüm riskleri açıklayamamaktadır.

Bağımsız denetimin, tüm alanlarda gerçekleşen kayıtların tamamını incelemesinin mümkün olmaması ve riskli denetim alanlarının barındırabileceği hata ve hilelerin denetimin dışında kalması gibi durumlar, denetim görüşünün eksik ya da yanlış olması riskine sebep olacaktır. Dolayısıyla denetim riskleri açısından işletmenin kilit bir başka ifadeyle riskli denetim alanlarının gözden kaçırılmaması gerekmektedir.

Geleneksel muhasebe denetiminin hastane işletmelerinin denetimine yansımasından ibaret olan klasik denetim tanımı, daha önce de ifade edildiği üzere, günümüz şartlarında yetersiz kalmaktadır. Hastane işletmelerinin denetiminde makul güvence verilebilmesi, diğer sektörlerde de olduğu gibi denetimi risk odaklı olmaya zorlamaktadır.

Bu çalışmada öncelikle hastane işletmelerinin kendilerine has özellikleri yanında, farklı bir işleyişe sahip olan şehir hastaneleri işletmeciliğinin nitelikleri üzerinde durulmuştur. Sonrasında ise çağımızın gerektirdiği risk odaklı denetimlerin yapılması sırasında karar verme tekniklerinin kullanılmasının faydası üzerinde durulmuş ve çok kriterli karar verme tekniklerinden AHP ve TOPSIS'in kullanılabilirliği bir model çerçevesinde ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışma, şehir hastaneleri olgusunun yeni olması ve henüz yeterli veri ve çalışmaların yapılmamış olması nedeniyle gerçek bir uygulama içermemektedir. Şehir hastaneleri ülkemizde henüz iki yılı bulmayan bir geçmişe sahip olduğundan, ilgili tekniklerde kullanılabilecek verilerin elde edilebilmesi için bir süre daha beklemek gerekecektir. Ancak sonrasında bu çalışma, yukarıda ifade edilen örnek model önerisinin bir şehir hastanesi verilerine uygulanması ile test edilmek yoluyla geliştirilebilir. Ayrıca bu çalışmada önerilen model önerisi, riskli denetim alanlarının seçimi yapıldıktan sonra bu alanların denetimine tahsis edilecek;

Fiziki inceleme tekniği (Observation),

Doğrulama tekniği (Confirmation),

Yeniden hesaplama tekniği (Recomputation),

Belge inceleme tekniği (Examination of documents),

Bilgi toplama (soruşturma) tekniği (Inquiry),

Analitik inceleme tekniği (Substantive procedures),

gibi teknikler arasında, en uygun denetim tekniklerinin kararının verilmesinde de kullanılabilecektir.

KAYNAKLAR

ACAR, V. (2018), "İnşaat Sektörü Muhasebe Uygulamalarında Yaşanan Sorunların Vergi Mevzuatı ve TMS/TFRS Çerçevesinde İncelenmesi", TÜRMOB XX. Türkiye Muhasebe Kongresi, TURMOB Yayınları-496, Türkiye.

ACARTÜRK, E., KESKİN, S. (2012), "Türkiye'de Sağlık Sektöründe Kamu Özel Ortaklığı Modeli", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(3), 25-51.

AKÇA, N., SÖZMEZ, S., GÜR, Ş., YILMAZ, Y., EREN, T. (2018), "Kamu Hastanelerinde Analitik Ağ Süreci Yöntemi ile Finans Yöneticisi Seçimi", Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(2), 133-146.

AKKAYA, G. (2012), Risk Odaklı İç Denetim ve Risk Odaklı İç Denetim Planlamasında Risk Matrisinin Oluşturulmasına Yönelik Örnek Bir Uygulama, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

AKSOY, T. (2018), "Risk Odaklı İç Denetim Sürecinde Operasyonel Risklerin Belirlenip Ölçülmesine Yönelik Uygulamalı Bir 3x5 Risk Matrisi ve Risk Analiz Anket Formu Önerisi", Mali Çözüm Dergisi, 5-6, 37-77.

AVCI, K. (2018), "Ankara İl Merkezindeki Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesinin Finansal Performansının TOPSIS Yöntemi İle Değerlendirilmesi", İşletme Bilimi Dergisi, 6(2), 25-44.

AKTAŞ, E. (2015), İç Denetim ve Risk Yönetimi İlişkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

BOZ, S. S. (2013), "Kamu Özel İş Birliği (PPP) Modeli", İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 4(2), 277-332.

BOZDOĞAN, T., TAYYAR, N., ÖNER, Ş. (2016), "Yeni Kamu Mali Yönetim Anlayışı Perspektifinde Türkiye'de Kamu Kurumları Mali Performanslarının AHP Ve TOPSIS Yöntemleriyle Değerlendirilmesi", Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 18(2), 477-514.

BOZKURT, P. (2013), "Denetim Kavramı ve Denetim Anlayışındaki Gelişmeler", Denetişim Dergisi, 12, 56-62.

CAN, A. V., GÖKSU, A., FAYDALI, F. (2018), "Maliyet Dağıtım Anahtarlarının Bütünleşik Karar Verme Modeli İle Seçimi", Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 11(3), 363-391.

ÇALGAN, E., MENTEŞE, E., IŞILOĞLU, F., TOROSLU, M. V., ÖZCAN, M., GÜLMEZ KANPAK, N., SAVAŞ, Ş., ONUR, Z. J., AĞCA, Z. (2008), Muhasebe Denetimi, İstanbul S.M.M.M.O. Yayınları, 113, İstanbul.

ECER, E. (2007), Fuzzy Topsis Yöntemiyle İnsan Kaynağı Seçiminde Adayların Değerlemesi ve Bir Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

EMEK, U. (2013), "Kamu-Özel İşbirliklerinin Devlet Muhasebe Sistemindeki Yeri ve Önemi", İktisat İşletme ve Finans, 29(337), 9-38.

ERSÖZ, F., KABAK, M. (2013), "Savunma Sanayi Uygulamalarında Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Literatür Araştırması", Savunma Bilimleri Dergisi, 9(1), 97-120.

GRIFFITHS, D. (2006), Risk Based Internal Auditing: Three Views on Implementation, www.internalaudit.biz.

HAMURCU, M. EREN, T. (2017), "Raylı Sistem Projeleri Kararında AHS-HP Ve AAS-HP Kombinasyonu", Gazi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 3(3), 1-13.

IFAC, (2011), Guide to Using International Standards on Auditing in the Audits of Small- and Medium-Sized Entities, Vol.1, Third Edition.

IFAC, (2011), Guide to Using International Standards on Auditing in the Audits of Small- and Medium-Sized Entities, Vol.2, Third Edition.

IŞIKÇI, Y. M. (2016), "Bir Kamu Politikası Analizi: Sağlık Politikasında Dönüşüm", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(46), 731-748.

ISHIZAKA, A., NEMERY, P. (2013), Multi-Criteria Decision Analysis: Methods and Software, John Wiley & Sons, Ltd.

KAVAL, H. (2008), Muhasebe Denetimi, Gazi Kitabevi, Ankara.

KESKİN, D. A. (2010), "İşletmelerin Sürekliliğini Sağlamada Kritik Öneme Sahip Risk Yönetimi ve Risk Odaklı Denetim Yaklaşımı", Denetişim Dergisi, 4, 38-46.

KIR, H. (2010), "Stratejik Denetim ve Denetimde Risk Odaklılık", Denetişim Dergisi, 4, 47-61.

KİSHALI, Y., PEHLİVANLI, D. (2006), "Risk Odaklı İç Denetim ve İMKB Uygulaması", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 30, 75-87.

KÜÇÜK, A. (2017), Kapitalist Devlette Sağlık Hizmetlerinin Örgütlenmesindeki Dönüşüm: Türkiye Üzerine Bir Analiz, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ÖZCAN, B., AKMAN, G., BAŞLI, H., GÜNDÜZ, E. B. (2018), "Çok Kriterli Karar Vermede AHP ve TOPSIS Yöntemleriyle Uçuş Noktası Seçimi", Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 34(3), 1-13.

ÖZKAN, Ö. (2007), Personel Seçiminde Karar Verme Yöntemlerinin İncelenmesi: Ahp, Electre ve Topsis Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

SAATY, T (1990), "How to make a decision: The Analytic Hierarchy Process", European Journal of Operational Research North-Holland, 48, 9-26.

SİLVOSO, J. A. (1972), "Report of The Committee on Basic Auditing Concepts", The Accounting Review, 15-74.

SÖZER, A. N. (2013), "Sağlıkta Yeniden Yapılanmanın (Özelleştirmenin) Devamı Olarak Şehir Hastaneleri", Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 15(Özel Sayı), 215-253.

SUPÇİLLER, A. A., ÇAPRAZ, O. (2011), "AHP-TOPSIS Yöntemine Dayalı Tedarikçi Seçimi Uygulaması", Ekonometri ve İstatistik (12. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması, İstatistik Sempozyumu Özel Sayısı), 13, 1–22.

ŞENER, Z. (2018), Sağlık İşletmeciliğinde Maliyet Ve Yönetim Muhasebesi Sisteminin Oluşturulması: Bir Hastane Uygulaması, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

THE WORLD BANK (2013), Public Private Partnerships for Health: PPPs are Here and Growinghttp://siteresources.worldbank.org/INTAFRICA/Resources/AHF-public-private-partnerships-for-health-ppps-are-here-and-growing.pdf, Africa Health Forum: Finance and Capacity Results.

TOPÇU, İ. (2000), Çok Ölçütlü Sorun Çözümüne Yönelik Bir Bütünleşik Karar Destek Modeli, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

UYSAL, Y. (2018), "Avrupa Birliği'nin Seçilmiş Bazı Ülkelerinde ve Türkiye'de Kamu Özel İşbirliği (KÖİ) Yatırımlarının Karşılaştırmalı Analizi", Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, 1(2), 158-173.

YANIK, L., EREN, T. (2017), "Borsa İstanbul'da İşlem Gören Otomotiv İmalat Sektörü Firmalarının Finansal Performanslarının AHP, TOPSIS, ELECTRE ve VIKOR Yöntemleri ile Analizi", Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 8(13), 165-188.

YILMAZ, B. (2008), Hastane İşletmelerinde Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Faaliyet Esasına Dayalı Maliyetleme Yönteminin Rolü ve Bir Uygulama, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

YILMAZ, F. Y., KARAKAŞ, D. G., (2011), "Sağlıkta Kamu Özel Ortaklığı'nın Yapısal/Konjonktürel ve Türkiye'ye Özgü Nedenleri", 2011 Sağlık Alanında Kamu-Özel Ortaklığı Sempozyumu, Türkiye. 29-83.

http://sygm.saglik.gov.tr/TR,33960/sehir-hastaneleri.html, (22.03.2019).

http://sgb.saglik.gov.tr/dokumanlar/faaliyet-raporlari, (22.03.2019).

http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/PDF%20linkleri/Bilgi_Notu_15_12_2017.pdf, (22.03.2019)

"Bu çalışma İzmir Bakırçay Üniversitesi BAP Koordinatörlüğü tarafından desteklenmiştir." ("This study is supported by the Scientific Reseaarch Projects Coordination Office of Izmir Bakircay University.")

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesi Kaynaklarının Petrografik Yapısının Rekreasyonel Potansiyellerinin Farklı Tasarım Yaklaşımları İle İrdelenmesi

Full Text / Tam Metin

Banu BEKCİ[1], Çiğdem BOGENÇ[2], Merve ÜÇOK[3], Raif KANDEMİR[4]

Özet

Giriş: *Özgün karakteristiklerin UNESCO tarafından dünya mirasının bir bütünü olarak kabul edilmesi ile birlikte, peyzaj tasarımlarında özgün yaklaşımlar artarak yer almaya başlanmıştır. Peyzaj mimarlığında kullanılmaya başlayan özgün yaklaşımlarla birlikte kültürel ve doğal miraslar kentlere özgü karakteristik imajlar oluşturmaktadır. Fiziki ve biyolojik oluşumlar bağlamında üstün evrensel değere sahip doğal miras alanları özel nitelikli alanlardır. Bu alanlar içerisinde jeolojik mirasın korunması ve geliştirilmesinin önemli adımlarından olan jeoparklar sahip oldukları biyolojik ve arkeolojik unsurlar ile değerlendirilen önemli doğal alanlar içerisinde yer almaktadır.* ***Amaç:*** *Bu çalışmada Erzincan ilinde bulunan Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesi çalışma alanları olarak seçilmiştir. Çalışmanın birinci aşamasında, seçilen alanların jeolojik yapısı ortaya koyularak toplanan kayaç örneklerinden petrografik amaçlı çalışmalar için ince kesitler hazırlanacaktır.* ***Yöntem:*** *Var olan ince kesitler binoküler-polarizan mikroskop altında incelenerek, kayaçların hakim dokularının fotoğrafları çekilecektir. Son aşamada, elde edilen bu mikroskop fotoğrafları temel tasar kriterlerine en uygun olan örneklerden seçilerek Altman ve Zube (1989) kriterlerine göre projelendirilmesi ve rekreasyonel alan planlama kriterleri doğrultusunda değerlendirilmesi oluşturmaktadır.* ***Bulgular:*** *Projelendirme sonucunda elde edilen peyzaj tasarımlarından portatif örnekler oluşturularak, Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesi için rekreasyonel planlama kriterlerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Erzincan, Rekreasyonel Planlama, Jeoloji, Peyzaj Tasarım*

Examination of Petrographic Structure of Rocks of Kemah Castle and Girlevik Waterfall's Recreational Potential by Different Design Methods of Approach

Abstract

Introduction: *Original methods of approach has begun to take place increasingly in landscape concepts since the unique characteristics were approved by UNESCO as a whole of world heritage. As original methods of approach are being used in landscape architecture, cultural and natural heritage constitute characteristic images. In terms of physical and biological formations, natural heritage areas with superior universal values are special areas. The geoparks which are important steps in the protection and development of the geological heritage within these areas are among the important natural areas which are evaluated by their biological and archaeological*

[1] Doçent Doktor, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Planlama ve Tasarım Ana Bilim Dalı, Türkiye, banu.bekci@erdogan.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Planlama ve Tasarım Ana Bilim Dalı, Türkiye, cigdem.bogenc@erdogan.edu.tr
3 Araştırma Görevlisi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Planlama ve Tasarım Ana Bilim Dalı, Türkiye, merve.ucok@erdogan.edu.tr
4 Doçent Doktor, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Jeoloji Mühendisliği, Türkiye, raif.kandemir@erdogan.edu.tr

elements. ***Aim:*** *In this study, Kemah Castle and Girlevik Waterfall in Erzincan city are chosen as field of study.* ***Method:*** *In the first phase of study, geological structure of the selected area will be stated and thin sections of the rock samples collected will be prepared for petrographic studies. In the second phase, existing thin sections will be examined with a binocular polarizing microscope. In the final phase, the microscope photographs which are the most appropriate for basic design criteria will be selected and projected depending on Altman and Zube criteria.* ***Finding:*** *After projecting, portable samples of landscape designs will be created and some proposals will be developed aimed at recreational planning criteria for Kemah Castle and Girlevik Waterfall.*

Keywords— Erzincan, Recreation Planning, Geology, Landscape Design

JEL Classification Codes: *M31, M39*

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Özgün karakteristiklerin UNESCO tarafından dünya mirasının bir bütünü olarak kabul edilmesi, peyzaj tasarımlarında özgün yaklaşımlara verilen önemi arttırmıştır. Peyzaj mimarlığında sıklıkla kullanılmaya başlayan özgün yaklaşımlarla kentlerin kültürel ve doğal mirasları ön plana çıkarılarak kentlere özgü karakteristik imajlar oluşturulmaktadır. Özellikle jeolojik ve jeomorfolojik ögelerin kendine özgü yapıları bilimsel, eğitsel ve ilgi çekici örnekleriyle bilim insanları ve doğaseverler tarafından ilgi odağı haline gelmiştir. Bu nedenle doğal ve kültürel kaynakların jeopark ve jeoturizm yoluyla değerlendirilmesi güncel ve geçerli bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Günümüz kent insanı doğal ortamlarda dinlenme arayışı içerisine girerek doğal alanlara yönelik turizm aktivitelerine olan tercihi doğa turizmine olan ilgiyi her geçen gün arttırmaktadır. Ekosistemleri oluşturan canlı ve cansız unsurların kurdukları dengeli ilişkiler bu ilginin artmasından dolayı kolay ve çabuk bir şekilde etkilenmemesi (Altunkasa, 1996) için planlama ve tasarım yaklaşımları geliştirilmelidir.

Homojen ve farklılaştırılmamış kitle turizmine karşı alternatif bir ürün olarak ortaya çıkan özel ilgi turizmi (Nwafor, 2012) turistlerin özel ilgi alanlarına göre seçtikleri tatil seçeneklerinden oluşmakta (Novelli, 2008) olup otantikliğe ve gerçek deneyimlere duyulan arzu ve hazzı içermektedir (Wilhem ve Barbieri, 2013). Bu nedenle insanları doğa ile buluşturabilen yerinde deneyimlemeyi içeren birçok turizm türü ortaya çıkmıştır. Bu nedenle dünyada hızla gelişen ve yeni bir doğal alan turizmi olan "jeoturizm" kavramının popülaritesi artmaya başlamıştır. Jeoturizmin yapılmış pek çok tanımı olmasına rağmen Stokes ve arkadaşlarının (2003)'de yaptığı "coğrafik ve jeolojik karakterleri barındıran bölgelere onların çevresini, kültürünü, estetiğini, mirasını ve görülmeye değer özelliklerini görmek için sürdürülebilir bir anlayışla yapılan seyahatlerdir" tanım bu çalışma ile örtüşmektedir. Ekoturizmin bir parçası olarak görülen jeoturizmin içerisinde sadece jeolojik oluşumları barındırmamakta, bölgenin tarihi, kültürel, sosyal yapısını ve biyolojik çeşitliliğini de barındırmaktadır.

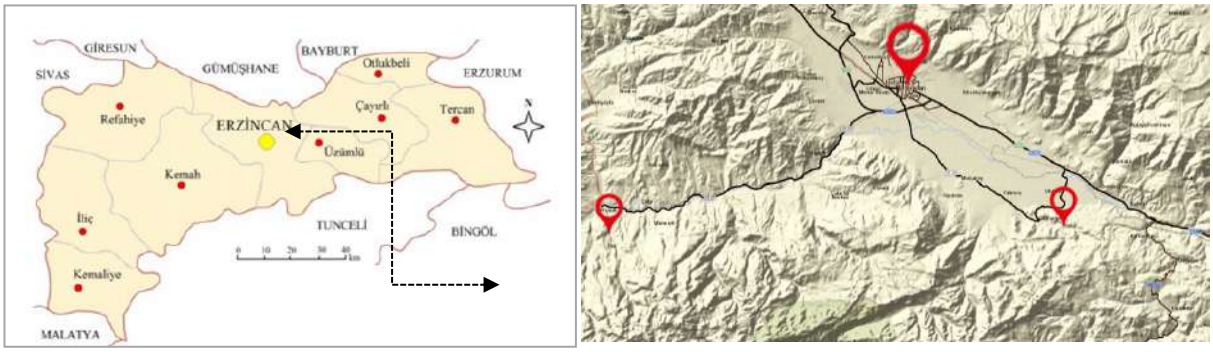
Ülkelerin sahip olduğu jeolojik mirasları koruma istekleri arttıkça jeolojik oluşumların turizm ürünü haline dönüştürülmesi için "Jeopark" kavramının geliştirildiği görüldü. Jeolojik Mirası Koruma Derneği (JEMİRKO, 2019) Türkiye'de 8 jeoparkın kurulması teklifinde bulunmuş olup (Van Gölü-Nemrut Jeoparkı, Tuz Gölü Jeoparkı, Karapınar Jeoparkı, Mut Jeoparkı, Narman mutluluk vadisi Jeoparkı, Kula Jeoparkı, Pamukkale Traverten Jeoparkı, Kapadokya Jeoparkı) 15 Nisan 2016 tarihinde, Manisa'nın Kula ilçesinde Jeopark Belediyeler Birliği'nin kurulmasına izin verilmesi hakkındaki Bakanlar Kurulu kararını da onaylamıştır (URL 1). Doğa koruma bölgeleri olan jeopark, uluslararası öneme sahip farklı veya aynı türden jeolojik miras örneklerinin bir arada bulunduğu, yönetimi planlanmış alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turistik bir yeri ilk kez ziyaret etmeyi düşünen insanlar için alanın özgünlüğü son derece önemlidir. Birey ziyaret ettiği yerin standart yaklaşımlardan uzaklaşmış yöresel esintiler taşımasına önem vermektedir. Bölgenin turistik değerini belirleyen bu esintiler turistler üzerinde olumlu etkiler bırakacağından alanın tekrar tekrar ziyaret edilmesine de olanak sağlayarak, bölgesel ekonomiye de katkı sunacaktır. Günümüzde tasarımın içeriği ne olursa olsun bütün tasarım yaklaşımları bir konsept üzerine kurgulanmaktadır. Tasarım için belirlenen konsept ne kadar özgün nitelik taşırsa tasarımın uygulanabilirliği ve sürdürülebilirliği de son derece kolay olur. Çalışmaya konu olan Girlevik şelalesi ve Kemah kalesi için düşünülen rekreasyonel tasarımın konsept yaklaşımı jeolojik kayaçlardan alınan kesitlerdeki desenleri içermektedir. Erzincan ilinin konumu (Giresun, Sivas, Malatya, Tunceli, Bingöl, Erzurum ve Bayburt'a komşu olması) ve bölgedeki jeolojik yapısı dikkate alındığında bölgenin iler ki dönemlerde jeopark olma ihtimali üzerine kurgulanmıştır.

2. MATERYAL ve METOT

2.1. Çalışma Alanı

Erzincan kentinde bulunan Girlevik Şelalesi ve Kemah Kalesi kırsal ve jeolojik imkânlarını turistik açıdan ekonomik değere dönüştürülebilecek önemli bölgelerden biridir. Çalışma alanlarının bu özelliklerini etkin bir şekilde kullanılabilmesi için bölgenin turistik organizasyonlarda aktif bir rol alması bu bağlamda turistik organizasyonlara hizmet verebilecek yenilikçi modern ve teknolojik tasarımların geliştirilmesi ve tanıtılması açısından da oldukça önemlidir.



Şekil 1. Çalışma Alanı (A: Kemah Kalesi, B: Girlevik Şelalesi, C: Erzincan Merkez)

Çalışmaya konu olan Girlevik şelalesi Erzincan'a 33 km uzaklıkta, Çağlayan Beldesi doğusunda ve Erzincan Ovası'nın güneydoğusundaki Munzur Dağları'nın devamı olan Mercan Dağları'nın kuzeydoğu uzantıları üzerindeki Girlevik köyünde, Kemah kalesi ise Erzincan şehir merkezine 50km uzaklıkta yer alan 1053m yükseklikte yer alan Yukarı Fırat bölümünde yer alan Kemah ilçesinde yer almaktadır (Şekil 1). Alanların farklı doğal peyzaj karakterleri, halk tarafından sıklıkla kullanılıyor olması ve ulaşılabilirlik özellikleri seçilmesindeki en önemli tercih sebeplerini oluşturmaktadır.

2.2 Veri Toplama ve Değerlendirme

Çalışma alanı olarak seçilen Erzincan kentindeki Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesinin jeolojik bileşenlerinden oluşan mekânsal örüntülerin sorgulandığı "Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesi Kayaçlarının Petrografik Yapısının Rekreasyonel Potansiyellerinin Farklı Tasarım Yaklaşımları ile İrdelenmesi" adlı çalışmada (I) Yeraltı zenginliklerinin fiziksel özelliklerinden faydalanılarak işlevsel mekânlar oluşturulur, (II) Tasarımcı doğadaki oluşumları görsel algısı içerisine dahil ettiğinde özgün tasarımlar elde edebilir, hipotezleri üzerinde durulmuştur. Bu hipotezlerin doğruluğunun araştırılmasına yönelik yapılan bu çalışmada öncelikli olarak çalışma alanına ait jeolojik kesitlerden ve Erzincan Belediyesine ait imar planlarından yararlanılmıştır.

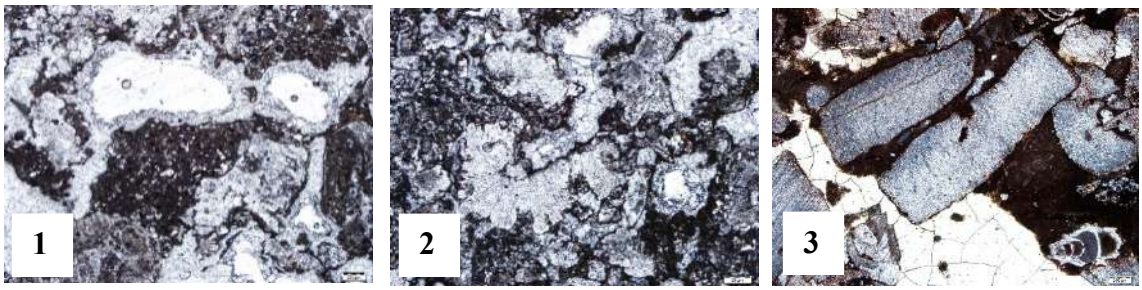
Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesinin (i) çalışma alanlarına yönelik kayaç kesit örneklerinin alınması, (ii) kayaç örneklerinin tasarıma aktarılması ve (iii) peyzaj tasarımlarının mekânsal örüntüleri sorgulanmıştır. Birinci parametre olarak çalışma alanlarının jeolojik yapısı ortaya koyularak toplanan kayaç örneklerinden petrografik amaçlı çalışmalar için ince kesitler hazırlanıp binoküler-polarizan mikroskop altında incelenen kayaçların hakim dokularının fotoğrafları çekilerek mekan örüntüsü oluşturabilecek fotoğraf örnekleri temel tasarım ilkelerinden başta "Nokta" ilkesi kullanılarak mekan tasarımda kullanılabilecek biçimler oluşturulmuştur. Biçimlerin oluşturulmasında Altman ve Zube (1989)'da geliştirmiş olduğu mekân kalite kriterlerinden yararlanılmış olup seçilen en uygun örneklerden çalışma alanlarına yönelik projeler geliştirilmiştir.

3. BULGULAR

Erzincan Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesinden elde edilen bulgular (i) Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesindeki jeolojik kayaçlarından kesit örneklerinin alınması, (ii) çalışmada kullanılmak üzere seçilen jeolojik kayaç örneklerinin temel tasarım ilkeleri doğrultusunda tasarıma aktarılması ve (iii) Temel tasarım elemanlarından "Nokta" ilkesi ile hazırlanan örneklerin temel tasarım ilkeleri kullanılarak mekânsal örüntülerinin irdelenmesini içermektedir.

3.1 Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesindeki Kayaçlardan Alınan Kesit Örneklerinin İrdelenmesi

Çalışma alanlarından elde edilen kayaç örneklerinin (Bir veya birden fazla mineralin bir araya gelmesiyle doğal olarak oluşmuş kütleler) sahip olduğu petrografik dokular mikroskop altında incelenmiştir. Kesitlerin incelenmesinde binoküler-polarizan mikroskop kullanılmış olup mekânsal örüntü olarak kurgulanabilecek görüntülerin fotoğrafları çekilmiştir.

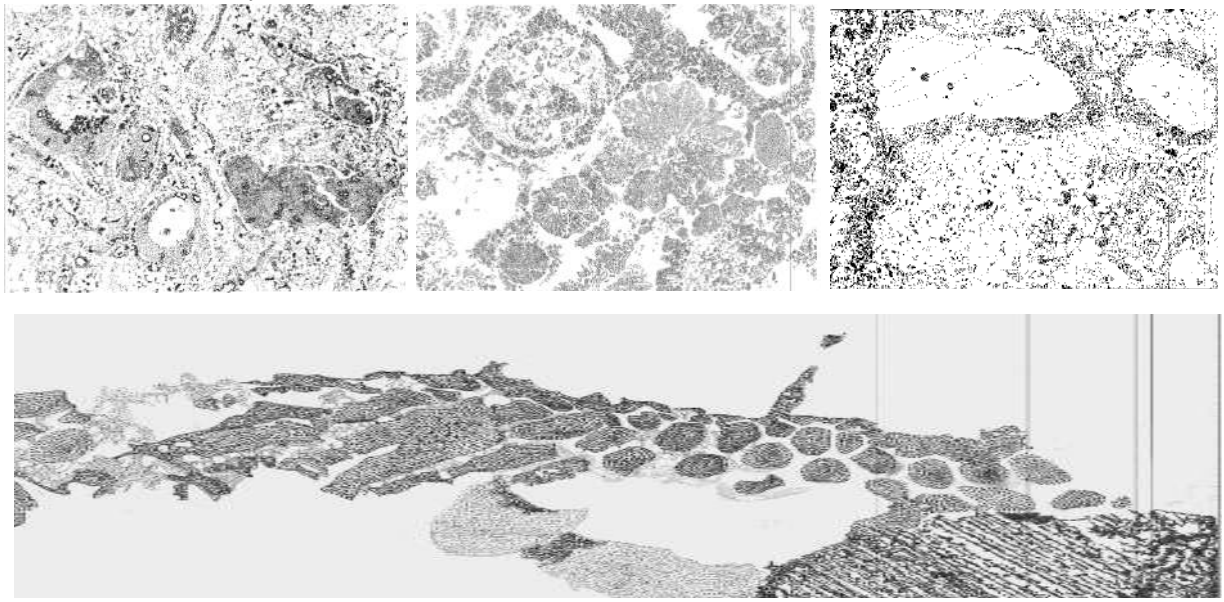


Şekil 2. Kemah Kalesi ve Girlevik Şelalesindeki Kayaçlarından Alınan İnce Kesit Örnekleri (1, 2: Traverten; 3: Kireçtaşı)

Beşeri ve ekonomik ihtiyaçların karşılanmasında önem arz eden kayaçlar her türlü bina, baraj, köprü inşaatı ve yol çalışmalarında öncelik arz etmektedir. Mühendislik alanında oldukça sık kullanılan kayaçların yer şekillerindeki oluşumu ve gelişiminde sahip olduğu mineral dokusu peyzaj mimarları ve jeoloji mühendeslerinin ortak çalışması olarak ilk defa bu çalışma ile ele alınmıştır.

3.2 Çalışmada Kullanılmak Üzere Seçilen Kayaç Örneklerinin Temel Tasarım İlkelerinden "Nokta" İlkesi Kullanılarak Tasarıma Aktarılması

Hem bir son hem de bir başlangıç ifade eden "Nokta" temel tasarım elemanları içerisinde öğrencilerin ilk karşılaştığı temel tasarım ilkesidir. Nokta en basit temel tasarım elemanı olarakta kabul edilmekte olup boyutsuz tasarım elemanıdır. Objektif tanımı ile yer belirleyici bir işarettir. Nokta açık, koyu, büyük, küçük, dağınık, planlı, yan yana gelerek çizgi, eşit aralıklarla kullanılarak yüzey oluşturabilecek etkinliğe sahiptir. Bu biçimler üzerinden mekân örgütlenmesine uygun dokular alınarak bu biçimlerden oluşturan mekân örüntüleri peyzaj tasarımlarında kullanılmıştır (Şekil 3). Noktalama yöntemiyle biçimler oluşturulmaya çalışılmıştır.



Şekil 3. Seçilen Kayaç Örneklerinin Temel Tasarım İlkelerinden "Nokta" İlkesi Kullanılarak Tasarıma Aktarılma Örnekleri

3.3 "Nokta" İlkesi ile Hazırlanan Örneklerin Temel Tasarım İlkeleri Kullanılarak Mekânsal Örüntülerinin Oluşturulması

Mekân örgütlenmesine ait 3.2'de bahsi geçen mekân kurgusu Girlevik şelalesi ve çevresindeki peyzaj düzenlemesine aktarılarak simülasyonlar oluşturulmuştur. Noktalama çizimlerinden elde edilen mekân örgütlenmeleri peyzaj tasarım kriterleri doğrultusunda estetik, fonksiyonel ve ekosistem ile uyumlu projelendirme çalışması yapılmıştır. Bu çalışma Autocad 2010 programına aktarılarak, modellemeler için önce Sketchup 2016 programı sonrasında Lumıon 2018 programı kullanılarak öneri illüstrasyonlar geliştirilmiştir (Şekil 4).



Şekil 4. Jeolojik kayaç örneklerinden yararlanılarak Girlevik Şelalesi için geliştirilen mekân örüntüsü

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma ile kayaçların sahip oldukları ekolojik değerlerin yanı sıra mineralojik kesitlerin mekansal örüntüleri tasarımlar için bir ilham kaynağı olacaktır. Tasarım çalışmalarının sonucunda görülmüştür ki kum ve kireç taşı özelliğini taşıyan alanlardaki jeolojik tasarım yaklaşımları genellikle organik formlardan oluşmaktadır. Farklı ölçülerde bir araya getirilen organik formlardan elde edilen mekânlara mistik bir dokunuş kazandırarak, alanı ziyaret eden kişiler üzerinde merak hissi yaratarak alanla ilgili daha çok bilgi edinme ihtiyacı oluşturacaktır.

Jeoparkların özgün dokusuna uygun peyzaj tasarım ve planlama süreçlerinde bu çalışmanın referans alınması alana özgü dokunun özgünlüğünü dış ortama yansıtacak olup jeopark alanlarında peyzaj düzenleme çalışmalarında tüm mimarlara yol gösterici olması hedeflenmiştir.

KAYNAKLAR

ALTUNKASA, F., YÜCEL, M., UZUN, G., GÜLTEKİN, E., YILMAZ, T. (1996), Kentsel Gelişmede Planlama Sorunlarına Ekolojik Yaklaşım: Adana Kenti Planlama ve Tasarım Haftası'96 Etkinlikleri: Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, s:237-247, Ankara

WİLHELM STANİS, S. A., BARBİERİ, C. (2013), "Niche Tourism Attributes Scale: A Case Of Storm Chasing", Current Issues in Tourism, 16(5), ss:495-500.

NOVELLI, M. (2008), Niche Tourism Contemporary Issues Trends and Cases, USA: Elsevier Publication.

NWAFOR, O. (2012), "Niche Tourism and the Challenges of Developing Medical Tourism in the Western Cape Province of South Africa", Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies, C.4, Sayı:3, ss. 600-604.

JEMİRKO. (2019), Jeolojik Miras Terimleri, http://www.jemirko.org.tr, (19.04.2019).

STOKES, A. M., COOK, S. D., DREW, D. (2003), "Geotourism: The New Trend İn Travel", Travel Industry America and National Geographic Traveler.

URL 1: https://tr.wikipedia-on-ipfs.org/wiki/Jeopark.html, (10.04.2019).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

A Comparison Between High-Technology Exports Of Turkey And Developed Countries

Full Text / Tam Metin

Hatice ÖZKURT ÇOKGÜNGÖR[1]

Abstract

Introduction: *Exports of high technological products reflect the ability of a country to commercialize the results of research and technological innovations in international markets. The exporting structures of the countries in terms of high-tech products also show the knowledge and competence levels of the product structure. In order for a country to have the ability to compete and to have an economy based on dynamic information, new technologies need to be created, used and commercialized. Despite some economic crises and political instabilities, Turkey has succeeded in growing over the years and is now one of the world's best-performing emerging economies. In order to take a leading role in the league of industrialized countries, Turkey should develop in terms of trade and industry structures in both high technological composition and added value.* ***Aim:*** *In this study, the changing nature of Turkish trade in recent years will be evaluated; industry competitiveness will be analyzed and some fault lines will be highlighted to help improve international high-tech trade and help sustainable growth; the role of trade in developing countries will be examined and the problems of implementation of high-tech product exports will be discussed.* ***Method:*** *A growing portion of exports includes imported intermediate inputs. This indicates that the local value of exports may be much lower than expected than the high growth of exports. If in a country, high-tech exports exceed technology imports, there is foreign trade surplus in that country. If the technology imports exceed the exports, then there is the problem of the foreign trade deficit in that country.* ***Findings:*** *The Turkish industry seems to be more specialized in medium and low-tech products than the high-tech products.*

Key Words: *High-Tech, R&D, the Trade Balance, Import, Export*

INTRODUCTION

Technology is an important factor in increasing business growth and competitiveness in terms of economic globalization. High-tech industries help to improve performance in dynamism and other sectors, the most evolving in international trade. The investment in research, development, innovation and skills is a key policy area for countries, as it is necessary in the development of an economy based on economic growth and knowledge.

Globalization trends have increased the importance of foreign trade more in recent years. Foreign trade facilitates the transfer of technology from developed countries to less developed ones and contributes to an easier implementation and assimilation of technology in less developed countries. It is seen that technology transfer to relatively less developed countries is made through direct foreign capital investments and technology imitation (Keller, 2000: 18). As is known, foreign trade accelerates learning and new discoveries about the products by enabling countries to specialize in the production of certain goods; it allows countries to benefit from economies of scale and also ensures the efficient use of production resources, labor force and time. In parallel with these developments, first of all, applied studies examining the relations between foreign trade and growth have an important place in international economics and development literature. Secondly, foreign trade enables countries to make full use of dynamic economies of scale based on learning by practice and externalities. Thirdly, foreign

[1] Öğr. Gör, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret, Türkiye, hozkurt@istanbul.edu.tr

trade, by contributing to human capital and physical capital accumulation, has a positive effect on growth.

Development of Technology in Turkey

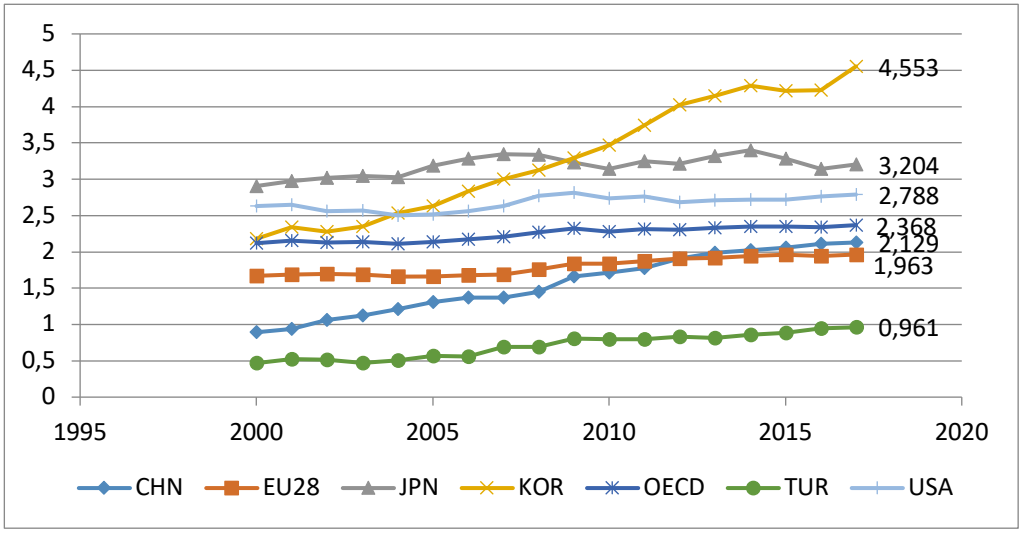
Together with the outward-oriented and export-oriented growth strategy that is accepted after the 1980s in line with the trend in the world economy, significant changes have occurred in the structure and scale of goods that are subject of Turkey's foreign trade.

Although our country made efforts for the development of technology in accordance with its purpose of industrialization during the period starting from the first years of the Republic till the end of WWII, due to its conditions it failed to show sufficient development in the industrial sector and consequently in the production of technology. Turkey has not been able to provide national technological knowledge generation and accumulation due to lack of technical knowledge, technology, lack of work experience and lack of sufficient capital accumulation of private sector. Having said that, introduction of foreign capital and technology and technology transfer under the name of import substitution policy in the 1950s caused Turkey to become dependent on other countries through ways such as know-how and patent right. As for Turkey between 1960s and 1980s, it is seen that a period of planned development has started and State Planning Organization has been established in order to manage this process. The period after 1980 is a period in which export-oriented economic policies were implemented; however, exports did not reach to the target and technologies developed abroad could not be followed and brought to the country due to certain developments in this period (Yücel, 2003).

At the 1st Science and Technology Council Meeting held by TUBITAK in 1991 the following comment was made: "Because of economic, political, and social deadlocks, Turkey enters the new age as a country whose technological and scientific level is very low," and the fact that Turkey could not provide the conditions for a competition advantage in the past and implemented wrong technology policies was pointed pointed out. An important reason for this situation is that the share of R&D expenditures in GDP is quite low (SPO, 2006).

One of the main reasons for the advanced economies being superior in the field of technology is that they have a high share of R&D expenditures. The share of R&D expenditures in GDP between the years 2000 and 2018 for selected developed countries and Turkey is given in Figure 1. Recent data on Research and Development spending (R&D) for OECD countries and other major economies published in OECD Science and Technology indicators showed that there is a R&D concentration (R&D percentage in GDP) in OECD. OECD countries increased from 2.34% in 2016 to 2.37% in 2017. This was attributed to the growth in the US, Japan, Germany and Korea, as well as balancing the decline in Canada and some other European economies such as France, Italy and the United Kingdom. In 2017, Korea continued to be one of the countries with the highest R&D concentration of 4.55% and 4.54% of GDP. As to Turkey, its approximately 0,96% share of R&D expenditures in 2018 indicates that it could not reach to the entry-level share set aside for R&D expenditures in developed countries in years.

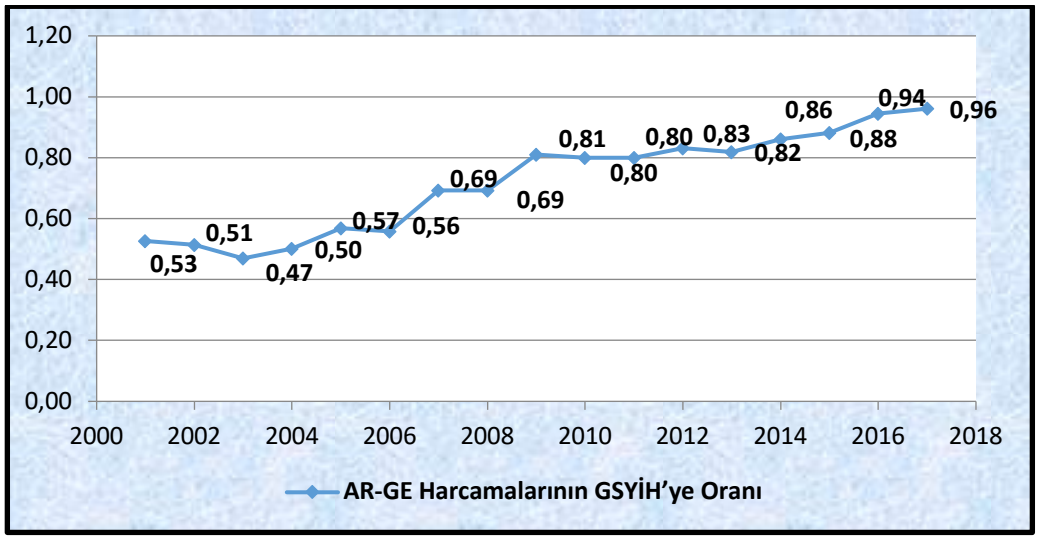
Chart 1: R&D intensity in OECD countries and developed economies (%)



Source: *OECD estimates based on OECD Main Science and Technology Indicators Database, February 2019.*

Although public resources allocated to science and technology have been significantly increased since 2002, the average of R&D expenditures in GDP between 2002-2017 is still below the threshold value of 1%. As can be seen in Figure 2, the share of R&D expenditures in GDP, which was 0.53 percent as of 2002, remained quite low compared to the share of R&D in the developed countries.

Chart 2: GDP of R & D expenditure in Turkey

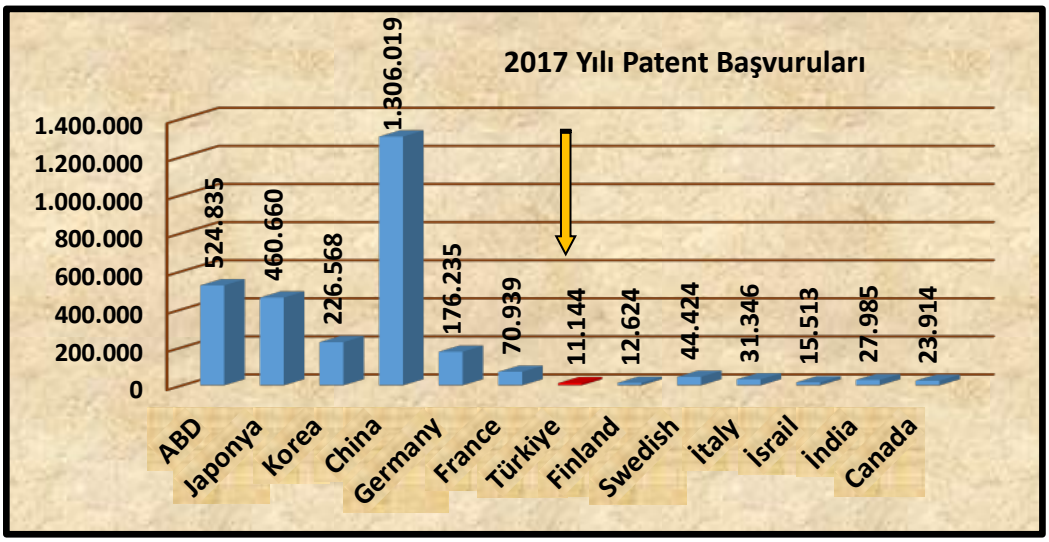


Source: *TUIK, Date of access (01.04.2019)*

When the low level R&D expenditures are examined, these figures show that they are insufficient for the development of technology in Turkey and this development to be converted into production. As a result, it can be argued that the industry in Turkey is still dependent on technology transfer.

Another one of the important factors that show the development of high technology and the development trend of the country based on innovation is the number of patent applications. The number of patents in a country or company is the evidence of the innovative spirit of that country/company and becomes the proof of how many inventions are made. In this context, the high number of patents is an indicator of the success of the R&D system in that company or country. The patents, which are the criteria of the R&D output, ensure that the innovations are transformed into a commercial product and brings the power of monopoly into their producer. Figure 3 shows the number of patent applications by the residents and institutions of the certain developed and developing countries based on high technology.

Figure 3: Number of patent applications made by the residents and institutions of the certain developed and developing countries



Source: *WIPO Date of access (01.04.2019)*

When we examine the data of 2017 we can see that USA ranked second with 524,835 patent applications, and China, with 1,306,019 applications, made three times more applications than Japan, which has 460,660 applications. The difference between Turkey and other selected countries is presented very clearly. Although Turkey had 3.307 patent applications in 2017 and 11.144 patent applications in 2008, the number of patent applications are observed to be very low when compared with other countries.

Research and development in the new economic understanding based on science and technology, the creative effort that is carried out systematically with the purpose of increasing scientific knowledge accumulation and the usage of this knowledge accumulation in new implementations have become necessary conditions for the companies to have a competitive advantage and continue their activities in

a profitable manner, develop new products and get patents for them and for the national economy to be able to compete with other national economies.

In order to be able to compete in the market, it is necessary to continuously develop new products and technology. Thanks to this productivity and increase in efficiency can be increased and cost and competitive advantages can be achieved. With this success in micro units, national economies can gain the advantages of the new economy in terms of employment, growth and foreign trade.

Importance of Technology in terms of Developed Countries and Turkey

Nowadays, countries that have a competitive advantage in science and technology are located in developed countries, while developing economies are relatively more advantageous in the production of labor-intensive goods and services (IMF, November 2011). However, economies with low income are advantageous in the labor factor and the growth they experience because this does not last forever and thus, when it comes to a certain stage this advantage becomes a disadvantage. In other words, low-income economies can climb up quickly in the early stages of their development by employing abundant and cheap labor.

This advantage, however, disappears when the middle income category, which earns higher wages, disappears and thus, these economies lose their competitive strength and lose momentum. A similar situation applies to the capital that has decreasing returns as its stock increases. Therefore, if the technology is not developed and the efficiency is not increased, it is not possible to reach a higher level of income for many years with the growth rates that continue in modest proportions (Karahan, 2013). The vicious circle in which countries are caught at this stage is called the 'Middle Income Trap'.

In summary, the middle income trap can be defined as the dead-end, which is related to the lack of efficiency, of the economies that experienced a rapid growth and left the low-income category but started to decelerate after reaching to the middle income level. One of the important factors that accelerates the economic growth and development of developing countries is the development of technology, products and processes.

Along with focusing on the effect of export on growth, when the technology's long term development in Turkey's economy is examined it can be observed that what connects national economy to global economy is the manufacturing industry of the locomotive sector. Manufacturing industry within Turkey's economy is the most important sector for both in terms of the added value it generates and also in terms of its contribution to export. Due to the high share of the manufacturing industry in general exports, the export growth rate of these products plays a decisive role in the increase in general exports and the export figures of the manufacturing industry are close to the export figures.

In order for the sectors to be analyzed according to their technology levels, we must first state which sectoral classification level we will use and which technology level these sectors' products fall into according to OECD classification. Table 1, which is prepared for this purpose, gives the sector classification and the technology level in which the sectors are located.

Table 1: Technology Levels of Manufacturing Industry Sectors (NACE Rev.3)

NACE Rev. 3 Code	Sectors	Technology Level
21	Manufacture of basic pharmaceutical products and pharmaceutical preparations (21);	High
26	Manufacture of computer, electronic and optical products (26);	High
30,3	Manufacture of machinery for air and spacecraft (30.3)	High
20	Manufacture of chemical and chemical products	medium-high
25,4	Production of weapons and ammunition	medium-high
27	Electric appliance manufacturing	medium-high
28	Manufacture of other machinery and equipment not elsewhere classified	medium-high
29	Manufacture of motor vehicles, trailers and semi-trailers	medium-high
30	Manufacture of other means of transport (30.3) except manufacture of ships and boats (30.1) and manufacture of air and space vehicles (30)	medium-high
32,5	Manufacture of medical and dental instruments	medium-high
18,2	Reproduction of recorded media	Medium-low
19	Manufacture of coke and refined petroleum products	Medium-low
22	Manufacture of rubber and plastic products	Medium-low
23	Manufacture of other non-metallic mineral products	Medium-low
24	Manufacture of basic metals	Medium-low
25,4	Manufacture of weapons and ammunition, except of machinery and equipment, except for the manufacture of manufactured metal products (25)	Medium-low
30,1	Construction of boats and boats	Medium-low
33	Repair and installation of machinery and equipment	Medium-low
10	Manufacture of food products	Low
11	Beverage production	Low
12	Manufacture of tobacco products	Low
13	Manufacture of textiles	Low
14	Manufacture of apparel	Low
15	Manufacture of leather and related products	Low
16	Manufacture of wood and cork products (except furniture); Manufacture of straw and plaiting materials	Low
17	Manufacture of paper and paper products	Low

18,2	Printing and reproduction of recorded media (18), excluding reproduction of recorded media	Low
31	Furniture manufacturing	Low
32	Manufacture of medical equipment and equipment other than manufacturing (32)	Low

Source: *Our own calculation based on the technology classification of the OECD according to ISIC Rev.3 and the TURKSTAT database*

Another one of important indicators that can be studied in order to reveal the structure of Turkey's exports in products containing technology is sectors' export shares according to technology level. Sectors' export shares according to technology level help us to understand at which level the country technologically produces and contributes to exports. Here, primarily, the sectors are grouped according to OECD's ISIC Rev. 3 technology classification, then Table 2 is prepared with the help of data taken from TSI database in order to present the Turkey's export's sectoral based technological structure. In this respect, sectors are grouped as low technology, low-medium technology, medium-high technology and high-technology sectors.

The sectors that require low technology are food products and beverages, tobacco products, textile products, clothing, products manufactured using tanned leather, wood and cork products, paper and paper products, printing and publishing products (plaque, cassette, etc.) and furniture sectors. Low-medium technology sectors consist of sectors that produce coke, refined petroleum products and nuclear fuels, plastic and rubber products, other non-metallic mineral products, basic metal industry and metal goods industries (except machinery and equipment). Medium-high technology sectors consist of sectors that produce machinery and equipment, chemicals and their products, electrical machinery and equipment, motor vehicles and trailers and other means of transportation. Last but not least, high-technology sectors are composed of sectors that produce office, accounting and information processing machines, radio, television, communication equipment and devices and sectors that produce medical instruments (precision optical instruments and watches).

Table 2: Export Shares of Sectors by Technology Level (%) (ISIC, Rev:3)

Years	**Low Technology**	**Low-Middle Technology**	**Medium-High Technology**	**High technology**
2000	47,09	18,40	22,42	3,96
2001	43,92	19,92	24,54	3,61
2002	43,70	20,51	24,53	4,72
2003	42,15	20,33	26,96	4,48
2004	37,37	23,20	28,82	4,92
2005	36,18	23,50	29,33	4,65
2006	32,50	25,60	31,71	4,00
2007	30,80	26,89	33,52	3,01
2008	26,83	33,70	32,16	2,13
2009	29,65	30,38	31,08	2,34

2010	30,20	28,48	31,74	2,19
2011	30,20	29,43	31,70	2,04
2012	28,51	35,02	28,24	2,16
2013	32,08	27,80	31,25	1,99
2014	33,38	26,43	31,43	2,07
2015	32,72	26,90	31,76	2,04
2016	32,86	25,89	33,07	1,92
2017	31,19	25,66	35,01	1,85
***2018**	30,84	25,36	36,29	1,68

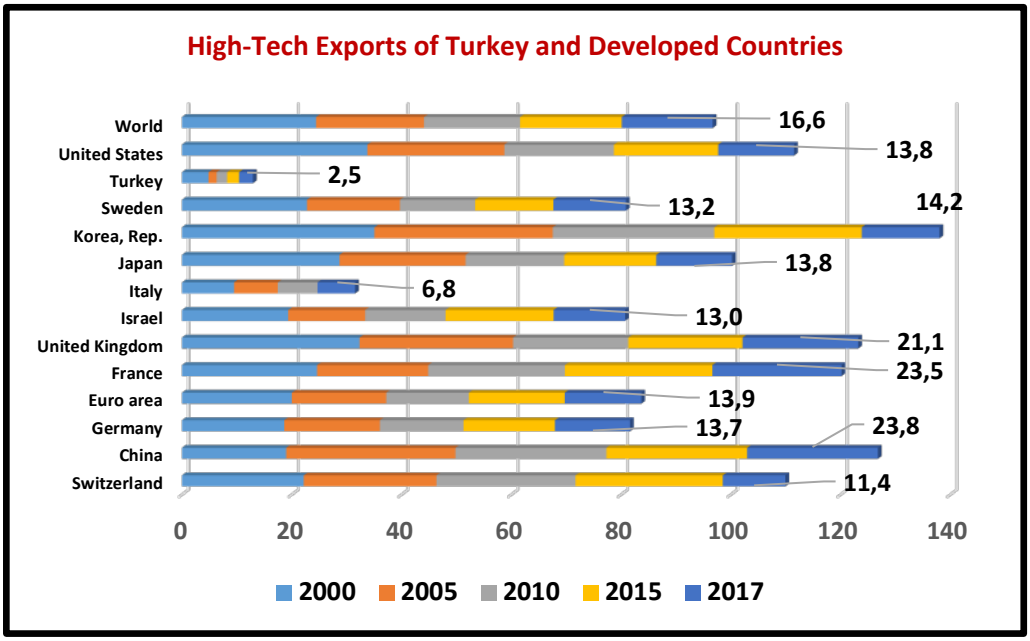
Source: *Our own calculation based on the technology classification of the OECD according to ISIC Rev.3 and the TURKSTAT database (* as of September)*

When the export shares of sectors by their technology level are examined, by also using the data in Table 2, in the period between 2000 and September, 2018, Turkey's export's technological structure is seen to have gone through a transformation. While more than half of the total exports consist of products produces with low-technology at the beginning of the period examined, export of products produced with low-medium technology are limited. In the sub-period between 2000 and 2008, it can be observed that the use of technology in the production process increased through years and the export of the products produced with low technology decreased, on the other hand, export of products produced with low-medium and medium-high technology increased steadily. Unfortunately, the export of the products produced with high technology increased at a limited rate. As of 2008, percentage of exports of products produced with high technology among total exports were only 2.13%. As of 2008, the share of exports of low-technology products in total exports is 26.83%, the share of exports of low-middle technology products in total exports is 33,70% and the share of exports of medium-high technology products in total exports is 32.16%. As to the period from 2009 to the present, the share of the exports of low-technology products in total exports slightly increased and fluctuated between 29% and 32%. Similarly, in the sub-period between years 2009 and September 2018, the share of exports of products produced with low-medium technology in total exports is between 25% and 35%, while the share of exports of products produced with medium-high technology in total exports varies between 28% and 36%. As of September 2018, the share of exports of low technology products in total exports is 30.84%, the share of exports of low-middle technology products in total exports is 25.36%, the share of exports of medium-high technology products in total exports is 36.29% and the share of exports of high technology products in total exports is only 1.68%. In general, it is safe to say that the share of exports of industrial products produced with high technology within the total exports of Turkey is extremely low. Among the sectors that produce with high technology and are significant for our country's exports, sectors that produce radio, television, communication equipment and devices have relatively come to forefront (Eşiyok, 2014, p. 94). Another sector that is significant for Turkey's exports and produce with high technology is motor vehicles and trailers sector. In addition, it is important to note that the clothing sector, which is produced with low technology, and the textile products sector that is in the same category are also important sectors in terms of export.

In the Figure 4 that is created by utilizing current data obtained from the World Bank, the share of exports of Turkey's high-technology products within the total exports value in the period between years 2000 and 2017 is examined in percentages. High technology export, products that have high R&D concentration such as aviation, computers, pharmaceuticals, scientific instruments and electrical

instruments When Figure 4 is examined; it can be seen that although Turkey's high technology product exports' share in total exports fluctuates, it is generally around 2% and below, the highest percentages occured in the three-year period between years 2000 and 2003, and the highest percentage was 4% in the year 2000. As it can also be understood from the ratios in Figure 4, the export of high technology products in our country's total exports has a very low share. Considering the targets of our country in terms of development and growth, the necessity of increasing these rates to a higher level is revealed with its whole reality.

Chart 4: High-Tech Exports of Turkey and Developed Countries (%)



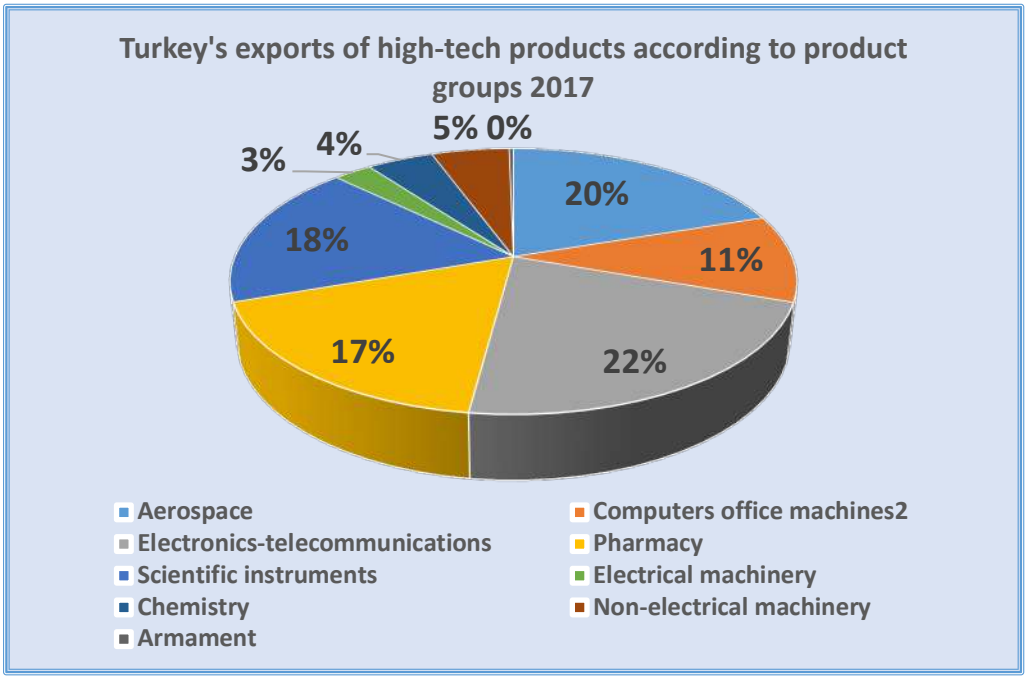
Source: *Prepared by us based on World Bank data. Date of access (21.03.2019)*

As a result of these data, it is revealed that the production of primarily pharmaceutical products and pharmaceutical materials, computers, electronic and optical products, aircraft or spacecrafts and related machines needs to be encouraged in Turkey. Besides that, when we look at the medium-high technology sectors we can see that Turkey has some competitive advantage. As a result of the technological capacity increases required by these sectors in the production processes, both the development of high technology and also R&D activities may be increased.

In this regard, as the high-technology sector and their added value structure exists, it now would be useful to examine the share of medium-high technology and high technology sectors within the manufacturing industry and these sectors' added-value structure. According to Turkey's product group,when we look at the technology export percentage (%) in 2017 in Figure 5, we can see that aviation, electronics and telecommunications are in the first place with 20-22% and scientific instruments and pharmaceuticals are in the second place with 18-17%. Therefore, the high added-value ratio of the high-technology end products to be produced in our country is not very decisive. What is important here is to provide the inputs needed in the production of high-technology end products from domestic sources and by this means to ensure that the added-value is kept in the country

(Küçükkiremitçi, 2014, p. 215-216). Unfortunately, it is possible to say that our country is still quite behind in the production and export of high technology products. None the less, the production of high-technology products in recent years, especially in the defense industry, is remarkable.

Chart 5: *Turkey's exports of high-tech products according to product groups (%) 2017*



Kaynak: *Eurostat (Comext database DS-018995 (date of access:01.04.2019)*

Technological structure of exports from Turkey, as can be seen, mainly based on "low" and "low-medium" and "medium-high" technology products. The exports of high technology products in our country are in inadequate levels. Furthermore, it should be aimed to provide the transition to an industry structure that has a higher share of world exports, that manufactures mainly products that require high technology and with high added value, that has a skilled labor force, and that is responsive to the society by increasing the competitiveness and efficiency of the Turkish industry. In addition, in the medium and high technology sectors, the targets of accelerating the transition to high value added products should be realized as soon as possible.

It is not possible for developing countries to maintain and increase their international competitiveness by maintaining strategies based on labor-intensive sectors in the cheap labor and export structure. To this end, the transition from a low technology structure to a medium and high technology structure is crucial. Therefore, the country needs to make a sectoral change and change its exports composition. The significance of these strategies cannot be denied in order for Turkey not to get caught in the "middle-income trap".

Besides, with the intensification and diversification of international trade flows, the transfer of capital movements between countries has accelerated and the pace of development in technology has increased with this development. It is also difficult to distinguish the technology from the non-technological content of the trade in services under the title of pure industrial property. Thus, services trade may be

underestimated when a significant portion of it does not cause financial payments or when payments are not in the form of technology.

Although it is not indicated which concept is aimed in Turkish Industrial Strategy, in order for the high technology products to be produced, the production processes for these products must be designed. From this point of view, it is aimed to manufacture products in areas that require advanced engineering knowledge such as information, communication, nanotechnology and electronics.

However, it is useful to consider the main features of high technology products which are the rapid growth phase and then the sharp decline, i.e. the process of product termination. In the field of advanced technology, while with every new product features such as speed, capacity, power and performance increase, the inadequacy of the benefits of the previous product becomes evident. As a result, it is not enough to produce high-technology products once, and it is necessary to carry out continuous improvement and development activities with R&D activities. In countries that have a say in the world of technological products and innovation, the state supports are generally effective at this stage.

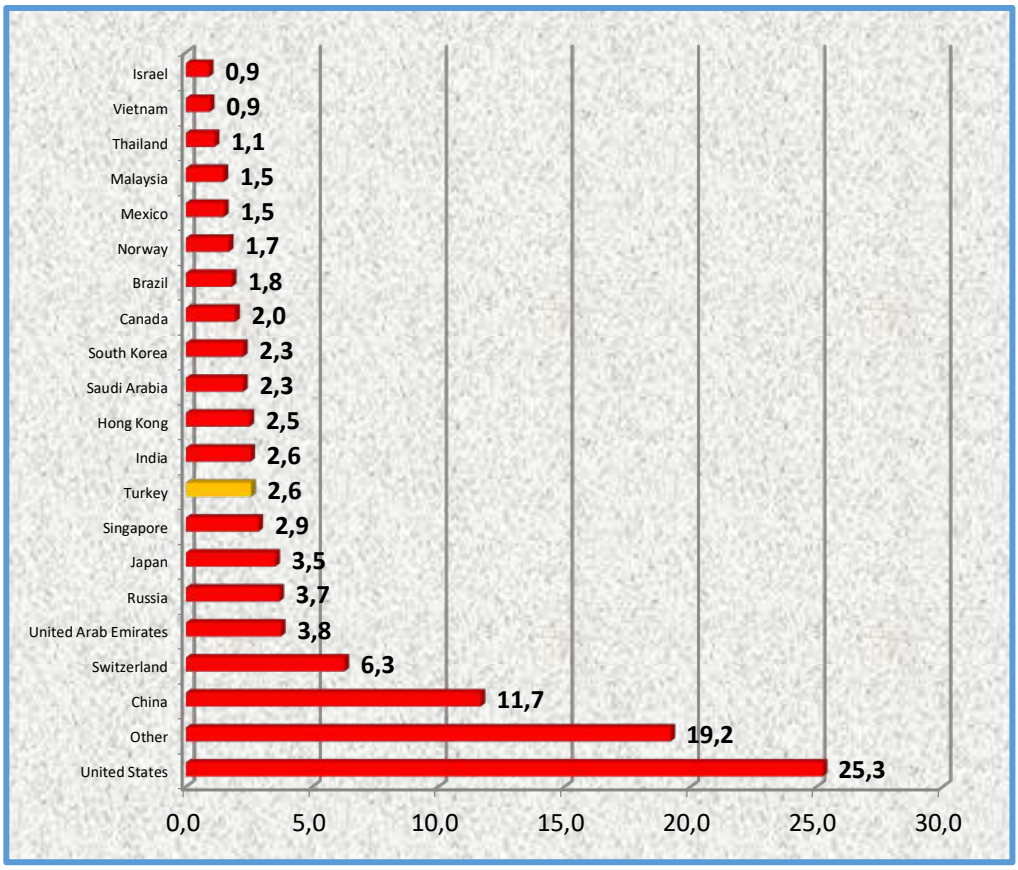
In 1963 TUBITAK was founded with the purpose of preparing Turkey's technology plans about high technology exports and increasing our country's competitiveness in international markets (TUBITAK, 2018). With the establishment of TUBITAK, one of the important steps has been taken to develop R&D activities and by extension to increase the production capacity of high technology products.

Later on, Turkey started to implement its export-oriented growth policy in line with the decisions made in January 24, 1980 and in 1996 export activities increased with its membership to the Customs Union. Exports in the early 1980s consisted mainly of labor-intensive goods, unprocessed agricultural products and textiles. However, nowadays a significant transformation took place in Turkey's export structure and household appliances and automotive parts replaced labor intensive goods in exports.

Despite this transformation in export structure, our country's exports of high technology products are still far from the desired level (Worldbank, 2018). Not giving the necessary importance to R&D activities and not providing the necessary support to the people and organizations working with the purpose of creating high technology production in the country has been effective in the emergence of such a result.

In our country, despite the increase in the production amount of the sectors that are using high technology due to the increases in the domestic and foreign demand, the stimulating effect of the sectors using high technology on other sectors is low due to the low economic multiplier mechanism.

Chart6: Exports of high-tech products, top 20 partners, EU-28, 2017



Source: *Eurostat (Comext database DS-018995)(date of access:03.04.2019)*

When we examine the high-technology exports data in 2017 (in Figure 6) high technology exports of USA comes first with a share of 25.3%, followed by China in the third line with a share of 11.7%, whereas Turkey is head to head with India with a share of 2.6%. The fact that a country is engaged in technology-intensive exports gives information about the development level of that country and shows how far that country is technically advanced. Advanced technology exports are also a mirror for globalization, an indispensable element of the new economy. The competitiveness of countries, one of the criteria of globalization, is directly proportional to the technology/industry-oriented export structure (Adaçay, 2007: 193).

A developing country according to its foreign trade perspectivecan follow two different paths towards industrialization policies. The first is the import substitution industrialization policy based on protectionism; the second is the export-oriented industrialization policy aimed at integrating with the international economy.

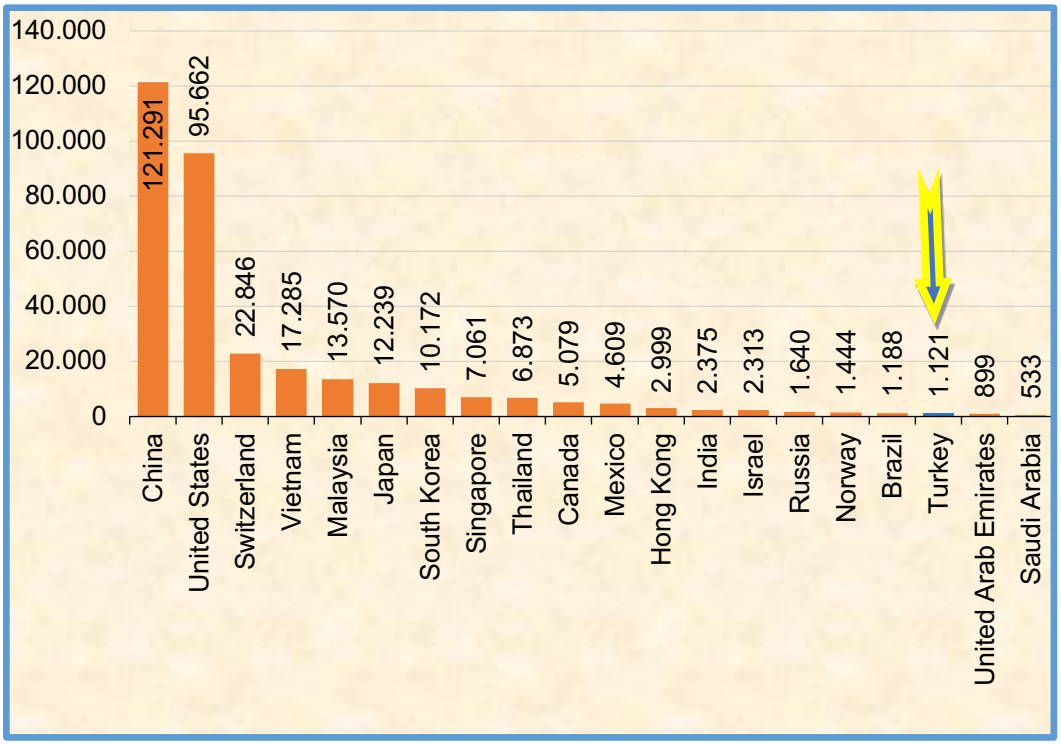
According to the policies of import substitution industrialization, in order for the developing countries to be industrialized, first of all, domestic demand must be shifted from imported goods to domestic goods (Edwards, 1993). This policy was implemented intensively in Turkey, in particular during the planned period of 1960s-1980s. As a result of certain developments, Turkey could not meet its industrial investments under protection walls with a technological infrastructure that is competitive in terms of world standards and experienced a great vulnerability caused by foreign exchange bottle-neck. This

situation dragged Turkey into an industry structure with a weak capital accumulation, backwards technology, and low efficiency, that produces for the domestic market and cannot earn adequate amount of foreign currency. Hence, import substitution industrialization process went into a deadlock and export-oriented industrialization policy was adopted with the decision taken in the framework of the Stability Program on January 24, 1980. With this program a radical change in economy was aimed and an industrialization model that focuses on exports was adopted (Karluk, 1997).

Export-based strategy foresees that countries would produce in areas that they have competitive advantage in free market conditions. Thus, national economies become part of the world economy. Again in this strategy, selectivity is the main principle in industrialization. In other words, in contrast to import substitution, not all sectors of industry but only sectors that have the potential to develop and compete should be encouraged and supported. In order to achieve this, it is permitted to determine the national resource allocation by international demand, not just by domestic demand, along with a domestic trade policy that will not separate the domestic economy from international trade (Kazgan, 1988; Durman and Onder, 2006; Seyidoglu, 2001).

Also, the fact that the production of sectors that use high technology for production increased due to our country being dependent on imported input and imported inputs being heavily used in production increases the imported input demand. Indeed, when we look at Figure 7, we can observe that since domestic sectors and companies that can provide input for high technology sectors in our country could not develop adequately, an important portion of added-value is transferred abroad.

Chart7: Imports of high-tech products, top 20 partners, EU-28, 2017 (EUR million)

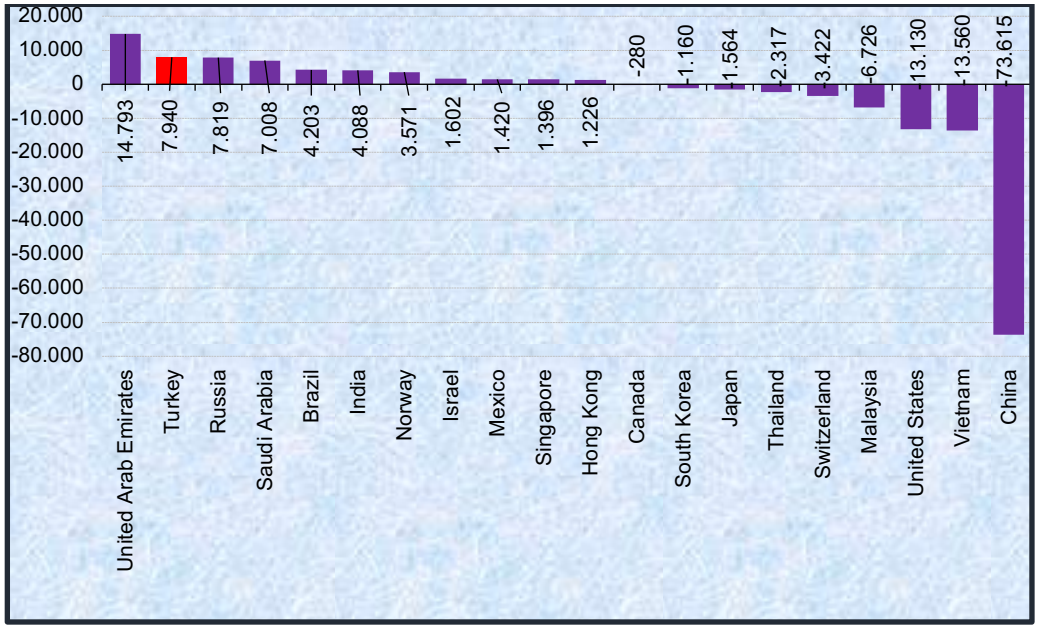


Source: *Eurostat (Comext database DS-018995) (date of access:03.04.2019)*

While the benefits of technological innovation to the innovative country affect the foreign trade balance positively by reducing the need for imports and foreign exchange in the short term, it can be observed as the ability to specialize in the sectors that provide improvement in terms of foreign trade and high returns in the long term.

Countries' imports, exports and overall rates in 2017 are summarized in Figure 8. In the graph, the positive difference between imports and exports are arranged from large to small. Turkey's imports of high-technology products are more than its exports. When the graph is examined, it can be observed that China has the highest positive difference between its imports and exports of high technology products. In addition, countries that put importance to R&D and innovative activities and support these activities are in the top ranks.

Chart 8: Balance of trade in high-tech products by top 20 partners, details, EU-28, 2017 (EUR million)



Source: *Eurostat (Comext database DS-018995) (date of access:03.04.2019)*

Developing countries generally import raw materials and labor-intensive products while importing advanced technology products from developed countries. However, this kind of foreign trade has negative consequences for developing countries and these countries generally have foreign trade deficit.

In this context, a fundamental target for both developed and developing countries is to produce products with high technology and high added value and to export their products effectively. Competition between economies has inevitably increased. Now one of the important goals of the national economies is to produce high technology products with high added value and to obtain comparative advantage by exporting them.

In this regard, the production and export of high-technology products is an important source of financing growth and development by increasing the export revenues of the countries which have adopted the export-oriented growth strategy (Yıldız, 2017, p.27). Accordingly, it is possible to say that export activities are one of the most important economic activities that cause the growth of the economy and the development of countries by providing foreign currency inflow to the country. Moreover, with the

intensification of international trade and the diversification of commercial activities, capital movements between countries have accelerated and the speed of development in technology has increased considerably due to this development.

In addition, the production of high-technology products may both lead to an increase in the disparities between countries and also contribute to the decrease of these disparities. Therefore, it is of great importance to allocate more resources to high technology product production that has become extremely important for national economies and to concentrate on R&D activities and infrastructure works.

Turkey's Role in High-Technology Field

In order to gain a competitive advantage in national and international markets and to make these advantages permanent, enterprises should choose the appropriate technology to produce better quality products in less time than their competitors. An innovation that is developed in any part of the world can be imitated quickly. Due to globalization, technological innovations grow old quickly. The most important path for companies to gain competitive advantage is to offer new products and services to the market. What should be done to support exports? Developing technological products, adapting them to the production process, and increasing the quality of the workforce can only be achieved by R&D activities. As close monitoring of technological developments is of great importance, university-industry cooperation opportunities need to be developed. For this purpose, the share allocated to R&D activities must be increased or at least kept at a sufficient level.

In order to be able to export, one needs to be able to produce or supply a service or product that is needed abroad by maintaining a certain level of quality and protecting their competitiveness. For this scenario to take place it is necessary to establish the need in the domestic market first, and a company that produces a similar product or service needs to expand its services overseas or determine the need abroad directly and produce for abroad. When it is accepted that the second option would occur rarely, in order to support exports, the overall society must progress, education levels must increase, needs of the society must become more complex and companies that would react to this must exist, and state policies must be in a manner that paves the way for society, increases individuality, and meets differences with tolerance. In addition, export is undoubtedly one of the most important items in the country's economy. What is important is the realization of sustainable exports with high added-value. It is crucial to increase the number of companies operating in technoparks throughout the country, to support quality exports with high added-value, and to increase the incentives provided especially to small scale but qualified exporters.

Turkey's main actors of the national innovative system are the various organs of the state, private businesses and federations, universities and research centers, technoparks and institutions and bodies such as these. In order to achieve the intended success of technological development, coordination between all these organizations must be established and cooperation concept must be developed. When Turkey's high-technology production is examined, it is obvious that strengths and opportunities need to be maintained and increased and weaknesses and threats need to be transformed into opportunities and advantages. (See Table 3).

Table 3: SWOT analysis in High Technology Trade

Strengths	**Weaknesses**
*To promote the formation of new technology producing companies. * To create the necessary infrastructure for the sustainability of innovations and to cooperate between the enterprises involved in this system. * Developing the institutional structure by establishing informatics facilities and increasing the efficiency of the national innovation system. * To provide sustainability of knowledge by establishing non-market mechanisms and network organizations. * To increase the absorption capacity of the firms that are needed to provide innovations by providing financial support and taking measures to improve the culture of innovation. * The existence of a well-developed institutional framework. * Progress of exports by increasing the efficiency of national science and technology management.	*Funds and loans are not at an encouraging level. *Awareness on science and technology should be increased. * Low capacity in the transfer of applied knowledge on innovation due to the weak cooperation between research and job sites. * No simplification of import and export operations. * Science and technology performance of the private sector should be improved. *Lack of support and encouragement in technology production. *Very few resources for R & D investments. At the same time, industrial enterprises, as well as the state, do not allocate sufficient resources for R & D.
Opportunities	**Threats**
* The way to be permanent in the global economy is to produce its own technology and brands. *To be among those who develop the highest technology production. *Establishing synergy in the field of university-industry and trade. * Medium-low technology exports decrease, if the exports of advanced technology increase, the current account balance deficit will be in balance. * Successful practices in technology policies. * Successful implementation of economic program and structural reforms. * Increasing the number of technoparks. * Modernize the traditional methods of companies with technology.	* Risk of macroeconomic and political instability. * If imports decrease and exports decrease, the current account balance gives a surplus. *Failure to achieve the economic program, the implementation of structural reforms and sustainable development. *International political and economic uncertainty and instability around Turkey. * The effectiveness of political risks cause them to be late in dealing with problems. *Interaction between external and internal factors is not considered. * Reduction of the productivity of the second-hand machinery imports. *Research, development of commercial environment and infrastructure, and lack of ensuring that researchers connect nationally and internationally.

CONCLUSION

The study inspected the relation between social media usage and brand awareness. Social media activities were measured through two dimensions; SIEC and ISR.The results of statistical tests suggest that social media usage has a positive influence on brand awareness of consumers.

As a result, despite the export-oriented growth strategies being applied in Turkey since the beginnings of 1980s, manufacturing industry export showed great progress but could not reach the desired level. This led to the low level of import coverage of exports, a high level of foreign trade deficit and current account deficit problems. These problems have brought many solution suggestions. One of the suggestions to increase exports, even the most important one, is implementing both product diversification and geographical variation.

In this direction, in order for Turkish economy to be active at international level, it needs to have competitive advantage two important factors, quality and cost, it needs to create the necessary infrastructure, especially put emphasis to human resources, it needs to develop worldwide investment, production and marketing strategies, and it needs to change and restructure its business and institutions so that they can adapt to changing conditions.

Developing technological products, adapting them to the production process, and increasing the quality of the workforce can only be achieved by R&D activities. Close monitoring of technological developments is of paramount importance and because of this, R&D expenditures need to be increased and university-industry cooperation opportunities need to be improved.

The state needs to provide certain incentives to foreign investment and in order for these incentives to be benefited the investment needs to include high-technology, or the investment needs to be foreign investment or in a free zone. The way to be permanent in the global economy is to produce one's own technology and brands. If there is anything not to be changed in developing technology and global economy, that is change and improvement.

Above all, the share allocated for R&D from GDP must be increased to 2 percent, which is the minimum level of being an advanced country, and this budget should be transferred to the right sources such as the development of high added-value, globally competitive products and technologies. Now, Turkey needs to take the necessary steps for technology development and application in priority areas, within the framework of university-industry cooperation, starting with the creation of mechanisms aimed at the more efficient use of existing R&D resources without losing any more time.

REFERENCES

Adaçay, F.R. (2007), “Bilgi Ekonomisine İlişkin Temel Göstergeler Açısından Avrupa Birliği ve Türkiye’nin Karşılaştırılması”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 19, Aralık, s. 185-204.

Durman, M ve Önder, H. (2006). Sanayileşme Sürecinde Teşvikler ve Türkiye’deki Teşvik Uygulamaları, Alfa Aktüel, İstanbul.

DPT (2006). Dokuzuncu kalkınma planı (2007- 2013). Ankara: T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı.

Edwards, S. (1993). Trade Policy, Exchange Rates and Growth, NBER Working Papers 4511, National Bureau of Economic Research, Inc, http://ideas.repec.org/p/nbr/nberwo/5978.html,

Eşiyok, B. A., (2014). Türkiye–AB arasında dış ticaretin teknolojik yapısı, rekabet gücü ve endüstri-içi ticaret: Ampirik bir değerlendirme, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi 13(1), 91-124.

Hatice Karahan (ed.), "Kalkınma Yolunda Yeni Eşik: Orta Gelir Tuzağı", MÜSİAD Araştırma Raporları, no. 79 (2012); Barry Eichengreen, Donghyun Park ve Kwanho Shin, "Growth Slowdowns Redux: New Evidence on the Middle-Income Trap", NBER Working Paper, no. 18673 (2013).

"Global Trade Liberalization and the Developing Countries", IMF Issues Briefs, no. 01/08 (Kasım 2011).

Karluk, R. (1997). Türkiye Ekonomisi, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Kazgan, G. (1988). Ekonomide Dışa Açık Büyüme, Altın Kitaplar Matbaası, İstanbul.

Keller, W., (2000), "Geographic Localization of International Technology Diffusion", NBER Working Paper No: 7509

Küçükkiretmitçi, O. (2014, Ocak). Yüksek katma değer, yüksek teknoloji ve 2023 hedefleri, 21. Yüzyıl İçin Planlama Kurultayı Bildirileri, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayın No: 610, Ankara Üniversitesi, 23-24 Ocak 2014, Ankara. s. 209-221

TÜBİTAK. (2018). Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, Ankara: Tübitak Yayınları, http://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/icerik-hakkimizda.(Erişim Tarihi: 02.05.2018)

Seyidoğlu, H. (2001). Uluslararası İktisat Teori Politika Uygulama, Gizem Can Yayınları, İstanbul.

Yıldız, Ü. (2017). BRICS ülkeleri ve Türkiye'de yüksek teknoloji ihracatı ve ekonomik büyüme ilişkisinin panel veri analizi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi, (53), 26-34.

Yücel, İ.H. (2003). Bilim teknoloji politikaları ve 21. yüzyılın toplumu. http://ekutup.dpt.gov.tr/bilim/yucelih/biltek04

WORLDBANK. (2018). World Development Indicators, Washington DC: Worldbank http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&country=TUR#, (Erişim Tarihi: 02.01.2018)

file:///G:/DT%20Ticari%20denge/high%20tech%20kodları.pdf

file:///G:/DT%20Ticari%20denge/High%20tech%20rev%203%20kodları.pdf

http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist

http://www.oecd.org/sti/inno/msti.htm

https://www.wipo.int/ipstats/en/

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Çalışanların Sağlık Algısının Değerlendirilmesi

Full Text / Tam Metin

Safiye Özvurmaz[1], Aliye Mandıracıoğlu [2]

Özet

***Giriş**: Sağlık algısı; "bireyin kendi sağlığına ilişkin kişisel duygu, düşünce, önyargı ve beklentilerinin bir bileşimi" olarak tanımlanabilir. Çalışanların sağlık algılarının belirlenmesi, işyerinde sağlığı geliştirici düzenlemelerin planlanmasında yol gösterici olacaktır. **Amaç**: Çalışmanın amacı çalışanların sağlık algısını belirlemektir. **Yöntem:** Bu kesitsel tipte araştırma Aydın'da 3 küçük işletmede 157 çalışanın katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Sosyodemografik özellikleri, çalışma saati, sigara kullanımı, hastalık varlığının belirlenmesine yönelik 10 soruluk bir anket uygulanmıştır. Sağlık algısı değerlendirilmesi amacı ile Kadıoğlu ve Yıldız tarafından Türkçe geçerlilik, güvenirlilik çalışması yapılmış 15 maddelik likert tipi "Sağlık Algısı Ölçeği" kullanılmıştır. Sağlık algısının değerlendirilmesi; sağlıktaki değişikliklere karşı duyarlı olması, klinik değerlendirmeler yapılmadan ve belirtileri görülmeden önce hastalığın varlığını haber vermesi, bireylerin sağlık sorunlarına yönelik yaklaşımlarını, davranışlarını ve bu sorunları anlama biçimlerini etkilemesi sebebiyle önemli olmaktadır. Bireylerin sağlık durumlarını belirlemede yaygın olarak kullanılmaktadır. Ölçekten alınan puan arttıkça sağlık algısı daha olumludur. **Bulgular:** Katılımcıların %54.1'i erkek, yaş ortalaması 38.78±12.36 (20-69), %77.7'i evli, %36.4'ü okur yazar veya ilkokul,%24.5 orta, %24.5 lise ve %14.6'ı üniversite mezunudur. Ortalama günlük çalışma saatleri 9.06±1.59 (6-15) olarak hesaplanmıştır. Çalışanların %44.6'ı sigara içtiğini, %21.6'ı bir kronik hastalığının varlığını bildirmiştir. Sağlık algısı ölçeğinden aldıkları puan ortalama olarak 48.96±9.55 (32-55)' dir. Sağlık algısı, kadınlarda (t:-2,283, p:0,024), lise ve üniversite mezunlarında (F: 3,663, p: 0,007) daha düşük saptanmıştır. Çalıştığı işletme, çalışma süresi, dinlenme süresi, yaş, medeni durum açısından fark saptanamamıştır. Sonuç olarak çalışmada, sağlığın sosyal belirleyicilerinden cinsiyet ve eğitim ön plana geçtiği anlaşılmıştır. İşyerinde sağlığın sosyal belirleyicilerine yönelik çözümler önemlidir.*

***Anahtar Kelimeler—** Çalışan, İşyeri, Sağlık Algısı*

Evaluation Of Health Perception Of Employees

Abstract

***Introduction:** Health perception can be defined as a combination of personal feelings, thoughts, prejudices and expectations of the individual about his / her health. Determining the health perceptions of employees will guide the planning of health promotion arrangements in the workplace. **Aim:** The aim of the study is to determine the health perception of employees. **Method:** This cross-sectional study was conducted with the participation of 157 employees in 3 small enterprises in Aydın. A 10-question questionnaire was applied to determine sociodemographic characteristics, working hours, smoking and disease. A 15-item Likert-type Health Perception Scale was used to assess health perception. The validity and reliability study of the scale was conducted by Kadıoğlu and Yıldız. It is important to evaluate health perception, to be sensitive to changes in health, to report the presence of the disease before clinical evaluations and symptoms are seen, because it affects individuals' approaches to health problems, their behaviors and how they understand these problems. It is widely used in determining the health status of individuals. As the score from the scale increases, health perception is more positive. **Findings:** Of the participants, 54.1% were male, mean age was 38.78±12.36 (20-69) years, 77.7% of*

[1] Dr. Öğr. Gör., Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Halk Sağlığı Hemşireliği, Aydın, Tükiye, sozvurmaz@hotmail.com
2 Prof. Dr., Ege Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, İzmir, Türkiye, aliye2kuru@yahoo.com

them were married, 36.4% of them were literate or primary school, 24.5% were middle, 24.5% were high school and 14.6% were university graduates. The average daily working hours were calculated as 9.06 ± 1.59 (6-15). Of the workers, 44.6% reported smoking and 21.6% reported the presence of a chronic disease. The mean score of the health perception scale was 48.96 ± 9.55 (32-55). The perception of health was lower in women (t: -2,283, p: 0,024), in high school and university graduates (F: 3,663, p: 0,007). No difference was found in terms of operation, working time, rest period, age and marital status. In conclusion, it was understood that gender and education were prominent among the social determinants of health in this study. Solutions to the social determinants of health at work are important.

***Keywords*—** Worker, Workplace, Health Perception

JEL Classification Codes: N3

1.GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımına göre sağlık; fiziksel, ruhsal ve sosyal açılardan tam bir iyilik halidir. Sağlık algısı; bireyin kendi sağlığına ilişkin kişisel duygu, düşünce, önyargı ve beklentilerinin bir bileşimi olarak tanımlanabilir. Sağlık bir insanlık hakkıdır. Kişinin sağlığı, çevrenin, öncelikle de sosyal çevrenin etkisi altındadır. Çevredeki olumsuz faktörler düzeltilmeden sağlık sorunlarının kontrol altına alınması olanaklı değildir.

Sağlık algısı, sağlığın çok boyutluluğunu yansıtan, bireyin biyolojik, psikolojik ve sosyal durumunu kendisinin değerlendirmesine olanak sağlayan bir göstergedir. Çalışmalarda sağlık algısı ile hastalık arasında güçlü bir ilişkisi olduğu, demografik, sosyal ve finansal özelliklerden etkilendiği gösterilmiştir. Sağlık eşitsizliklerine yol açan sosyal faktörlere karşı oldukça duyarlıdır (Erengin ve Dedeoğlu, 1997).

Çalışmak, yaşamın bir parçasıdır ve sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmak insan hakkıdır. Temel amacı sağlığın korunması olan iş sağlığı ve güvenliği, işyerinde sağlık sorunlarının tanımlanması ve bunların ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmaları kapsar. İş sağlığı, işçinin çalıştığı işinde fiziksel, ruhsal ve sosyal olarak iyilik hali içinde olmasıdır. Çalışma ortamındaki, gürültü, titreşim gibi fiziksel etkenler, kimyasal maddelere maruz kalma, ergonomik sorunlar çalışanların sağlıklarını tehdit etmektedir. İşyeri ortamındaki bu risklerin iş sağlığı ve güvenliği önlemleri ile ortadan kaldırılması yasal düzenlemelerle gerekli hale getirilmiştir. Sağlıklı bir işyeri çevresi oluşturmanın yanı sıra çalışanların sağlıklı davranış kazanmalarının da desteklenmesi gereklidir (Sorensen, ve ark., 2011). Kötü iş koşulları ve çevresi, sağlık algısını olumsuz etkilemektedir. Negatif sağlık algısı, daha fazla sağlık problemi, daha fazla sağlık hizmeti gereksinimi demektir. (Borg, Kristensen ve Burr, 2000).

Çalışma yaşamı ile sağlık algısı ilişkisi ortaya konmuştur. Çalışanların sağlık algılarının belirlenmesi, işyerinde sağlıkla ilgili düzenlemelerin planlanmasında yol gösterici olacak ve işyeri sağlık hizmetleri etkinliğinin arttırılmasını sağlayacaktır. Bu çalışmanın amacı Aydın'da farklı işletmelerde çalışanların sağlık algısını belirlemektir.

2. YÖNTEM

Bu kesitsel tipte araştırma Aydın'da 3 küçük işletmede gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya bu işletmelerden, çalışma verilerinin toplandığı esnada uygun ve gönüllü olan 157 kişi katılmıştır. Sosyo-demografik özellikleri, çalışma ve dinlenme saati, sigara kullanımı, hastalık varlığının belirlenmesine yönelik 10 soruluk bir anket uygulanmıştır. Sağlık algısının değerlendirilmesi amacı ile 15 maddelik beşli likert tipi "Sağlık Algısı Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçekte 1., 5., 9., 10., 11. ve 14. maddeler olumlu tutum, 2., 3., 4., 6., 7., 8., 12., 13. ve 15. maddeler olumsuz ifadelerdir. Olumlu ifadeler "çok

katılıyorum:5", "Katılıyorum: 4", "Kararsızım: 3", "katılmıyorum: 2", "Hiç katılmıyorum:1" şeklinde puanlanmıştır. Olumsuz ifadeler ise ters puanlanmıştır. Ölçekten alınabilecek en az puan 15, en çok puan 75'dir. Ölçekten alınan puan arttıkça sağlık algısı daha olumludur. Sağlık Algısı Ölçeği 2007 yılında Diamond ve arkadaşları tarafından geliştirilmiş, Kadıoğlu ve Yıldız tarafından Türkçe geçerlilik, güvenirlilik çalışması yapılmıştır (Diamond ve ark., 2007; Kadıoğlu, ve Yıldız, 2012).

Çalışmanın verilerinin analizinde SPSS 18.0 bilgisayar programı kullanılmıştır. Sağlık algı ölçeğinden alınan puan ile bağımsız değişkenlerin (çalışanların sosyodemografik özellikleri, çalışma koşulları) ilişkisi, t-testi ve ANOVA ile değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR

Katılımcıların %54.1'i erkek, yaş ortalaması 38.78±12.36 (20-69), %77.7'i evli, %36.4'ü okur yazar veya ilkokul,%24.5 orta, %24.5 lise ve %14.6'ı üniversite mezunudur. Ortalama günlük çalışma saatleri 9.06±1.59 (6-15) olarak hesaplanmıştır. Çalışanların %44.6'ı sigara içtiğini, %21.6'ı bir kronik hastalığının varlığını bildirmiştir. Tablo 1 de çalışanların özellikleri görülmektedir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Çalışanların Özellikleri

Özellikleri	**Sayı**	**%**
Cinsiyet		
Erkek	85	54,1
Kadın	72	45,9
Yaş grupları		
18-24	16	11.2
25-34	41	28.7
35-44	42	29.4
45+	44	30,7
Eğitim		
Okul bitirmemiş	23	14,6
İlkokul	32	20,4
Ota	37	23,6
Lise	37	23,6
Üniversite	28	17,8
Medeni durum		
Bekar.	25	15,9
Evli	122	77,7
Diğer	10	6,4
Sigara kullanımı		
Evet	70	44,6
Hayır	73	46,5
Bırakmış	14	8,9
Alkol kullanımı		
Evet	44	28,0
Hayır	113	72,0
Hastalık varlığı		
Var	34	21,6
Yok	123	78,4
Günlük çalışma süresi (saat)		
8 ve altı	82	57.3

9+	61	42,7
Günlük dinlenme süresi (saat)		
1ve daha az	66	49.2
2	64	50.8

Çalışmaya katılanların sağlık algısı ölçeğinden aldıkları puan ortalaması 48.96±9.55 (32-55) olarak hesaplanmıştır. Sağlık algısı, kadınlarda (t:-2,283, p:0,024), lise ve üniversite mezunlarında (F: 3,663, p: 0,007) daha düşük saptanmıştır. Çalıştığı işletme, çalışma süresi, dinlenme süresi, yaş, medeni durum açısından fark saptanmamıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Sağlık Algı Puanının Çalışanların Özelliklerine Göre Dağılımı

Özellikleri	**Sağlık algısı ölçek puan**	**İstatistik sonuç**
Cinsiyet		t:-2,283, p:0,024
Erkek	47,22±1,12	
Kadın	50,82±1,09	
Yaş grupları		P>0.05
18-24	49,00±2,93	
25-34	47,75±1,60	
35-44	49,09±1,28	
45+	49,95±1,40	
Eğitim		F: 3,663, p: 0,007
Okul bitirmemiş	51,61±8,16	
İlkokul	52,06±9,31	
Ota	48,93±9,49	
Lise	45,37±9,00	
Üniversite	44,75±9,03	
Medeni durum		P>0.05
Bekar	46,65±10,94	
Evli	49,18±9,17	
Diğer	53,66±10,30	
Sigara kullanımı		P>0.05
Evet	47,09±9,23	
Hayır	50,05±9,09	
Bırakmış	52,00±11,98	
Hastalık varlığı		P>0.05
Var	50,22±9,60	
Yok	49,01±9,44	
Günlük çalışma süresi (saat)		F:3,372, p:0,068
8 ve altı	50,21±8,83	
9+	47,27±10,26	
Günlük dinlenme süresi (saat)		P>0.05
1 ve daha az	48,23±8,028	
2	51,30±10,67	

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Sağlık algısının değerlendirilmesi; sağlıktaki değişikliklere karşı duyarlı olması, klinik değerlendirmeler yapılmadan ve belirtileri görülmeden önce hastalığın varlığını haber vermesi, bireylerin sağlık sorunlarına yönelik yaklaşımlarını, davranışlarını ve bu sorunları anlama biçimlerini etkilemesi sebebiyle önemli olmaktadır. Bireylerin sağlık durumlarını belirlemede yaygın olarak kullanılmaktadır. Yapılan bu araştırmada çalışanların sağlık algısının orta düzeyde (48.96±9.55) olduğu anlaşılmaktadır. Bir fabrika çalışanlarında gerçekleştirilen araştırmada, sağlık algısı ölçek puan ortalaması 39.84±8.29 olarak bulunmuştur (Kolaç, ve ark.,2018). Bir kömür işletmesinde yürütülen çalışmada ise işçilerin %64,7'sinin fiziksel sağlığını "kötü-çok kötü" olarak değerlendirdikleri belirtilmiştir (Gülduran, Ergül, ve Erkin, 2013).

Sağlık algısı puanı kadınlarda, eğitimi düzeyi yüksek olanlarda ve günlük çalışma süresi 9 saati aşanlarda daha düşük saptanmıştır. Araştırmanın yürütüldüğü şirketlerde eğitimlilerde çalışma saatlerinin daha fazla olduğu öğrenilmiştir. Literatürde sağlık algısı ile sosyoekonomik değişkenlerin ilişkili olduğu belirlenmiştir. Beden gücü ile çalışanların, nitelik gerektirmeyen mesleklere sahip olanların sağlık algısı daha kötü olarak bildirilmektedir (Höfelmann, ve Blank, 2008). Bir çalışmada, kadın cinsiyet, ileri yaş, düşük eğitim seviyesi, ağır iş yükü, kötü iş koşulları, kötü sağlık algısına neden olduğu saptanmıştır (Garcia, ve ark., 2010). Aydın'da gerçekleştirilen bu çalışmada yaş, sigara, alkol kullanımı, hastalık varlığı ile sağlık algısı arasında ilişki saptanamamıştır. Kronik bir hastalık veya sağlık problemi varlığının sağlık algısına olumsuz etkisi olduğu bildirilmektedir (Amshoff, ve Reed, 2005).

Çalışanların iş ve özel yaşamı arasında denge sağlayabileceği, olumlu bir çalışma çevresi sağlık algısının iyileştirilmesini sağlayabilir. Çalışanlar arasında ve çalışan ile amirler arasında sosyal desteğin oluşturulması da çözüme katkı sağlayacaktır. İşyeri ortamında olumlu çevre oluşturulması çalışanların davranışlarını etkiler olumlu bir işyeri kültürü ortaya çıkar. Davranışlar içselleştirildiğinde kişinin de kendi parçası olmaya başlar ve beklentileri de etkilenmeye başlar. Bu beklentiler sağlık üzerinde plasebo etkisi veya nosebo etkisini ortaya çıkarır. Sağlıklı yaşam, sağlıklı çalışma çalışanların sağlığını destekleyen, en önemli kuraldır. Sağlık dostu işyerleri yaklaşımı ile önce çalışanların mental ve fiziksel sağlığını önceleyen örgütlenmeler olmalıdır. Çalışanlar da kendi sağlıkları konusunda sorumluluk alarak bu yaklaşıma destek olmalıdır (Borg, Kristensen ve Burr, 2000).

Sonuç olarak bu çalışmada çalışanların sağlık algısının orta düzeyde olduğu anlaşılmıştır, eğitim, cinsiyet ve günlük çalışma süresinin sağlık algısını etkilediği belirlenmiştir. İşyeri sağlık personelinin çalışanların sağlık algısı sonuçlarına göre düzenlemeler yapması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

Amshoff, S. K., & Reed, D. B. (2005). Health, work, and safety of farmers ages 50 and older. *Geriatric Nursing*, *26*(5), 304-308.

Borg, V., Kristensen, T. S., & Burr, H. (2000). Work environment and changes in self-rated health: a five year follow-up study. *Stress Medicine*, *16*(1), 37-47.

Diamond, J. J., Becker, J. A., Arenson, C. A., Chambers, C. V., & Rosenthal, M. P. (2007). Development of a scale to measure adults' perceptions of health: Preliminary findings. *Journal of Community Psychology*,*35*(5), 557-561.

Erengin, H., Dedeoğlu, N. (1997). Sağlığı ölçmenin kolay bir yolu algılanan sağlık. Toplum ve Hekim. 12(77): 11-6.

Garcia, L. P., Höfelmann, D. A., & Facchini, L. A. (2010). Self-rated health and working conditions among workers from primary health care centers in Brazil. *Cadernos de saude publica*, *26*(5), 971-980.

Gülduran, E., Ergül, Ş., & Erkin, Ö. (2013). Kömür işletmesinde çalışan işçilerin sağlık durumlarını ve sağlığın önemini algılamaları. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, *12*(4), 383-392.

Höfelmann, D. A., & Blank, N. (2008). Identification of confounders in the association between self-reported diseases and symptoms and self-rated health in a group of factory workers. *Cadernos de saude publica*, *24*(5), 983-992.

Kadıoğlu, H., & Yıldız, A. (2012). Sağlık Algısı Ölçeği'nin Türkçe Çevriminin Geçerlilik ve Güvenilirliği. *Turkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, *32*(1), 47-53.

Kolaç, N., Balcı, A. S., Şişman, F. N., Ataçer, B. E., & Dinçer, S. (2018). Fabrika Çalışanlarında Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışı ve Sağlık Algısı. *Medical Journal of Bakirkoy*, *14*(3).

Sorensen, G., Landsbergis, P., Hammer, L., Amick III, B. C., Linnan, L., Yancey, A., ... & Workshop Working Group on Worksite Chronic Disease Prevention. (2011). Preventing chronic disease in the workplace: a workshop report and recommendations. *American journal of public health*, *101*(S1), S196-S207.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Borsa İstanbul'da İşlem Gören Konaklama İşletmelerinin İnternet Siteleri ile Finansal Performansları Arasındaki İlişkinin Dönemsel Tespiti; 2016 Yılı Analizi

Full Text / Tam Metin

Ümmühan AKMAN SAÇKES[1], Yusuf AYMANKUY[2]

Özet

Giriş*: İnternet siteleri, işletmelerin sundukları ürünleri tanıtma ve pazarlama kanalları olmanın yanısıra aynı zamanda işletmelerin vitrini olarak da görülebilir. İnternet siteleri, içerdikleri bilgiler haricinde, genel tasarım ve içeriği ile de firmanın değeri hakkında kullanıcıda imaj oluşturabilmektedir.* ***Amaç****: İnternet sitelerinin, kullanıcıların istek ve alışkanlıklarına yönelik oluşturulması, ürün satışlarını ve ticari değerini arttırmak için önemli bir araç olabilir. Bu çalışmada internet sitelerinin içerik analizi ile işletmenin finansal performans göstergeleri arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır.* ***Yöntem:*** *İnternet sitesi içerik analizi için geliştirilen ölçekten alınan puanlar ile işletmenin ilgili dönemdeki finansal performans göstergeleri karşılaştırılmıştır.* ***Bulgular:*** *Oluşturulan ölçek ile elde edilen puanlar, işletmenin BIST'e sunduğu finans verilerinden elde edilen finansal performans oranları karşılaştırılmalı olarak çalışmada yer almaktadır.*

Anahtar Kelimeler— *BIST, Konaklama İşletmeleri, Finansal Performans, Websitesi İçerik Analizi*

Periodic Detection of the Relationship Between the Websites and Their Financial Performances of the Hospitality Industry that Trading Companies in Borsa İstanbul; 2016 Year Analysis

Abstract

Introduction: *Websites are in addition to being the channels of promotion and marketing of the products that businesses offer, they can also be seen as showcases of enterprises. Websites, apart from the information it contains, the overall design and content can also create an image on the value of the company.* ***Aim:*** *Creating websites for users' wishes and habits can be an important tool to increase product sales and business value. In this study, the relationship between the content analysis of the websites and the financial performance indicators of the enterprise has been determined.* ***Method:*** *The scores obtained from the scale developed for the websites content analysis and the financial performance indicators of the company in the relevant period were compared.* ***Findings:*** *The scores obtained with the scale generated are compared with the financial performance ratios obtained from the financial data provided by the company to the BIST.*

Keywords— BIST, Accommodation Businesses, Financial performance, Website Content Analysis

JEL Classification Codes: *L25, L83, Z31, Z33*

[1] Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye, akmancansu@gmail.com
[2] Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Türkiye, aymankuy@balikesir.edu.tr

Giriş

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinde büyük gelişmeler yaşanmaya başlamasıyla beraber, dünya genelinde de önem arz edecek düzeyde iletişim süreçlerinde değişimler meydana gelmeye başlamıştır. Hayatın her alanında olduğu gibi, ekonomik hayat içerisinde de bilgi ve iletişim teknolojileri çeşitli amaçlar doğrultusunda yoğunluklu olarak kullanılmaktadır (Dalgın ve Karadağ, 2013: 134). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişim göstermeye başlamasıyla beraber, internet, bilgilerin paylaşılmasında ve bilgilerin yayılmasında etkin bir rol oynaması sebebiyle dikkate değer bir araç olarak önem kazanmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı turizm sektörü de önemli sektörler arasında yer almaktadır. (Middleton ve Clarke, 2008: 158)'e göre bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişim göstermesiyle beraber bilgilerin paylaşılmasında ve yaygınlaştırılmasında bir araç olan internetin yaygın olarak kullanıldığı alanların başında turizm gelmektedir. (Kozak, 2006: 272)' göre ise internet; turizm alanlarından (turizm bölgesi yönetimi, araç kiralama, havayolu işletmeciliği, konaklama işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, tur operatörlüğü gibi) hemen hemen turizmin her alanında yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde ise internetin turizm sektöründe yoğun olarak kullanılmasının nedeni tüketicilerin seyahat bilgisi edinmede ve seyahat kararı verebilmelerinde en önemli kaynaklardan birisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca bilgi teknolojilerinin günden güne gelişmesiyle beraber turist olarak adlandırılan tüketiciler de dahil olmak üzere, toplumun bilgi ve tatil planı arayışlarını ve de günlük hayatlarını önemli bir şekilde değiştirmiştir. Turizm ürünleri de üretildiği yerde tüketilme özelliğine sahip olması nedeniyle potansiyel tüketicilerin yani turistlerin satın almayı planladığı turizm ürününü önceden denemesi ya da örnek alması mümkün değildir. Bu sebeple farklı bilgi kaynaklarından topladığı bilgiler doğrultusunda potansiyel tüketiciler olan turistler oluşan beklentileri göz önünde bulundurarak ürünleri satın almaktadır. Satın alma faaliyetlerini etkin kılan bilgi kaynaklarından birisi ise gelişen bilgi teknolojileriyle beraber bir aracı kaynak olan internettir. (Çubukçu, 2017: 40)'a göre İnternet, en hızlı şekilde bilgiye ulaşmayı ve etkili bir iletişimi mevcut kılan, işletmelerin gelişim süreçlerini artıran ve hızlandıran, merkezi müşteri odaklı çalışmaya aracı olan, artan rekabet ortamında üstünlük kazandıran, hem iç hem de dış müşteri tatminine olanak sağlayan ve işletme maliyetlerini düşüren sanal bir araçtır. Ancak en iyi düzeyde ve en iyi şekilde verimliliği sağlayabilmek için doğru bir şekilde ve etkili bir biçimde İnternet'te pazarlama stratejisi geliştirmek önem arz etmektedir. İnternette etkili bir pazarlama stratejisi geliştirmede iki temel öğeden birisi de web siteleridir.

Web siteleri, işletmelerin internet ortamında sahip olduğu varlıklarını göstermede, tanıtımlarını ve reklamlarını, fırsatlarını, destek hizmetlerini, hatta ve hatta sipariş ve satış işlemlerini gerçekleştirmeleri aşamasına kadar geçen her aşamada faaliyet gösteren teknolojiye sahiptir. Aynı zamanda web siteleri, işletmelerin, ürün ve hizmetlerinin tutundurulmasının yanı sıra daha fazla sayıda tüketici çekerek kazanç sağladıkları bir ortam haline gelmiştir (Akıncılar ve Dağdeviren, 2014:264).

Turizm sektörü de bilgi ve teknolojilerini en çok kullanan sektörlerden birisi olması ve bilgilerin paylaşılmasında ve de bilgilerin yaygınlaştırılmasında bir araç olan internetin, en yaygın kullanıldığı alanların başında gelmesi sebebiyle web siteleri turizm endüstrisi paydaşları içerisinde de önem arz etmektedir. Turizm endüstrisi paydaşlarından birisi de ''Konaklama İşletmeleri'dir. Konaklama İşletmeleri, turizm endüstrisi içerisinde hem ulusal hem de uluslararası rekabetin gün geçtikçe giderek artmaya devam ettiği paydaşlarından birisidir. Bu sebeple Konaklama İşletmeleri açısından tanıtım ve doğrudan dağıtımı gerçekleştirebilmek amacıyla internet web sitesi kullanımı önemli bir unsurdur.

Konaklama İşletmeleri, sahip oldukları ya da olacakları web siteleri aracılığıyla, potansiyel tüketicilerinin ya da müşterilerinin sorularını ve isteklerini karşılayarak, oluşan doğrudan rezervasyon taleplerini en uygun, en hızlı ve en güvenilir bir şekilde yerine getirebilmekte bununla beraber pazar içerisinde diğer rakipleriyle rekabet edebilme avantajlarını ve şanslarını elde ederek, finansal performansları olumlu yönde arttırabileceği düşünülmektedir. Bu sebeple bu çalışma gerçekleştirilmiş olup, bu çalışmanın amacı; internet sitelerinin, kullanıcıların isteklerine ve alışkanlıklarına yönelik oluşturulması, ürün satışlarının ve ticari değerini arttırmak için önemli bir araç olabilir düşüncesiyle, bu çalışmada Borsa İstanbul'da işlem gören konaklama işletmelerinin internet sitelerinin içerik analizi ile işletmelerin finansal performans göstergeleri arasında ne yönde bir ilişki olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunu gerçekleştirebilmek amacıyla da internet sitesi içerik analizi için ölçekten alınan puanlar ile işletmenin ilgili dönemdeki finansal performans göstergeleri karşılaştırılmıştır. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde konaklama işletmelerinin sahip olması gereken web (internet) siteleri, web siteleri içerik analizi, finansal performans oranları ile ilgili konularda literatür araştırması gerçekleştirilmiş olup, çalışmanın ikinci bölümünde Borsa İstanbul'da işlem gören konaklama işletmelerinin internet sitelerinin içerik analizleri için geliştirilen ölçekten alınan puanlar ile işletmenin ilgili dönemde ki finansal performans göstergeleri karşılaştırılmıştır. Araştırmanın sonunda elde edilen bulgular doğrultusunda analiz edilerek konaklama işletmelerine önerilerde bulunulmuştur.

Konaklama İşletmelerinin Web Siteleri(İnternet Siteleri) ve Sahip Olması Gereken Özellikler

Son yıllarda bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle beraber turizm endüstrisi içerisinde de işlerin yapılış biçimleri değişim göstermeye başlamıştır (Ho ve Lee, 2007). Konaklama işletmeleri açısından teknolojinin kullanımı, hem rekabet avantajı sağlayıp hem de örgütsel performansı arttırmada önemli bir stratejik boyut haline gelmiştir (Wang ve Qualls, 2007: 560; Bayram ve Yaylı, 2009: 349; Ateş ve Boz, 2015: 67). Ancak internet, konaklama işletmelerini gün geçtikçe bu ortamın içerisine daha çok çekmekte olup, bu olanaktan yararlanmayan veya önemsemeyen konaklama işletmeleri ilerleyen zaman içerisinde büyük kayıplarla karşılaşma riski ile karşı karşıyadır (Erdem ve Kabakçı, 2004: 120). Çünkü bilgi ve iletişim teknolojilerinin gün geçtikçe gelişim göstermeye devam etmesiyle beraber, konaklama işletmelerinin de içerisinde bulunduğu turizm sektörü gibi hizmet sektöründe faaliyet gösteren bütün işletmeler açısından önem kazanmasına bağlı olarak, bunu takip edemeyen ya da uygulayamayan işletmeler açısından gelecekte birer tehdit unsuru olarak karşılarına çıkacaktır. Aynı zamanda bilgi ve teknolojilerinin gelişimi takip edememeleri durumunda işletmeler, artan rekabet ortamından sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaları, kaliteli mal ve hizmetlerin üretimini gerçekleştirmeleri ve uzun dönemli planları içerisinde tüketicilerinin beklentilerini karşılayacak üretkenliği artırarak müşteri ilişkilerini geliştirebilmeleri mümkün değildir (Sarı, Kozak ve Duman, 2006).

Konaklama işletmelerinin de içerisinde bulunduğu (Sarı ve Kozak, 2004)'e göre turizm sektöründe, turistik ürünlerin başarılı bir şekilde mevcut tüketicilerine tanıtılması ve aynı zamanda güncel bilgilerin dağıtım kanalları aracılığıyla potansiyel müşterilerine iletilmesine bağlıdır. Konaklama işletmeleri açısından internetin doğrudan dağıtım kanallı olarak öneminin gün geçtikçe önem kazanmasıyla beraber, etkili bir biçimde web sitelerinin (internet sitelerinin) geliştirilmesi ve korunması işletme başarısında önem arz edecek düzeyde rol oynamaktadır (Jeong, Oh ve Gregoire, 2003). Konaklama işletmelerinin bu olanaktan yararlanarak artan rekabet ortamında pazar paylarını koruyup, gelirlerini arttırabilmeleri için sahip oldukları web sitelerini değerlendirmeleri ve potansiyel müşterilerinin bilgiye doğru ve net bir şekilde ulaşabilmeleri açısından geliştirmeleri önem arz etmektedir (Zafiropoulos ve Vrana, 2006:239).

Tüm bunların sağlanabilmesi için web sitelerinin sahip olması gereken özellikleri yalnızca işletmelerin ve tasarımcıların istekleri, imkanları ve stratejileri doğrultusunda dizaynının yapılmasının yanı sıra potansiyel tüketicilerinin de web sitelerinden beklentileri göz önünde bulundurularak geliştirilmesi gerekmektedir. Tüketicilerin web sitelerinden beklentileri ve beklentilere cevap verebilecek tasarımda sitelerin sahip olması gereken özellikler ile ilgili daha önce gerçekleştirilmiş olan hem ulusal hem de uluslararası çalışmalar mevcuttur. Daha önce konu ile ilgili gerçekleştirilmiş olan çalışmalar incelendiğinde ise web sitelerinde bulunması gereken özellikler arasında;

Hamill ve Gregory (1997)' göre başarılı bir web sitesine sahip olmanın ön koşulu bilgilerin zenginliği, düzenli bir şekilde düzenlenmesi, yönlendirici özelliğe sahip olması, etkileşim ve geri dönüşüm sağlamasıyla mevcut olacaktır.

Rosen ve Purinton (2004)' göre ise potansiyel tüketicileri sitelere çekmenin ön koşulu olarak kaliteli içerik, kullanım kolaylığı, hızlı olması ve sık sık bilgilerin güncellenmesinin dört önemli faktör olduğunu vurgulamışlardır (Ateş ve Boz, 2015: 69).

Akar (2006: 10)' göre ise web siteleri, işletmelerin diğer rakiplerin farklılaşmasını sağlayan, pazarlama faaliyetlerine hız ve etkinlik kazandıran bir işleve sahip olması gerektiği konusunda konuya dikkat çekmiştir (Çiçek, Demirel ve Onat, 2010: 189).

Web sitelerinin sahip olması gereken özellikler ile ilgili gerçekleştirilmiş olan çalışmalara örnekler vermek mümkündür. Ancak yukarıda belirli periyodlarla farklı araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışmalar incelendiğinde bu bilgiler doğrultusunda gün geçtikçe artan rekabet ortamında işletmelerin önemli bir pazar payına sahip olabilmeleri ve ayakta kalabilmeleri için gelişen bilgi ve teknolojileri takip ederek internet aracıyla tasarlayacakları web sitelerinin potansiyel tüketicilerinin isteklerini ve alışkanlıklarını göz önünde bulundurarak, amaçları doğrultusunda işletmeleri ile ilgili bilgilerin yeteri düzeyde ve kaliteli olması, belirli periyodlarla bilgilerin güncellenmesi, hız ve karşılıklı etkileşimin sağlayacağı özelliğe sahip olması gerekmektedir.

Turizm sektörü de hizmet sektörü içerisinde önemli bir paya sahiptir. Turizm sektörü içerisinde yer alan paydaşlardan biri de konaklama işletmeleridir. Konaklama işletmeleri ile ilgili alan yazında birçok tanımla karşılaşmakla birlikte, yapılan farklı tanımlamalara rağmen tüm tanımlamalarda konaklama işletmelerinin; bireylerin geçici konaklamaları sırasında yiyecek ve içecek hareketliliğini ve de birbirinden farklı sosyal ihtiyaçlarını karşılamaya yarayan mal ve hizmetlerin üretimini sağlayan işletmeler olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca konaklama işletmeleri, turizm endüstrisi içerisinde yer alan ve diğer sektörlerde olduğu gibi daha önceden denenmesi ya da tüketilmesi mümkün olmayan bir üründür. Potansiyel tüketiciler ancak satın alındığında ve kullanıldığında istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek özelliğe sahip olup olmadığı kararını verebilecekleri özelliğe sahip olan bu turizm ürünü hakkında eylemlerini gerçekleştirmeden fikir sahibi olabilmek amacıyla bilgi edinme arzusu içerisinde olurlar. Bu yüzden gelişmekte olan bilgi ve iletişim teknolojileri içerisinde bir araç konumunda olan interneti kullanarak, işletmelerin sahip olduğu web sitelerini inceleme yoluna giderler. Bu yüzden konaklama işletmeleri bu hususlar dikkate alındığında web sitelerinin sahip olması gereken özelliklere ait gruplar Tablo 1.'de ki gibi sunulabilir.

Tablo 1. Konaklama İşletmelerinin internet sitelerinde bulunması gereken bilgilere ait gruplar

Grup
Odalarla İlgili Yazılar
Yiyecek içecek alanları tanıtım
Ulaşım imkanları
Çevre ile ilgili yazılar
Rezervasyon Bilgisi
Kariyer Bilgisi ve Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları Politikaları
Gizlilik, Koruma ve Güvenlik
İletişim Bilgileri
Müşterilerle İletişim
Site Çekiciliği
Teknik net analizi

Yukarıdaki bilgiler ışığında konaklama işletmelerinin web siteleri dizaynı işletmelerin ve tasarımcıların istekleri, imkanları ve stratejileri doğrultusunda dizaynının yapılmasının yanı sıra potansiyel tüketicilerinin de web sitelerinden beklentileri göz önünde bulundurularak, web siteleri kaliteli bir içeriğe sahip olacak şekilde kullanım kolaylığı sağlamalı ve bilgilere ulaşım ve erişim hızlandırılmalıdır. Ayrıca bilgilerin güvenilirliği ve kaliteli olması gerektiği dikkate alındığında belirli periyodlarla konaklama işletmelerinin web siteleri güncellenmelidir.

2.1 Konaklama İşletmelerinin Web Siteleri (İnternet Siteleri)'nin İçerik Analizi

Sosyal olayların ve olguların nasıl, ne şekilde ve ne biçimde gerçekleştiğini anlamamıza yarayan teknikler ‘‘Nitel Analizler’’ olarak adlandırılır. Nitel analizlerde asıl amaç ölçmenin yanı sıra araştırmaya konu olan değişkenlerin derinlemesine incelenmesini ve çalışılmasını sağlar. Ancak genel olarak nitel analizlerde her ne kadar ölçülemez ve sayılamaz ibareleri kullanılsa da her zaman sayısal verilere dönüştürülebilme imkânı mevcuttur. Özellikle de sosyal araştırmacıların çalışmalarına konu olan arşivler, belgeler, gazeteler, sinema, dizi gibi çeşitli dokümanların ya da çeşitli kitle iletişim araçlarından elde edilen bilgilerin anlam kazandırılması amacıyla gerçekleştirilen nitel araştırmaların veri analizlerinde kullanılan yöntemlerden birisi de ‘‘içerik analizleri’dir. (Özdemir, 2010: 335)’ göre

içerik analizleri, genellikle yazılı ve görsel verilerin analiz edilmesinde kullanılmakta olan nitel araştırma veri analiz yöntemlerinden birisidir.

İçerik analizlerinde öncelikli olarak çalışmayı gerçekleştirecek olan araştırmacılar, araştırmaya konu olan ilgili çalışma hakkında araştırılacak olan sorunu belirlemeleri ve tanımlamaları daha sonrasında da kategoriler geliştirmeleri gerekmektedir. Araştırmacılar tarafından, incelenmiş olan veri kaynağında, oluşturmuş olduğu kategoriler ve sınıflandırmalar içerisine giren kelimeleri, resimleri ya da cümleleri saymaktadırlar. Bu da kavramlardan çıkarımlar elde etmek amacıyla kodlama çalışmaları ile mümkündür. En sonunda da örneklemin seçilmesi işlemlerini gerçekleştirmektedirler. Ancak kategori geliştirme aşamasında araştırmacılar aynı çalışma konusu ile ilgili benzer bir araştırma yapmayı planlayan diğer araştırmacılarında aynı sonuçlara ulaşabilmelerini sağlayacak şekilde kategorileri dikkatli ve özenli bir şekilde yapmaları gerekmektedir (Silverman, 2001). Burada amaç, araştırmanın konu içerik analizinin sistematik ve tarafsız olmasının yanı sıra ‘‘bilimsel’’ bir araştırma olarak kabul edilebilmesi için, analiz sonucunda elde edilen bulguların ve çıkarımların genellenebilir olma özelliğine sahip olması gerekmektedir (Koçak ve Arun, 2006: 23).

Genel olarak değerlendirildiğinde, işletmelerin web sitelerinde potansiyel tüketicileri için değerli ve önem arz eden faktörlere yer verilmesi gerekmektedir. Web sitelerinde yer verilmesi gereken bu faktörler, işletmelerin sundukları ürünleri öncelikle dikkate almaları gerekmekle birlikte, işletmenin amaçları doğrultusunda pazarlama eylemlerini ve faaliyetlerini içeren, tanımlayan ve destekleyen birbirinden çeşitli bilgileri, özellikleri ve hizmetleri içermelerine olanak sağlayabilecek niteliklerde dizayn edilmesi gerekmektedir. Hizmet endüstrisi içerisinde yer alan turizm sektörü içerisinde de en önemli paydaşları arasında konaklama işletmeleri yer almaktadır.

Konaklama işletmelerinin web sitelerinde bulunabilecek ya da sunulan faktörlerle ilgili alan yazın incelendiğinde çok sayıda araştırmaya rastlamak mümkündür (Chung ve Law, 2003; Schmidt, Cantallops ve Santos, 2008; Rong, Gang ve Law, 2009; Musante, Bojanic ve Zhang, 2009; Karamustafa ve Öz, 2010: 192; Akkan ve Bozyiğit, 2012: 5). Bu araştırmalar incelendiğinde nadiren konu ile ilgili gerçekleştirilmiş olan diğer çalışmaların ölçeğinin aynı şekilde kullanılabildiği görülse de genellikle birbirinden farklı araştırmalarda kullanılan ölçeklerin faktör sayıları ve değişken sayılarının yanı sıra araştırmalara yaklaşım şekilleri genellikle birbirinden farklı olabilmektedir. Aynı zamanda daha önce gerçekleştirilmiş olan çalışmalarda incelenen değişkenlerin sayısının oldukça fazla olmasına rağmen yapılan çalışmaların hemen hemen birçoğunda değişkenlerin belirli başlıklar altında sınıflandırılarak değerlendirmeye alındığı görülmektedir (Karamustafa ve Öz, 2010: 192).

Konaklama işletmelerinin web sayfalarının incelendiği ilgili alan yazın incelendiğinde bu çalışmalarla ilgili bir genelleme yapmak gerekirse, konaklama işletmelerinin web sayfalarında; işletmelerin sahip olduğu ürün ve hizmetleri içeren bilgilerin oldukça fazla olduğu söylenebilir. Bu geniş çaplı bilgi yoğunluğu içerisinde en doğru bileşene ulaşmak ve bunları kodlamak, kategorilere ayırmak oldukça önem arz eden bir problemdir (Asmadili ve Yüksek, 2018: 19). Teknolojik gelişmelerin gün geçtikçe artmasına bağlı olarak bu problemi azaltması beklenirken aksine teknoloji anlamında yeni boyutların ve özelliklerin meydana gelmesiyle beraber çözümü daha da zor ve karmaşık bir hal almaya başlamıştır (Pfaffenberg ve Burnett, 2007: 54). Bu kapsamda, araştırmaya konu olan konaklama işletmeleri de dahil olmak üzere sektöre ait özelliklerin ve teknolojilerin günden güne gelişmeleri göz önünde bulundurularak, potansiyel tüketicilerin istek ve beklentileri doğrultusunda değerlendirmeleri dikkate alınarak web sitelerinin sahip olması gerektiği faktörler analiz edilmeli ve bilgilerin doğruluğuna önem verilmeli ve de belirli periyodlarla güncellenmelidir. Çalışmaya konu olan konaklama işletmelerinin de

bunları göz önünde bulundurması ile birlikte, finansal performanslarını da etkileyeceği düşünülmektedir.

2.1. Konaklama İşletmelerinde Finansal Performans Oranları

Günümüzde bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle beraber küresel rekabet ortamında işletmelerin hedefleri ve amaçlarına ulaşabilmeleri için belirli periyodlarla performanslarını ölçmeleri ve karşılaştırmaları gerekmektedir. Performans dediğimiz kavram (Karasoy, 2000: 1; Akal, 2002: 1)' göre bir işi gerçekleştiren bireylerin, grubun ya da işletmelerin amaçladıkları hedeflere ulaşabilmeleri doğrultusunda nereye varabildiklerinin ve neleri sağlayabildiklerinin nicel bir biçimde ve nitel bir biçimde anlatılabilmesine dayanmaktadır (Örs, Takıl ve Altın, 2015: 63).

Finansal performans ise, bir işletmenin hedeflediği ekonomik açıdan amaçlarını ne derece gerçekleştirdiğini ifade eder (Ecer, Ulutagay ve Nasibooğlu, 2011). Finansal performans analizleri ile işletmeler sağlıklı karar alabilmekte, gelecek planlarını ve denetim işlevlerini etkin bir biçimde gerçekleştirebilmektedirler (Ecer ve Günay, 2014: 36). Bu husus dikkate alındığında, işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmeleri açısından rekabetin üst düzeyde olduğu teknoloji ile iç içe olan işletmelerin finansal performanslarını hesaplaması ve karşılaştırma yapabilmeleri önem arz etmektedir.

Genel olarak finansal analizler incelendiğinde kapsadığı döneme göre Statik Analiz ve Dinamik Analiz olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. (Akgüç, 2013: 426)'a göre Statik Analiz; işletmelerinin sahip olduğu finansal durumlarının ve faaliyet sonuçlarının belirli bir tarihte ya da tek bir dönemi kapsayacak şekilde likidite durumu, finansal yapısı ve sahip olduğu karlılığı gibi benzeri konularda bilgiler sağlayabilmektedir. Dinamik Analiz ise, işletmelerin cari dönem verilerini, geçmiş döneme ait olan veya diğer rakip işletmelerin verileri ile karşılaştırılması ile gerçekleştirilmektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2010: 42). İşletmelerin gelir tabloları ve bilançoları üzerinden gerçekleştirilen başlıca finansal analiz teknikleri şu şekilde sıralanabilir (Saraç, 2012: 9);

Dikey Analiz (Yüzde Yönetimi ile Analiz)

Karşılaştırmalı Analiz

Oran Analizi

Trend Analizi (Eğilim yüzdeleri ile Analiz)' şeklindedir.

Bu çalışmada da kullanıldığı gibi, finansal analizlerde kullanılan en yaygın olan ''Oran Analizleri'dir. Oran, finansal tablolarda bulunun iki kalem arasında ki ilişkinin matematiksel açıdan ifadesi şeklinde tanımlanabilir. Oran Analizlerinin asıl amacı ise, işletmelerinin finansal açıdan durumlarını ve faaliyet sonuçlarını geçmiş dönemlerle karşılaştırarak değerlendirmelerde bulunmak ve gelecek dönemlerle ilgili tahminlerde bulunabilmek amacıyla gerçekleştirilmektedir (http://www.baskent.edu.tr/~ferhan/MaliTablolar/Mali%20Analiz%20Teknikleri.pdf, Erişim Tarihi: 27.04.2019).

Bu çalışmada; Borsa İstanbul'da işlem gören konaklama işletmelerinin internet siteleri ile finansal performansları arasında ki ilişkinin dönemsel tespitini belirleyebilmek amacıyla performans göstergeleri yani kullanılan oran hesaplama açıklamaları ise Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Performans Göstergeleri (Oran Hesaplamaları)

ORANLAR HESAPLAMA AÇIKLAMALARI
Borç/Özsermaye Oranı = Kısa ve Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar / Öz Kaynaklar
Borç Oranı (Kaldıraç oranı)=Toplam Borç/Toplam Varlıklar
Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı=Kısa Vadeli Borçlar/Toplam Borçlar
Öz Sermaye Çarpanı Oranı=Toplam Varlıklar/Öz Sermaye
Uzun Vadeli Borç/Toplam Varlık Oranı=Uzun Vadeli Borçlar/Toplam Varlıklar

Kaynak: Ilgaz, B. ‘‘Oran Analizleri’’, www.bilgaz.net, https://www.academia.edu/26025403/Oran_Analizleri_SM_Bar%C4%B1%C5%9F_ILGAZ_www.bilgaz.net_-1, Erişim tarihi: 28.04.2019.

2.3. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Konaklama İşletmeleri, sahip oldukları ya da olacakları web siteleri aracılığıyla, potansiyel tüketicilerinin ya da müşterilerinin sorularını ve isteklerini karşılayarak, oluşan doğrudan rezervasyon taleplerini en uygun, en hızlı ve en güvenilir şekilde yerine getirebilmekte, bununla beraber pazar içerisinde diğer rakipleriyle rekabet edebilme avantajlarını ve şanslarını elde ederek, finansal performansları olumlu yönde arttırabileceği düşünülmektedir. Bu sebeple bu çalışma gerçekleştirilmiş olup, bu çalışmanın amacı; internet sitelerinin, kullanıcıların isteklerine ve alışkanlıklarına yönelik oluşturulması, ürün satışlarının ve ticari değerini arttırmak için önemli bir araç olabilir düşüncesiyle, bu çalışmada Borsa İstanbul’da işlem gören konaklama işletmelerinin internet sitelerinin içerik analizi ile işletmelerin finansal performans göstergeleri arasında ne yönde bir ilişki olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunu gerçekleştirebilmek amacıyla da Borsa İstanbul’da işlem gören, 10 adet konaklama işletmesinin web siteleri incelenmiş olup, bu otellerin web sitelerinde içerik analizleri gerçekleştirilmiştir. İçerik analizleri sonucunda kullanıcı 1, kullanıcı 2 ve ortalama değerler hesaplanmıştır. Konaklama işletmelerinin web siteleri içerik analizi ile performans göstergeleri arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek amacıyla, otellerin 2016 yılı verileri 5 farklı ölçekle test edilmiştir. Buna göre konaklama işletmelerinin internet sitesi içerik analizi için ölçekten alınan puanlar ile işletmenin ilgili dönemdeki finansal performans göstergeleri karşılaştırılmıştır.

Araştırma için tablo 1 de yer alan gruplara, içerik analizi için maddeler oluşturularak Konaklama İşletmesi Web sitesi İçerik Analiz Ölçeği (KİWSİA) ölçeği hazırlanmıştır. Ölçek ile yapılan puanlamaların iç tutarlığını tahmin etmek için Cronbach’s Alpha Katsayısı hesaplanmıştır. Alpha katsayısı α=0.94 bulunmuştur.

Puanlayıcılar arasındaki tutarlılığın incelenmesinde ise sınıf-içi korelasyon katsayısı (intra-class correlation coefficient) kullanılmıştır. Katsayının hesaplanmasında iki-yönlü karışık desenler için mutlak uyum (two-way mixed model with absolute agreement) yöntemi kullanılmıştır. Sınıf-içi korelasyon katsayısı ICC=0.95 bulunmuştur. İç tutarlılık ve puanlayıcılar arası tutarlılık katsayıları ölçekten elde edilen puanların yüksek düzeyde güvenirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Ölçek Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Konaklama İşletmesi Web sitesi İçerik Analiz Ölçeği (KİWSİA)

Grup	Analiz maddesi
Odalarla İlgili Yazılar	Odalarla İlgili Yazılar
	Odalarla İlgili Fotoğraflar
	Odalarla İlgili ve Videolar
	Sanal Tur
Yiyecek içecek alanları tanıtım	Yiyecek içecek alanları tanıtım
	Eğlence hizmetleri veya alanları tanıtımı
	SPA hizmetleri veya alanları tanıtımı
	Toplantı hizmetleri veya alanları (kongre, balo, düğün vs) tanıtımı
Ulaşım imkanları	Konum bilgisi
	Araç Kir. Bağlantıları
Çevre ile ilgili yazılar	Çevre ile ilgili yazılar
	Çevre ile ilgili fotoğraflar
	Hava durumu raporu
	Çevre ile ilgili videolar
Rezervasyon Bilgisi	Mevcut Doluluk Bilgisi
	Rezervasyon Sistemi Çeşidi
	Rezervasyon Talebine Yanıt Verme Süresi
	Satış Politikaları (iptal edilen rezervasyonlar, para iadesi, vb.)
	Fiyat Çeşitliliğinin Mevcudiyeti
	Ürün konfigürasyon özelliklerinin mevcudiyeti
Kariyer Bilgisi ve Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları Politikaları	Alınan ödüller ve/veya başarı belgeleri
	Ortak işletmelere ulaşan köprü bağlantılar olması
	Ekonomik veriler
	Yönetici ve çalışanlar
	Misyon ve amacın açıkça belirtilmesi
	Ürün ve hizmetlerin kategorilendirilmesi
	İK Politikaları

	İş Başvurusu
Gizlilik, Koruma ve Güvenlik	Gizlilik Politikası
	Güvenli Kredi Kartı Sayfası
	Güvenlik Politikası
	Yangın - Deprem korunma ve müdahale bilgisi
İletişim Bilgileri	Adres
	E-mail Adresi
	Telefon Numarası
	İletişim Kurulacak Kişi
	Hotel Konum Haritası

Tablo 3. (Devamı)

Grup	**Analiz maddesi**
Müşterilerle İletişim	Sosyal medya
	Online Anket
	Kullanıcı Kaydı
	Bülten
	Sadakat Programı
	Sıkça Sorulan Sorular
	Müşteri Hizmetleri Yanıt Süresi
Site Çekiciliği	Net ve okunulabilir metin
	Düzenli sayfalar
	Metin ve arka plan uyumluluğu
	Arka planın etkin kullanılması
	Metin içeriğini destekleyen resimler
	Sitenin estetiğini geliştirmek için kullanılan farklı resim ve öğeler
	Sitenin görsel çekiciliğini artırmak için kullanılan renk uyumu
	Kaydırma sayfalarının uzunluğu

	Genel olarak sitenin çekiciliği
	Web sayfası alanının etkili kullanılması
	Web Sitesini Birden Fazla Dilde Görüntüleyebilme
	Arama İşlevi
	Web site bilgilerinin güvenilirliği (güncel/tam bilgi)
	Bağlantı Kontrolü (çalışmayan link)
	Ticari markanın belirgin şekilde gösterilmesi
Teknik net analizi	HTML Kontrolü (beş sayfa üzerindeki ortalama hata sayısı)
	Yükleme Süresi
	Alexa page rank (site değeri puanı)
	Cihaz uyumluluğu
	Yatırımcı bilgilendirme

2.4. Araştırmanın Bulguları

Tablo 4'de ölçek ile yapılan içerik analizi sonucu elde edilen puanlar ile işletmelerin KAP'dan alınan verileri ile oluşturulan finansal oranlarının karşılaştırılması yapılarak puan ve oran değerlerine göre renk skalası yapılmış ve benzerlikler incelenmiştir.

Genel toplam puanlar incelendiğinde benzerlik görülemeyen sonuçlarda, grup puanları incelendiğinde Yiyecek İçecek Alanları Tanıtım Grubu Puanı ile Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı arasında %80'in üzerinde benzerlik görüldüğü tespit edilerek Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 4. KİWSİA Ölçeği grup puanları ile finansal oranların renk skalasına göre dağılımları

	Odalarla ilgili Yazılar	Yiyecek içecek alanları tanıtım	Ulaşım imkanları	Çevre ile ilgili yazılar	Rezervasyon Bilgisi	Kariyer Bilgisi ve Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları Politikaları	Gizlilik, Koruma ve Güvenlik	İletişim Bilgileri	Müşterilerle İletişim	Site Çekiciliği	Teknik net analizi		Borç Oranı	Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı	Öz Sermaye Çarpanı Oranı	Uzun Vadeli Borç/Toplam Varlık Oranı	Borç/Öz Sermaye Oranı
MAALT	2	2,625	2	1,835	4,665	5	3	4,5	2	18	11		3,03	84,12	103,12	0,48	0,5
AYCES	2	3	1,5	1,5	4,665	5	1,5	4,5	4	18	11		19,18	34,81	123,74	12,51	15,47
AVTUR	2	1,375	0,165	0	2,67	1	0	2,5	1	15	10		20,53	71,32	125,83	5,89	7,41
KSTUR	2	1,5	0,165	1,5	2,67	2,5	0	3,5	2,5	17,5	11		14,93	95,35	117,55	0,69	0,82
MARTI	2	3	0,625	1,665	4,665	3,335	1	4	1	19	11		65,79	36,78	292,3	41,59	121,56
MERIT	1,835	2	1	3	4,665	7	3,5	4	2	20	11		12,66	93,97	114,5	0,76	0,87
METUR	1,67	2,875	0,665	0	1	1	0	1,5	0	10	9		40,3	27,88	167,51	29,06	48,68
PKENT	2	1,5	0	0	5,165	2,5	1	4	1,5	17,5	10		69,56	97,27	328,54	1,9	6,24
TEKTU	2	2,25	0	2	4,665	2,5	3	4	1	19,5	11		41,14	39,59	169,91	24,86	42,23
UTPYA	2	2,75	1	0	2,67	1	0	4	1	20	10		56,94	41,45	232,21	33,33	77,41

Tablo 5. Yiyecek İçecek Alanları Tanıtım Grubu Puanı ile Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı renk skalasına göre dağılımları

	Yiyecek içecek alanları tanıtım		Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı
MAALT – MARMARİS ALTINYUNUS - Divan	2,625		84,12
AYCES – ALTIN YUNUS ÇEŞME	3		34,81
AVTUR – AVRASYA PETROL TUR.-Miranda Garden	1,375		71,32
KSTUR – KUŞTUR KUŞADASI TURİZM -Kuştur Club	1,5		95,35
MARTI – MARTI OTEL - Martı Hotels&Marinas	3		36,78
MERIT – MERİT TURİZM - Merit Halki Palace	2		93,97
METUR-METEMTUR OTELCİLİK-FUGA TATİL KÖYÜ	2,875		27,88
PKENT – PETROKENT TURİZM - petroclub-Von Club Abant	1,5		97,27
TEKTU – TEK-ART İNŞAAT - CLUB ZİGANA ANTALYA	2,25		39,59
UTPYA – UTOPYA TURİZM - UTOPIA WORLD	2,75		41,45

Sonuç

Konaklama işletmelerinin internet sitelerinde yer alan yiyecek içecek alanları tanıtımının içerik analizi puanları, ilgili işletmelerin Kısa Vadeli Borçların ağırlığı oranı finansal göstergesi ile benzerlik göstermektedir.

Yiyecek içecek alanları konaklama işletmelerinde Mutfak (hazırlık), Büfe (sunum) ve Restoran (tüketim) kısımlarını içeren geniş bir yer kaplamaktadır. Tüketiciler odalar haricinde en çok vaktini bu tüketim alanlarında geçirmektedir. Bu sebeple İnternet sayfalarında bu alanlar odalar kadar fazla incelenmekte olup, bu bilgiler ile işletme hakkında fikir sahibi olunmasını sağlamaktadır. Bu sonuçlara göre işletmelerin web siteleri hazırlanırken aşağıdaki hususlara daha fazla dikkat etmeleri önerilebilir.

Konaklama işletmelerinin internet sitelerinde genel olarak görsel dizaynı kabul edilebilir seviyede tutmanın yanı sıra sunulan hizmetlere ait görseller ve açıklamalara daha fazla yer verilmelidir.

Bilgilerin güncel olması ve internet sitesinin açılış ve kullanış hızının yüksek olması tüketiciye doğru bilginin hızla aktarılmasını sağlayacaktır.

Görsel materyal seçiminde dosya büyüklüğünün genel büyüklükler ve ekran uyumluluğuna dikkat edilerek seçilmesi ya da optimize edilmesi kullanıcının verilen mesajı daha net ve hızlı görmesini sağlayacaktır.

Kaynakça

Akal, Z., (2002). "İşletmelerde Performans Ölçme ve Denetimi", MPM Yayınları, No: 473, Ankara.

Akar, E., (2006). Pazarlamanın Yeni Silahı Blogla Pazarlama, Tiem Yayınları, İstanbul.

Akgüç, Ö. (2013). Mali Tablolar Analizi. Arayış Basın ve Yayıncılık, İstanbul.

Akıncılar, A. ve Dağdeviren, M., (2014). "A Hybrid Multi- Criteria Decision Making Model to Evaluate Hotel Websites", International Journal of Hospitality Management, (36), s.s. 263-271.

Akkan, E. ve Bozyiğit, S. (2012). ''Turizm Pazarlamasında Web Sitelerinin Önemi: KKTC'deki Konaklama İşletmeleri Üzerinde Bir Araştırma'', Çağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 1.Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı (20- 22 Nisan 2012), Çağ Üniversitesi Yayınları No: 19, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları No: 6, s.s. 378- 397, Çukurova Ofset Matbaacılık, Adana

Asmadili, M. ve Yüksek, G. (2018). Konaklama İşletmelerinin Web Sayfa Tasarımlarının Pazarlama Uygulamaları Açısından İncelenmesi: Eskişehir Örneği, Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, s.s.15- 26.

Ateş, U. ve Boz, M. (2015). ''Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Çanakkale Örneği', JEBPIR (Journal of Economics, Business, Politics, and Internatinal Relations) Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi, 1 (1), s.s. 63-84.

Bayram, M. ve Yaylı, A., (2009). "Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, (8), Sayı 27, s.s. 347- 379.

Ceylan, A. ve Korkmaz T. (2010). İşletmelerde Finansal Yönetim. Ekin Yayınevi, Bursa.

Chung, T. ve Law, R. (2003). ''Developing a Performance Indicator for Hotel Websites'', Hospitality Management, (22), s.s.119–125.

Çiçek, H., Demirel, M., Onat, O. K. (2010). "İşletmelerin Web Sitelerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma: Burdur İli Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 2, s.s. 187-206.

Çubukçu, İ. M., (2010). "Konaklama İşletmeleri Web Site İçeriklerinin Değerlendirilmesi", İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, (1), s.s. 39- 59.

Dalgın, T. ve Karadağ, L., (2013). "Restoran İşletmeleri Web Sitelerinin İçerik Analizi: Marmaris-Bodrum Örneği", Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Güz 2013, Cilt:13, Yıl:13, Sayı:2, s. 133-150.

Ecer, F. ve Günay, F., (2014). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Ölçülmesi. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 25(1), 35-48.

Ecer, F., Ulutagay, G. ve Nasiboglu, E. (2011). Does Foreign Ownership Affect Financial Performance? An Industrial Approach, Middle Eastern Finance and Economics, 14: 152-166

Erdem, B. ve Kabakçı, E., (2004). "Otel İşletmelerinde İnternet Üzerinden İşe Alım (E-İşe Alım) Üzerine Ampirik Bir Araştırma", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F, 25 – 26 Kasım, Eskişehir, s.s. 119 – 131.

Hamill, J. ve Gregory, K., (1997). "Internet Marketing in the Internationalisation of UK SMEs", Journal of Marketing Management, 13(1-3), s.s. 9-28.

Ho, C. I., ve Lee, Y. L., (2007). "The Development of an E-Travel Service Quality Scale", Tourism Management, 28 (2007), s.s. 1434-1449.

http://www.baskent.edu.tr/~ferhan/MaliTablolar/Mali%20Analiz%20Teknikleri.pdf, Erişim Tarihi: 27.04.2019

Ilgaz, B. ''Oran Analizleri'', www.bilgaz.net, https://www.academia.edu/26025403/Oran_Analizleri_SM_Bar%C4%B1%C5%9F_ILGAZ_www.bilgaz.net_-1, Erişim tarihi: 28.04.2019.

Jeong, M., Oh. H. ve Gregoire, M., (2003). "Conceptualizing Web Site Quality and Its Consequences in the Lodging Industry", Hospitality Management, (22), s.s. 161 – 175.

Karamustafa, K. ve Öz, M. (2010). ''Türkiye'de Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinde Yer Verilen Faktörlerin Başarımı'', Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(2), 189-218.

Karasoy, H., (2000). "Veri Zarflama Analizi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, FBE, İstanbul.

Koçak, A. Ve Arun, Ö. (2006). ''İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu'', Journal of Selcuk Communication (Selçuk İletişim), Cilt: 4, Sayı: 3, s.s. 21- 28.

Kozak, N. (2006). Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara.

Middleton, V. T. C. ve Clarke, J. (2008). Marketing in Travel and Tourism, 3rd Edition, Great Britain: Elsivier.

Musante, M.D., Bojanic, D.C. ve Zhang, J., (2009). ''An Evaluation of Hotel Website Attribute Utilization and Effectiveness by Hotel Class'', Journal of Vacation Marketing, (15), 203-215.

Örs, T., Takıl, D., ve Altın, M., (2015). "Borsa İstanbul teknoloji endeksinde faaliyet gösteren işletmelerin finansal performanslarının değerlendirilmesi", Journal of Accounting, Finance and Auditing, Sayı: 1/1, s. 62-81.

Özdemir, M. (2010). ''Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Araştırma'', Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 1, s.s. 323-343.

Pfaffenberg, C. ve Burnett, J. (2007). ''Users of Hotel Website Reservation Systems: A Demographic Profile, The Consortium Journal, 11(2), s.s. 51- 60.

Rong, J., Gang, L. ve Law, R., (2009). ‘’A Contrast Analysis of Online Hotel Web Service Purchasers and Browsers’’, International Journal of Hospitality Management, (28), 466–478.

Rosen, D.E ve Purinton, E., (2004). ‘‘Website Design: Viewing The Web as a Cognitive Landscape”, Journal of Busines Research. 57 (7), s.s. 787 – 794.

Saraç, M. (2012). Finansal Yönetim. Sakarya Yayıncılık, Sakarya.

Sarı, Y., Kozak, M. (2004). “Yabancı Turistlerin İnterneti Kullanma Eğilimleri” Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 2, ss. 169-183.

Sarı, Y., Kozak, M., Duman, T. (2006). “A Historical Development of “IT” in Tourism Marketing” Progress in Tourism Marketing, Editör: Metin Kozak, Luise Andreu, Progress in Tourism Marketing, Elsevier, Advances in Tourism Research Series.

Schmidt, S., Cantallops, A.S. ve Santos, C.P., (2008). ‘‘The Characteristics Of Hotel Websites and Their Implications for Website Effectiveness’’, International Journal of Hospitality Management, (27), 504–516.

Silverman, D. (2001). Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text and Interaction. London: SAGE Publication.

Wang, Y. ve Qualls, W., (2007). “Towards a Theoretical Model of Technology Adoption in Hospitality Organizations”, Hospitality Management, 26, s.s. 560 – 573.

Zafiropoulos C. ve Vrana, V. (2006). ‘‘A Framework for The Evaluation of Hotel Websites: The Case of Greece’’, Information Technology and Tourism, (8), s.s. 239- 254.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Daha Az Atık Prensibi ile Giysi Üretiminin Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Önemi

Full Text / Tam Metin

Elif Kurtuldu[1]

Özet

Sanayileşme, teknoloji ve hızlı moda kavramı ile birlikte artan tekstil üretim sürecinde ve tüketim sonrasında pek çok atık ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik kapsamında bu atıkların imha edilmesi ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır. Bazı çalışmalar; tüketici öncesinde yani üretimde oluşan atığın azaltılması yönündedir. Bir giysi oluşturmada günümüzde en fazla kullanılan teknik; dikiş ile kumaş parçalarının birleştirilmesidir. En büyük tekstil atığı da bu üretim bandında oluşmaktadır. Güncel pastal serim programlarında bile bu atık ortalama %15 civarındadır ve dünya tekstil endüstrisinde tekstil atıklarının sadece %15'i geri dönüştürülebilmekte, kalan %85'lik kısmı çöplüklere gönderilmektedir. Giysilerin sadece pastal aşamasında değil, parçaların birleştirilmesi esnasında, prototipte, dikiş sonrası giysinin temizlenerek tüketiciye sunulmaya hazır hale getirilmesinde pek çok lif, iplik ve kumaş parçası atık haline gelmektedir. Sürdürülebilirlik kapsamında 'daha az hammadde atığı' ile giysi üretmek mümkündür. Bu kapsamda çalışmada; daha az atık kavramına uygun şekilde tasarlanıp üretilen giysi örnekleri verilmiştir. Tüp dokuma tekniği, yuvarlak örme, keçeleştirme gibi teknikler ile kullanılan liflerin özelliklerine bağlı uygulanan bitim işlemleri ile giysilerde farklı formların daha az atık ile oluşturulabildiği görülmüştür. Bu üretim yöntemlerinin yaygınlaşması ile sürdürülebilir tasarım kavramının benimsenmesi hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler— *Sürdürülebilirlik, Atık Yönetimi, Giysi Tasarımı*

The Importance of Garment Design with Less Waste Principle for a Sustainable Future

Abstract

During the textile production that increased with the industrialization, technology, and concept of fast fashion and after the consumption plenty of wastes are emerging. Within the scope of sustainability, studies are carried out for the destruction of these wastes. Some studies aim at reducing waste in pre-consumer in other words in production stages. At the present time, the most commonly used technique in creating a garment is stitching. The largest textile waste is also come to exist in this production line. This waste is an average of 15% in current garment spreading programmes and only 15% of textile waste can recycle in the world textile industry, 85% sent to the dumps. Many fibers, yarns, and fabric pieces are becoming waste not only during the garment spreading process but also during the assembly of parts, in the prototype, after sewing of garments in making them ready to be presented the consumer. It is possible to produce garments with 'less raw material waste'. In this study, the garment samples that designed and produced in accordance with the concept of less waste have given. It has been seen that different forms in the garments can be formed with less waste by using different techniques such as tubular weaving, circular knitting, and felting. With the expansion of these production methods, it is aimed to adopt sustainable design concept.

Keywords— *Sustainability, Waste Management, Garment Design*

JEL Classification Codes: *L67, Q53, Q56*

[1] Araştırma Görevlisi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, İzmir, Türkiye, deu.elifkurtuldu@gmail.com

1. GİRİŞ

Çalışmanın amacı, Sürdürülebilir Kalkınma Modeli doğrultusunda tekstil atıklarının değerlendirilmesi kapsamında üretimde oluşan atıkların en aza indirilmesi amacıyla yapılan ve yapılabilecek çalışmaları aktarmak, gelecek için bu tür çalışmaların yaygınlaşmasını sağlayabilmektir. Tüketim öncesinde, üretim yöntemlerinde sürdürülebilir yaklaşımların benimsenmesi atığın dönüşümünden önce atığın oluşmaması açısından önem taşımaktadır. Tekstilde en fazla lif, iplik ve kumaş atığının ortaya çıktığı hazır giyim endüstrisindeki atığın en aza indirilmesi/ yok edilmesi çalışmalarının tasarım ve estetik değerler doğrultusunda yapılması da sürdürülebilirlik kavramının toplum tarafından benimsenmesinde önemli rol oynamaktadır.

1930'larda tekstilde yer edinen yapay liflerin, doğal liflere göre doğada daha geç çözünmesi/çözünmemesi, üretimde kimyasal boyarmaddelerin kullanılması ve bu süreçlerde oluşan atıkların dönüştürülemeden çöplüklere gönderilmesi, fazla su-enerji tüketimi gibi pek çok sorun beraberinde hava, su, toprak, bitkiler ve canlılar açısından bir tahribata dönüşmüş, sağlık problemleri oluşmuştur. Özellikle 1970 yılında üretimin otomasyonu olarak adlandırılan Endüstri 3.0 ile ortaya çıkan 'hızlı moda' kültürü beraberinde tüketici öncesi ve tüketici sonrasında pek çok atığın oluşmasına sebep olmuştur. Bu doğrultuda, kötüleşen çevre koşulları için birtakım farkındalıklar beraberinde pek çok çalışmayı getirmiştir. Bu çalışmalardan en önemlisi Dünya Çevre Komisyonu (*World Commision of Environment and Development)* olarak bilinen Brundtland Raporu ile 'ilk sürdürülebilir kalkınma hareketi'nin gerçekleştirilmesidir (United Nations, 1987; Vadicherla ve Saravanan, 2014). Bir diğer önemli çalışma ise 1972'de yapılan Stockholm'de gerçekleşen Birleşmiş Milletler Çevre Konferansı'dır. Bu konferans ile de ilk 'sürdürülebilirlik kavramı' ortaya çıkmıştır. Stockholm konferansı ve Brundtland Raporu ile ekolojik sorunlar üzerinde bir farkındalık oluşmuş, iklim krizine yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda tüm endüstriyel üretim alanları birer tehdit olarak değerlendirilmiştir.

Bu doğrultuda, dünyanın ikinci üretim sanayisini oluşturan tekstil üretimi de çevre tahribatı yaratma konusunda üretim ve tüketim açısından yeniden planlanması ve kısıtlamaların getirilmesi gereken bir alan olmuştur. Mevcut üretim sistemlerinin kullanılan malzeme ve teknoloji açısından sürdürülebilir olması adına pek çok standart getirilmiştir. Tekstil sanayisinin 'Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi'nde üzerinde durulması gereken en önemli konu da oluşan atıkların geri kazanılması, azaltılması ve yok edilmesi olmuştur. Atık yönetimi denildiğinde üretimdeki su, petrol, toprak kirliliği, toksik kimyasalların yok oluşu, karbondioksit'in yanında hammaddenin tüm üretim proseslerini yani; işlenme biçimini, kullanıcı kullanım sürecindeki etkilerini ve yokoluşuna kadar tüm süreçten bahsedilmektedir. Sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir tasarım kapsamında tekstil atıkları oluşum alanlarına göre tüketici öncesi (pre-consumer) ve tüketici sonrası (post-consumer) oluşan atıklar şeklinde ayrılarak değerlendirilmişlerdir (Caulfield, 2009), (akt. Ahmad vd. 2016:526). Bu çalışmada da, tüketici öncesi yani üretim süresinde oluşan tekstil atıklarının giysi üretim proseslerinde azaltılabilmesi hatta giysilerin atıksız şekilde üretilebilmeleri üzerine bir inceleme gerçekleştirilmiştir.

1.1. Tüketici Öncesi Oluşan Tekstil Atıklarının Yönetilmesi

6R prensibi ile kullanıcı sonrası tekstillerin geri kazanımı sağlanabilmektedir ancak üretici ve tasarımcı olarak üretim aşamasında özellikle hazır giyim endüstrisinde nelerin yapıldığı, yeterli olup olmadığı ve yeni neler yapılabileceği üzerinde durulması gereken bir problemdir. Çünkü üretim alanında kumaş artığı olarak da çok büyük miktarlarda atık oluşmakta ve yeterince geri kazanımı sağlanamamaktadır. Tüketici öncesi atıklar üretim esnasında ortaya çıkan lif, iplik, kumaş parçaları ve giysileri kapsamaktadır. Tüketici öncesi atık olarak değerlendirilen giysiler, üretim bandında

özellikle prototip olarak ortaya çıkan ancak tüketiciye sunulmayan giysilerdir. Bu giysiler, üreticilerde belirli süreler ile saklanır sonrasında ise tüketici sonrasında olduğu gibi geri dönüşüm tesislerine yada büyük çöplüklere gönderilirler. Kumaş parçaları ise özellikle daha fazla giysi detayı olan farklı giysi kalıplarının kumaş yüzeyine yerleştirilmesi ardından kesilmesi sonucu ortaya çıkan parçalardan ve giysinin birleştirilmesi esnasında, dikişten ya da overlok gibi temizlemelerden arta kalan parçalardan oluşmaktadır. Ayrıca pek çok üreticide top sonu olarak adlandırılan parça kumaşlar da bu atıklar kapsamına dahil edilmektedir.

2. Sıfır Atık/ Daha Az Atık Prensibi ile Giysi Üretimi

Giysiler üretim aşamasında oluşturduğu atıklara göre sıfır atık, az atık ve çok atık oluşturan giysiler olarak ayrılırlar. Giysilerin giysi kalıbına ve üretim yöntemine bağlı olarak az dikiş ile, veya dikişsiz bir biçimde üretilebiliyor olmaları da sürdürülebilirlik açısından sıfır atık veya az atık oluşturmaları kapsamında katkı sağlayan bir üretim biçimidir. Farklı üretim yöntemleri, giysinin estetik ve biçimsel özelliklerine katkı sağladığı gibi sürdürülebilir tasarımda atık oluşturma açısından da katkı sağlayabilmektedir. Bu doğrultuda giysi tasarımında ve giysi üretiminde sıfır atık/az atık prensibi ile farklı üretim yöntemleri geliştirilmiştir (Tablo 1).

Giysi Oluşum Yöntemi	Dikişsiz Olma Özelliği	Atıksız Olma Özelliği	Üretim Yöntemi
Keçeleştirme (Nuno keçe, tepme keçe yöntemleri)	Evet	Evet	Lif (+kumaş konstrüksiyonu) (+dikiş) = GİYSİ
Örme (Atkı örmeciliği, çözgülü örme)	Evet	Evet	İplik + Örme (+dikiş) = GİYSİ
Tüp dokuma, Torba yapılı dokuma	Evet	Evet	İplik + Dokuma (+dikiş) = GİYSİ
Tapestry ve benzeri uygulamalar	Evet	Evet	İplik + Dokuma (+konstrüksiyon) =GİYSİ
Sprey kumaşlar	Evet	Evet	Polimer = GİYSİ
Üç boyutlu yazıcı ile üretilen kumaşlar	Evet	Evet	Polimer = GİYSİ
Doğrudan atıksız/dikişsiz tasarlanan (kendin yap) özellikli giysiler	Evet	Evet	KUMAŞ = GİYSİ KUMAŞ + KESME = GİYSİ KUMAŞ + DİKİŞ = GİYSİ

Tablo 1: Sürdürülebilir Giysi Üretim Yöntemlerinin Sınıflandırılması.
Kaynak: Elif Kurtuldu, 2019.

Bu örneklere bakıldığında geleneksel bazı üretim yöntemlerinin aslında sürdürülebilir olduğunu söylemek mümkündür. Keçeleştirme örme dokuma tapestry gibi. Öte yandan 21. yüzyıl malzeme biliminin ve teknolojinin imkânları ile de sürdürülebilir giysi üretimi yöntemleri bulunmuştur. Sprey kumaşlar üç boyutlu yazıcılar gibi. Giysinin atıksız/ az atık prensibiyle üretilmesi ile dikişsiz üretilmesi arasında oldukça yakın bir ilişki vardır. Çünkü giysi ne kadar fazla dikiş gerektirirse o kadar kumaş atığı oluşma ihtimali de yüksektir. Bu nedenle bu çalışma kapsamında giysiler dikişsiz olma özelliklerinin de sıfır atık/az atık prensibine katkısı açısından değerlendirilmiştir.

2.1.1. Geleneksel Üretim Yöntemlerinde Az Atık Prensibi ile Giysi Üretimi

İlk olarak 'Sürdürülebilirlik Kavramı' ile doğmamış ancak 'Sürdürülebilirlik' kapsamında atık açısından önemli giysi oluşturma tekniklerinden bahsedilmiştir. Keçeleştirme tekniği, tekstil tarihinin bilinen en eski kumaş ve giysi oluşturma tekniğidir. Tepme keçe olarak adlandırılan keçeleştirme yöntemi ile hiç kumaş artığı olmadan giysi üretmek mümkündür. %100 doğal yünden yapılması, doğal boyama yöntemleri ile renklendirilmesi ve doğada bozunabilme özelliği ile oldukça çevreci bir giysi oluşturma yöntemidir (Resim 1-a). Nuno keçe tekniği ise, %100 doğal yün ile birlikte ipek, keten gibi kumaşların keçeleştirilerek birbirine kaynaşmasıyla oluşmaktadır. Bu teknik ile beden üzerinde form çalışmaları gerçekleştirilerek dikişsiz bir biçimde giysi oluşturmak da mümkündür (Resim 1-b, 1-c).



Resim 1: Keçeleştirme tekniği ile oluşan atıksız giysi örnekleri.
(a) Andrea Zittel, 2013, Kaynak: http://www.ecofashiontalk.com/2013/05/andrea-zittel/ 21.03.2019.
(b) Sedef Acar, 2010, Kaynak: Sedef Acar, 2019.
(c) Nelly Kouzmina, 2014 https://northeastfeltmakersguild.org/works/peaches-and-roses-nuno-felt-dress/ 20.03.2019.

Giysiler, atıksız/ az atık prensibi ile dikişsiz bir şekilde, dokuma kumaş üretimi esnasında da tüp dokuma veya torba yapılı dokuma tekniği ile de üretilebilmektedirler. İlk olarak, 2000'lerin sonundan itibaren Wang, Ng, Hu ve Seto tarafından ilk kez sürdürülebilir, atıksız, tüp dokuma ve dikişsiz kavramları bir arada incelenerek giysiler oluşturulmuştur (Resim 2). Sonrasında bu teknik ile dikişsiz, az dikişli giysi çalışmalarına odaklanılmış olsa da, bu çalışmalarda sürdürülebilir, atıksız, az atık gibi kavramlar öncelik arz etmemiş, giysi formları, malzeme ve teknik üzerinde durulmuştur.



Resim 2: Tüp dokuma ve torba yapı tekniği ile oluşan atıksız giysi örnekleri, 2009.
Kaynak: Wang, X., Ng, F. M. C., Hu, J. & Seto, Y.-C., 2019.

Geleneksel bir dokuma tekniği olan Tapestry ise zaman içerisinde giyilebilir sanat kapsamında giysilerde de kullanılan bir teknik haline gelmiştir. Beden formu üzerinde ipliklerin yatay ve dikey yönde bağlantılar yaparak dokunması ile de yapılabilen bu teknik, genellikle ahşap bir tezgah üzerinde gergin duran ipliklerin arasından giysi formuna uygun biçimde geçirilen yatay atkı iplikleri ile kumaşa dönüşmekte ve atıksız, hatta bazen atıksız ve dikişsiz giysi oluşmaktadır. Tapestry tekniği giyilebilir sanat kapsamında atıksız ve dikişsiz giysi oluşturma tekniği kapsamında değerlendirilebilemektedir (Resim 3-a, 3-b).



Resim 3: Tapestry tekniği ile oluşan atıksız giysi örnekleri.
(a), (b) Başak Cankeş &Fırat Neziroğlu 2016, Kaynak: http://www.bashaques.com/ 22.03.2019.

Klasik örme tekniği de aslında atıksız sürdürülebilir bir giysi oluşturma biçimidir. Öyle ki el işçiliğinin günümüzde yeniden değer kazanması ile birlikte pek çok marka ve tasarımcı el örgüsü koleksiyonlar çıkartmaya başlamıştır. Çözgü örmeciliği ise, daha çok spor giyim ürünlerinde kullanılan bir tekniktir. Bedene oturan, dikiş gerektirmeyen giysi oluşturma tekniğinde de az atık/ sıfır atıktan bahsetmek mümkündür. Örme teknikleri ile atıksız giysi üretimi, günümüz en yaygın üretim biçimidir. Tasarımcılar, sanatçılar veya giyim markaları tarafından üretilen pek çok atıksız ve dikişsiz giysi örnekleri gözlemlemek mümkündür (Resim 4-a, 4-b, 4-c).



Resim 3: Örme teknikleri ile atıksız giysi örnekleri.
(a) Andrea Zittel, 2013, http://www.ecofashiontalk.com/2013/05/andrea-zittel/ 21.03.2019.
(b) Pauline van Dongen, 2013, https://www.textiellab.nl/en/page/technique-knitting 21.03.2019.
(c) Nike, 2013, https://news.nike.com/news/nike-pro-elite-knit-seamless-breathable-and-lightweight 20.03.2019.

2.1.2. Modern Üretim Yöntemlerinde Az Atık Prensibi ile Giysi Üretimi

21. yüzyıl teknolojisi ile birlikte giysi üretim yöntemlerinin hızlanması, kullanıcı odaklı 'kendin yap' ürünlerin ortaya çıkmasına bir örnek olarak sprey içerisine sıkıştırılmış liflerin bedene püskürtülmesi ve kısa süre içerisinde kuruyup giysiye dönüşmesi ile oluşan sprey giysiler; atıksız ve dikişsiz giysi oluşturma yöntemlerindendir (Resim 5). Nano teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkan bu sprey kumaşlar, hızlı tüketim- kullan at küültürüne ait bir gelişme olarak görülse de, acil ihtiyaç durumunda bir çözüm olarak geliştirilmiştir, özellikle geri dönüştürülebilir yada biyobozunur malzemelerden üretildiğinde ise daha çevreci bir yaklaşım sergilemektedir.



Fotoğraf 4: Sprey ile oluşan dikişsiz atıksız giysi örneği.
Kaynak: https://www.wired.com/2010/09/spray-on-fabric/ 10.04.2019.

Üç boyutlu yazıcıların pek çok alanda hayatımıza girdiği şu günlerde tekstil ve moda tasarımında da uygulamalarına rastlamak mümkündür. Bu şekilde üretilen giysiler de atıksız ve dikişsiz bir biçimde üretilerek sürdürülebilir tasarım örneği olmaktadır. Örnekte bilgisayar aracılığı ile indirilerek üç boyutlu yazıcıyla üretilen ve dikişsiz bir biçimde birleştirilen giysi örnekleri bulunmaktadır. Çalışma, Do it Yourself 2.0 kapsamında indirilebilir sürdürülebilir dikişsiz giysiler olarak da adlandırılmaktadır (Resim 6). Tüketici, standart ölçüde bir kumaşa sahip olduktan sonra, dijital bir platform üzerinden istediği giysiye ait kesim planını indirerek, dikişsiz, atıksız giysisini kendi oluşturabilmektedir. 'Kendin yap' ürünler, tüketicinin de üretim sürecinde yer alması ile birlikte ürünü daha değerli kılmakta, bu nedenle

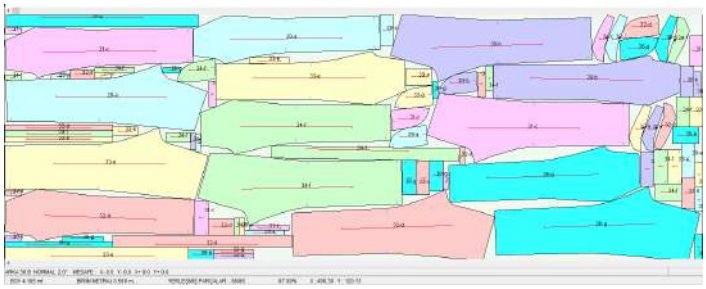
de aslında tüketicinin giysiye olan bağlılığını arttırarak raf ömrünü de uzatmakta, yavaş modaya katkı sağlamaktadır.



Resim 5: Martijn van Strien, DIY downloadable Collection, 2016.
Kaynak: https://inhabitat.com/ecouterre/post-couture-collective-downloadable-garments-for-the-diy-generation/ 12.04.2019.

2.2. Doğrudan Atıksız/ Dikişsiz Tasarlanan Giysilerin Tasarımı ve Üretimi

Bir giysi oluşturmada günümüzde en fazla kullanılan teknik dikiş ile kumaş parçalarının birleştirilmesidir. Giysilerin hazır giyim bantlarında birden fazla üretilmeleri eyleminde; giysi kalıpları uzun kumaşların üzerine yerleştirilerek kumaştan maksimum fayda- minimum maliyet ile üretilmeleri planlanmaktadır. Kalıpların bu şekilde kumaş üzerine yerleştirilmesine pastal serimi adı verilmektedir (Resim 7). Kalıplar, kumaşların üzerine, kumaş özelliklerine göre yerleştirilirler. Desenli, çizgili, kareli, kadife gibi kumaşlarda; giysinin dikildiğinde desenlerinin birbirini doğru tamamlayabilmesi amacıyla, kalıplar tek yönde yerleştirildiği için daha fazla pastal atığı ortaya çıkmaktadır.

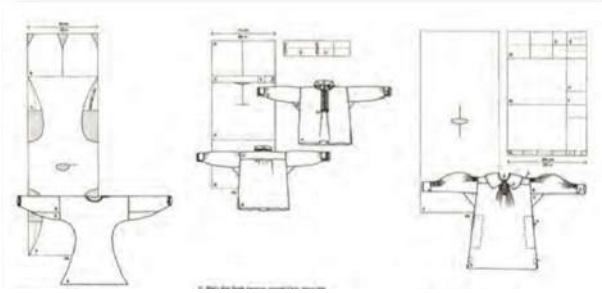


Resim 6: Seri üretimde pastal planı ile kumaş atığını aza indirme.
Kaynak: http://www.datatec.com.tr/wearcad-kalip-seri-pastal.html 24.04.2019.

Seri üretim hattında dijital pastal planları ile bu atık en aza indirilmeye çalışılsa da, sadece kalıpta değil, dikiş esnasında, dikiş sonrası giysinin temizlenmesi esnasında, prototip denemelerinde pek çok kumaş parçası atık haline gelmektedir. Her ne kadar günümüzde bu parçalar, endüstriyel keçe yapımında kullanılıyor olsa da, tamamının bu şekilde değerlendirildiğini söylemek mümkün değildir. Günümüz modern dijital kalıp programlarında bile, yetişkin dış giyiminde kumaş atığı yüzde 10 ile 20 arasında değişmektedir (Feyerabend 2017: 4). Hatta iç giyim, özel kumaşlardan giysi üretimlerine bu oran %30'lara kadar yükselmektedir.

2.3. Doğrudan Atıksız/ Dikişsiz Tasarlanan Giysilerde 'Kullanıcı Etkileşimi'

Ancak doğrudan 'Sürdürülebilirlik', 'Az Atık' ve 'Sıfır Atık' prensibi ile giysi üretme çabalarına bakıldığında bu noktada atıksız veya dikişsiz+atıksız giysiler, kullanıcı etkileşimli olarak tasarlanmaya üretilmeye başlanmış böylece endüstriyel anlamda hazır giyim prosesleri azaltılarak da çevreci bir üretim geçrekleştirilmesi hedeflenmiştir. İlk örnek; Deborah K. Burngham'ın 1973 yılında hazır giyim atığını engellemek amacı ile sıfır atık kapsamında 'Cut My Cote' adını verdiği 'kendin yap' özelliğine sahip bir giysidir. Kumaş kalıbı üzerindeki çizgilerden giysinin kesilmesi ardından dikiş ile birleştirilmesiyle atıksız giysiler oluşmaktadır (Resim 8).



Resim 7: Cut My Cote, atıksız giysi kalıbı örneği.
Kaynak: Deborah K. Burnham, Royal Ontario Museum, 1973.

Burngham'ın tasarımının ardından sıfır atık giysi örnekleri Issey Miyake tarafından A-poc adını verdiği koleksiyonu ile yeniden gündeme gelmiştir. Miyake, yuvarlak /tüp şeklinde üretilmiş hem dokuma hem örme kumaşların belirli noktalardan kesilmesi ile atıksız bir biçimde giysi hatta aksesuarlarının üretimini gerçekleştirmiştir (Resim 9).



Resim 8: 'A- Poc', atıksız giysi örneği, Issey Miyake, 1999.
Kaynak: http://mds.isseymiyake.com/mds/en/collection/ 20.04.2019.

Issey Miyake'nin ardından David Telfer de atıksız şekilde belirli noktalardan kesilen kumaşın dikilmesi ile sürdürülebilir giysiler üretmeyi başarmıştır. Kalıp kesme teknikleri konusunda sıfır atık, minimal dikiş kavramlarını birleştirerek çevreci giysiler üzerinde çalışan Telfer, gömlek, ceket, mont, pantolon gibi daha çok dış giyim ağırlıklı giysi koleksiyonları oluşturmaktadır. Resim 10'da görülen dış giyim çalışmasında kumaş üzerinde belirtilen noktalardan kesilerek sadece dört noktadan dikiş ile ürüne dönüşmektedir.



Resim 10: 'Tyvek', az dikişli atıksız giysi örneği, David Telfer, 2010.
Kaynak: https://www.davidwtelfer.co.uk/ 21.04.2019.

Sıfır atık giysi kalıpları üzerinde çalışan bir diğer tasarımcı Holly McQuillan'dır. McQuillan dikdörtgen giysi kalıpları üzerinde hiç atık kumaş oluşturmayacak şekilde tüm parçaları yerleştirerek, bu noktalardan kesilmesi ile giysileri birleştirir ve atıksız giysiler oluşturmaktadır. Bu giysiler düz kalıplar yerine, oldukça kıvrımlı parçalardan da oluşabilmektedir. Ancak üzerinde pek çok dikiş oluşturması sebebiyle sadece atıksız giysiler olarak değerlendirilebilir (Resim 11).



Resim 9: Sıfır atık giysi kalıbı ve giysi örnekleri, Holly McQuillan , 2016
https://hollymcquillan.com/design-practice/twinset-embedded-zero-waste/ 15.04.2019.

Anastasia Medvedeva Nash ise, dikdörtgen formdaki kumaş üzerinde, daha düz hatlardan oluşan, geometric giysi kalıbı parçalarını belirli noktalardan keserek dikmesi ile az dikişli/atıksız giysiler oluşturmaktadır. McQuillan'ın giysileri ile karşılaştırıldığında kalıplar daha yalındır. Ayrıca Nash, biyobozunur, ekolojik ve organic liflerden etik şekilde üretilen kumaşları kullanması ile de giysilerin pek çok açıdan sürdürülebilir olmasını da sağlamaktadır (Resim 12).



Resim 10: Anastasia Medvedeva Nash, 2017.
Kaynak: https://www.nastasianash.com/ 22.04.2019.

Tüm bu dikişsiz, az dikişli, atıksız veya az atıklı giysi üretimi konusunda ülkemizde de birtakım çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Akademisyen Yüksel Şahin de 'Kesim-siz' adını verdiği 10 parça giysiden oluşan koleksiyonunda, geleneksel kutnu kumaşları ve ikat dokumaları kullanması açısından geleneğin sürdürülebilirliğine katkıda bulunurken, uzun dikdörtgenler ve karelerden oluşan giysi parçalarında, kesim yapmadan, belirli noktalardan beden üzerinde yapılan el ve makine dikişleri ile modern atıksız ve kesimsiz özgün sürdürülebilir giysi örnekleri ortaya koymuştur (Şahin, 2018). Şahin, bu giysilerin, dikişlerden söküldüğünde başka şekilde kolaylıkla değerlendirilebileceği vurgulamaktadır. Böylece, kumaş ileri dönüşüm prensibi ile de sürdürülebilirliğe atıfta bulunmakta, yaşam döngüsü değerlendirmesine dahil olmaktadır. Tüm bu giysiler sürdürülebilirlik çatısı altında yer alan özgün bir yöntem olarak tanımlanabilmektedir (Resim 13).



Resim 11: 'Kesim-siz' Giysiler, Yüksel Şahin, 2018.
Kaynak: ŞAHİN, Y. (2018). 'Kesim-Siz' Giysiler Sergisi Kataloğu.

3. Doğrudan Atıksız/ Dikişsiz Tasarlanan Giysilerin Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Önemi

Endüstri Devrimi'nden bu yana giderek artan üretim, 1970'lerde 3. Sanayi Devrimi ile birlikte ortaya çıkan hızlı moda kültürü ile beraberinde tüketici öncesi ve tüketici sonrasında pek çok atığın oluşmasına sebep olmuştur. Bu doğrultuda, tüketici sonrası yeniden kullanım, geri dönüşüm, geri kazanım gibi pek çok çevreci prensip geliştirilmiş olsa da, tüketici öncesi oluşan atığın en aza indirilmesi ve atığın oluşumunun engellenmesi çalışmaları ile çevreye verilen zararın da daha az olduğu açıkça görülmektedir. Çünkü az atıklı ya da atıksız üretim yönteminde, geri dönüşüm gibi mekanik süreçlere ihtiyaç olmadığından, daha az enerji, su, zaman, işgücü ve hammadde kullanımı söz konusudur.

Bu doğrultuda, tekstil ve moda tasarımında da giysi oluşumu esnasında açığa çıkan katı (lif, iplik, kumaş vb.) atığı ortadan kaldırmak amacı ile minimalist düşünceye de atıfta bulunan giysi formlarına yönlenilmiş, kalıplar sadeleştirilmiş ve daha az dikiş ile malzemeden daha fazla verim sağlanmaya çalışılmıştır. Örneklerde de görüldüğü gibi sürdürülebilirlik kapsamında, geleneksel ve yenilikçi pek çok teknik ile atık oluşturmadan veya daha az atık ile giysi üretimi mümkündür. Özellikle seri üretimde oluşan kumaş atığını ortadan kaldırabilmek adına, malzeme potansiyeli ile paralel olarak uygulanabilecek farklı bitim işlemleri ile giysilerde bölgesel olarak yapılacak çektirme işlemleri ile dokuma teknikleri ile de model çeşitliliği sağlanabilmektedir. Bu kapsamda, tasarımcıların bu prensibi benimseyerek tasarlayacakları giysi form ve kalıpları, yenilikçi ve aynı zamanda da sürdürülebilir nitelik taşıyacaktır. Bu giysilerin dikişsiz ve atıksız bir biçimde üretilmesini sağlayan formları 'zamansız giysi formları' olarak tasarlandığında ise uzun süreli raf ömrü ile de yavaş moda kapsamında değerlendirilebilecektir. Bu giysiler 'Do It Yourself/ Kendin Yap' olarak da üretime uygulanabilir nitelik taşımaktadırlar. Tüketici aldığı kumaşı, kendi beden ölçülerine uygun biçimde belirtilen noktalardan keserek, belirli noktalarda dikiş yaparak giysiye dönüştürebilecek, böylece kumaşların giysiye dönüştürülmesinde atıksız-sürdürülebilir-kullanıcı deneyimli giysiler ortaya çıkacaktır.

SONUÇ

Sürdürülebilir bir gelecek için, sadece kullanılan hammaddelerin, boya-baskı işlemlerinin ekolojik olması yada tüketici sonrasında yaşam döngüsü değerlendirilmesine dahil edilmesi değil, üretimin her aşamasında lif, iplik, boya-baskı, dokuma, hazır giyim aşamalarının tümünde bu kavramın benimsenerek uygulanması gerekmektedir. Böylece tüketici sonrası oluşan atık, atık haline gelmeden önce de sürdürülebilir bir çevre için sürdürülebilir üretim ve sürdürülebilir tasarım özelliklerini taşıyan karakteri ile çevreye daha verimli olacaktır. Bu doğrultuda, üreticilerin sürdürülebilir üretim yöntemlerini benimseyerek ve sürdürülebilir tasarıma odaklanarak varlığını sürdürmesi kaçınılmazdır. Eğer gerekli önemler alınmaz ise, her geçen gün daha fazla atık ve bu atıkları dönüştürmek için daha fazla işgücü, enerji, su, zaman ve makine ihtiyacı doğacaktır. Bilindiği üzere, hammaddelerin tüketici sonrası yeniden değerlendirilmesi de belirli tekrarlar ile kısıtlı kalmakta, sonrasında kalıcı bir çöpe dönüşmektedir. Bu nedenle, tüketici öncesi yani üretim atıklarına yoğunlaşılarak tasarım ve üretim yapılması çevrenin gelecek nesillere daha iyi bir şekilde aktarılabilmesi konusunda oldukça önemlidir.

Sıfır atık prensibi ile tasarlanan giysiler 'Zero waste pattern cutting' (ZWPC) (Townsend, Mills, 2013: 104) az atık prensibi ile tasarlanan giysiler ise 'Low Waste Pattern Cutting' olarak adlandırılmaktadırlar. Son yıllarda sürdürülebilirlik konusunda yapılan tüketici öncesi kesim, üretim, malzeme, teknik odaklı tüm giysiler 'The Shaping of Sustainable Fashion' (SSF) kapsamında değerlendirilmektedirler (Gwilt, Rissanen, 2011). Bu kapsamda yapılan çalışmaların duyurulması adına da Columbia College Chicago'da Arti Sandhu'nun küratörlüğünde 'Zero Waste: Fashion Re-Patterned' isimli sergi gerçekleştirilmiş, sergide tüketici öncesi atığın azaltılması ile ilgili giysi kalıplarının yeniden

tasarlandığı çizimler ile giysiler yer almıştır (Rissanen, 2011). *'Daha Az Atık Prensibi ile Giysi Üretiminin Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Önemi'* başlıklı bu çalışma devam eden bir doktora çalışmasının bir parçası olup, oluşturulan kesimli-dikişsiz-atıksız dokuma giysiler; dokuma ve hazır giyim üretim aşamalarını birleştiren bir tasarım ve üretim biçiminin özgün örnekleri olarak nitelendirilebilirler. Hem oluşturduğu atık ve üretim maliyeti, hem de kullanılan malzeme ve bitim işlemleri açısından gelecek için her açıdan fayda getiren sürdürülebilir tasarım örnekleridir. Bu doğrultuda gerçekleştirilmesi hedeflenen giysi tasarımı çalışmalarının sürdürülebilirliğin pek çok açısı da göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmesi, bir tasarımcının çalışmanın özgün değeri, kalitesi ve estetik değeri kadar önemli ve üzerinde durulması gereken bir konudur.

KAYNAKLAR

AHMAD, S. S., MULYADI I. M. M., IBRAHIM N., OTHMAN A. R. (2016). "The application of Recycled Textile and Innovative Spatial Design Strategies for a Recycling Centre Exhibition Space", AMER International Conference on Quality of Life, AicQoL2016Medan 25 – 27 February 2016, Medan, Indonesia, Procedia - Social and Behavioral Sciences 234 (2016) 525-535.

CAULFIELD, K. (2009). Discussion paper: Sources of textile waste in Australia.

FEYERABEND, P. (2017). Yönteme Karşı (Çev. Ertuğrul Başer), 3.Baskı, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

GWILT A., RISSANEN T. (2011) Shaping Sustainable Fashion: Changing the way we make clothes, Earthscan, London, UK & Washington, USA.

RISSANEN, T. (2011). Fashion Creation without Fabric Waste Creation, http://zerofabricwastefashion.blogspot.com/ 24.03.2019.

ŞAHİN, Y. (2018). 'Kesim-Siz' Giysiler Sergisi Kataloğu, 11-16 Nisan 2018, Eskişehir.

TOWNSEND, K., MILLS, F. (2013). Mastering Zero: How to Pursuit of less waste leads to more creative pattern cutting, *International journal of Fashion Design, Texhnology & Education,* Volume 6, Issue 2, Taylor & Francis, Hong Kong, China, June 2013, pp. 104-111.

UNITED NATIONS (1987), Report of the World Commission on Environment and Development Our Common Future, Erişim tarihi: 08.03.2019. http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf

VADICHERLA, T., SARAVANAN, D. (2014), Textiles and Apparel Development Using Recycled and Reclaimed Fibers, in—Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing Ecofriendly Raw Materials, Technologies, and ProcessingMethods, (Ed: Muthu S.S.), Springer Science-Business Media, Singapore.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bibliometric Analysis of Academic Publications on Technoparks *

Full Text / Tam Metin

Handan Deniz Böyükaslan[1], Belkıs ÖZKARA [2]

Abstract

The purpose of technoparks are to production technological knowledge, commercialization, increase the product and production methods to the product quality and standard, create innovations which increase productivity and reduce production costs, ensure the adaptation of SMEs to the advanced technologies, provide new job opportunities and accelerate the initiative of foreign capital to invest in advanced technology and increase the competitiveness of industry. It is important to determine the development of academic studies on technoparks, which are the driving force of university-industry cooperation and development. In this context, the purpose of this research is to examine academic publications made about the technoparks in Turkey. The research will be examined with bibliometric analysis. The scope of the research will be the articles on technoparks in various journals which are scanned at ULAKBİM. The articles will be searched by the terms are "technopark, technocity, technology development zones". Articles will be examined in terms of the the author (s), the auothor(s)' institution, the number of authors, the keywords they use, the research method used, the sample, the most frequently cited reference type and the subject of the studies. With this study, the development of the literature on technoparks, the strengths and weaknesses of the field and the focal points of the researchers will be revealed. These results are expected to guide future research on technoparks.

Keywords— Technoparks, technolohy developement zones, bibliometric analysis,

JEL Classification Codes: *M13, O32, O30,*

1. INTRODUCTION

First, technoparks emerged from the USA in the 1950s, then spread over Europe in a short period of time. In our country, the work started in in the 90s. Technoparks have a legal basis in 2001 with the Techonolgy Development Zones Law. Technoparks stimulate regional development, strengthen the high-tech industry sectors, ensure university-industry cooperation, support new technology-based firms and encourage academic spin-offs. Although technoparks have existed for many years, it is stated that there is no systematic framework for understanding technoparks. Expectations from technoparks are very high. However, it is controversial in the literature whether the technoparks provide expected benefits. It was determined that academic studies on technoparks started towards the end of 1980s and gained speed in 2000s. Literature studies show that there have been just 29 published articles in the last

[1] Araştırma Görevlisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, yumusakipek@aku.edu.tr
[2] Profesör Doktor, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, bozkara@aku.edu.tr
* Bu çalışma, Afyon Kocatepe Üniversitesi 17.SOS.BİL.24 nolu devam eden Bilimsel Araştırma Projesi'ne dayanmaktadır ve Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca desteklenmektedir.

ten years. This finding shows that, although technoparks have been in operation for more than 50 years, the topics related to technoparks have not been investigated extensively and discussed carefully (Henriques, Sobreiro and Kimura, 2018: 148).

The examination of all kinds of literature produced in a discipline is important in terms of revealing the developments in that discipline. Periodic investigations contribute to our understanding of the development line in the discipline and the trends that dominate the field (Üsdiken and Pasadeos, 1993). A study to be carried out in this manner related to technoparks will demonstrate the development in the area but also reveal whether the technoparks meet the expectations. It will also show gaps and opportunities for future study. The aim of this study is to examine the development of academic publications related to technoparks in Turkey. The scope of the research consists of articles related to technoparks in journals in the ULAKBİM database.

2. TECHNOPARKS

International Association Science Park (IASP) defines technopark as an organization managed by specialised professionals, whose main aim is to increase the wealth of its community by promoting the culture of innovation and the competitiveness of its associated businesses and knowledge-based institutions. Technoparks promote and manage the flow of information and technology between universities, R & D institutions, companies and markets to ensure that these goals are met. It also offers value-added services with high-quality space and facilities that facilitate the creation and growth of innovation-based companies through innovation and spin-off processes. [1]

The three main characteristics of the technoparks are mentioned: to encourage the formation and growth of innovative companies, to provide an environment that enables large companies to develop their relations with small, innovative companies and to promote formal and operational connections with "knowledge creation centers" such as universities, higher education institutions and research institutions. Therefore, technoparks can provide access to human and physical capital that are critical to new technology-based firms, as well as providing an environment that enhances technology transfer and the business skills needed (Siegel, Westhead ve Wright, 2003: 178).

Technoparks are a mechanism that promotes industrialization, regional development and synergies by raising the level of technology in the regional economy. Furthermore, technoparks contribute to innovation-based economic growth by promoting innovation and competitiveness within the framework of national innovation systems (Almeida, Santos ve Silva, 2008:3, Soenarso, Nugraha ve Listyaningrum, 2013: 32).

3. BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Bibliometric refers to the use of statistical analyzes to examine the patterns of publication. Bibliometric analysis covers a wide range of laws and methodologies. Bibliometric analysis may be as descriptive as to determine how many articles have been published in a field, or may be evaluative, such as using a citation analysis to demonstrate how these articles affect subsequent research by others (McBurney and Novak, 2002:108-109).

[1] https://www.iasp-pain.org/

Bibliometric is the statistical analysis of scientific communication through publications. More specifically, bibliometric applications are based on data collection and reorganization from scientific journals (Vogel, 2014: 318). According to Pritchard (1969), the purpose of bibliometric analysis is to shed light on the nature and development of a discipline by counting and analyzing various aspects of written literature (Osareh, 1996: 150).

4. METHODOLOGY

It is stated that communication in science is carried out through publications, scientific explanations and scientific information in general are found in written documents which constitute scientific literature. Therefore, publications constitute a very suitable data source to investigate the growth rates of science (Bornmann and Mutz, 2014: 4). Bibliometric analysis reveal the development of that discipline by providing an in-depth analysis of publications in a discipline. Bibliometric analysis identifies which themes are discussed and features in the field, and thus makes it possible to explore issues, gaps and opportunities that are not discussed for future studies. In this context, the aim of this study is to examine the development of academic publications related to technoparks in Turkey. The research will be examined with bibliometric analysis. The scope of the research consists of articles related to technoparks in journals in the ULAKBİM database. The articles were searched with the terms ”technopark, technocity, technology development zones”. We reached 34 articlesrelated to technoparks. Then, the articles were examined in terms of the number of authors, the institution they worked, keywords, the research method used, the sample, the most frequently cited reference type, the distribution of articles by years and the subject of the articles.

After reaching the 34 articles within the scope of the study via electronic media, the data related to the articles were transferred to Excel program and the necessary statistical analyzes were performed through this program.

5. FINDINGS

Figure 1 shows that the number of articles with the single author and 2 authors is the same.

Figure 1: The Number of Authors

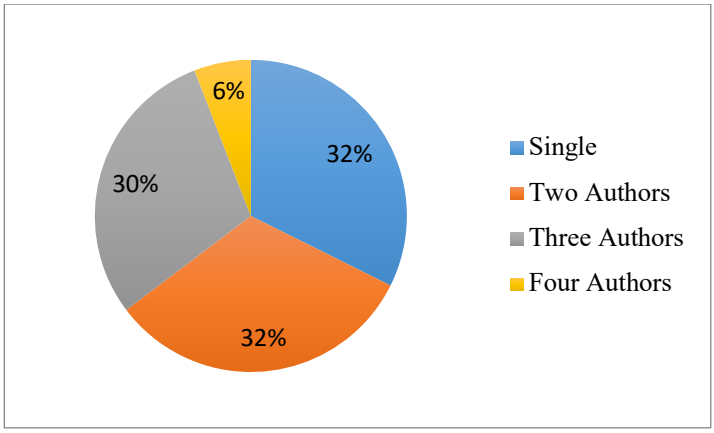


Table 1 shows that most of the articles were written by authors from the Military Academy. In addition, Military Academy is the first in terms of the number of people contributing to the articles.

Table 1: The Institutions Where The Authors Work and The Number of People Who Contributed to the Studies

Institution	The Number of Articles	The Number of People	Institution	The Number of Articles	The Number of People
Afyon Kocatepe University	1	3	İstanbul Technic University	1	1
Altınbaş University	1	1	İzmir Katip Çelebi University	1	1
Anadolu University	1	2	Military Academy	4	6
Ankara University	1	1	Land Forces Command	1	2
Beykent University	1	1	Karadeniz Teknik University	1	3
Celal Bayar University	2	3	Ministry of Finance	1	1
Dokuz Eylül University	2	4	Marmara University	1	3
Ege University	2	2	Mehmet Akif Ersoy University	1	1
Fırat University	1	2	Mustafa Kemal University	1	1
Gazi University	1	4	ODTÜ	1	2
Gendarmeria General Command	1	1	OTOKAR Corporation	1	1
Gümüşhane University	1	1	Sakarya University	1	1
Hacettepe University	2	2	Smart Consultancy	1	1
Hitit University	1	1	Süleyman Demirel University	2	4
İstanbul Barosu	1	1	Sütçü İmam University	1	1
İstanbul Gelişim University	1	1	TOBB University	1	1
İstanbul University	1	2	Turkish Patent Institute	1	1
İstanbul Ticaret University	1	1			

According to the Table 2 the most frequently used keywords are Technoparks, Technology Development Zones and R&D.

Table 2: Key Words and Frequency

Key Words	Frequency
Technopark	21
Technology Development Zones	8
Research and Development	7
Innovation	5
University-Industry Cooperation	3
Technology Transfer	3
Information Society	2
Entrepreneurship	2
Logistic Regression Analysis	2
Technopark in-house Cooperation	2
Employment	2
The Law of TDZ	1
Informatics	1
Start-up	1
Innovative Firms	1

As shown in Figure 2, emprical studies are more used in articles.

Figure 2: Specification of The Studies

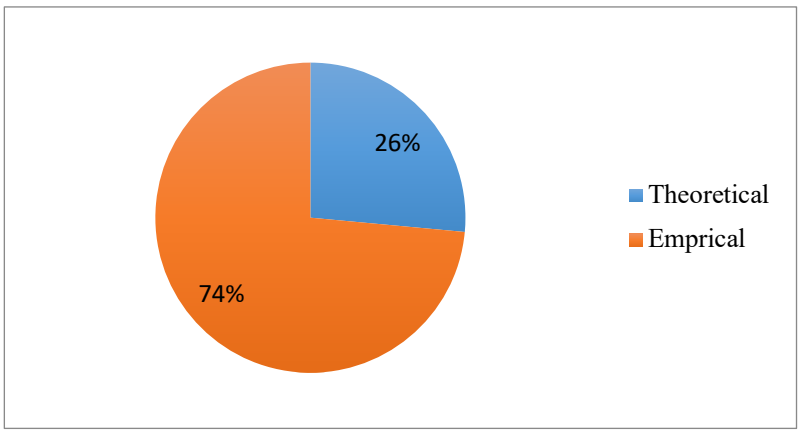
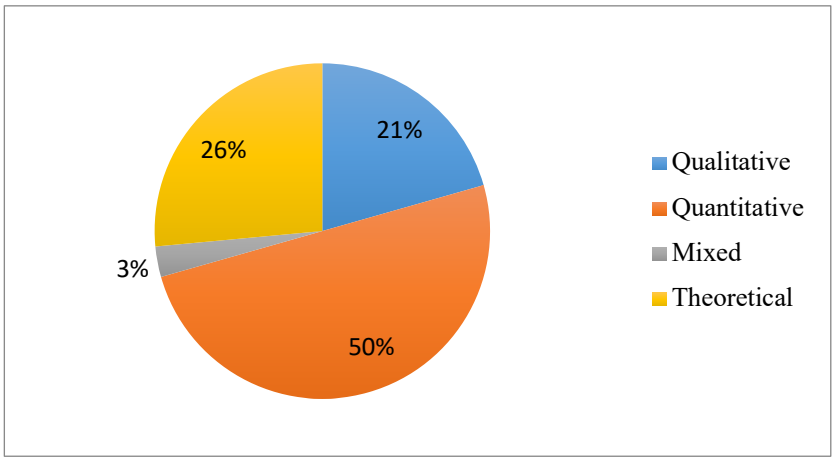


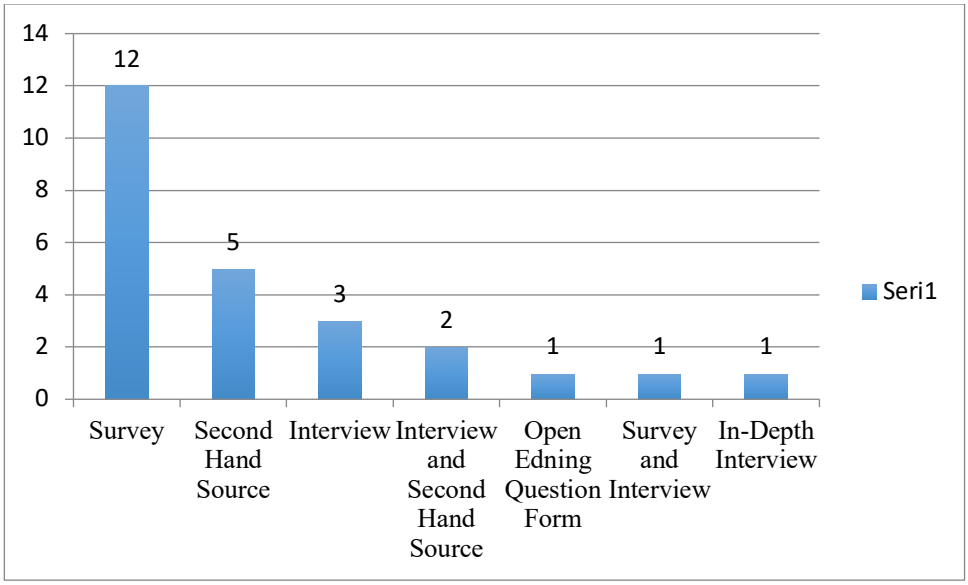
Figure 3 shows that quantitative analysis was used in half of the articles.

Figure 3: Method of The Study



According to the Figure 4, survey is the most used data collection method in the articles.

Figure 4: Data Collection Method



As shown in Figure 5, the geographic distribution of the sample extends in general, then Ankara stands out.

Figure 5: Geographical Region of Sample

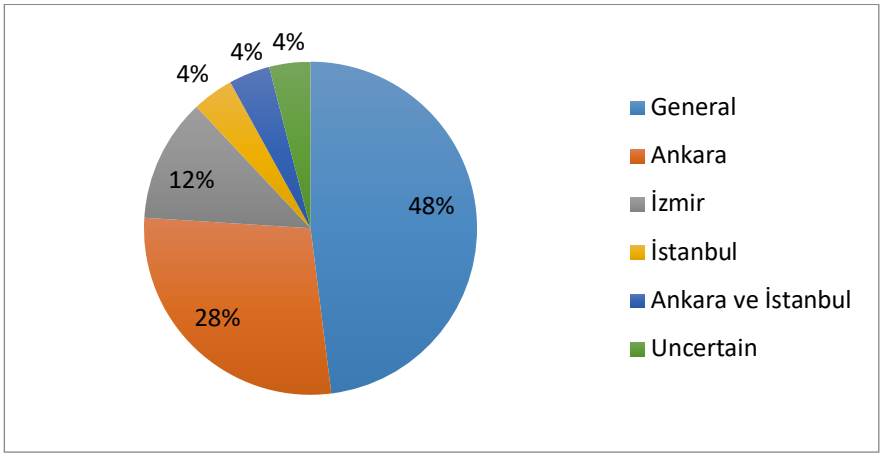
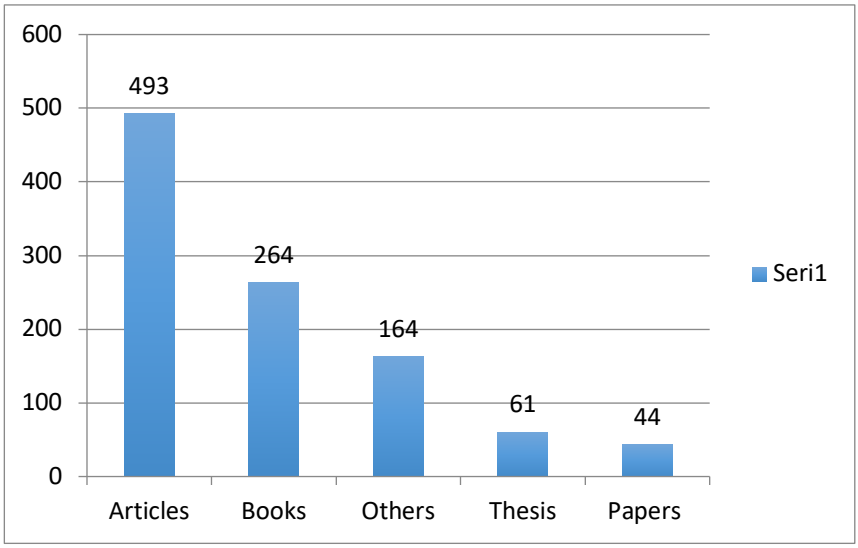


Figure 6 shows that the most commonly cited reference type is articles.

Figure 6: Cited Reference Types



According to the Table 3, university-industr-government cooperation, management effectiveness, the effect of innovation are the prominent themes in the articles.

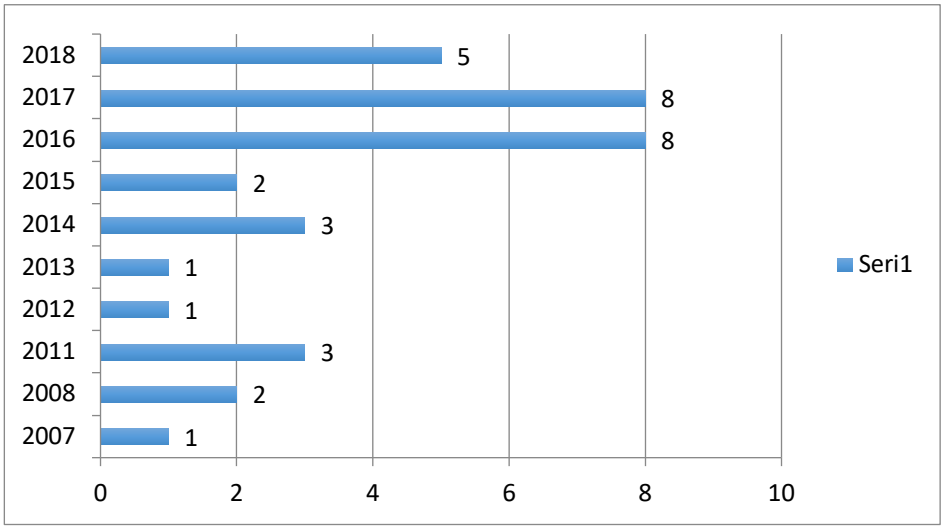
Table 3: Theme of the Study

Theme Of The Study	Frequency
University-Industry-Government Cooperation	5
Management Effectiveness, Problems, Solution Offers	4
The Effect of Innovation	3
Tax Advantages	3
The Effect of Employment	3
Benefits and Importance Technoparks	3
The Effect of National and Regional Innovation Systems	3
The Effect of Innovative Firms	3
Institutional Transformation, Information Society Transformation	2
Technology Transfer, Technology Transfer Cooperation	2
Contribution to the Production of Patent	2

Needs of Investment, The Effect of Investment	2
The Effect of Economic	1
Technopark-Univrsity Cooperation	1
Temporal and Spatial Distribution	1
The Performance of Innovation	1
The Selection of Site of Establishment Criteria	1
The Absorbtive Capacity	1

As shown on Figure 7, 2016 and 2017 are the years with the highest number of studies. And the first study related to technopark was published in 2007

Figure 7: Distribution of Studies By Years



According to the Table 4, we can say that technoparks have a positive effect on innovation, technology based firms and employment.

Table 4: General Effect of Technoparks

General Effect	Result
Effect of Innovation	Positive
Effect of Innovative and Technology Based Firms	Positive
Effect of Eployment	Positive

Effect of Innovation Performance	Positive
Effect of Regional Innovation System	Positive
Effect of Production Patent	Positive
Effect of Cooperation on Technology Transfer	Positive
Management Effectiveness	Positive
Effect of Women Employment	Lower than expected impact
Economic Effect in the context of NIS	Lower than expected impact
Cooperation for Technology Transfer	Lower than expected impact

EVALUATION AND CONCLUSION

This study aims to explain the characteristics and development of publications related to technoparks in national literature through bibliometric analysis. Within the scope of the research, 34 articles published in various journals in the ULAKBİM database were examined. It is remarkable that the first article on technopark was published in 2007. The lack of an academic publication until 2007 can be explained by the fact that technoparks became official in 2001 and therefore their importance was not sufficiently understood at that time.

Although the geographic distribution of the sample extends in general, Ankara stands out. This situation can be explained by the fact that the first and most successful technoparks established and operated in Ankara, the capital city of our country. It is possible to say that studies examining the effects of technoparks in developing regions are strongly needed.

Empirical studies are the most commonly used type of research in the articles, and theoretical studies are seen to be very low. The themes in the articles mainly include university-industry cooperation, management effectiveness, the effect of innovation, employment and tax advantages. However, there are no studies on the emergence and development of technoparks based on organizational theories.

Most of the articles examining the effects of technoparks were positive. This result shows that technoparks contribute to the expected level for only the articles reviewed. However, more extensive studies are needed to support this finding in Turkey.

There are a few studies in the literature on technoparks (Henriques, Sobreiro and Kimura, 2018) although bibliometric analysis has been used by many researchers in different fields and there is a gap in national literature. In this context it is vigorously believed that this study will provide an important contribution in terms of developing the literature about technoparks and guiding the future studies. The only limitation of the study is that the academic publications reviewed are only articles in journals in the ULAKBİM database. Examination of all academic studies published in the national literature will be able to better demonstrate the level of development related to the field.

REFERENCES

ALMEIDA, A., SANTOS, C.AND SILVA, M.R. (2008). "Bridging Science to Economy: The Role of Science and Technologic Parks in Innovation Strategies in "Follewer" Regions". Working Papers, Research Work in Progress, 302, Nov. 1-18.

BORNMANN, L. AND MUTZ, R. (2014). "Growth Rate of Modern Science: A Bibliometric Analysis Based on the Number of Publications and Cited References". Journal of Association for Information Science and Technology, 66 (11), 1-28.

HENRIQUES, I.C., SOBREIRO, V.A. & KIMURA, H. (2018). "Science and Technology Park: Future Challenges". Technology in Society, 53, 144-160.

MCBURNEY, M.K. AND NOVAK, L.P. (2002). "What Is Bibliometrics and Why Should You Care?". IEEE International Professional Communication Conference, 108-114.

OSAREH, F. (1996). "Bibliometrics Citiation Analysis and Co-Citiation Analysis: A Review of Literature". Libri, 46, 149-158.

VOGEL, R. (2014). "What Happened to the Public Organizaton? A Bibliometric Analysis of Public Administration and Organizationa Studies". The Amercian Review of Public Administration, 44(4), 383-408.

SIEGEL, D.S., WESTHEAD, P. AND WRIGHT, M. (2003). "Science Parks and the Performance of New Technology Based Firms. A Review of Recent U.K. Evidence and Agenda for Future Research". Small Business Economics, 20, 177- 184.

SOENARSO, W..S., NUGRAHA,D. & LISTYANINGRUM, E. (2013). "Development of Science and Technology Park (STP) in Indonesia to Support Innovation-Based Regional Economy: Concept and Early Stage Development".

https://www.iasp-pain.org/ , (20.03.2019).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Tiyatro'da Yenilikçi Bir Teknik Kullanımı: Video Pratiği

Full Text / Tam Metin

Arş. Gör. Memet Ali ZEREN[1]

Özet

Tiyatro, çağının gelişimleriyle organik bir bağ kurmuştur. Bilim, felsefe ve teknik alanlarıyla direk bir ilişki içerisinde olmuştur. Bunlardan en önemlisi teknolojidir. Teknoloji kendi içerisindeki dinamik değişimiyle birlikte tüm sanat alanlarını etkilediği gibi tiyatroyu da etkilemiştir. Ses kayıt cihazlarının ortaya çıkması, müzik tekniklerinin geliştirilmesi, projeksiyon makinelerinin bulunması, 3D çizim tekniklerinin gelişimi, hologramlar gibi pek çok önemli gelişme tiyatronun kendi iç yapısını oldukça etkilemiştir. Bu çalışmada video-art gibi yenilikçi ve anlatıcı yönü güçlü olan bir sanat tarzının, tiyatro gibi köklü bir sanatta olan karşılığıdır. Çalışmada video pratiğiyle tiyatronun sahne plastiğini nasıl etkilediği üzerine olacaktır. Bununla birlikte sahne plastiğini geliştirip geliştirmediği üzerine sorulara odaklanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tiyatro, Tasarım, Video-Art, Teknoloji, Sanat, Sahne

The Use Of An Innovative Technique In Theater: Video Practice

Abstract

Theater has always established a bond with the developments within the era and been in a direct relationship with scientific, philosophical and technical fields, most importantly with technology. As technology influenced the whole art branches together with the dynamic changes within itself, also affected the changes in theater. The important developments such as appearance of voice recorders, progress in musical technology, invention of projectors, developments of 3D drawings and holograms impressed the internal structures of theatre. In this study, the relationship with video art, an innovative and powerful as narrator style of art, and theatre, a rooted art will be examined. In the study, it was focused on the influence of video art on stage plastic and on the questions whether it develops stage plastic.

***Keywords*— Theatre,Design,Video-Art-Technology,Art,Stage**

JEL Classification Codes: *M31, M3*

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Sanat hareketleri kendi çağının sosyal, kültürel ve siyasal koşullarıyla etkileşimli olduğu için, ortaya çıktığı zaman ve mekândan bağımsız değerlendirilmeleri mümkün değildir. Avrupa'daki, bilimsel ve teknolojik gelişmeler 20. yüzyıl sanat ve felsefesinin temelini oluşturmuş ve teknik çağa özgü yeni bir kültürün doğmasına neden olmuştur. Yeniçağa özgü olan düşüncenin en belirgin özelliği ise; duyularla algılanan dünyanın sınırlarının kırılarak soyut bir düzeyde işlenmesidir. Özellikle video teknolojisinin teknik olanağının 1960 dönemi sonrası tiyatro üzerine çalışan sanatçıların etkinliklerini belgeleme

[1] Arş.Gör, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, Türkiye, memzeren@gmail.com

konusunda imkânlar sağlaması ve ilerleyen süreç içerisinde bilgisayar teknolojisinin teknik olanakları ile beslenerek geniş çaplı sanatsal bir dil oluşturulması dikkat çekici bir alan açmıştır.

2. TİYARO VE VİDEO TEKNOLOJİSİ (THEATRE AND VİDEO TECNOLOGY)

Disiplinler arası sitiliyle karşılaşılan tiyatronun, ritüelsel yapısından yola çıkarak yirminci yüzyılın deneysel arayışlarına kadar, oyuncunun bedeni ve uzam-mekân arasındaki ilişkinin gelişmesi üzerine dekor, kostüm, ışık, müzik gibi öğeler ile birlikte olduğunu ve sanatın bu durumu insan sesi ve konuşma ile bütünleştirdiği görülmüştür. Bu açıdan, tiyatral anlatı, teknolojinin dramatik ve estetik bağlamda taşıdığı gücün farkında olmuş ve bu noktada teknolojik gelişime karşı pragmatist olarak adlandırabileceğimiz bir üslup geliştirmiştir (Dixon,2007).Dixon bu açıdan şöyle devam etmiştir: "Tiyatro her zaman yapım içindeki temsili geliştirmek uğruna zamanının en son teknolojik imkanlarını kullandı. Teknoloji; erken dönem deus-ex-machina'dan, esnaf loncalarının üretimi olan ortaçağ tören arabalarına; resim sanatına perspektifin yerleşiminden, on altıncı yüzyıl italyan sahnesinde kullanılan mekanik araçlara; benzinin, takiben de elektriğin takdiminden, ışık efektlerine; bilgisayarın modern kullanım biçimleri ile ışık, ses ve sahne değişimlerini kontrol etmesine kadar geçen süre zarfında olağanüstü görsel ve işitsel efektlerin yaratılmasında etkili oldu (Dixon,2007).

2.1. Erwin Piscator

Erwin Piscator tiyatroda projeksiyon teknolojisini kullanan ilk öncü sanatçılardandır. Geliştirdiği yeni tiyatro dili ile tiyatronun genel yapısına önemli bir bakış açısı kazandırmıştır.1920'lerde 'Epik Tiyatro'yu kuran Erwin Piscator'un Berlin'de, pahalı araçlarla birçok dışavurumcu tiyatro oyunu yapmıştır. Piscator'un buluşları, yeni yapım teknikleri, her bir sahne için başlık kullanımı, foto montaj, fotoğraf projeksiyonları, döner sahne ayrımları, çember sahne, şeffaf sahne zemini ve film kullanımı tiyatro tekniklerini geniş ölçekte geliştirmiştir(Roose,1989). C.D. Innes'e göre ise "Piscator'un yapımları iki anlamda deneysellik taşımaktadır. İlkin, her bir yapım, artık zamanı geçmiş dramatik yapıları modern biçimlere uyarlamak için keşfedilen birer teknik kaynak olmakla beraber ikincil olarak da tiyatronun sosyal yükümlülüğünü yeniden değerlendirme yoludur." Innes, "Piscator'un geliştirdiği sözsüz belgesel tekniklerle birlikte makineleşmenin, bir ifade biçimi olarak diyalogun yerini almaya başladığını ve ilk olarak metni takviye etmek amacıyla film ve projeksiyon kullanımına rastlandığını aktarmaktadır."Innes, "'die Fahnen' 'Bayraklar' oyununda tarihsel karakterlerin görüntülerinin öndeyiş kısmında projeksiyon ile yansıtıldığını ve sahneler arasında arka planda bilgiler verilmeye devam edilerek, aksiyonun önemli anlarında tıpkı sessiz sinemada olduğu gibi altyazı ile anlamın altının bir kere daha çizildiğini"belirtmektedir(Innes,1972).

2.2. Laterna Magika

Tiyatro ve video Sanatını birleştiren önemli bir sanat grubu olan Laterna Magika, tiyatrodaki disiplinler arası yaklaşımın öncülerinden olmuşlardır., 1958 yılında, Joseph Svoboda ve Alfred Roduk tarafından Çekoslovakya'da kurulan Laterna Magika ile beraber çoklu medya ve tiyatro pratiklerinin tekrardan gelişmeye başlamıştır. Çekoslovak Emil Burian'ın slayt ve film projeksiyonlarını kullandığı ve 'tiyatrograf' olarak adlandırılan yapımlarından etkilenen L/M, filmi, çoklu ekranlar ve hileli efektlerin illüzyona dayalı fantezi gösterilerle birleştirildiği bir araç olarak kullanmıştır(Dixon,2007). "Piscator gibi Svoboda da salt sahne tasarımının teknik olanaklarını kullanmamış; aynı zamanda kurumsal bir teknik üretimin nasıl yapılacağı ve 1950'lerin sonunda Prag Ulusal Tiyatrosu'nu 'Senografi Labaratuvarı' olarak adlandırdığı yapıya dönüştürme yolunda önemli adımlar atmıştır. Disiplinler arası ve deneysel çerçeveyi, sahne üzerinde kullanılabilecek teknolojiler ile yaratma adına

Svoboda'nın, kimya, mühendislik, optik, fizik ve mimari alanından profesyonellerle birlikte çalışmıştır. Svoboda, "filmin sadece kopyalayabileceğini; tiyatronun ise sürekli olarak çeşitli yollarla genişletilebilecek bir mekan algısı yarattığını belirterek L/M'da yansıtılan görüntülerin, senkronize oyunculuk sahnelemenin teatral bir sentezi olduğunu vurgulamıştır. Svoboda'ya göre çoklu ekran görüntüsü tıpkı oyuncu gibi dinamiktir ve zaman tarafından silinebilir, mekanı ortaya çıkarabilir, yaratabilir, insan davranışları ile iletişime geçebilir ve ona ihtiyaç kalmadığında ortadan kaybolabilir.

2.3. The Builders Association

1994 yılında Marianne Weems tarafından kurulan ve Weems'in yönetmenliğini üstlendiği The Builders Association (TBA), çağdaş yaşamdan esinlenilerek yaratılan ve orijinal yapımlara yer veren New York merkezli bir performans ve medya kumpanyasıdır. Kumpanya, tiyatronun sınırlarının da ötesine geçmek adına yeni veya eski tüm araçlardan yararlanma amacı taşımaktadır. Grup; sahne performansı, metin, video, ses ve mimariyi yirmi birinci yüzyıldaki insanlık deneyimini yansıtmak adına harmanlamaktadır. TBA şu ana dek on iki çoklu medya içeren tiyatro projesi gerçekleştirmiş ve Amerika'nın en aktif uluslararası üne sahip deneysel tiyatrolarından biri haline gelmiştir (The Builders Association,2015)

2.4. Robert Lepage

Quebec Dramatik Sanatlar Akademisi'nde öğrenim görmüş olan Lepage, Paris'te bir süre çalıştıktan sonra 1978 yılında Quebec'e dönerek oyuncu, yazar ve yönetmen olarak birçok farklı projede yer alır. 1980 yılında Theatre Repere'e katılır. 1984 yılında 'Circulations' adlı oyunu ile 'En iyi Kanada Yapımı' ödülünü alan Lepage, 1985 yılında ise 'Ejderha Üçlemesi' projesi ile uluslararası bir ün kazanır. 1988 yılında kendi profesyonel şirketini kuran Lepage, 1989-1993 yılları arasında Ottawa Ulusal Sanatlar Merkezi'nde Theatre Français'in sanat yönetmenliğini üstlenir. 1994 yılında 'Ex Machina' adında multidisipliner bir yapım şirketi kuran Lepage, bu kurumla kariyerinde bir dönüm noktası yaşar. 1997 yılında kendi öncülüğünde açılan La Caserne adlı yapım merkezi ile de Geometry of Miracles (1998), Zulu Time (1999), The Far Side of The Moon (2000), La Casa Azul (2001), Busker's Opera (2004), The Andersen Project (2005), Lipsynch (2007), The Blue Dragon (2008) ve Eonnagata (2009) gibi farklı projelere imza atar (Lepage,2015). Dixon'a göre Lepage, "George Coates'in zengin ilüzyon estetiği ile TBA'nın keskin ve yapısökümcü medya-tiyatro anlayışı arasında yer almaktadır. O, sahne mekanının Lepage için sonsuz derecede büyüleyici olduğunu; gösterimlerinde, bilgisayar destekli efektleri ateşleyici bir unsur olarak görece daha az kullanarak daha çok kinetik ekranlar, aynalar ve ustaca kullanılan mekanik aksamlarla birleşen konvansiyonel video projeksiyon sistemini tercih ettiğini belirtmektedir. Onaa göre Lepage'ın gösterimlerinde mekân sürekli nefes kesen bir hızla, tiyatral bir etkiyle değişmekte ve dönüşmektedir. Dixon, Lepage'ın sahne mekanının fiziksel görünümünde olduğu gibi, video ve çoklu medya projeksiyon sistemini oldukça ustaca ve büyüleyici bir biçimde kullandığını aktarmaktadır(Dixon,2007).

2.5. The Gob Squad

Gob Squad (TGS), "Nothingham Trent Üniversitesi Yaratıcı Sanatlar Bölümü ile Almanya Giessen'deki Justus-Liebig Üniversitesi Pratiğe Dayalı Tiyatro Çalışmaları Bölümü'nde öğrenim görmüş olan birkaç öğrencinin, 1994 senesinde İngiltere'nin Nothingham şehrinde kurmuş olduğu bir performans topluluğudur. İngiliz öğrenciler, öğrenimleri döneminde salt İngiliz 'Canlı Sanat' hareketi ve Forced Entertainment, The Wooster Group gibi deneysel kumpanyalardan etkilenmekle kalmamış, aynı zamanda güzel sanatlar, erken dönem performans sanatları, müzikal içerik, postmodern dans, video

sanatları ve sahne tasarımı gibi dersler de almışlardır. Bu öğrenime paralel olarak – ki ilerleyen dönemlerde TGS'nin de çalışma estetiğini oluşturan - pop kültürü, müzik videoları ve Hollywood kapalı gişe gösterimleri üzerinde de uzmanlaşmışlardır. Alman üyeler ise Hans-Thies Lehmann'ın post dramatik tiyatro kavramıyla da ilişkilendirilebilecek olan Avant-Garde Tiyatro olgusuna daha yakın durmaktadırlar (Tecklenburg,2012). 'Revolution Now!' oyunlarında, "TGS'nin, sahneyi birçok çoklu medya aygıtı ile yüklenmiştir. Uzun beyaz bir masa üzerinde, birkaç kostüm, mikrofonlar ve iki adet HD video kamerayla sahnelemelerini yapmışlardır. Sahnenin tamamıyla hoparlör ve projeksiyon sistemi arasında bulunan kablolar ile kaplı olduğunu ve bunlara geniş, beyaz bir projeksiyon ekranı eşlik etmiştir. Sergiledikleri performansın tümünde açık bir biçimde, TGS'nin devrim mesajını tüm dünyaya yayınlama isteğinin yattığını belirtmektedir (Woolf, 2011).

SONUÇ

Yirminci yüzyıl çağdaş tiyatro yapısı ve işleyişi, tarihsel avant-garde'la birlikte kendine yeni sahneleme alanları ve farklı performans anlayışı yaratma arayışında olmuş ve bu bağlamda sürece video olgusunu da katılmıştır. Kendi yapısal özelliği içinde tiyatro, bir başka ortamın sanatsal araç olarak işlevsel hale gelmesinde diğer sanatlara nazaran daha elverişli bir konumda yer almaktadır. Tiyatro açısından, sözcükler ve hareket anlamı itibariyle kendi medyalaşma sürecine katkıda bulunan bir sanat olarak kendini yeniden yapılandırmıştır . Çağdaş tiyatronun iç yapısında video-art teknolojisi ile birlikte sınırsızlaşması ve farklı anlatım olanaklarına ulaşması yakın dönem tiyatro tarihinin en önemli durumu olmuştur. Yeni dil yaratma çabasında olan tiyatro sanatçıları video teknolojisinin tüm gelişimlerinde faydalanarak tiyatral dile yeni ve ilerlemeci bir yaklaşım kazandırmışlardır. Video teknolojisinin kullanılması sahnede yer alan ışık, kostüm, ses, müzik ve diğer tüm öğelerinin dilini de etkilemiştir.

KAYNAKLAR

AYŞIN CANDAN : (2013), Öncü Tiyatro ve Dijital Çağda Gösterim, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.5

DİXON, STEVE: (2007), Digital Performance, The MIT Press, Massachusetts Institute of Technology, s. 39.

ROSS, JULİAN:((2014), "Projection as Performance: Intermediality in Japan's Expanded Cinema" Lucia Nagib, Anna Jersley Ed., Impure Cinema: Intermedial and Intercultural Approaches to Film, Londra, Palgrave Macmillan, s.250.

INNES, C.D.:(1972), Erwin Piscator's Political Theatre: The Development of Modern German Drama, Cambridge University Press, s.69

MEHMET ÖZBEK,(2015),Çağdaş Tiyatroda Dijital Gösterim ve Medya Teknolojisi, Intermedıanlıty, , Yay, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı

WOLF, WERNER: (2008)."Mediality/Intermediality in Studies of English Literature", Mediality/Intermediality, Ed. Martin Heusser, Andreas Fischer, Andreas H.Jucker, Gunter Narr Verlag Tübingen, Sayı 21, s.17.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Google'ın Kendi Anlatımından Çağdaş Yönetim Yaklaşımındaki Yeri

Full Text / Tam Metin

Murat Koç[1], Deniz Yalçıntaş [2], Ayşegül Kurtulgan[3], Meltem Özbay[4]

Özet

Giriş: Günümüzde teknolojideki ilerleme ve gelişmelerin küresel çapta meydana gelmesi ile bilgi odaklı ürünler ve hizmetler artarak ön plana çıkmakta, bilgi temelli ekonomiler ve ağlar yaygınlaşmaktadır. Hızla değişen ve gelişen bu teknoloji dünyasına kolayca adapte olarak yıllarca ayakta kalabilmeyi başarmış bir şirket olan Google'ın bu başarısının sırrı da merak uyandırmaktadır. Basit bir arama motoru iken, teknoloji devine giden bu süreçte neler yaptıkları, hangi sorunlarla karşılaştıkları, nasıl üstesinden geldikleri merak edilen bir konu olmuştur. ***Amaç:*** Bu çalışmada Google'ın kurucuları Schmidt ve Rosenberg'in dilinden, kendi deneyim ve tavsiyelerini aktardıkları"Google Nasıl Yönetiliyor"isimli kitap incelenerek, Google'ın yönetim anlayışı çerçevesinde çağdaş yönetim literatürüne farklı bir bakış açısı sunulmak istenmektedir. ***Yöntem****: Google Nasıl Yönetiliyor?» adlı kitap, içerik yönünden yönetimsel konular açısından analiz edilmiş, belirlenen yönetsel bağlam dahilinde yapılan öznel tespitimize uygun olarak, Google'ın Kendi Anlatımı Çağdaş Yönetim Literatüründe yer alan görüşlerle açıklanmış/desteklenmiştir.*

Anahtar Kelimeler— Ç*ağdaş Yönetim, Bilgi, Teknoloji*

Google's Self-Expression in Contemporary Management Approach

Abstract

Introduction:Nowadays, with the globalization of the developments and advancement in the technologies, information-oriented products and services are be coming more important, knowledge-based economies and Networks are be coming widespread. The mystery of this success of Google, which is a company that has been able to survive for many years as it adapts easily to rapidly changing and developing world of technology, raises the curiosity.While it was a simple search engine, what they did in this process leading to technology giant, what problems they encountered and how they overcome it was a matter of concern. ***Aim:***In this study, it is aimed to give a different perspective to contemporary management literature within the framework of Google's management approach by reviewing the book "How Google Works ", which is translated from Google's founders Schmidtand Rosenberg .***Method:*** The book ''How Google Works'' has been analyzed in terms of content and administrative issues ,in accordance with our subjective assessment within the determined managerial context, Google's Self-Expression is explained by the views in the contemporary management literature.

Keywords— Contemporary Management, Knowledge, Technology

[1] Doçent Doktor, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (SBE), Türkiye, muratkoc@cag.edu.tr
2 Araştırma Görevlisi, Çağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, denizkaraomerlioglu@cag.edu.tr
3 Doktora Öğrencisi, Çağ Üniversitesi, SBE, İşletme Yönetimi, Türkiye, aysegululfaz@gmail.com
4 Doktora Öğrencisi, Çağ Üniversitesi, SBE, İşletme Yönetimi, Türkiye, m.sirlibas@gmail.com

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Günümüzde iş dünyasını ve yönetimi en çok etkileyen faktörlerin başında küreselleşme (çok uluslu şirketler) gelmektedir. Uluslararası ticareti sınırlayan engellerin kalkması ile şirketler hayatta kalmak, başarılı olmak ve kâr etmek için yeni yönetim biçimleri aramak zorunda kalmışlardır. Artan rekabet ve değişen çevre koşulları karşısında varlıklarını sürdürebilmek ve büyüyebilmek için uluslararası stratejileri takip etme zorunluluğu doğmuş ve yabancı ülkelerin iş çevreleri ile ilişkilerin ve bu çevrelerden edinecekleri tecrübelerini geliştirme gayreti göstermeye başlamışlardır (Eren, 2009:129). Küreselleşmeyle birlikte ekonomi daha karmaşık, bilgiye dayalı ve dinamik bir hal almış, ulaşım ve iletişim kolaylığı, şirketlerin birçok tesisi düşük maliyetli konumlara taşıdığı dış kaynak kullanımının artmasına neden olmuştur (Porter, 2000:32).

Bilgi yönetimsel bağlamında tespitimiz : «Günümüzde teknolojilerde ilerleme ve gelişmelerin küresel çapta meydana gelmesi ile bilgi odaklı ürünler ve hizmetler artarak ön plana çıkmakta, bilgi temelli ekonomiler ve ağlar yaygınlaşmaktadır». Google kendi anlatımında bu bağlamı kaliteli ve fark yaratan hizmetin kendiliğinden kâr ve başarı getireceğini vurgularken (s.28) , literatürde konu , ‘’bir işletmenin yenilik odaklı stratejilere sahip olması, hem rekabet gücünü arttırması, hem de varlığını koruma ve sürdürülebilirliğini sağlaması konusunda önemli katkılar sağlamaktadır’’ şeklinde yer almaktadır (Zerenler, 2007:665).

Önemli bir bağlam olan yenilik yönetiminin yöneticiler üzerinde yarattığı ciddi sorumluluklar tespiti ,’’Dijital dönüşümün en büyük dalgası olan Endüstri 4.0 sürecine girilmesiyle, bilgi ve teknoloji çağındaki hızlı değişim ve gelişim ile birlikte artan rekabet, işletmelerde yönetime farklı bir boyut kazandırmış, özellikle yöneticilere ciddi sorumluluklar yüklemiştir’’ (Tekin ve Uslu, 2018: 116) şeklindedir. Google’ın kendi anlatımıyla“*yönetim taktiklerini düşünüldüğünde, emin olduğumuz tek şey 20. yüzyılda öğrendiğimiz her şeyin yanlış olduğu ve yeniden başlamamız gerektiği*” gibi ifade edilirken konuliteratürde ‘’Yenilik yönetimi, iç ve dış faktörlerden beslenerek bir firmanın iş süreçlerini, teknolojiyi (insan, ekipman, bilgi, para) ve insan ilişkilerini (örgütü yönetme becerisi) yeniliği destekleyecek ve teşvik edecek şekilde yönetmesi anlamına gelir. Bu sebeple yeniliği yöneten ve yeniliğe hizmet eden bir sistem kuran firmalar ürün ve hizmetlerini daha üstün özelliklerde geliştirme, üretme ve pazarlama şansına sahiptirler’’ şeklinde yer almıştır(Kaygusuz ve Çelikçapa, 2010: 48; 131).

Hızla değişen teknolojik, ekonomik ve siyasi şartlarda devam eden acımasız uluslararası rekabette güçlü olabilmek için hem ülkeler hem de firmalar, en iyi strateji belirlemek ve uygulayabilmek durumundadır. Teknolojik gelişmelere ve yeniliklere sahip olmak rekabette en önemli güçtür. Araştırma geliştirme ve teknoloji yatırımları; uzun dönemli, karlı ve kalifiye eleman gerektiren yatırımlardır. Aynı zamanda teknoloji yönetimi gelişen teknolojileri takip etme yeteneği gerektirir (Kaygusuz ve Çelikçapa, 2010: 47).

Google’ın kendi anlatımıyla*, geçmişte pahalı ve az olan veri ile bilgisayar kaynakları konusunda bugün bolluk içerisinde yüzdüğümüzü söyleyebiliriz. İletişim de, odalar, kıtalar veya okyanuslar arasında saniyelerle ifade edilebilecek zaman aralıklarında kurulabilmektedir.*(Schmidt ve Rosenberg, 2017:31)

Temelinde bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin yer aldığı bilişim kültürüne kaynaklık eden bilgi, insanlık tarihiyle beraber birikimli olarak ilerleyerek günümüzün en değerli hazinesi olarak tanımlanmaktadır (Nair, 2018: 1). Paylaşılan bilgi bağlamında tespitimiz: «Bilgi sistemleri oluşturulurken tüm faktörler dikkate alınmalı, araştırma, güncel durum analizinden yatırımlarının geri

dönüş oranına kadar tüm stratejik noktaları kapsamalıdır. Bu esnada genel örgüt stratejisiyle bilgi sisteminin destekleyeceği bilgi yönetim stratejisinin de uyumlu olmasına dikkat edilmelidir şeklinde olup bu konuda Google'ın bilgiyi kullanarak uluslararası ekosistemin aranjörü gibi davrandığı düşünülmektedir. Bill Gates'in 1999'daki bir sözü eklenerek gücün saklanan bilgiden değil paylaşılan bilgiden geldiği vurgulanırken (Schmidt ve Rosenberg, 2017: 203), konu literatürde bilgi ve bilgi işleme ihtiyacı geçmişte rekabet unsuru olarak görülmezken günümüzde; doğru, zamanında ve yerinde bilginin işletmelere rekabette üstünlük sağlayabildiği görülmektedir şeklinde tanımlanmıştır.Bilgi sistemleri yönetimi olarak anılan bu süreç, işletmelerin stratejilerini uygulamada bir araç ve destek olarak kullanılıp işletmeyi farklılaştırabileceği düşünülmektedir (Demirhan, 2002: 117).

Bilgi üretim ve paylaşım merkezi olan Google'ın, birçok sektörde güçlü teknoloji eğiliminin, işleyişi kökünden değiştirdiği, öncelikle internet uygulamalarının, muazzam boyuttaki bilgiyi ücretsiz ve her zaman hazır bir şekilde kullanıcılarına sunduğu görülmektedir. Artık neredeyse her şeyin çevrim içi olduğu mobil cihazlar ve ağlara küresel erişim imkanı bulunduğu ve web tabanlı bağlılığın arttığı hayatımızda Bulut Bilişim'in[2] sonsuz bilgisayar gücünü ve depolama alanını bir araya getirdiği belirtilmektedir (Schmidt ve Rosenberg, 2017: 26).

2. GOOGLE KURUM KÜLTÜRÜNÜN YENİLİK YÖNETİMİ VE YARATICILIĞA ETKİSİ(THE EFFECT OF GOOGLE INSTITUTION CULTURE ON INNOVATION MANAGEMENT AND CREATIVITY)

İnsanın yaratıcılığı ve katılım oranı hiyerarşinin ve katı kuralların bireysel karar verme plan ve program geliştirmenin önüne geçmiş, takım ve ekip ruhu her şeyin üzerinde yer almıştır. Günümüzde bilgi teknolojileri işletme yaşamının her alanına girmiş ve yöneticilerin performanslarının arttırılmasında en temel ve vazgeçilmez bir araç olmuştur. Yeni yönetim yaklaşımlarının başarılı olması için bilgi teknolojilerindeki gelişmelere uygun ortam ve davranışlar sergilemeleri zorunlu olmaktadır (Eren, 2009:158).

Örgütlerde bilgi yönetiminin başarısı bilgi sisteminin etkin bir şekilde yapılandırılmasına bağlıdır. Bu yapı örgütsel akıl üretecek niteliklere sahip olmalı, örtük bilgiden açık bilgiye ve oradan örgütsel akla erişim hızlı örgütsel bilginin yararlılığı arttıracak nitelikte şekillenmelidir (Kurgun, 2006:289). Küresel ekonominin kuralları, bir işletmenin rekabetçi pazar koşullarında ayakta kalabilmesi için ya yenilikleri yakından takip ederek organizasyonel yapılarına uygun biçimde adapte etmeyi ya da yeniliklerin bizzat kendileri tarafından geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır (Zerenler, 2007:665).

Yenilikçi yetenek bağlamında değer yaratımı tespiti literatürde ''Stratejileri gerçekleştirebilmenin anahtarı yenilikçi yetenekte gizlidir. Yenilik beraberinde rekabet gücü, özgünlük, farklılaşma ve büyümeyi de getirmekte olup temel olarak değer yaratan şeyleri yeni bir yol ve yöntemle yapabilmeyi içeren çalışmalar üzerine odaklanmaklıdır (Kaygusuz ve Çelikçapa, 2010: 119). Rajapathirana ve Hui (2018: 52-53), dış çevreden inovasyon olanakları keşfetmenin başarılı yenilikler doğuracağını ve bu nedenle yenilikçilik yeteneğinin yöneticilerin teşvik etmesi gereken en önemli faktörlerden biri olduğunu vurgulamaktadır. Bu süreç bireyleri cesaretlendiren unsurları barındırmaktadır. Bu da, organizasyonun üstün ürünler, hizmetler ve iş modeli geliştirmesine yardımcı olacaktır '' biçiminde vurgular yapılırken Google kendi anlatımında *"her çalışan için öğrenmenin son bulmayacağı bir ortam oluşturulmasının, hatta şirketin faydasına olmayacak yeni yetenekler ve tecrübeler edinmelerine de olanak sağlanmasının, gerçek öğrenen insanlar için kolay bir süreç olacağını ve hepsinin fırsatları*

sonuna kadar kullanacağını öngörebiliriz"biçiminde vurgu yapmıştır (Schmidt ve Rosenberg, 2017: 127).

Sinerjik çalışma ve buna dönük çalışma ortamlarının yaratılması tespit ve bağlamında «Yeni yönetsel düşünce biçimi ile birlikte çalışanları güçlendirme, takım çalışmalarına önem verme, öğrenen organizasyon tarzını sürekli iyileştirme ve geliştirme, daha yaratıcı, daha yenilikçi bir örgüt biçimi ve yönetim tarzı ile sinerjik çalışma ortamları yaratmanın önemi artmaktadır» ifadesi ,''*İnsanlar bir araya geldiğinde daha fonksiyoneldir.Örgüt kültürünün ortaya koyduğu bir yapı olan sinerji bütünlüğü oluşturmaktadır. Bu kapsamda Çeşitlilik gözetmek ve diyaframı genişletmek Google'ın önemli kültürlerindendir* (s.131)*'' şeklinde* açıklama getirerek Google çalışanlara dönük diyafram genişletmeye, literatür ise aynı paralelde ''organizasyon kişilerin bir araya geldiği bir çevredir; kişiler alıp verme sürecinde birbirleriyle ilişkiye girerler ve bizzat organizasyonun kendisi ile toplum için üretim yaparken veya hizmet sağlarken etkileşirler. Yöneticiler de bu doğrultuda kendi çalışanlarının ihtiyaç ve değerlerini anlamaya çalışmaktadır (Hodgetts, 1999: 752)şeklinde yorumla çalışanı anlamaya vurgu yapmaktadır.

Kitapta belirtildiği üzere "*insanı hayretler içinde bırakan gelişmelerin en ilginç yanı ise artık hiç de hayret verici olmamaları ve insanı şoke eden yeniliklerin artık sıradan bir hal almasıdır. Bu sürecin benzer örneği Khan Akademi, Coursera, Udacity ile açıklanmıştır. İnternet çağının teknolojilerini açık bir iş modeli ile birleştirerek kökleşmiş yerleşik sistemlerden ciddi şekilde farklılaşmıştır. Teknolojide açık yapılar daha iyi bir eğitim ekosisteminin oluşmasını sağlayacaktır* (Schmidt ve Rosenberg, 2017:27).

3. GOOGLE'IN ÇALIŞMA STRATEJİSİ, İNOVASYON VE GİRİŞİMCİLİK (GOOGLE'S WORKING STRATEGY, INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP)

Bilgi sistemleri oluşturulurken tüm faktörler dikkate alınmalı, araştırma, güncel durum analizinden yatırımlarının geri dönüş oranına kadar tüm stratejik noktaları kapsamalıdır. Bu esnada genel örgüt stratejisiyle bilgi sisteminin destekleyeceği bilgi yönetim stratejisinin de uyumlu olmasına dikkat edilmelidir (Kurgun,2006: 289).

Güçlü (2003: 82)'ye göre stratejik yönetimin amacı, işletmelerin giderek daha değişken özellik kazanan çevresel koşullara uyumunun sağlanmasıdır. Stratejik yönetimle hedeflenen, işletmeleri çevresel değişkenlerle birlikte düşünmek ve yönetsel kararları olası çevresel değişimleri göz önüne alarak vermektir. Stratejik yönetimde önemli olan, geçmişteki başarıları tekrar etmek değil, beklenilmeyen durumların üstesinden gelmek ve çevre problemlerini halletmektir. Google kendi anlatımıyla*, "İnternet çağını şekillendiren teknoloji kaynaklı değişimler, bize çalıştığımız süreçte okullarda öğretilen ve dünya genelinde kabul edilmiş bazı stratejik temellerin yanlış olduğunu gösterdi"* diyerek, temel stratejilerini "*büyük sorunları alışılmamış şekillerde çözecek pazar araştırmasına değil, teknik bilgiye güven; gelire değil büyümeye göre kendini hazırla ve harika ürünlerin pazarı herkes için geliştirmesine izin ver"* şeklinde ifade etmişlerdir (Schmidt ve Rosenberg, 2017:89).

Google'a göre inovasyon*, hem üretim hem de uygulama süreçlerinin özgün ve kullanışlı olduğu durumlarda ortaya çıkar.* Bir şeyin inovatif olması için *yeni olduğu kadar şaşırtıcı ve kökünden kullanışlı* olması gerektiğini de düşünmektedirler (Schmidt ve Rosenberg, 2017:236).Bu açıdan yönetimde başarı, yöneticilerin inovatif teknolojilerden en üst seviyede faydalanmaları oranında

gerçekleşecektir. Bu doğrultuda işletmelerin, yetenekli gençlere odaklı olmak üzere eğitim sisteminin revize etmesi, çalışanlarını yeni yetkinliklere sahip olacak şekilde eğitmesi ve donatması gerekmektedir (Tekin ve Uslu, 2018: 119). Bu bağlamda Google, geliştirilebilir yetenekleri bilgiye dönüştürerek insan kaynakları süreçleri ile desteklemeyi ve öğrenen insanları işe almayı ilke edinmiştir.

Farklılıkları yönetmek bağlamına ‘’evet kültürü’’ ile literatürde yer alan farklılık yönetimine değişik bir bakış açısı getiren Google, bu kapsamda insan bilgisinin yönetimine gönderme yapmaktadır. Küreselleşmeyle birlikte örgütlerin demografik yapısının değişmesi, rekabetçi baskılar, yasalar ve davalar, çok uluslu işletmelerin artması, engellilerin, kadınların iş hayatına girmesi ve göçün yarattığı kültürel farklılıklar, farklılıkların yönetimi konusunu gündeme getirmiştir (Atasoy, 2012). İş hayatında, ticari, sosyal, politik, eğitsel her türden insan ilişkisinde farklılıkların önemini kavrayabilmeyi; farklılıkları, yok edilmesi gerekli olgular olarak değil de bir zenginlik olarak görebilmeyi; farklılıkları, değişme ve gelişmenin dinamikleri ve alternatifleri olarak kavrayabilmeyi gerektirir (Memduhoğlu, 2017:298).

4. ÜRETKEN AKILLARI YÖNETMEK (MANAGING PRODUCERS OF INTELLIGENCE)

Üretken akıl yönetimsel bağlamında tespitimiz «Günümüz rekabet koşullarında şirketler, teknik bilgiye, üretken enerjiye ,iş yapabilme becerisine ve tecrübeye sahip olan insanları (üretken akılları) bulmak, onları şirkete kazandırmak ve devamlılıklarını sağlamak zorundadır. Üretken akılların her gün işe gelmelerini ve iyi anlamda çalışmalarını sağlamanın, onların enerji ve etkileşimlerini en yüksek düzeye çıkarmanın başarıyı, başarının da parayı getireceğine inanılmaktadır» olup , yönetim gurusu Peter Drucker 1959 yılında ‘’bilgi işçileri’’ tanımlamasını kullanmış ve sonrasında kendi tabiri ile bugünün iş dünyasında düşünerek ve bilgi üreterek hayatını kazanan insanların kalitelisinin iş dünyasının verimliliğini ciddi anlamada artıracağına dair açıklamalarda bulunmuştur. Google ise bu terimi “*Günümüz çalışma ortamları 20. yüzyıla kıyasla oldukça farklıdır. Bugün hayatlarını düşünerek kazanan, işleri bilgi odaklı olan çalışanlar için bir terim var: Bilgi İşçileri. Bu kişiler geleneksel anlamda bilgi işçiliği yapmıyor, genellikle teknik bilgilerini, kurumsal zekalarını ve üretken benlikleriyle bütünleştiriyorlar. Kısacası, yepyeni bir türü, internet çağında başarının anahtarını taşıyan ‘üretken akılları’ temsil ediyor.”* diyerek yorumlamıştır (Schmidt ve Rosenberg, 2017: 32).

Üretken Akıllar;

Meraklıdır, her zaman sorgular, riski sever, başarısız olmaktan korkmaz çünkü her başarısızlıktan değerli bir şey çıkarabileceğini inanır.

Kendi kendini yönetir, ne yapılacağını söylenmesini beklemez.

Gösterilen yolu kendi insiyatifine göre bulabilir.

Analitiktir, verilerin karar vermesine izin verir ancak tüm gücü veriye bırakmaz.

Fikirleri verdiği mesaja göre değerlendirir kaynağına göre değil.

Detaylıdır, her zaman gerekli detayları harfiyen okuyabilir bunu ezberlediği için değil bildiği için yapar.

Konuşkandır, eğlencelidir ve çoğu zaman kendini doğal bir şekilde ifade eder.

. Üretken akıllara emir vermek, ne yapacaklarını söylemek oldukça zordur. Böyle bir durumda, çalışma şartları ne kadar iyi de olsa işi bırakıp gitme potansiyelleri vardır. Bundan dolayı Google, *"Her gün gelmek isteyecekleri bir ortam oluşturarak, üretken akılları kazanabilirsiniz, bunun yolu da kültürden geçmektedir"* diyerek kurum kültürünün önemine değinmiştir (Schmidt ve Rosenberg, 2017: 35).

Yeni yönetsel düşünce biçimi ile birlikte çalışanları güçlendirme, takım çalışmalarına önem verme, öğrenen organizasyon tarzını sürekli iyileştirme ve geliştirme, daha yaratıcı, daha yenilikçi bir örgüt biçimi ve yönetim tarzı gibi hususların öneminin arttığı görülmektedir (Eren, 2009: 139).

Buna paralel olarak Google'ın dikkat çeken kurum kültürlerinden birisi insanları izole edip statülerine göre ayırmadan, ofisleri kalabalık tutmalarıdır. Çünkü kalabalık ofislerde çalışanlar güçlü bir enerjiyle birbirleriyle sürekli etkileşim halinde bulunabilirler. Hızla gelişen teknoloji ile ürünlerin kullanım şekli de sürekli değişmektedir. Yöneticilerin bu hızlı değişimleri takip edebilmesi için mühendisten işçilere herkesle birlikte vakit geçirmesi gerekmektedir. Bir diğer kültürleri ise çalışanlara çeşitli imkanları sağlamada cömert olmalarıdır. Bunun en önemli nedeni ise insanların evleri yerine iş yerlerinde kalmalarını, dolayısıyla çok çalışmalarını sağlamaktır. Ayrıca en iyi çalışanlarına daha fazla sorumluluk yüklenmesi anlayışına sahiptirler.

4. ÖRGÜTLERDE İNSAN FAKTÖRÜ VE MOTİVASYON(HUMAN FACTOR AND MOTIVATION IN ORGANIZATIONS)

Bir diğer önemli bağlam olan bilgi ve motivasyon bağlamında , robot teknolojisi ve mobil cihazlar aracılığıyla dünyayı değiştirmeye aday şirketlerin yönetime katılım ve karar süreçlerinin çalışanların motivasyonları üzerindeki etkisi tespitimiz doğrultusunda Google'ın ''Çalışanlar, dinlenmiş zihinleri sayesinde ekip arkadaşları ile hararetli tartışmalara açık yepyeni fikirlerle geri dönebiliyorlar'(sf 52) şeklinde iken, literatürün ise ''Çağdaş yönetim düşüncesi, amaçların belirlenmesi ne çalışanların dahil edilmesinin en büyük motivasyon faktörü olduğuna işaret etmektedir'' şeklinde konuyu ele aldığı görülmektedir (Genç,2012:141). Nitekim kitapta Silikon Vadisi'nde çalışan personele fazladan imkanlar sunma geleneğinin 1960'lı yıllara dayandığı o dönemde bir arazi alınıp orası çalışanların ve ailelerinin dinlenip kamp yapabileceği bir alana dönüştürüldüğü anlatılmaktadır. Google'ın çalışanlarına verebildikleri kadar rahat bir çalışma ortamı verip herkesin aynı yolda gitmesini sağlamak için diyaloğu koparmamak dışında bir şey yapmadıklarından, bunu da o dönem Google ofislerini dolduran küçük mühendis ekipleri ile her cuma öğleden sonra düzenlenen, herkesin istediği konuyu açabildiği toplantılarda yaptıklarını vurguluyorlardı (Schmidt ve Rosenberg, 2017:20-21).

Google'ın açık inovasyon örneğinde olduğu gibi, alanla hiçbir ilgisi olmayan bir grup çalışanın hafta sonu tatil yapıp keyiflerine bakmak yerine sorumluluk alıp başkasının sorununu çözüme ulaştırmalarının arkasında kültürün gücünün yattığı vurgulanmaktadır. Google bunu "*Başarısız olsalar bile kimsenin onlara kızmayacağını biliyor, başarılarından dolayı da kıskanılmayacaklarını öngörebiliyorlardı.*" diyerek belirtmiş ve dolayısıyla yeni bir şirket kurarken dikkat edilmesi gereken en önemli şeyin kültür olduğu pek çok kez vurgulanmıştır ve bir kez yerleştiğinde de kültürü değiştirmenin güçlüğü belirtilmiştir (Schmidt ve Rosenberg, 2017:45).

Bu bağlamda işlerin kesinlikle evde değil ,iş yerinde yapılması gerektiğine inanan Google, çalışanlarının motivasyonlarına yönelik çok sayıda dinlenme alanı bulundurmaktadır. *Çalışanlar, gürültüye dayanamadıklarında kafelerin uzak köşeleri, mikro mutfaklar, küçük toplantı odaları,*

balkonlar ve ünlü uyku kapsülleri ile kendilerine gelebiliyor, masalarına döndüklerinde ise dinlenmiş zihinleri sayesinde ekip arkadaşları ile hararetli tartışmalara açık yepyeni fikirlerle geri dönüyorlar (Schmidt ve Rosenberg, 2017: 53).

SONUÇ

Özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden başlayarak etkisini hissettiren küreselleşme ile uluslararası rekabet, ulusal sınırların ortadan kalkması, haberleşme ve bilgi işleme teknolojisindeki değişmeler yönetim ve organizasyonda yeni görüşlerin ileri sürülmesine yol açmıştır. Ayrıca bilgi odaklı ürün ve hizmetlerin artarak ön plana çıkmasına neden olmuştur. Piyasadaki hızlı değişim ve gelişime bağlı olarak giderek karmaşıklaşan iş faaliyetleri, yönetim şekillerinde de değişikliği zorunlu kılmış olup çağdaş yönetim çerçevesinde bilgi temelli yönetim anlayışını ortaya çıkarmıştır. Günlük hayatta teknolojik anlamda en çok başvurulan şirketlerden biri olan Google, bugün dünyada bilgi üretimi ve paylaşımında, bilginin küreselleşmesinde ve sınıflandırılmasında önemli bir yere sahiptir.

Google'ın oluşturduğu değerler ve şirket kültürü ile dünya lideri bir kuruma nasıl dönüştüğünü anlatan kitapta; strateji, yetenek yönetimi, karar mekanizmaları, iletişim, inovasyon gibi konular yepyeni yaklaşımlar çerçevesinde sunulmuştur. Dünya ekonomisinin belkemiği haline gelen, internet trafiğinin %82 sini yöneten bir şirketin, aynı zamanda bir yandan renkli ofisleri ile üretkenliği tepe noktasına çıkarmayı hedeflerken diğer yandan robot teknolojisi ve mobil cihazlar üzerinden dünyayı değiştirmeye aday bir şirket olma hedefi için yönetimde teknoloji ile bilgiyi kullanmak ve çalışanların motivasyonlarını sağlamak temel ilkeleri olmuştur.

Google, çalıştığı işte kullandığı araçlara dair geniş bir bilgi birikimi ile kendi alanında önemli miktarda pratik deneyime sahip olan yetenekleri *'üretken akıl'* olarak nitelendirmektedir. Üretken akılların her gün işe gelmelerini ve iyi anlamda çalışmalarını sağlamanın, onların enerji ve etkileşimlerini en yüksek düzeye çıkarmanın başarıyı, başarının da parayı getireceğine inanmaktadır.

Google'ın oluşturduğu değerler ve şirket kültürü ile dünya lideri bir kuruma nasıl dönüştüğünü anlatan kitapta; Bilginin paylaşılması, motivasyon; yenilik yönetimi, yenilikçi yetenek ve Sinerjik Çalışma ortamı ile üretken akılların yönetimi gibi konular çağdaş yönetim düşüncesi kavramları çerçevesinde sunulmuştur.

Bilgi ve teknoloji devi kurumun nasıl yönetildiğini anlatan kitap şu cümle ile sona ermektedir: *"Belki elinde bu kitabın bir kopyası var ve bizim sayemizde kurduğu şirket nihayetinde Google'ı geride bırakacak akıl almaz gibi geliyor değil mi, unutmayın hiçbir şirket sonsuza kadar kazanmaya devam edemez, son kaçınılmazdır. Kimileri bundan korkarken biz ilham alıyoruz* (Schmidt ve Rosenberg, 2017: 297).

KAYNAKLAR

ATASOY, Z. (2012).Farklılıkların Yönetimi: Üniversite Öğrencilerinin Ayrımcılık Algısının Öğrenci Başarı Düzeyine Etkisi Üzerine Bir Araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı ; 1.

EREN E. (2009). Yönetim ve Organizasyon Çağdaş Ve Küresel Yaklaşımlar, İstanbul: Betayayınları, 129; 158.

GENÇ N. (2012). Yönetim Organizasyon Çağdaş Sistemler Ve Yaklaşımlar. Ankara:Seçkin Yayınevi,141; 59-65.

HODGETTS, R. M. (1999). Yönetim Teori Süreç Ve Uygulama,Çev: Çetin C. Mutlu, İstanbul: Beta Yayınları İkinci basım, 772;752.

KAYGUSUZ, S.Y. , ÇELİKÇAPA F. O. (2010). Teknoloji Yönetimi, Bursa: Dora Yayınları, 47-48; 119; 131.

KURGUN, O. A. (2006). Bilgi yönetim sistemlerinin yapılandırılması. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,8(1), 274-291.

MEMDUHOĞLU H.B., YILMAZ K. (2010). Yönetimde yeni yaklaşımlar.Ankara:Pegem Akademi, 1- 7

NAİR, G. (2018).Bilişim kültürünün toplum üzerinde etkisi ve yeni insan tipinin doğuşu, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 42(1), 39-53.

PORTER, M. E. (2000). Location, competition, andeconomicdevelopment: Localclusters in a globaleconomy. EconomicDevelopmentQuarterly, 14(1), 15-34.

RAJAPATHİRANA, R. J.&HUİ, Y. (2018). Relationshipbetweeninnovationcapability, innovationtype, andfirmperformance. Journal of Innovation& Knowledge, 3(1), 44-55.

SCHMİT, E. VEROSENBERG, J. Çev: Cem Özdemir (2017). Google Nasıl Yönetiliyor?,İstanbul: Timaş Yayınları,1-319.

TEKİN, Z. VE USLU F. (2018).İşletmelerde zaman yönetimi: endüstri 4.0 ile ölü zamanı sıfırlamak, VI. Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi Tam Metin Kitabı, Ankara, 116-119.

ZERENLER, M., TÜRKER, N., ŞAHİN, E. (2007). Küresel teknoloji, araştırma-geliştirme (ar-ge) ve yenilik ilişkisi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(17), 653-667.

İnternet kaynakları

www.endustri40.com,ET:02.01.2019

www. blog.codevist.com, E.T. 15.01.2019

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bist Yıldız Pazardaki İmalat Şirketlerinin Finansal Performanslarının Topsis İle Analizi

Full Text / Tam Metin

Dr. Öğr. Üyesi Eser YEŞİLDAĞ [1], **Halil AKGÜL** [2]

Özet

Giriş*: Rekabetin her geçen gün daha çok arttığı günümüz dünyasında şirketlerin sergilemiş olduğu performanslar çok önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de faaliyetlerini sürdüren BIST yıldız pazardaki imalat şirketlerinin finansal performanslarının belirlenen finansal oranlar yardımıyla TOPSIS ile analiz etmektir. Bu amaçla, 68 imalat işletmesinin 2015-2017 yılları arasındaki döneme ilişkin yıllık veriler kullanılarak 5 temel başlık altında 20 farklı oran hesaplanmıştır. Çok Kriterli Karar Verme modellerinden yaygın olarak kullanılan TOPSIS modelinin ele alındığı bu çalışmanın sonuçlarına göre, TOPSIS metodu ile şirket performansları sıralanmış ve 2015 yılında GUBRF, 2016 yılında KORDS, 2017 yılında AEFES en iyi performansı gösteren şirketler olduğu tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Temel Analiz, Yıldız Pazar, TOPSIS, İmalat Sektörü*

Analysis Of Financial Performances Of Manufacturing Companies In Bist Yıldız Market With Topsis

Abstract

Introduction: *In today's world where competition is increasing day by day, the performances of companies are very important. The purpose of this study, which operates in Turkey BIST Star Market, is to analyze the financial performance of the manufacturing company with TOPSIS. For this purpose, 20 different ratios are calculated under 5 main headings by using the annual data for the period between 2015-2017 of 68 manufacturing companies. According to the results of this study, company performances were listed with TOPSIS method, GUBRF in 2015, KORDS in 2016 and AEFES in 2017 were found to be the best performing companies.*

Keywords— *Basic Analysis, Star Market, TOPSIS, Manufacturing Sector*

JEL Classification Codes: *G23, G32*

1. GİRİŞ

Yatırımcılar tasarruf yaparak gelirlerini ve servetlerini arttırmak isterler. Bu amaca ulaşmak için yatırımcıların cazip olarak gördükleri piyasalardan birisi de hisse senedi piyasalarıdır. Yatırımcıların hisse senedi yatırımında bulunmadan önce hisse senedinin iyi bir yatırım aracı olup olmadığını anlamak için temel analiz ve teknik analiz yapmaları menfaatlerine olabilir.

[1] Uşak Üniversitesi, UBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, eser.yesildag@usak.edu.tr
2 Uşak Üniversitesi, UBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, halilakgul015@gmail.com

Bu çalışmada BİST yıldız pazarda yer alan imalat sektörü şirketlerinin performansları ölçülmüştür. Bunun için şirketlerin oran analizleri 5 başlık altında (Likidite, Finansal Yapı, Kârlılık, Devir Hızları, Borsa Performans) yapılmış ve toplam 20 oran hesaplanmıştır.

Elde edilen finansal oranlar Çok Kriterli Karar Verme Modellerinden TOPSIS aracılığıyla analize tabi tutulmuş ve şirketler finansal performanslarına göre sıralanmışlardır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Finansal performans analizlerinde Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden TOPSIS yöntemi kullanılarak bugüne kadar yapılmış birçok çalışma literatürde mevcuttur. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

Dumanoğlu ve Ergül (2010) çalışmasında, İMKB'de işlem gören 11 teknoloji şirketinin mali performansları ölçülmüştür. 2006-2009 arası 4 dönem için yapılan bu çalışmada, şirket performanslarını belirlemek için mali tablolardan elde edilen finansal oranlar kullanılmıştır. Şirket performansları TOPSIS yöntemi ile sıralanmış ve elde edilen sonuçlar arasında karşılaştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda en başarılı mali performans gösteren teknoloji şirketi 2006, 2007, 2008 dönemlerinde ARENA, 2009 döneminde PKART olmuştur.

Akyüz, Bozdoğan ve Hantekin (2011) çalışmalarında, İMKB'de 1999-2008 yılları arasında işlem gören ve seramik sektöründe faaliyet gösteren bir Anonim Şirketin performansını değerlendirmişlerdir. Çalışmada TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. İşletmenin en başarılı olduğu yılın 2005 yılı olduğu, buna karşın finansal performansın en düşük olduğu yılın ise 2003 yılı olduğu görülmüştür.

Ege, Topaloğlu ve Özyamanoğlu (2013)'da BİST'te faaliyet gösteren 18 şirketin 2009-2011 dönemlerine ait mali tablolarını incelemişlerdir. Çalışmalarında 9 kriter ele alınmış ve TOPSIS kullanılarak şirketler performansına göre sıralanmıştır. Çalışmada elde edilen performans sonuçları kurumsal yönetim notları kapsamında değerlendirerek analiz edilmiştir. Analiz sonucunda şirketlerin finansal performanslarının kurumsal yönetim notları ile negatif yönde hareket ettiği ve şirketlerin kurumsal yönetim kalitelerinin finansal performanslarına tam olarak yansımadığı savunulmuştur.

Ergül, Nuray (2014) çalışmada, BİST turizm sektöründe işlem gören şirketlerin finansal performansları ELECTRE ve TOPSIS yöntemleri kullanılarak test edilmiştir. 2005-2012 dönemleri arasındaki mali tabloları konu alan çalışma, ELECTRE ve TOPSIS yöntemlerinin karar vermeyi sağlayan başarılı yöntemler olduğunu savunmuştur.

Akgün ve Soy Temür (2016) çalışmalarında, BİST ulaştırma endeksinde işlem gören 2 havayolu taşımacılığı şirketinin 2010-2015 yılları arasında finansal performanslarını değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler TOPSIS uygulanarak şirket performansları tek bir puana çevrilmiştir. Elde edilen sonuçlar arasında karşılaştırma yapılmıştır. Sonuçlara göre en yüksek finansal performans göstergesinin 2012 yılında THY'ye ait olduğu savunulmuştur.

Orçun, Eren (2017) çalışmalarında, Borsa İstanbul (BİST) işlem gören teknoloji şirketlerinin mali performansları 2010-2015 dönemleri baz alınarak analiz edilmiştir. Çalışmada Çok Kriterli Karar Verme Modellerinden TOPSIS kullanılmıştır. Analiz sonucunda en başarılı şirketler sırasıyla, ASELS, LINK, ARMDA, LINK, INDES ve DGATE şeklinde sıralanmıştır.

3.YÖNTEM

Çalışmada uzun yıllardan beri performans değerlemesinde yaygınca kullanılan yöntemlerden bir olan TOPSIS yöntemi ele alınmıştır. Literatür taramasında da görüleceği üzere ÇKKV tekniklerinden olan TOPSIS modeli araştırmacılar tarafından en çok kullanılan yöntemlerin başında gelmektedir. Çalışmada, ÇKKV modellerinden TOPSIS modeli temel analiz/sıralama modeli olarak analizlerde kullanılmıştır.

4.ANALİZ

Çalışmanın veri seti 2015-2017 yılları arasında Türkiye'de faaliyetlerini sürdüren BIST yıldız pazardaki 68 imalat şirketinin belirlenen finansal oranlarını kapsamaktadır. Bu şirketler; Adana Çimento Sanayii T.A Ş, Adel Kalamcilik Ticaretve Sanayii A.Ş., Afyon Çimento Sanayii T.A.Ş., Aksa Akrilik Kimya A.Ş., Alarko Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş, Alkim Alkali Kimya A.Ş., Anadolu Cam Sanayii A.Ş., Anadolu Efes Biracılık Ve Malt Sanayii A.Ş., Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi Ve Ticaret A.Ş, Arçelik A.Ş., Aygaz A.Ş., Bagfas Bandırma Gübre Fabrikaları A.Ş., Banvit Bandırma Vitaminli Yem Sanayii A.Ş., Batı Söke Çimento T.A.Ş., Batıçim Batı Anadolu Çimento Sanayii A.Ş., Bolu Çimento Sanayii A.Ş., Brisa Bridgestone Sabancı Lastik Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Brisa Bridgestone Sabancı Lastik Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Bursa Çimento Fabrikaları A.Ş., Cemaş Döküm Sanayii A.Ş., Cimsa Çimanto Sanayii Ve Ticaret A.Ş., CocoCola İcecek A.Ş., Çemtaş Çelik Makina Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Deva Holding A.Ş., Doğtaş Kelebek Mobilya Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Ege Endüstri Ve Ticaret A.Ş., Ege Gübre Sanayii A.Ş., Erbosan Erciyes Boru Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Ereğli Demir Ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş., Ford Otomotiv A.Ş., Gentaş Genel Metal Ve Sanayii Ticaret A.Ş., Gersan Elektirik Ticaret Ve Sanayii A.Ş., Goodyear Lastikleri A.Ş., Göltaş Göller Bölgesi Çimento Ticaret Ve Sanayii A.Ş., Gübre Fabrikları T.A.Ş., Hektaş Ticaret T.A.Ş., Hürriyet Gazetecilik Ve Matmaacılık A.Ş., İzmir Demir Çelik Sanayii A.Ş., Kardemir Karabük Demir Çelik Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Karsan Otomotiv Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Kartonsan Karton Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Katmerciler Araç Üstü Ekipman Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Kerevitaş Gıda Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Konya Çimento Sanayii A.Ş., Kordsa Teknik Tekstil A.Ş., Mardin Çimento Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Menderes Tekstil Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Nuh Çimento Sanayii A.Ş., Otokar Otomotiv Ve Savunma Sanayii A.Ş., Parsan Makina Parçaları Sanayii A.Ş., Petkim Petrokimya Holding A.Ş., Pınar Su Sanayiive Ticaret A.Ş., Pınar Süt Mamülleri Sanayii A.Ş., Sarkuysan Elektralik Bakır Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Sasa Polyester Sanayii A.Ş., Soda Sanayii A.Ş., Tat Gıda Sanayii A.Ş., Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş., Trakya Cam Sanayii A.Ş., tümosan motor ve traktör sanayii A.Ş., tüpraş türkiye petrol rafinerileri A.Ş., türk traktörleri ve ziraat makineleri A.Ş., Türk Tuborg Bira Ve Malt Sanayii A.Ş., Ulusoy Elektirik İmalat Taahhatüt Ve Ticaret A.Ş., Ülker Büsküvi Sanayii A.Ş., Vestel Beyaz Eşya Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Vestel Elektronik Sanayii Ve Ticaret A.Ş., Yataş Yatak Ve Yorgan Sanayii Ve Ticaret A.Ş. şirketidir.

Genel olarak 5 ana başlık (Likidite, Finansal Yapı, Devir Hızları, Kârlılık ve Borsa performans oranları) altında toplam 20 finansal orandan faydalanılmıştır.

5.BULGULAR

Bu çalışmada BİST Yıldız Pazardaki İmalat şirketlerinin şirket performansları incelenmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, TOPSIS metodu ile şirket performansları araştırılmış ve 2015 yılında GUBRF, 2016 yılında KORDS, 2017 yılında AEFES şirketlerinin en iyi performansı gösteren şirketler olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada ayrıca, şirketler 9 farklı sektöre (Gıda İçki ve Tütün, Orman Ürünleri ve Mobilya, Kağıt ve Kağıt Ürünleri Basım ve Yayın, Metal eşya, Makine ve Gereç Yapım, Dokuma Giyim Eşyası ve Deri, Kimya Petrol Kauçuk ve Plastik Ürünler, Taş ve Toprağa Dayalı, Metal Ana Sanayi, Diğer İmalat Sanayii) ayrılmıştır.

TOPSIS kullanılarak yapılan sıralaması sonucu Gıda İçki ve Tütün sektöründe 2015 yılında CCOLA, 2016 yılında TATGD, 2017 yılında AEFES birinci, Orman Ürünleri ve Mobilya sektöründe 2015 yılında DGKLB, 2016 yılında DGKLB, 2017 yılında DGKLB birinci, Kağıt ve Kağıt Ürünleri sektöründe 2015 yılında HURGZ, 2016 yılında HURGZ, 2017 yılında HURGZ birinci olmuştur.

Dokuma Giyim Eşyası ve Deri sektöründe 2015 yılında YATAS, 2016 yılında KORDS, 2017 yılında MNDRS birinci, Kimya Petrol Kauçuk ve Plastik Ürünler sektöründe 2015 yılında GUBRF, 2016 yılında SODA, 2017 yılında ALKIM'in finansal açıdan en iyi şirketler olduğu tespit edilmiştir.

Taş ve Toprağa Dayalı sektörde 2015 yılında BSOKE, 2016 yılında BUCIM, 2017 yılında ADNAC'ın, Metal Ana Sanayi, Diğer İmalat Sanayi sektöründe 2015 yılında CEMAS, 2016 yılında ERBOS, 2017 yılında KRDMA ve diğer İmalat Sanayii sektöründe 2015 yılında ADEL, 2016 yılında ADEL, 2017 yılında ADEL'in en iyi finansal performansı gösterdiği görülmüştür.

SONUÇ

Rekabet şirketler açısından en önemli kavramlardan biri haline gelmiş ve rekabette başarı sağlamış şirketler ise yatırımcılar tarafından tercih edilme nedeni olmuştur. Şirketlerin yatırımcılar açısından tercih edilme nedenlerinden birisi finansal olarak iyi bir yapı sergilemektir.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de faaliyetlerini sürdüren BIST yıldız pazardaki imalat şirketlerinin finansal performanslarının belirlenen finansal oranlar yardımıyla TOPSIS ile analiz etmektir. Bu amaçla, 68 imalat işletmesinin 2015-2017 yılları arasındaki döneme ilişkin yıllık veriler kullanılarak 5 temel başlık altında 20 farklı oran hesaplanmıştır.

Çok Kriterli Karar Verme modellerinden yaygın olarak kullanılan TOPSIS modelinin ele alındığı bu çalışmanın sonuçlarına göre, TOPSIS metodu ile şirket performansları sıralanmış ve 2015 yılında GUBRF, 2016 yılında KORDS, 2017 yılında AEFES en iyi performansı gösteren şirketler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Sektörler açısından bakıldığında, CCOLA, TATGD, AEFES, DGKLB, HURGZ, YATAS, KORDS, MNDRS GUBRF, SODA, ALKIM, BSOKE, BUCIM, ADNAC, CEMAS, ERBOS, KRDMA ve ADEL gibi şirketlerin sektörler bazında yıllar itibariyle en iyi performansları sergiledikleri görüşmüştür.

Sonuç olarak, yatırımcılar açısından, finansal açıdan iyi performans gösteren şirketleri tercih etmesi nedeniyle, bu çalışma faydalı olabilir. Ayrıca, bu çalışma, daha sonra Yıldız Pazar dışındaki hisselerin performans analizlerinin araştırılmasına öncülük edebilir.

KAYNAKÇA

Akgün, Melek ve Soy Temur, Ayşe (2016), BİST Ulaştırma Endeksine Kayıtlı Şirketlerin Finansal Performanslarının TOPSIS Yöntemi ile Değerlendirilmesi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi (ICAFR 16)*, Özel Sayısı.

Ceylan, Ayşe (2018), Şirketlerin TOPSIS Yöntemiyle Finansal Performans Değerlendirmesi BİST 30 Üzerinde Uygulama, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Demireli, Erhan (2010), TOPSIS Çok Kriterli Karar Verme Sistemi: Türkiye'deki Kamu Bankaları Üzerine Bir Uygulama, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 5(1), 101-112.*

Dumanoğlu, Sezayi ve Ergül, Nuray (2010), İMKB'de İşlem Gören Teknoloji Şirketlerinin Mali Performans Ölçümü' *Muhasebe ve Finansman Dergisi Sayı:48 ss.101-111*

Ege, İlhan, Topaloğlu, Emre Esat ve Özyamanoğlu, Murat (2013), Finansal Performans ile Kurumsal Yönetim Notları Arasındaki İlişki: BİST Üzerinde Bir Uygulama, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, Sayı:9.

Ergül, Nuray (2014), BİST – Turizm Sektöründeki Şirketlerin Finansal Performans Analizi' *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* Cilt:4 Sayı:1 ss.325-340.

Kamuyu Aydınlatma Platformu İnternet sayfası, www.kap.gov.tr (20.02.2019).

Orçun, Çağatay ve Eren B. Selman (2017), TOPSIS Yöntemi ile Finansal Performans Değerlendirilmesi: XUTEK Üzerinde Bir Uygulama, *Muhasebe ve Finansman Dergisi S:75 ss. 139-154.*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Sürdürülebilir Kentsel Yeşil Yollar; Eğirdir (Isparta) Örneğinde Bir İrdeleme

Full Text / Tam Metin

Seriyye REHİMBEYLİ [1], Erkan POLAT[2],

Özet

Yoksulluk, kalabalıklık, salgın ve ölüm korkularının bulunduğu Sanayi Devrimi kentleri artık çok eskilerde kalmış gibi görünse de bugün, günümüz kentlerinin baş etmekle zorlandığı benzer sorunlar var. 90' lı yıllardan bugüne ise işlevini yitirmiş kullanımlar, aşırı yayılmış ve merkezsizleşmiş/desentraliza kentsel yapılar, yoğun nüfus artışı ve dengesiz kentleşme, tarımsal ve doğal alanların ile kentsel yeşil alanların tahribi, yok oluşu ve oldukça uzayacak bir listeye sahip olan kentlerle karşı karşıyayız. Uzun süredir bu türden sorunları ortadan kaldıracak farklı mücadele yöntemleri geliştirilmiştir. Günümüz kentlerinde açık alanların yitirilmemesi, ekolojik dengenin korunabilmesi, yaşanabilir ve sürdürülebilir çevreler oluşturulması amacıyla yeşil yol planlamasına yönelik çalışmalar bunlardan sayılabilir. Yeşil yollar, çevre kalitesini yükseltmek ve açık yeşil alanlarda rekreasyon için seçenekler sunabilmek amacıyla korunmuş çizgisel ve ağsal koridorlardır. Sadece kent merkezini ve periferini değil, tarihi kültürel alanları ve kentleri de birbirine bağlayan bir "korunan açık alan koridoru"dur. Bu çalışmada, Eğirdir kentinin de bulunduğu Eğirdir Gölü ve çevresi ele alınarak ekolojik sistemler, tahrip olan doğal yüzeyler, ve yeşil yol kapsamında iyileştirilecek müdahale alanları belirlenecektir. Çalışmada imar planları, alana ait fotoğraflar ve literatür bilgileri kullanılaraktır. Çalışmanın sonuç kısmında doğal, kentsel, tarihi ve kültürel kaynakların da korunacağı rekreasyonel kullanım alanları önerilecektir.

Anahtar Kelimeler— *Yeşil yollar, sürdürülebilirlik, açık-yeşil alanlar, rekreasyon, yaşam kalitesi.*

SUSTAINABLE URBAN GREENWAYS; AN INVESTIGATION ON EĞİRDİR (ISPARTA)

Although the cities of the Industrial Revolution, where the fear of poverty, crowds, epidemics and death areseems to have remained it seems to be a thing of the past, there are similar problems today's cities are struggling to cope with. Since the 1990s, we have faced with useless uses, over-dispersed and decentralized urban areas, dense population growth and unbalanced urbanization, destruction of agricultural and natural areas, urban green areas, extinction and a list that will be quite extended. Different struggle methods have been developed to eliminate such problems for a long time. In today's cities, there are some activities for planning greenways in order to prevent the loss of open areas, to maintain ecological balance, and to create livable and sustainable environments. Greenways are linear and networked corridors designed to improve the quality of the environment and provide options for recreation in open green spaces. It is a "protected open space corridor' wich connects not only the city center and its periphery, but also the historical cultural areas and cities. In this study, it will be examined by looking at Egirdir Lake and its environs, where the city of Egirdir is located, ecological systems, destructive natural surfaces, and intervention areas to be improved within the scope of green

[1] Seriyye REHİMBEYLİ, Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü/TÜRKİYE seriyyerehimbeyli@sdu.edu.tr
2 Prof.Dr.Erkan POLAT, Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü/TÜRKİYE, erkanpolat@sdu.edu.tr

roads. In study will be used, development plans, area photographs, and literature information. In the result of study the areas where will be protected natural, urban, historical and cultural resources will be proposed.

Keywords- Greenways, sustainability, green areas, recreation, quality of life.

JEL Classification Codes: *M31, M39*

1. GİRİŞ

Doğal, kültürel ve rekreasyonel alanların korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve dengeli kullanımı için, kentsel ve kırsal alanlarda yeşil alanları planlarken birçok bölgesel yaklaşım gerekmektedir. Yeşil alanların planlanması konusunda yapılan daha önceki çalışmalar, yönetimler arası koordinasyon, bölgesel yöneti(şi)m eksiklikleri ve finansman ile yeşil yollarla ilgili kamusal algı oluşturmak üzere dört ana zorluk olduğunu göstermektedir (Ryan vd. 2006).

Doğa koruma, uygun rekreasyonel kullanımların geliştirilmesi ve değerli tarihi / kültürel kaynakların korunması ve restorasyonudur. Yeşil yol planlama ise her ölçekte ve farklı planlama düzeylerindeki çok amaçlı yeşil yol koridorlarının bir planlama aracı olarak, yerelde belediyelere ve oradan bölgelere hatta ulusal seviyelere kadar değişmektedir (Fabos, 2004).

Yeşil alanın doğrusal koridorları olan yeşil yollar, bir bölgedeki toplulukları bağdaştırma ve önemli tarihi, kültürel, kentsel, ekolojik ve rekreasyonel kaynakları koruma yeteneğine sahiptir (Ryan vd. 2006; F´abos, 1995). Bunun yansıra, yeşil yolların doğayı ve doğal peyzajları koruyarak takip etme eğilimleri, yapım ve yönetimlerindeki önemi de gözler önüne sermektedir.

Çevre koruma ya da tek hedefli kentsel rekreasyon alanların planlanması dışında, yeşil yollar toplumun istek ve taleplerinin karşılanmasında kaynakları yok eden değil sürdürülebilir olmasını sağlayan çok amaçlı bir süreçtir. Bunun dışında ulaşım, kenti güzelleştirme, kültürel ve tarihi çevrelerin toplumla bağlantısını kurma, artan mülk değeri, doğal tamponlar, taşkın koruma, yaban hayatı ve habitatları koruma gibi avantajlar da sunmaktadır. Bugün yeşil yollar dünya çapında kabul edilen bir akımdır ve özellikle Amerika' da tasarım ve planlama faaliyetleri arasında en hızlı yayılan çözümlemedir.

Yeşil Yol Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Son on yılda yapılan çalışmalar yeşil yol hareketinin babası olarak Frederic Law Olmsted' i gösteriyor. İlk ve en önemli çalışması Zümrüt Gerdanlık (Emerald Necklace) olarak da bilinen Boston Park Sistemi'dir. Bu park sistemi Franklin Park'ı, Arnold Arberatumu ve Jamaika Park'ı ile Boston Parkını birbirine bağlayan 25 km uzunluğundaki bir alanda konumlanmıştır. 1900'lerin başlarında ise buna benzer çalışmalarla en dikkat çeken Henry Wright, Charles Eliot II ve Olmsted kardeşler olarak bilinen peyzaj mimarlarıdır. Yapmış oldukları planlar ve çalışmalarının çoğunluğu bugün yeşil yol planlaması olarak kabul edilmektedir. 1960-1970'lere gelindiğinde ise Lewis, 220 doğal ve kültürel kaynak belirlenen 'çevre koridorları' adını verdiği çalışmasıyla yeşil yol planlamalarına farklı bir boyut kazandırmıştır. Daha sonra bu çevre koridoru konsepti çevreye duyarlı alanlar ve nehir koridorlarını korumaya odaklı ülkesel bazda büyük yeşil yol/ yeşil alan sistemlerini planlama çalışmalarında kullanılmıştır. 1969 yılında Ian McHarg'ın yazdığı 'Doğa ile Tasarım' kitabında yer alan plan çalışması yeşil alan/ yeşil yol sistemlerinin planlanmasında farklı bir perspektif sunmuştur. Massachusetts Üniversitesi 1970 yılında Ervin Zube'nin öncüllük ettiği hızlı büyüyen metropol peyzajlarını odak

noktası alarak, her türlü gelişim ve arazi kullanım olanaklarını inceleyen METLAND adı altında bir araştırma başlatmıştır. Sonuçları Ian MacHarg'ın çalışma ekibininkine çok benzese de aradaki en büyük fark Metland grubunun 'peyzaj yaklaşımı' değil daha çok 'parametrik yaklaşım' üzerine dayanmasıydı. Ancak bu araştırmanın en önemli yönü arazi kullanımına karar vermede peyzaj mimarlarına araçlar sağlamasıdır da (Fabos, 2004).

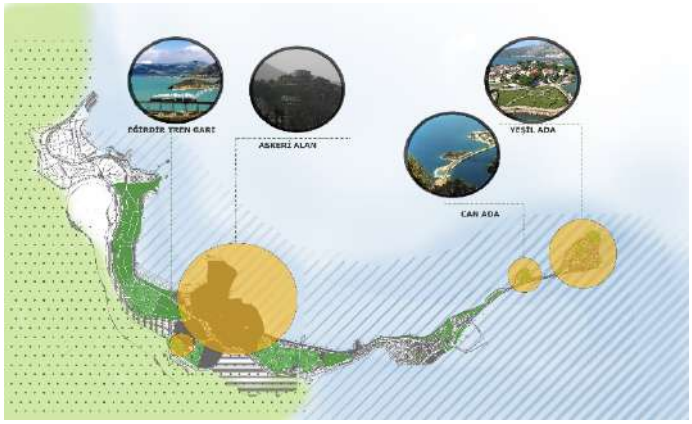
1980'lerde yeşil yol akımına olumlu katkısı olan iki olay daha olmuştur. Bunlardan biri ABD Başkanı'nın Amerikan Dış Mekan Raporu'nda belirtmiş olduğu öneri bir diğeri ise Charles Little' ın on altı yeşil yol projesinin kısa özetlerinin derlendiği ve genel bir yeşil yol perspektifinin sunulduğu 'Amerika için Yeşil Yollar' kitabıdır (Fabos, 2004).

1980'lerde yeşil yollar kavramının kullanılmasından bu yana uluslararası / ulusal, bölgesel ve yerel yeşil alan konferanslarında bildirilen binlerce proje tarafından değerlendirilmektedir. Yakın zamanlarda yapılan çalışmalar 1999-2000 yılları arasında Massachusetts Üniversitesi'nde hazırlanmış olan iki yeşil yol planıyla özetlenebilir. Bunlardan ilki Amerikan Peyzaj mimarları derneği için 1999 da Boston'da hazırlanmış olan Yeni İngiltere Yeşil Yol Vizyon Planıydı. İkinci yeşil yol planı ise ABD için yapılan Peyzaj Mimarlığı Dergisi'nde Ulusal Planı yayınlayan Warren Manning'in (1923) eski çalışmalarını güncelleme çabasıydı (Fabos, 2004).

ÇALIŞMA ALANININ BELİRLENMESİ VE ÖZELLİKLERİ

Ülkemizde son yıllarda özellikle ekonomik gelişme ile kentlerdeki ekolojik denge arasında bir dizi sorunların ortaya çıktığı söylenebilir. Gelişimi ve korumayı dengeli yürütebilecek mekanizma sunan yeşil yollar vejetatif bir lineer alan oluşturmaktadır. Aynı zamanda kentin rekreasyon ihtiyacını sağlama, çevreyi koruma, tarihi ve kültürel kaynakları koruma gibi gereksinimleri de karşılayan kaynaklardır.

Çalışma alanı olan Eğirdir, Akdeniz Bölgesinin Kuzeyinde bulunan Isparta'nın ilçelerinden biri olup, adını taşıyan gölün kıyısında yer almaktadır. Isparta'nın doğusunda yer alan Eğirdir 1840 km² araziye sahip olup, Isparta'ya 34 km mesafededir. 'Göller Bölgesi'nde yer alıyor olması doğal kaynaklar bakımından zengin bir varyasyona sahip olmasına katkı sağlar. Her mevsim renk değiştiren Eğirdir Gölü Kasnak Meşesi ormanları, Kovada Milli Parkı, Sığla Ormanları bu doğal alanlardan birkaçıdır. Türk Silahlı Kuvvetlerinin Dağ Komando Okulu, Kemik Hastalıkları Hastanesi, Eğirdir Halkı tarafından Atatürk'e verilen Can ada gibi birçok kültürel kaynakları da sayılabilir. M.Ö. 560-547 yılları arasında Lidyalılar tarafından kurulduğu, ilk Türk yerleşimlerinin ise 1071'den sonra yerleştiği düşünülen Eğirdir'de tarihini ve kültürünü yansıtan yapıları, sivil mimari örneklerini günümüzde halen görmek mümkündür. Eğirdir'in Doğu'sunda yer alan Yeşil Ada'da 1975 yılında 90 adet Taşınmaz Kültür varlıkları tespit edilmiş, Can Ada da dâhil olmak üzere Doğal Sit Alanı ilan edilmiştir. Günümüzde ise Yeşil Ada'da Taşınmaz Kültür Varlıklarının sayısı 11'dir.

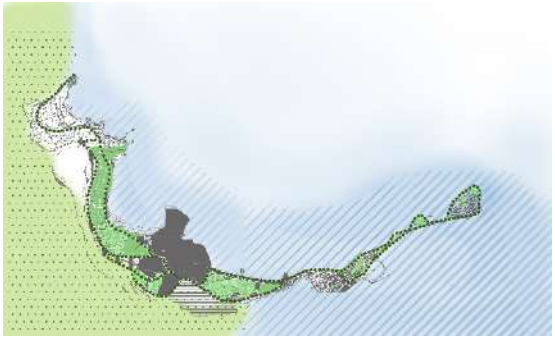


Şekil 1. Doğal ve Kültürel Değerlere Sahip Potansiyel Alanlar.

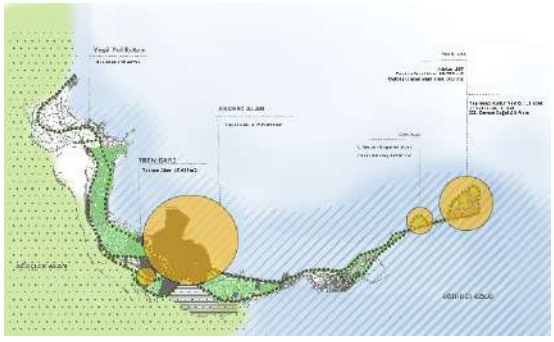
Eğirdir İlçesi genel olarak incelendiğinde, ulaşım kolaylığı ve erişilebilirlik, farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış tarihi, alternatif turizm türlerinin pek çoğunu bünyesinde barındırması, yöre halkının misafirperver ve yöresel değerleri devam ettirmesi gibi potansiyeller ön plana çıkmaktadır. Eğirdir İlçesi sahip olduğu bu doğal, tarihi ve kültürel değerler sayesinde 2017 yılında Sakin Şehir (cittaslow) ilan edilmiştir. Bu durumun kırsal kalkınmaya, turizm potansiyeline ve yöre halkına önemli katkılar sağlayacağı da düşünülmektedir.

YEŞİL YOL GÜZERGAHLARININ BELİRLENMESİ

Turizm potansiyeli ve kültürel çeşitliliğin yanında doğal ekosistemlerin zarar görmemesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması oldukça önemlilik arz etmektedir. Eğirdir'de terkedilmiş, atıl kalmış alanlar, eski demiryolları, harabeye dönüşmüş konutlar, yer yer bakımsız kalan kıyı şeridi ve topluma geri kazandırılmayı bekleyen birçok potansiyel alanlar mevcuttur. Kentin nefes almasını sağlayan yeşil alanlar korunmakla birlikte yöre insanlarının ve ziyaretçilerin kullanımına uygun bir hale getirilmeli, özel ihtiyaçları olan (engelli, yaşlı, vb.) kullanıcıların da kolaylıkla erişebileceği rekreasyonel, ekolojik, tarihi, kültürel vb. alanların oluşturulması gerekmektedir.



Şekil 2. Yeşil Yol Güzergahı (Ana ve alternatif güzergah)



Şekil 3. Yeşil yol güzergahı ve potansiyel alanlar

Çizgisel ve ağsal biçimde planlanan yeşil yollar, yürüyüş, bisiklet kullanımı ve benzer rekreatif eylemlere olanak sağlayan, aynı zamanda yaban hayatın korunması ve yaşam alanlarının desteklenmesi, tür çeşitliliğinin zarar görmemesi açsından doğal ve kültürel alanlar arasında bağ kurarken ekolojik

dengeyi de yeşil koridorlarla sağlamaktadır. Aynı zamanda pasif alan kullanım alanlarına da çok işlevlilik kazandırmaktadır.

SONUÇ

Günümüzün çağdaş kentsel mekanları yeşil miktarı daha az grisi daha çok alanlara dönüşmektedir. Kentleşme, nüfus, göç, sosyo-ekonomik dinamikler, ulaşım sorunları, trafik, kirlilik vb. etkenlerle kentler günden güne yaşam kalitesi daha az ve sürdürülebilir olmayan mekanlara dönüşmüştür. Bu sorunların çözümünde, özellikle kentsel mekanlarda yeşil alanın doğrusal koridorları olarak yeşil yollar, kentteki toplumsal bağdaştırmayı sağlayan, önemli doğal, tarihi, kültürel, kentsel, ekolojik ve rekreasyonel kaynakları koruma yeteneğine sahip düzenlemelerdir. Bu yönüyle, sadece kentsel ulaşıma alternatif bir çözümleme olarak, erişebilirlik ve yaya güvenliği anlamında değil, kenti doğal çevreye bağlayan ekolojik koridorlar olarak da önemli düzenlemelerdir.

Böylece, kentsel yeşil yol düzenlemeleri kentsel mekana ve alan kullanımına katkısı bağlamında, yeşil alan sürekliliği olmayan parçacıl alan kullanım kararlarıyla daha çok taşıt odaklı bir kent görünümü sunan kentsel mekanı kentsel peyzaj ögesi olarak bir üst ölçeğe taşımaktadır. Tam da bu noktada sürdürülebilir kentsel mekanlardan bahsetmek olası olur.

Bu amaçla seçilen örnek alan olan Eğirdir'de toplamda, Can Ada- 6.812 m², Yeşil Ada-24.729 m², Tren Garı- 45.729 m², Askeri Alan-203.000m² olan alanlara 3.8 km uzunluğunda bir yeşil yol rotası eklenerek bu parçacıl yeşil dokular ve diğer alan kullanım kararları arasında yatay ve düşey ekolojik süreklilik sağlanmıştır.

KAYNAKLAR

Fabos J.G., 2004. Greenways in the United States; its origins and resent case studies. Landscape Urban Plan.

Robert L. Ryan, Julius Gyula Fabos, Jessica Jo Allan 2006. Understanding opportunities and challanges for collaborative greenway planing in New England. Landscape and Urban Planing.

Rehimbeyli S., 2016. Eğridir Can Ada ve Yeşil Ada'nın Sürdürülenbilir Turizm Açısından İrdelenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bir Üretim İşletmesinde AHP ve TOPSIS Yöntemlerinin Tedarikçi Seçimine Uygulanması

Full Text / Tam Metin

Z. Figen Antmen[1], Duran Ali Apraş[2]

Özet

Giriş*: Günümüzde işletmelerin hammadde kalitesine ve hammadde maliyet kalemlerine verdiği önem gittikçe artmaktadır. Bunun başlıca sebepleri hammadde alış fiyatları ve imalatın genellikle yüksek maliyetli işlemler olmasıdır. Bu maliyetlerin minimuma düşürülebilmesi için hammaddenin satın alma aşamasında tercih edilecek tedarikçinin seçimi büyük önem arz etmektedir. Bu anlamda en uygun tedarikçinin seçiminde uygun modellerin kullanılması zorunlu hale gelmiştir. Bu işlemleri yapabilmek için günümüzde birçok modelleme sistemi geliştirilmiştir. Bu modelleme sistemlerinin arasından bir kısmı özellikleri ile diğerlerinden bir adım öne çıkmıştır. Çok kriterli karar verme yöntemlerinden Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) ve The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS), kullanım kolaylığı, kolay erişilebilirliği ve çok yönlü fonksiyonları ile öne çıkan programlardandır.* ***Amaç****: Bir üretim işletmesinde AHP ve TOPSIS modelleri kullanmak ve işletmenin en fazla karşılaştığı sorun olan hammadde alımında tedarikçi seçimi problemine analitik olarak çözüm üretmektir.* ***Yöntem:*** *Çok kriterli karar yöntemlerinden AHP ve TOPSIS modellerinin uygulanması.* ***Bulgular:*** *AHP ve TOPSIS ile en uygun tedarikçinin bulunması.*

Anahtar Kelimeler— *Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP), The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS), Tedarikçi Seçimi.*

Application of AHP and TOPSIS Methods to Supplier Selection in a Manufacturing Company

Abstract

Introduction: *Nowadays ,manufacturing companies to raw material quality and the importance of raw material costs is increasing. The main reasons for this are the purchase prices of raw materials and the generally high cost of manufacturing. In order to minimize these costs, the selection of the supplier to be preferred during the purchasing phase of the raw material is of great importance. In this sense, it has become mandatory to use the appropriate models in the selection of the most suitable supplier. Many modeling systems have been developed in order to perform these processes. Among these modeling systems some of them are one step ahead of others with their features. Analytical Hierarchy Process (AHP) and The Technique for Ideal Solution (TOPSIS) as multicriteria decision making methods are among the most prominent programs with ease of use, easily accessibility and versatile functions.* ***Aim:*** *Using AHP and TOPSIS models in manufacturing company and producing analytical solution to the problem of supplier selection in raw material procurement which is the most encountered problem.* ***Method:*** *Application of AHP and TOPSIS models from multi-criteria decision methods.* ***Findings:*** *Determing the most appropriate supplier by AHP and TOPSIS.*

Keywords— *Analytical Hierarchy Process (AHP****),*** *The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS), Supplier Selection*.

JEL Classification Codes: *C63, G30, C44*

[1] Dr.Öğr.Üyesi.,Çukurova Üniversitesi, Müh. Fakültesi, Endüstri Müh. Bölüm, Türkiye, zfantmen@hotmail.com
2 Endüstri Mühendisi, Türkiye, daliapras@gmail.com

1. GİRİŞ

İşletmelerin hızla yükselen teknolojik gelişmelere paralel olarak artan rekabet koşulları ile mücadele etmeleri önemli bir sorun olarak karşılarına çıkmaktadır. Hammadde fiyatlarındaki kaçınılmaz artış ve gittikçe artan yüksek kalite ürün isteği, üreticileri işletme içerisindeki tüm birimlerden maksimum fayda alma yoluna götürmektedir. Bu da işletmeyi, malzeme ve hammaddenin tedarik edilmesinde çok daha titiz bir çalışma içerisine yöneltmektedir.

İşletme içerisinde satın alma departmanları üretim tarafından istenilen ürünün uygun kalite ve maliyetlerde alma görevini üstlenmiştir. Bu ürün alımını yaparken uygun tedarikçiyi bulma ihtiyacı artık kaçınılmaz olmaya başlamıştır ancak fazla sayıda tedarikçi arasından en uygununu bulmak çok kriterli ve zorlu bir hale gelmiştir. Bu kriterleri en uygun şekilde gruplandırıp önem derecesine göre ağırlıklandırmak ve en uygun tedarikçiyi seçmek için Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) analizi yapılması bu sorunun analitik olarak çözümlenmesine katkı sağlamaktadır. AHP birden çok kritere sahip olan seçim problemini, birden fazla tedarikçi alternatif içerisinden en uygun olan alternatifi seçmemize olanak sağlamaktadır. AHP'nin en etkili şekilde hesaplanacağı programlardan biri olan SUPER DECISIONS ile matrisler ve kriterler arasındaki ikili ilişkiler hesaplanabilmektedir. **T***echnique for* **O***rder Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) yöntemi ile de kriterler ağırlıklarına göre en uygun şekilde hesaplanıp tedarikçi seçimine katkı sağlanabilmektedir. Bu çalışmada her iki yöntem uygulanıp sonuçları karşılaştırılmıştır.

Bu bilgiler ışığında, bu çalışma geri kalan kısmı şu şekilde organize edilmiştir: İkinci bölümde önceden yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, AHP ve TOPSIS yöntemlerinden kısaca bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde yöntemlerle uygulama çalışması gerçekleştirilmiştir ve son bölümde sonuçlar yorumlanarak önerilerde bulunulmuştur.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

Analitik Hiyerarşi Prosesi, ilk olarak 1980 yılında, Thomas L. Saaty, tarafından, çok kriterli karmaşık problemlerin anlamlandırılması ve çözümünü bulmak amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. AHP'nin en kuvvetli yönü, bu yöntemin sayılan ve sayılamayan faktörleri düzenli bir yol ile düzenlemesi ve tüm faktörleri göz önünde bulundurarak karar verme işleminde kolay ve etkin bir çözüm yolu sunmasıdır (Saaty, 1980).

Yurdakul (2004), kredi talebinde bulunan firmaların değerlendirme sürecinde AHP'yi uygulamışlar ve kredi talebi için başvuran firmaların pazar durumu, işletme sahası, yönetim durumları ve unsurları, üretim unsurları ve firmanın hukukî yapısını temel alarak sonuca ulaşmışlardır (Yurdakul, 2004).

Dickson (1966), yaptığı çalışmada 273 satın alma sorumlusu ve müdürü ile görüşmüş ve sorduğu sorular ve uyguladığı anketlerle tedarikçi değerlendirmede sürecinde öne çıkan 23 adet kriter belirlemiştir. Performans geçmişi, teslimat, performans geçmişi, kalite, garanti ve sigorta politikası ve üretim araç-gereçleri sayısı en önemli kriterler olarak belirlenmiştir. Weber vd. (1991),

Kamal M. Al ve Subhi Al-Harbi (2001), AHP'yi uygulayarak, en iyi tedarikçinin karar aşamasında, ön sınıflandırma kriterlerini ilk sıraya koyulmasını tabi tutmuşlardır ve tedarikçileri azalan sırada listelemişlerdir (Kamal ve Subhi, 2001)

Literatürde AHP ve TOPSIS yöntemlerinin birlikte kullanıldığı çalışmalara rastlamak mümkündür. Tsaur vd. (2002) havaalanlarında hizmet kalitesini puanlamak ve değerlendirmek amacıyla; Madumjar vd. (2005) pamuk lifinin kalitesinin sonuçlandırılması için; Yurdakul ve İç (2005) imalat yapan şirketler için bir performans değerlendirme simülasyonunun geliştirilmesi için; Shyjith vd. (2008) tekstil endüstrisinde en iyi bakım ve onarım teknolojisinin kararlaştırması için; Ustasüleyman (2009) bankacılık sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için bu iki yöntemi birlikte kullanmışlardır.

3. AHP ve TOPSIS YÖNTEMİ

3.1. AHP

AHP çoklu karar sistemlerinde belirlenen kriterler eşliğinde uygun alternatif seçiminin yapılmasıdır. Alternatif seçimi yapılırken belirlenen kriterlerin önem derecelerine göre ağırlıklandırılarak önem sırasındaki özelliklere uygun bir alternatifin seçilmesi sağlanır.

AHP'nin mantığında israf, alıcı açısından değer oluşturmayan, müşterinin ekstra bedel ödemeyi kabul etmeyeceği her şeydir. Tüm ürün veya hizmet üretme sürecindeki israfların yok edilmesi veya minimuma indirilmesi ile en az zamanda en kaliteli ürün alınarak kaliteli ürünün üretilmesi, maliyetlerin düşürülmesi, nakit artışının hızlandırılması, müşteri memnuniyetinin arttırılması hedeflenir.

3.2. TOPSIS

TOPSIS ile alternatiflerin belirlenmiş kriterler çerçevesinde sıralamaya konulmaktadır. Bu yöntemde ilk olarak karar matrisinin oluşturulur. Sonrasında karar matrisinden yola çıkarak normalize edilmiş karar matrisi elde ederek bu karar matrisi derecelendirilir. İdeal (pozitif) çözüme ve negatif ideal çözüme olan mesafeler hesaplanır. Son olarak ise her bir alternatifin göreceli değerlerini hesaplayıp alternatifler sıralamaya konulur (Dumanoğlu ve Ergül, 2010).

4. UYGULAMA

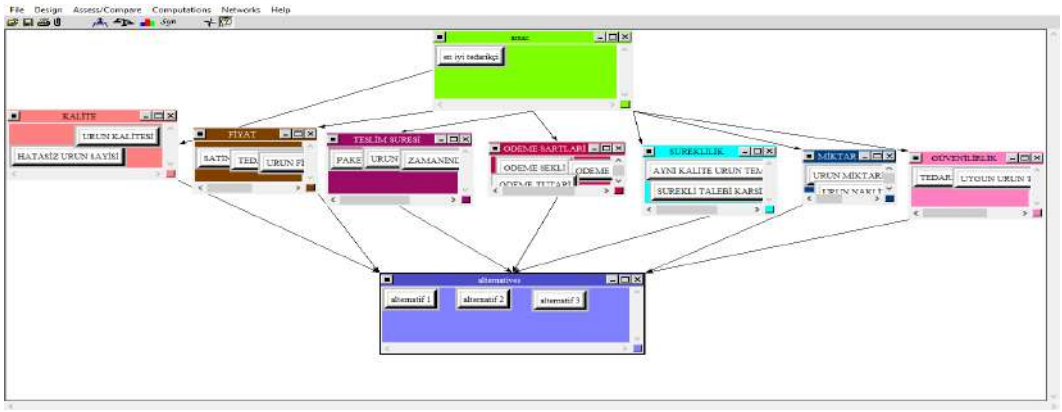
Bu bölümde Adana'da faaliyet göstermekte olan ve çelik konstrüksiyon üreten bir işletmenin tedarikçi seçimi problemine çözüm bulmaya çalışılmıştır. Firmanın üretimde kullandığı hammaddelerin yaklaşık %70'ini çelik hammadde ve malzeme oluşturmaktadır. Dolayısıyla firma için önemli bir maliyet unsuru olan ve üretimde büyük miktarda girdi olarak kullanılan çelik malzeme (sac) tedarikçilerinin seçilmesi için bir dizi işlem yapılmıştır. Firma, tedarikçi seçiminde alternatifler arasında seçim yaparken kalite, fiyat, miktar, ödeme şartları, güvenilirlik vb. kriterleri göz önünde bulundurmuştur.

Bu çalışmada, tedarikçi seçiminde belirlenen ilgili kriterlerin ağırlıklarının elde edilmesi için AHP yöntemi kullanılmıştır. AHP yönteminin uygulanması için de Super Decisions programından

faydalanılmıştır. TOPSIS yöntemi Excel'de çözülmüştür. Takip eden bölümlerde aşamalar sırasıyla verilmiştir.

4.1. AHP Uygulaması

AHP için Super Decisions programında çalışmada ele alınan problemin hiyerarşik yapısı oluşturulmuştur. Bu hiyerarşik yapı aşağıdaki Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Tedarikçi Seçim Problemi Super Decisions Gösterimi

Şekil 1'de gösterilen kriterlerin alt kriterleri şöyledir:

-Kalite:

Ürün Kalitesi,

Hatasız Ürün Sayısı.

-Fiyat:

Satın Alma Fiyat İskontosu,

Tedarikçi Ödeme Vadesi,

Ürün Fiyat Uygunluğu.

-Teslim Süresi:

Paketleme Özelliği,

Ürün Sevkiyat Şekli,

Zamanında Teslimat.

-Ödeme Şartları:

Ödeme Şekli,

Ödeme Süresi,

Ödeme Tutarı.

-Süreklilik:

Aynı Kalite Ürün Temini,

Sürekli Talebi Karşılayabilme.

-Miktar:

Ürün Miktarı,

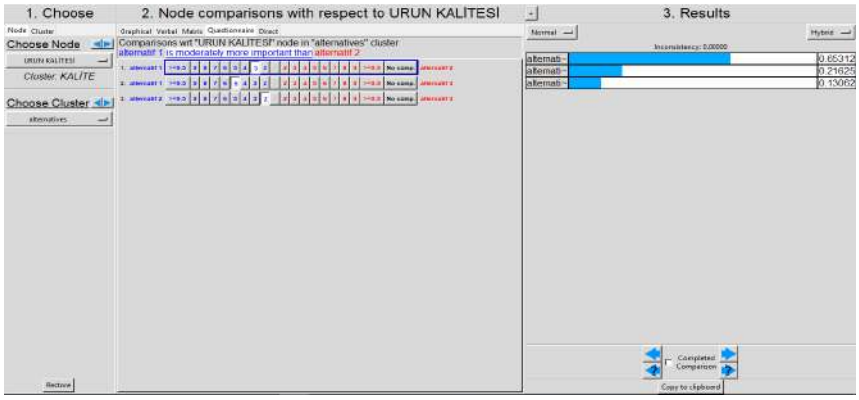
Ürün Nakliye Uygunluğu.

-Güvenilirlik:

Tedarikçi Teslim Süresi,

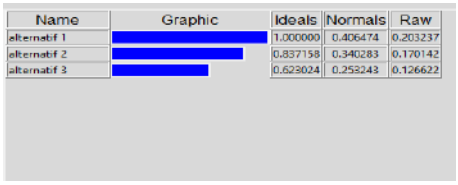
Uygun Ürün Teslimatı.

Alternatifler ise; Alternatif 1, Alternatif 2 ve Alternatif 3 ile belirlenmiştir. Hiyerarşik yapı oluşturulmasından sonra ikili karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu işlemin örnek ekran görüntüsü aşağıdaki Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 2. Super Decisions İkili Karşılaştırma

Tüm ikili karşılaştırmalar yapıldıktan sonra, uygulama içinden yapılan kıyaslamaların tutarlılığı kontrol edilmiş ve tutarlı oldukları gözlemlenmiştir. Son aşama olarak program içinden "Synthesize" butonuna basılarak sonuç elde edilmiştir. Sonuç ekranı Şekil 3'de verilmiştir. Bu sonuca göre, en uygun tedarikçi, Alternatif 1'dir.



Şekil 3. Super Decisions Sonuç Ekranı

4.2. TOPSIS Uygulaması

TOPSIS uygulaması için şu adımlar takip edilerek sonuca ulaşılmıştır:

Alternatiflerin karar matrisi oluşturulmuştur.

Alternatif tablosundan normalize matris elde edilmiştir.

Ağırlıklandırılmış normalize matris elde edilmiştir.

İdeal ve ideal olmayan noktalara olan uzaklık değerleri elde edilmiştir.

Son olarak, ideal çözüme göreli yakınlık hesaplanmıştır. Bu değeri en yüksek olan alternatif, en iyi alternatiftir. Sonuç tablosu aşağıdaki Tablo 1'de verilmiştir.

Alternatifler	**İdeal Uzaklık Değeri**	**Negatif İdeal Uzaklık Değeri**	**Göreli Yakınlık:** $C_{i=}^{*} \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^+}$
Alternatif 1	0,162	0,339	**0,676**
Alternatif 2	0,296	0,138	0,318
Alternatif 3	0,357	0,128	0,264

Tablo 1. TOPSIS Sonuç Tablosu

5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Yapılan çalışmada üç alternatif tedarikçi arasından en uygununu seçmek için birbiriyle bağlantılı yedi kriter seçilerek işlemler yapılmıştır. Kriterler arası ağırlıklandırmalar, satın alma müdürü tarafından belirlenmiştir. Tedarikçi seçilirken satın alma müdürünün tecrübesiyle beraber bu yedi kriterin büyük bir rol oynadığı gözlemlenmiştir.

Yapılan çalışma sonucunda, her iki uygulama neticesinde de Alternatif 1'in diğer altenatiflerden daha uygun olduğu ve taleplerimize karşılık verebileceği saptanmıştır. Alternatif 1 kalite ihtiyacımızı diğer alternatiflerden daha iyi karşıladığı ve diğer kriterler açısından da diğer alternatiflerden çok geride olmadığı için öne çıkmıştır.

Gelecek çalışmalarda, uygulama kısmında bulanık sayılar dahil edilerek belirsizlik ortamı ortadan kaldırılabilir. Aynı zamanda literatürdeki diğer çok kriterli karar verme yöntemlerinden de faydalanılabilir.

KAYNAKLAR

SAATY, T.L., (1980), The Analytic Hierarchy Process, USA, McGraw Hill.

YURDAKUL, M., (2004), "Makine Takım Seçimi için Analitik Hiyerarşi Prosesi Kullanımı", Journal of Materials Processing Technology, 146, 365-376.

KAMAL, M. A., SUBHI, A.H., (2001), "An Application of AHP in Project Management", International Journal of Project Management, 19, 19-27.

TSAURA,S. H., CHANGB,T.Y., YENA, C.H., (2002), ''The Evaluation of Airline Service Quality by Fuzzy MCDM'', Tourism Management 23, 107–115.

MADUMJAR, A., SARKAR, B., MADUMJAR, P.K., (2005), Determination of Quality Value of Cotton Fibre Using Hybrid AHP-TOPSIS Method of Multi-Criteria Decision-Making, 96(5), 303-309.

SHYJİTH, K., ILANGKUMARAN, M., KUMANAN, S., (2008), Multi-Criteria Decision-Making Approach to Evaluate Optimum Maintenance Strategy in Textile Industry, Journal of Quality in Maintenance Engineering, 14(4), 375-386.

USTASÜLEYMAN, T., (2009) Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: AHS-TOPSIS Yöntemi, Bankacılar Dergisi, 69, 33-43.

DUMANOĞLU S., ERGÜL N., (2010), "İMKB'de İşlem Gören Teknoloji Şirketlerinin Mali Performans Ölçümü", Mufad Journal, 48.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Trust and Individual Stock Investors in Borsa Istanbul

Full Text / Tam Metin

Ercan Ozen[1]

Abstract

Introduction*:Developed financial markets are necessary elements for a healthy economy. For a developed financial market well-functioning technical and legal infrastructure, financial institutions, institutional investors and sufficient number of individual investors prone to trade in markets are required. The fact that more investors have more funds in the stock markets, which is one of the most important elements of financial markets, contributes positively to the stock market and financial markets. One of the factors that can be affected for individual investors to participate in the stock exchange is considered as the trust level of the investors to the companies trading in stock markets.* ***Purpose:*** *The purpose of this study is to determine the general trust level of individual investors in the companies they invest in Borsa Istanbul (BIST).* ***Method:*** *To determine the trust level of the investors to all the companies they trade a survey was conducted using convenience sampling method with 270 investors in selected cities in Turkey. According to* ***the findings****; the level of trust that investors have in their managerial skills is close to a reasonable level. However, the overall trust level was found to be low. The low level of investor trust is an obstacle for the number of investors to be traded on the stock exchange. The findings suggest that policymakers should create a more suitable environment for investor trust to increase.*

Key Words: *Trust, Borsa Istanbul, Individual Investor*

INTRODUCTION

A well-functioning financial system is required for developed economies. Elements of financial system are fund holders, fund claimants, financial intermediaters and regulatory agencies. Technological infrastructure and law are also among the elements of the system.

Companies go to public to achieve stable monetary resources. Therefore, they become more financially steady and more corporate. They also benefit from creating a good image in the market. As companies obtain more stable funds, they achieve more production opportunities and thus economy grows as a whole.

Investors cannot invest directly with their small amount of savings. Therefore, investors can get dividends from the benefit of production activities by becoming partners of especially companies, went public. As the companies with efficient activities and transparent administrations exist, investors will purchase the stocks of these companies in order to earn well. As the value of fund in markets increases, economic growth will increase too (Levine, 1997; Vurur and Özen, 2013).

While there are some gain opportunities for investors in capital market, trust is one of the most important factors for them to participate in these markets. Maslow's theory of hierarchy of need (1943) explained the need of a human as (1) basic bodily gratifications, (2) safety needs, (3) affection and acceptance, (4) feelings of adequacy and self-esteem, (5) self-actualization). There comes "safety needs" after the vital needs of a human. Among the components of safety needs there is also the property safety. Low trust level perceived by investors will lead investors, especially those with high perception, to avoid from the markets despite income opportunities. Boz and Özen (2019)'s study indicates that individuals with high

[1] Dr. University of Uşak, School of Applied Sciences, Department of Banking and Finance, Turkey, ercan.ozen@usak.edu.tr

risk perceptions avoid from the use of financial products. However, stock prices of well-activating and favourable dividend paying companies will be affected positively. Negative effects on the stock market prices of the companies whose dividend policy is not approved indicate that these companies sell off their stock, because the trust level of investors declines (Camilleri et al, 2019).

The fact that companies achieve to have a good communication with the investors, give accurate information on time about their activities and profitability, do not manipulate their earnings and good management of the company are the components that determine the investors' trust to the companies that they invest. However, negative developments in macroeconomic factors are also among the negative factors that affect the investor's trust (Ng et al., 2016).

The number of investors who invested companies, went public, in stock market in Turkey for 2008-2018 is indicated in Table 1. In this 11-year period number of investors increased by 189.066 However, population of the country increased to 82.003.882 from 71.517.100 in the same period. Table 1 also indicates the ratio of the number of stock investors to the population of the country. When we base on 2008, the year of global crisis, it can be said that investors/population ratio increased at the least in 2008. However, investors/population ratio receded to 1.4376% in 2018 although it was 1.4691% in 2011. These values indicate that the number of investors who invested on stocks of the companies in Turkey did not increase. It can be suggested that Turkey's low trust level recently as 10-11% according to World values survey is the reason for this situation.

Table 1: Changes in the Number of Stock Investors in Turkey by Years and Ratio to Population

Years	Number of Investors	Population	Investor/Population Ratio %
2008	989.853	71.517.100	1,3841
2009	1.000.261	72.561.312	1,3785
2010	1.035.612	73.722.988	1,4047
2011	1.097.786	74.724.269	1,4691
2012	1.088.566	75.627.384	1,4394
2013	1.110.408	76.667.864	1,4483
2014	1.075.368	77.695.904	1,3841
2015	1.059.313	78.741.053	1,3453
2016	1.040.794	79.814.871	1,3040
2017	1.090.903	80.810.525	1,3500
2018	1.178.919	82.003.882	1,4376

Source: Turkey Capital Market Association (TCMA) Reports, Turkey Statistical Institute (TurkStat) data base.

In this study, the trust level of stock investors, in Turkey, to the companies that they invested in the past and invest today is investigated. Literature, methods and findings and conclusion chapters follow the introduction chapter.

LITERATURE

The concept of trust is considered by Ng et al. (2016) as a social capital factor for the development of capital markets. According to Ng et al., (2016), the problems in the protection of investors due to insufficient legislative regulations decrease the trust level. The decrease in trust level, therefore affects the stock investments negatively. Guiso et al. (2008) also indicated that only the investors with high trust levels would invest on stock markets.

Sekhon et al. (2014) considered the concept of trust as a vital component of marketing activities. Sekhon et al. (2014) stated that purchasing process of financial services were more complicated due to the product diversity and the complex transactions. Authors determined that the trust between the institutions and customers in the financial services marketing could be achieved with five dimensions of trust as expertise and competence, communication, concern and benevolence, shared values and integrity and consistency.

Kara et al. (2009), states that decision making process for businesses and investors will accelarate in an economy with increased trust atmosphere. Trust will be ensured when the economic institutions fulfill their commitments accurately and on-time. First of all, the fact that the state fulfills the commitments is the first condition of ensuring trust in the markets. On the one hand, Temizel and Coşkun (2010) state that a quality relationship to be established between companies, went public, in capital markets and investors will increase the investor's trust. The relationship between investors and companies is established by three ways (Temizel and Coşkun (2010). These are (i) the briefings that are needed to be legally made by companies, (ii) the explanations optionally made by companies and (iii) the information obtained by investors from the resources out of companies.

Georgarakos and Pasini (2011) determined that change in trust level in the countries with low trust level had a strong effect on the participation in stock markets. Similarly, Guiso et al. (2008) in their study found a positive relationship between the increase in trust level and stock investments. The investors who do not trust in other people or live in countries with low trust level avoid from stock investments due to the possibility to be cheated. Therefore, investor's trust must be ensured in order to increase stock investments.

METHODOLOGY

The purpose of this study is to measure the trust level of the individual investors who invest on the stocks of the companies trading in Borsa Istanbul to the companies that they traded before. For that reason, data collected through the survey with 282 individual investors in January 2019. The survey was carried out on electronic platform at investor forum pages of social media (such as Facebook, Twitter, Linkedn) in order to reach investors easily.

A trust scale developed by Sekhon et al. (2014) and consisting of totally 29 questions in 8 dimensions was used in the survey. These 8 dimensions developed by Sekhon et al. (2014) are Expertise and Competence, Integrity and Consistency, Communication, Shared Values, Concern and Benevolence, Trustworthiness, Cognitive Trust and Affective Trust.

12 of the obtained survey forms were extracted from the data set because they were not filled in appropriately and the study was carried out with 270 participants. The answers in the survey were coded and analyzed as 1- totally disagree, 2- disagree, 3- undecided, 4- agree, 5- totally agree. Different trust levels of investors according to the data obtained from the survey are indicated in Table 2.

Table 2: Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
EC1	269	2,8848	1,16451	-,159	,149	-1,127	,296
EC2	269	2,2862	1,07370	,539	,149	-,696	,296
EC3	265	2,8717	1,08996	-,061	,150	-1,090	,298
EC4	267	2,9963	1,13554	-,319	,149	-,996	,297
IC1	267	2,3446	1,04827	,319	,149	-,772	,297
IC2	269	2,2230	1,08349	,575	,149	-,675	,296
IC3	268	2,2276	1,00022	,345	,149	-,577	,297
IC4	269	2,4052	1,06300	,335	,149	-,918	,296
C1	267	2,5918	1,11129	,131	,149	-,990	,297
C2	269	2,3792	1,10852	,399	,149	-,843	,296
C3	270	2,6185	1,16598	,129	,148	-1,119	,295
C4	269	2,2862	1,14436	,535	,149	-,786	,296
SV1	267	3,1685	1,06802	-,546	,149	-,606	,297
SV2	267	2,2884	,97486	,474	,149	-,525	,297
SV3	268	2,0858	,96963	,994	,149	,933	,297
CB1	268	1,6754	,88423	1,504	,149	2,328	,297
CB2	268	1,8657	,99279	1,198	,149	1,029	,297
CB3	270	2,1444	1,04074	,565	,148	-,525	,295
CB4	270	2,4852	1,21551	,204	,148	-1,224	,295
T1	269	2,0112	,97155	,937	,149	,524	,296
T2	268	2,3396	1,11190	,517	,149	-,585	,297

T3	268	2,4701	1,12307	,259	,149	-1,056	,297
T4	266	2,0639	,97500	,905	,149	,342	,298
CT1	269	2,1190	,99287	,635	,149	-,305	,296
CT2	269	2,0297	,97307	,797	,149	-,066	,296
CT3	270	1,9481	,92321	,817	,148	,158	,295
AT1	270	2,0519	,97796	,929	,148	,564	,295
AT2	267	1,9064	,84217	,978	,149	1,085	,297
AT3	269	2,0855	,96783	,773	,149	-,067	,296
Valid N (listwise)	247						

When we look at Table 2, we can see that scores of all trust dimensions are below 3 except for the statement " My companies have the same concerns as me" which is one of the shared values. Accordingly, it can be said that trust levels of the individual stock investors to the companies that they have invested so far are low.

It can be seen that the average scores of trust to the expertise and competence of company authorities are just below 3 which is the question average value (2.75975). Integrity and consistency score average of the companies is 2.3001. Accordingly, it is understood that investors thinks that the behavious of company directors are not stable and not always foreseeable. The score of relationship that companies establish with investors is measured as 2,468925. This value reveals that companies need to provide on-time, valid and accurate information about company activities to investors to ensure their trust. When we have a look at whether the companies have similar values with the investors or not, we can see that the average value of the related questions is 2.51423. Accordingly, investors think that company directors are far from understanding them.

The point given by investors to the concerns and benevolence of companies is very low as 2.042675. This presents that companies need to focus on disclosure and investor relations more. Trustworthiness score of companies is 2.2212 and this is a very low value. Ignorance of investor benefits in the activities of companies, lack of communication and some negative events lead investors to think companies trustworthy. Although cognitive trust level of the investors is 2.03226, affective trust level is very low as 2.0146. Accordingly, companies have very low trust level in investors' mind.

CONCLUSION

Individual investors play a significant role in the development of capital markets. The increase in the number of individual investors investing in the market leads the capital markets to develop more. This means more fund transfer to the industry, more income and more economic development. The purpose of this study is to measure the trust level of individual investors who invest in Borsa Istanbul to the companies that they have invested so far. For that reason, the trust scale developed by Sekhon et al. (2014) was used and the data obtained from the survey with 270 individual investors were used.

According to the findings in the study, experiences of individual investors in the past were negative in general and the scores of all trust dimensions were low. This indicates that investors' trust to companies is low.

The highest score in the trust dimensions belongs to the trust to the expertise and competence of company directors. Investors think that managerial skills of the directors are better than other trust dimensions. However, they find companies quite incompetent about the protection of investor rights, communication, investor concerns and benevolence. For that reason, trustworthiness of investors to their companies is very low. Cognitive and affective trust levels of investor are also very low. Findings of the study confirm the studies of Kara et al. (2009) and Temizel and Coşkun (2010).

As Georgarakos and Pasini (2011) and Guiso et al. (2008) emphasized, the increase in trust level in the countries with low trust level will contribute to the development of capital markets more than the countries with high trust level. Considering that Turkey's social trust level is low, we can understand that all parts of the capital markets have significant roles to play. For example, cheating and manipulative companies should be investigated more seriously by Capital Market supervisory authorities and necessary sanctions should be applied. Correcting the deficiencies in current legislative regulations may be one of these actions. Findings of the study provide supportive data for the precautions to be taken for academic environment, current and potential investors, companies went public and public authorities.

REFERENCES

BOZ H.. & ÖZEN E. (2019). The relationship between customers' tendency to risk avoidance and preferring online banking services. Gümüşhane University Institute of Social Sciences Electronic Journal, 10(1), 220-230.

CAMILLERI, S. J., GRIMA, L., & GRIMA, S. (2019). The effect of dividend policy on share price volatility: an analysis of Mediterranean banks' stocks. Managerial Finance, 45(2), 348-364.

Central Securities Depository of Turkey (MKK), 2008-2018 Yearly Reports, İstanbul, www.mkk.com.tr, (Accessed: 10.03.2019).

GEORGARAKOS, D., & PASINI, G. (2011). Trust, sociability, and stock market participation. Review of Finance, 15(4), 693-725.

GUISO, L., SAPIENZA, P., & ZINGALES, L., (2008). Trusting the stock market. J. Financ. LXIII (6), 2557–2600.

KARA, F. Z., SARIKAYA, M., & TEMIZEL, F. (2009). Trust in Investor Relations Management and its Impact on Economy (Yatırımcı İlişkileri Yönetiminde Güven ve Ekonomiye Etkisi). Afyon Kocatepe University Journal of Economics and Administrative Sciences, 11(1), 279-307.

LEVINE, R., (1997). Financial Development and Economic Growth: Views and Agenda' Journal of Economic Literature, 35, 687-726.

MASLOW, A. H. (1943). Preface to motivation theory. Psychosomatic medicine, 5(1), "85–92.

NG, A., IBRAHIM, M. H., & MIRAKHOR, A. (2016). Does trust contribute to stock market development?. Economic Modelling, 52, 239-250.

SEKHON, H., ENNEW, C., KHAROUF, H., & DEVLIN, J. (2014). Trustworthiness and trust: Influences and implications. Journal of Marketing Management, 30(3-4), 409-430.

TEMIZEL, F., & COŞKUN, İ. O. (2010). Investor Relations as an Efficient Communication with Financial Markets and Improved Transparency (Finansal Piyasalar ile Etkin Bir İletişim ve Geliştirilmiş Şeffaflık Aracı Olarak Yatırımcı İlişkileri). Afyon Kocatepe University Journal of Economics and Administrative Sciences, 12(2), 81-102.

Turkey Capital Market Association (TCMA) Reports, https://www.tspb.org.tr/en/, (Accessed: 10.03.2019).

Turkish Statistical Instute, (Turkstat), (TUİK), Population According to Years, Age Group and Gender, General Population, www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1588, (Accessed: 02.03.2019).

VURUR, S., E. OZEN, 2013, The Examination of the Relationship Between Deposits Bank Credits and Economic Growth In Turkey (Türkiye'de Mevduat Banka Kredisi ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin İncelenmesi), Uşak University Journal of Social Sciences, 6(3), 119-133.

Worldvaluessurvey, http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp. (Accessed: 02.03.2019).

Appendix: Trust Scale

	Please mark the best option that suits you	I strongly disagree	I do not agree	neutral	I agree	Absolutely I agree
EC1	Managers of my Companies have the information they need to conduct their business.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
EC2	My Companies competently handle all my requests such as profit and dividend.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
EC3	Management of my Companies are efficient.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
EC4	Manager of my Companies are knowledgeable.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
IC1	Manager of my Companies keep their words	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
IC2	My Companies show high integrity towards investors.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
IC3	Manager of my Companies are honest.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
IC4	My Companies are consistent in what they do.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
C1	My Companies are responsive when I contact.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
C2	My Companies inform me and public immediately of any problems	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*

C3	My Companies inform me and public immediately of new developments.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
C4	My Companies communicate regularly with Investors.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
SV1	My Companies have the same concerns as me.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
SV2	My Companies have the same values as me.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
SV3	My Companies act as I would.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
CB1	My Companies do whatever it takes to make me happy.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
CB2	My Companies act in the best interests of their investors.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
CB3	My Companies can be relied upon to give honest advice.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
CB4	My Companies show respect for the investors.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
T1	My Companies make every effort to address my needs.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
T2	My Companies have a reputation for being honest.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
T3	My Companies have a reputation for looking after their investors.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
T4	My Companies have a reputation for having its customers interests at heart.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
CT1	I trust my Companies to do what they say it will do.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
CT2	I trust my Companies to have my best interests at heart.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
CT3	My Companies are very reliable.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
AT1	My Companies are always honest with me.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
AT2	My Companies are concerned about my best interests.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*
AT3	My Companies make every effort to address my needs.	*1*	*2*	*3*	*4*	*5*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Döviz Kurunun BİST 100 Endeksine Etkisi: Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testi ve Asimetrik Nedensellik Analizi

Full Text / Tam Metin

Tuğrul Kandemir[1], Halilibrahim Gökgöz [2]

Özet

Giriş*: Ülkelerin döviz kuru ve borsalarında meydana gelen dalgalanmalar, yatırımcıların alacakları pozisyonlar için dikkate aldıkları ve birbirleriyle de korele olduğu bilinen önemli referanslardır. Dolayısıyla döviz kuru ve borsa endeksi arasındaki ilişkiyi anlamak, yatırımcıların daha az risk alarak borsadan yüksek getiri sağlamaları için gereklidir.* ***Amaç****: Bu bağlamda çalışmada, USD/TL'nin BİST 100'e etkisinin, pozitif ve negatif şoklara verilen tepkilerin ortaya koyularak yatırımcılara yön gösterilmesi amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Bu amaçla 2 Ocak 2015-28 Şubat 2019 dönemi BİST 100 ve USD/TL günlük verilerinden oluşan veri setine asimetrik nedensllik analizi (Hatemi-J, 2012) uygulanmıştır. Bu maksatla öncelikle değişkenlerin birim kök içerip içermediği test edilmiştir.* ***Bulgular:*** *Uygulanan yapısal kırılmasız birim kök testlerine göre serilerin I(1) olduğu ancak tek kırılmalı ADF (Zivot & Andrews, 1992), çift kırılmalı ADF (Narayan & Popp, 2010), fourier ADF (Enders & Lee, 2012), tek kırılmalı KPSS (Kurozumi, 2002), çift kırılmalı KPSS (CiS & Sanso, 2005) ve fourier KPSS (Becker, Enders &; Lee, 2006) testlerinde I(0) olduğu gözlenmiştir. Ayrıca tespit edilen kırılma tarihlerinde, Türkiye'de gündem oluşturan olaylar olduğu görülmüştür. Yapılan asimetrik nedensellik analizi sonucunda, USD/TL'de meydana gelen pozitif şokların BİST 100'de negatif şokların nedeni olduğu ancak USD/TL'de meydana gelen negatif şokların BİST 100'ü etkilemediği gözlenmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *BİST 100, döviz kuru, asimetrik nedensellik analizi, yapısal kırılmalı birim kök testi*

Effect of Exchange Rate on BIST 100 Index: Structural Break Unit Root Test and Asymmetric Causality Analysis

Abstract

Introduction: *The fluctuations in the exchange rates and stock exchanges of the countries are important references which are known to be considered by investors for the positions they will take and that they are correlated with each other. Therefore, understanding the relationship between the exchange rate and the stock market index is necessary for investors to obtain a higher return from the stock exchange with less risk.* ***Aim:*** *In this context, the effect of USD / TL on BIST 100 is aimed to reveal the responses to positive and negative shocks and to guide investors. Method: For this purpose, asymmetric causality analysis (Hatemi-J, 2012) was applied to the data set consisting of BIST 100 and USD / TL daily data for the period between 2 January 2015-28 February 2019. For this purpose, it is tested whether the variables have a unit root.* ***Findings:*** *According to the structural unstructured unit root tests, the series is I (1) but the single-break ADF (Zivot & Andrews, 1992), double-break ADF (Narayan & Popp, 2010), fourier ADF (Enders & Lee, 2012), single break KPSS (Kurozumi, 2002), double-break KPSS (CiS & Sanso, 2005) and fourier KPSS (Becker, Enders &; Lee, 2006) was observed that the test I (0). We also detected in breaking the date, agenda of events was found to be in Turkey. As a result of the asymmetrical causality*

[1] Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, kandemir@aku.edu.tr
2 Arş. Grv. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, hgokgoz@aku.edu.tr

analysis, it was observed that the positive shocks in USD / TL were the cause of negative shocks in BIST 100, but negative shocks in USD were not affecting BIST 100.

***Keywords*—** BIST 100, exchange rate, asymmetric causality analysis, structural fracture unit root test

JEL Classification Codes: F31, *O16*

1. GİRİŞ

Küreselleşme ile beraber ülke ekonomilerinin uluslararası piyasalarla etkileşimi artmıştır. Özellikle bilişim teknolojisindeki gelişmeler yerli ve yabancı yatırımcıların uluslararası finans piyasalarına erişebilmelerine imkan sağlamıştır. Bu durum finans piyasalarının etkinliğini arttırmış, özellikle borsa endeksleri ile döviz kurları arasındaki ilişkinin analizi daha önemli hale gelmiştir.

Döviz kurları ve borsa endekslerinde meydana gelen dalgalanmalar, yatırımcıların alacakları pozisyonlar için dikkate aldıkları belirleyici ve önemli referanslardır. Dolayısıyla döviz kurları ve borsa endeksi arasındaki ilişkiyi anlamak, yatırımcıların daha az risk alarak borsadan yüksek getiri sağlamaları için gereklidir.

Bu bağlamda çalışmada BİST100 Endeksi ile USD/TL döviz kuru arasındaki asimetrik ilişki tespit edilerek yatırımcılara yön gösterilmesi amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Döviz kurundaki dalgalanmaların borsa endekslerine ve hisse senetleri fiyatlarına etkisine ilişkin literatüre bakıldığında çok sayıda çalışma yapıldığı görülmüştür. Döviz kurunda meydana gelen değişimlerin borsa endeksleri ve hisse senetleri fiyatlarında etkiye sahip olup olmaması konusunda fikir birliği olmayıp; genel olarak döviz kurlarının borsa endeksleri ve hisse senedi fiyatlarını etkilediği savunulmuştur. Bu konuya ilişkin yapılan çalışmalar kronolojik olarak incelenmiş ve ayrıntıları aşağıda sunulmuştur.

2009 yılında Yau ve Nieh tarafından yapılan çalışmada, Tayvan Menkul Kıymetler Borsası (TWS), Nikkei 225 Endeksi (JPS), NTD/JPY ve NTD/USD arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Analiz için seçilen örnekleme periyodu, Ocak 1991 ile Mart 2008 arasında olup; 1997 Asya Mali Krizi ve 2000 internet balonu dönemi hariç tutularak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda NTD/JPY ile Japonya ve Tayvan arasındaki hisse senedi fiyatları arasında arasında uzun vadeli bir denge ilişkisinin olduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca asimetrik eşbütünleşme ilişkisi sadece Tayvan'ın finansal piyasasında olduğu gözlenmiştir.

2013 yılında Cakan ve Ejara tarafından yapılan çalışmada, gelişmekte olan piyasalardan delillerle döviz kurları ve hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin tespiti amaçlanmıştır. Çalışmada, 31 Mayıs 1994 ile 7 Nisan 2010 arasındaki dönem için gelişmekte olan on iki ülke için döviz kuru ve hisse senedi fiyatları arasındaki dinamik bağlantıları linear ve linear olmayan Granger nedensellik testlerini kullanarak incelemektedir. Çalışma sonucunda, çoğu durumda hisse senedi fiyatlarının ve döviz kurlarının linear ve linear olmayan çift yönlü nedensel ilişkiye sahip olduğu ortaya koyulmuştur.

Aslam (2014) tarafından yapılan çalışmada USD/PKR (Pakistan Rupisi) döviz kuruyla KSE 100 endeksi arasındaki ilişkinin tespiti amaçlanmıştır. 1 Ocak 2006-31 Aralık 2012 dönemi için haftada 5 günlük veri seti kullanılmıştır. Çalışmada birim kök testleri sonucu her iki serinin de seviyede durağan olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca KSE 100 Endeksi ile USD/PKR döviz kuru arasında zayıf ve negatif korelasyon ilişkisinin olduğu gözlenmiştir. Bunların yanı sıra Granger Nedensellik analizi ile test edilen seriler arasında çift yönlü ilişkinin olduğu görülmüştür.

Suriani ve diğerleri (2015) tarafından yapılan çalışmada, döviz kurunun borsaya etkisinin tespiti amaçlanmıştır. Analiz için KSE 100 endeksi ve USD/PKR (Pakistan Rupisi) döviz kuru Ocak 2004-Aralık 2009 dönemi aylık veri seti kullanılmıştır. Çalışma sonucunda USD/PKR döviz kuru ile KSE 100 endeksi arasında bir ilişki olmadığı ortaya koyulmuştur.

Kendirli ve Çankaya (2016) tarafından yapılan çalışmada, enflasyon ve döviz kurunun XU Banka endeksine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada Ocak 2009 ile Mart 2015 dönemi aylık veri seti örneklem olarak kullanılmış olup; Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik analizleri uygulanmıştır. Analiz sonucunda değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi olmadığı tespit edilmiş olup; %5 anlamlılık düzeyinde de nedensel bir ilişkinin olmadığı gözlenmiştir. Ancak %10 anlamlılık düzeyinde XU Banka endeksinden döviz kuruna doğru tek yönlü nedensel ilişki tespit edilmiştir.

Saidi ve diğerleri (2017) tarafından yapılan çalışmada hisse senedi fiyatları ve döviz kurlarının Endonezya'nın ekonomik büyümesi üzerindeki etkisinin araştırılması amaçlanmıştır. 2004 1. çeyrek ile 2015 3. çeyrek dönemindeki üç aylık dönem serileri veri seti olarak kullanılmıştır. Çalışmada, yapılan durağanlık testi sonucu; tüm hisse fiyat serilerinin, döviz kurlarının ve ekonomik büyümenin 1. farkı alındığında durağan olduğu görülmüştür. Ayrıca yapılan eşbütünleşme testi sonucunda 3 zaman serisinin eş bütünleşik olmadığı ancak yapılan etki testi sonucu, hisse senedi fiyatları ile döviz kurunun birlikte veya kısmen ekonomik büyüme üzerine etkisinin olduğu gözlenmiştir.

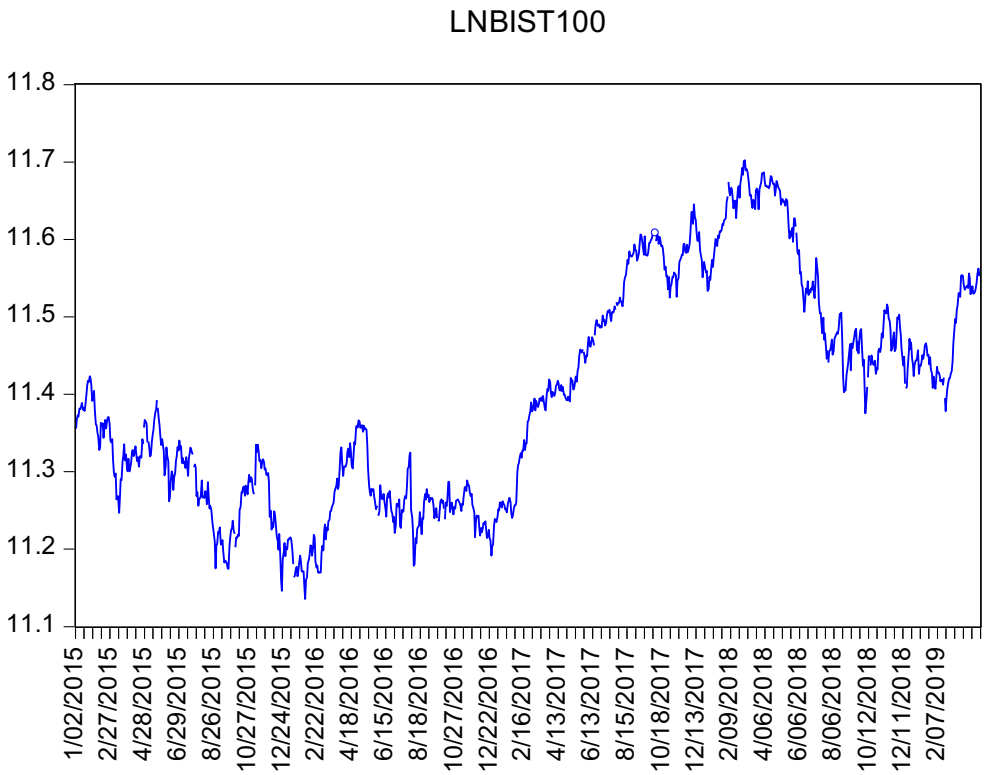
3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Bu çalışma için kullanılan veri seti 2 Ocak 2015 ile 28 Şubat 2019 dönemini kapsayan günlük verilerden oluşur. BİST 100 kapanış fiyatları ile USD/TL döviz kuru kapanış fiyatları 'investing.com' sitesinden edinilmiştir.

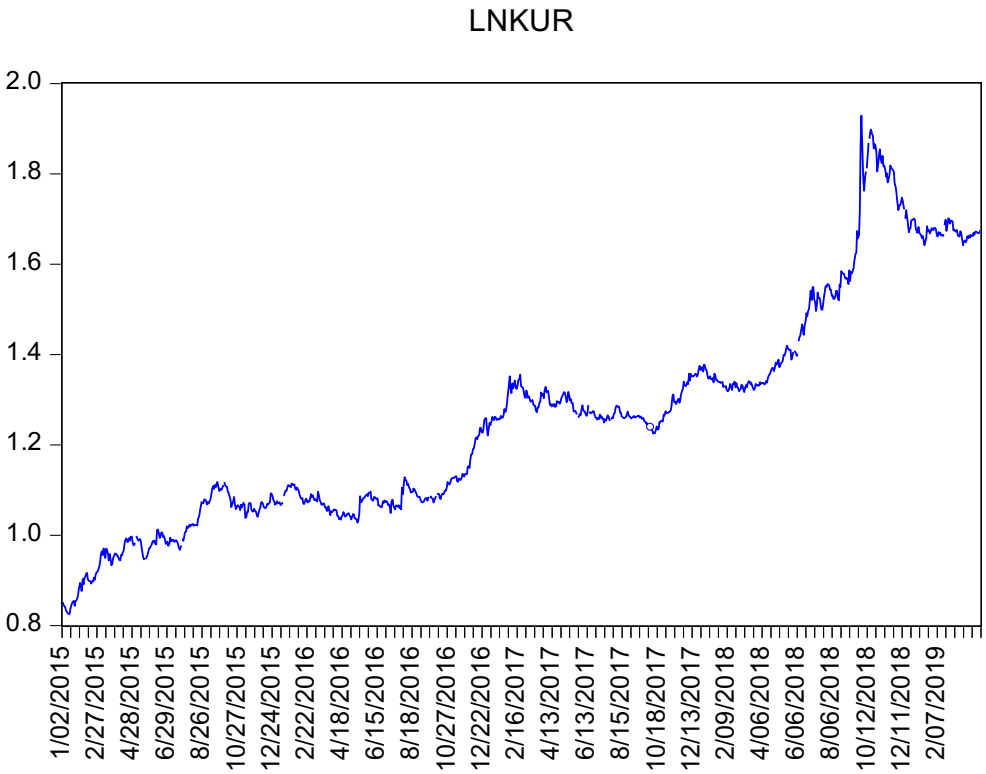
Çalışmada, zaman serisi analizlerinin yapılabilmesi için öncelikle serilerin durağanlığı test edilmiştir. Sonrasında BİST 100 endeksi ile USD/TL döviz kuru arasındaki ilişkinin incelenmesi için öncelikle uygun VAR modeli kurulmuş ve kurulan VAR modelinin sonuçlarının anlaşılabilmesi için varyans ayrıştırma, etki tepki fonksiyon analizleri uygulanmıştır. Sonrasında seriler arası kısa vadeli ilişkileri anlamak için asimetrik nedensellik analizi uygulanmıştır. Analizlerin yapılabilmesi için E Views 10.0 ve Gauss 10.0 programları kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Serilere birim kök ve durağanlık testi yapılmadan önce doğal logaritmaları alınmıştır.



Şekil 1. BİST 100 Logaritmik Veri



Şekil 2. USD/TL Döviz Kuru Logaritmik Veri

Tablo 1. Yapısal Kırılmasız Birim Kök/Durağanlık Testleri

Değişken	Model	Seviye		1. Fark	
		ADF	KPSS	ADF	KPSS
BİST 100	Sabit	-1.247566	2.572898	-32.13824***	0.101221***
	Sabit ve Trend	-2.206984	0.410418	-32.13163***	0.081774***
USD/TL	Sabit	-0.647562	3.639952	-21.46472***	0.059513***
	Sabit ve Trend	-1.907599	0.409407	-21.45443***	0.056704***

Not: ADF testinde maksimum gecikme uzunluğu 21 olarak belirlenmiş olup oto korelasyon kontrolü için Schwarz bilgi kriterinden yararlanılmıştır. KPSS testinde oto korelasyon kontrolü için Barlet Kernel yöntemiyle Newey-West-Bandwith kullanılmıştır. ADF testinde sabit modeli için kritik değerler %1, %5 ve %10 düzeylerinde sırasıyla; -3,436372, -2.864087 ve -2.568178'dir; sabit ve trend modeli için kritik değerler %1, %5 ve %10 düzeylerinde sırasıyla; -3.966829, -3.414107 ve -3.129155'dir. KPSS testinde sabit modeli için kritik değerler %1, %5 ve %10 düzeylerinde sırasıyla; 0.347, 0.463 ve 0.739'dur; sabit ve trend model için %1, %5 ve %10 düzeylerinde kritik değerler sırasıyla; 0.119, 0.146 ve 0.216'dır. '***', '**' ve '*' işaretleri sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeylerinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablo incelendiğinde her iki serinin de yalnızca 1. farkı alınan modellerde durağan olduğu gözlenir.

Tablo 2. Yapısal Kırılmalı Birim Kök/Durağanlık Testleri

Birim Kök Testleri		ZA (tek kırılmalı ADF)	Kırılma Tarihi	NP (Çift Kırılmalı ADF)	1. Kırılma Tarihi	2. Kırılma Tarihi	EL (Fourier ADF)	Maksimum Frekans (k)
Kırılmalı Sabit	BİST 100	-3,9567	04.01.2017	-4.4664**	10.01.2017	18.04.2018	-2.7438	1
	USD/TL	-4.2189	26.04.2018	-4.7743***	10.11.2016	26.04.2018	-0.2511	3
Kırılmalı Sabit ve Trend	BİST 100	-3.5891	04.01.2017	-4.6542*	10.01.2017	18.04.2018	-3.5250	2
	USD/TL	-4.7475	24.07.2018	-5.7667***	27.04.2018	30.07.2018	-2.5789	3
Durağanlık Testleri		Kurozumi (Tek Kırılmalı KPSS)	Kırılma Tarihi	CS (Çift Kırılmalı KPSS)	1. Kırılma Tarihi	2. Kırılma Tarihi	BEL (Fourier KPSS)	Maksimum Frekans (k)

Kırılmalı Sabit	**BİST 100**	3.4736	07.04.2017	2.9082	21.04.2017	30.05.2018	1.9723	1
	USD/TL	1.1911	18.05.2018	6.4116	09.11.2016	16.05.2018	26.2248	1
Kırılmalı Sabit ve Trend	**BİST 100**	2.7110	21.04.2017	1.2353	12.01.2017	24.04.2018	1.8334	1
	USD/TL	2.3102	07.08.2018	1.6978	13.02.2018	09.08.2018	1.8181	1

Not: Birim kök testlerinde (ZA, NP, EL) maksimum gecikme uzunluğu 12 olarak ayarlanmış olup, optimal gecikme uzunluğu t-stat değeriyle belirlenmiştir. Fourier testlerde (EL ve BEL) maksimum frekans sayısı 3 olarak ayarlanmış olup, optimal frekans kalıntıların karelerinin minimum toplamı tarafından belirlenmiştir. Durağanlık testlerinde (Kurozumi, CS, BEL) Barlet Spektral tahmini kullanılmıştır. '***', '**' ve '*' işaretleri sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeylerinde anlamlılığı göstermektedir.

Kritik değerler:

Kırılmalı Sabit Model

ZA Test: -5.3400 (%1), -4.8000 (%5), -4.5800 (%10)

NP Test: -4.6720 (%1), -4.0810 (%5), -3.7720 (%10)

EL Test: -4.3100 (%1), -3.7500 (%5), -3.4500 (%10), k=3

Kurozumi: 0.4827 (%1), 0.3021 (%5), 0.2291 (%10)

CS: 0.3009 (%5)

BEL: 0.1295 (%1), 0.1704 (%5), 0.2706 (%10), k=1

Kırılmalı Sabit ve Trend Model

ZA Test: -5.57 (1%), -5.08 (5%), -4.82 (10%)

NP test: -5.576 (1%), -4.937 (5%), -4.596 (10%)

EL test: -4.43 (1%), -4.38 (5%), -3.77 (10%) for k=3.

Kurozumi: 0.0649(10%), 0.0789 (5%), 0.1131 (1%).

CS: 0.0966 (5%).

BEL: 0.0716 (1%), 0.0546 (5%), 0.0471 (10%) for k=1

Yapısal kırılmalı birim kök/durağanlık testlerine ilişkin yukarıdaki tablo incelendiğinde serilerin çift kırılmalı ADF (Nareyan & Pop, 2010) testlerinde durağan olduğu gözlenmiştir.

Yapısal kırılmaların olduğu tarihler incelendiğinde; o tarihlerde ya da o tarihlere yakın tarihlerde Türkiye ve/veya dünyada gündem oluşturan tarihler olduğu gözlenmiştir.

Tablo 3. Serilerin Durağan Olduğu Gözlenen Testlerde Kırılma Tarihleri

Kırılma Tarihi	***İlgili Tarihte Yaşanan Olay***
10 Kasım 2016	-3 Kasım: Irak ordusu Musul'a girdi
	-7 Kasım: Rakka'ya operasyon
	-10 Kasım: ABD seçimini yaptı. Trump Başkan seçildi
10 Ocak 2017	-1 Ocak: Reina saldırısı
	-10 Ocak: TCMB tüm vade dilimleri için yabancı para zorunlu karşılıklarını 50 baz puan indirdi. Bunun sonucunda 11 Ocak'ta USD/TL 3,94'ü aşmıştır. (10 Ocak USD/TL kapanış fiyatı: 3,78)
18-26-27 Nisan 2018	20 Ocak: Zeytin dalı harekatı başladı (Şehit haberleri)
	23 Mart: ABD, çelik ithalatında %25, alüminyum ithalatında %10 gümrük vergisini uygulamaya başladı. (Çin-ABD ticaret savaşı)
	18 Nisan: Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından erken seçim açıklaması yapıldı.
30 Temmuz 2018	26 Temmuz: Trump Brunson'la ilgili olarak Türkiye'ye büyük yaptırımlar uygulayacağını twetter üzerinden açıkladı.
	29 Temmuz: Türkiye ve ABD'den karşılıklı olumsuz açıklamalar yapıldı.

Yukarıdaki tabloda çift kırılmalı ADF testine göre tespit edilen kırılma tarihleri ve bu tarihlere yakın tarihlerde meydana gelen olaylar gösterilmektedir. Kırılma tarihleri incelendiğinde Türkiye ve/veya dünyada gündem oluşturan olaylar olduğu gözlenmiştir. Ancak ilgili kırılma tarihlerinde meydana gelen şokların sebebinin yalnızca tabloda gösterilen olaylardan ibaret olmadığını belirtmek gerekmektedir. Çünkü kırılma tarihlerinde, kırılmaya sebep olabilecek başka olaylar (spekülasyon, manipülasyon..) da olabilir ve bu olayların hepsini tespit etmek mümkün değildir.

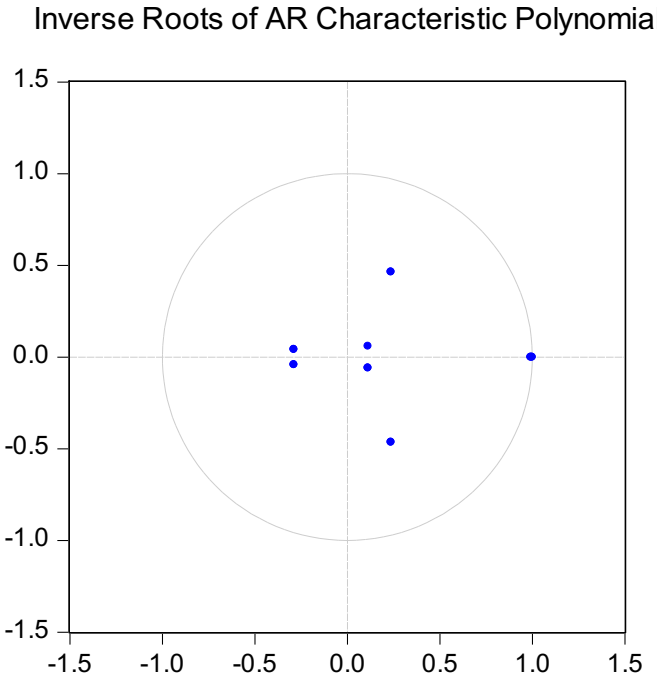
Yapısal kırılmasız ve yapısal kırılmalı birim kök ve durağanlık testleri incelendiğinde genel anlamda seviyede birim kök içerdikleri tespit edilmiştir. Ancak çift kırılmalı ADF (Nareyan & Pop, 2010) testlerinde seviyede durağan olduğu gözlenmiştir. Kırılmalı tarihleri incelendiğinde BİST100 endeksi ve USD/TL kurda şoka neden olan olaylar olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda analizin bundan sonraki kısmına serilerin seviyede durağan olduğu (I_0) varsayımıyla devam edilecektir.

I_0 serilerle kurulacak VAR modelinde uygun gecikme uzunluğunun belirlenebilmesi için bilgi kriterleri yoluyla test edilecektir.

Tablo 4. Bilgi Kriteri Yoluyla Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Lag	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	NA	0.000863	-1.379587	-1.370059	-1.375972
1	11159.86	1.81e-08	-12.15435	-12.12577*	-12.14351
2	17.20448	1.79e-08	-12.16330	-12.11566	-12.14522
3	12.89076	1.78e-08	-12.16809	-12.10140	-12.14279
4	23.22406	1.75e-08*	-12.18296*	-12.09720	-12.15042*
5	3.106871	1.76e-08	-12.17827	-12.07347	-12.13851
6	6.099342	1.77e-08	-12.17652	-12.05265	-12.12953
7	4.722523	1.77e-08	-12.17343	-12.03051	-12.11921
8	6.130437	1.77e-08	-12.17172	-12.00975	-12.11027

Tablo 3 incelendiğinde 5 bilgi kriterinden 4'üne göre 4 gecikme en uygun gecikme uzunluğu olarak görülmüştür. Ayrıca diğer gecikme uzunlukları da denenmiş olup, otokorelasyon problemi içerdikleri gözlenmiştir. Kurulan VAR modelinin uygunluğunu test etmek için istikrar koşulu ve otokorelasyon testleri yapılacaktır.



Şekil 3. İstikrar Koşulu

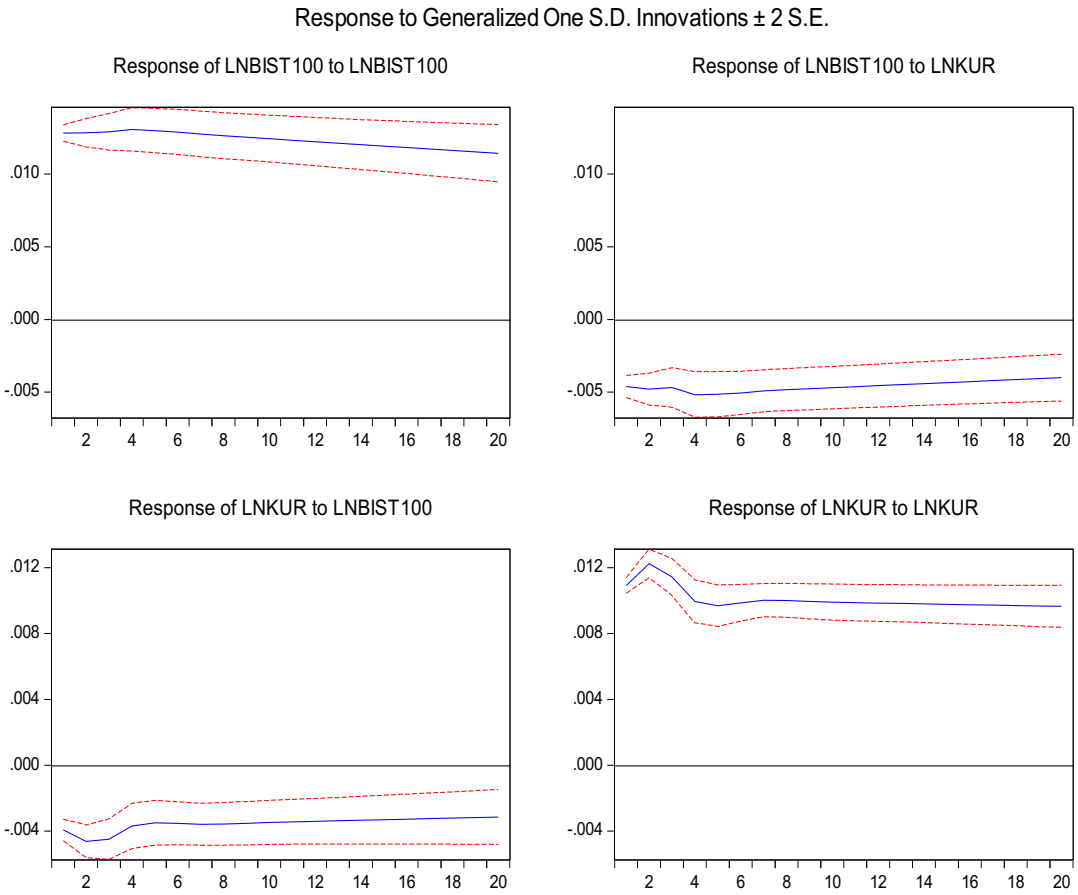
İstikrar koşulunun sağlanması için ters köklerin birim çember içerisinde yer alması gerekmektedir. Şekil 3 incelendiğinde 7 ters kökün de çember içinde olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Otokorelasyon LM Testi

Gecikme	**LM İstatistiği**	**Olasılık**
1	4.135953	0.3879
2	1.790323	0.7743
3	2.173670	0.7039
4	2.460000	0.6518
5	6.134307	0.1893
6	4.719116	0.3174
7	6.403301	0.1710
8	5.467317	0.2426
9	7.771953	0.1003
10	3.192455	0.5262
11	7.429765	0.1148

Otokorelasyon LM testi sonuçlarına göre 11 gecikme uzunluğu için de otokorelasyon probleminin olmadığı görülmektedir (*tüm gecikmeler için p>0,05*).

Kurulan uygun VAR modelinin ardından etki tepki fonksiyonu ve varyans ayrıştırmasıyla değişkenler arasındaki ilişki ve birbirlerine etkileri test edilecektir.



Şekil 4. Etki Tepki Fonsiyon Grafikleri

Etki tepki analizi sonuçlarına göre, BİST 100 değişkeninin kendisinden kaynaklanan bir standart sapmalık şoka uzun vadede pozitif yönde tepki vermektedir. Bu etki süregelmektedir. USD/TL döviz kuru değişkenine verilen 1 standart sapmalık şok BİST 100 değişkenine uzun dönemde negatif etki yapmaktadır ve bu ilişki süregelmektedir. BİST 100 değişkenine verilen 1 standart sapmalık şok USD/TL döviz kuru değişkenine uzun dönem negatif etki yapmaktadır ve bu ilişki devam etmektedir. USD/TL döviz kuru değişkeninin kendisinden kaynaklanan bir standart sapmalık şoka uzun dönem pozitif yönde tepki vermektedir ve bu etki süregelmektedir.

Tablo 6. BİST 100 Endekisnin Varyans Ayrıştırması

Dönem	S.E.	LNBIST100	LNKUR
1	0.012819	100.0000	0.000000
2	0.018145	99.98949	0.010505
3	0.022263	99.99270	0.007296
4	0.025824	99.95741	0.042585

5	0.028914	99.93580	0.064199
6	0.031662	99.92692	0.073076
7	0.034135	99.92668	0.073325
8	0.036401	99.92865	0.071350
9	0.038500	99.93128	0.068724
10	0.040459	99.93425	0.065746

BİST 100 endeksinin 10 günlük varyans ayrıştırmasını gösteren tablo 5 incelendiğinde BİST 100'ün hata varyansının önemli bir kısmı (%99,93) kendisi tarafından açıklandığı görülmektedir.

Tablo 7. USD/TL Döviz Kurunun Varyans Ayrıştırması

Dönem	S.E.	LNBIST100	LNKUR
1	0.010921	12.96328	87.03672
2	0.016411	13.72139	86.27861
3	0.020011	14.27865	85.72135
4	0.022349	14.17138	85.82862
5	0.024360	13.99456	86.00544
6	0.026280	13.82828	86.17172
7	0.028126	13.70333	86.29667
8	0.029856	13.59468	86.40532
9	0.031472	13.48980	86.51020
10	0.032994	13.38581	86.61419

Tablo 6'da USD/TL döviz kurunun varyans ayrıştırması incelendiğinde, USD/TL döviz kurunun yaklaşık %86,61'i kendisi tarafından açıklanırken, BİST 100 endeksinin yaklaşık %13,4'ünü açıkladığı görülmektedir.

Seriler arasındaki kısa vadeli ilişkinin tespit edilmesinde asimetrik nedensellik analizi uygulanacaktır.

Tablo 8. Asimetrik Nedensellik Analizi

Sıfır Hipotezi (H_0)	Optimal Gecikme	Wald Stat	%1	%5	%10
$lnbist100^+ \not\rightarrow lnkur^+$	2	1.019	9.996	6.452	4.638
$lnbist100^+ \not\rightarrow lnkur^-$	2	11.205***	9.582	6.041	4.745
$lnbist100^- \not\rightarrow lnkur^-$	2	3.763	11.594	6.514	4.695
$lnbist100^- \not\rightarrow lnkur^+$	2	4.382*	9.293	5.790	4.373
$lnkur^+ \not\rightarrow lnbist100^+$	2	5.878*	9.474	6.085	4.715
$lnkur^+ \not\rightarrow lnbist100^-$	2	8.760**	9.663	5.957	4.681
$lnkur^- \not\rightarrow lnbist100^-$	2	3.689	9.645	6.247	4.562
$lnkur^- \not\rightarrow lnbist100^+$	2	7.844**	8.819	5.878	4.549

Not: Wald stat değeri, önemlilik düzeylerinden (%1, %5, %10) büyük olduğunda H_0 hipotezi reddedilir ve değişkenler arasında, asimetrik nedensel ilişki olduğu anlamına gelir. '***', '**' ve '*' sırasıyla; %1, %5 ve %10 düzeylerinde anlamlılığı gösterir. Analiz için %5 anlamlılık düzeyi dikkate alınacaktır.

Tablo incelendiğinde %5 önemlilik düzeyi dikkate alınarak, BİST 100 endeksinde meydana gelen pozitif şokla USD/TL döviz kurundaki negatif şok arasında 2 gecikme sonra çift yönlü asimetrik nedensellik olduğu ve USD/TL döviz kurunda meydana gelen pozitif şokun 2 gecikme sonrası için BİST 100 endeksindeki negatif şokun asimetrik nedeni olduğu gözlenmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmada 2 Ocak 2015-28 Şubat 2019 dönemine ait BİST 100 Endeksi ile USD/TL döviz kuru günlük verilerinden oluşan haftalık 5 günlük veri seti kullanılarak bu iki seri arasındaki uzun dönemli ilişki ve asimetrik ilişki ele alınmıştır. İlişkiler incelenmeden önce serilerin durağanlığı yapısal kırılmalı ve yapısal kırılmasız birim kök testlerine göre incelenmiştir.

Çalışmada, yapılan birim kök analizleri neticesinde, değişkenlerin yapısal kırılmasız modellere göre seviyede birim kök oldukları; yapısal kırılmalı modellerden olan çift kırılmalı ADF (Narayan ve Popp, 2010) testine göre seviyede durağan olduğu gözlenmiştir. Ayrıca modelin tespit ettiği kırılma tarihleri incelendiğinde; o tarihler ya da o tarihlere yakın tarihlerde Türkiye ve/veya dünyada gündem oluşturan olaylar olduğu gözlenmiştir. Yapılan VAR analizi sonucuna ve etki-tepki fonksiyon analizine göre değişkenler arasında uzun dönemli sürekli ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca yapılan asimetrik nedensellik analizi neticesinde; BİST 100 endeksi pozitif şoku ile USD/TL döviz kuru negatif şoku arasında çift yönlü nedensel ilişkinin olduğu gözlenmiştir. Ancak USD/TL pozitif şokundan BİST 100 endeksi negatif şokuna tek yönlü nedensel etkinin olduğu gözlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar daha önce borsa endeksi ve döviz kuru arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarla kıyaslandığında; çoğu

çalışmada da elde edilen sonuçlara parelel olarak borsa endeksi ile döviz kuru arasında ilişki olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Borsa endeksi ile döviz kuru arasında ilişki olmadığı sonucunu elde eden çalışmaların ilişki olmadığı sonucunu elde etmelerinin sebebi çalışmalarında, farklı piyasalardaki borsa endeksleri ve döviz kurlarını ele almalarından kaynaklı olduğu söylenebilir.

Değişkenlerin pozitif ve negatif şoklara verecekleri tepkilerin farklı olduğu görülmüştür. Dolayısıyla döviz kuru ve borsa gibi oynaklığın çok olduğu değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerinin ortaya koyulmasında asimetrik nedensellik analizinin etkili bir yöntem olduğu söylenebilir.

BİST 100 endeksi ve USD/TL döviz kurundaki değişimin nedenini anlamak için yalnızca bu iki değişkeni ele almak yeterli değildir ve bu da çalışmanın kısıtlılıklarından biri olarak gösterilebilir. Ayrıca analizin yapılması için kullanılan verilerin elde edildiği dönem de çalışmanın başka bir kısıtlılığı olduğu söylenebilir ve bundan sonraki çalışmalarda farklı dönemler ve farklı değişkenlerle ilişkilerin incelenmesi bu konudaki araştırmalara derinlik katacaktır.

KAYNAKLAR

ASLAM, W. (2014), ‘Relatıonshıp Between Stock Market Volatılıty And Exchange Rate: A Study Of Kse’ Journal of Public Admisnistration, Finance and Law, 5, 62-72

BECKER, R., ENDERS, W., LEE, J. (2006), A Stationarity Test in The Presence of An Unknown

Number of Smooth Breaks. J. Time Ser. Anal. 27 (3), 381–409.

ÇAKAN, E. ve EJARA, D. D. (2013), ‘On The Relationship Between Exchange Rates and Stock Prices: Evidence from Emerging Markets’, International Research Journal of Finance and Economics, 111, 115-124.

CARRION-I SIVESTRE, J. L. ve SANSO, A. (2005), The KPSS Test with Two Structural Breaks. Spanish Economic Review. 9 (2), 105-127.

DİCKEY, D. A. ve FULLER, W. A. (1981), Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root. Econometria. 4, 1057-1072.

ENDERS, W. (1995), Applied Econometric Time Series. John Wiley & Son, Inc. USA.

ENDERS, W. ve LEE, J. (2012), A unit root test using a Fourier Series to Approximate Smooth

Breaks. Oxf. Bull. Econ. Stat. 74 (4), 574–599.

HATEMİ-J, A. (2012), Asymmetric Causality Tests with An Application.Empiricial Economics. 43, 447-456.

KENDİRLİ, S. ve ÇANKAYA, M. (2016), ‘Döviz Kuru ve Enflasyonun BİST Banka Endeksi Üzerindeki Etkisi’, MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(3), 215-227.

KWIATKOWSKI, D., PHILLIPS, C. B., SCHMIDT, P., SHIN, Y. (1992), Testing The Null Hypothesis of Stationary Against The Alternative of A Unit Root. Journal of Econometrics. 54, 159-178.

KUROZUMİ, E. (2002), Testing for Stationary With A Break. Journal of Econometrics. 108, 63-99.

NARAYAN, P. K. ve POPP, S. (2010), A New Unit Root Test with Two Structural Breaks in Level and Slope at Unknown Time. Journal of Applied Statistics. 37 (9), 1425-1438.

SAIDI, L., ADAM, P., ROSTIN, SAENONG, Z., BALAKA, M. Y., GAMSIR, ASMUDDIN, SALWIAH, (2017), 'The Effect of Stock Prices and Exchange Rates on Economic Growth in Indonesia' International Journal of Economics and Financial Issues, 7(3), 527-533.

SURİANİ, S., KUMAR, M. D., JAMIL, F., MUNEER, S. (2015), 'Impact of Exchange Rate on Stock Market', International Journal of Economics and Financial Issues, 5, 385-388.

YAU, H. Y. ve NİEH, C. C. (2009), 'Testing for Cointegration With Threshold Effect Between Stock Prices and Exchange Rates in Japan and Taiwan', Japan and The World Economy, 21(3), 292-230.

ZİVOT, E., ANDREWS, D.W.K. (1992), Further Evidence on The Great Crash, The Oil-Price Shock,

and The Unit-Root Hypothesis. J. Bus. Econ. Stat. 10, 251–270.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Balıkesir İlinde Konut Fiyatlarındaki Farklılıkları Oluşturan Unsurların Tespiti

Full Text / Tam Metin

Mehmet Emin AKKILIÇ[1], Hasan Hüseyin YILDIRIM[2], Mehmet Selim DİKİCİ[3]

Özet

Giriş*: Konut, insanoğlunun barınma ihtiyaçlarını karşılaması ile birlikte birikim yapmak için de önemli bir araçtır. İnsanların konut ediniminde önemli olan konulardan bir tanesi de konutun fiyattır. Bu bağlamda, konut fiyatları hem alıcılar hem de satıcılar için önem arz etmektedir. Konut alım satımında fiyat farklılıkları gözlemlenmektedir. Konut fiyatları, binanın inşaat malzemesinden coğrafi konumuna ve yaşına (yıpranma oranına) kadar pek çok faktörün yanı sıra, makroekonomik değişkenlerden de etkilenmektedir.* ***Amaç****: Bu noktadan hareketle, çalışmanın temel amacı Balıkesir ilinde bölgeler arasında konut fiyat farklılığının olup olmadığını tespit etmektir.* ***Yöntem:*** *Çalışmanın uygulama kısmında konutun m^2 fiyatı baz alınarak bölgeler arasında fiyat farklılığının olup olmadığını ANOVA testi ile test edilmiştir. Uygulamada Ocak-Mart 2019 döneminde internetteki Balıkesir'de satılık ilanı verilmiş 400 konuta ait veriler kullanılmıştır.*

Anahtar Kelimeler: *Konut, Konut fiyatları, Fiyat farklılıkları, Konut arzı ve talebi*

Determination of The Factors Which are Created Differences in Housing Prices in Balikesir

Abstract

Introduction: *Owning a resident is important for human beings to meet their needs for accommodation and accumulation. One of the issues that are important for people's acquisition of housing is the price of housing. In this context, housing prices are important for both buyers and sellers. Price differences are observed in buying and selling housing. Housing prices are influenced by macroeconomic variables as well as many factors, from the building's construction material to the geographical location and age (wear rate).* ***Aim:*** *From this point of view, the main aim of the study is to determine the elements that make up the difference in housing prices in the province of Balikesir.* ***Method:*** *In the application part of the study, a model is formed in which the housing price is determined according to the physical, environmental characteristics of the house and the socio-economic and sociocultural characteristics of the place where the residence is located. In the January-March 2019 period, data on 400 houses were used for sale in Balıkesir.*

Keywords: *Housing, House Price, Price Differentiation, Housing Supply And Demand*

JEL Classification Codes: *M31, P25, R31*

[1] Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, BUBYO, Uluslararası Ticaret, Türkiye, eakkilic@balikesir.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, BUBYO, Bankacılık ve Finans, Türkiye, hhyildirim@balikesir.edu.tr
3 Öğr. Gör., Balıkesir Üniversitesi, BURMYO, Pazarlama, Türkiye, msdikici@balikesir.edu.tr

GİRİŞ

Konut, toplumların en küçük birimlerinin (birey, aile, sosyal grup vb.) doğal ve toplumsal çevreleri içinde yaşamlarını idame ettikleri barınak şeklinde tanımlanmaktadır (Demirarslan, 2005). Kişilerin en önemli gereksinimlerinden bir tanesi barınmadır. Bir başka ifadeyle, kişilerin temel ihtiyaçları içerisinde konut da vardır. Konut bir yandan insanların barınma ihtiyaçlarını karşılarken, diğer taraftan alternatif bir birikim yapma şekline aracılık yapmaktadır. Yani ekonomik açıdan önemli bir değere sahiptir.

Konut, ekonomik yönünden ele alındığında, konutun uzun dönemde net getirisinden dolayı önemlilik arz etmektedir. Konut, barınma açışından irdelenmek gerekirse, konutunu konumu, merkeze uzaklığı, bulvar ya da cadde üzerinde olması, temel ihtiyaçlar için gereksinim duyulan alışveriş merkezlerine yakınlığı kullanıcılar için önemli birer etken olmaktadır.

Yukarıda bahsedilen hususların neticesinde ortaya çıkan ve hala tüketicilerin satın alma kararlarında önemli bir etken olan ürünün fiyatı, konut sektöründe de önemli bir konu olmaktadır. Konut fiyatlarının şekillenmesinde ve farklılaşmasında; binada kullanılan malzemeden binanın coğrafi konumuna, yıpranma oranından semtte oturanların sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik özelliklerine kadar birçok faktörün etkisi vardır. Söz konusu faktörlerin bir kısmı kontrol edilebilen faktörlerken, bir kısmı ise kontrol edilemeyen makro çevresel faktörler olabilmektedir. Örneğin, 2008 yılında, ABD'de yaşanan ve neredeyse tüm dünyaya yayılan küresel ekonomik krizden Türkiye de olumsuz yönden etkilenmiştir. Bu noktadan hareketle, çalışmanın temel amacı konut fiyat farklılığını oluşturan unsurların neler olduğu ortaya konulması şeklinde belirlenmiştir.

Bu çalışmayla, Balıkesir'de alınan göçle birlikte hızlı bir konutlaşmaya gidilen başta il merkezi olmak üzere Bandırma ve Edremit ilçelerinde konut fiyatlarındaki farklılığı oluşturan unsurlar tespit edilmiş, konutlara ilişkin karar almalarında, ilgili taraflara daha rasyonel davranmaları için bazı öneriler getirilmiştir.

Ülkemizde son yıllarda gayrimenkul sektörüne yapılan yatırımlar ve gündemdeki yasal düzenlemeler sayesinde, sadece büyükşehirlerde değil, gelişmekte olan birçok şehrimizde büyümenin getirdiği değişimlerin yaşam tercihleri ve sosyal hayatın üzerindeki etkileri göze çarpmaktadır. Balıkesir ve Çanakkale'yi kapsayan Güney Marmara Bölgesi de bu süreçte önemli bir gelişme potansiyeline sahiptir. Bursa ili ve Ege Bölgesi'nin arasında Güney Marmara Bölgesi, bütünsel bir gelişme sürecine girmiştir. Mega projeler ise bütünsel gelişmenin anahtarı konumunda yerini almıştır. Balıkesir ili bu perspektifte gelişen kentler içinde öne çıkmakta; sanayi, enerji, madencilik, turizm, lojistik ve tarım alanlarındaki potansiyeli ile önemli yatırım olanakları sunmaktadır.

Balıkesir, Batıdan Çanakkale Boğazı ve Ege Denizi'ne; kuzeyden İstanbul Boğazı ve Marmara Denizi'ne kıyısı olan stratejik konumda bulunan bir kenttir.

Balıkesir'in iki merkez ilçesi (Karesi, Altıeylül) ve merkeze bağlı 18 ilçesi (Ayvalık, Balya, Bandırma, Bigadiç, Burhaniye, Dursunbey, Edremit, Erdek, Gömeç, Gönen, Havran, İvrindi, Kepsut, Manyas, Marmara, Savaştepe, Sındırgı, Susurluk) bulunmaktadır.

Balıkesir'in genel nüfusu, 1.189.057 kişidir. Cinsiyetlere göre nüfus dağılımı, 595.528 kadın, 593.529 erkektir.

Balıkesir ili madenleri açısından Türkiye'nin zengin illerinden biridir. Türkiye'de bulunan 76 çeşit madenin, 56 çeşidi Balıkesir ilinden çıkarılıp işlenmektedir. Balıkesir Türkiye'de Afyon'dan sonra en çok jeotermal kaynağa sahip ikinci ildir.

Bölgede tarım ve hayvancılık yoğun olarak yapılmaktadır. Zeytin üretiminde Balıkesir, Türkiye'de önde gelen iller arasındadır. En yoğun nüfus 86.483 ile 50-54 yaş aralığındadır. Balıkesir'in yıllık nüfus artış hızı yılda %1,75 olarak belirlenmiştir. Nüfus artış hızına göre Balıkesir 81 il arasında 58. sırada yer almaktadır. Balıkesir ve ilçelerini gösteren harita Şekil 1'de verilmektedir.



Şekil 1: Balıkesir İl Haritası

Balıkesir satılık konut piyasasında son dönemlerde satılık konut fiyatları %0.13 azalış göstermiştir. Balıkesir şehrinde ortalama konut metrekare fiyatları 2.368 TL olurken, geri dönüş süresi 22 yıl olarak hesaplanmıştır. Buna göre, 2019 yılı emlak endeksi ve bölge raporunda Balıkesir şehrinde satın alınan 100 metrekarelik bir konutun ortalama fiyatı 177.570 TL ile 296.000 TL arasındadır (https://www.zingat.com/balikesir-bolge-raporu).

Şekil 2'de Balıkesir ili genelinde bir aylık, 3 yıllık ve 5 yıllık sürelerde konut fiyatlarındaki değişimler ele alınmaktadır.



Şekil 2: Balıkesir İli Satılık Konutların Genel Görünümü

Şekil 2'ye bakıldığında Balıkesir il genelinde konut fiyatlarının 1 aylık fiyat değişiminin %0,13 azaldığı, 3 yıllık fiyatların %82,6 arttığı ve 5 yıllık fiyatların ise %115,8 arttığı görülmektedir.

Tablo 1'de 2013-2018 yılları arasında Balıkesir ili geneli ve ilçelerinde metrekare konut fiyatları gösterilmektedir.

Tablo 1: 2013-2018 Balıkesir İli ve İlçeleri Metrekare Konut Fiyatları

	2013	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Balıkesir	1012,37	1071,34	1115,24	1255,52	1581,57	2007,07
Balıkesir (Altıeylül)	1065,32	1173,08	1251,83	1419,31	1761,52	2236,10
Balıkesir (Ayvalık)	1242,95	1385,26	1631,47	1901,49	2013,87	2361,23
Balıkesir (Bandırma)	894,79	979,96	1007,18	1131,34	1289,74	1605,43
Balıkesir (Burhaniye)	1009,90	1078,74	1167,63	1283,59	1586,11	1934,59
Balıkesir (Edremit)	1079,11	1194,14	1352,93	1471,35	1633,27	2065,36
Balıkesir (Karesi)	958,56	967,94	976,44	1089,08	1398,71	1774,33

Kaynak: www.zingat.com (https://www.zingat.com/altieylul-bolge-raporu)

Tablo 1'e göre 2013 yılında Balıkesir ili geneli ve Altıeylül, Ayvalık, Bandırma, Burhaniye, Edremit ve Karesi ilçelerinde metrekare konut fiyatları sırasıyla 1012,37, 1065,32, 1242,95,

894,79, 1009,90, 1079,11 ve 958,56 TL olarak tespit edilmiştir. Tablodaki veriler incelendiğinde Balıkesir ili geneli ve ilçelerinde 2013-2018 yılları arasında metrekare konut fiyatlarında sürekli olarak bir artış olduğu gözlenmektedir.

Literatür Araştırması

Türkiye'de konut sektörüyle ilgili çalışmalarda genel olarak makro ekonomik göstergeler ile konut fiyatları arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Buna karşın konut piyasasında il düzeyinde yapılan çalışmalar sınırlıdır. Ayrıca il düzeyinde yapılan çalışmalarda o ildeki konut fiyatlarını etkileyen faktörler, makro ve mikro düzeyde ayrı ayrı ele alınmamıştır. Bu bağlamda yapılması düşünülen bu araştırma ile konut fiyatlarındaki farklılıkları oluşturan unsurların belirlenmesine yönelik elde edilen çıktılarla literatüre katkı sağlanacaktır. Konuya ilişkin çalışmaların bir kısmına aşağıda yer verilmiştir.

Üçdoğruk (2001) İzmir'in 8 ilçesi için yaptığı çalışmada, konutun kalorifer sistemi, konutun genişliği, bulunduğu kat, konutun yaşı, oda sayısı, yüksek gelir gruplarına sahip ilçeler gibi değişkenlerin fiyatı pozitif yönde etkilediği tahmin edilmiştir.

Maurer, Pitzer ve Sebastian (2004) yaptığı çalışmada Paris konut piyasasını incelemişlerdir. Burjuva semtlerinde binadaki kat sayısının dairelerin fiyatını pozitif, dairenin doluluk oranının fiyatı negatif etkileyeceğini tahmin etmiştir.

Toda ve Nozdrina (2004)'nın yaptığı, Moskova'da konut fiyatlarını inceleyen çalışmalarında, şehir merkezinden ve metro istasyonundan uzakta olan dairelerin fiyatlarının düştüğü, geniş mutfak ile konut bakımının konut fiyatlarını arttırdığını tahmin edilmiştir.

Yankaya ve Çelik (2005)'in İzmir metrosunun konut fiyatları üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, metro istasyonuna olan yürüme mesafesi, otobüs durağına olan yürüme mesafesi ve konutun yaşı, konut fiyatlarını negatif yönde etkilerken; konutun büyüklüğü, bulunduğu kat, kalorifer ve yapı kalitesi değişkenlerinin konut fiyatlarını pozitif yönde etkilediği tahmin edilmiştir.

Wen, Jia ve Guo (2005)'nun, Hangzhou kentindeki konut fiyatlarını inceleyen çalışmalarında, konut fiyatlarını, yapı karakteristiklerinin %60, komşuluk karakteristiklerinin %16,5, konum karakteristiklerinin %19,8 ve diğerlerinin %2,7 oranında etkilediği görülmüştür.

Cohen ve Coughlin (2005) yaptıkları çalışmada Atlanta Uluslararası Havaalanı yakınındaki yerleşim birimlerindeki gürültü düzeyi ile konut fiyatları arasındaki ilişkiyi tahmin edilerek, gürültü düzeyi azaldıkça konut fiyatlarının arttığını bulgulamışlardır (yaklaşık %20 oranında).

Karagöl (2006)'ün Ankara ili için yaptığı çalışmada, konutun sitede olması, yüksek gelirli bölgede olması, parkının olması, kat sayısı, konutun alanı, oda sayısı, asansör, parselin alanı, alış-veriş yakınlık, konutun yaşı, kullanılan malzeme ve ekipman gibi faktörlerin konut fiyatlarının belirlenmesinde etkili olduğu tahmin edilmiştir.

Baldemir, Kesbiç ve İnci (2007)'nin Muğla merkez için yapılan çalışmasında, konutun merkezi kaloriferli olması, kullanılan malzemelerin kalitesi, sokak içende olması ve uydu sisteminin olmasının fiyatları pozitif etkilediğini tahmin edilmiştir.

Wong (2008) akademik itibar sahibi okulların çevresindeki konut fiyatları üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmasında, konut satın alanların, akademik başarı gösteren okullara yakınlığa, gelişmiş yaşam

alanlarına, otobüs duraklarına, alış-veriş mağazalarına ve okullara yakın alanlara daha fazla fiyat ödemeye gönüllü olduğu ortaya konulmaktadır.

Mutluer (2008)'in Ankara ili Çankaya ilçesi için yaptığı çalışmada, konut fiyatlarının belirlenmesinde, bölge, oda sayısı, tuvalet sayısı, salon, konutun bulunduğu kat, toplam kat sayısı ve konutu brüt alanı gibi faktörlerin modelde anlamlı çıktığı ve konutun büyüklüğünün konut fiyatını en iyi açıklayan değişken olduğu tahmin edilmiştir. Çalışmada konut fiyatlarını etkileyen faktörlerin, bölgesel farklılıklar gösterdiği, fiyatların aynı ilçe içerisinde bile çok farklı özelliklerle ilişkili olduğu ortaya konulmaktadır.

Selim (2008)'in Türkiye'de konut fiyatlarının belirlenmesini etkileyen faktörleri araştırdığı çalışmasında, merkezi ve yerden ısıtmalı sistem, havuz, konut tipi, oda sayısı, konutun genişliği, mevkisel özellikler ve binanın özellikleri değişkenlerinin fiyatı etkileyen en önemli faktörler olduğu bulgusu ortaya konulmuştur. Çalışmada kentsel alanlardaki konut fiyatlarının, kırsal alanlardaki konut fiyatlarından %26 daha yüksek olduğu tahmin edilmiştir.

Badurlar (2008) Çalışmada 1990-2006 dönemi için Türkiye'de makroekonomik değişkenlerin konut fiyatları üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Uygulanan analizler sonucunda konut satışları ile döviz kuru arasında çift yönlü bir nedenselliğe rastlanılmıştır.

Çağlayan ve Eban (2009), İstanbul'da Ekim-Kasım-Aralık 2007 dönemi için 992 satılık konutun fiyatlandırılmasında hedonik fiyatlama yaklaşımını kullanarak konut fiyatları ve özellikleri arasındaki ilişkiyi kantil regresyon ve yarı logaritmik regresyon modeli ile incelemişlerdir. Konut fiyatlarını etkileyen konut özelliklerini banyo sayısı, cadde, konutun cephesi, garaj, güvenlik, ısıtma sistemi, kablolu TV, mutfağın alanı, oda sayısı, dairenin bulunduğu binanın site içinde olması, konutun bulunduğu yaka (Avrupa, Anadolu), dairenin bulunduğu binanın yaşı şeklinde belirlemişlerdir. Model tahminlerinden elde edilen sonuçlara göre, güvenlik, ısıtma sistemi, garaj ve kablolu TV, mutfağın alanı, oda sayısı değişkenleri konutların fiyatlarını artırmaktadır ve konutun cadde üzerinde olması konutun fiyatını düşürmektedir. Anadolu Yakası'ndaki binalar için binanın yaşı değişkeni konut fiyatını pozitif etkilemiştir.

Selim ve Demirbilek (2009) Türkiye'de kira değerinin belirleyicilerini araştırdıkları çalışmalarında, konutun yaşı dışındaki tüm değişkenlerin konut kirasına olan etkisinin beklentilere uygun olduğunu tahmin etmiştir. Çalışmada, kentte yaşayanların, kırsalda yaşayanlara göre %46 daha fazla kira ödedikleri ve konut kirasını etkileyen en önemli değişkenlerin konutun tipi, yapı türü, oda sayısı, konutun büyüklüğü ve diğer yapısal değişkenlerden olan su sistemi, havuz, doğal gaz ve kablolu yayına sahip olmak olduğu ortaya konulmuştur.

Aksoy vd. (2010) yaptıkları çalışmada Kooperatif, Müteahhit ve Şahıs tarafından üretilmiş konutlardaki kullanıcı memnuniyeti, bazı kullanıcı demografik özellikleri-fiziksel çevre ve konut çevresi değişkenlerine göre değerlendirilmiştir. Bu amaçla hazırlanan bir anket, Elazığ'ın yakın zamanda imara açılan ve yoğun yapılaşmanın olduğu bazı mahallelerine uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre, konut kullanıcı memnuniyeti ile konut üretim biçimi arasında istatistiksel açıdan önemli bir ilişki bulunmuştur. "Şahıs"lar tarafından yapılan konutların, "kooperatif ve müteahhit" tarafından yapılan konutlara göre daha fazla oranda kullanıcı memnuniyeti sağladığı tespit edilmiştir. Bu nedenle, konut üretim sürecinde, gerekli performans ölçütleri belirlenmelidir.

Sue ve Wong (2010) Singapur'da konut fiyatlarını incelediği çalışmalarında daha yeni, daha geniş ve daha yüksek kattaki konutların daha yüksek fiyata sahip olduğu görülmüştür.

Cingöz (2010)'un İstanbul'da kapalı site konut fiyatlarını belirleyen faktörleri araştırdığı çalışmasında, konutun bulunduğu semtin fiyat üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu, konutun şehir merkezine uzaklığının fiyatı negatif etkilediği, konutun bulunduğu sitede otopark, suni gölet olması, oda sayısı ve konut büyüklüğünün konut fiyatlarını pozitif yönde etkilediği tahmin edilmiştir.

Kaya (2012)'nın Türkiye'de konut fiyatlarını incelediği çalışmasında, ulusal düzeyde ailelerin, sadece 200 metrekareden büyük alanlar için daha fazla ödemeye razı oldukları ve konutun ısıtma sistemin baktığımızda ise sobalı konutun fiyatını %6,82 düşürürken, merkezi kaloriferin %2,54 artırdığını tahmin etmektedir.

Tatlı (2013) Çalışmada Malatya'daki hane halkı reislerinin konut sahipliğini etkileyen değişkenler araştırılmıştır. Uygulanan logit model sonucunda, hane halkı reisinin evli olması, gelir durumu ve yaş durumu, konut sahipliğini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kördiş vd. (2014) çalışmalarında Antalya'da konut fiyatlarını etkileyen faktörleri, hedonik fiyatlama yöntemi ile analiz etmişlerdir. Çalışmada hem genel hem de farklı gelir grupları için oluşturdukları modelin sonucunda Antalya'da konut fiyatlarını etkileyen önemli faktörlerin konutun genişliği, yüksek gelirli bölgede olması, deniz manzaralı olması, kapalı oto parkı olması, daire olması, denize yakınlığı, ısınma sisteminin olması ve asansörünün olması gibi sonuçlara ulaşmışlardır.

Lebe ve Akbaş (2014) Türkiye"de 1970-2011 dönemi için yaptıkları çalışmada, medeni durum, kişi başı gelir ve sanayileşmedeki artışların konut talebini olumlu yönde; faiz, konut fiyatları ve tarım sektörü istihdamındaki artışların ise olumsuz yönde etkilediği bulmuşlardır. Tahmin edilen katsayılar ise Enflasyon için -0,0099, Kişi başı milli gelir için 5.053, faiz için 0.003, Sanayileşme için 2.72, tarım için -2,3147 ve evlenen çift sayısı için 0.46 olarak bulunmuş. Vektör Hata Düzeltme Modeline dayalı elde edilen denklem sonucuna göre kısa dönemde meydana gelen dengesizliklerin her dönem %27 si düzelmektedir. Diğer taraftan uzun dönemde Türkiye"de konut talebini en fazla etkiyen faktörün gelir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konut talebini en fazla etkileyen ikinci ve üçüncü faktör, sırasıyla, sanayileşme ve tarım sektöründe istihdam olduğu ortaya konmuştur.

Pınar ve Demir (2014) Çalışmada konutların büyüklüğü, merkeze yakınlığı gibi nedenlerin konutların kapitalizasyonu üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca ikinci el konutların, kapitalizasyon oranlarının yeni konutların kapitalizasyon oranlarından daha yüksek çıkmıştır.

Daşkıran (2015), Denizli kentinde konut talebine etki eden faktörleri hedonik fiyat modeli ile tahmin etmiştir. Denizli'de rassal olarak seçilen üç mahallede tesadüfi olarak 102 hanehalkı ile konutlarına yönelik anket yapılmıştır. Regresyon modelindeki konutun bulunduğu kat, asansör, oda sayısı, banyo sayısı,

Türkiye'de konut sektörüyle ilgili çalışmalarda genel olarak makro ekonomik göstergeler ile konut fiyatları arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Buna karşın konut piyasasında il düzeyinde yapılan çalışmalar sınırlıdır. Ayrıca il düzeyinde yapılan çalışmalarda o ildeki konut fiyatlarını etkileyen faktörler, makro ve mikro düzeyde ayrı ayrı ele alınmamıştır. Bu bağlam yapılması düşünülen bu araştırma ile konut fiyatlarındaki farklılıkları oluşturan unsurların belirlenmesine yönelik elde edilen çıktılarla literatüre katkı sağlanacaktır. Konuya ilişkin çalışmaların bir kısmına aşağıda yer verilmiştir.

Üçdoğruk (2001) İzmir'in 8 ilçesi için yaptığı çalışmada, konutun kalorifer sistemi, konutun genişliği, bulunduğu kat, konutun yaşı oda sayısı, yüksek gelir gruplarına sahip ilçeler gibi değişkenlerin fiyatı pozitif etkilediği tahmin edilmiştir.

Maurer, Pitzer ve Sebastian (2004) yaptığı çalışmada Paris konut piyasasını incelemişlerdir. Burjuva semtlerinde binadaki kat sayısının dairelerin fiyatını pozitif, dairenin doluluk oranının fiyatı negatif etkileyeceğini tahmin etmiştir.

Toda ve Nozdrina (2004)'nın yaptığı, Moskova'da konut fiyatlarını inceleyen çalışmalarında, şehir merkezinden ve metro istasyonundan uzakta olan dairelerin fiyatlarının düştüğü, geniş mutfak ile konut bakımının konut fiyatlarını arttırdığını tahmin edilmiştir.

Yankaya ve Çelik (2005)'in İzmir metrosunun konut fiyatları üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, metro istasyonuna olan yürüme mesafesi, otobüs durağına olan yürüme mesafesi ve konutun yaşı, konut fiyatlarını negatif yönde etkilerken; konutun büyüklüğü, bulunduğu kat, kalorifer ve yapı kalitesi değişkenlerinin konut fiyatlarını pozitif yönde etkilediği tahmin edilmiştir.

Wen, Jia ve Guo (2005)'nun, Hangzhou kentindeki konut fiyatlarını inceleyen çalışmalarında, konut fiyatlarını, yapı karakteristiklerinin %60, komşuluk karakteristiklerinin %16,5, konum karakteristiklerinin %19,8 ve diğerlerinin %2,7 oranında etkilediği görülmüştür.

Cohen ve Coughlin (2005) yaptıkları çalışmada Atlanta Uluslararası Havaalanı yakınındaki yerleşim birimlerindeki gürültü düzeyi ile konut fiyatları arasındaki ilişkiyi tahmin edilerek, gürültü düzeyi azaldıkça konut fiyatlarının arttığını bulgulamışlardır (yaklaşık %20 oranında).

Karagöl (2006)'ün Ankara ili için yaptığı çalışmada, konutun sitede olması, yüksek gelirli bölgede olması, parkının olması, kat sayısı, konutun alanı, oda sayısı, asansör, parselin alanı, alış-veriş yakınlık, konutun yaşı, kullanılan malzeme ve ekipman gibi faktörlerin konut fiyatlarının belirlenmesinde etkili olduğu tahmin edilmiştir.

Baldemir, Kesbiç ve İnci (2007)'nin Muğla merkez için yapılan çalışmasında, konutun merkezi kaloriferli olması, kullanılan malzemelerin kalitesi, sokak içende olması ve uydu sisteminin olmasının fiyatları pozitif etkilediğini tahmin edilmiştir.

Wong (2008) akademik itibar sahibi okulların çevresindeki konut fiyatları üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmasında, konut satın alanların, akademik başarı gösteren okullara yakınlığa, gelişmiş yaşam alanlarına, otobüs duraklarına, alış-veriş mağazalarına ve okullara yakın alanlara daha fazla fiyat ödemeye gönüllü olduğu ortaya konulmaktadır.

Mutluer (2008)'in Ankara ili Çankaya ilçesi için yaptığı çalışmada, konut fiyatlarının belirlenmesinde, bölge, oda sayısı, tuvalet sayısı, salon, konutun bulunduğu kat, toplam kat sayısı ve konutu brüt alanı gibi faktörlerin modelde anlamlı çıktığı ve konutun büyüklüğünün konut fiyatını en iyi açıklayan değişken olduğu tahmin edilmiştir. Çalışmada konut fiyatlarını etkileyen faktörlerin, bölgesel farklılıklar gösterdiği, fiyatların aynı ilçe içerisinde bile çok farklı özelliklerle ilişkili olduğu ortaya konulmaktadır.

Selim (2008)'in Türkiye'de konut fiyatlarının belirlenmesini etkileyen faktörleri araştırdığı çalışmasında, merkezi ve yerden ısıtmalı sistem, havuz, konut tipi, oda sayısı, konutun genişliği, mevkisel özellikler ve binanın özellikleri değişkenlerinin fiyatı etkileyen en önemli faktörler olduğu

bulgusu ortaya konulmuştur. Çalışmada kentsel alanlardaki konut fiyatlarının, kırsal alanlardaki konut fiyatlarından %26 daha yüksek olduğu tahmin edilmiştir.

Badurlar (2008) Çalışmada 1990-2006 dönemi için Türkiye'de makroekonomik değişkenlerin konut fiyatları üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Uygulanan analizler sonucunda konut satışları ile döviz kuru arasında çift yönlü bir nedenselliğe rastlanılmıştır.

Çağlayan ve Eban (2009), İstanbul'da Ekim-Kasım-Aralık 2007 dönemi için 992 satılık konutun fiyatlandırılmasında hedonik fiyatlama yaklaşımını kullanarak konut fiyatları ve özellikleri arasındaki ilişkiyi kantil regresyon ve yarı logaritmik regresyon modeli ile incelemişlerdir. Konut fiyatlarını etkileyen konut özelliklerini banyo sayısı, cadde, konutun cephesi, garaj, güvenlik, ısıtma sistemi, kablolu TV, mutfağın alanı, oda sayısı, dairenin bulunduğu binanın site içinde olması, konutun bulunduğu yaka (Avrupa, Anadolu), dairenin bulunduğu binanın yaşı şeklinde belirlemişlerdir. Model tahminlerinden elde edilen sonuçlara göre, güvenlik, ısıtma sistemi, garaj ve kablolu TV, mutfağın alanı, oda sayısı değişkenleri konutların fiyatlarını artırmaktadır ve konutun cadde üzerinde olması konutun fiyatını düşürmektedir. Anadolu Yakası'ndaki binalar için binanın yaşı değişkeni konut fiyatını pozitif etkilemiştir.

Selim ve Demirbilek (2009) Türkiye'de kira değerinin belirleyicilerini araştırdıkları çalışmalarında, konutun yaşı dışındaki tüm değişkenlerin konut kirasına olan etkisinin beklentilere uygun olduğunu tahmin etmiştir. Çalışmada, kentte yaşayanların, kırsalda yaşayanlara göre %46 daha fazla kira ödedikleri ve konut kirasını etkileyen en önemli değişkenlerin konutun tipi, yapı türü, oda sayısı, konutun büyüklüğü ve diğer yapısal değişkenlerden olan su sistemi, havuz, doğal gaz ve kablolu yayına sahip olmak olduğu ortaya konulmuştur.

Aksoy vd. (2010) yaptıkları çalışmada Kooperatif, Müteahhit ve Şahıs tarafından üretilmiş konutlardaki kullanıcı memnuniyeti, bazı kullanıcı demografik özellikleri-fiziksel çevre ve konut çevresi değişkenlerine göre değerlendirilmiştir. Bu amaçla hazırlanan bir anket, Elazığ'ın yakın zamanda imara açılan ve yoğun yapılaşmanın olduğu bazı mahallelerine uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre, konut kullanıcı memnuniyeti ile konut üretim biçimi arasında istatistiksel açıdan önemli bir ilişki bulunmuştur. "Şahıs"lar tarafından yapılan konutların, "kooperatif ve müteahhit" tarafından yapılan konutlara göre daha fazla oranda kullanıcı memnuniyeti sağladığı tespit edilmiştir. Bu nedenle, konut üretim sürecinde, gerekli performans ölçütleri belirlenmelidir.

Sue ve Wong (2010) Singapur'da konut fiyatlarını incelediği çalışmalarında daha yeni, daha geniş ve daha yüksek kattaki konutların daha yüksek fiyata sahip olduğu görülmüştür.

Cingöz (2010)'un İstanbul'da kapalı site konut fiyatlarını belirleyen faktörleri araştırdığı çalışmasında, konutun bulunduğu semtin fiyat üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu, konutun şehir merkezine uzaklığının fiyatı negatif etkilediği, konutun bulunduğu sitede otopark, suni gölet olması, oda sayısı ve konut büyüklüğünün konut fiyatlarını pozitif yönde etkilediği tahmin edilmiştir.

Kaya (2012)'nın Türkiye'de konut fiyatlarını incelediği çalışmasında, ulusal düzeyde ailelerin, sadece 200 metrekareden büyük alanlar için daha fazla ödemeye razı oldukları ve konutun ısıtma sistemin baktığımızda ise sobalı konutun fiyatını %6,82 düşürürken, merkezi kaloriferin %2,54 artırdığını tahmin etmektedir.

Tatlı (2013) Çalışmada Malatya'daki hane halkı reislerinin konut sahipliğini etkileyen değişkenler araştırılmıştır. Uygulanan logit model sonucunda, hane halkı reisinin evli olması, gelir durumu ve yaş durumu, konut sahipliğini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kördiş vd. (2014) çalışmalarında Antalya'da konut fiyatlarını etkileyen faktörleri, hedonik fiyatlama yöntemi ile analiz etmişlerdir. Çalışmada hem genel hem de farklı gelir grupları için oluşturdukları modelin sonucunda Antalya'da konut fiyatlarını etkileyen önemli faktörlerin konutun genişliği, yüksek gelirli bölgede olması, deniz manzaralı olması, kapalı oto parkı olması, daire olması, denize yakınlığı, ısınma sisteminin olması ve asansörünün olması gibi sonuçlara ulaşmışlardır.

Lebe ve Akbaş (2014) Türkiye"de 1970-2011 dönemi için yaptıkları çalışmada, medeni durum, kişi başı gelir ve sanayileşmedeki artışların konut talebini olumlu yönde; faiz, konut fiyatları ve tarım sektörü istihdamındaki artışların ise olumsuz yönde etkilediği bulmuşlardır. Tahmin edilen katsayılar ise Enflasyon için -0,0099, Kişi başı milli gelir için 5.053, faiz için 0.003, Sanayileşme için 2.72, tarım için -2,3147 ve evlenen çift sayısı için 0.46 olarak bulunmuş. Vektör Hata Düzeltme Modeline dayalı elde edilen denklem sonucuna göre kısa dönemde meydana gelen dengesizliklerin her dönem %27 si düzelmektedir. Diğer taraftan uzun dönemde Türkiye"de konut talebini en fazla etkiyen faktörün gelir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Konut talebini en fazla etkileyen ikinci ve üçüncü faktör, sırasıyla, sanayileşme ve tarım sektöründe istihdam olduğu ortaya konmuştur.

Pınar ve Demir (2014) Çalışmada konutların büyüklüğü, merkeze yakınlığı gibi nedenlerin konutların kapitalizasyonu üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca ikinci el konutların, kapitalizasyon oranlarının yeni konutların kapitalizasyon oranlarından daha yüksek çıkmıştır.

Daşkıran (2015), Denizli kentinde konut talebine etki eden faktörleri hedonik fiyat modeli ile tahmin etmiştir. Denizli'de rassal olarak seçilen üç mahallede tesadüfi olarak 102 hanehalkı ile konutlarına yönelik anket yapılmıştır. Regresyon modelindeki konutun bulunduğu kat, asansör, oda sayısı, banyo sayısı, kaloriferli ısınma sistemi, eğitim kurumlarına uzaklık, sağlık kuruluşlarına ve şehir merkezine yakınlık değişkenlerinin konut fiyatlarını anlamlı bir şekilde etkilediğini belirtmiştir.

Çiçek ve Hatırlı (2015), Isparta ili kent merkezinde konut fiyatlarına etki edebileceği varsayılan değişkenlerin konut fiyatları üzerindeki marjinal etkisini belirlemek amacıyla, il merkezinde oturan 368 hanehalkı ile anket görüşmesi yapılarak, model, doğrusal, lin-log ve tam logaritmik fonksiyon kalıpları ile hedonik fiyat modellemesi uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda, konutun fiyatını en çok etkileyen unsur şehir merkezine yakın olma, ikincisi de hava kirliliğinin az olması olarak hesaplanmıştır.

Işık (2015), Erzurum kent merkezinde bulunan ve tesadüfi olarak belirlenen 154 örneklem ile yüz yüze görüşüp, anket uygulamıştır. Elde edilen sonuçlar hedonik fiyat modelinde kullanılan konutun yaşı, çok katlı olması, aidat, eşyalı olması, uzaklık ve cephe konut değerini azaltıcı, oda sayısı, banyo, konut m2, ısıtma, asansör, site içerisinde olması, kamu alanlarına yakınlık ve komşuluk ise konut değerini artıcı yönde bir etki olduğu yönündedir.

Diler ve Sertkaya (2016) Türkiye'de konut fiyatlarını etkileyen makroekonomik değişkenleri 2008-2014 dönemine ait çeyrek veriler kullanarak nedensellik ilişkisi ile test etmişlerdir. Yaptıkları analizler sonucunda konut fiyat endeksi ile döviz kuru arasında çift yönlü, faiz oranı ve enflasyon oranı arasında tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Afşar vd. (2017) çalışmalarında Eskişehir İli'nin Odunpazarı ve Tepebaşı ilçelerinde bulunan konutların satış fiyatlarına etki eden faktörlerin ve bu faktörlerin etki derecelerinin hedonik fiyat modeli çerçevesinde belirlemişlerdir. Çalışmalarında Kasım-Aralık 2016 döneminde internetteki Eskişehir'de satılık ilanı verilmiş 4311 konuta ait veriler kullanılmıştır. Çalışma sonucunda konutun büyüklüğü, oda sayısı, banyo sayısı, merkezi ısıtma kullanılması, asansörün bulunması, otoparkın bulunması, ankastre mutfağının olması, ebeveyn banyosunun bulunması, konutun birinci katta bulunması özelliklerinin ve bulunduğu mahallenin konut satış fiyatlarında etkili olduğu saptanmıştır.

Yöntem ve Bulgular

Çalışmanın temel amacı Balıkesir ilinde bölgeler arasında konut fiyat farklılığının olup olmadığını tespit etmektir. Bu bağlamda çalışmanın uygulama kısmında konutun m^2 fiyatı baz alınarak bölgeler arasında fiyat farklılığının olup olmadığını ANOVA testi ile test edilmiştir. Uygulamada Ocak-Mart 2019 döneminde internetteki Balıkesir'de satılık ilanı verilmiş 400 konuta ait veriler kullanılmıştır. Balıkesir ilinde nüfus yoğunluğu göz önünde bulundurularak 8 ilçe bölge olarak belirlenmiştir. Bunlar Altıeylül (Merkez), Karesi (Merkez), Ayvalık, Burhaniye, Edremit, Gömeç, Havran ve Bandırma ilçeleridir.

Çalışmanın hipotezi aşağıdaki gibidir;

$H_0 = \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \cdots = \mu_n$ Bölgeler arasında fiyat farkı yoktur.

$H_a = \mu_1 \neq \mu_n$ Bölgeler arasında fiyat farkı vardır.

Tablo 2'de bölgelere göre m^2 fiyatlarına ait tanımlayıcı test istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 2: Bölgelere Göre m^2 Fiyatlarına Ait Tanımlayıcı Test İstatistikleri

	Gözlem Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	95% Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
				Alt Band	Üst Band		
BURHANİYE	50	2323,2	771,7	2103,9	2542,5	563,3	4409,0
EDREMİT	50	1976,8	744,1	1765,3	2188,3	270,7	4503,1
AYVALIK	50	3782,7	1383,2	3389,6	4175,9	1815,0	8166,6
GÖMEÇ	50	1880,4	342,8	1783,0	1977,8	1245,4	2631,5
HAVRAN	35	1962,0	294,0	1861,0	2063,0	1440,0	2371,4
BANDIRMA	50	1815,7	474,2	1680,9	1950,5	988,8	3049,6
MERKEZ/KARESİ	55	2280,6	737,1	2081,3	2479,9	947,3	4802,2
MERKEZ/ALTIEYLÜL	60	2852,0	498,9	2723,1	2980,9	2125,0	4111,1
TOTAL	**400**	**2385,4**	**961,5**	**2290,9**	**2479,9**	**270,7**	**8166,6**

Tablo 2'ye bakıldığında ortalama m^2 fiyatı olarak sırasıyla Ayvalık, Merkez/Altıeylül, Burhaniye, Merkez/Karesi, Edremit, Havran, Gömeç ve Bandırmada olduğu tespit edilmiştir. Örneklemde ele alınan konutların m^2 fiyatındaki en yüksek standart sapma değerinin Ayvalık ilçesinde en düşük değerin ise Havran ilçesinde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3: Varyans Analizi Tablosu

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	155089523,20	7	22155646,17	40,61	0,001
Within Groups	213821904,19	392	545464,04		
Total	368911427,39	399			

Tablo 3'de bölgeler arasında istatistiksel olarak fiyat farklılıklarının olup olmadığı tespit etmek amacıyla yapılan varyans analizi sonuçları yer almaktadır. Varyans analizi sonuçlarına göre bölgeler arasında %99 güven aralığında fiyat farklılığının olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Çoklu Karşılaştırma Tablosu

	(I) Bölge	(J) Bölge	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	BURHANİYE	EDREMİT	346,38786	147,71107	,272	-103,7440	796,5197
		AYVALIK	**-1459,54101***	147,71107	,000	-1909,6729	-1009,4091
		GÖMEÇ	442,80409	147,71107	,058	-7,3278	892,9360
		HAVRAN	361,20078	162,76968	,343	-134,8204	857,2220
		BANDIRMA	**507,49896***	147,71107	,015	57,3671	957,6308
		MERKEZ/KARESİ	42,60916	144,31496	1,000	-397,1735	482,3918
		MERKEZ/ALTIEYLÜL	**-528,79979***	141,42259	,005	-959,7683	-97,8313
	EDREMİT	BURHANİYE	-346,38786	147,71107	,272	-796,5197	103,7440
		AYVALIK	**-1805,92887***	147,71107	,000	-2256,0608	-1355,7970
		GÖMEÇ	96,41623	147,71107	,998	-353,7157	546,5481
		HAVRAN	14,81292	162,76968	1,000	-481,2083	510,8341
		BANDIRMA	161,11109	147,71107	,959	-289,0208	611,2430
		MERKEZ/KARESİ	-303,77870	144,31496	,413	-743,5613	136,0039
		MERKEZ/ALTIEYLÜL	**-875,18765***	141,42259	,000	-1306,1561	-444,2192
	AYVALIK	BURHANİYE	**1459,54101***	147,71107	,000	1009,4091	1909,6729
		EDREMİT	**1805,92887***	147,71107	,000	1355,7970	2256,0608
		GÖMEÇ	**1902,34511***	147,71107	,000	1452,2132	2352,4770
		HAVRAN	**1820,74179***	162,76968	,000	1324,7206	2316,7630
		BANDIRMA	**1967,03997***	147,71107	,000	1516,9081	2417,1719
		MERKEZ/KARESİ	**1502,15017***	144,31496	,000	1062,3675	1941,9328
		MERKEZ/ALTIEYLÜL	**930,74123***	141,42259	,000	499,7728	1361,7097
	GÖMEÇ	BURHANİYE	-442,80409	147,71107	,058	-892,9360	7,3278
		EDREMİT	-96,41623	147,71107	,998	-546,5481	353,7157
		AYVALIK	**-1902,34511***	147,71107	,000	-2352,4770	-1452,2132
		HAVRAN	-81,60331	162,76968	1,000	-577,6245	414,4179
		BANDIRMA	64,69486	147,71107	1,000	-385,4370	514,8268
		MERKEZ/KARESİ	-400,19493	144,31496	,105	-839,9776	39,5877
		MERKEZ/ALTIEYLÜL	**-971,60388***	141,42259	,000	-1402,5724	-540,6354
	HAVRAN	BURHANİYE	-361,20078	162,76968	,343	-857,2220	134,8204
		EDREMİT	-14,81292	162,76968	1,000	-510,8341	481,2083
		AYVALIK	**-1820,74179***	162,76968	,000	-2316,7630	-1324,7206
		GÖMEÇ	81,60331	162,76968	1,000	-414,4179	577,6245
		BANDIRMA	146,29817	162,76968	,986	-349,7230	642,3194
		MERKEZ/KARESİ	-318,59162	159,69413	,487	-805,2404	168,0572
		MERKEZ/ALTIEYLÜL	**-890,00057***	157,08518	,000	-1368,6989	-411,3022
	BANDIRMA	BURHANİYE	**-507,49896***	147,71107	,015	-957,6308	-57,3671
		EDREMİT	-161,11109	147,71107	,959	-611,2430	289,0208
		AYVALIK	**-1967,03997***	147,71107	,000	-2417,1719	-1516,9081
		GÖMEÇ	-64,69486	147,71107	1,000	-514,8268	385,4370
		HAVRAN	-146,29817	162,76968	,986	-642,3194	349,7230
		MERKEZ/KARESİ	**-464,88980***	144,31496	,030	-904,6724	-25,1072
		MERKEZ/ALTIEYLÜL	**-1036,29874***	141,42259	,000	-1467,2672	-605,3303
	MERKEZ/KARESİ	BURHANİYE	-42,60916	144,31496	1,000	-482,3918	397,1735
		EDREMİT	303,77870	144,31496	,413	-136,0039	743,5613
		AYVALIK	**-1502,15017***	144,31496	,000	-1941,9328	-1062,3675
		GÖMEÇ	400,19493	144,31496	,105	-39,5877	839,9776
		HAVRAN	318,59162	159,69413	,487	-168,0572	805,2404
		BANDIRMA	**464,88980***	144,31496	,030	25,1072	904,6724
		MERKEZ/ALTIEYLÜL	**-571,40895***	137,87166	,001	-991,5564	-151,2615
	MERKEZ/ALTIEYLÜL	BURHANİYE	**528,79979***	141,42259	,005	97,8313	959,7683
		EDREMİT	**875,18765***	141,42259	,000	444,2192	1306,1561
		AYVALIK	**-930,74123***	141,42259	,000	-1361,7097	-499,7728
		GÖMEÇ	**971,60388***	141,42259	,000	540,6354	1402,5724
		HAVRAN	**890,00057***	157,08518	,000	411,3022	1368,6989
		BANDIRMA	**1036,29874***	141,42259	,000	605,3303	1467,2672
		MERKEZ/KARESİ	**571,40895***	137,87166	,001	151,2615	991,5564

Bölgeler arasında fiyat farklılığının olduğunun tespit edildiği Tablo 3'ten elde edilen varyans analizi sonucunda hangi bölgeler arasında istatistiksel olarak fiyat farklılığının var olduğunu tespit etmek amacıyla Tablo 4 oluşturulmuştur. Tablo 4 sonuçlarına göre; Burhaniye ilçesi ile Ayvalık, Bandırma ve Merkez/Altıeylül ilçeleri arasında; Edremit ilçesi ile Ayvalık ve Merkez/Altıeylül ilçeleri arasında;

Ayvalık ilçesi ile Burhaniye, Edremit, Gömeç, Havran, Bandırma, Merkez/Karesi ve Merkez/Altıeylül ilçeleri arasında; Gömeç ilçesi ile Ayvalık ve Merkez/Altıeylül ilçeleri arasında; Havran ilçesi ile Ayvalık ve Merkez/Altıeylül ilçeleri arasında; Bandırma ilçesi ile Burhaniye, Ayvalık, Merkez/Karesi ve Merkez/Altıeylül ilçeleri arasında; Merkez/Karesi ilçesi ile Ayvalık, Bandırma ve Merkez/Altıeylül ilçeleri arasında; Merkez/Altıeylül ilçesi ile Burhaniye, Edremit, Ayvalık, Gömeç, Havran, Bandırma ve Merkez/Karesi ilçeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı fiyat farklılıklarının olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Alt Grup Tablosu

BÖLGE		N	Subset for alpha = 0.05			
			1	2	3	4
	BANDIRMA	50	1815,7525			
	GÖMEÇ	50	1880,4473			
	HAVRAN	35	1962,0506			
	EDREMİT	50	1976,8636			
Tukey HSD[a,b]	MERKEZ/KARESİ	55		2280,6423		
	BURHANİYE	50		2323,2514		
	MERKEZ/ALTIEYLÜL	60			2852,0512	
	AYVALIK	50				3782,7924
	Sig.		,961	,063	1,000	1,000

Tablo 5'de m^2 fiyatına bağlı olarak 4 farklı alt grup oluştuğu görülmektedir. Tablo 5 sonuçlarına göre Bandırma, Gömeç, Havran ve Edremit birinci grup; Merkez/Karesi ve Burhaniye ikinci grup; Merkez/Altıeylül üçüncü grup; son olarak ise Ayvalık dördüncü grup olarak oluştuğu tespit edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Türkiye'nin demografik özellikleri dikkate alındığında genç ve çalışabilir nüfusun ülke nüfusu içindeki oranının yüksek olması ve hanehalkı büyüklüğünün küçülmesi konuta olan talebi artırmaktadır. Konut fiyatları talepten düzeyinin yanında birçok makro ve mikro değişkenlerden de etkilenmektedir. Konut fiyat fiyatlarında farklılar ülke içerisinde iller arasında farklılık gösterebildiği gibi il içerisinde ilçeler arasında da farklılık gösterebilmektedir.

Bu çalışmada Balıkesir ilinde nüfus yoğunluğuna göre seçilen 8 bölge(ilçe) arasında m^2 fiyat bakımından konut fiyat farklılığının olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan varyans analizi sonucunda bölgeler arasında fiyat farklılığının olduğu tespit edilmiştir.

Fiyat farklılığının oluşmasında Ayvalık ilçesinde, Merkez/Altıeylül, Burhaniye ve Merkez/Karesi ilçelerindeki m^2 fiyat değerleri etkili olmuştur.

Bu çalışmanın devamında araştırmacılara öneri olarak bölgeler arasında konut fiyat farklılığını oluşturan mikro ve makro değişkinlerin neler olduğuna dair daha geniş kapsamlı bir çalışma ele alınabilir.

KAYNAKÇA

AFŞAR, A., YILMAZEL, Ö., & YILMAZEL, S. (2017). Konut Fiyatlarını Etkileyen Faktörlerin Hedonik Model İle Belirlenmesi: Eskişehir Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (37), 195.

AKSOY, U. T., Şiranlı, Y. T., & SANAÇ, K. (2010). Farklı Konut Üretim Biçimlerinde Kullanıcı Memnuniyetinin Karşılaştırılması: Elazığ Örneği. Engineering Sciences, 5(2), 273-282.

BADURLAR, İ. Ö. (2008). Türkiye'de Konut Fiyatları ile Makro Ekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Araştırılması. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), 223-238.

BALDEMİR, E., KESBİÇ, C.Y. ve İNCİ, M., (2008), Estimating Hedonik Demand Parameters In Real Estate Market: The Case Of Muğla, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20, 41–66.

CİNGÖZ, A.R.A.A, (2010), İstanbul'da Kapalı Site Konut Fiyatlarının Analizi, Sosyal Bilimler Dergisi , (2), 129–139.

COHEN, J. P. ve COUGHLIN, C.C., (2005), Airport-Related Noise, Proximity, and Housing Prices in Atlanta, Federal Reserve Bank of St. Louis Working Paper 2006, Working Paper 2005-060B.

ÇAĞLAYAN, E. ve EBAN, A. (2011). "Determinants Of House Prices İn Istanbul: A Quantile Regression Approach", Quality & Quantity, 45(2), s. 305-317.

ÇİÇEK, U. ve HATIRLI, S. A. (2015). "Isparta İlinde Konut Fiyatlarını Etkileyen Faktörlerin Hedonik Fiyat Modeli ile Analizi", Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 7 Sayı: 13, 2015 Aralık, s. 98-114.

DİLBER, İ., & SERTKAYA, Y. (2016). 2008 Finansal Krizi Sonrası Türkiye'de Konut Fiyatlarının Belirleyicilerine Yönelik Analiz. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), 11-29.

IŞIK, C. (2015). "Erzurum İlinde Konut Fiyatlarının Çevresel, Yapısal Ve Sosyal Farklılaşması: Hedonik Fiyatlama Örneği", Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, VIII-II, s. 23-32.

KARAGÖL, T., (2007), A Study of Housing Prices in Ankara, Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

KAYA, A., (2012), Türkiye'de Konut Fiyatlarını Etkileyen Faktörlerin Hedonik Fiyat Modeli ile Belirlenmesi, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Ankara.

KÖRDİŞ, G., Sayım, I. Ş. I. K., & Mehmet, M. E. R. T. (2014). Antalya'da Konut Fiyatlarını Etkileyen Faktörlerin Hedonik Fiyat Modeli İle Tahmin Edilmesi. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (28), 103-132.

LEBE, F., & AKBAŞ, Y. E. (2014). Türkiye'nin Konut Talebinin Analizi: 1970-2011, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 28, Sayı: 1, 57-83.

MAURER, R. , PITZER, M. ve SEBASTIAN, S. , (2004), Hedonic price indices for the Paris Housing Market, Allgemeines Statistisches Archiv 88, 303-326.

MUTLUER, D., (2008), Gayrimenkul Fiyatlarının Derlenmesi Ülke Örnekleri ve Türkiye İçin Bir Uygulama, TİSK Akdemi, 2008/II, 240-278.

NAKİP, M. (2006). Pazarlama Araştırmalarına Giriş (SPSS destekli). Seçkin Yayıncılık.

PINAR, A., & Demir, M. (2014). Konut Sektöründe Kapitalizasyon Oranlarını Belirleyen Faktörler: Türkiye İçin Bir Mikro Veri Analizi. Sosyoekonomi, 22(22), 385-398. doi:10.17233/se.93073

SELİM, S. ve Demirbilek, A., (2009), Türkiye'deki Konutların Kira Değerinin Analizi: Hedonik Model ve Yapay Sinir Ağları Yaklaşımı, Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 73–90.

SELİM, S., (2008), Determinants Of House Prices In Turkey: A Hedonic Regression Model Doğuş Üniversitesi Dergisi, 9, 1, 65–76.

SUE, E.D.W. ve WONG, W., (2010), The Political Economy of Housing Prices: Hedonic Pricing with Regression Discontinuity, Journal of Housing Economics 19, 133–144.

TATLI, H. (2013). Konut Sahipliğinin Belirleyicileri: Hane Halkı Reisleri Üzerine Bir Uygulama. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 4(2), 40-63.

TODA, Y. ve NOZDRINA, N. N., (2004), The Spatial Distribution Of The Apartment PricesIn Moscow In 2002: Hedonic Estimation From Micro Data, ENHR Conference July 2nd-6th 2004, Cambridge.

ÜÇDOĞRUK, Ş., (2001), İzmir İlinde Emlak Fiyatlarına Etki Eden Faktörler-Hedonik Yaklaşım, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16,2, 149–161.

WEN, H. , JIA, S. ve GUO, X., (2005), Hedonic price analysis of urban housing: An empirical research on Hangzhou, China, Journal of Zhejiang University SCIENCE, 6A(8), 907-914.

WONG, W., (2008), Parental Valuation of Priority Admission to Elementary Schools: The Effects of Academic Reputation and Choices, Department of Economics, National University of Singapore.

YANKAYA, U. ve ÇELİK, H. M., (2005), İzmir Metrosunun Konut Fiyatları Üzerindeki Etkilerinin Hedonik Fiyat Yöntemi ile Modellenmesi, D.E.Ü.İ.İ.B.F Dergisi, 20,2, 61–79.

https://www.zingat.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Hastane Bilgi Yönetim Sisteminin Kullanıcı Memnuniyeti ile Net Fayda Arasındaki İlişki

Full Text / Tam Metin

İbrahim TÜRKMEN [1], Belkıs ÖZKARA [2]

Özet

Giriş*: Günümüzde bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, sağlık hizmetlerine erişimin artması ve hastane yönetiminin profesyonelleşme ve veriye dayalı yönetim anlayışının gelişmesi, sağlık hizmetlerinde bilgi teknolojilerinin kullanımını zorunlu hale getirmektedir. Bu zorunluluk hastane bilgi yönetim sistemlerinin kullanımını yaygınlaştırmıştır.* ***Amaç****: Bu araştırmada hastane bilgi yönetim sistemi kullanıcı memnuniyeti ile net fayda arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Araştırmanın evrenini, Uşak Üniversitesi Tıp Fakültesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde hastane bilgi yönetim sistemini kullanan sağlık çalışanları oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış olup örneklem 180 sağlık çalışanından oluşmaktadır. Veriler, Doll ve Torkzadeh (1988) tarafından geliştirilen Bilgi İşlem Kullanıcı Memnuniyeti ölçeği ile Raghavan vd. (2010) tarafından geliştirilen Net Fayda Ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Verilerin analizinde, SPSS 23.0 programı kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma sonucunda hastane bilgi yönetim sisteminin kullanıcı memnuniyeti ile net fayda arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bilgisayar ve hastane bilgi yönetim sistemi kullanımı ile ilgili eğitim alanların hastane bilgi yönetim sistemi memnuniyet düzeyi daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *Bilgi Yönetim Sistemi, Hastane Bilgi Yönetim Sistemi, HBYS, Kullanıcı Memnuniyeti, Net Fayda*

The Relationship Between User Satisfaction of Hospital Information Management System and Net Benefit

Abstract

Introduction*: The developments in information technologies, the increase in access to health services, professionalization in hospital management and development of data based management understanding necessitate the use of information technologies in hospital management today. This necessity has popularized the use of hospital information management systems.* ***Purpose****: The purpose of this study is to identify the relationship between user satisfaction of hospital information management system and net benefit.* ***Method:*** *The universe of the study consists of healthcare personnel using the hospital information management system at Uşak University Faculty of Medicine Education and Research Hospital. Convenience sampling method was used as selecting the sampling and the sampling consists of 180 healthcare personnel. The data were collected using Information Processing User Satisfaction scale developed by Doll and Torkzadeh (1988) and Net Benefit Scale developed by Raghavan et al. (2010). SPSS 23.0 programme was used in data analysis.* ***Findings:*** *As a result of the study it was determined that there was a statistically significant and positive relationship between user satisfaction of hospital information management system and net benefit. In addition, it was concluded that the personnel who took the traning about the use of cumputer and hospital information management system had higher satisfaction levels.*

Key Words— *Information Management System, Hospital Information Management System, HIMS, User Satisfaction, Net Benefit.* **JEL Classification Codes:** *M15, L86*

[1] Öğr. Grv., Uşak Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Sağlık Kurumları İşletmeciliği, Türkiye, ibrahim.turkmen@usak.edu.tr (yazışma yapılacak yazar)
2 Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye bozkara@aku.edu.tr

1. GİRİŞ

Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte bilgi sistemleri uygulamaları da artmaktadır. Bilgi sistemleri, kuruluşların artan veri toplama ve yönetme yeteneklerini geliştirme ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirilmiştir. Etkileri, iş dünyasından sağlık ve devlet dahil olmak üzere geniş bir uygulama alanına yayılmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojisinin yaygın kullanımı, 1990'lardan bu yana, kuruluşların iş yapma şeklini de temelden değiştirmiştir (Avinson ve Elliot, 2006: 3).

Bilgi yönetim sistemleri, doğru enformasyon ve bilgiyi, doğru zamanda, doğru yerde, doğru biçimde, doğru insanlara doğru kararları alabilmeleri için enformasyon ve bilgi lojistiği sağlayan sistemdir (Haux vd., 2004: 32). Bilgi yönetim sistemleri, bir kurum ya da organizasyonda karar alma ve kontrol etmeyi desteklemek için bilgileri toplayan, işleyen, depolayan, dağıtan ve birbirini tamamlayıcı bileşen olarak tanımlanabilir. Bilgi yönetim sistemleri karar verme, koordinasyon ve kontrolün yanı sıra, çalışanların ve yöneticilerin problemleri tespit ve analiz ederek çözüm yolları üretmesine yardımcı olabilir (Laudon ve Laudon, 2014: 45).

Genel olarak bilgi yönetim sistemleri, işletme içindeki faaliyetlere odaklanmakta ve yönetim fonksiyonlarına destek olmaktadır. Bilişim sistemlerinin etkin kullanımı ile verimlilik artışı, maliyetlerin düşürülmesi, müşteri memnuniyeti ve rekabet avantajının elde edilmesi mümkündür (Elibol, 2005: 158-159).

Hastanelerde kullanılan bilgi sistemleri, belirli bir hastanenin tıbbi, finansal ve idari fonksiyonları hakkında farklı bilgiler içeren kurumsal bir çerçeve sağlar. Bu sistemlerin ilk uygulamaları hasta bilgilerinin kaydedilmesi ve sunulan sağlık hizmetlerinin faturalandırılması ile sınırlıdır. Günümüzde internet üzerinden randevu, hasta takibi, istek analizi ve görüntüleme sonuçları gibi bilgi sistemlerine yeni modüller eklenmiştir. Böylelikle doktorların isteklerini otomasyon sistemleri üzerinden doğrudan laboratuvarlara iletmesi ve sonuçları çevrimiçi olarak izlemesi mümkün olmuştur. Özellikle koruyucu ve tedavi edici sağlık hizmetlerinin sunumunda, bilgi sistemleri hastalara ve hekimlere kolaylık sağlamaktadır. Bilgi sektörünün sağlık sektöründeki rolü ve önemi, kurum içi yazışmalarda, malzemelerin temininde ve sağlık çalışanlarına kurum içi ve kurumlar arası bilgi transferlerinde artmıştır. Bilgi sistemleri, sektördeki sağlık kurumlarının kurumsal performansının yanı sıra hastalık istatistiklerini de açıkça göstermektedir. Kurumsal hizmet sunumunun başarı oranı hakkında bilgi sistemleri tarafından sağlanan verilerin çeşitli tespitlerini yapmak mümkündür (Demirel, 2017: 38).

Kamu ve özel hastanelerde yaygın olarak kullanılmakta olan hastane bilgi yönetim sistemleri (HBYS), gerekli ön hazırlığın ve eğitimin yeterli düzeyde gerçekleştirilmemiş olması gibi nedenlerle istenen verim alınamamakta ve kullanıcı memnuniyeti sağlanamamaktadır (Köksal ve Esatoğlu, 2005: 54). Bu nedenle bu araştırmada hastane bilgi yönetim sistemleri kullanıcı memnuniyeti ile net fayda arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

2. HASTANE BİLGİ YÖNETİM SİSTEMİ

HBYS, bir hastanenin sosyo-teknik bir alt sistemi olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde sağlık çalışanları hem HBYS'nin kullanıcısı hem de bir parçası haline gelmiştir. HBYS'nin verimliliği ve kullanıcı memnuniyetinin sağlanması, sunulan sağlık hizmetinin kalitesine de etki etmektedir. Bu

nedenle hastane bilgi sisteminin amacı, hasta bakımı için hastane fonksiyonlarının yeterli bir şekilde yürütülmesine yardımcı olmaktır (Haux vd., 2004: 30). Başka bir deyişle sağlık bilgi sistemlerinin amacı, hastalar için yüksek kaliteli ve verimli bir sağlık hizmetinin sunulmasına katkıda bulunmaktır (Haux, 2006: 279). HBYS kullanan sağlık çalışanları, HBYS'den elde ettikleri faydaları; bilgiye hızlı ve kolay ulaşma, randevu ve kayıt işlemlerinin doğru yapılması, verilen hizmetin kalitesinin artması ve çalışanların verimliliğinin artması olarak ifade etmişlerdir (Işık ve Akbolat, 2010: 386).

Hastane bilgi sistemlerinin görevleri şunlardır (Haux vd., 2004: 30-31):

Hastalar hakkındaki güncel bilgileri doğru yerde, yetkili personele, zamanında, uygun ve kullanılabilir şekilde vermek. Bu amaçla, doğru, geçerli ve güncel hasta bilgilerinin sağlık çalışanlarına sağlanabilmesi için verilerin doğru şekilde toplanması, saklanması, işlenmesi ve sistematik olarak belgelenmesi gerekir.

Hastalıklar, yan etkiler ve ilaç etkileşimleri gibi teşhis ve tedaviyi desteklemek için bilgi sağlamak.

Hasta bakımı kalitesi ve mevcut hastane içindeki performans ve maliyet durumu hakkında bilgi vermek.

Türkiye'de sağlık bilişimi ile ilgili ilk çalışmalar Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK) hastanelerinde eczane modülü ile başlatılmıştır. Dünya bankası ve Sağlık Bakanlığı iş birliği ile 1990'lı yıllarda başlatılan Sağlık Projeleri kapsamında Sağlık Enformasyon Sistemleri ve HBYS çalışmaları başlatılmıştır. Bu çalışmaların başarısız olması üzerine 1999 yılında Sağlık Bakanlığı bünyesinde oluşturulan yazılım ekibi ile HBYS çalışmaları başlatılmış ve uygulamalar Ankara Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde yapılmıştır. Ancak 2003 yılında bu proje de durdurulmuş ve hastaneler HBYS ihtiyaçlarını döner sermayelerinden karşılayarak hizmet alımı şeklinde gerçekleştirilmesi kararı verilmiştir (Ak, 2009: 338). Günümüzde Sağlık Bakanlığı'nın "Hastane Bilgi Sistemleri Alımı Çerçeve İlkeleri"ne uygun olarak HBYS hizmeti sunan aktif 50 firma bulunmaktadır.

Tablo 1. Hastane Bilgi Yönetim Sisteminde Bulunan Modüller

Tıbbi Modüller	
Hasta Kayıt / Kabul Modülü	Danışma Modülü
Poliklinik Modülü	Hasta Yatış, Takip ve Çıkış İşlemleri Modülü
Hemşire Gözlem ve Girişim Modülü	Laboratuar Modülü
Ameliyathane Modülü	Ağız ve Diş Sağlığı Modülü
Eczane Modülü	Hemodiyaliz Modülü
Sağlık Kurulu Modülü	Kan Merkezi Modülü
Diyet Modülü	Organ ve Doku Bağış Modülü
İdari ve Mali Modüller	
Döner Sermaye, Fatura ve Finans İşlemleri Modülü	Stok Takip, Satınalma ve Demirbaş İşlemleri Modülü

Vezne Modülü	Cihaz Takip Modülü
Personel İşlemleri Modülü	Dosya ve Arşiv Modülü
Kalite Yönetim Modülü	Evrak Takip Modülü
Bilgi Yönetim, İstatistik ve Raporlama Modülü	SMS Bilgi İletim Modülü
Sterilizasyon Modülü	Teknik Servis Yönetim Modülü

Günümüzde bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, sağlık hizmetlerine erişimin artması ve hastane yönetiminin profesyonelleşme ve veriye dayalı yönetim anlayışının gelişmesi, sağlık hizmetlerinde bilgi teknolojilerinin kullanımını zorunlu hale getirmektedir. Bu zorunluluk HBYS kullanımını yaygınlaştırmıştır. HBYS tıbbi, idari ve mali olmak üzere entegre modüllerden oluşan dolayısıyla farklı sağlık çalışanlarına hizmet veren bir sistemdir.

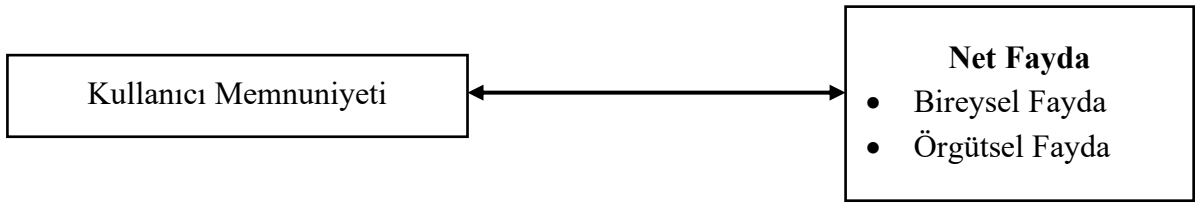
HBYS günümüzde hastanelerin iç süreçlerine ve yönetimine ilişkin kullanan bilgi yönetim sistemi olmayıp il, bölge, ulusal ve uluslararası kuruluşlara veri sağlayan sistemler haline gelmiştir. Bu nedenle HBYS'nin sistemsel yapısı, verilerin kaydedilme, sınıflandırma, depolama ve raporlama süreçleri ulusal ve uluslararası kullanılan diğer bilgi yönetim sistemleri ile entegre edilmesi önem arz etmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2010: 5).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bir bilgi sistemi, kullanıcıların ihtiyaçlarına cevap verebildiği zaman etkilidir. Bu nedenle bilgi sistemlerinin değerlendirilmesinde öğrenme, erişim ve kullanım kolaylığı, sistemin yanıt süresi, güvenilirliği, entegrasyonu gibi kriterlerle kullanıcıların beklentilerinin ve memnuniyetinin tespit edilmesi gereklidir. Ayrıca bilgi sistemlerinin kullanıcılarına ve örgüte sağladığı faydaların değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, HBYS kullanıcılarının memnuniyet düzeyleri ile net fayda arasındaki ilişinin tespit edilmesidir.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



Şekil 1. Araştırma Modeli

H1: Sağlık çalışanlarının bilgisayar eğitimi alma durumu ile HBYS kullanıcı memnuniyeti arasında anlamlı bir fark vardır.

H2: Sağlık çalışanlarının HBYS eğitimi alma durumu ile HBYS kullanıcı memnuniyeti arasında anlamlı bir fark vardır.

H3: HBYS Kullanıcı memnuniyeti ile net fayda arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H3a: HBYS Kullanıcı memnuniyeti ile bireysel fayda arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H3b: HBYS Kullanıcı memnuniyeti ile örgütsel fayda arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Uşak Üniversitesi Tıp Fakültesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde hastane bilgi yönetim sistemi kullanıcıları oluşturmaktadır. Sağlık sektöründe çalışanların yoğunluğu ve zaman baskısı nedeniyle sunulan hizmetin aksamaması için örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, HBYS kullanıcıları arasından gönüllü olarak araştırmaya katılan 180 sağlık çalışanı oluşturmaktadır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında, Doll ve Torkzadeh (1988) tarafından geliştirilen Bilgi İşlem Kullanıcı Memnuniyeti ölçeği ile Raghavan vd. (2010) tarafından geliştirilen Net Fayda Ölçeği kullanılmıştır. Bilgi İşlem Kullanıcı Memnuniyeti ölçeği, bilgi sisteminin kullanım kolaylığı, hızı, vermiş olduğu bilgi ve çıktıların içeriği, kapsamı, doğruluğu, biçimi ve güncelliği ile ilgili 12 ifadeden oluşmaktadır. Net Fayda Ölçeği ise Bireysel Fayda boyutu 4 ifade ve Örgütsel Fayda boyutu 4 ifade olmak üzere 8 ifadeden oluşmaktadır. Ölçekler, araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının ve idari personelinin ifadelere katılım derecelerini belirlemek üzere (1= kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum aralığında) 5'li likert tipinde oluşturulmuştur.

3.5. Verilerin Analizi

Veriler, SPSS 23.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcıların profilini belirlemek üzere demografik özelliklere ile ilgili frekans analizi yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliği açıklayıcı faktör analizi, güvenilirliği ise Cronbach Alpha katsayısına göre değerlendirilmiştir. Değişkenlerin normal dağılımı test edilirken Tabachnick ve Fidel'in basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerlerinin +1,500 ve -1,500 değerleri arasında olduğunda dağılımın normal olduğu varsayımı dikkate alınmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Yapılan normallik testi sonucunda bilgi işlem kullanıcı memnuniyeti ölçeği için kurtosis (-,002) ve skewness (-,850) değerleri ve net fayda ölçeği kurtosis (-,523) ve skewnes (-,666) değerleri ile verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Farklılıkların tespit edilmesinde, bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. HBYS kullanıcı memnuniyeti ile net fayda arasındaki ilişkinin varlığını tespit edebilmek için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Profili

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler tablo 2'de özetlenmiştir. Araştırma grubunun %57,8'i kadın, %42,2'si erkek, %48,8'i 30-39 yaş aralığında, %76,2'si üniversite mezunudur. Araştırmaya katılanların yarıdan fazlasını (%57,3) hemşire ve tıbbi sekreterler oluşturmaktadır. Araştırma grubunun yaklaşık 3'te 2'si HBYS eğitimi ve bilgisayar eğitimi almıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		n	%			n	%
Cinsiyet	Kadın	104	57,8	Yaş	18-24 yaş arası	5	2,8
	Erkek	76	42,2		25-29 yaş arası	33	18,3
HBYS Eğitimi	Evet	115	63,9		30-34 yaş arası	44	24,4
	Hayır	65	36,1		35-39 yaş arası	44	24,4
Bilgisayar Eğitimi	Evet	119	66,1		40-44 yaş arası	32	17,8
	Hayır	61	33,9		45 ve üstü	22	12,2
Eğitim durumu	Lise	43	23,9	Meslek	Doktor	16	8,9
	Önlisans	57	31,7		Hemşire	46	25,6
	Lisans	59	32,8		Tıbbi Sekreter	57	31,7
	Lisansüstü	21	11,7		Diğer Sağlık Personeli	29	16,1
					İdari Personel	32	17,8

4.2. Faktör ve Güvenilirlik Analizi

Bilgi İşlem Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği Doll ve Torkzadeh (1988) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin geçerliliğini belirlemek için faktör analizi yapılmıştır. Öncelikle örnekleme yeterliliği için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri (0,940) olarak hesaplanmıştır. Ayrıca verilerin uygunluğu için Bartlett Küresellik Testi (Bartlett Test of Sphericity) (p=0,000; p <0,05) yapılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda Bilgi İşlem Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği tek faktör olarak 12 ifaden oluşmaktadır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alpha katsayısı 0,956 bulunmuş olup, ölçeğin güvenilirlik seviyesi "yüksek güvenilirlik" düzeyindedir (Tablo 3).

Tablo 3. Bilgi İşlem Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfadeler	F. Yükü	Açık.%
HBYS verdiği bilgi, yeterince açıktır.	,890	68,144
HBYS'nin verdiği çıktıların doğrululuğundan memnunum.	,869	
HBYS'nin verdiği çıktılar kullanışlıdır.	,859	
HBYS ihtiyacım olan bilgileri eksiksiz olarak sağlamaktadır.	,853	
HBYS yeterli bilgiyi sağlamaktadır.	,852	

HBYS'nin verdiği bilgiler her zaman günceldir.	,844	
HBYS'nin verdiği bilgi, içerik olarak ihtiyaçlarımı karşılamaktadır.	,840	
HBYS'nin verdiği bilgi ve çıktılar doğrudur.	,827	
HBYS'nin kullanımı kolaydır.	,800	
HBYS ihtiyacım olan bilgiyi zamanında verir.	,797	
HBYS'nin verdiği çıktılar, bilgisayar ekranında göründüğü gibidir.	,764	
HBYS uyarılarla kullanıcıyı yönlendirir.	,693	
KMO =0,940, Barlett's küresellik testleri (p=0,000; p <0,05) ve *Cronbach Alpha=0,956*		

Net Fayda Ölçeği, Raghavan, vd. (2010) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin geçerliliğini belirlemek için faktör analizi yapılmıştır. Öncelikle örnekleme yeterliliği için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri (0,849) olarak hesaplanmıştır. Verilerin uygunluğu için Bartlett Küresellik Testi (Bartlett Test of Sphericity) (p=0,000; p <0,05) yapılmıştır. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda Örgütsel Fayda boyutu 4 ifade ve Bireysel Fayda boyutu 4 ifade olmak üzere Net Fayda Ölçeği 2 faktör altında 8 ifadeden oluşmaktadır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Bireysel Fayda boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,910, Örgütsel Fayda boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,946 ve toplam Net Fayda Ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı 0,955 bulunmuş olup, ölçeğin güvenilirlik seviyesi "yüksek güvenilirlik" düzeyindedir (Tablo 4).

Tablo 4. Net Fayda Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

İfadeler	Örgütsel Fayda	Bireysel Fayda	Açık. %
HBYS yönetimin kontrolünü iyileştirir.	,856		76,513
HBYS, hastanenin maliyetlerinin azalmasına yardımcı olur.	,817		
HBYS hastanenin performansının izlenmesine yardımcı olur.	,811		
HBYS hastanenin iş sürecini kontrol etmesine yardımcı olur.	,765		
HBYS verimliliğimi arttırır.		,813	6,450
HBYS mümkün olandan daha fazla iş yapmamı sağlar.		,807	
HBYS işimi kolaylaştırır.		,796	
HBYS evrak işimi azaltmaktadır.		,619	
KMO =0,937, Barlett's küresellik testleri (p=0,000; p <0,05) *Cronbach Alpha=0,955*	**Toplam**		82,964

4.3. Farklılıkların Tespitine Yönelik t-Testi

Tablo 5. HBYS Kullanıcı Memnuniyeti Bağımsız Örneklem t-Testi Tablosu

		n	Mean	Sd	t	p
Bilgisayar Eğitimi Alma Durumu	Evet	119	3,98	,933		
	Hayır	61	3,45	,996	3,510	,001*
HBYS Eğitimi Alma Durumu	Evet	115	4,02	,911		
	Hayır	65	3,42	,997	4,115	,000*

* p<0,05

Bilgisayar eğitimi almış olan sağlık çalışanlarının HBYS memnuniyetinin almayanlara göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha yüksektir. Aynı şekilde HBYS eğitimi alanların memnuniyet durumu almayanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir.

4.4. Korelasyon Analizi

Tablo 7: HBYS Kullanıcı Memnuniyeti Ölçeği ile Net Fayda Ölçeği Korelasyon Analizi

	1	2	3	4
1. Bilgi İşlem Kullanıcı Memnuniyeti	1			
2. Bireysel Fayda	,783**	1		
3. Örgütsel Fayda	,773**	,855**	1	
4. Net Fayda	,808**	,964**	,962**	1

**p<0,01

Pearson Korelasyon analizi bulgularından elde edilen sonuçlara göre, HBYS Kullanıcı Memnuniyeti ile Bireysel Fayda arasında (r = 0,783, p<0,01), Örgütsel Fayda arasında (r = 0,773, p<0,01) ve Net Fayda arasında (r = 0,808, p<0,01) pozitif yönlü istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır. H3, H3a ve H3b hipotezleri kabul edilmiştir.

SONUÇ

Ülkemizde 1990'lı yıllarda başlayan ve 2000'li yıllardan itibaren kullanımı yaygınlaşan hastane bilgi yönetim sistemleri sağlık hizmeti üretim sürecinde kullanıcılarına, hastaneye ve hastalara önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Ayrıca sağlık hizmetleri ile ilgili bölgesel, ulusal ve uluslararası verilerin

toplanmasına, analiz edilmesine ve geleceğe dair planlamalar yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu nedenle hastanelerde kullanılan bilgi yönetim sistemlerinin ulusal ve uluslararası bilgi yönetim sistemleri ile entegre olması gerekmektedir.

Araştırmanın sonucuna göre sağlık çalışanlarının bilgisayar ve HBYS eğitimi alan sağlık çalışanlarının HBYS memnuniyet düzeyi daha yüksektir. Bu nedenle HBYS'nin sağlık hizmeti sunum sürecinde bireye ve örgüte sağladığı faydanın artırılabilmesi için bilişim teknolojileri kullanımı konusunda sağlık personelinin eğitilmesi önem taşımaktadır.

HBYS kullanıcı memnuniyeti ile bireysel ve örgütsel fayda arasında pozitif ve istatistiki olarak da anlamlı bir ilişki olduğunu görülmektedir. HBYS'nin bireysel olarak kullanıcılarının, yönetimsel açıdan hastane yöneticilerinin, politikalar geliştirilebilmesi açısından ulusal ve uluslararası kuruluşların ihtiyaç duyduğu bilgi ve çıktıları tam, doğru, güncel, kullanışlı ve zamanında vermesi önem taşımaktadır. Ayrıca kullanıcılarının işlerini kolaylaştırmalı ve verimliliklerini artırmalıdır. Dolayısıyla HBYS'nin kullanıcı memnuniyetinin artırılması sistemden sağlanan faydaların artırılmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

Ak, B. (2009). Türkiye'de Sağlık Bilişimi, Bir Kişisel Değerlendirme ve Uluslararası Bir Başarı Öyküsü: CorTTex. *Akademik Bilişim'09* (s. 333-341). Şanlıurfa: XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 11-13 Şubat 2009 Harran Üniversitesi.

Avinson, D., & Elliot, S. (2006). Scoping the discipline of information systems. J. L. King, & K. Lyytinen içinde, *In Information Systems the State of Field* (s. 1-18). West Sussex: John Willey & Sons Ltd.

Demirel, D. (2017). Hospital Management Information Systems in Health Sector and Develpoment in Turkey. *Journal of Current Researches on Health Sector, Volume: 7, Issue:1*, 37-49.

Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The Measurement of End-User Computing Satisfaction. *MIS Quarterly, Vol. 12, No. 2*, 259-274.

Elibol, H. (2005). Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Organizasyon Yapıları Üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 155-162.

Haux, R. (2006). Health information systems: past, present, future. *International Journal of Medical Informatics*, 268-281.

Haux, R., Winter, A., Ammenwerth, E., & Brigl, B. (2004). *Strategic information management in hospitals: an introduction to hospital information systems.* New York: Springer.

Işık, O., & Akbolat, M. (2010). Bilgi Teknolojileri ve Hastane Bilgi Sistemleri Kullanımı: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Bilgi Dünyası*, 365-389.

Köksal, A., & Esatoğlu, A. E. (2005). Ankara ilindeki üniversite ve özel hastanelerde kullanılan elektronik hastane bilgi sisteminin analizi. *Ankara Üniversitesi Dikimevi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 53-65.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Thirteenth Edition.* England: Pearson Education Limited.

Raghavan, V., Zhang, X., & Jeyaraj, A. (2010). Implementation Success of Clinician Information Systems in Healthcare Contexts. *Proceedings of the Sixteenth Americas Conference on Information Systems* (s. 1-8). Peru: Americas Conference on Information Systems (AMCIS).

Sağlık Bakanlığı. (2010). *Hastane Bilgi Yönetim Sistemleri Alım Klavuzu 5.1.* https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Eklenti/827,hbyspdf.pdf?0 adresinden alındı

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. (2013). *Using Multivariate Statistics (six ed.).* Boston: Pearson.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bankaların Sigortacılık Sektöründeki Faaliyetleri

Full Text / Tam Metin

Pınar PEHLİVAN [1]

Özet

Giriş*: Günümüzde sigortacılık sektörü finansal piyasalarda önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Özellikle son yirmi yılda sektörün faaliyetleri hem miktar hem de ürün çeşitliliği açısından artmıştır. Sigortacılık sektörünün bu denli gelişmesinde bankaların da rolü bulunmaktadır. Bir dağıtım kanalı olarak bankalar da sigortacılık sektöründe faaliyet göstermektedirler.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de banka sigortacılığının gelişim süreci ve bankaların sigortacılık sektöründe faaliyetlerini incelemektir.* ***Yöntem:*** *Sigortacılık sektöründeki tüm dağıtım kanallarının gerçekleştirdikleri prim üretimleri 2009-2018 yılları için karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve banka sigortacılığının önemi ortaya konulmuştur.* ***Bulgular:*** *Tüm sigortacılık sektörü içerisinde banka sigortacılığının payının %23'e yaklaştığı ve bu oranın giderek arttığı belirlenmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Sigortacılık Sektörü, Banka Sigortacılığı, Bankasürans*

Activities of Banks in the Insurance Sector

Abstract

Introduction: *Today, the insurance sector has taken an important place in financial markets. Especially in the last two decades, the activities of the insurance sector have increased in terms of both quantity and service variety. Banks also play a role in the development of the insurance sector. As a distribution channel, banks also work in the insurance sector.* ***Aim:*** *The aim of this study is to investigate the development of bancassurance and the activities of banks in the insurance sector in Turkey.* ***Method:*** *Premium production of all distribution channels in the insurance sector has been examined comparatively for the years 2009-2018 and then the importance of bancassurance is determined.* ***Findings:*** *It is determined that the share of bancassurance in the entire insurance sector has approached 23% and this ratio has increased gradually.*

Keywords— *Insurance Sector, Insurance Activities of Bank, Bancassurance*

JEL Classification Codes: *G21, G22*

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, UBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, eser.yesildag@usak.edu.tr*

1. GİRİŞ

Bankacılık ve sigortacılık sektörü, bir ekonominin mali yapısının iki temel ayağını oluşturmaktadır. Finansal aracılık faaliyetlerinin vazgeçilmez unsuru olan bankalar, finansal piyasalarda sahip olduğu önemin yanı sıra sigortacılık sektöründe ürün satış ve pazarlama noktasında oynadığı rol ile de dikkati çekmektedir. Son yirmi yılda büyük bir gelişme gösteren sigortacılık sektörünün daha da büyümesi için gereken en önemli şey sigortacılık ürünlerinin satış ve dağıtım kanallarının çeşitlenmesidir. İşte tam da bu noktada acentelerin yanı sıra bankalar da önemli bir işlev üstlenmekte ve sigorta ürünlerinin pazarlanmasında etkin bir kanal olarak devreye girmektedirler.

Banka sigortacılığı ya da diğer bir ifade ile bankasürans; bankaların şubelerinde anlaşmalı oldukları sigorta şirketlerinin ürünlerini, bireysel veya kurumsal müşterilerine göre belirleyip tanıtan, pazarlayan ve satış sonrasında da destek veren dağıtım kanalıdır.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların sigortacılık alanındaki satış ve dağıtım faaliyetlerini ifade eden banka sigortacılığının gelişim süreci ve bankaların sigortacılık sektöründe oynadığı rolü ele almaktadır. Çalışmada kullanılan veriler için Türkiye Sigorta Birliği (TSB)'nin web sayfasından yararlanılmıştır.

Bu amaçla çalışmada öncelikle banka sigortacılığı kavramı, banka sigortacılığının avantaj ve dezavantajları ile Türkiye'de banka sigortacılığı uygulamalarına değinilmekte ve son bölümde genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

2. BANKA SİGORTACILIĞI (BANKASÜRANS) KAVRAMI

"Bankasürans" ya da banka sigortacılığı kavramı, genellikle sigorta ürün ve hizmetleri satan bankalar için kullanılır ve her iki sektörün satış, pazarlama ve dağıtım amacıyla birleşmesini ifade eder (Erkan, 2005;14). Banka sigortacılığı, bir sigorta şirketinin bankalarla yaptığı işbirliği ile o bankanın kurumsal ve bireysel müşterilerine ulaşmak suretiyle sigorta ürünlerini ve hizmetlerini sunması faaliyetidir. Bu yolla sigorta şirketi hem hayat hem de hayat dışı sigortacılık ürünlerini ve hizmetlerini bankanın müşterilerine de ulaştırma imkanına kavuşmaktadır. Bu kavram, ilk olarak 1980'den sonra Fransa'da bankaların dağıtım kanalları içerisinde sigorta ürünlerinin satışını tanımlayan bir terim olarak ortaya çıkmıştır (Fenelon, 2003;1).

Banka sigortacılığı son yıllarda önemli rekabet avantajı sağlayan finansal birlikteliklerin bir sonucudur. Finansal birliktelik, finansal hizmetler sektöründeki banka, yatırım şirketleri ve sigorta şirketlerinin tek bir tüzel kişilik altında oluşturduğu bir grup olarak tanımlanmaktadır (Yavaşi,2005;7). Ancak bazen banka ve sigorta şirketlerinin birleşmeleriyle oluşan büyük finansal kümelerin faaliyetleri, kültürel uyumsuzluklar nedeniyle başarısızlıkla da sonuçlanabilmektedir (Oksay, 2005;69).

Dünyanın farklı bölgelerinde farklı banka sigortacılığı modelleri uygulanmaktadır. Banka sigortacılığı uygulamalarında öncelikle sadece basit ürünlerin satışa sunulduğu görülmüş, ancak ilerleyen dönemlerde ürün çeşitliliğine gidilmeye başlanmıştır. Banka sigortacılığı modellerinin seçimi, pazar yapısına, pazardaki müşteri tercihlerine, uygulandığı ülkenin belirli sosyo-ekonomik, kültürel özelliklerine ve düzenleyici otoritesine bağlıdır. Banka sigortacılığı modellerinin değişkenliğinin tanımlanmasında, satış noktaları, ürünler, müşteri veri tabanları, ürün tedarikçileri ve politik yönetim gibi birçok etken belirleyici konumdadır (Şener,2010;33).

Banka sigortacılığını iki modelde ele almak mümkündür: İlki, banka kanalları aracılığıyla sigorta ürünlerinin satılması için bir dağıtım anlaşması yapmak, ikincisi de; ortak yeni bir şirket kurarak banka müşterilerine yönelik sigorta ürünleri geliştirmek ve satmaktır (Andersen, 2001;1).

2.1.Banka Sigortacılığının Avantaj ve Dezavantajları

Banka sigortacılığı uygulamalarının sigorta şirketine, bankaya ve tüketiciye sağladığı çeşitli avantajlar ve dezavantajlar bulunmaktadır.

Banka sigortacılığının sigorta şirketleri için avantajlar şöyledir:

i-Sigorta şirketlerinin müşteri sayısının çoğalması açısından banka sigortacılığı önemli bir avantaj sağlar. Sigorta şirketi daha önce ulaşamadığı müşterilere ulaşabilme şansını yakalar ve bu yolla satış hacmini yükseltir.

ii-Sigorta şirketleri, gerçek ve tüzel kişi müşterilerin bankalara duyduğu güvenden yararlanır, çünkü bankalar kurumsal yapılarıyla güvenilir ve itibarlı kurumlardır.

iii-Sigorta şirketi banka kanalıyla ürün satarak dağıtım kanallarını çeşitlendirerek yeni bir pazara kavuşur.

iv-Sigorta şirketlerine personel ve ofis gibi maliyetleri düşürebilme avantajı sağlar, böylece kârlılık ve verimliliğin artması mümkün olur.

Banka sigortacılığının bankalara sunduğu avantajlar şunlardır:

i-Bankalar, sattıkları sigortacılık ürünleriyle gelir ve kârlılıklarını arttırırlar.

ii-Bankaların müşterilerine sunduğu ürün ve hizmetlerin çeşidi artar ve müşteriye bir seferde tüm finansal hizmetler tek elden sunulabilir.

Tüketici için de banka sigortacılığının çeşitli avantajları bulunmaktadır:

i-Tüketici, hem bankacılık hem de sigortacılık ürünlerine tek bir dağıtım kanalıyla ulaşabilme imkanına kavuşur. Bu durum, müşteriler için önemli bir kolaylıktır.

ii-Dağıtım masraflarının ve dolayısıyla maliyetlerin daha düşük olması nedeniyle tüketiciler, sigorta ürün ve hizmetlerini daha ucuza satın alabilmektedirler.

iii-Tüketiciler satın aldıkları ürünlerin bedelini banka hesaplarından güvenle ve kolaylıkla ödeme avantajına sahip olur (Genç, 2002:58).

Ülkemizde sigorta acenteleri tarafından banka sigortacılığı uygulamalarına yönelik çeşitli eleştiriler getirilmektedir. Sigortacılık ve bankacılık sektörü çalışanları ile yüzyüze görüşme yöntemiyle edinilen izlenimler çerçevesinde derlenen bu eleştirilerden bazıları şöyledir:

i-Bankaların kullandırdıkları kredilerin teminatına alınan unsurların sigortalanması sırasında, sigortanın kendileri tarafından yapılmasını kredinin zorunlu şartı olarak öne sürmeleri, aksi halde kredinin kullandırılmayacağı ve/veya faiz/komisyon gibi ücretlerde indirim yapılmayacağı şeklindeki baskılı uygulamalarının sektörde haksız rekabete yol açtığı ileri sürülmektedir. Bu durumun acenteler aleyhine rekabeti bozucu bir uygulama olduğu görüşü yaygındır.

ii-Banka sigortacılığının bir başka dezavantajı ise, bankalarda sigortacılık işlemleriyle ilgilenen personelin kalifiye olmaması, konusunda yeterli eğitim, bilgi ve birikime sahip olmamasıdır. Bankalarda sigortacılık konusunda yetkin olmayan personelin çalıştırılması, hem işlemlerin gereğinden fazla zaman almasına, hem de hatalı işlemlerin yapılmasına yol açmaktadır. Hatalı düzenlenen poliçeler nedeniyle, oluşan hasarlar tazmin edilememekte, bu durum sigorta şirketlerine olan güvenin sarsılmasına sebep olmaktadır (Pehlivan, 2014: 61).

2.2. Türkiye'de Banka Sigortacılığı Uygulamaları

Türkiye'deki banka sigortacılığı, özellikle 2000'li yıllardan sonra başlamıştır. Ülkemizdeki büyük holdingler, kendi şirketlerinin finansman ihtiyaçları için önce bankalarını, sonra da sigorta şirketlerini faaliyete geçirmişlerdir. Bankaların kredi teminatları için sigortayı zorunlu kılması, banka sigortacılığının gelişmesine katkı sağlamıştır (Pamukçu, 1996: 59-60).

Ülkemizde sigorta şirketlerinin sermayelerinin büyük bir kısmına bankalar ve holdingler sahiptir. Bu durum, fonların banka ve holdinglere kaymasına neden olabilmektedir. (Genç, 2002:58). Türkiye'deki büyük holdinglerin neredeyse tamamının bir sigorta şirketi bulunmaktadır. Bunun en büyük nedeni de finansal hizmet yelpazesinde sigortacılığın çok önemli bir yerinin olmasıdır (Levent, 2007: 5).

Türkiye ekonomisinde geçmişte yaşanan bankacılık krizleri ve banka iflasları banka sigortacılığının gelişmesini olumsuz etkilemiştir. Bu durum müşteri güveninin azalmasına yol açmış, birçok banka ve sigorta şirketinin birbirilerine bağımlı olması, bu güvensizliğin sigorta sektörüne de yansımasına neden olmuştur (Şener, 2010: 51).

Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerinden sonra güçlü bir yapıya kavuşan bankacılık sektörü, 2005 yılında yeni Bankacılık Kanunu'nun, 2007 yılında da Sigorta Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle sigortacılık sektöründe de faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır (Zachau, 2007: 8). Böylece finansal sektörün genişlemesi için daha fazla güvenilir ve esnek bir ortam sağlanmıştır (TSŞRB, 2007, 1).

Ülkemizde özellikle son yıllarda finansal piyasalardaki olumlu gelişmeler banka sigortacılığı alanına da yansımakta, bu durum tüm dağıtım kanalları içerisinde banka sigortacılığının payının giderek artmasına yol açmaktadır (Tunçay, 2006: 34).

3. YÖNTEM

Çalışmada, ülkemizde faaliyet gösteren bankaların bir dağıtım kanalı olarak sigorta ürünlerinin satış ve pazarlanmasında yıllar itibariyle gösterdiği performansları ile diğer dağıtım kanallarıyla karşılaştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla sigortacılık sektörünün banka sigortacılığı da dahil olmak üzere tüm dağıtım kanalları yoluyla gerçekleştirdikleri prim üretimleri 2009-2018 yılları için karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

4. BULGULAR

Banka sigortacılığı, sigorta sektörünün en önemli dağıtım kanallarından biridir ve ülkemizde ancak son yıllarda gelişmeye başlamıştır. Her iki sektör için çeşitli avantajlar getiren banka sigortacılığı, dağıtım kanalları içindekini payını giderek artırmaktadır.

Bu çalışmada; -bankasürans olarak da isimlendirilen- bir dağıtım kanalı olarak bankaların gerçekleştirdikleri sigortacılık faaliyetlerinin sigortacılık sektörü içerisindeki payı incelenmiştir. Sektörün 2009-2018 dönemine ilişkin tüm branşlardaki prim üretimleri dağıtım kanalları bazında incelenmiştir. Ayrıca her bir dağıtım kanalının toplam içerisindeki payı değerlendirilerek banka sigortacılığının önemi ortaya konulmaktadır.

Tablo 1. Dağıtım Kanalları Bazında Prim Üretimlerinin Payları (%)

Yıllar	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer	Toplam
2009	9,8	61,9	18,6	9,7	-	100
2010	8,7	60,1	21,9	9,3	-	100
2011	8,0	59,0	23,3	9,7	-	100
2012	6,7	60,2	22,8	10,3	-	100
2013	6,4	60,0	23,3	10,3	-	100
2014	6,2	58,9	22,6	10,9	1,4	100
2015	6,2	59,0	22,3	11,2	1,3	100
2016	5,3	61,1	21,8	10,7	1,1	100
2017	6,9	55,7	24,3	10,7	2,5	100
2018	7,4	54,8	22,4	11,8	3,5	100

Kaynak: https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909 (Erişim Tarihi: 05.03.2019)

Her bir dağıtım kanalı bazında prim üretimlerinin payı değerlendirildiğinde 2009 yılından 2018 yılına kadar sürekli olarak en büyük payın acentelerde olduğu görülmektedir. Genel olarak acentelerden sonra bankalar, brokerlar ve merkez teşkilatı gelmektedir. Ancak yıllar itibariyle gelişim seyri izlendiğinde toplam prim üretimi içinde acentelerin ve merkezin payı giderek azalırken, bankaların ve brokerların payı artma eğilimi göstermiştir. Bu durumun sürmesi halinde bankaların hemen hemen acenteler kadar üretim yapabileceği, banka sigortacılığının daha da gelişeceği aşikardır.

Tablo 2.Banka Kanalı ile Üretilen Toplam Primler ve Toplam İçindeki Payı

Yıllar	Banka Kanalıyla Üretilen Prim (TL)	Toplam Prim (TL) (Hayat ve Hayat Dışı)	Payı (%)
2009	2.311.345.605	12.435.971.259	18,6
2010	3.105.994.377	14.129.394.269	21,9
2011	3.985.786.044	17.165.081.182	23,3
2012	4.504.097.011	19.826.649.626	22,8
2013	5.670.226.977	24.229.615.733	23,3
2014	5.868.604.918	25.989.552.682	22,6
2015	6.913.862.024	31.025.897.631	22,3
2016	8.843.682.098	40.486.796.939	21,8
2017	11.313.963.269	46.554.689.544	24,3
2018	12.265.476.411	54.656.028.969	22,4

Kaynak: https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909 (Erişim Tarihi: 05.03.2019)

Tablo 2'den de görüleceği üzere, banka kanalıyla üretilen hayat ve hayat dışı primlerin tutarı ve toplam prim üretimi içindeki payı 2009 yılından itibaren giderek artmış, banka sigortacılığı oranı %18 seviyelerinden %22-23'lere kadar çıkmıştır. 2017 yılında ise bu oran %24,3 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum bankacılık sektörüne duyulan güven nedeniyle, banka sigortacılığı işlemlerinin önümüzdeki yıllarda da artmaya devam edeceği düşüncesini güçlendirmektedir.

Tablo 3. Dağıtım Kanalı Bazında Tüm Branşlarda Prim Üretimi (2018 Yılı / TL)

BRANŞ	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer	Toplam
Kaza	47.970.096	648.655.300	1.035.226.416	68.588.297	11.898.037	1.812.338.145
Hastalık/Sağlık	578.387.429	3.381.004.062	624.862.930	1.657.504.707	2.536.349	6.244.295.477
Kara Araçları	53.934.321	6.457.263.013	720.802.742	605.297.807	5.619.279	7.842.917.162
Hava Araçları	116.848.064	38.442.055	7.628.917	11.286.868	5.651.604	179.857.508
Su Araçları	22.880.891	136.282.260	36.329.304	86.043.271	18.721.486	300.257.211

Nakliyat	64.187.221	435.096.518	36.698.829	271.179.136	19.672.013	829.833.178
Yangın ve Doğal Afetler	453.290.404	2.968.802.017	1.914.865.760	1.412.243.178	223.377.296	6.972.578.655
Genel Zararlar	473.736.315	1.952.909.218	1.865.765.481	547.117.200	407.485.686	5.247.013.899
Kara Araçları Sorumluluk	1.328.106.895	12.486.968.461	318.580.409	596.285.919	1.124.604.541	15.854.546.225
Hava Araçları Sorumluluk	126.806.738	23.289.868	8.196.736	33.230.845	2.853.542	194.377.729
Su Araçları Sorumluluk	4.509.624	1.158.414	253.857	25.414.723	0	31.336.618
Genel Sorumluluk	128.420.160	545.446.468	149.131.698	479.896.451	89.004.172	1.391.898.950
Kredi	41.612.183	25.421.734	14.233.401	157.121.476	9.949.666	248.338.460
Kefalet	2.389.294	9.212.862	31.654.955	25.889.711	2.641.872	71.788.694
Finansal Kayıplar	43.524.763	104.309.222	86.521.566	106.676.682	4.598.653	345.630.886
Hukuksal Koruma	299.545	124.156.877	39.025.987	4.579.963	63.340	168.125.712
Destek	0	0	122.350	0	0	122.350
HAYAT DIŞI TOPLAM	**3.486.903.943**	**29.338.418.348**	**6.892.901.339**	**6.088.356.234**	**1.928.677.536**	**47.735.257.399**
HAYAT TOPLAM	**565.652.009**	**627.142.354**	**5.372.575.072**	**354.684.271**	**717.865**	**6.920.771.570**
GENEL TOPLAM	**4.052.555.951**	**29.965.560.701**	**12.265.476.411**	**6.443.040.504**	**1.929.395.401**	**54.656.028.969**

Kaynak: https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909 (Erişim Tarihi: 04.03.2019)

Ülkemizde 2018 yılında hayat dışı branşlarda 47,7 milyar TL, hayat branşında 6,9 milyar TL olmak üzere toplam 54,6 milyar TL'lik prim üretilmiştir. Banka özelinde bakıldığında ise hayat dışı branşlarda 6,8 milyar TL'lik, hayat branşında da 5,4 milyar TL olmak üzere toplam 12,2 milyar TL'lik prim üretimi gerçekleşmiştir. Yani 54,6 milyar TL'lik prim üretiminin 12,2 milyar TL'si bankalar tarafından üretilmiştir.

Tablo 4. Tüm Branşlarda Üretilen Primlerin Branş ve Dağıtım Kanalı Payları (2018 Yılı,%)

BRANŞ	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer	Toplam
Kaza	2,6	35,8	57,1	3,8	0,7	100
Hastalık/Sağlık	9,3	54,1	10,0	26,5	0,0	100
Kara Araçları	0,7	82,3	9,2	7,7	0,1	100
Hava Araçları	65,0	21,4	4,2	6,3	3,1	100
Su Araçları	7,6	45,4	12,1	28,7	6,2	100
Nakliyat	7,7	52,4	4,8	32,7	2,4	100
Yangın ve Doğal Afetler	6,5	42,6	27,5	20,3	3,2	100
Genel Zararlar	9,0	37,2	35,6	10,4	7,8	100
Kara Araçları Sorumluluk	8,4	78,8	2,0	3,8	7,1	100
Hava Araçları Sorumluluk	65,2	12,0	4,2	17,1	1,5	100
Su Araçları Sorumluluk	14,4	3,7	0,8	81,1	0,0	100
Genel Sorumluluk	9,2	39,2	10,7	34,5	6,4	100
Kredi	16,8	10,2	5,7	63,3	4,0	100
Kefalet	3,3	12,8	44,1	36,1	3,7	100
Finansal Kayıplar	12,6	30,2	25,0	30,9	1,3	100
Hukuksal Koruma	0,2	73,8	23,2	2,7	0,0	100
Destek	0,0	0,0	100	0,0	0,0	100
HAYAT DIŞI TOPLAM	**7,3**	**61,5**	**14,4**	**12,8**	**4,0**	**100**
HAYAT TOPLAM	**8,2**	**9,1**	**77,6**	**5,1**	**0,0**	**100**
GENEL TOPLAM	**7,4**	**54,8**	**22,4**	**11,8**	**3,5**	**100**

Kaynak: https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909 (Erişim Tarihi: 04.03.2019)

Tablo 4 değerlendirildiğinde, hayat dışı sigortalarda primlerin %61,5'i acenteler tarafından, %14,4'ü bankalar tarafından, %12,8'i brokerlar, %7,3'ü de merkez tarafından üretilmiştir. Hayat branşındaki prim üretiminde ise üstünlük %77,6 ile bankalarda iken, primlerin %9,1'i acenteler, %8,2'si merkez ve %5,1'i de brokerlar tarafından üretilmiştir. Bankaların kullandırdıkları kredilerde kredili müşteriye hayat sigortası yapılmasının zorunlu olması nedeniyle bankalar bu konuda diğer dağıtım kanallarına göre daha avantajlıdır. Toplam prim üretiminde ise %54,8'lik pay acentelerin, %22,4'lük pay ise bankalarındır.

Bu durumun sürmesi halinde bankaların hemen hemen acenteler kadar prim üretimi yapacağına ve bankacılık sektörüne duyulan güven nedeniyle banka sigortacılığının daha da gelişeceğine işaret etmektedir.

SONUÇ

Ülkemizde banka sigortacılığı her ne kadar Avrupa ülkelerindeki kadar gelişmiş olmasa da, sigorta sektörünün global ölçekte en önemli dağıtım kanallarından biri olma yolundadır. Bankaların sahip olduğu geniş müşteri portföyü, hizmet anlayışı, ülke geneline yayılmış geniş şube ağı ve teknolojik altyapısı müşteriye ulaşma noktasında bankaların sahip olduğu en önemli avantajlardır. Bu avantajların sigortacılık sektöründe kullanılabilmesi ve böylece banka sigortacılığının sağlam ve bilinçli bir şekilde gelişebilmesine katkı sağlaması nedeniyle, sigortacılık sektörü açısından banka sigortacılığı kaçınılmaz hale gelmiştir.

KAYNAKLAR

Andersen Yönetim Danışmanlığı. (2001). "Bancassurance Modelleri", Activeline**,** Kasım 2001, s.1.

ERKAN, N. (2005). Finansal Bütünleşme, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, s.14.

FENELON, S. (2003). "Bancassurance Across The Globe", SCOR Technical Newsletter, s.1.

GENÇ, Ö. (2002). Sigortacılık Sektörü ve Türkiye'de Sigorta Sektörünün Fon Yaratma Kapasitesi**,** Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayını, Ankara.

LEVENT, B. (2007). "Büyüklerin Sigorta Tutkusu", Capital Dergisi, 12 Nisan 2007, s.5.

OKSAY, S. (2005). "Küresel Sigorta Piyasalarında Türk Sigorta Piyasasının Rekabet Gücü", I. Ulusal Sigorta Sempozyumu Bildiriler Kitabı, TSRŞB, 24 Mayıs 2005, İstanbul, s.68-72.

PAMUKÇU, E.B.(1996). "Yeni Bir Finansal Yapı: Banka Sigortacılığı", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü İstanbul.

PEHLİVAN, P. (2013). "Türkiye'de Banka Sigortacılığı Uygulamaları", Sigorta Araştırmaları Dergisi, Sayı: 10, s.55-68.

ŞENER, H.Y. (2010). "Banka Sigortacılığında Müşteri Değerinin Artırılmasına Yönelik Bir Model Önerisi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010, Kütahya, s.33.

TSRŞB. (2007). "Avrupa Komisyonu Tarafından Türkiye İçin Hazırlanan 2007 Yılı İlerleme Raporu'nda Sigorta Sektörü", Avrupa Birliği ve Uluslararası İlişkiler Birimi, s.1.

TUNÇAY, E. (2006). "Banka Sigortacılığı", Best Dergisi- Banka & Sigorta, 15 Aralık 2006, s.34.

YAVAŞİ, M. (2005). "Yürürlükteki Avrupa Birliği Sigorta Mevzuatı ve Türkiye", I. Ulusal Sigorta Sempozyumu Bildiriler Kitabı, TSRŞB, 24 Mayıs 2005, İstanbul, s.77.

ZACHAU, U. (2007). "Turkey Beyond 2007", First Anniversay of TEPAV- World Bank Public Information Center, p.8.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yavaş Moda Hareketinin Bir Yansıması Olarak Kapsül Gardırop Örneği

Full Text / Tam Metin

Derya Meriç[1]

Özet

Sürdürülebilirlik kavramı konusundaki farkındalığın ve duyarlılığın artması ile birçok alan gibi tekstil ve moda tasarımı alanlarında da önemli değişiklikler olmuştur. "Yavaş Moda Hareketi" de bunlardan biridir. Yavaş Yaşam, Yavaş Yemek, Yavaş Tasarım gibi kavramlar ile ilişkili olan ve birlikte düşünülmesi gereken bu hareket tüketicilerin sürdürülebilirlik konusundaki duyarlılıklarının bir yansıması olarak tüketim alışkanlıklarına yansımaktadır. Nicelikten önce niteliği ön planda tutan, etik değerlere saygılı, doğaya ve insana duyarlı, sosyal ve kültürel değerlerin öneminin farkında, sürdürülebilir bir yaklaşıma sahip olan bu hareket, sürdürülebilirlik konusunda farkındalığı ve dolayısıyla duyarlılığı artan tasarımcı, üretici ve kullanıcıların tümünü hedef almaktadır. Bu perspektif ile yavaş moda hareketi adına birçok yaklaşım ve uygulama geliştirilmiştir. Kapsül gardırop da bu uygulamalardan biridir. Bu uygulama ile ihtiyaç kavramı irdelenmekte dolayısıyla kullanım ve tüketim senaryosu yeniden şekillendirilmektedir. Bu çalışmada, öncelikle yavaş moda hareketinin ne olduğuna ve bu hareketin temellerini oluşturan yaklaşımlara odaklanılmaktadır. Bununla birlikte, yavaş moda hareketinin önemine değinilmekte, geliştirilen yaklaşımlar ve uygulamalar hakkında bilgilendirme yapılmaktadır. Ayrıca, bu yaklaşımlardan biri olarak kapsül gardırop uygulamalarına dair örnekler üzerinden incelemelere yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler— *Yavaş Hareketi, Hızlı Moda, Yavaş Moda, Kapsül Gardırop, Sürdürülebilirlik, Tekstil ve Moda Tasarımı*

Capsule Wardrobe Example as a Reflection of the Slow Fashion Movement

Abstract

With the increase of awareness and sensitivity to the concept of sustainability, there have been significant changes, as well as in many fields also in textiles and fashion design, "Slow Fashion Movement" is also one of them. This movement, which has to be associated with concepts such as Slow Life, Slow Food, Slow Design, is reflected in consumption habits as a reflection of the sensitivity of consumers about sustainability. This movement which prioritizes quality to quantity, respect ethical values, has a sensitivity to nature and humanity, and an awareness of the importance of social and cultural values; targets all of the designers, producers, and consumers who have an awareness about sustainability. With this perspective, many approaches and applications have been developed on behalf of slow fashion movement. "Capsule wardrobe" is also one of these applications. With this application, the concept of need is examined and therefore the scenario of use and consumption is reshaped. In this study, first of all, it is focused on the definition of "Slow Fashion Movement" and the approaches that form the basis of it. Besides, the importance of the movement is discussed and the approaches and practices developed are informed. In addition, as one of these approaches examples about capsule wardrobe applications are examining.

Keywords— *Slow Movement, Fast Fashion, Slow Fashion, Capsule Wardrobe, Sustainability, Textile and Fashion Design.*

JEL Classification Codes: L67, M14, Q01

1. GİRİŞ

Moda; Latince yapmak anlamına gelen "Facito" dan türeyerek İngilizce de "fashion", Fransızca da ise biçim anlamına gelen "modus" kelimesinden türeyerek "la mode" olarak kullanılmıştır (Kawamura,

[1] Research Assistant, Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts, Textile and Fashion Design Department, Turkey, deu.deryameric@gmail.com

2016). Uyum ve sosyal ilişkiler, isyan ve ayrıksılık, sosyal amaç ve statüler, tutku ve başkaldırı gibi birçok kavramı ve değeri ifade ederek günümüze kadar gelmiştir (Fogg, 2013). Bu noktada moda kavramını bir ürün grubu olarak incelemenin ötesinde bir ifade yöntemi olan soyut bir kavram olarak tanımlamak mümkündür. Genel olarak, çoğunlukla giysi ve aksesuar ürünleri üzerinden değerlendirilse ve giysi endüstrisi bu noktada önemli bir paya sahip olsa da (Yıldız & Ayvaz, 2018); bütününde ise tüm hayatı kapsayan ve oldukça geniş bir etki gücüne sahip bir olgu olarak değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Öyle ki, Kavamura'nın da bahsettiği üzere "moda somut nesnelere gönderme yapmaktan ziyade, soyut bir meseleye işaret eder ve maddi bir ürün değil, kendiliğinden öze sahip olmayan sembolik bir üründür" (2016).

Giysi ve giyim endüstrisi tarafından yaklaştığımızda; moda, üretimine dâhil olan herkes tarafından yaratılan ve bu nedenle kolektif bir etkinliktir. Bir giysi biçimi ve bu giysi biçimini kullanma şekli, toplumda geniş bir kesim tarafından benimsenene ve kullanılana kadar moda olmaz ve moda olarak tanımlanabilmesi için geniş bir kesime yayılması ve sonrasında bu kesim tarafından kabul görmesi gerekir (Kawamura, 2016). Bu sebeple geçmişten günümüze sosyolojik, psikolojik, ekonomik, politik ve daha birçok etken tarafından şekillenen moda ürünleri, süreçlerinde değişim ve dönüşümler sergilemişlerdir. Bunun en belirgin örneklerinden biri ise endüstri devrimi ve sonrasında yaşanan değişimlerdir. Kökeni eski çağlara kadar dayanan tekstil ve giysi insanlığın gelişimi ve geçirdiği süreçler ile paralellik göstermiş ve kendi tarihsel sürecini oluşturmuştur. Endüstriyel devrimin gerçekleşmesi ile üretim yöntemlerinde yaşanan gelişmeler ve değişimlerin yansımaları tekstil sektöründe gözlemlenmiştir. Değişen toplumsal yapılar modaya da yansımış Crane'in de bahsettiği gibi bir sınıf göstergesi olan sınıf modası, tüketici modası olma yolunda değişim göstermiştir (2003).

Daha ucuz ve seri üretime imkân sağlayan 19. yüzyıl endüstrileşmesinin sonucunda ortaya çıkan modaya yönelik ilgi, moda değişimlerinin daha hızlı hayat bulmasına ve canlanmasına sebep olmuştur. Batı dünyasının sosyal yapısı 18. ve 19. yüzyılda büyük bir değişim geçirmiştir. Artan iş bölümü, gelişen teknoloji, genişleyen ticaret ve artık mümkün olan sosyal dolaşıma bağlı olarak nüfus artmış, üretkenlik tırmanışa geçmiş, para ekonomisi gelişmiştir (Kawamura, 2016). Üretimdeki değişim ve artış; üretilen ürünlerin farklılaşmasına, yaşam şekillerinin değişimine, kullanıcıların ihtiyaçlarının dönüşümüne de yansımıştır ve endüstriyel moda kavramı gündeme gelmiştir. "Endüstriyel moda hem benzer ürünleri farklı ülkelerdeki benzer toplumsal gruplara satan üreticiler, hem de faaliyetleri belirli bir ülke ya da kıtayla sınırlı kalan küçük firmalar tarafından ortaya atılmıştır. Bu firmaların medyada, incelikli kataloglarda ve hatta bizzat giysilerin üstünde reklamları yayımlanmıştır. Bu noktada satışı yapılan aslında bizzat tarz değil medya kültürünü oluşturan imgelerin kitlesel olarak yayıldığı bir dünyada rekabet edebilecek bir imgedir. Endüstriyel moda öncelikle reklamlar aracılığıyla değer yaratması ve kendini tüketiciye cazip kılması açısından bir medya kültürü biçimidir" (Crane, 2003).

Fakat bu süreçte, giderek artan üretim ve beraberinde getirdiği hızlı ve fazla tüketim ile oluşan döngü giderek hızlanmıştır. Seri ve büyük miktardaki üretim ve tüketim günümüzde hızlı moda kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuş, küresel boyutta üretim ve satış yapan firmaların büyük bir paya sahip olduğu sektörlerin şekillenmesinde rol almıştır. Tüm bu döngülerin beslediği üretim ve satış ağı, değişen toplum dengeleri ile hızlı bir üretim ve üretimin tetiklediği tüketim döngüsüne yol açmıştır.

2. HIZLI MODA

Malzeme, üretim, transfer ve işçilik maliyetlerinin düştüğü, ürün fiyatlarının azaldığı, ürünlere ulaşılabilirliğin arttığı ve böylelikle tüketim süreçlerinin de hızlanarak rekabet ortamlarını doğması ile (Fast Fashion) Hızlı Moda kavramı gündeme gelmiştir. 1990'ların sonlarında Amerika'da (Quick Response) Hızlı Cevap iş modelinin bir yansıması olarak ortaya çıkan hızlı moda, hızın ötesinde fazla satış ve daha fazla kazanç odağına sahiptir (Styles, 2014). Satış ve büyümedeki artış ise ekonominin büyümesi fakat fiyatların düşürülmesi temeline dayanmaktadır. Hızlı moda, hızdan öte, evrensel olarak kabul gören, sürekli ekonomik büyümeye odaklanan iş uygulamaları odağı ile şekillenmektedir.

Moda Gösterileri ve üst düzey markaların koleksiyonlarından hızla kopyalanan ve çoğaltılan bu yeni stiller birkaç hafta içinde mağazalara girerek tüketicinin yeniyi kullanma isteğini körüklemektedir. Hem

yiyecek hem de modada "hız", üretimi ve kârı artırmak için bir ekonomik araç olarak kullanılmaktadır. Hızlı Moda (Fast Fashion) da tıpkı Hızlı Yiyecek (Fast Food) gibi seri üretim ve standardizasyon mantığına dayanmaktadır. Giyim endüstrisinde büyük miktarda işlemlere maruz kalan ve rakipsiz bir şekilde üretilen bu giysiler küresel olarak her yerde bulunmakta ve sunulmaktadır. Üretmek için ucuz, kolay ve hızlı olacak şekilde tasarlanmıştırlar. Düşük maliyetli malzemeler ve emek, kısa teslimat süreleri ve etkin büyük hacimli üretimden yararlanmaktadır. Dağıtımı, satışı ve tüketimi daima artacak şekilde kurgulanan bu ürünler düşük fiyat politikalarıyla piyasaya hızlı bir şekilde sürülmektedirler (Fletcher, 2010). Fakat hızlı moda akımının ve getirilerinin sadece avantajlardan oluşmadığı ve ödenmesi gereken farklı bedellere sebep olduğu görülmektedir.

Yeşil Moda Haftası Oluşumu tarafından Hızlı Moda tanımı, "eğilimlerin ve stillerin büyük marka ve isimlerin defilelerinden taklit edilerek çoğaltılması olarak tanımlanmıştır. Tüketiciye hızlı ve ucuz bir şekilde erişilebilirlik sağlayan bu sistem bir yılda çok sayıda farklı sezon koleksiyonunun ortaya çıkmasına rağmen yine de ucuz etiketler ile devam eder bir şekilde işlemektedir. Bu büyük çoğunlukta etik olmayan uygulamaları beraberinde getirmekte, üretim bantlarının ise iş gücü karşılığının aylık 12 dolardan bile düşük olduğu Bangladeş, Kamboçya, Endonezya gibi ülkelere kaymasına sebebiyet vermektedir (https://www.greenfashionweek.org/sustainability/fast-fashion-vs-slow-fashion/ Erişim: 03.05.2019). Etik olmayan bu yaklaşımlar sebebiyle çalışanlarda sağlık problemlerine ve iş kazalarına sebep olmaktadır. Dünya çapında 4. büyük endüstriyel facia olarak tarihe geçen Bangladeş'teki Rana Plazanın çöküşü en trajik örneklerden biridir. 24 Nisan 2013 tarihinde gerçekleşen bu faciada 1138 kişi hayatını kaybetmiş, 2500 kişi ise yaralanmıştır (https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2015/11/Website_HTBAFR_Booklet_BCxFR_Print.pdf Erişim: 03.05.2019).



Görsel.1. Dünya ekonomik forumu tarafından hızlı modanın etkilerine dair yapılan açıklamalardan örnekler
Kaynak: https://www.weforum.org/agenda/2018/01/this-is-the-environmental-costs-of-fast-fashion-17182dc2-f7cc-402d-a277-577aedf57527 Erişim: 03.05.2019
https://www.weforum.org/agenda/2018/01/q-a-with-filipino-social-entrepreneur-reese-fernandez-ruiz/ Erişim: 03.05.2019

Bununla birlikte ucuz üretimin yapıldığı bu ülkelerde sistemin getirdiği negatif çevresel etkiler de göz ardı edilmekte; yeryüzündeki kaynakların kirletilmesi ve tüketilmesi, türlerin yok olma tehlikesi ve geleceğe dair çevresel kaygılar üzerine stratejik çözümlere gidilmemektedir.

3. YAVAŞ HAREKET

Hızlı modaya karşı eleştirel bir duruş olarak ortaya çıkan Yavaş Moda Hareketinin temellerinde yatan düşünceyi kavrayabilmek adına öncelikle Yavaş Hareketin ne olduğuna ve düşünce olarak hangi temellere dayandığına değinmek gerekmektedir. Yavaş Hareket (Slow Movement) üretim ve tüketim döngüsünde giderek hızlanan yaşam şekillerine bir eleştiri olarak ortaya çıkmıştır. Yavaş yemek, yavaş şehir, yavaş mimari, yavaş tasarım, yavaş moda gibi yaşamın birçok alanında uygulama sahası bulmuş bu yaklaşım; yeme biçimi, ekonomik hayat, insanlar arasındaki ilişkiler gibi hızlı modern tüketim kalıplarını dönüştürecek kültürel değişimi savunan toplumsal bir harekettir (Alpat, 2012). Kipöz'ün aktardığı üzere "Yavaş" kavramı zamandan çok kalite olgusunu yansıtmaktadır ve "yavaş" belleğin yeniden değer bulduğu bir kültürü ifade etmektedir (2015). Nicelikten önce niteliğin ön planda tutulduğu, etik değerlere saygılı, doğaya ve insana duyarlı, sosyal ve kültürel değerlerin öneminin farkındalığına ve sürdürülebilir bir yaklaşıma sahip olan bu hareket, sürdürülebilirlik konusunda farkındalığı ve dolayısıyla duyarlılığı artan tasarımcı, üretici ve kullanıcıların tümünü hedef almaktadır. Dolayısı ile tüketicilerin sürdürülebilirlik konusundaki duyarlılıklarının bir yansıması olarak tüketim alışkanlıklarına da yansımaktadır.

Bu yavaş hareket yaklaşımının etkisiyle birçok alanda çeşitli oluşumlar başlatılmış, bu doğrultuda yaşam şekillerinde değişikliğe giden insanların süreçlerini paylaştığı topluluklar oluşturulmuştur. Farkındalık yaratmak adına ise çeşitli alanlarda projeler geliştirilmekte, etkinlikler ve toplantılar düzenlenmekte ve tanıtım filmleri ve belgeseller çekilmektedir. Grundig tarafından desteklenen Ruhun Doysun hareketini bu yaklaşımlara bir örnek olarak göstermek mümkündür. Ayrıca yavaş yaşamı benimseyen ve günümüzde sıkça telaffuz edilen minimalizm yaklaşımı doğrultusunda ihtiyaç kavramını sorgulayarak her yönüyle sadeleşmenin arayışını giden yeni farkındalık grupları oluşmaya başlamıştır. Millburn ve Nicodemus *"Minimalizm, anlamlı bir yaşam"* kitabında, Mimimalizm'i anlamlı bir yaşam sürmek için kullanılan bir kendini gerçekleştirme ve özgürlük aracı olarak tanımlamakta ve daha önemli olanlara odaklanabilmek için hayattaki gereksiz şeyleri çıkarıp atmakla ilgili olduğuna değinmektedirler (2018).



Görsel.2. Yavaş harekete örnek oluşturabilecek çalışmalar Ruhun Doysun hareketi ve Minimalizm belgeseli
Kaynak: https://www.ruhundoysun.com/ Erişim: 03.05.2019
https://www.theminimalists.com/ Erişim: 03.05.2019

Minimalizm Heger'in Obendoef'tan aktardığı üzere ise seyreklik, yalınlık ve azaltma karakterindeki bir yaşam şekli, tarz, felsefe, düşünce yapısı ya da araç olarak tanımlanabilir. Minimalizm geçmişte çoğunlukla müzik, sanat, tasarım, mimarlık gibi disiplinler ile ilişkilendirilmiş olsa da günümüzde moda ile etkileşiminin de daha fazla sıklıkta olduğunu söylemek mümkündür (2016). Yavaş moda hareketi ve bu bakış açısıyla geliştirilen uygulamalar ise bu bağlamda ilgi çekici örnekler oluşturmaktadırlar.

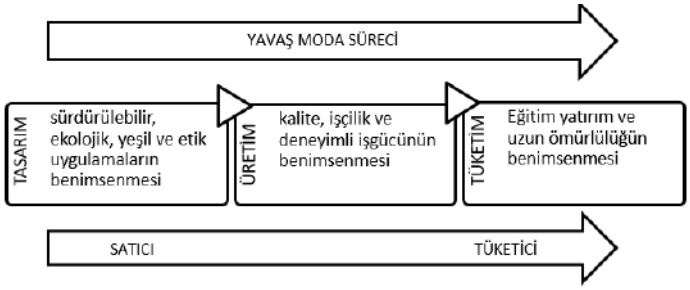
3.1. Yavaş Moda Hareketi

Yavaş modanın temelleri yavaş yemek hareketine dayanmaktadır. 1980'lerde İtalya'da başlayan yavaş yemek hareketi hızlı yemek yaşam şekline bir tepki olarak doğmuştur. Bu hareket sadece satın alınan şeyin, üreticinin kim olduğunun ve sürdürülebilir seçimlerin yapmanın önemini değil, aynı zamanda pişirme yeme ya da sosyal etkinlikler aracılığı ile yemek kanalıyla kurulan toplumsal iletişimin önemini de vurgulamaktadır (Akt. Pookulangara & Shephard, 2013). "Yavaş Moda" tanımı ilk olarak 2007 yılında Kate Fletcher tarafından kullanılmış ve Yavaş modanın gelir geçer bir moda trendi olmaktan öte giderek hız kazanan sürdürülebilir bir moda hareketi olduğundan bahsetmiştir (https://nammu.com/eng/slow-fashion-join-movement/ Erişim: 03.05.2019). Fletcher'e göre yavaş moda günümüzde moda sektöründe farklı değerlere ve hedeflere dayalı bir sürdürülebilirlik vizyonunu temsil etmektedir. Üretim altyapısı ve verim düşüklüğünde değişimi gerektirmektedir. Sıradan seri üretim ürünlerden ziyade nitelikli tasarım klasiklerini içerir. Yaygın üretim yöntemlerini kullanmaz ve uzun teslim tarihleri söz konusudur. Bu noktada yavaş moda, hızlı (büyümeye dayalı) modanın değerlerinden ve hedeflerinden bir mola olarak, bugünün sektörün uygulamalarına bariz kesintiyi temsil eder. Moda sektörü için farklı bir başlangıç noktasından inşa edilen görüştür (2010).

Günümüze kadar bilinirliği ve etkinliği giderek artarak devam eden bu hareketi yeni bir sezon trendi olmaktan öte sağduyulu giysi tüketimini benimseyen bir felsefe olarak tanımlamak gerekmektedir. Bu hareket insanları giysilerin çevre üzerindeki etkileri, kaynakların azalması ve tekstil endüstrisinin toplum üzerindeki etkileri hakkında bilgilendirmekte ve eğitmektedir. Yıldız ve Ayvaz'ın da aktardığı üzere Yavaş Moda hareketi, moda endüstrisinde sürdürülebilirlik sağlayarak, sorumlu üretimin sağlanması için zaman ayırmayı teşvik eden; üretime katma değer katan, kaliteli tasarımı teşvik eden ayrıca çevre ve üretici arasında bağ kuran bir yol alarak tanımlanabilir. Bu doğrultuda yavaş modayı üretim sürecindeki farkındalıkları ortaya koymayı; eko, etik ve sürdürülebilir modayı bir araya getirmeyi amaçlayan yeni bir model olarak tanımlamak mümkündür (2018). Dünya Ekonomik Forumu'nda sürdürülebilir modayı destekleyen beş adımdan bahsedilmektedir. Bunlar; giysilerin kimin tarafından

üretildiğini sorgulamak, sahip olunan giysileri değerlendirmek, giysilerin yıkama ve bakımını özenle ve doğru olarak yapmak, ileri dönüşüm, tamir ve paylaşım ile giysi ömrünü uzatmak, az alışveriş yapıp iyi olanı satın almak olarak maddelendirilmiştir (https://www.weforum.org/agenda/2019/04/young-shapers-leading-sustainable-fashion-movement/ Erişim:03.05.2019).

Yavaş moda hareketinin moda endüstrisi için yeni bir yaklaşım olduğu ve akademik çerçevede yapılan tanımlamalar ile hızlı moda, sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik ve şeffaflık gibi daha birçok kavram ile ilişkilendirilmesi gerektiği fikrine sahip olan Pookulangara ve Shephard ise, çalışmalarında satıcıdan tüketiciye kadar ilerleyen yavaş moda sürecini incelemiş ve tasarım üretim tüketim başlıkları altında benimsenmesi gereken noktaları sınıflandırmışlardır (2013).



Görsel.3. Yavaş moda süreci şeması
Kaynak: Pookulangara & Shephard, 2013.

Ayrıca günümüzde sürdürülebilirlik ve yavaş moda hareketi ile ilgili giderek gelişen bu farkındalık ve duyarlılık ile küresel boyutta çeşitli oluşumların temelleri atılmaya başlanmıştır. "Fashion Revolution" buna örnek gösterilebilecek çalışmalardan biridir. "Giysilerimi kim üretti?" sorusuyla yola çıkan topluluk yayınladıkları manifestoları, bilgilendirme çalışmaları ve düzenledikleri etkinlikler ile tekstil ve moda sektöründeki sürdürülebilir ve etik farkındalığı artırmak adına küresel boyutta aktivist bir yaklaşım sergilemektedir (https://www.fashionrevolution.org/ Erişim:03.05.2019).



Görsel.4. Fashion Revolution hareketi ve etkileri
Kaynak: https://www.fashionrevolution.org/ Erişim:03.05.2019

Ekim 2018'te İsviçre'de sekizincisi düzenlenen "Yeşil Moda Haftası / GFW" etkinliği de ilgili çekici bir diğer örnek olarak sunulabilecek niteliktedir ve sürdürülebilirlik farkındalığını artırmak, sürdürülebilir ve sorumlu moda için bir yol oluşturmak ve gelecek nesiller için gezegenin korunmasına öncülük etmek bakış açısına sahiptir. Bu bakış açısıyla, sürdürülebilir moda tüketicileri için en büyük referans olmayı; genç çalışanlara sürdürülebilir moda etkinlikleri yaratma ve halkın görüşünü değiştirme fırsatı vermeyi ve tasarımcıların çevre dostu koleksiyonlarını sergileyebilecekleri, tüm yerel ve küresel girişimler için destekleyici ve dünya çapında bir sürdürülebilirlik mesajı veren bir buluşma noktası oluşturmayı hedeflemektedir.



Görsel.5. 8. Yeşil Moda Haftası tanıtım afişi ve etkinlikten görüntüler
Kaynak: https://www.greenfashionweek.org/eighth-edition/ Erişim:03.05.2019

Bu bağlamda "Yavaş Moda" yı; bilinçli ve tüketimi azaltan bir yaşam şeklini, hızlı moda ürünleri yerine sürdürülebilir giysi tercihlerini, yerel üretici ve markaları desteklemeyi, geri dönüşüm, bağış ve ikinci el giysi alışkanlıkları edinmeyi, mevcut giysi ve ürünlerin bakımını ve tamirini yaparak ömürlerini uzatmayı, üretiminde doğa dostu malzemeler ve etik uygulamalar kullanılan ürünlere yönelmeyi, az ve iyi olanı satın alarak nicelikten öte niteliğe odaklanmayı ve doğaya saygılı eğilimler ile fark yaratmayı benimseyen bir hareket olarak tanımlamak mümkündür.



Görsel.6. Yavaş moda hareketinin temellerini oluşturan uygulamalar
Kaynak: https://nammu.com/eng/slow-fashion-join-movement/ Erişim: 03.05.2019

4. KAPSÜL GARDIROP UYGULAMASI

Yavaş moda hareketinin yansıması olarak ortaya çıkan uygulamalardan biri de kapsül gardırop uygulamasıdır. Sürdürülebilir yaklaşımlarla farkındalıkları artan tüketiciler bu bakış açısı ile tüketim alışkanlıklarını yeniden şekillendirmektedirler. Yavaş ve minimalist bir yaşamı benimseyen bu tüketici grubu daha az parça ile hayatını kurgulamaya başlamış, bunun bir yansıması olarak da yaratıcı yeni gardırop formülleri geliştirme yoluna gitmişlerdir. Bu noktada kapsül gardırop uygulamalarının günümüzde popülerliğinin giderek arttığını ve böylece bilinir ve yaygın bir uygulama örneği haline geldiğini söylemek mümkündür. Öyle ki, son dönemlerde günümüz teknolojileri ile dijital ortamda kapsül gardırop önerileri sunabilen çeşitli aplikasyon tasarımları geliştirilmeye başlanmış ve böylece yeni çalışma alanlarının doğmasına olanak sağlanmıştır (Kumar & Vaccaro, 2017) (Hsiao & Grauman 2018).

4.1. Kapsül Gardırop Ortaya Çıkışı, Tanımı ve Yavaş Moda Hareketi ile İlişkisi

Günümüzde örneklerine sıklıkla rastlanmaya başlanan ve popüler hale gelen kapsül gardırop uygulamalarının başlangıcı çok daha eski dönemlere dayanmaktadır. Kapsül gardırop fikri ilk olarak 1970'lerde Londra'daki bir butik (Wardrobe) sahibi olan Susie Faux tarafından geliştirilmiştir. Faux'un kapsül gardırop fikrinin temellerinde daha iyi kalitede ve uzun süre kullanılabilecek özellikte daha az giysi sahibi olmak yatmaktadır. Bu bakış açısıyla kalite ve özgüven odaklı zamansız bir tarz hedeflenmektedir (Akt. Heger, 2016). İlerleyen süreçlerde ise öncesinde Anne Klein için çalışan Amerikalı tasarımcı Donna Karan'ın 1985 yılında kendine ait ilk kadın koleksiyonunu sunması ile kapsül gardırop fikrinin bilinirliği artmış ve yaygın hale gelmiştir. 1980'ler ideal kadınsı görünümleri ile iş dünyasının kalbindeki amazonları simgelerken; Karan parası bol, vakti az şehirli profesyonel kadınları hedeflediği, siyah renk ve yedi temel kolay parçadan oluşan kapsül bir gardırop tasarlamıştır

(Fogg, 2013). Karan tarafından tasarlanan yedi kolay parça (Seven Easy Pieces) koleksiyonunda çalışan kadına pratik, etkili ve tarz sahibi bir gardırop ile güç katmak hedeflenmiştir.



Görsel.7. Donna Karan'ın "Seven Easy Pieces" koleksiyonu sunumundan bir görüntü ve günümüze uyarlanmış bir 7 kolay parça örneği
Kaynak: https://www.instyle.com/news/history-donna-karan-seven-easy-pieces Erişim: 03.05.2019
https://tr.pinterest.com/pin/20125529564176537/?lp=true Erişim: 03.05.2019

Son yıllarda ise moda eğilimleri ile sezonlara göre değişen çeşitli kapsül gardırop uygulamalarına rastlanmaktadır. Fakat bu bakış açısı fikrin özündeki elemek ve azaltmak anlayışının tersine kullanıcıyı ayrı sezon dolapları oluşturmaya yönlendirmektedir. Bu yeni eğilimle birlikte diğer sezonların ötesinde içinde bulunulan sezona göre yeni eğilimler ile yeni bir kapsül gardırop oluşturmak hedeflenmektedir. Bu bakış açısı yeni bir düzen ve toparlamaya olanak sağlasa da çıkış noktasındaki minimal, yüksek kalitede ve planlı, sezonsuz (her sezona uygun) giysi fikrinden uzaklaşmıştır. Öyle ki; son dönemde küresel boyutta üretim ve satış yapan tekstil ve giyim firmaları bu bakış açısı ile "BASICS" başlığı altında ürün grupları çıkararak yeni bir hedef kitle yaratma yoluna gitmektedir. Hâlbuki Faux'un kapsül gardırobu sezondan sezona geçiş yapabilen, genel geçer moda eğilimleri odaklı olmayan ve iyi bir uygulama ile yıllarca bir eklemeye ihtiyaç duymayan bir dolaptır. Burada amaç kullanılan giysi miktarını düşürmek, nicelik yerine niteliğe odaklanmak, kalıcı (klasik) ve temel (basic) parçalar kullanarak tüm yıl boyunca rahat bir kullanım sağlamaktır.

Yavaş moda hareketine göre ise kapsül gardırop gibi minimalist kavramlar tüketimi azaltarak ve tüketicilerin kıyafet alışverişi yapma tutumlarını ve değer verdiklerini değiştirerek, sadece toplumu ve çevreyi değil, aynı zamanda giyim endüstrisini de olumlu yönde etkileyebilecek güce sahiptir. Öyle ki; tüketici zihniyetini, talebini ve arzusunu, maksimalizmden minimalizme, hızlı modadan yavaş modaya ve materyalizmden idealizme değiştirerek; moda ve tekstil endüstrisinin geleceğinde hayati bir rol oynayabilir; böylece şirketleri, yeni tüketici ihtiyaçlarına uyum sağlamak için değer zincirlerini (tasarımdan üretim, lojistik, satış ve pazarlamaya) değiştirmeye teşvik edebilirler (Heger, 2016).

Todeschini ve arkadaşlarına göre kapsül gardırop ve az tüketim etmenleri temel olarak tüketicinin tutum ve davranışlarına bağlıdır. Sınırlı bir süre için yalnızca sınırlı miktarda giysi bulundurma ve kullanma taahhüdü ile bilinçli ve ılımlı yeni ürün alımını öncelikli hale getiren ve tüketime genel olarak eleştirel bir gözle bakan bir yaklaşım benimsenmelidir. Bu etmenler, zorunlu tüketime karşı çıkarak ve tüketiciler arasında minimalist bir sağduyu geliştirerek sürdürülebilirlik yaklaşımının devamlılığını sağlayacaktır (2017).

4.2. Güncel Kapsül Gardırop Uygulama Örnekleri ve Yavaş Moda Hareketine Faydaları

Hsiao ve Grauman kapsül gardırobu, görsel olarak uyumlu birçok giysi grubuna adapte edilebilen bir giysi seti olarak tanımlamışlardır (2018). Nispeten az sayıda bir grup giysi ve aksesuarı iyi bir şekilde eşleştirerek bir araya getirmek olarak yorumlanmakla birlikte son zamanlarda ise moda uzmanları, dergi editörleri ve blog yazarlarının ilgi alanları arasında yer almaya başlamıştır. Bu bakış açısı ile geliştirilen kapsül gardıroplarda genellikle; stili tanımlamak, sezonsuz seçimler yapmak, renk grubu belirlemek, temel parçalar ile ana çatıyı meydana getirmek, yeni karışımlar ve birleşimler oluşturmak ve kişilik katmak / kişiselleştirmek gibi basamaklar uygulanmaktadır.



Görsel.8. Az sayıda temel parça ile oluşturulabilecek alternatif kombin örnekleri
Kaynak: Hsiao & Grauman, 2018.

Bu perspektif ile birçok alternatif uygulama geliştirilmiştir. En ideal kapsül gardırobu oluşturmak adına formüller geliştirilmiş ve kullanım alanlarına göre renk paletleri ve kombin önerileri oluşturulmuştur. Ayrıca, kullanıcılar çeşitli gruplar halinde meydan okuma gibi etkinlikler ile belli sayıda parça kullanımına yönelmeye başlamıştır. Böylelikle bir kullanıcının gerçek ihtiyaçlarının tartışıldığı bir ortam şekillenmeye başlamıştır. Bu noktada sosyal medyanın ve modanın yayılma ve bilinir olma gücünü arkasına alarak bu yeni eğilimlerin bilinir hale gelmesine ve farkındalığın artmasına olanak sağlanmıştır.



Görsel.9. Güncel kapsül gardırop uygulamalarından bazı örnekler
Kaynak: https://cladwell.com/blog/myclosetdoneonpurpose Erişim: 03.05.2019
http://www.audreyalamode.com/blog-audreyalamode/2018/1/22/winter-10x10-challenge?rq=winter%20 Erişim: 03.05.2019
http://www.lisavillaume.com/2015/11/26/create-capsule-wardrobe/ Erişim: 03.05.2019
https://www.vettacapsule.com/blogs/blog/create-a-color-palette?utm_medium=Social&utm_source=Pinterest Erişim: 03.05.2019
https://www.buzzfeed.com/jessicaprobus/fashion-infographics-you-need-in-your-life?utm_term=.wvj7QGxwX Erişim: 03.05.2019

Ayrıca türetilen bu faklı kombinlerin bir araya getiriliş parametreleri üzerine ise çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Örneğin Dorion tez çalışmasında olası durumlar için kombin oluşturma fikri üzerinde durmuş ve soğuk hava, günlük giyim, profesyonel ve ilk izlenim olarak dört grup üzerinde odaklanmıştır. Bu çerçevede, oluşturduğu her grup için kullanılacak ürünlerin analizini yaparak güncel kapsül gardırop konseptleri geliştirmiştir (2018).

Kapsül Gardırop uygulamasının önemli faydalarından biri zaman ve para tasarrufu yapmaktadır. Hızlı yaşam şekillerinin giderek daha çok benimsendiği ve birçok parametrenin devreye girdiği günümüz dünyasında hayatlarını sadeleştirme arayışındaki kullanıcılar daha az giysi ile zaman ve para yönetimine yönelen bir tutum sergilemeye başlamışlardır. Öyle ki, çeşitli alanlarda ünlü ve başarılı birçok isim de bu yaklaşıma sahip giyim davranışları sergilemektedirler.



Görsel.10 Steve Jobs, Mark Zuckerberg ve Barack Obama'nın benimsediği kapsül gardırop uygulama örnekleri
Kaynak: https://www.hotfridaytalks.com/work/what-you-wear-to-work-can-totally-impact-your-productivity-mood-and-more/ Erişim: 03.05.2019

Bununla birlikte yavaş moda hareketini benimseyen bir kapsül gardırop uygulaması ile tüketimi azaltarak çevreye karşı oluşan zararlı etkileri ve atıkları da azaltmak mümkündür. Bu noktada atıkları sadece tüketim sonrası grup olarak düşünmekten öte üretim sırasında çıkan atıklarla beraber değerlendirmek gereklidir. Ayrıca üretim süreçlerinde kirlenen ve yok olan kaynaklar, harcanan su ve enerji kaynakları, ortaya çıkan karbon ayak izi ve sera etkileri gibi birçok etkenin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir.
Bu uygulamanın bir diğer faydacı yanı ise nicelikten öte nitelik odaklı bir yaklaşıma sahip olmasıdır. Etik değerlere sahip çıkan, sağduyulu bir yaklaşım ile sadece ürün-fiyat ilişkisine odaklanmayan kullanılan hammaddelerin ve üretim kalitesinin önemi ile üretim şartlarının iyileştirilmesi, üreticinin kim olduğu, çalışanların adil ve iyi şartlar altında çalışması gibi noktalara da odaklanan bir bakış açısını desteklemektedir. Yerel üreticiyi destekleyen bir tutum sergilemekle birlikte aynı zamanda kaliteli ürün kullanımı ile kullanım süresini uzatmayı da hedeflemektedir.



Görsel.11. Hızlı moda akımının etkilerine eleştirel bir bakış getiren True Cost belgeseli
Kaynak: https://truecostmovie.com/ Erişim: 03.05.2019

Son olarak kapsül gardırop uygulamalarının az sayıda parça ile çok çeşitli kombin olasılıklarının oluşturulmasına olanak sağlarken aynı zamanda kullanıcıya kişiselleştirme ve yaratıcılığını kullanma olanağı da sağlamaktadır. Bununla birlikte kullanıcıyı sahip olduklarını tamir etmeye, yeniden tasarlamaya ve dönüştürmeye teşvik eden bir etkisi de söz konusudur.

SONUÇ

Günümüzde sürdürülebilirlik konusundaki farkındalık ve duyarlılığın artması yaşam pratiklerine ve tüketim alışkanlıklarına yansımıştır. Bu etkiler ile bir eğilim olan yeşil moda algısı yerini bir gereklilik olan sağduyulu ve sürdürülebilir yaklaşımlara bırakmaya başlamıştır. Bu noktada (Slow Movement) Yavaş Hareket yaklaşımı ortaya çıkmış ve etkileri Yavaş Yaşam, Yavaş Yiyecek, Yavaş Moda gibi çeşitli alanlarda gözlemlenmeye başlamıştır. Yavaş Hareketin Bir yansıması olarak Yavaş Moda Hareketi de hız kazanmış ve bu bağlamda moda sektöründeki (Fast Fashion) Hızlı Modayı oluşturan dinamikler tartışılmaya başlanmıştır. Yavaş Moda Hareketinin uygulamalarından biri olarak Kapsül Gardırop örneğini de bu bakış açısı ile incelemek mümkündür. Kapsül Gardırop uygulamaları özünde minimalist ve sürdürülebilir bir temele dayanmaktadır. Fakat günümüz moda sektörü dinamikleri ile bu bakış açısına zıtlık teşkil eden birçok örneğe de rastlamak mümkündür. Bu noktada Kapsül Gardırop uygulamalarına genel geçer yeni bir eğilim olmaktan öte sağduyulu ve sürdürülebilir bir felsefeye sahip bir uygulama olarak yaklaşmak verimlilik açısından daha sağlıklı sonuçlar doğuracaktır.

KAYNAKLAR

Alpat, F. E. (2013). Yavaş Moda Nedir?. *Akdeniz Sanat Dergisi*, *4*(8). 44-47.
Crane, D. (2003). Moda ve Gündemleri Giyimde Sınıf. Cinsiyet ve Kimlik, Ayrıntı yayınları, İstanbul, s.177, 178.
Doiron, C. P. (2018). "Constructing Identity Through the Lens of Fashion: An Honors Thesis" *Honors College*, The University of Maine.
Fashion Revolution Movement Website https://www.fashionrevolution.org/ Erişim: 03.05.2019
Fletcher, K. (2010). Slow fashion: An invitation for systems change. *Fashion Practice*, *2*(2), 259-265.
Fogg, M. (Ed.). (2013). *Fashion: the whole story*. Thames & Hudson, London, s.8.
Green FashionWeek Website https://www.greenfashionweek.org/ Erişim: 03.05.2019
Heger, G. (2016). The capsule closet phenomenon: A phenomenological study of lived experiences withcapsule closets. Master Thesis in Textile Management, The Swedish School of Textiles, University of Boras
Hsiao, W. L., & Grauman, K. (2018). Creating capsule wardrobes from fashion images. In *Proceedings of the IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition* (pp. 7161-7170).
Kawamura, Y. (2016). Moda-loji, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 16,17,19.
Kipöz, Ş. (2015). Sürdürülebilir moda. *Yeni İnsan Yayınevi, İstanbul*, s.77.
Kumar, R., & Vaccaro, K. (2017, March). An experimentation engine for data-driven fashion systems. In *2017 AAAI Spring Symposium Series*.
Millburn, F. & Nicodemus R. (2016) Minimalizm: Anlamlı bir yaşam. Eksik Parça Yayınları, İstanbul, s.39.
Pookulangara, S., & Shephard, A. (2013). Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions—An exploratory study. *Journal of retailing and consumer services*, *20*(2), 200-206.
Styles, R. (2014). *Ecologist guide to Fashion*. Leaping Hare Press, London, s.84
Rodriguez, R. (2018). Slow Fashion: Join the Movement. https://nammu.com/eng/slow-fashion-join-movement/ Erişim: 03.05.2019

Todeschini, B. V., Cortimiglia, M. N., Callegaro-de-Menezes, D., & Ghezzi, A. (2017). Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*, *60*(6), 759-770.

Yıldız, Ş., & Ayvaz, K. M. (2018). Yavaş Moda Akımına Üniversite Öğrencilerinin Yaklaşımları: Selçuk Üniversitesi Örneği. *AKDENIZ SANAT DERGİSİ*, *11*(21), 29-43.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Ortaokullarda Okuyan Mülteci Öğrencilerin Mevcut Sorunları Ve Çözüm Önerileri

Full Text / Tam Metin

Aytekin TOKGÖZ[1], Nurullah YILMAZ[2], Elif GÜL[3]

Özet

Günümüzde, insanlık açısından en önemli sorunlardan birisi, savaşlar ve terör nedeniyle milyonlarca insanın yaşadıkları ülkeleri terk ederek başka ülkelere göç etmesidir. Günümüzde halen devam eden ve terör/siyasi odaklı savaş nedeniyle birçok ülkeden milyonlarca insan başka ülkelere göç etmek zorunda kalmışlardır.

Suriye'deki terör ve siyasi odaklı savaş nedeniyle Türkiye son 4 yıldır Suriyeli göçmenlere ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'de yaklaşık 3,5 milyon Suriyeli mülteci olduğu tahmin edilmektedir. Isparta'da Suriyeli, Afgan, Iraklı, vb farklı ülkelerden ikamet izni ile Isparta'da bulunan kayıtlı göçmen/mülteci sayısı 07.02.2019 tarihi 1.890'dır. Isparta'daki geçici koruma altındaki Suriyeli sayısı 7.250'dir. Mülteciler başta barınma olmak üzere eğitim, sağlık, sosyal güvenlik ve sosyal uyum gibi pek çok sorun ile karşılaşmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) Eylül 2014'te yayınlanan genelgesi ile geçici koruma ve kayıt altındaki Suriyeliler de dahil tüm yabancıların devlet okullarına (1-12. sınıf) kayıt olabilecekleri belirtilmiştir.

Isparta İl Milli Eğitim Müdürlüğü kapsamında halen anasınıfı aşamasında 106 öğrenci, ilkokul aşamasında denklik yapılan 757 öğrenci; ortaokul aşamasında 475 öğrenci; lise aşamasında ise 256 öğrenci olmak üzere 1594 mülteci öğrenci bulunmaktadır. Bu öğrencilerin eğitime uyumu açısından pek çok sorunlar yaşanmaktadır. Bu sorunların başında, Öğretmen ve Türk öğrenciler ile iletişim sorunu, sınıflara yaşça denklik durumu, göçmen ve mültecilere yönelik ortak müfradatın olmaması, algısal sorunlar, kültürel farklılıklar, ekonomik sorunlar vb özetlenebilir.

Bu çalışmada Isparta İli Bahçelievler Ortaokullarında öğrenim gören mülteci öğrencilere ve öğretmenlere yapılan anket çalışması ile mevcut sorunlar belirlenmiş ve öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler— Mülteci öğrenciler, Bahçelievler Ortaokulu, Eğitim, Isparta

The Importance Of Local Identity And Space Design In Rural Settlements

Abstract

Today, one of the most important problems for humanity is that millions of people leave their countries and migrate to other countries because of wars and terror. Migration is expressed as the act of displacement of the individual and the mass or the changing of the place of residence by economic, social and political reasons. These displacement movements are short or long term and often occur as sistem internal migration sistem in the same social system. Sometimes, because of its specific circumstances, it emerges as an external migration between society or countries. However, migrations may be voluntary migrations due to an authoritarian or natural challenge, or voluntarily migrated by persons in their own free will.

[1] Isparta Bahçelievler Ortaokulu Müdürü, Isparta, Türkiye
2 Bahçelievler Ortaokulu Müdür Vekili, Isparta, Türkiye
3 Bahçelievler Ortaokulu Müdür Yardımcısı, Isparta, Türkiye

In order to group migrants, concepts such as refugees, asylum seekers or migrants are used. Millions of people from many countries have been forced to migrate to other countries because of the ongoing war in terrors / politics

Due to the war for terrorism and politically aims in Syria, Turkey is to host Syrian refugees for the last 4 years. In Turkey it is estimated to be about more than 3.5 million Syrian refugees. In Isparta, the number of registered migrants / refugees in Isparta is 1.890 with the permission from different countries such as Syrian, Afghan, Iraqi, etc. The number of Syrians under temporary protection in Isparta is 7.250. Refugees face many problems such as housing, education, health, social security and social cohesion.

In the context of Isparta Provincial Directorate of National Education, there are currently 106 students in kindergarten, 757 students in primary school. 475 students at secondary school stage; In the high school stage there are 1594 refugee students including 256 students. There are many problems in terms of the harmony of these students with education. At the beginning of these problems, the problem of communication with the teacher and Turkish students, the status of age equivalence to the classes, the absence of common infestation for migrants and refugees, perceptual problems, cultural differences, economic problems etc. can be summarized.

In this study, current problems were identified with the surveys conducted for refugee students and teachers studying at Isparta Bahçelievler Secondary Schools and strategic solutions were proposed in Isparta and country level.

Keywords— Refugee Students, Bahçelievler middle school, education, Isparta

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Günümüzde, insanlık açısından en önemli sorunlardan birisi, savaşlar ve terör nedeniyle milyonlarca insanın yaşadıkları ülkeleri terk ederek başka ülkelere göç etmesidir. Göç olayı, ekonomik, toplumsal ve siyasal nedenlerle insanların bireysel ve kitlesel olarak yer değiştirme eylemi ya da yaşanılan yerin değiştirilmesi eylemi olarak ifade edilmektedir. Bu yer değiştirme hareketleri kısa veya uzun süreli olup çoğu kez aynı toplumsal sistem içinde "iç göç" biçiminde gerçekleşmektedir. Bazen de kendine özgü koşulları nedeniyle, toplum veya ülkeler arasında dış göç biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte göçler otoriter ya da doğal bir zorlanmadan ötürü "zorunlu göç" veya kişilerin kendi iradesiyle serbestçe gerçekleştirdikleri "gönüllü göç" niteliğinde olabilmektedir. Göç edenleri gruplandırmak amacıyla, mülteci, sığınmacı veya göçmen gibi kavramlar kullanılmaktadır. Günümüzde halen devam eden ve terör/siyasi odaklı savaş nedeniyle birçok ülkeden milyonlarca insan başka ülkelere göç etmek zorunda kalmışlardır.

Göç olayı, ekonomik, toplumsal ve siyasal nedenlerle insanların bireysel ve kitlesel olarak yer değiştirme eylemi ya da yaşanılan yerin değiştirilmesi eylemi olarak ifade edilmektedir. Göç edenleri gruplandırmak amacıyla, mülteci, sığınmacı veya göçmen gibi kavramlar kullanılmaktadır. Günümüzde, insanlık açısından en önemli sorunlardan birisi, savaşlar ve terör nedeniyle milyonlarca insanın yaşadıkları ülkeleri terk ederek başka ülkelere göç etmesidir. Bu yer değiştirme hareketleri kısa veya uzun süreli olarak, iç göç şeklinde olabileceği gibi, kendine özgü koşulları nedeniyle, toplum veya ülkeler arasında dış göç biçiminde de ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte göçler otoriter ya da doğal bir zorlanmadan ötürü "zorunlu göç" veya kişilerin kendi iradesiyle serbestçe gerçekleştirdikleri "gönüllü göç" niteliğinde de olabilmektedir. Mülteci kavramı Mültecilerin Hukuki Statüsüne Dair BM Sözleşmesi Madde 1'de;"***Irkı, dini, tabiiyeti, belli bir gruba mensubiyeti veya siyasi düşünceleri yüzünden, zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için***

vatandaşı olduğu ülkenin dışında bulunan ve bu ülkenin korumasından yararlanamayan, ya da söz konusu korku nedeniyle, yararlanmak istemeyen, yahut tabiiyeti yoksa ve bu tür olaylar sonucu önceden yaşadığı ikamet ülkesinin dışında bulunan, oraya dönemeyen veya söz konusu korku nedeniyle dönmek istemeyen şahıs(lar)" olarak tanımlanmıştır.

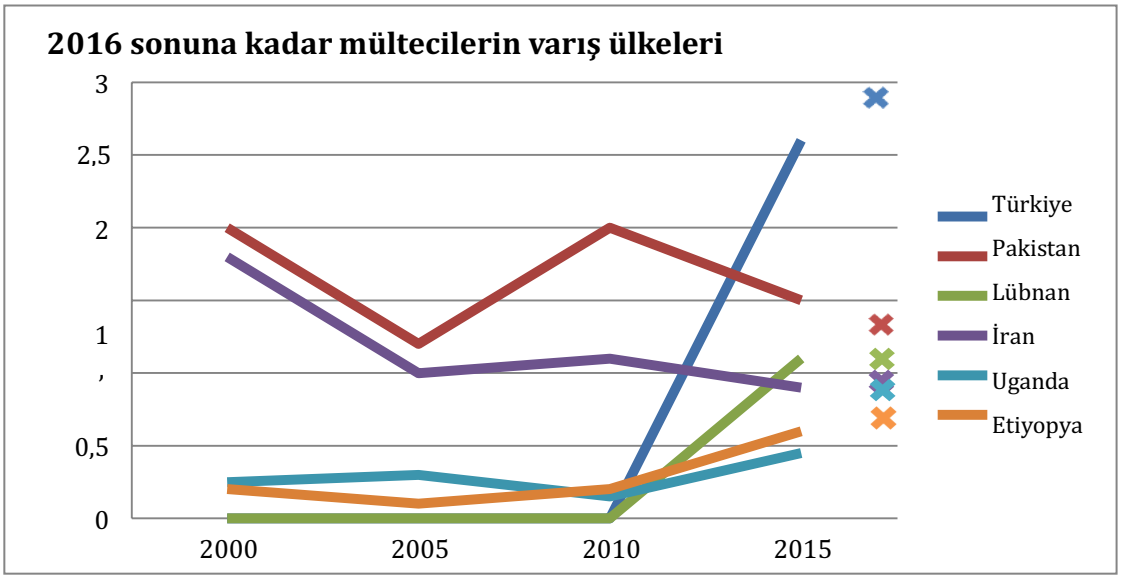
Uluslararası Göç

Genel olarak uluslararası göçmen sayısı son 45 yılda ciddi düzeyde artmıştır. 2015 yılında doğduğu ülkeden başka bir ülkede yaşayan 244 milyon insan bulunmaktadır. Bu sayı; 1990 yılı rakamlarından neredeyse 100 milyon fazla, 1970 rakamlarından ise yaklaşık 3 kat daha fazladır. Uluslararası göçmen nüfusu dünya çapında artmıştır; bu sayı dünya nüfusuna oranlandığında sabit kaldığı gözlemlenmektedir. 2015'te yaklaşık 244 milyon olan uluslararası göçmen sayısı, her 30 kişiden birinin göçmen olduğuna işaret etmektedir. Avrupa ve Asya, 2015 yılında yaklaşık 75 milyon göçmene ev sahipliği yapmıştır. Bu durum Dünyadaki toplam uluslararası göçmen nüfusunun yüzde 62'sini oluşturmaktadır. 2016'nın sonunda, 125 ülkeden 31,1 milyon kişinin göç ettiği belirlenmiştir. 118 ülke başta olmak üzere göçmen nüfusunun büyük bir çoğunluğu (24,4 milyon) ülkelerinde yaşanan felaketler sebebiyle göçe zorlanmış, Toplam 37 ülkeden 6,9 milyon kişinin ise, şiddet ve çatışma ortamından dolayı zorla yerinden edilmiştir (DÜNYA GÖÇ RAPORU, 2018).

Suriye'deki terör ve siyasi odaklı savaş nedeniyle Türkiye son 4 yıldır Suriyeli göçmenlere ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'de yaklaşık 3,5 milyon Suriyeli mülteci olduğu tahmin edilmektedir.

Çizelge 1. *1970-2015 yılları arası uluslararası göçmen sayıları*

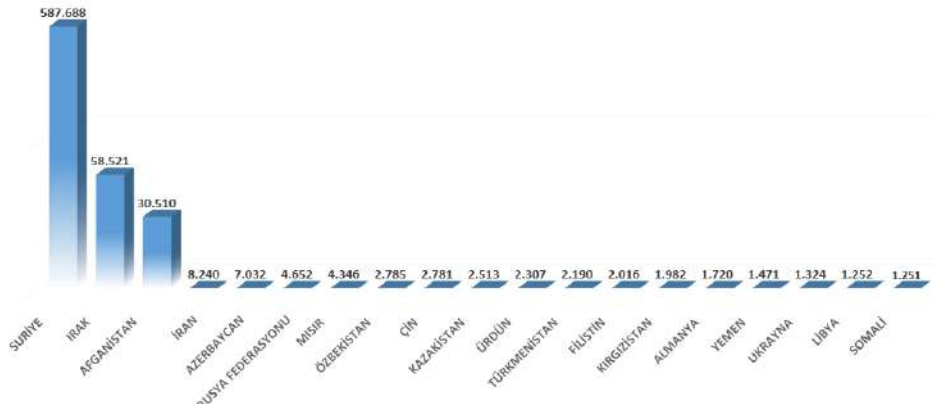
Yıl	**Göçmen sayısı**	**Göçmen sayısının dünya nüfusuna oranı**
1970	84,460,125	%2.3
1975	90,368,010	%2.2
1980	101,983,149	%2.3
1985	113,206,691	%2.3
1990	152,563,212	%2.9
1995	160,801,752	%2.8
2000	172,703,309	%2.8
2005	191,269,100	%2.9
2010	221,714,243	%3.2
2015	243,700,326	%3.3

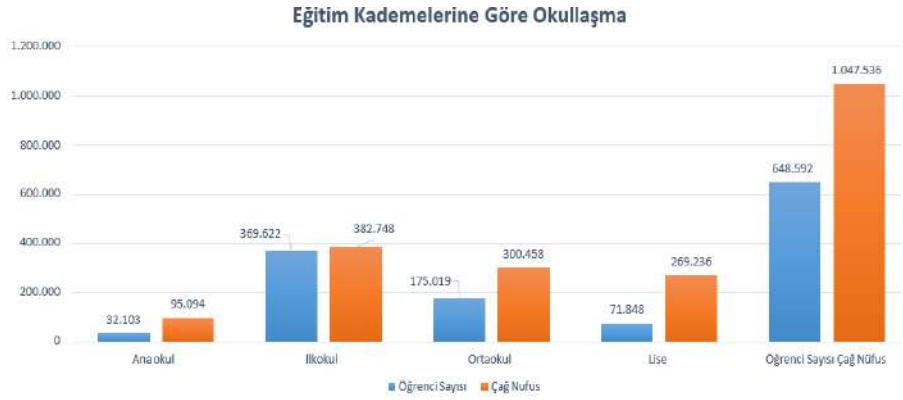


Şekil 1. *Yıllara göre mültecilerin varış ülkeleri*

Ülkemizdeki Tüm Yabancı Öğrenci Sayıları

Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Eylül 2018 verilerine göre ülkemizde **1.234.439** eğitim çağında yabancı öğrenci bulunmaktadır. Bu öğrencilerin **736.735** inin **(%59,68)** okula erişimi sağlanmıştır. Grafiğe göre resmi okullarda ve geçici eğitim merkezlerinde öğrenim gören öğrencilerin eğitim kademelerine göre okullaşma oranları anaokulu %33,76, ilkokulda %96,57, lise eğitimin ise %26,69 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre okullaşmanın en çok olduğu eğitim kademesi ilkokul en az olduğu eğitim kademesi ise lise eğitimidir (HAYAT BOYU ÖĞRENME GENEL MÜDÜRLÜĞÜ 2019).





Şekil 2. *Ülkemizdeki yabancı öğrenci sayısı ve eğitim kademelenmesindeki oranları*

Isparta İlindeki Göçmen/Mülteci Sayıları:

Isparta'da Suriye, Afganistan, Irak, Somali, Sudan, vb farklı ülkelerden ikamet izni ile Isparta'da bulunan kayıtlı göçmen/mülteci sayısı 07.02.2019 tarihi itibari ile 1.890'dır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) Eylül 2014'te yayınlanan genelgesi ile geçici koruma ve kayıt altındaki Suriyeliler de dahil tüm yabancıların devlet okullarına (1-12. sınıf) kayıt olabilecekleri belirtilmiştir. Isparta İl Milli Eğitim Müdürlüğü kapsamında; Anasınıfı aşamasında 106 öğrenci, İlkokul aşamasında denklik yapılan 757 öğrenci, Ortaokul aşamasında 475 öğrenci, Lise aşamasında ise 256 öğrenci olmak üzere, toplam 1594 mülteci öğrenci bulunmaktadır (ISPARTA MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ, 2019).

Çalışmanın amacı, Isparta İli Bahçelievler Ortaokulunda öğrenim gören mülteci öğrencilerin okul sürecinde yaşadığı mevcut sorunları belirlemek ve yorumlamak, Mülteci öğrencilerle, Öğretmenler ve Türk öğrenciler arasındaki ilişki ve etkileşimleri tespit etmek, mevcut sorunlara çözüm üretmektir.

2. MATERYAL ve YÖNTEM

Bahçelievler Ortaokulu 1968 yılında eğitim öğretime başlamıştır. 4+4+4 eğitim sistemine geçiş sonrası 2014 yılında ortaokula dönüşmüştür. Bahçelievler Ortaokulu'nda 2019 yılı itibari ile 273 öğrenci eğitim görmekte olup, bunların yüzde 15.38 i yabancı uyruklu öğrenci statüsündedir. Öğretmen sayısı ise 21'dir. Çalışmada okulda öğrenim gören mülteci öğrenciler, Türk öğrenciler ve okuldaki branş öğretmenlerine yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışmasına 18 öğretmen, 40 Türk öğrenci ve 35 yabancı uyruklu öğrenci katılmıştır. Deneklere uygulanan anket sonuçları SPSS programında ki-kare analizi 0,01- 0,05 önemlilik düzeyine göre karşılaştırılıp yorumlanmıştır.

3. BULGULAR

3.1.Ankete katılanların genel profili

Anket sonuçlarına göre yabancı uyruklu öğrencilerin % 51 erkek, % 40 ı 12-13 yaş grubundadır. Mültecilerin % 22,9 'u Somali'den, % 17,1 i Afganistan ve % 17,1 ise Suriye'den gelmişlerdir. Mülteci öğrencilerin % 62,9 unun 4-8 arasında kardeşe sahip olduğu belirlenmiştir (Çizelge 2.).

Çizelge 2. *Çalışma Grubunu Oluşturan Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Genel Profili*

		Frekans	% değeri
Cinsiyet	Kadın	18	51.4
	Erkek	17	48.6
	Toplam	35	100.0
Yaş Grupları	10-11	10	28.6
	12-13	14	40
	14-15	10	28.6
	16	1	2.8
	Toplam	35	100,0
Ülke	Afganistan	6	17.1
	Mısır	1	2.9
	Irak	4	11.4
	İran	4	11.4
	Somali	8	22.9
	Suriye	6	17.1
	Sudan	2	5.7
	Yemen	3	8.6
	Özbekistan	1	2.9
	Toplam	35	100.0
Kardeş	0-3 sayı	13	37.1
	4-8 sayı	22	62.9
	Toplam	35	100.0
	Savaş	29	82.9

Geliş Sebebi	İşsizlik	5	14.3
	Diğer	1	2.9
	Toplam	35	100.0

Ankete katılan Türk Öğrencilerin Genel Profili incelendiğinde % 50'i kadın, % 57,5 i 12-13 yaşındadır. (Çizelge 3.).

Çizelge 3. *Çalışma grubunu oluşturan Türk öğrencilerin genel profili*

		f	%
Cinsiyet	Kadın	20	50
	Erkek	20	50
	Toplam	40	100.0
Yaş Grupları	10-11	9	22.5
	12-13	23	57.5
	14-15	8	20.0
	Toplam	40	100.0

Ankete katılan ***Öğretmenlerin*** Genel Profili incelendiğinde % 66,7'si kadın, % 50'si 41-50 yaş arasındadır Öğretmenlerin %88,9'u evlidir. % 38,9'u görev süresi 20 yılın üzerindedir (Çizelge 4.).

Çizelge 4. *Çalışma Grubunu Oluşturan Öğretmenlerin Genel Profili*

		f	**%**
Cinsiyet	Kadın	12	66.7
	Erkek	6	33.3
	Toplam	18	100.0
Yaş Grupları	20-30	1	5.6
	31-40	6	33.3
	41-50	9	50.0
	51 üzeri	2	11.1

	Toplam	18	100.0
Medeni Durum	Evli	16	88.9
	Bekar	2	11.1
	Toplam	18	100.0
Görev Süresi	1-5 Yıl	1	5.6
	6-10 Yıl	2	11.1
	11-15 Yıl	4	22.2
	16-20 Yıl	4	22.2
	20 üzeri	7	38.9
	Toplam	18	100.0

3.2. Ankete katılanların Eğilimlere Yönelik Değerlendirmeleri

Ankete katılanların mülteci öğrencilerin okul içindeki iletişimi konusundaki soruya, yabancı uyruklu öğrencilerin yüzde 91.5'inin iletişim konusunda kendilerini yeterli gördükleri, buna karşın öğretmenlerin yüzde 72.3'ünün mülteci öğrencilerle iletişim konusunda sorun yaşadıkları ifade edilmiştir. İki grup arasında anlam bakımından 0,05 oranında farklılıklar belirlenmiştir. Öğretmenlerin yabancı uyruklu öğrencilere yeteri kadar ilgi göstermedikleri ve yakın ilişki kurmadıkları düşünülmektedir *(Çizelge 5.)*.

Çizelge 5. *Mülteci öğrencilerin iletişim ile ilgili çapraz tablo*

	Yabancı Uyruklu Öğrenciler	**Türk Öğrenciler**	**Öğretmenler**
Hiç Katılmıyorum	82.9	10.0	0.0
Katılmıyorum	8.6	32.5	22.2
Kararsızım	0.0	17.5	5.6
Katılıyorum	2.9	32.5	55.6
Tamamen Katılıyorum	5.7	7.5	16.7

x^2=63.47, sd=8, P=0.000

Yabancı uyruklu öğrenci ailelerinin iletişimi konusunda ankete katılan yabancı uyruklu öğrencilerin yüzde 54.3'ünün ailelerinin, öğretmenlerle iletişim konusunda kendilerini yeterli gördükleri buna karşın öğretmenlerin yüzde 77.7'sinin yabancı uyruklu öğrencilerin aileleriyle iletişim konusunda sorun

yaşadıkları ifade edilmiştir. İki grup arasında anlam bakımından 0,05 oranında farklıklar belirlenmiştir. Yabancı uyruklu öğrenci velilerinin yeteri kadar Türkçe bilmedikleri ve iletişimlerini tercüman vasıtasıyla sağladıkları düşünülmektedir.

Çizelge 6. Ailelerle iletişim ile ilgili çapraz tablo

	Yabancı Uyruklu Öğrenciler	**Öğretmenler**
Hiç Katılmıyorum	45.7	0.0
Katılmıyorum	8.6	0.0
Kararsızım	5.7	22.2
Katılıyorum	20.0	44.4
Tamamen	20.0	33.3

x^2=16.004, sd=4, P=0.003

Yabancı uyruklu öğrencilerin öğrencilerle iletişimi konusunda ankete katılan yabancı uyruklu öğrencilerin %88.6'sı arkadaşlarıyla iletişim konusunda tüm öğrencilerle arkadaşlık kurduklarını belirtirken, öğretmenlerin % 77.8'si yabancı uyruklu öğrencilerin sadece kendi dilini bilenlerle arkadaşlık kurduklarını belirtmişlerdir. İki grup arasında anlam bakımından 0,05 oranında farklıklar belirlenmiştir. Kültürel farklılıktan dolayı yabancı uyruklu öğrencilerin kendi dilini bilenlerle arkadaşlık kurdukları düşünülmektedir (Çizelge 7.).

Çizelge 7. *Arkadaşlar arası iletişim ile ilgili çapraz tablo*

	Yabancı Uyruklu Öğrenciler	Türk Öğrenciler	Öğretmenler
Hiç Katılmıyorum	82.9	7.5	0.0
Katılmıyorum	5.7	22.5	11.1
Kararsızım	0.0	17.5	11.1
Katılıyorum	8.6	32.5	50.0
Tamamen Katılıyorum	2.9	20.0	27.8

x^2=62.794, sd=8, P=0.000

Yabancı uyruklu öğrencilerin derse olan ilgisine yönelik soruda ankete katılanların öğretmenlerin %55.6'sı, Türk öğrencilerin % 45'i, yabancı uyruklu öğrencilerin derse karşı ilgisiz olduğunu ifade ederken, yabancı uyruklu öğrencilerin % 85.7'si derse karşı ilgili olduklarını ifade etmişlerdir. İki grup

arasında anlam bakımından 0,05 oranında farklılıklar belirlenmiştir. Buna göre yabancı uyruklu öğrencilerin yeterli derecede Türkçe bilmedikleri için akademik anlamda geri kaldıkları düşünülmektedir (Çizelge 8.).

Çizelge 8. *Eğitim öğretim ile ilgili çapraz tablo*

	Yabancı Uyruklu Öğrenciler	Türk Öğrenciler	Öğretmenler
Hiç Katılmıyorum	5,7	22,5	0,0
Katılmıyorum	5,7	22,5	55,6
Kararsızım	2,9	27,5	22,2
Katılıyorum	5,7	20,0	16,7
Tamamen Katılıyorum	80,0	7,5	5,6

x^2=63.835, sd=8, P=0.000

Yabancı uyruklu öğrenci velilerinin önyargılarına yönelik soruda ankete katılan yabancı uyruklu öğrenciler, velilerinin yüzde 60'ının, öğretmen ve okul idaresinin çocuklarına karşı önyargılı davrandıklarını ifade ederken, Türk öğrencilerin yüzde 58'i ve öğretmenlerin yüzde 50'si herhangi bir önyargı düşüncesinin olmadığını ifade etmektedir. Buna göre yabancı uyruklu öğrencilerin velilerinin okulu, öğretmenleri ve eğitim sistemini yeteri kadar tanımadıkları düşünülmektedir (Çizelge 9.).

Çizelge 9. *Önyargı ile ilgili çapraz tablo*

	Yabancı Uyruklu Öğrenciler	Türk Öğrenciler	Öğretmenler
Hiç Katılmıyorum	14.3	32.5	11.1
Katılmıyorum	8.6	27.5	38.9
Kararsızım	17.1	27.5	44.4
Katılıyorum	11.4	5.0	5.6
Tamamen Katılıyorum	48.6	7.5	0.0

x^2=33.480, sd=8, P=0.000

Yabancı uyruklu öğrencilerin kendini ifade etme sorusuna karşı ankete katılan, yabancı uyruklu öğrencilerin yüzde 80'i kendini sınıfta yeterince ifade ettiklerini, duygularını dile getirdiklerini belirtirken, Türk öğrencilerin yüzde 35'i ve öğretmenlerin yüzde 44.1'i yabancı uyruklu öğrencilerin yeterince kendini ifade edemediklerini belirtmektedir. Buna göre yabancı uyruklu öğrencilerin kendilerini basit ifadelerle anlatmalarını öğretmenlerin yeterli görmediği anlaşılmaktadır (Çizelge 10.).

Çizelge 10. *Kendini İfade Etme İle İlgili Çapraz Tablo*

	Yabancı Uyruklu Öğrenciler	Türk Öğrenciler	Öğretmenler
Hiç Katılmıyorum	80.0	12.5	*0.0*
Katılmıyorum	5.7	30.0	*44.4*
Kararsızım	5.7	22.5	*11.1*
Katılıyorum	5.7	22.5	*33.3*
Tamamen Katılıyorum	2.9	12.5	*11.1*

x^2=52.340, sd=8, P=0.000

Yabancı uyruklu öğrencilerin tutum ve davranışlarına yönelik sorusuna ankete katılan yabancı uyruklu öğrencilerin yüzde 97.2'si hırçın olmadıklarını ve arkadaşlarına kaba kuvvet uygulamadıklarını belirtirken Türk öğrencilerin yüzde 60'ı ve öğretmenlerin yüzde 67.7'si aynı görüşte olmadıklarını ifade etmişlerdir. Buna göre yabancı uyruklu öğrencilerin yaşadıkları travma sonrası yaptıkları davranışları normal karşıladıkları düşünülmektedir (Çizelge 11.).

Çizelge 11. *Şiddet ile ilgili çapraz tablo*

	Yabancı Uyruklu Öğrenciler	Türk Öğrenciler	Öğretmenler
Hiç Katılmıyorum	94.3	27.5	11.1
Katılmıyorum	2.9	32.5	55.6
Kararsızım	0.0	20.0	27.8
Katılıyorum	2.9	10.0	5.6
Tamamen Katılıyorum	0.0	10.0	0.0

x^2=52.666, sd=8, P=0.000

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bahçelievler Ortaokulunda eğitim ve öğretim gören yabancı uyruklu öğrencilerin iletişim konusunda ve ders işleyişinde bazı sorunlar yaşandığı görülmektedir. Bu sorunların çözümünde; Öğretmenlerin yabancı uyruklu öğrencilerle daha yakın ilişki kurarak iletişimi kuvvetlendirmelerinin yarar sağlayacağı, yabancı uyruklu öğrencilerin iletişim konusunda problem yaşamaması için aileleriyle birlikte yaygın eğitim kurumlarında Türkçe eğitim alarak iletişim becerileri geliştirilmesini, aradaki kültür farklılığından dolayı yabancı uyruklu öğrencilerle Türk öğrencilerin sosyal bir takım etkinliklerle daha fazla kaynaşmaları sağlanabileceği, yabancı uyruklu öğrencilerin akademik başarılarını artırmak için ayrı gruplar halinde Destekleme Yetiştirme Kursları alınarak destek eğitimlerin verilmesi gerektiği, yabancı uyruklu öğrenci velilerinin okul ve öğretmenlerle ilgili ön yargılarını değiştirmek amacıyla

okulu, eğitim sistemini tanıtıcı etkinlik, eğitim ve kaynaştırıcı faaliyetler yapılması gerektiği, yabancı uyruklu öğrencilerin kendini ifade etme problemini çözme açısından özel drama eğitimlerinin verilebileceği, yabancı uyruklu öğrencilere, şiddet ve çatışma ortamlarında yaşadıkları travma sebebiyle psikolojik açıdan sağlıklı bireyler olmalarını sağlamak için, okul rehber öğretmenleri veya farklı kuruluşlar vasıtasıyla psikolojik destek sağlanması gerektiği öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

ÇELİKKOL, Ö. KARAİBRAHİMOĞLU, A VE TOKGÖZ, A. (2018). Okullarında Yabancı Uyruklu Öğrenci Bulunan Öğretmen ve Yöneticilerin Karşılaştıkları Sorunlar Ölçeği, Ş. Gerçek (Ed.), Current Debates Ineducation kitabı içinde (s. 45-62). London: IJOPEC Publication Limited.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR MIGRATION (2018). Wold Migration Report 2018 https://www.iom.int/world-migration-report-2018

HAYAT BOYU ÖĞRENME GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (2019), İnternet Sunusu.

https://hbogm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2019_03/06145652_04-Mart2019_internetsunu.pdf

ISPARTA MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜ (2019). Isparta'daki Yabancı Uyruklu Öğrenci Sayıları, Isparta https://isparta.meb.gov.tr/ (Erişim Tarihi:01.02.2019).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Seçme Sürecinde Kullanılan Yeni Tekniklere İlişkin Bir Araştırma

Full Text / Tam Metin

Duygu Kızıldağ[1]

Giriş: *Artan rekabet, değişen demografik, ekonomik ve teknolojik koşullar, işletmeler için stratejik bir kaynak olan çalışanların seçiminin önemini artırmıştır. İşletmelerin en doğru adayı işe almak için seçme süreçlerini iyi tasarlamaları ve yaşanan değişimlere odaklanarak farklı yeni teknikler kullanmaları gerekmektedir.* ***Amaç:*** *Bu bağlamda, bu çalışma işletmelerin seçme sürecinde hangi yeni teknikleri tercih ettiğini belirlemeyi amaçlamaktadır.* ***Yöntem:*** *Çalışmada Bursa ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren on iki işletmenin insan kaynakları yöneticileri ile birebir mülakat gerçekleştirilmiştir.* ***Bulgular:*** *Diğer sektörlerdeki işletmelerden farklı olarak telekomünikasyon ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin seçme süreçlerinde yeni teknikler kullandığı görülmüştür.*

Anahtar Kelimeler— *Seçme Süreci, Yeni Teknikler, İnsan Kaynakları Yönetimi*

A Research on New Techniques Used in Selection Process

Abstract

Introduction: *Increasing competition, changing demographic, economic and technological conditions have increased the importance of the selection of employees as a strategic resource for companies They need to use different new methods to better design their selection processes and focus on changes that are experienced in order to hire the right candidate.* ***Aim:*** *In this context, this study aims to determine which new techniques are preferred by companies in the selection process.* ***Method:*** *One-to-one interviews were conducted with human resources managers of twelve companies in different sectors in the provience of Bursa.* ***Findings:*** *In contrast to the other sectors, it has been observed that the companies in the telecommunication and automotive sector use new techniques in the selection processes.*

Keywords—Selection Process, New Techniques, Human Resource Management

JEL Classification Codes: *M10, M12, O15*

[1] Doçent Doktor, İzmir Demokrasi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, İzmir/Türkiye, duygu.kizildag@idu.edu.tr

1. GİRİŞ

İnsan kaynakları yönetiminin en temel süreçlerinden biri olan seçme, işletmenin belirlenen niteliklere en uygun olan kişiyi aday havuzundan seçimini hedeflemektedir. İşletmeler için seçme süreci günümüzde sadece nitelikli ve uygun insan kaynağını seçmek değil, aynı zamanda elde tutabilmek açısından da önemlidir. Seçme sürecinde başvurular arasından en uygun adayın seçilmesi hem diğer insan kaynakları süreçlerinin işleyişini, hem de işletmedeki iş süreçlerinin devamlılığını etkilemektedir (Mondy vd., 2008). Yanlış çalışan seçimi işletme açısından verimlilik düşüşü, kalite problemleri ve çalışan devir oranında artışa sebep olurken, işe alınan çalışan açısından da iş başarısının düşmesi, hem çalışanın hem de birlikte çalıştığı kişilerin verimlilik ve motivasyonlarının olumsuz etkilenmesi gibi sonuçlar yaratmaktadır (Bingöl, 2006). Seçme sürecinde katlanılan çaba ve maliyet ve de işletmenin rekabet gücünün olumsuz etkilenmesi nedeniyle işletmeler uygun adayın seçimi için farklı teknikler kullanmaya başlamıştır.

Örneğin klasik insan kaynakları bakış açısı yerini yetkinliklere ve yeteneklere dayalı bakış açısına bırakmış, işletmeler seçme sürecinde adayları değerlendirmede yetkinliklerden faydalanmaya başlamıştır (Armstrong, 2009). Yine süreçte sadece tek bir tekniğe odaklanmak yerine kişilik testleri, mülakatlar, rol oynama, vaka çalışmaları, simülasyonlar gibi farklı teknikler birlikte kullanılarak uygun adaylarla ilgili seçim kararı verilmeye çalışılmaktadır (Demirkol ve Ertuğral, 2007). Öte yandan yaşanan demografik, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik gelişme ve değişmeler de işletmeleri etkilemektedir. İnsan kaynağı açısından değerlendirildiğinde bu gelişim ve değişimler, işletmelerde hem mevcut çalışanların hem de potansiyel adayların farklı beklenti ve davranışlara sahip farklı kuşaklarda yer almasına neden olmaktadır. Ayrıca küreselleşme ile birlikte işletmeler kültürlerarası entegrasyonu da sağlamak zorundadır. Bu nedenlerle işletmeler seçme süreçlerinde değişime ve yeniliğe ihtiyaç duymakta, süreçte farklı tekniklerin kullanmasının önemini artmaktadır (Bing ve Wingrove, 2012). Seçme sürecinin farklılıklar dikkate alınarak tasarlanması ve değişimler doğrultusunda şekillendirilmesi de uygun aday seçimini kolaylaştıracaktır. Bu doğrultuda çalışma ile, işletmelerin işe uygun bilgi, beceri ve yeteneğe sahip adayları seçerken farklı yeni teknikler kullanıp kullanmadıklarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada Bursa ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren on iki işletmenin insan kaynakları yöneticileri ile birebir mülakatlar gerçekleştirilerek, seçme sürecinde kullanılan farklı yeni teknikler belirlenmeye çalışılmıştır.

2. SEÇME SÜRECİ VE SÜREÇTE KULLANILAN TEKNİKLER

Seçme süreci, yapılan insan kaynakları planlamasına bağlı olarak, ihtiyaca uygun nicelik ve nitelikteki çalışanların işletmeye çekilebilmesi için çalışan ihtiyacının duyurulması ve başvuruların alınması ile başlar. Standart olarak yapılanmaktan ziyade işletmenin yapısı, kaynakları ve işin niteliklerine göre şekillenen seçme sürecinin, genel olarak literatürde adayların başvurularının değerlendirilerek uygun bulunanlara test uygulanması ve sonrasında da adayların mülakata alınması ile devam ettiği görülmektedir (Acar, 2015; Bingöl, 2006; Mondy ve Noe, 1996; Mondy vd., 2008; Sabuncuoğlu, 2013). Seçme sürecinde işletmenin ihtiyacı olan en uygun adayı belirleyebilmesi için özellikle uygun değerlendirme tekniklerinin etkin şekilde kullanılması gerekmektedir (Erdoğan, 1994).

İşletmelerde çalışan seçimi ile ilgili teknikler Sanayi Devrimi'nden bugüne kullanılmaktadır ve seçme sürecinin psikolojik uygulamaları içeren en eski insan kaynakları yönetimi süreci olduğu söylenmektedir (Schmitt, 2007; Schmidt ve Hunter, 1998). İşletmelerin seçme sürecinde; testler (yetenek, bilgi, kişilik), mülakatlar, günümüzde değerlendirme merkezi uygulamaları olarak da bilinen örnek olay/vaka çalışmaları, rol oynama, işletme oyunları, simülasyonlar gibi teknikler kullandığı bilinmektedir (Mondy ve Noe, 1996; Mondy vd., 2008; Sabuncuoğlu, 2013).

Testler: Başvuru yapan adayların zihinsel kapasite, bilgi, beceri, kişilik, yetenek veya belirli bir alandaki bilgilerini ölçmeye yarayan araçlardır (Barutçugil, 2004). Seçim sürecinde pek çok işletme tarafından tercih edilen testler ile, adayın işin gerektirdiği zihinsel ve fiziksel niteliklere sahip olup olmadığı belirlenmektedir (Bingöl, 2006). İşletmeler zeka, yetenek, kişilik, bilgi, ilgi, uyum gibi farklı

türlerde testlerden kendi süreçleri için uygun olanı seçerek kullanmaktadır (Sabuncuoğlu, 2013; Şimşek ve Öge, 2007). Ancak geçerli ve güvenilir olmasına dikkat edilse bile, testler seçim sürecinde uygun olan adayı belirlemek için tek başına yeterli değildir. Ayrıca testler pahalı araçlar olduğu için testlerden beklenen yarar her zaman testler için katlanılan maliyeti karşılamayabilir (Geylan, 1992). Bu nedenle testlerin diğer teknikler ile birlikte kullanılması gerekmektedir.

Mülakatlar: Seçim sürecinde en yaygın kullanılan teknik olan mülakatlar, işletmelerdeki her kademe için başvuru yapan adayın niteliklerinin işin gereklerine uygunluğunu belirlemek ve adaya işletme/iş hakkında bilgi vermek amacıyla kullanılmaktadır (Budak, 2008; Sabuncuoğlu, 2013). Seçme sürecindeki mülakat türünü belirlemede; mülakata katılan aday/adaylar, mülakatçı sayısı, mülakat yeri ve mülakatta sorulacak sorular önemli rol oynar. Bu parametrelere göre işletmeler belirli bir plana göre uygulanan yapılandırılmış mülakatları, ön hazırlık yapılmadan sürece göre şekillenen yapılandırılmamış mülakatları ya da her iki tekniğin birlikte kullanıldığı yarı yapılandırılmış mülakatları seçme sürecinde kullanabilirler (Acar, 2015; Çetin, 1990).

Mülakatlar mülakatı gerçekleştirecek mülakatçı tarafından aday ile birebir yapabileceği gibi, mülakatçı birden fazla aday ile de grup mülakatı yürütebilir. Ya da birden fazla mülakatçı bir adayla panel şeklinde veya birden fazla aday ile bir arada ya da ardışık olarak tek tek mülakat yapabilir (Acar, 2015; Özden, 2008; Savaş, 2006). Özellikle işletmedeki pozisyonun birden fazla sayıda mülakat gerektirmesi durumunda, zaman, ulaşım ve maliyet gibi kısıtlar dikkate alınarak özellikle adaylarla yapılacak ilk mülakatlar telefonla ya da internet üzerinde video konferans şeklinde yürütülebilir.

Mülakatlarda adaya sorulan soruların yanında çeşitli örnek olaylar verilerek, örnek olayı analiz ederek değerlendirmesi istenebileceği gibi, adayın strese karşı dayanıklılığını ölçmek için özellikle adaya stres yaratacak sorular da yöneltilebilir (Acar, 2015). Bunun yanında özellikle son yıllarda adaylara ilişkin daha objektif bilgi almak amacıyla geleneksel mülakatlar yerine yetkinlik bazlı mülakatların yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Yetkinlik bazlı mülakatlarda, adayların geçmişte yaşadığı kritik bir olayda nasıl bir davranış sergilediğini ortaya çıkarmak ya da olması muhtemel bir durumda adayın nasıl davranmayı düşündüğünü ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır. Yetkinlik bazlı mülakatların daha yüksek geçerlilik oranlarına sahip olduğu, geleneksel mülakatın tahminsel geçerlilik oranının %16, yetkinlik bazlı mülakatın tahminsel geçerlilik oranının ise %56 olduğu belirtilmektedir (Çiftçi ve Öztürk, 2013).

Değerlendirme Merkezi Uygulamaları: İlk uygulamaları orta ve üst düzey yönetici seçme sürecinde görülen ancak son yıllarda yönetsel olmayan pozisyonlar içinde kullanılan değerlendirme merkezi; adayların işe yönelik özelliklerini, yetkinliklerini, performanslarını, potansiyellerini, geliştirilmesi gereken yönlerini ölçümleyen rol oynama, evrak sepeti, bireysel sunum, simülasyon, işletme oyunları grup çalışmaları ve örnek olay egzersizinin yanında psikolojik testleri de kapsayan kapsamlı bir tekniktir (Dereli, 2009). Daha kapsamlı olması ve farklı uygulamaların bir arada kullanılması nedeniyle değerlendirme merkezinin seçme sürecindeki geçerlilik oranı yetkinlik bazlı mülakatlardan daha fazla, % 65 olarak belirlenmiştir (Çiftçi ve Öztürk, 2013).

Değerlendirme merkezi uygulamalarının içerisinde bireysel ve gruplara yönelik çeşitli egzersizler bulunmakta ve adaylar farklı açılardan değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Örneğin grup çalışmaları adayların gruplara ayrılarak bir konuda kendi fikirlerini karşı tarafa kabul ettirdikleri ve bu süreçte grup içindeki davranışlarının değerlendirildiği tartışmaları içermektedir. Daha çok adaylar bireysel olarak değerlendirileceği zaman tercih edilen bireysel sunumda ise, adayların iletişim, ikna ve bilgi paylaşma kabiliyetleri ölçülmeye çalışılmaktadır (Thornton ve Krause, 2009).

Yine yaygın olarak kullanılan bir uygulama olan rol oynama, adayların kendilerine verilen senaryoya göre rollerini oynarken çalışacakları işte benzer durumlarla karşılaşırlarsa ne tür davranışlar göstereceğinin belirlenmesini amaçlarken; örnek olaylar ve evrak sepeti alıştırmaları da adayların karşılaşacakları durumlar ve biriken işler karşısındaki performanslarını öngörmeyi amaçlar (Thorntorn ve Gibbons, 2009). İşletme oyunları ve işletmedeki ortamın benzerini içeren simülasyonlar ise adaylara verilen çeşitli kısıtlar doğrultusunda gerçek iş yaşamında karşılaşacakları durumlarda nasıl hareket

ettiklerinin belirlenmesinde tercih edilen uygulamalar arasında yer almaktadır (Thorntorn ve Gibbons, 2009; Thornton ve Krause, 2009).

3. METODOLOJİ VE BULGULAR

İşletmeler seçme süreçlerini şekillendirirken insan kaynağı ihtiyacının miktarı, niteliği ve aciliyeti, süreçte kullanılması planlanan teknik ya da tekniklerin uygunluğu, maliyeti, geçerliliği ve güvenirliği, seçim sürecinde yer alan adayların varlığı/niteliği ve seçim tekniğine ilişkin tutumlarının belirleyici olduğu bilinmektedir (Acar, 2015). Bunun yanında yaşanan değişimler, yenilikler ve farklı kuşakların iş yaşamına girmesi ile beraber seçme sürecinde, kuşaklararası algı ve iletişim farklılıkları ile değişen iş değerlerinin iyi anlaşılmasını sağlayacak tekniklerin kullanılması önem kazanmaktadır (Demirkaya vd., 2015). Bu doğrultuda çalışma işletmelerin seçme sürecinde yeni teknikler kullanıp kullanmadıklarını belirlemeyi amaçlamaktadır.

Çalışmanın amacına yönelik olarak kolayda örneklem tekniği kullanılarak Bursa ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren on iki işletmenin insan kaynakları yöneticilerine ulaşılmış ve kendileri ile yarı yapılandırılmış birebir mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan on iki işletmenin iki tanesi otomotiv (ana sanayi-yan sanayi), diğerleri ise gıda, sağlık, tekstil, perakende, telekomünikasyon, kimya, lojistik, makine, mobilya ve danışmanlık sektöründe faaliyet göstermektedir.

Yarı yapılandırılmış mülakatlarda işletmelerin insan kaynakları yöneticilerinden önce işletmelerindeki insan kaynakları süreçlerini kısaca anlatmaları istenmiş, daha sonra da kendilerine aşağıda belirtilen konulara odaklanılarak sorular sorulmuştur:

- İşletmedeki seçme sürecinin nasıl şekillendiği,
- Farklı kuşaklar dikkate alındığında işletmede seçme sürecinde karşılaşılan temel farklılıklar ve sorunlar olup olmadığı,
- Seçme sürecinde karşılaşılan farklılıklar ve sorunlar varsa, sürecin geçerliliğine etki etmemesi için neler yapıldığı,
- İşletmede seçme sürecinde yeni teknikler tercih edilip edilmediği.

İşletmelerde seçme süreci çalışan ihtiyacına bağlı olarak aday başvurularının alınması ile başlamaktadır. Mülakat yapılan tüm işletmeler aday başvurularını aldıktan sonra özgeçmişler üzerinden eleme yapmakta ve sonrasında adayları mülakata davet etmektedir. İşletmeler mülakatları yüz yüze gerçekleştirmeyi tercih etmekte, sadece telekomünikasyon ve danışmanlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde gereken durumlarda online mülakat uygulaması yapılmaktadır. Tüm işletmelerde seçme süreçlerinde yetkinlik bazlı mülakatlar kullanılmaktadır. İşletmeler yetkinlik bazlı mülakatları tercih etme sebeplerini; uygun adayı seçmeyi kolaylaştıracak, daha gerçekçi ve objektif değerlendirme imkanı sağlaması ve uygun adayı seçme sürecini kolaylaştırması olarak belirtmişlerdir. Mobilya, makine, sağlık ve lojistik sektöründeki işletmeler yetkinlik bazlı mülakatları uygulama kararı alırken özellikle kurumsal işletmelerin insan kaynakları departmanlarının bu mülakatları kullanmasının kendilerini etkilediğini ve seçme süreçlerinde geleneksel mülakatlar yerine yetkinlik bazlı mülakatları tercih ettiklerini belirtmiştir.

Büyüklükleri diğer sektördeki işletmelerden daha fazla olan otomotiv, gıda, tekstil, perakende, telekomünikasyon, kimya sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde yetkinlik bazlı mülakatların yanında, kişilik testlerinin de uygulandığı görülmüştür. Araştırmaya katılan işletmelerden sadece otomotiv, tekstil, perakende ve telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde pozisyonun gereklerine göre adaylara bilgi ve/veya yetenek testleri de uygulanmaktadır. Telekomünikasyon sektöründe ve otomotiv ana sanayinde faaliyet gösteren işletmelerde ayrıca, özellikle üst yönetim olmak üzere gerekli pozisyonlar için seçme sürecinde değerlendirme merkezi uygulamasının da tercih edildiği görülmüştür.

Araştırmaya katılan tüm işletmeler farklı kuşakları dikkate alarak seçme süreçlerinde karşılaştıkları sorunları değerlendirdiklerinde; özellikle Y kuşağı adaylarla ilgili sıkıntılar yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 1'de de görüldüğü gibi işletmeler seçme sürecinde en çok adayların aşırı özgüvenli davranışları ile ilgili sorun yaşamaktadır.

Tablo 1. İşletmelerin seçme sürecinde yaşadıkları sorunlar

Y kuşağı adayların aşırı özgüvenli ve rahat oluşu	9 İşletme
Adayların mülakat sorularına verecekleri cevapları önceden hazırlayarak gelmesi	7 İşletme
Adayların soruları anlayamaması	4 İşletme
Yönetici ya da sorumlu pozisyonundaki adayların mülakatçıyı deneyimsiz olarak görmesi	3 İşletme

İşletmeler seçme sürecinde yaşadıkları sorunların sürecin geçerliliğine etki etmemesi için yine benzer önlemler almaktadır. İşletmelerin tamamı seçme sürecinin geçerliliği için değerlendirme kriterleri belirlemekte ve seçme sürecindeki birden fazla mülakat, test ve varsa başka uygulamaların sonucunu ağırlıklandırarak değerlendirmektedir. Bunun yanında telekomünikasyon sektöründe ve otomotiv ana sanayinde faaliyet gösteren işletmelerde örnek olay, rol oynama gibi farklı tekniklere yer verildiği yeniden vurgulanmıştır. Seçme sürecinde mülakat aşamasında yönetici ya da sorumlu pozisyonundaki adayların kendilerinden daha genç bir mülakatçı tarafından değerlendirilmesinden kaynaklanan soruna karşılık bu sorunla karşılaşan işletmelerde yönetim pozisyonları için sürecin daha kıdemli insan kaynakları uzmanları tarafından yürütülmesine özen gösterildiği görülmüştür.

İşletmelerin yaşanan değişimler, gelişimler ve farklılaşan kuşak değerlerine göre seçme sürecinde yeni teknikleri tercih etmeleri ise sektörel olarak farklılık göstermiştir. Otomotiv ana sanayi ve yan sanayi, perakende ve telekomünikasyon sektöründeki işletmelerin farklı tekniklerle ilgili çalışmaları/planlamaları mevcuttur. Halen örnek olay ve rol oynama tekniklerini kullanan telekomünikasyon sektöründe ve otomotiv ana sanayinde faaliyet gösteren işletmelerde, seçme sürecine online testler, işletme oyunları ve simülasyonların da ilave edilmesine yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Benzer şekilde perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmenin de online testleri kullanmaya başladığı ve işletme oyunlarına ilişkin de araştırmalar yaptığı belirlenmemiştir. Bu sektörlerin dışındaki diğer sektörlerde ise mevcutta seçme sürecinde kullanılan tekniklere ek yeni bir teknik kullanılmamaktadır.

SONUÇ

Araştırmaya katılan on iki işletme ile yapılan mülakatlar genel olarak değerlendirildiğinde sektör fark etmeksizin seçme sürecindeki mülakat tercihinin yetkinlik bazlı olduğu görülmektedir. Yine seçme sürecinde adayların aşırı özgüvenli ve rahat tavırlarından kaynaklanan sorunların tüm sektörler açısından ortak olduğu söylenebilir. İşletmeler seçme sürecinde yaşadıkları sorunlara yönelik olarak da değerlendirme kriterleri belirleyerek önlem almaktadır. Bunun yanında büyüklükleri diğer sektörlerdeki işletmelerden fazla olan işletmelerde seçme sürecinde mülakatlarla birlikte kişilik, bilgi ve yetenek testlerinin uygulanmakta; telekomünikasyon sektöründe ve otomotiv ana sanayinde faaliyet gösteren işletmelerde ise gereken pozisyonlar için değerlendirme merkezi uygulamalarından da faydalanılmaktadır. Buna göre; değerlendirme merkezi uygulamalarının maliyetli olması nedeniyle

küçük işletmeler açısından kullanılmasının zor olduğu, bu uygulamaların bütçe sıkıntısı yaşamayacak büyük işletmelerde tercih edildiği şeklinde bir değerlendirme yapılabilir.

Artan rekabete bağlı olarak yaşanan değişimler, gelişimler ve farklılaşan kuşak değerlerine göre sadece otomotiv ana sanayi ve yan sanayi, perakende ve telekomünikasyon sektöründeki işletmelerin farklı yöntemlerle ilgili çalışmalar yaptığı görülmüştür. Bu işletmelerden otomotiv yan sanayi işletmesi hariç diğerlerinin büyük işletmeler olması, yeni teknikler için gerekli alt yapı ve kaynak sıkıntısı olmadan bu çalışmaları yürütme imkanına sahip olabilme ile ilişkilendirilebilir. Yan sanayi işletmesinin ise ana sanayiden gelen talepler doğrultusunda seçme sürecinde düzenleme yapması gerekliliği nedeniyle seçme süreciyle ilgili yeni teknikleri araştırdığı düşünülebilir. Ayrıca otomotiv, telekomünikasyon ve perakende sektörünün daha rekabetçi ve dinamik olmasının da seçme sürecinin daha farklı ve proaktif yönetilmesine etki ettiği söylenebilir.

Bu araştırma sadece belirli bir zamanda, belirli bir ilde, belirli sektörlerde ve kolayda belirlenmiş belirli sayıdaki işletmeden oluşan kısıtlı bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle örneklem üzerinden elde edilen sonuçlar genellemez. Farklı zamanlarda, farklı illerde ya da bölgelerde, farklı sektörlerde yapılacak daha kapsamlı çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilebilir. Pilot nitelik taşıyan bu çalışmada elde edilen bulgular işletmelerin seçme sürecindeki mevcut durumunu görmesine ve daha kapsamlı araştırmaların geliştirilmesine yönelik katkı sağlayabilir.

KAYNAKLAR

ACAR, A.C. (2015), "İnsan Kaynakları Planlaması ve İşgören Seçimi", İnsan Kaynakları Yönetimi (Ed. Ö. Sadullah, C. Uyargil, A.C. Acar, O. Özçelik, G. Dündar, İ.D. Ataay, Z. Adal, L. Tüzüner), Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 87-157.

ARMSTRONG, M. (2009), Armstrong's Handbook Of Human Resource Management Practice, Kogan Page Limited, USA.

BARUTÇUGİL, İ. (2004), Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Kariyer Yayıncılık, İstanbul.

BING, C. M., WINGROVE, C. (2012), "Mergers and Acquisitions: Increasing the Speed of Change", Journal of Employment Relations, 30(3), 43-50.

BİNGÖL, D. (2006), İnsan Kaynakları Yönetimi, Arıkan Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti., İstanbul.

BUDAK, G. (2008), Yetkinliğe Dayalı İnsan Kaynakları Yönetimi, Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi, İzmir.

ÇETİN, C. (1990), Çalışan Seçiminde Görüşme, Çağlayan Basımevi, İstanbul.

ÇİFTÇİ, M., ÖZTÜRK, U. C. (2013), "Yetkinlik Bazlı Personel Seçme Faaliyetleri ve Türkiye'deki Büyük Ölçekli İşletmelerin İşgören Seçme Modeli Tercihlerindeki Eğilimler", Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 13(25), 145-172.

DEMİRKAYA, H., AKDEMİR, A., KARAMAN, E., ATAN, Ö. (2015), "Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırılması", İşletme Araştırmaları Dergisi, 7(1), 186-204.

DEMİRKOL, Ş., ERTUĞRAL, S. M. (2007), "İşletmelerde Personel Seçiminde Kullanılan Teknikler ve Analizler", Sosyal Bilimler Dergisi, (2), 23-34.

DERELİ, B. (2009), İnsan Kaynakları Yönetiminde Değerlendirme Merkezi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Çokuluslu İşletmelerde Değerlendirme Merkezi Uygulamaları, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

ERDOĞAN, İ. (1994), Çalışan Seçiminde Mülakat Teknikleri, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

GEYLAN, R. (1992), Personel Yönetimi, Met Basım Yayım, Eskişehir.

MONDY, R.W., NOE, R.M. (1996), Human Resources Management, Prentice Hall Inc., USA.

MONDY, R.W., NOE, R.M., PREMEAUX, S. R. (2008), Human Resources Management, Prentice Hall Inc., USA.

ÖZDEN, M. C. (2008), İK Şapkalı Yönetici, Özbay Yayıncılık, İstanbul.

SABUNCUOĞLU, Z. (2013). İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

SAVAŞ, A. T. (2006), Eleman Seçiminde Yetkinlik Bazlı Mülakat Teknikleri, Anka Matbaacılık, İstanbul.

SCHMIDT, F. L., HUNTER, J. E. (1998), "The Validity and Utility of Selection Methods in Personnel Selection: Practical and Theoretical Implications of 85 Years of Research Findings", Psychological Bulletin, 124, 262–274.

SCHMITT, N. (2007), "The Value of Personnel Selection: Reflections on Some Remarkable Claims", Academy of Management Perspectives, 21(3), 19-23.

ŞİMŞEK, M. Ş., ÖGE, S. H. (2007), Stratejik ve Uluslararası Boyutları ile İnsan Kaynakları Yönetimi, Gazi Kitabevi, Ankara.

THORNTORN, G. C., GIBBONS, A. M. (2009), "Validity of Assessment Centers for Personnel Selection", Human Resource Management Review, 19, 169–187.

THORNTON, G. C., KRAUSE, D. E. (2009), "Selection Versus Development Assessment Centers: An International Survey Of Design, Execution, And Evaluation", The International Journal of Human Resource Management, 20(2), 478–498.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Z Kuşağının Etkileri: Seçme ve Yerleştirme Sürecine İlişkin Bir Değerlendirme

Duygu Kızıldağ[1]

Özet

Giriş*: Y kuşağının işletmelerde yarattığı değişim devam ederken, bu kuşaktan daha farklı özelliklere sahip olan Z kuşağı da iş yaşamına girmeye başlamıştır. İşletmelerin Z kuşağı adaylar tarafından tercih edilmesi için seçme ve yerleştirme süreçlerini bu kuşağın sahip olduğu farklı değerlere, hedeflere ve beklentilere göre yeniden düzenlemeleri beklenmektedir.* ***Amaç****: Bu çalışma Z kuşağı adayların işletmelerin seçme ve yerleştirme sürecine ilişkin beklentilerini ve tercihlerini belirlemeyi amaçlamaktadır.* ***Yöntem:*** *Çalışmada Z kuşağını temsil eden üniversite öğrencilerine soru formu uygulanmıştır.* ***Bulgular:*** *Kendilerinden önce gelen kuşaklardan farklı olarak Z kuşağının seçme ve yerleştirme sürecine ilişkin teknoloji odaklı beklenti ve tercihleri olduğu görülmüştür.*

Anahtar Kelimeler— *Seçme ve Yerleştirme Süreci, Z Kuşağı, İnsan Kaynakları Yönetimi*

Effects of Generation Z: An Evaluation of Recruitment and Selection Process

Abstract

Introduction: *While the change of the generation Y in the businesses continues, Z generation, which has different characteristics than this generation, has started to enter the business world. In order to be preferred by the Z generation candidates, it is expected that the recruitment anda selection processes will be rearranged according to the different values, targets and expectations of this generation.* ***Aim:*** *This study aims to determine the expectations and preferences of the Z generation candidates regarding the recruitment and selection process of the businesses.* ***Method:*** *A questionnaire was applied to university students representing Z generation..* ***Findings:*** *Unlike the generations that precede them, the Z generation has technology-oriented expectations and preferences regarding the recruitment and selection process.*

Keywords—*Recruitment and* Selection Process, Generation Z, Human Resource Management

JEL Classification Codes: *M10, M12, O15*

[1] Doçent Doktor, İzmir Demokrasi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, İzmir/Türkiye, duygu.kizildag@idu.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bist100 Endeksinde İşlem Gören Şirketlerin Finansal Riskleri Ve Türev Ürün Kullanımı

Full Text / Tam Metin

Eser YEŞİLDAĞ[1], Merve GÜNDÜZ[2]

Özet

Giriş*: Günümüz finansal piyasaları çok yüksek bir hızla değişmekte ve gelişmektedir. Bu değişim ve gelişimin yaşandığı piyasalardan birisi de türev piyasalarıdır. Son zamanlarda finansal piyasalarda meydana gelen dalgalanmalar şirketlerin faaliyet risklerini yönetmesinde türev ürünleri kullanma ihtiyacını doğurmuş, bu durum türev piyasalarının ve bu piyasalar içerisinde yer alan ürünlerin önemini arttırmıştır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de faaliyet gösteren ve BİST100 endeksinde devamlı olarak yer almış mali sektör dışındaki şirketlerin faaliyetlerinden kaynaklanan finansal risklerin tespit edilmesi ve bu risklerin yönetiminde kullanılan türev ürünlerin belirlenmesidir. Bu nedenle, 2013-2017 yılları arasında BIST100 endeksinde süreklilik arz eden 61 şirketin finansal raporları analiz edilmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, şirketlerin maruz kaldıkları risklerin, kredi riski, likidite riski, faiz riski ve diğer fiyat riskleri olduğu ve bu risklerin yönetilmesinde ortalama olarak şirketlerin yarısının türev ürün kullandığı tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Türev Ürünler, Finansal Risk, BIST100, Finansal Risk Yönetimi.*

FINANCIAL RISKS AND USE OF DERIVATIVE PRODUCTS OF COMPANIES OPERATED IN BIST 100 INDEX

Abstract

Introduction: *Today's financial markets are changing and developing at a very high speed. One of the markets in which this change and development is experienced is the derivative markets. The recent fluctuations in financial markets have led to the need to use derivative products in managing the Company's operating risks, which has increased the importance of derivatives markets and products in these markets. The purpose of this study, which operates in Turkey, BİST100 index continuously detecting financial risks arising from the activities of the companies outside the financial sector have taken place and to determine the derivative products used in the management of these risks. For this reason, the financial reports of 60 companies which are continuous in BIST100 index between 2013-2017 were analyzed. According to the results of this study, it is determined that the risks that companies are exposed to are credit risk, liquidity risk, interest rate risk and other price risks and on average, half of the companies use derivative products in the management of these risks.*

Keywords— Derivatives, Financial Risk, BIST100, Financial Risk Management.

JEL Classification Codes: ***G32, F31***

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, UBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, eser.yesildag@usak.edu.tr
2 Uşak Üniversitesi, UBYO, Bankacılık ve Finans Bölümü, mervegndz126@hotmail.com

1. GİRİŞ

Finansal piyasalar döviz, faiz, fiyat ve bunlar gibi birçok değişkenden etkilenir. Şirketler bu değişkenlerin dalgalanması sonucu oluşan risklerini yöneterek risklerini minimize etmeye çalışırlar. Risklerin yönetilmesinde sıklıkla kullanılan türev ürünler şirketlerin korunmasında çok önemli bir yere sahiptir. Belirsizlik, gelecekteki fiyat değişiklikleri ve benzeri nedenler şirketlerin türev ürün kullanmalarına neden olmakla birlikte, bu ürünler geleceğe yönelik fiyat dalgalanmalarının azalmasına ve piyasa mekanizmasının sağlıklı bir şekilde işlemesine katkıda bulunmaktadır (Yılmaz ve Aslan, 2016: 663).

Gelişmiş olan ülkelerdeki şirketlerin risklerin yönetilmesinde konusunda türev ürünleri en iyi şekilde kullanırken, gelişmekte olan ülkeler de şirketlerin türev ürün kullanımını son zamanlarda keşfettiği ve kullanımını arttırdığı gözlemlenmektedir.

Forward, futures, opsiyon ve swap türev ürün sözleşmeleridir. Bu ürünlerin sermaye piyasalarının gelişmesinde çok önemli bir rol oynadıkları söylenebilir. Çünkü bu tür ürünler, yerli ve yabancı yatırımcılar için finansal riskten korunma, spekülasyon ve arbitraj stratejilerine olanak sağlamaktadır (Korkmaz, 2001: 78).

Bu çalışmada şirketlerin yayınladıkları mali raporlarda yer alan dipnotlar incelenmiş ve şirketlerin riskleri bulunarak bu risklere karşı hangi türev ürünleri kullandıkları tespit edilmiştir.

2. LİTARETÜR TARAMASI

Finansal riskler ve türev ürünlerin kullanımı konusunda bugüne kadar yapılmış olan bazı çalışmalar aşağıdaki gibidir.

Çonkar ve Ata (2002) çalışmasında, Türkiye'de ve gelişmiş ülkelerde türev ürün kullanımı, bankacılık verileri kullanılarak karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak, son yıllarda Türkiye'deki türev ürün kullanımının gelişmiş ülkelere göre yetersiz kaldığı görülmüştür.

Yücel, Evrim ve Gülizar (2007) çalışmalarında, İMKB'deki şirketlerin firmaların maruz kaldıkları riskler bu riskleri yönetmek için kullanılandıkları araçlar ve türev ürünler incelenmiştir. Bu çalışmanın sonucunda risklere maruz kalan firmalardan riskten korunma yöntemlerini açıklamayanların oranının yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Döviz kuru ve faiz riskine karşı şirketlerin çoğu firma içi yöntem kullandıkları dolayısıyla türev ürünlerin yaygın olmadığı görülmüştür.

Demir (2009) 2006 yılında İMKB'deki imalat sektöründe faaliyet gösteren 147 şirketi ele almış ve gelişmekte olan piyasalarda döviz riskinden korunma yöntemleri, döviz türev ürün kullanımı araştırılmıştır. Sonuç olarak, döviz riskine maruz kalmanın nedeni olarak döviz açık pozisyonunu göstermiştir. Ayrıca, şirketlerin döviz türev araçlarının kullanımı ile dövizli borç kullanımının birbirlerinin tamamlayıcısı olduğu görülmüştür.

Tanrıöven ve Yenice (2014) çalışmasında, bankaların türev ürün kullanımlarına dayalı risk düzeyleri ile karlılık düzeyleri arasındaki ilişki düzeylerini ölçmüştür. Buna göre, bankaların türev ürün kullanımlarının kur riskini ve likidite riskini arttırdığı saptanmıştır. Ayrıca, bankalar türev ürün kullanımının özkaynak karlılığını ve aktif karlılığı da arttırdığı görülmüştür.

Ersoy ve Ünlü (2016) 2000-2011 yıllarında Türkiye'de ve dünyada tezgahüstü piyasaların gelişimini incelemişlerdir. Bu çalışmaya göre, Türkiye'de tezgah üstü türev piyasalarda işlem hacminde yıldan yıla artış görülmesine rağmen gelişmiş piyasalara göre düşük düzeylerde kalmaktadır. Alım satım amaçlı işlemlerin %60'ı swap, %23'ü opsiyon, %15'i ise forward işlemleridir. Global tezgahüstü piyasalara paralel olarak Türkiye'de swap sözleşmeleri önemli yere sahip olduğu ortaya koyulmuştur.

Yılmaz ve Aslan (2016), İMKB100 endeksinde yer alan 2013 ve 2014 yılındaki mali sektörler hariç sektörlerin mali tablolarını ve dipnotlarını incelemişlerdir. Bu çalışmada, maruz kalınan riskler kredi riski, likidite riski, faiz riski, kur riski ve diğer fiyat riskleri olarak ele alınmıştır. Sonuç olarak, türev ürün kullanımının yıllar itibariyle artış gösterdiği ve kredi riski ile likidite riskine karşı türev ürün kullanılmadığı tespit edilmiştir. Kur riskine karşı en çok vadeli alım satım sözleşmelerinin, faiz riskine karşı en fazla swap sözleşmelerinin ve diğer fiyat risklerine karşı ise en fazla opsiyon sözleşmeleri kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

3.AMAÇ, KAPSAM VE YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, BİST100 endeksinde devamlı olarak yer almış mali sektör dışındaki şirketlerin faaliyetlerinden kaynaklanan finansal risklerin tespit edilmesi ve bu risklerin yönetiminde kullanılan türev ürünlerin belirlenmesidir.

Şirketlerin BIST100 endeksinde sürekli olarak yer almaması, geçici veya sürekli olarak işleme kapatılması, halka arzının 2013 yılından sonra gerçekleşmesi ve mali sektörde yer alması gibi nedenlerle 39 şirket çalışma kapsamına alınmamıştır. Bunun sonucunda BIST100 endeksinde yer alan 61 şirketin maruz kaldığı finansal riskler ve bu risklerin yönetimi için kullandıkları türev ürünler incelenmiştir.

Çalışmada nicel yöntem kullanılarak şirketlerin dipnotları incelenmiştir. Şirketlerin dipnotlarına Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) web sayfasından ulaşılmıştır.

4.ANALİZ

Bu kısımda şirketlerin mali tabloları dikkate alınmış ve dipnot analizi yapılmıştır. Şirketlerin maruz kaldığı risklerin hangileri olduğu ve bu risklere karşı korunmak için kullanılan türev ürünler tespit edilmiştir.

Şirketlerin maruz kaldıkları risklerin, kredi riski, likidite riski, faiz riski ve diğer fiyat riskleri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu risklerin yönetilmesinde ortalama olarak şirketlerin yarısının türev ürün kullandığı tespit edilmiştir.

SONUÇ

Türev ürünler günümüzde şirketler açısından hayati öneme sahiptir. Şirketlerin bu ürünleri kullanması şirketlerin finansal risklerini yönetmesinde yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de faaliyet gösteren ve BİST100 endeksinde devamlı olarak yer almış mali sektör dışındaki şirketlerin faaliyetlerinden kaynaklanan finansal risklerin tespit edilmesi ve bu risklerin yönetiminde kullanılan türev ürünlerin belirlenmesidir.

Buna göre, şirketlerin maruz kaldıkları risklerin, kredi riski, likidite riski, faiz riski ve diğer fiyat riskleri olduğu tespit edilmiştir. Bu risklerin yönetilmesinde ortalama olarak şirketlerin yarısının türev ürün kullandığı tespit edilmiştir.

Tespit edilen sonuçların, günümüz dünyasında, istenen seviyede olmadığı söylenebilir. Türev ürünlerin sahip olduğu önem nedeniyle bu konuda daha fazla araştırma yapılması ülke ekonomileri açısından çok büyük bir öneme sahiptir.

KAYNAKLAR

Çonkar, Kemalettin ve Ata, H. Ali (2002), Riskten Korunma Aracı Olarak Türev Ürünlerin Gelişmiş Ülkeler Ve Türkiye'de Kullanımı, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, IV (2), 1-17.

Demir, Sezgin (2009), Döviz Riskinden Korunma Yöntemleri ve Kullanılma Nedenleri: İMKB Örneği, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı 41, ss. 156 - 170.

Ersoy, Ersan ve Ünlü, Ulaş (2016), Tezgah üstü Türev Piyasa İşlemleri, *Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), ss. 143-162.

Tanrıöven, Cihan ve Yenice, Sedat (2014), Bankaların Türev Araç Kullanımlarının Risklilik ve Karlılık Üzerine Etkisi – Türkiye Örneği, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16/3, ss. 25-46.

Yücel, Tülay, Mandacı, P. Evrim ve Kurt, Gülizar (2007), İşletmelerin Finansal Risk Yönetimi Ve Türev Ürün Kullanımı: İMKB 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerde Bir Uygulama, *Muhasebe ve Finansaman Dergisi,* Sayı: 36, ss. 106-113.

Yılmaz, Erdal ve Aslan, Tünay (2016) Finansal Risklerin Yönetilmesinde Türev Ürün Kullanımı: Borsa İstanbul (BİST) 100 Endeksindeki Şirketler Üzerinde Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, ss. 663-678.

https://www.kap.org.tr/tr/, (Erişim Tarihi: 03.02.2019)

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Hanehalkı Tüketim Profilinin Değişimi: 2002-2017

Full Text / Tam Metin

Şadan Çalışkan[1], Mustafa Karabacak[2], Oytun Meçik[3]

Özet

Hanehalkı harcanabilir gelirindeki değişiklikler karşısında hanehalkı tüketim profilinde yer alan harcama bileşenlerinin tek tek paylarının seyrinin incelenmesi Engel'den (1857) sonra mikro ekonomik anlamda iktisat teorisinin öncelikli araştırma konuları arasından yer almıştır. Türkiye, 2001 yılında patlak veren büyük ekonomik krizin ertesinde uygulamaya konulan ekonomik istikrar programları döneminde ekonomik yapısında çok önemli ve köklü değişimler yaşamıştır. Bu süreçte milli gelir seviyesinde önemli iyileşmeler gerçekleşmiştir. Bu çalışmada milli gelir seviyesinde yaşanan bu değişim sürecinde hanehalkı tüketim profilinde meydana gelen değişim ve gelişim, Engel Yasaları perspektifinden TÜİK verileri ışığında analiz edilmiştir. İncelenen dönemde en önemli değişim; ulaştırma ile gıda ve alkolsüz içkiler mal demetlerinin hanehalkı tüketim bütçesi içindeki paylarında yaşanmıştır. Bazı istisnalar dışında, talebin fiyat esnekliğinin düşük olduğu, hanehalkının temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla talep ettiği mal ve hizmetleri kapsayan harcama bileşenlerinin hanehalkı bütçesi içindeki paylarının gelişim trendi genel olarak Engel Yasaları ile uyumludur. Bu sonuç, incelenen dönemde -izlenen vergi politikasının olumsuz yansımaları istisna tutulmak kaydıyla- hanehalkının harcanabilir gelirindeki artışın ekonomik refah düzeyini pozitif etkilediği anlamına gelmektedir.

Anahtar Kelimeler— *Engel Kanunları, Tüketim Profili, Türkiye*

The change of household consumption profile in Turkey: 2002-2017

Abstract

In view of the changes in household disposable income, the examination of the share of expenditure components flow in the household consumption profile within the aggregate expenditures was one of the priority research topics of micro-economic theory after Engel (1857). In the aftermath of the great economic crisis that erupted in 2001, Turkey has implemented economic stabilization programs and has experienced very important and fundamental changes in the economic structure. In this phase, significant improvements were made in national income level. In this study, the change and development in the household consumption profile in the course of this change in national income was analyzed with the help of TurkStat data from the perspective of Engel Laws. The most important change in the period examined was the share of transportation and food & non-alcoholic beverages in the household consumption budget. With some exceptions, the trend of the share of spending components within the household budget, which includes the goods and services demanded to meet the basic needs of households, is in line with the Engel Laws. This result means that the increase in household disposable income positively affects the welfare level, provided that the negative reflections of the approved tax policy are excluded.

Keywords— Consumption Profile, Engel's Law, Turkey

JEL Classification Codes: *E20, D10*

[1] Prof. Dr., Uşak Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Türkiye, sadan.caliskan@usak.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, İİBF, İktisat Bölümü, Türkiye, mustafa.karabacak@usak.edu.tr
3 Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF, Türkiye, oytunm@ogu.edu.tr

1. GİRİŞ

Mikro iktisadi analizde, gelirle tüketim harcamaları arasındaki ilişkiye dair literatürün oldukça eski bir geçmişi olmakla birlikte, bu ilişkiyi ilk defa ampirik düzeyde araştırıp açıkça ortaya koyan Alman istatistikçi Ernst Engel (1857) olmuştur. Engel farklı gelir grubundaki ailelerin tüketim bütçesi içinde gıda harcamasının payını araştırmıştır. Bu nedenle, çeşitli mal ya da mal gruplarına yapılan harcamaların gelirle ilişkisini gösteren fonksiyon "Engel fonksiyonu" ve her gelir düzeyinde belirli bir mal ya da mal grubuna yapılan harcamayı gösteren gelir-harcama eğrisi "Engel eğrisi" olarak adlandırılmaktadır (Çalışkan ve Tarı, 2004: 84).

Engel tarafından yapılan bu araştırmanın bulguları, Le Play'ın Les Ouvriers Europeens (Avrupalı işçiler) ve Ducpetiax'ın Budgets Economiques (Ekonomik Bütçeler) adlı eserlerinde yayımlanmıştır. Engel'in ulaştığı bulgulara göre; hanehalkının geliri düştükçe, tüketim bütçesi içinde gıda mal demeti için ayrılan pay yükselmektedir. Gelir seviyesi yükselen ailelerin bütçesinde ise gıda mal demetinin oransal payı giderek azalmaktadır (Chai ve Moneta, 2010).

Engel'in gıda mal demeti için yaptığı bu araştırmadan sonra; gıda, konut, giyim gibi tüketim bütçesinde yer alan diğer mal demetlerinin tüketim bütçesi içindeki paylarının gelir seviyesindeki/harcama bütçesindeki değişmeler karşısında tepkisini ortaya koymak üzere daha geniş kapsamlı araştırmalar yapılmıştır. Hanehalkı bütçesi içinde yer alan harcama bileşenlerin paylarının analizi konusunda en bilinen çalışmaların başında Prais ve Houthakker (1955) gelmektedir. Çeşitli mal ya da mal gruplarına yapılan harcamaların gelirle ilişkisini gösteren fonksiyon "Engel fonksiyonu" ve her gelir düzeyinde belirli bir mal ya da mal grubuna yapılan harcamayı gösteren gelir-harcama eğrisi de "Engel eğrisi" olarak adlandırılmıştır. Engel eğrisinin analizi, ekonomik gelişim sürecinde ekonominin sektörel bileşenlerinin paylarını ve hayat standardının gelişimini ortaya koymak bakımından da önemlidir. Bu konudaki önemli çalışmaların başında Kuznets'in 1962 ve 1966 yıllarında yaptığı çalışmalar gelir (Deaton, 1997: 204).

Engel yaptığı analiz sadece bir grafik analizinden ibaret olup, esneklik hesaplamaları diğer istatistikçi ve iktisatçılar tarafından tahmin edilmiştir. Engel eğrisi analizinin en meşhur örneklerinden birisi de "Keynesyen Tüketim Fonksiyonu"dur. Keynes, Engel'den farklı olarak, belirli bir mal grubunun değil, toplam tüketim harcamalarının gelir seviyesi yükseldikçe gösterdiği değişimi analiz etmiş ve Engel fonksiyonlarını makroekonomiye taşımıştır. Keynes, gelir seviyesi yükseldikçe tüketim harcamalarının hanehalkı bütçesi içindeki payının azalmasını "temel psikolojik yasa" olarak adlandırır (Holden, 1938).

1857 yılında Alman istatistikçi Ernst Engel 132 Belçikalı aileden elde edilen kesit verileri kullanarak, hanehalkının geliri yükseldiğinde, tüketim bütçesinde yer alan mal demetleri için ayrılan payların değişimini araştırmıştır. Bu çalışmayı örnek alarak yapılan çalışmalardan elde edilen ve "Engel Yasaları" olarak adlandırılan bulguları ana hatlarıyla özetlemek gerekirse (Ahçıhoca ve Ertek, 2000);

"*Hanehalkının harcanabilir geliri yükseldiğinde; harcama bütçesinde gıda mal demeti için ayrılan pay giderek azalmaktadır. Diğer bir ifadeyle gıda harcamalarının gelir esnekliği 1'den küçüktür.*"

Gıda gibi hanehalkının temel ihtiyaçlarını gidermek amacıyla talep ettiği mallar için ayrılan paylar – ceteris paribus- gelirdeki değişmelere nispeten az tepki gösterir. Bu nedenle, hanehalkları ya da toplumlar zenginleştikçe, gıda için ayrılan pay azalır. Yoksul hanehalkları ve dolayısıyla yoksul

toplumlar gıda başta olmak üzere, temel ihtiyaç mallarının fiyatlarındaki değişimlere daha yüksek tepki gösterirler.

"Giyim, kira gibi mal ve hizmetler için ayrılan pay hemen hemen aynı kalır."

"Kültür, eğitim, sağlık ve rekreasyon için ayrılan pay artar."

Engel Yasaları daha sonra hanehalkı tüketim bütçesi içinde yer alan harcama gruplarının gelir esneklikleri ile ilişkilendirilerek lüks ve zorunlu harcama (mal) grupları için yeniden aşağıdaki biçimde ifade edilmiştir (Perloff, 2012; Ünsal, 2014):

Talebin gelir esnekliği (e_D) düşük olan ($e_D<1$) zorunlu mallar için hanehalkının harcadığı miktar, gelirdeki artış hızından daha az artar ve tüketim bütçesinde bu mallar için ayrılan pay, gelir düzeyi yükseldikçe düşer,

Talebin gelir esnekliği yüksek olan ($e_D>1$) lüks mallar için harcadığı miktar gelirdeki artış hızından daha fazla artar ve tüketim bütçesinde bu mallar için ayrılan pay, gelir düzeyi yükseldikçe artar,

Talebin gelir esnekliği birim esneklik değeri ($e_D=1$) civarında seyreden mallar için hanehalkının ayırdığı pay istikrarlı bir şekilde çok değişmeden aynı düzeylerde seyreder.

HARCAMA GRUPLARI	***Türkiye'de hanehalkı tüketim harcamalarının dağılımı, 2002-2017 (%)***															
	2002	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007(1)**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014(2)**	**2015(2)**	**2016(2)**	**2017(2)**
Gıda ve alkolsüz içecekler	26,7	27,5	26,4	24,9	24,8	23,6	22,6	23,0	21,9	20,7	19,6	19,9	19,7	20,2	19,5	19,7
Alkollü içecekler, sigara ve tütün	4,1	4,1	4,3	4,1	4,1	4,3	3,8	4,1	4,5	4,1	4,2	4,2	4,2	4,2	4,4	4,5
Giyim ve ayakkabı	6,3	6,2	6,5	6,2	5,9	5,9	5,4	5,1	5,1	5,2	5,4	5,3	5,1	5,2	5,2	5,0
Konut ve kira	27,3	28,3	27,0	25,9	27,2	28,9	29,1	28,2	27,1	25,8	25,8	25,0	24,8	26,0	25,2	24,7
Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri	7,3	5,7	6,6	6,8	6,2	5,9	5,8	6,2	6,3	6,4	6,7	6,6	6,8	6,1	6,3	6,3
Sağlık	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,4	1,9	1,9	2,1	1,9	1,8	2,1	2,1	2,0	2,0	2,2
Ulaştırma	8,7	9,8	9,5	12,6	13,1	11,1	14,1	13,6	15,1	17,2	17,2	17,4	17,8	17,0	18,2	18,7
Haberleşme	4,5	4,3	4,5	4,3	4,2	4,5	4,4	4,2	4,1	4,0	3,9	4,0	3,7	3,7	3,7	3,4
Eğlence ve kültür	2,5	2,2	2,5	2,5	2,2	2,1	2,5	2,6	2,8	2,7	3,2	3,1	3,0	2,9	2,8	2,7
Eğitim hizmetleri	1,3	2,0	2,1	1,9	2,1	2,5	2,0	1,9	2,0	2,0	2,3	2,4	2,4	2,2	2,3	2,3
Lokanta ve oteller	4,4	4,1	4,5	4,4	4,2	4,5	4,4	5,2	5,4	5,7	5,8	5,9	6,0	6,4	6,4	6,2

Çeşitli mal ve hizmetler	4,6	3,5	3,9	4,1	4,0	4,2	4,1	4,0	3,7	4,3	4,2	4,3	4,3	4,3	4,2	4,4
TOPLAM	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
GSYH büyüme hızı	6,16	5,26	9,36	8,4	6,89	4,66	0,65	-4,8	9,15	8,77	2,12	4,12	2,9	6,1	1,8	7,4
Kişi başına milli gelir ($)	3581	4698	5961	7304	7906	9656	10931	8980	10560	11205	11588	12480	12112	11019	883	602
Kişi başına milli gelir TL	1099	1143	1235	1322	1396	1443	1434	1347	1448	1552	1565	1611	1642	1667	1693	1790
(Sabit Fiyatlarla, 1998)																
Sabit fiyatlarla kişi başına milli gelir artış hızı	4,8	4,0	8,1	7,1	5,6	3,4	-0,6	-6,1	7,5	7,2	0,8	3,0	1,9	1,5	1,6	5,77

TÜİK, (2019) Hanehalkı Bütçe Araştırması

(1) 2007 yılından itibaren yeni nüfus projeksiyonları kullanılmaktadır.

(2) 2014 yılından itibaren örneklem tasarımında yeni idari bölünüş temel alınmıştır.

2. TÜRKİYE'DE HANEHALKI TÜKETİM PROFİLİNİN DEĞİŞİMİ: 2002-2017

Çalışmada ele alınan 2002-2017 dönemi itibariyle Türkiye'de hanehalkı tüketim profilinin değişimi mal demetleri bazında aşağıdaki gibi değerlendirilebilir:

Gıda ve alkolsüz içecekler mal demeti için yapılan harcamaların, hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payının, harcanabilir gelir seviyesi yükseldikçe düşmesi beklenir. Türkiye'de 2003 yılında itibaren gıda ve alkolsüz içecekler mal demeti için yapılan harcamaların payında, kişi başına milli gelir artarken, genel bir eğilim olarak istikrarlı bir şekilde düşüş olduğu gözlenmektedir. Bu harcama grubunun payı 2003 yılında %27,5 düzeyinde iken, küresel krizin etkilerinin belirgin olarak hissedildiği 2009 yılına kadar oran sürekli azalmış ve 2008 yılında %22,6'ya kadar inmişken; sabit fiyatlarla kişi başı milli gelirin %6,1 azaldığı, 2009 yılında teorik beklentilere uygun olarak yükselmiş ve %23 olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılından itibaren sabit fiyatlarla kişi başı milli gelirin tekrar yükselme trendine girmesiyle gıda ve alkolsüz içecekler mal demeti için yapılan harcamaların hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payı -2015 ve 2017 yılları istisna olmak üzere- tekrar düşüş eğilimine girmiştir. Ele alınan 16 yıllık dönemin sonunda, gıda ve alkolsüz içecekler mal demeti için yapılan harcamaların payı yaklaşık %7 azalarak %20'ler mertebesine düşmüştür. Türkiye'de -son yıllarda izlenen yanlış tarım politikalarının etkisiyle- enflasyonun temel belirleyicisi konumundaki gıda mallarının fiyat artış trendi göz önüne alındığında; 16 yıllık dönemde gıda ve alkolsüz içecekler mal demetinin hanehalkı bütçesinin içindeki payının seyri Engel kanunlarını teyit etmektedir. Diğer bir ifadeyle bu mal demetinin payının seyri ele alınan dönemde hanehalkının refah düzeyinin yükseldiğini göstermektedir.

Alkollü içecekler, sigara ve tütün ürünleri mal demeti için yapılan harcamaların hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payının, harcanabilir gelir seviyesi yükseldikçe –normal koşularda- düşmesi beklenir. Zira bu harcama grubunun talep esnekliği oldukça katıdır. Ele alınan dönem boyunca bu mal demetinin payının %4 ila %4,5 arasında dalgalandığı görülmektedir. Bu harcama grubunun, gelir seviyesi yükselirken, tüketim bütçesi içinde payının oldukça stabil seyretmesi, muhtemelen ele alınan 16 yıllık süreçte her yıl bu harcama grubundan alınan vergilerin, yeniden değerleme ve enflasyon oranının hayli üzerinde artırılmasından kaynaklanmaktadır. Bu dönemde, artan vergiler nedeniyle alkollü içki ve tütün mamullerinin fiyatları enflasyon oranının hayli üzerinde artış göstermiştir. Vergilerdeki bu yüksek artış, yanında bu süreçte tütün ürünlerinin üretiminde yabancı tütün kullanımının payının giderek artması da etkili olmuş olabilir. Bu iki husus dikkate alındığında, alkollü içecekler, sigara ve tütün ürünlerinin payının seyri teorik beklentileri karşılamaktadır.

Giyim ve ayakkabı mal demeti için yapılan harcamaların niteliği dikkate alındığında da –her ne kadar lüks mal olarak nitelendirilebilecek bileşenler içirse de- genel olarak temel ihtiyaçlar arasında yer alması nedeniyle hanehalkı tüketim bütçesi içindeki payının harcanabilir gelir seviyesi yükseldikçe düşmesi beklenir. 2002 yılında %6,3 olan giyim ve ayakkabı mal demetinin payı, 2004 yılında %6,5'e yükseldikten sonra, yavaş yavaş azalma eğilimine girmiş ve dönem sonunda %5'e kadar düşmüştür. Bu mal demetinin payının ekonominin krizden etkilendiği 2009 yılında bir miktar düşerken ekonomide işlerin normale döndüğü yıllarda neredeyse sabit kalması, bu mal demetinin talep esneklik değerinin 1 civarında olduğuna işaret etmektedir. Esneklik değerinin birim esneklik civarında seyretmesi Engel yasalarını teyit etmektedir.

Konut harcamaları, hanehalklarının büyük çoğunluğu için bütçelerindeki önemli bir unsurdur. Kendi evlerine sahip olanlar için, çoğu zaman sahip oldukları konutun değeri, kişisel servet envanterindeki en

büyük bileşendir (Sowell, 2004: 97). Bu nedenle, konut maliyetlerinin yüksek veya düşük olması, aynı zamanda konut sahibi olmak isteyen hanehalklarının diğer mal demetleri için payı da yakından etkilemektedir.

Konut ve kira harcamaları her ne kadar temel ihtiyaçlar olarak kabul edilebilir ise de kanaatimizce TÜİK tarafından bu mal demetinin konut ve kira kalemlerini birlikte içerecek şekilde sınıflandırılması doğru bir yöntem değildir. Zira konut harcamalarını belirleyen önemli hususlardan bir tanesi hanehalkı harcanabilir geliri ise de konut fiyatları, faiz oranları ve beklenti değişkenleri, konut fiyatları kadar, belki ondan daha önemli değişkenlerdir. 2002 yılında iktidara gelen siyasi partinin destek verip teşvik ettiği en temel faaliyet kolu olan konutun payının dönem boyunca neredeyse sabit kaldığı görülmektedir. Konut ve kiranın payı 2010 yılına kadar neredeyse sabit kalıp ekonomik performansın zayıfladığı dönemde bir miktar azalarak %25'lere gerilemiştir. TOKİ başta olmak üzere bu dönemde konut arzında yaşanan hızlı artış ve barınma ihtiyacının niteliği dikkate alındığında, kiraların düşmesine paralel olarak kiranın payında hatırı sayılır bir düşme beklenebilirdi. Ancak kiranın ayrı bir kalem olarak verilmemesi bu analizi yapmayı mümkün kılmamaktadır.

Mobilya, ev aletleri ve ev bakımı hizmetleri harcama kalemi için yapılan için hanehalkı bütçesinden ayrılan pay; 2002 yılında %7,3 iken, krizin etkisiyle 2003 yılında %5,7'ye gerilemiş, 2004 yılından itibaren %6'lar seviyesine çıkarak, bu seviyelerde istikrarlı bir seyir izlemiştir.

Hanehalkı bütçesinden en temel ihtiyaçlar arasında yer alan sağlık mal demeti için yapılan harcamaların, hanehalkı bütçesi içindeki payı da harcanabilir gelirdeki dalgalanmalar karşısında pek fazla dalgalanma göstermeden, %2'ler civarında seyretmiştir. Bu mal demeti için yapılan harcamalar için ayrılan payın, normal koşullarda gelir artışı karşısında giderek azalması beklenirdi. Özellikle incelenen dönem boyunca kamu sağlık hizmetlerinde yaşanan olumlu gelişmeler dikkate alındığında, bu mal demetinin payının sabit kalması beklenebilirdi. Ancak burada yer alan sağlık harcamalarının hanehalkı tarafından finanse edilen harcamalar olduğu düşünüldüğünde, Türkiye'de hanehalkı tarafından yapılan sağlık harcamalarının esnekliğinin yüksek olmadığı söylenebilir.

Ulaştırma harcamaları en temel ihtiyaçlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle, normal koşullarda, gelişmiş ülkelerde talep esnekliğinin düşük olması beklenir. Gelişmekte olan ve nispi olarak kişi başına geliri düşük olan ülkelerde ise bireysel ulaşım araçları kullanımının düşüklüğü ve seyahat amaçlı ulaşım harcamaları dikkate alındığında, bu mal demeti için yapılan harcamaların artış hızının gelirdeki artıştan hızından daha yüksek olması beklenir. Üstelik gelişmekte olan ülkelerin bir kısmında -Türkiye gibi- vergi gelirlerinin ağırlıklı olarak dolaylı vergilerden oluşması ve dolaylı vergilerin önemli bir kısmının ise motorlu taşıtlar ve akaryakıt üzerinden alınması, gelir arttıkça devletin bu vergilere daha da ağırlık vermesi, ulaşım harcamalarının artış hızının gelirin artış hızından fazla olmasına yol açmaktadır. Belki de bu ikinci gerçekliğin etkisiyle incelenen dönem boyunca payı en fazla artan harcama kalemi ulaştırma harcamaları olmuştur. 2002 yılında bu harcama kaleminin payı %8,7 iken 2017 yılında %18,7'ye dayanmıştır. Diğer bir anlatımla, Türkiye'de hanehalkları ortalama olarak gelirlinin yaklaşık beşte birini ulaştırmaya tahsis eder duruma gelmişlerdir. Son yıllarda hizmete giren satış garantili yol, köprü, havalimanı gibi ulaşım tesislerinin görece çok yüksek ücretlerle hizmet vermesi de bu gelişmede etkili olmuştur. Özetle, bu harcama kalemi için ortaya çıkan seyir, normal koşullarda beklenen ve arzulanan bir seyir olmaktan öte, izlenen vergilemede adalet prensibine aykırı vergi politikasının ve ulaştırma hizmetleri için uygulanan fiyat politikasının sonudur. Bu harcama kaleminin payının bu denli yüksek

hızla artarak gıda ve alkolsüz içecekler mal demetinin payına dayanması toplumsal refah açısından olumlu ve arzulanan bir gelişme değildir.

Haberleşme harcamaları da temel ihtiyaçlar arasında yer almasından dolayı, hanehalkının gelir seviyesi yükselirken payının azalması beklenilen mal demetleri içinde yer alır. Bu demet Türkiye'de ele alınan dönemde oldukça yavaş bir şekilde azalma eğilimine girmiştir. Bu yavaş eğilimin nedeni, bir taraftan artan haberleşme üzerinden alınan yüksek vergiler iken, diğer taraftan haberleşme alanında devreye giren yeni teknolojiler ve internet kullanımının yaygınlaşmasıdır. Bu iki husus dikkate alındığında, haberleşme için yapılan harcamaların payının beklentiler çerçevesinde hareket ettiğini söylemek olasıdır.

Lüks mallar arasında yer aldığı konusu tartışma götürmeyen eğlence ve kültür hizmetleri için yapılan harcamaların payının, gelirdeki artış hızından çok daha hızlı yükselmesi beklenir. Ancak çok ilginç bir şekilde, eğlence ve kültür amaçlı harcamaların hanehalkı bütçesi içindeki payı yıllarca sabit kalmış, 2012 yılında zirveyi gördükten sonra, tekrar düşüşe geçmiştir. Bu gelişme, eğitim seviyesi yükselen bir ülke için kolay açıklanabilir bir durum değildir.

Eğitim hizmetlerinin payı 2003 yılından itibaren fevkalade istikrarlı bir seyir izlemiştir. Bu harcama kaleminin, nasıl bu kadar istikrarlı seyir izlediğini anlamak da mümkün gözükmemektedir. Zira geliri yükselen hanehalklarının, eğitim için ayırdığı payın yükselmesi beklenir. Diğer taraftan ele alınan dönemde hızla açılan özel üniversiteler ve özel okullar, etüt merkezleri, meslek sınavı hazırlık kursları dikkate alındığında, bu verilerin gerçeği tam olarak yansıtmıyor olabileceği akla gelmektedir. Dershanelerin kapatıldığı yıllarda bile eğilimin sabit kalması ilginç bir durum olarak değerlendirilmektedir.

Lokanta ve oteller için yapılan harcamaların iki ana bileşeni vardır. Birincisi temel ihtiyaçlar için olanlar, ikincisi lüks ihtiyaçlar için olanlar. Normal olarak temel ihtiyaçlar için olanlar için yapılan harcamaların payının azalması, ikinci grupta yer alanların payının artması beklenir. Kanaatimizce veri seti oluşturulurken bu hususa da dikkat etmek ve ayrı ayrı verileri derlemek gerekirdi. Bu mal demetinin 2008 yılına kadar %4'ler seviyesinde seyreden payının, 2008'den sonra artma eğilimine girerek %6'ları aşması Türkiye'de yaşanan gıda enflasyonun bir yansıması olabilir.

Yukarıdaki mal demetlerinin içine girmeyen malları içinde barındıran çeşitli mal ve hizmetler harcama grubunun payının %4'ler seviyesindeki payını koruduğu ifade edilebilir.

3. SONUÇ

Türkiye 2001 yılında yaşamış olduğu Cumhuriyet Tarihinin en büyük iktisadi krizinden sonra, pek çok yapısal reformu da kapsayan köklü bir ekonomik istikrar programı uygulamıştır. Bu dönemde kişi başına gelirde 2008 küresel krizinin etkilerinin belirginleşmeye başladığı yıllara kadar oldukça istikrarlı ve hızlı bir şekilde yaşanmıştır. Bu çalışmada, 2002-2017 yılları arasında meydana gelen ekonomik refah artışının hanehalkı tüketim profilinde meydana gelen değişim ve bu değişimin Engel yasaları ile uyumu analiz edilmiştir.

Hanehalkı harcanabilir geliri yükseldiğinde, gıda gibi temel ihtiyaç mal demeti için ayrılan payların oransal paylarının azalması, eğlence ve kültürel harcamalar gibi lüks mal demetleri için ayrılan payların ise artması beklenir.

İncelenen dönemde Türkiye'de gıda ve alkolsüz içeceklerin payında Engel yasalarını teyit eden bir azalma meydana gelmiştir. Gıda ve alkolsüz içecek mal demetinin payında yaklaşık %7'lik bir azalma görülmüştür. Türkiye'de son yıllarda gıda mallarının yüksek fiyat artış trendi göz önüne alındığında, bu mal demetinin hanehalkı bütçesinin içindeki payının azalması, ele alınan dönemde hanehalkının refah düzeyinin yükseldiğinin açık göstergesidir.

2002 yılında %6,3 olan giyim ve ayakkabı mal demetinin payı, 2004 yılında %6,5'e yükseldikten sonra yavaş yavaş azalma eğilimine girmiş ve dönem sonunda %5'e düşmüştür. Bu mal demetinin hanehalkı bütçesi içindeki payının gelişimi, bu mal demetinin talep esneklik değerinin bire yakın olduğuna işaret etmekte olup, bu gelişme eğilimi Engel yasaları ile uyumludur.

Türkiye'de 2001-2017 döneminde hanehalkı tüketim bütçesi içindeki en keskin artış, ulaştırma harcamalarının payında yaşanmıştır. Bu dönemde, hanehalkı tüketim bütçesi ulaştırma harcamalarının payı yaklaşık %115'lik bir artışa konu olmuştur. Ulaştırma harcamaları, lüks bileşenler içermekle birlikte en temel ihtiyaçlar arasında yer almaktadır. Bu nedenle, -normal koşullarda- gelişmiş ülkelerde talep esnekliğinin düşük olması, diğer bir ifadeyle gelir artarken payının çok fazla değişmemesi beklenir. Gelişmekte olan ülkelerde ise bireysel ulaşım araçlarının yaygınlığı ve seyahat amaçlı ulaşım harcamaları dikkate alındığında, bu mal demetinin payının bir miktar artması beklenebilir. Türkiye'de vergi gelirlerinin ağırlıklı olarak dolaylı vergilerden oluşması ve dolaylı vergilerin önemli bir kısmının ise motorlu taşıtlar ve akaryakıt üzerinden alınması, gelir arttıkça devletin bu vergilere daha da ağırlık vermesi ulaşım harcamalarının payının ikiye katlanmasına yol açmaktır. Türkiye'de hanehalkları ortalama olarak, gelirlerinin yaklaşık beşte birini ulaştırmaya tahsis eder duruma gelmişlerdir. Son yıllarda hizmete giren satış garantili yol, köprü, havalimanı gibi ulaşım tesislerinin görece çok yüksek ücretlerle hizmet vermesi de, bu gelişmede etkili olmuştur. Bu harcama kaleminin payının yüksek hızla artarak, gıda ve alkolsüz içecekler mal demetinin payına yaklaşması, toplumsal refahı olumsuz etkileyen ve Engel yasaları ile uyumlu olmayan bir gelişmedir.

Sonuç olarak, ana eğilim izlendiğinde, Türkiye'de analize konu olan dönemde hanehalkı refah düzeyinin yükseldiği ve mal demetlerinin paylarında Engel yasaları ile uyumlu gelişmeler yaşandığı görülmektedir. Ancak bu dönemde iki önemli gelişme, artan refahtan toplumun alt ve orta gelirli kesimlerinin yeterince pay alamamasına yol açmıştır. Bunlardan birincisi, bu dönemde izlenen yanlış tarım politikaları sonucu, gıda fiyatlarının, enflasyonun temel belirleyicisi haline gelmesidir. İkinci önemli gelişme ise -vergilemede adalet prensibinin göz ardı edilerek- vergi sisteminin dolaylı vergilere ve ücretler üzerinden alınan yüksek oranlı vergilere dayanan yapısının daha da belirginleşmesidir.

KAYNAKLAR

AHÇIHOCA, D. ve ERTEK, T. (2000), "Consumption Patterns of Households in North Cyprus", Doğuş Üniversitesi Dergisi, (1), 1-6.

CHAI, A. ve MONETA, A. (2010), "Retrospectives: Engel Curves", Journal of Economic Perspectives, 24(1), 225-240.

ÇALIŞKAN, Ş. ve TARI, R., (2004), "Kocaeli İli Hanehalkı Tüketim Harcamaları Profili (Engel Eğrisi Analizi)", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 54(1), 83-94.

DEATON, A. (1997), The Analysis of Household Surveys, A Microeconometric Approach to Development Policy, The Johns Hopkins University Press, Maryland.

HOLDEN, G. R. (1938), "Mr. Keynes' Consumption Function and The Time-Preference Postulate", The Quarterly Journal of Economics, 52(2), 281-296.

PERLOFF, M.J. (2012), Microeconomics, Pearson, Boston.

PRAIS, S. J. ve HOUTHAKKER, H. S. (1955), The Analysis of Family Budgets, Cambridge University Press, Cambridge.

SOWELL, T. (2004), Applied Economics Thinking Beyond Stage One, Basic Books, New York.

ÜNSAL, E. M. (2014), Mikro İktisat, Big Bang Yayınları, Ankara.

TÜİK, (2019), www.tuik.gov.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Genç İşsizliği – Eğitim İlişkisi[1]

Full Text / Tam Metin

Şadan Çalışkan[2], Nezahat Dönüm [2]

Özet

İşsizlik, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde acil çözüm bekleyen son derece önemli yapısal bir ekonomik problemdir. Son dönemde küresel boyutta şiddeti artan işsizlik sorunundan en çok etkilenen kesim gençlerdir. Türkiye'de ve tüm dünyada genç işsizliği kademeli olarak yükseliş göstermektedir.

Türkiye sahip olduğu genç nüfusuyla dünyada öne çıkan ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye'nin dünya ekonomisinde hak ettiği yeri alabilmesi büyük ölçüde sahip olduğu bu kaynağı etkin kullanımına bağlıdır. Türkiye'de 2000'li yılların başında "her ilde en az bir devlet üniversitesi kurulması" politikası kapsamında çok sayıda üniversite açılmıştır. Bu gelişmenin sonucu olarak yükseköğretim mezunu gençlerin sayısı hızla yükselmiştir. Bireyleri yükseköğretime sevk eden en önemli faktörler ise istihdam olanaklarının artması, ücretlerinin yükselmesi ve yoksulluk riskinin azalmasıdır. Bu çalışmada, Türkiye'de yükseköğretimin genç işsizliği üzerindeki etkileri irdelenmiştir. Türkiye'de yükseköğretim mezunu olmanın işgücü piyasasında beklenen teorik getirileri sağlamada yeterince başarılı olmadığı görülmektedir. Bu durum, eğitime yapılan harcamaların ve yükseköğretim sisteminin sorgulanmasına yol açmaktadır. Çalışmada Türkiye'de üniversiteleşme hareketinin genç işsizliğinin çözümünde daha etkin rol üstlenmesine yönelik önerilere de yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Türkiye, Genç İşsizliği, Yükseköğretim.*

JEL Kodları: *E24, J64, I23*

Youth Unemployment - Education Relationship In Turkey

Abstract

Unemployment is a highly important structural economic problem that is urgently needed in both developed and developing countries. Young people are the most affected by the unemployment problem, which has increased in recent years. youth unemployment in Turkey and all over the world shows a gradual rise.

Turkey has a young population that is among the leading countries in the world. This is the source that Turkey has largely take the place it deserves in the world economy depends on the effective use. At the beginning of the 2000s in Turkey, "at least the establishment of a state university in each province" policy has opened the scope of many universities. As a result of this development, the number of young people with tertiary education increased rapidly. The most important factors leading individuals to higher education are

[1] Bu çalışma, Prof. Dr. Şadan Çalışkan danışmanlığında Nezahat Dönüm tarafından Uşak Üniversitesi SBE İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programında hazırlanan "Türkiye'de Üniversiteleşme Hareketinin Genç İşsizliği Üzerine Etkileri" isimli tezden türetilmiştir.

[2] Prof. Dr. Şadan Çalışkan, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Türkiye, sadan.caliskan@usak.edu.tr

2 Nezahat Dönüm, İktisat, Türkiye, nezahatdonum@gmail.com

increasing employment opportunities, increasing wages and decreasing poverty risk. In this study, the effects on youth unemployment of higher education in Turkey was discussed. Turkey is seen as not sufficiently successful in providing theoretical returns in the labor market is expected to be higher education graduates. This situation leads to questioning the expenditures on education and the higher education system. Work on the solution to the youth unemployment of university degree movement in Turkey is also included recommendations related to assume a more active role.

Keywords: *Turkey, Youth Unemployment, Higher Education*

JEL Classification: E24, J64, I23

GİRİŞ

İşsizlik, tüm dünyada uygulanan ekonomik-sosyal politika önlemlerine rağmen gittikçe etkisini arttıran, bireysel ve toplumsal pek çok olumsuz gelişmelere neden olan küresel iktisadi bir problemdir. Ülkelerin sosyo-ekonomik yapıları ve gelişmişlik düzeyleri farklı olması nedeniyle işsizlik, farklı nedenlerle ortaya çıkmakta ve farklı sosyo-ekonomik sonuçlar doğurmaktadır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde işsizlik, genellikle yapısal bir nitelik taşımaktadır ve bu yönüyle çözümü gelişmiş ülkelere göre daha güç ve zaman alıcıdır. Türkiye'nin işsizlik sorununun temelinde hızla artmakta olan genç nüfusa yeterli istihdam olanaklarının sağlanamaması ve eğitim politikasındaki eksiklik ve yetersizlikler yer almaktadır. Türkiye'de eğitim sistemi aralıksız reform denemelerine rağmen iş piyasasının taleplerine ve çağın teknolojik ihtiyaçlarına uyumlu bir yapıya kavuşturulamamıştır. Türkiye'de özellikle yükseköğretim kurumlarından mezun olan gençlerin, iş piyasasının talep ve ihtiyaçlarını karşılayacak bilgi, beceri ve teknik donanıma sahip olmaması genç işsizliğinin çözümünü zorlaştıran önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'de işsizlik sorununa yaş durumları itibariyle bakıldığında tüm dünyada olduğu gibi genç işsizlik oranı genel işsizlik oranından çok daha yüksek oranlarda seyretmektedir. Bunun başlıca nedenleri arasında nüfus artış hızının yüksek seyretmesi, işgücüne katılım oranının yükselmesi, işgücünün nitelik olarak yetersiz olması, sermaye birikimi ve yatırımların yetersizliği, siyasal ve ekonomik istikrarsızlıklar gibi etkenler sayılabilir. İşsizlik sorunun çözümü ancak uzun vadeli, istikrarlı ve kalıcı istihdam politikalarının hayata geçirilmesi ile mümkündür. Türkiye genç nüfusa sahip bir ülke olmakla birlikte bu genç neslin üretim sürecinde değerlendirilememesi, emek piyasasındaki sorunların katlanarak artmasına neden olmaktadır.

Türkiye, bilgi ekonomisinin hâkim olduğu günümüz dünyasında ekonomik açıdan arzuladığı dünya ekonomisinin önemli ve saygın bir üyesi olma hedefine ancak sahip olduğu en önemli kaynak olan genç nüfusunu etkin bir şekilde üretim sürecine koşarak ulaşabilecektir. Bu hedefi gerçekleştirmenin en önemli adımlarından bir tanesi; Türkiye'nin yükseköğretim sistemi başta olmak üzere tüm eğitim basamaklarını bir bütün olarak emek piyasasının talepleri ve dünyadaki gelişmeler ışığında yeniden şekillendirerek genç işsizliği sorunsalını aşmasıdır. Bu adım gerçekleştirilemezse, giderek artan genç işsizliği bir takım ekonomik, sosyal ve siyasal problemlere yol açabilecek önemli bir risk faktörü haline gelecektir.

İŞSİZLİK ve GENÇ İŞSİZLİĞİ

İşsizlik, en basit haliyle, çalışma güç ve isteğinde olan bireylerin emek piyasasında uygun çalışma olanağı bulamaması durumu olarak tanımlanmaktadır. İşsizlik, çalışma isteğinde olmama gibi subjektif nedenlerden çok emek arzının emek talebinden fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Talep yetersizliği, işyeri yetersizliği, işçilerin yeteneklerinin işe uygun olmaması, teknolojik değişim ve gelişmeler, sermaye hareketliliği ve işgücü piyasalarının küreselleşmesi bu sorunun başta gelen nedenleri arasında sayılabilir (Köklü, 1984: 73; Özgüler vd. 2016: 47). Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bireylerin işsiz kalmaları bu kişilerin eğitimsiz, yeteneksiz, tembel ya da işe yaramaz olmalarından değil, var olan ekonomik düzenin çalışmak isteyen herkese iş sağlayamamasından, bu kimselerin emeklerini gerekli kılacak bir talep hacmi yaratamamasından kaynaklanmaktadır (Aren, 2008: 29).

Literatürde gençlik kavramının herkesin üzerinde anlaştığı tekdüze, sınırları net ortaya konulmuş bir tanımı bulunmamaktadır. Birleşmiş Milletler, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu ve Dünya Bankası, Türkiye İstatistik Kurumu, Uluslararası Çalışma Örgütü, Avrupa İstatistik Ofisi 15-24 yaş aralığındaki kişileri "genç" olarak kabul etmektedir. Avrupa Birliği'nin bazı raporlarında ise 15-29 yaş aralığındaki bireyler genç olarak tanımlanmaktadır (Gür vd., 2012: 15). Literatürde, 15-24 yaş arasında yer alan, çalışma istek ve gücünde olup piyasada geçerli çalışma koşullarını kabul ederek iş aradığı halde istihdam edilemeyen bireyler genç işsiz olarak kabul edilmektedir.

Genç işsizliği az gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde genellikle yapısal ve teknolojik işsizlik niteliği taşımakla birlikte gelişmiş ekonomilerde de görülmektedir (Kumaş, 2001: 79). Küreselleşme sürecinde giderek yaygınlaşan işsizlik sorunu en fazla genç bireyleri etkilemektedir. Küreselleşme süreci ve sonrasında yatırımların ağırlıklı olarak istihdam artışı sağlayan üretime yönelik olmaması, teknoloji ve verimlilik artışına bağlı olarak istihdamsız büyüme, hızlı nüfus artışı, yeterli seviyede iş alanlarının oluşturulamaması, eğitim sisteminin etkinsizliği, kırdan kente göç gibi etkenler sayılabilir (İzgi, 2012: 296).

EĞİTİM KAVRAMI ve EĞİTİMİN GETİRİLERİ

Eğitim birey, firma ve ülkeler açısından ekonomik ve sosyal olarak stratejik öneme sahip bir yatırım malıdır. Bireysel ve toplumsal refahın arttırılmasında önemli bir paya sahiptir (Saygılı vd., 2005: 125). Bilginin yeni nesillere aktarımı ancak eğitim ile gerçekleştirilir. Eğitim, aynı zamanda kişilerin iş yaşamına hazırlanmasına yönelik bir süreçtir (Demiray, 2003: 37).

Eğitimin toplumsallaştırma, bilgi, beceri, tutum, davranış ve alışkanlıklar kazandırma, mesleki beceriler kazandırarak mesleğe yöneltme şeklinde fonksiyonları vardır. Eğitim sisteminin başarısı bu fonksiyonları yerine getirmedeki başarısı ile ölçülmektedir (Çalışkan, 2007a: 287-288). Eğitim hayatı boyunca bireylerin edindiği bilgi, beceri, nitelik ve yetkinliklerin üretim sürecine aktarılarak verimlilik, dolayısıyla ekonomik rekabet gücünün yükseltilmesi bir ülkede eğitimin iktisadi rolü yerine getirdiği diğer bir ifadeyle etkin olduğu anlamına gelmektedir.

Mincer, eğitim düzeyi yüksek bireylerin daha düşük eğitim basamaklarından mezun olan bireylerle karşılaştırıldığında daha yüksek ücret elde etme, daha düşük düzeyde işsizlik riski ve iş yaşamında artan tecrübe ile birlikte daha yüksek gelirli işlere doğru hareketlilik gibi bireysel ekonomik getirilere sahip olduklarını vurgulamaktadır (Mincer, 1991: 1-3). Mincer, eğitim seviyesi yüksek işçilerin işsizlik oldukları dönemde işsiz kalma sürelerinin daha kısa olacağına, aynı iş yerinde daha uzun süre çalışma

şanslarının daha yüksek olduğuna ve dolayısıyla iş yaşamları boyunca daha az iş değişikliğine maruz kalacaklarına da işaret etmektedir (Mincer, 1991: 24-32). Eğitim seviyesi yükseldikçe işgücüne katılım oranının yükselmesi de ekonomik büyüme hızını olumlu etkilemektedir (Çalışkan, 2007b: 242).

Eğitim seviyesi yüksek toplumlarda bireylerin ve toplumun sağlık durumunun daha iyi, kişilerin zararlı alışkanlıklarının daha az, suç oranlarının daha düşük olması beklenir (Türkmen, 2002: 53). Üstelik bu toplumlarda demokrasi bilinci daha yüksek olup; siyasal, toplumsal ve çevre sorunları karşısında hassasiyet daha yüksektir.

Eğitim seviyesi düşük, vasıfsız gençlerin işsiz kalma, düşük ücretle çalışma ve fakirlik riski daha yüksektir. Eğitim düzeyinin yarattığı işsizlik ve ücret farklılıkları 21. yüzyıl bilgi ekonomisi ile daha da belirgin hale gelmektedir (Saygılı vd. 2005: 10). Firmalar eğitim seviyesi yüksek bireyleri elde tutmak için çaba sarf etmekte ve bu nedenle bu kişilere daha yüksek ücret ödemeyi de kabul etmektedirler. Aynı zamanda teknolojik gelişmeler yüksek eğitim seviyesine sahip bireyler için daha fazla iş imkânına yol açmaktadır (Çalışkan, 2007a: 290).

TÜRKİYE'DE YÜKSEKÖĞRETİM

Üniversiteler üst düzey eğitim veren, bilimsel ve teknolojik araştırmalar yaparak toplumun gelişmesine katkı sağlayan, küresel ekonominin değişen koşullarına uygun nitelikli bireyler yetiştirmeyi amaç edinen ve her alanda topluma öncülük eden kurumlardır (Çalışkan, 2010: 177).

Üniversitelerin bilimsel çalışmalar yapmak ve bunu topluma aktarmak, bireylerin yaşamlarına ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamak gibi temel fonksiyonları vardır. İktisadi açıdan işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu insan gücünü yetiştirmek üniversitelerin en önemli fonksiyonları arasındadır (Yayar ve Demir, 2013: 107).

Cumhuriyet'in kurulmasında sonra her alanda olduğu gibi yükseköğretim alanında da hızlı gelişmeler yaşanmıştır. Darülfünun 1933 yılında İstanbul Üniversitesi olarak yükseköğretime yeniden başlamıştır. 1923-1950 yıllarında kurulan üniversiteler çağdaşlaşmanın bir aracı olarak görülmüştür. 1950-87 arası yıllarda toplumsal değişimlerin getirdiği ihtiyaçlar doğrultusunda üniversiteler bölgesel kalkınmanın bir aracı olarak görülmüştür (Toprak, 2012: 6-9). Bu dönemde kırdan kente göç hızlanmış, yükseköğretime talep artmıştır. Sanayi sektörünün gelişmeye başlamasıyla ekonominin ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücü ihtiyacı karşılanması bu üniversitelerin kurulmasının en önemli gerekçelerindendir (Sargın, 2007: 138). 1988-1994 döneminde üniversitelere harcama ekonomisini tetikleyen kurtarıcı bir rol varsayılmıştır. Bu dönemde siyasi iktidar mücadelesi veren partiler kentlerden gelen talep doğrultusunda yeni üniversite açma konusunda oldukça cömert seçim vaatlerinde bulunmuşlardır ve gerçekleştirmişlerdir. 1990'ların sonlarına kadar devam eden bu süreçte üniversiteler ekonomik hayatı canlandırıcı bir rol üstlenmiş ve artan talepler karşısında her ilde bir üniversite felsefesi dillendirilmeye başlanılmıştır. 2006 yılında farklı bölgelerde 15 üniversite kurulmuş ve Türkiye'deki üniversite sayısı 93'e yükselmiştir (Sargın, 2007: 144). 2009 yılına gelindiğinde ise Türkiye'de üniversitesi olmayan il kalmamıştır. Sonraki yıllarda ülke genelinde, özelikle büyük kentlerde faaliyet gösteren görece büyük üniversiteler bölünerek aynı kentte ikinci hatta üçüncü üniversiteler açılmaya başlanmıştır. Bu yeni sürecin gerekçesi olarak daha çok teknik bilginin üretilmesi ve üniversite-sanayi işbirliği gerçekleştirilmesi fikri ön planda tutulmuştur (Toprak, 2012: 13). Bahsedilen son dönemde vakıf ve özel üniversite sayısında da hatırı sayılır gelişmeler yaşanmıştır.

Türkiye'de Yükseköğretim Mezunu Gençler ve Gençlerin İşgücü Durumu

Türkiye'de son yıllarda izlenen politikalar neticesinde yükseköğretim kurumları ülke geneline yaygınlaştırılmış, sayıları arttırılmış ve mevcut olanların kontenjanları yükseltilmiş ve sonuç olarak yükseköğretime ulaşılabilirlik kolaylaşmıştır.

Yükseköğretim Kurumu verilerine göre 29.03.2019 tarihi itibariyle Türkiye'de 129 Devlet, 72 Vakıf ve 5 Meslek Yüksekokulu olmak üzere toplamda 206 adet üniversite bulunmaktadır. 2018 yılında 2 milyon 381 bin 412 kişi yükseköğretim kurumları sınavına girmiş ve 857 bin 240 kişi yerleşmiştir. (https://istatistik.yok.gov.tr/).

Aşağıda yer alan, Türkiye'de yükseköğretim mezunu gençlerin işgücü durumuna ilişkin verilerin yer aldığı Tablo incelendiğinde; yükseköğretim mezunu gençlerde en yüksek işgücüne katılım oranının %90 ile 1990 yılında, en düşük işgücüne katılım oranının ise %70 ile 2000 yılında gerçekleştiği görülmektedir. 2004 yılından itibaren yükseköğretim mezunu gençlerin işgücüne katılım oranında düşüş yaşanmış ve 2014 yılı sonrası %75'lerde seyreden işgücüne katılım oranı 2018 yılında %78 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1: Yükseköğretim Mezunu Gençlerin İşgücü Durumu (15-24 yaş)

Yıllar	Kurumsal Olmayan Çalışma Çağındaki Nüfus	İşgücü (Bin)	İstihdam Edilenler (Bin)	İşsiz (Bin)	İşgücüne Katılma Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	İstihdam Oranı (%)
1988	148	126	66	60	85,0	47,9	44,3
1989	136	114	79	35	83,6	30,9	57,8
1990	131	117	81	36	89,9	30,9	62,1
1991	164	140	94	46	85,0	32,7	57,2
1992	178	152	100	52	85,2	34,1	56,1
1993	174	138	97	41	79,4	29,6	55,9
1994	181	152	98	53	83,8	35,2	54,3
1995	199	158	111	47	79,4	29,8	55,7
1996	207	153	110	43	74,2	28,3	53,2
1997	268	194	137	57	72,4	29,4	51,2
1998	316	233	160	74	73,8	31,6	50,5
1999	308	228	160	68	74,2	30,0	52,0
2000	371	259	186	73	69,8	28,3	50,0

2001	350	251	174	77	71,8	30,7	49,8
2002	396	284	175	109	71,6	38,3	44,2
2003	473	343	210	133	72,6	38,8	44,4
2004	439	347	209	138	79,0	39,8	47,6
2005	504	373	260	114	74,0	30,5	51,2
2006	523	394	287	107	75,4	27,2	54,9
2007	564	430	308	122	76,3	28,5	54,6
2008	611	464	326	138	76,0	29,8	53,4
2009	621	473	315	157	76,1	33,2	50,8
2010	701	504	340	164	71,9	32,5	48,6
2011	759	565	395	169	74,4	30,0	52,1
2012	848	623	446	178	73,5	28,5	52,5
2013	889	666	472	195	74,9	29,2	53,0
2014	. .	697	500	197	72,7	28,3	52,1
2015	. .	770	543	227	75,1	29,5	53,0
2016	. .	855	591	263	75,0	30,8	51,9
2017	..	928	608	320	78,2	34,4	51,2
2018	..	937	650	287	77,8	30,6	54

Kaynak: TÜİK, **İşgücü İstatistikleri Veritabanı MEDAS**, Erişim Tarihi: 01.04.2019

Yükseköğretim mezunu gençlerde en yüksek istihdam oranı 1990 yılında %60 ile gerçekleşirken, en düşük istihdam oranı 1988, 2002, 2003 yıllarında %44 olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılı ve sonrasında %50'lerde gerçekleşen istihdam oranı 2018 yılında %54 olarak gerçekleşmiştir.

Yükseköğretim mezunu gençlerin işsizlik oranının en yüksek olduğu 1988 yılında işsizlik oranı %48 iken; en düşük olduğu 2006 yılında bu oran %27 olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılı ve sonrasında %30'larda seyreden yükseköğretim mezunu gençlerin işsizlik oranı 2018 yılında %31 olarak gerçekleşmiştir. Yükseköğretim mezunu gençlerin işsizlik oranlarında 2001 ve 2008 yılları (ekonomik kriz yılları) sonrasında artış görülmektedir. Dünya ekonomisinde son dönemde önemli sıkıntılılar ve ekonomik krizler yaşanmaktadır. Kriz dönemlerinde işsizlik sorunu genel olarak şiddetlendirirken, işgücü içinde gençler bu gelişmeden en olumsuz etkilenen dezavantajlı kesimi oluşturmaktadır.

Gençler arasında işsizliğin yüksek seyretmesi gençlerin devlete ve siyasal ortama karşı güven problemi yaşamalarına neden olmaktadır. Türkiye yükseköğretim sisteminde, hızlı üniversiteleşme sonrası arz-

talep uyuşmazlığı sorunu ortaya çıkmıştır. Hükümetler daha çok üniversite açmak, sistemi büyütmek ve daha çok finansal kaynak üretmek; Yüksek Öğretim Kurumu büyüyen sistemi ve sorunları yönetmek; üniversitelerin altyapılarını geliştirmek ve öğretim üyesi ihtiyaçlarını karşılamak; aileler ise çocuklarına daha çok kaynak ayırmak ve öğrenciler ise istedikleri bölüm ve üniversitelere yerleşebilme baskısı ile karşı karşıya kalmışlardır (Çetinsaya, 2014: 47).

Günümüzde Türkiye'de öğrencilerin üniversitelere erişimlerinde ve kontenjanlara yerleşmelerinde herhangi bir sorun yoktur. Aksine üniversiteler belirli fakülte ve bölümlerinde kontenjanlarını dolduracak öğrenci bulamamaktadır. Öğrenciler gerekli niteliklere sahip olmadan işgücü piyasasında yer almaya çalışmaktadırlar. Eğitim harcamalarındaki önemli artışlara rağmen genç işsizliğindeki artış, eğitim harcamalarındaki artışa karşılık eğitim çıktılarının düşük olduğuna işaret etmektedir. Sadece yerel ekonomik faydalar düşünülerek yükseköğretim kurumlarının yaygınlaştırılması, yeterli öğretim elemanı, kütüphane, eğitim tesisi, barınma vs. imkânları bulunmayan üniversitelere çok sayıda öğrenci alınması fakülte mezunlarının iş imkânları gibi faktörlerin dikkate alınmaması durumunda uzun vadede ciddi sorunlar ortaya çıkacaktır. Bu bağlamda üniversitelerin sadece yerel kalkınmanın bir aktörü kabul edilerek yaygınlaştırılması kamu kaynaklarının da israfına yol açacaktır (Çalışkan ve Meçik, 2013: 5).

Türkiye işgücü piyasasına bakıldığında işgücü arzı ve işgücü talebi arasında bir uyumsuzluk olduğu görülmektedir. Bir taraftan firmalar nitelikli işgücü bulamamaktan yakınırken, diğer taraftan çok sayıda eğitimli genç ise işsizdir, iş aramaktadır fakat bulamamaktadır (Ergüder, 2014: 17).

Türkiye işgücü piyasasında fakülte düzeyinde eğitime sahip olan gençler, işgücü piyasasında iş bulmakta oldukça zorlanmakta ve uzun süreler işsiz kalmaktadır. Sahip oldukları fakülte düzeyindeki eğitimlerinden elde ettikleri niteliklerinin yetersizliği nedeniyle işsiz kaldıklarını düşünen bir grup genç ise bu eksikliklerini gidermek amacıyla lisansüstü eğitim programlarına yönelmektedir (İzgi, 2012: 303).

Türkiye'de son yıllarda gerçekleşen üniversiteleşme hareketindeki temel motif, bireylerin daha yüksek düzeyde eğitim alarak niteliklerinin arttırılması, çağın gereklerine uygun donanımlı işgücü olarak yetiştirilmesi ve bununla ülkenin rekabet gücünü arttırılması olması gerekirken bu motif ikinci plana itilmiş ve üniversitelerin kuruldukları kentlerin ekonomik kalkınmasına katkı sağlaması asıl motivasyon kaynağı olmuştur. Ancak üniversiteleşme hareketinin temel amacından uzaklaşarak kent ekonomisine katkı rolünün abartılı bir şekilde ön plana çıkarılması ve bunun gerek politik gerekse başka nedenlerde devam ediyor olması üniversiteleşme hareketinin etkinliğini tartışmaya açmaktadır. Türkiye'de artık neredeyse dileyen ve isteyen herkes yükseköğretim imkânına sahiptir.

Üniversitelerin kent ekonomisine katkısı düşünülerek, benzer bölümlerle müfredat, istihdam imkânı açısından hiçbir fark bulunmayan çok sayıda benzer bölüm, fakülte açılmıştır. Bu konuda daha çok ileri gidilerek bire bir aynı alana hitap eden fakülteler farklı isimlerle aynı üniversitenin bünyesinde kurulmuşlardır. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, İktisat Fakültesi, İşletme Fakültesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Ekonomi ve Finans Fakülteleri bu duruma örnektir. Adı geçen fakültelerde hemen hemen aynı bölümler bulunmaktadır. Aynı öğretim üyesi havuzundan beslenen aynı bölümler farklı isimlerle adlandırılmakta olup, aynı müfredat, aynı iş imkânı, aynı düzeyde işsizlik riskleri barındırmaktadır. Üniversitelerde yabancı dil eğitiminin yetersizliği önemli bir başka sorundur. Yabancı dil eğitiminin bir türlü arzulanan düzeye çıkarılamaması gençlerin küresel emek piyasasındaki mobilitesini engellemektedir.

Türkiye'de son yıllarda takip edilen büyüme modeli de yüksek eğitimli gençlerin işsiz kalmasının nedenleri arasında sayılabilir. Bu dönemde izlenen ağırlıklı olarak konut ve altyapı inşaatına dayalı, imalat sanayiinde iç talebi karşılamaya yönelik büyüme modeli yüksek eğitimli bireylerden çok eğitim seviyesi düşük (vasıfsız) işgücüne istihdam sağlamaktadır. İzlenen bu politika yükseköğretim düzeyinde eğitime sahip gençler için yeterince istihdam imkânı sağlamamaktadır. Bu durum son yıllarda hızlanan üniversiteleşme hareketi ve eğitim harcamalarının etkinliğini azaltmaktadır. Ayrıca son dönemde küresel ve ulusal ölçekte ortaya çıkan ekonomik dalgalanmalar da gençlerin işsizlik sorununun çözümünü zorlaştırmaktadır.

Türkiye'nin Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçtiği yeni dönemde tüm dünyaya deklare ettiği 2023 hedeflerine ulaşabilmesi için; yatırımlarını ağırlıklı olarak eğitim seviyesi düşük bireyler için geçici istihdam imkânı sağlayan inşaattan ziyade yüksek bilgi birikimi ve nitelikli, eğitimli işgücüne istihdam sağlayacak yüksek teknoloji alanlarına öncelik vermesi gerekmektedir. Bu noktada üniversiteler ile sanayi arasındaki işbirliğinin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Yükseköğretimde kontenjanlar belirlenirken, ekonominin talebi olan işgücü miktar ve niteliği temelinde planlama yapılması Türkiye'nin işsizlik probleminin çözümünde önemli rol oynayacaktır. Ayrıca yükseköğrenim esnasında öğrencilerin staj imkânlarının arttırılması da gençlerin almış oldukları eğitimi işgücü piyasasında aranan nitelik ve tecrübeye dönüştürmelerine imkân tanıyacaktır.

SONUÇ

Yüksek eğitim düzeyine sahip nitelikli işgücü, dünya ekonomisinde ülkelerin sahip olduğu en önemli rekabet aracıdır. Küreselleşme ve teknolojik değişimler işlerin niteliklerini ve firmaların işçilerden beklentilerini sürekli değiştirmektedir. Bireysel açıdan daha iyi şartlarda iş bulma, daha yüksek ücret ve statü elde etme, daha iyi yurttaş ve birey olma fırsatını sağlaması beklenen, sosyal politikanın bireysel eşitsizliklerin giderilmesindeki en etkili aracı olan eğitimin bu getirileri sunmakta yetersiz kalması bireylerin ve toplumların eğitimin değerini sorgulamalarına yol açmaktadır. Özellikle dar ve sabit gelirli, yoksul aile çocuklarının modern topluma entegre olabilmesinin tek yolu olan yükseköğretimin bu fonksiyonunu yeterince yerine getirememesi Türkiye'de yükseköğretim sistemine bakışı olumsuz etkilemekte ve bu alana tahsis edilen kamu ve özel sektör kaynaklarının etkinliğinin sorgulanmasına neden olmaktadır.

Günümüzde tüm dünyada çözüm bekleyen önemli iktisadi sorunların başında işsizlik ve özel olarak genç işsizliği sorunu gelmektedir. Türkiye'de olduğu gibi dünya genelinde genç işsizlik oranı genel işsizlik oranının çok üzerinde seyretmektedir. Toplumların gözbebeğini oluşturan en önemli iktisadi kaynağı olan gençlerin özellikle yükseköğretim mezunu gençlerin aldıkları eğitime uygun alanlarda üretim sürecine katılamaması çok ciddi ekonomik, toplumsal ve politik riskler barındırmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'de genç işsizliğinin çözümünde atılması gereken önemli adımların başında genel olarak eğitim sisteminin, özel olarak yükseköğretim sisteminin üretim sürecinde yaşanan çağdaş gelişmeler ve iş dünyasının talepleri doğrultusunda yeniden yapılandırılması gelmektedir. Türkiye, eğitim sisteminde günü kurtarmaya yönelik, aralıksız yapılan değişikliklerden vazgeçip, uzun vadeli ve kalıcı çözümler içeren bir yeniden yapılanmayı gerçekleştirmek zorundadır. Yükseköğretim reformu yapılırken neredeyse toplumun tamamının yüksek tahsil yapmasını zorunlu gören anlayış terkedilerek mesleki eğitime öncelik verilmeli, teknik ve meslek liselerinin nitelikleri arttırılmalı ve müfredatları iş

piyasasının ihtiyaç ve talepleri ile uyumlu hale getirilmelidir. Ardından yükseköğretim sistemi bilgi üretme, bilgiyi paylaşma ve nitelikli işgücü yetiştirme fonksiyonları dikkate alınarak yeniden yapılandırılmalıdır. Demokratik eğitim ortamları sağlanarak, öğrencilerin derslere aktif katılımları sağlanmalı ve uygulamalı eğitimler ve staj imkânları artırılmalıdır. Üniversitelerde kontenjanlar belirlenirken makro bir plan dâhilinde ülkenin, ekonominin ihtiyaçları dikkate alınmalıdır.

Üniversitelerin kent ekonomisine katkısını abartarak gerçekleştirilen sürekli yeni üniversite açma politikası terkedilmelidir. Benzer nitelikli müfredatla eğitim veren, aynı öğretim elamanı havuzundan beslenen ve mezunları arasında istihdam imkânı açısından hiçbir fark bulunmayan çok sayıda benzer fakülte, bölüm, program açılmasına son verilmeli hatta benzer olanların birleştirilerek niteliklerinin iyileştirilmesi yoluna gidilmelidir.

KAYNAKÇA

Aren, S. (2008). *İstihdam Para ve İktisadi Politika.* Ankara: İmge Kitabevi.

Çalışkan, Ş. (2007a). Eğitim- İşsizlik ve Yoksulluk. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 7*(13), 285-308.

Çalışkan, Ş. (2007b). Eğitimin Getirisi (Uşak İli Örneği). *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 12*(2), 235-252.

Çalışkan, Ş. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Harcamalarının Kent Ekonomisine Katkıları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 9*(31), 169-179.

Çalışkan, Ş., & Meçik, O. (9-11 Mayıs 2013). Üniversitelerin Yerel Ekonomiye Katkıları. *V. Yerel Ekonomiler Dergisi*, Salihli-Manisa.

Çetinsaya, G. (2014). *Büyüme, Kalite, Uluslararasılaşma: Türkiye Yükseköğretimi İçin Bir Yol Haritası.* Eskişehir: Yükseköğretim Kurulu Yayın No: 2014/2.

Dalmış, İ., Gür, B., Boz, N., Kırmızıdağ, N., & Çelik, Z. (2012). *Türkiye'nin Gençlik Profili.* Ankara: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı 1. Baskı.

Demiray, H. T. (2003). *Türkiye'de Genç İşsizliği ve Yüksek Öğretim Mezunu Gençlerin Çalışma Yaşamına Geçişteki Sorunları.* Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi,.

Ergüder, C. (2014). *Genç İşsizliğinin Nedenleri-Eğitimle Olan İlişkisi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, No: 237312030,.

İzgi, B. B. (2012). Genç İşsizliği ve Eğitimle Olan İlişkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,, 11*(41), 295-310.

Koray, M. (2012). *Sosyal Politika.* Ankara: İmge Kitabevi.

Kumaş, H. (2001). *İşsizliğin Psiko- sosyal Boyutu ve Çalışma Yaşamına İlişkin Değerler Üzerindeki Etkileri.* İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Mincer, J. (1991). Education and Unemployment. *NBER Working Papers Series, No: 3838*.

Özgüler, V. C. (2016). İstihdam ve İşsizlik. S. Tekeli, V. C. Özgüler, M. Özdemir, & M. Biçerli içinde, *İstihdam ve İşsizlik* (s. 47). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No:2678.

Öztürk, S., Torun, İ. ve Özkök Y. (2011). Anadolu'da Kurulan Üniversitelerin İllerin Sosyo-Ekonomik Yapılarına Katkıları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8*(16), 145-158.

Sargın, S. (2007). Türkiye'de Üniversitelerin Gelişim Süreci ve Bölgesel Dağılımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3*(5), 133-150.

Saygılı, Ş., Cihan, C., & Yavan, Z. (2005). Tükiye İçin Sürdürülebilir Büyüme Stratejileri Konferansı. *TÜSİAD-KOÇ Üniversitesi Ekonomik Araştırma Forumu*, 1-180.

Toprak, M. A. (2013). Mekansal Planlama Politikaları ve Kentlerin Sosyo-Ekonomik Durumu Işığında Türkiye'de Üniversiteleşme Süreci. *Ege Coğrafya Dergisi, 21*(2), 1-23.

Turan, G. (2016). Higher Education and Economic Growth in Turkey. *Munich Personal Repec Archive Epoka University*, 1-12.

TÜİK İşgücü İstatistikleri. (2019, 3 29). https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=72&locale=tr adresinden alındı

Türkmen, F. (2002). *Eğitimin Ekonomik ve Sosyal Faydaları ve Türkiye'de Eğitim Ekonomik Büyüme İlişkisinin Araştırılması.* Ankara: DPT Uzmanlık Tezleri, Yayın No: 2655.

Yayar, R., & Demir, D. (2013). Gaziosmanpaşa Üniversitesinin Tokat İli Ekonomisine Etkisi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 5*(8), 106-122.

YÖK. (2019, 03 29). *Yükseköğretim Bilgi Sistemi*. https://istatistik.yok.gov.tr/ adresinden alındı

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Yoksulluk Sorunu ve Çözüm Önerileri

Full Text / Tam Metin

Mustafa KARABACAK[1], Özlem POLAT[2]

Özet

Yoksulluk günümüzün en önemli sosyal sorunlarından birisidir. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya oldukları temel sorunların başında gelmektedir. Yoksulluk, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılama imkânına sahip olmaması ve minimum yaşam standartlarında yaşıyor olmaları şeklinde tanımlanmaktadır. İşsizlik, yoksunluk, ayrımcılık, sosyal dışlanma gibi olgularla da etkileşim içindedir. Bu çalışmada yoksulluğun nedenleri üzerinde durulacak ve Türkiye'de yoksulluk hakkında bilgi verilerek yoksullukla mücadele yaklaşımları incelenecektir. Türkiye'de bu sorunların çözümüne yönelik birtakım politikalar geliştirilmiştir ve yoksullukla mücadele amacıyla bir takım politikalar uygulamaya konulmuştur. Eğitim ve sağlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması, istihdamı teşvik edici politikaların uygulanması, vergi politikalarında adaletin sağlanması, sosyal yardımlar gibi bir takım uygulamalar hayata geçirilmiştir. Fakat Türkiye'de yardım ve hizmetler için uygulamaya konulan yasaların varlığı ve bu alanda faaliyet gösteren pek çok örgüt bulunması, bu sorunlarla mücadele edilerek kalıcı çözümler üretildiği anlamına gelmemektedir. Kamu kurumları arasındaki işbirliğinin etkin bir şekilde sağlanamaması, yoksulluk ve sosyal yardım sınırlarına ilişkin net bir tutumun olmaması ile uzun vadeli bütüncül, tutarlı sosyal politikaların uygulanamaması hizmet tekrarına düşme, kaynak israfı ve hatta zaman zaman keyfi uygulamalara yol açmaktadır. Yoksullukla mücadele için başta işsizlikle mücadele olmak üzere gelir dağılımında kalıcı iyileştirmeye yönelik sosyal politikaların geniş kapsamlı ve uzun vadeli bir perspektifle uygulamaya konulması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yoksulluk, Yoksulluk Türleri, Yoksullukla Mücadele.*

JEL Kodları: *I31, I38, I39.*

The Emergence of Poverty as a Problem and Poverty in Turkey

Abstract

Poverty is one of the most important social problems of our time. It is one of the main problems faced by both developed and developing countries. Poverty is defined as not having the opportunity to meet the basic needs of people and not having the minimum living standards that people can live with. It also interacts with cases such as unemployment, deprivation, discrimination and social exclusion. This study will focus on the causes of poverty and poverty reduction approaches to providing information about poverty in Turkey will be discussed. In Turkey,

[1] Dr. Öğretim Üyesi, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Türkiye, Mustafa.karabacak@usak.edu.tr
2 Doktora öğrencisi, Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Türkiye, Ozlemplt35@gmail.com

a number of policies for the solution of this problem has been developed and a number of policies have been implemented in order to fight poverty. Implementation of policies to promote education and health services, implementation of policies to promote employment, justice in tax policies and social assistance have been implemented. But the existence of laws put into practice for the assistance and services in Turkey and there are many organizations that operate in this area, by combating these problems does not mean that produced lasting solutions. The lack of effective co-operation between public institutions and the lack of a clear stance on the limits of poverty and social welfare and the failure to implement long-term, coherent, coherent social policies lead to service repetition, waste of resources, and even occasional arbitrary practices. In order to combat poverty, it is necessary to implement social policies aimed at permanent improvement in the distribution of income, especially in the fight against unemployment, with a comprehensive and long-term perspective.

Keywords: Poverty, Types of Poverty, Fighting Poverty.

JEL Classification Codes**:** *I31, I38, I39.*

1. GİRİŞ

Yoksulluk gelişmişlik seviyelerine bakılmaksızın tüm dünya ülkelerini etkileyen önemli bir iktisadi sorundur. Her ülkede belirli bir ağırlıkta yoksulluk sorunu devam etmektedir. Günümüzde yoksulluk kavramı sadece gelir temelinde tanımlanmamakta, aynı zamanda temel gereksinimlerden belirli bir seviyenin altında mahrum kalmayı içermektedir. En basit anlamda yoksulluk, insanların yaşamlarını devam ettirebilmesi için gerekli asgari iktisadi kaynaklardan yoksun olması durumu olarak tanımlanmaktadır. Değişik kriterler dikkate alınarak, farklı uluslararası iktisadi örgütler tarafından yoksulluk tanımlamaları yapılmaktadır. Ülkelerarası karşılaştırmalarda yaygın olarak kullanılan Dünya Bankası günlük 2 ABD dolar gelir kriterli tanımlamaya göre dünya nüfusunun %46'sı olan yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır.

Bu çalışmada öncelikle yoksulluk kavramı, farklı yaklaşımlara göre değişik boyutlarıyla açıklanmış ve yoksullukla mücadele için çözüm önerilerine yer verilmiştir. Ayrıca küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkilerinin yönü ve etkileme süreçleri de çalışmada ele alınan konular yer almaktadır. Günümüzde yoksulluk, ülkelerin ekonomik gelişmişlik seviyesine, demokratik süreçlerin işlerlik düzeyine bağlı olarak, tüm dünyada öncelikli çözüm bekleyen, toplumsal, iktisadi ve politik ve yansımaları olan önemli bir sorundur. Böylesine önemli, farklı boyutları olan yoksulluk sorununun nedenlerinin ele alınması ve nihayet Türkiye'de yoksulluk sorununun boyutlarının ve yoksullukla mücadele amacıyla uygulanması gereken politika önerilerinin ortaya konulması çalışmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır.

2. YOKSULLUK KAVRAMI

Yoksulluğun klasik tanımı, asgari yaşam standardına erişememe şeklindeki temel tüketim ihtiyaçları ya da onlar için gerekli olan gelir düzeyine ulaşamama şeklinde yapılabilir. Temel ihtiyaçları karşılayabilmek amacıyla yeterli temel kaynaklara sahip olmayan birey, hane halkı ve toplum yoksul olarak ifade edilebilir. 1970 ve 1980'lerdeki yoksulluk çalışmaları sonrasında da yoksul ile yoksul olmayan arasındaki ayrım; yetersiz kaynaklar ya da zayıf yaşam koşulları gibi farklı tanımlar ile oluşturulmuştur. Dolayısıyla yoksulluğun; çeşitli göstergeler ile doğrudan, dolaylı ve öznel ölçüleri kapsayarak tamamlayıcı ve mutlak bilgi verecek şekilde ölçülmesi gerekli görülmüştür. Bu durumda bizim yoksulluğun ne olduğunu ve yoksulluğu nasıl tanımlamamız gerektiği büyük önem

kazanmaktadır. Nitekim yoksulluk ve refahın, gelirin nasıl ölçüldüğü tamamıyla klasik kabul edilen tanımlamalara bağlı olarak yapılmaktadır. Bu durumda yoksulluk temel ihtiyaçlar ya da yaşamın maddi standartları olarak tanımlanıyorsa; yoksulluğun ölçümünde ekonomik ya da parasal ölçütlerin kullanımı daha uygun olacaktır. Bu bağlamda yoksulluk nedenleri arasında:

• İşsizlik,

• Vergilemede adalet ilkelerini öncelemeyen vergi sistemi,

• Üretim ekonomisinden ziyade rant ekonomisinin ön planda olduğu ekonomik yapı,

• Sık sık yaşanan doğal afetler, savaşlar ve diğer çatışmalar.

• Piyasaların rekabet koşullarından uzak oligopolistik ya da tekellerin baskın olduğu bir yapıda olması,

• Yanlış uygulanan teşvik sistemleri,

• Uzun süre ve yüksek oranlarda yaşanan enflasyon gibi faktörler sayılabilir.

Yoksulluk, insanların bir toplumsal bağıt çerçevesinde birlikte, topluluklar halinde yaşamaya başladığı günden itibaren ortaya çıkmış, üretim ilişkilerindeki gelişim ve değişime her dönemde varlığını sürdürmüş bir iktisadi sorundur. Yoksulluğun bütünüyle toplumsal bir sorun olarak toplumların gündemine gelmesi, bilim insanlarının dikkatlerini bu soruna teksif etmesi 17. yy başlarında gerçekleşmiştir. Günümüzdeki anlamda yoksulluğun geniş boyutlu olarak farklı disiplinlerden bilim insanlarının ilgi alanları arasına girmesi ve çözüm önerilerinin tartışılması endüstri devrimi sürecinden sonra ortaya çıkan kapitalist üretim ilişkilerinin hâkim olduğu süreçte gerçekleşmiştir (Şenses, 2001:32-33).

Yoksulluk ölçütlerine göre yoksulluk türleri;

Mutlak yoksulluk, hanehalkı veya bireyin yaşamını sürdürebilecek asgari imkânlara ulaşamaması, yoksun kalması olarak tanımlanmaktadır. Mutlak yoksulluğun ölçülmesi için bireylerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri amacıyla gerekli olan "asgari tüketim ihtiyaçları"nın belirlenmesi gerekir. Mutlak yoksulluk dünyanın her tarafında görülmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler ve az gelişmiş ülkelerde görülmektedir.

Göreli yoksulluk kavramına göre ise bir birey çevresindeki diğer bireylere göre, sosyal veya finansal olarak net bir şekilde dezavantajlı olduğunda yoksul olarak kabul edilir. Bu durumda yoksul insanlar ile yoksul olmayanlar arasındaki sınıflandırma, incelenen toplumun gelişim derecesine bağlıdır ve farklı bir toplumla kıyaslanamaz. Başka bir ifade ile göreli yoksulluk kavramı, gelir kaynaklarına sahip olma kabiliyeti açısından, bir toplumdaki yoksul hane halkı ile ortalama bir gelire sahip olan hane halkı arasındaki farkı ifade eder (Dumanlı, 1995/6:213).

TUİK tarafından Eylül 2018'de açıklanan yoksulluk verilerine göre Türkiye'de göreli yoksulluk oranı %13,5'tir. Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert medyan gelirinin %50'si dikkate alınarak belirlenen bu

yoksulluk tanımına göre, yoksulluk oranı 2017 yılına göre 0,8 puan düşmüştür. Medyan gelirin %60'ı dikkate alınarak belirlenen yoksulluk sınırına göre de yoksulluk 1,1 puan azalarak %20,1'e gerilemiştir.

Öznel yoksulluk, insanların kendi finansal durumlarının genel öznel değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlama yoksulluk olgusunun bireyden bireye farklı algılaması düşüncesinden hareket eder. Öznel yoksulluk, bireylerin yaşam standartlarından veya gelir, sağlık, boş zaman, çevre veya sosyal uyum gibi belirli yaşam alanlarından düşük düzeyde memnun olması durumunu ifade etmektedir (Buttler, 2013:7).

İnsani yoksulluk, insani gelişimin, uzun, sağlıklı, yaratıcı ve özgür bir yaşam sürmek için temel seçimlerin ve fırsatların elde edilememesi; iyi bir yaşam standardından faydalanama; Siyasi özgürlük ve kültürel seçimler dahil toplumun içine katılamamak gibi hak ve yeteneklerden mahrum kalmayı ifade etmektedir. UNDP, 1997 Yılı İnsani Gelişme Raporu ile ise ilk kez "İnsani Yoksulluk" ifadesi ortaya atılmıştır (Gündoğan, 2008). İnsani yoksulluk endeksi, yetenek yoksunluğunun bir ölçüsüdür; "insan yoksulluğunu" "gelir yoksulluğundan" farklı olarak ele almayı, yani belirli bir tüketim veya gelir seviyesinden ziyade, insanın hayati fonksiyonlarını yerine getirmesi için gerekli temel yetenekleri elde etmedeki başarısızlıklarını yakalamayı hedeflemektedir (UNPD, 2006:7-8).

Bu bağlamda İnsani Yoksulluk Endeksi (HPI), insani gelişmenin üç temel kriteri olarak kabul edilen "uzun ve sağlıklı bir yaşam", "bilgiye ulaşım" ve "insan onuruna yaraşır yaşam koşullarını" dikkate alan bir endekstir. Bu yaklaşıma göre, insanlar yalnızca gelirden değil, fırsatlardan da mahrum kalmaktadırlar. İnsani yoksulluk endeksi gelişmekte olan ülkeler için ve gelişmiş ülkeler için farklı kriterleri dikkate almaktadır. Endeksin hesaplanmasında, gelişmekte olan ülkeler için, Yaşam süresi (40 yaşın altındaki nüfus yüzdesi), Eğitim (Okuma yazma bilmeyen nüfus yüzdesi) ve makul bir yaşam standardı olmak üzere üç kriter dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Diğer taraftan gelişmiş ülkeler için, yaşam süresi (60 yaşın altındaki nüfus yüzdesi), eğitim (Fonksiyonel açıdan okuma yazma bilmeyen nüfus yüzdesi), makul bir yaşam standardı, yoksulluk sınırının altında yaşayanların oranı, gelir yoksulluğu sınırı altında bulunan nüfus yüzdesi ve sosyal dışlanma (Uzun dönem işsizlik oranı) kriterlerinden faydalanılarak hesaplanmaktadır (Kaynak, 2011:102).

3. YOKSULLUĞUN NEDENLERİ VE TÜRKİYE'DE YOKSULLUK

Yoksulluk çok boyutlu, farklı disiplin ve yaklaşımlara göre farklı algılanıp tanımlanan bir olgu olduğundan nedenleri net olarak sıralamak mümkün değildir. Çünkü yoksulluğun nerede, ne zaman ve ne şekilde oluştuğu önemlidir. Nitekim yukarıda da belirttiğimiz tüm unsurlar yoksulluğun nedenlerinde de önemli değişikliklere yol açmaktadır. Yoksulluğun kaynakları ülkeden ülkeye, ülkelerini gelişmişlik seviyelerine göre farklılaşmaktadır. Hatta aynı ülke içinde yaş, dini inanç, etnik köken, eğitim düzeyi gibi faktörlerin yoksulluğa neden olduğu gözlenmiştir.

3.1 Büyüme, Gelir Dağılımı ve Yoksulluk

Gelir dağılımı, bir ülkede üretim sürecinde elde edilen toplam hasılanın, hanehalkları, üretim faktörleri ve coğrafi bölgeler arasındaki dağılımını gösterir. Adaletsiz gelir dağılımı ise elde edilen gelirin büyük bölümünün, toplumun küçük bir azınlığı tarafından kullanılması ve geri kalan nüfusun yoksullukla mücadeleye zorlanmasını ifade etmektedir. Dolayısıyla gelir dağılımını etkileyen faktörler analiz

edilirken yoksulluk kavramının da dikkate alınması gerekmektedir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde, bu değişkenler arasındaki ilişki daha açık ve net gözlenmektedir.

TUİK, Eylül 2018 yılı verilerine göre ise Türkiye'de toplam gelirden en fazla payı alan en üst grup milli gelirin %47,4'ünü almıştır. TUİK'in araştırmasında sonuçların kıyaslanabilirliğinin sağlanması amacıyla, hanehalkının büyüklük ve kompozisyonu gibi özelliklerine dikkat edilerek hesaplanan, eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert geliri verileri göz önüne alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; en yüksek gelirli, ilk %20'lik gelir grubunun toplam gelirden aldığı 2016'ya göre 0,2'lik bir artışla %47,4'e, en düşük gelirli yüzde 20'lik grubun payı ise 0,1'lik artışla %6,3'e yükselmiştir. En zengin %20'lik grubun aldığı payın, en yoksul %20'lik grubun gelirine oranını ifade eden P80/P20 oranı ise 0,2'lik azalışla 7,5'e gerilemiştir. 2016'ya göre 0,001'lik bir artış gösteren Gini katsayısı ise 0,405'e yükselmiştir.

Tablo 1: Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirine göre sıralı yüzde 20'lik gruplar, 2016, 2017

%20'lik Fert Grupları	2016	2017
En Düşük %20'lik Dilim	6,2	6,3
İkinci %20'lik Dilim	10,6	10,7
Üçüncü %20'lik Dilim	15,0	14,8
Dördüncü %20'lik Dilim	21,1	20,9
En Yüksek %20'lik Dilim	47,2	47,4
Toplam	100	100
P80/P20 Oranı	7,7	7,5
Gini Katsayısı	0,404	0,405

Kaynak: tuik.gov.tr/2018

3.2 Eğitim ve Yoksulluk

Eğitim seviyesi ile yoksulluk arasındaki ilişki göz ardı edilemeyecek türden bir ilişkidir. Daha önce yapılan yoksulluk tanımlarından da yola çıkıldığında, yoksulluk yalnızca gelir yoksulluğu ile sınırlandırılamayacak, insani yaşam standartlarına erişememeye kadar uzanan geniş bir kavramdır. Eğitim seviyesi ise çeşitli yoksulluk türlerinin ortaya çıkışındaki en temel faktörlerden biridir. Zira eğitim seviyesi ile istihdam ve elde edilen gelir arasında güçlü bir ilişki vardır ve eğitim seviyesi arttıkça

artan beşeri sermaye, daha yüksek vasıflar gerektiren ve dolayısıyla geliri daha fazla iş bulma imkânının doğmasını sağlamaktadır. Diğer taraftan, eğitim seviyesinin insani yaşam standartlarını yakalamak için gerekli yeteneğin elde edilmesinde oynayacağı rol ise tartışmasızdır. Bu nedenle eğitim seviyesi arttıkça hem gelir yoksulluğunun hem de insani yoksulluğun düşmesi beklenir.

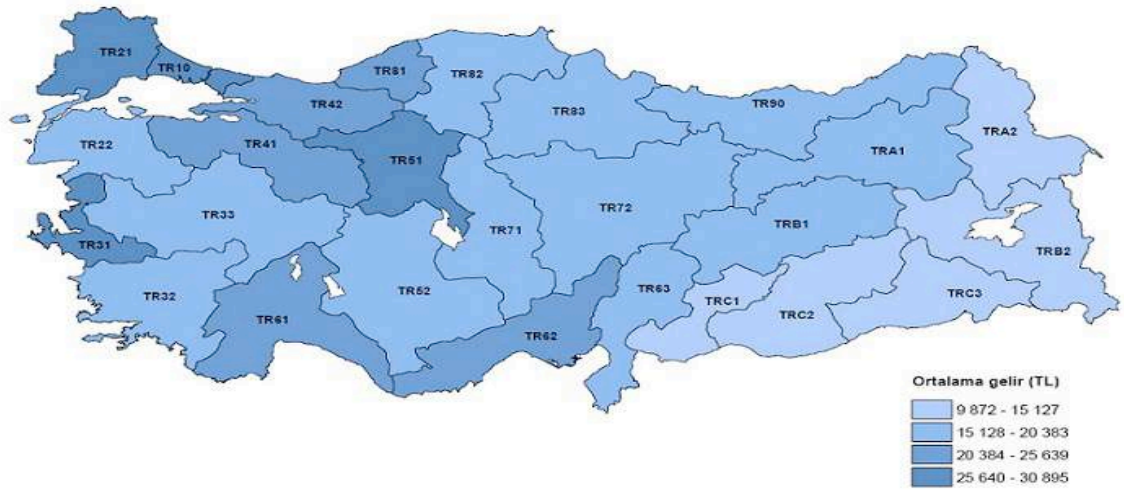
Eğitim seviyesinin yükseltilmesi bireysel gelirleri yükselten ve dolayısıyla yoksulluğu azaltan etkileri nedeniyle, yoksullukla mücadelede kullanılan önemli sosyal politika aracıdır (Çalışkan, 2007:303). Bireylerin eğitim seviyelerinin yükselmesi, gelirlerini yükselterek yoksulluk oranını düşürecektir.

TUIK verilerine bakıldığında eğitimin yoksullukla ilişkisinin Türkiye'de içinde geçerli olduğu görülmektedir. Türkiye'de Okur-yazar olmayanların %25,4'ü yoksul iken, yükseköğretim mezunlarının yalnızca %1,5'i yoksul olarak sınıflandırılmıştır. Göreli yoksulluk oranına göre Türkiye'de okur-yazar olmayanların %25,4'ü, bir okul bitirmeyenlerin %21,7'si yoksul kategorisine girmektedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe yoksulluk oranı beklentilere göre düşmektedir. Göreli yoksulluk oranı Lise altı eğitimlilerde %11,7, lise ve dengi okul mezunlarında ise %5,5'e gerilemektedir. Türkiye'de en düşük yoksulluk oranına sahip eğitim basamağı teorik beklentiler çerçevesinde %1,5 yükseköğretim mezunlarıdır.

3.3 İşsizlik ve Yoksulluk

İşsizlik ve yoksulluk arasında birbirini besleyen bir ilişki söz konusudur. Bu iki değişken birbirinin hem nedeni hem de sonucudur. Zira işsiz bireyler başka bir gelire sahip olmamaları durumunda yoksulluk ile karşı karşıya geleceklerdir. Ayrıca bu durumda toplumda işsizliğin artması tüketimi azaltacağı için, üretim de buna paralel olarak düşer ve dolayısıyla yoksulluğun devamında ortaya yine işsizlik çıkacaktır (Güler, 2010:130). Bu nedenle işsizlik olgusu diğer gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler gibi Türkiye'nin de en önemli sorunlarındandır. TUIK 2018 gelir ve yaşam koşulları araştırması bölgesel sonuçlarına göre Türkiye'de 2007'de en yüksek gelir istihdamın en fazla olduğu TR10 (İstanbul) Bölgesine ait olmuştur. Gelir eşitsizliği en düşük bölge ise TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt) olmuştur.

Grafik 1: Ortalama yıllık eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert geliri, 2017 (2018)



Kaynak: Tuik.gov.tr/2018 Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması.

3.4 Göç ve Yoksulluk

Yoksulluk ve göç arasındaki ilişki, farklı açılardan irdelenebilecek, karmaşık bir ilişkidir. Göç ve yoksulluk arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara göre, bir yandan göç nedeniyle kentsel yoksulluk artmaktayken, diğer taraftan yoksulluk nedeniyle göç eğilimi azalabilmektedir (Güneş, 2012:189). Zira farklı toplum kesimlerinin göç etme nedenleri ve eğilimleri arasında önemli farklılıklar olabilir. Örneğin, yoksulların toplumun geri kalanına göre mekân değiştirebilme imkânı daha az olabilir. Ayrıca yapısal uyum sürecinde ve zaman zaman meydana gelen krizler nedeniyle kırsal nüfus için büyük kentlerin çekiciliği azalmaktadır ve bu da kentsel yoksulluk artışlarını bir ölçüde durdurmaktadır. Benzer şekilde, değişik etnik gruplar, kendi hesabına çalışanlar ve işsizler ile gibi değişik grupların göç etme eğilimleri de farklı olabilir. Birçok ülkede, kırdan kente göç dolaylı olarak özendirilmiş ve göç edenlerin kamu arazilerine yerleşmesine göz yumulmuştur. Daha sonra ise bu bölgelere düşük seviyede de olsa, altyapı ve diğer kamu hizmetleri sunulmasını sağlanmışlardır (Şenses, 2001:161-162). Plansız bir şekilde gerçekleştirilen göç kentlerde yoksulluğun artmasına sebep olurken, kent dokusunun bozulmasına da neden olmuştur.

Göç sonunda yoksul bireylerin, yerleştiği yerleşim yerlerindeki yoksulluk düzeylerinin üzerindeki etkisi belirsizdir. Ayrıca göç alan ve göç veren bölgelerin demografik ve sosyo-ekonomik yapısı, göçün kalıcılığı, göçmenlerin bireysel nitelikleri ve göç sonrası istihdam edildikleri sektörler gibi faktörler yoksulluk göstergelerini önemli şekilde etkilemektedir.

Türkiye'de bölgeler arası eşitsizlikler de yoksulluğu arttıran önemli sebeplerden birisidir. Çünkü bu eşitsizlikler düşük insani kalkınma, eğitim ve sağlık konusunda yetersizlikleri ve cinsiyete bağlı eşitsizlikleri de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla gün geçtikçe istihdamsız büyüme sonucu yoksulluk derinleşmektedir.

4. YOKSULLUKLA MÜCADELE YAKLAŞIMLARI

Türkiye'de yoksulluğun sebepleri arasında sınıfsal dağılımındaki eşitsizliğin, gelir dağılımındaki eşitsizliğin ve uygulanan sosyo-ekonomik politikalar ile göç sorunsalı yanı sıra, yaşanılan bölgenin kır ya da kent oluşuna, yaşanılan bölgeye, hanehalkı büyüklüğüne, kişinin cinsiyetine ve eğitim seviyesine ayrıca işgücü piyasalarının durumuna bağlı olarak da yoksulluk profili farklılık göstermektedir. Türkiye'de yoksulluğun önemli boyutlarda olmasının yanı sıra, yoksulluğun dağılımı da bölgeden bölgeye değişmekte ve kırsal yerleşim alanları ile kentsel yerleşim arasında önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Şenses'e göre "yoksulluğun belirli bölge ve yerleşim yerlerinde ve özellikle bu yerlerde yaşayan belirli etnik gruplar üzerinde yoğunlaşması ciddi siyasal yansımaları olabilecek önemli bir konudur" (Şenses 2001:134).

Yoksulluk sorununun çözülmesinde Türkiye'de, genel olarak dolaylı yaklaşım benimsenerek, yoksulluk probleminin çözümü için aktif politikalar uygulamak yerine, ekonomik büyümeyenin gerçekleştirilerek, sorunun kendi kendine çözülmesi beklenmiştir. Ancak bu yaklaşımın yoksulluğa çözüm getirememesi üzerine doğrudan mücadele yöntemlerine başvurulmuştur (Gündoğan, 2008). Bu nedenle, yoksulluğun çözümü için gelir dağılımı adaletinin sağlanması ve ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesine yönelik politikaların uyumu önemlidir. Yoksulluğu önlemeye yönelik başlıca yöntemler ise şunlardır:

Ekonomik kalkınma politikaları,

Sosyal kalkınma politikaları,

Sağlık ve eğitim hizmetleri,

Kadın ve çocuklarda yoksullukla mücadele,

Aile destek programları,

İstihdam arttırıcı projeler.

Türkiye'de yoksulluk, gelir dağılımı adaletsizliği, yoksullukla mücadele konusunda yapılan çalışmaların veya uygulanan politikaların yetersizliği gibi sorunların giderek büyüdüğü kabul edilmeli ve yoksullukla mücadele konusunda etkin, verimli, bütün ve kapsamlı politikalar üretilip, yoksullukla mücadeleye ilişkin birey veya hanelere hizmet sunan kuruluşların işlevselliği ve kurumsal kapasitesi arttırılmalıdır. Türkiye'de ekonomik büyüme politikalarının yanında eğitim ve sağlık sisteminin geliştirilmesi, insani büyümeye değer verilmesi, kadın ve çocukların dezavantajlı durumdan kurtarılması gibi sosyal politikalara da ağırlık verilmesi yoksulluğu önleme açısından şarttır. Yoksulluk nedeniyle beslenme, sağlık ve eğitim düzeyleri gerileyen kesimler özgüvenlerini kaybedecekler, durumu iyi olanların da moral ve verimleri düşecektir. Mevcut yoksulluk azaltılmazsa yoksulluğa karşı duyarsızlık artacak ve sonuçta toplumsal doku giderek çözülecektir (Bekdik, 1998:47). Gelir dağılımının düzeltilmesi için eğitim ile beşeri sermayenin geliştirilmesi gerekmektedir. Eğitim, emeğin verimliliğini arttırarak bireyi gelir yaratan bir unsur haline getirecektir. Bunun için, değişik sosyal gruplar, değişik

gelir dilimindeki insanlar ve cinsiyetler arasında eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanması gerekmektedir (Kasnakoğlu, 1998:127).

Ayrıca eğitim Türkiye'de vatandaşların gelir seviyesini yükseltecek, yeni yatırımların yapılabilmesini sağlayarak işsizlik oranını düşürecek önemli bir role sahiptir. Bu gerçekleştirilebildiği takdirde yoksulluğun ekonomik boyutunu oluşturan gelir faktörü daha yaşanabilir bir düzeye ulaştırılmış olacaktır (Çakır-Özdemir, 2007:306). Türkiye'de özellikle parasız kitlesel eğitimin yerini giderek özelleştirilmiş eğitim kurumlarının alması ve uygulanan çeşitli harçlar yoluyla eğitimin paralı hale getirilmesi, fırsat eşitsizliğini daha da arttırmış ve eğitimin bir ayrıcalık unsuru haline gelmesine neden olmuştur (Şenses, 2002:262-289).

Dolayısıyla günümüzde gelişmişlik derecesi ne olursa olsun tüm dünyada gelir dağılımı eşitsizliği ve yoksulluk sorunu, ekonomik koşullara ve politikalara bağlı olarak artmaktadır. Bu nedenle gelir dağılımının iyileştirilmesi, yoksulluğun azaltılması son yıllarda ülkeler için çözülmesi gereken öncelikli sorunken, Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar da bu alanda harekete geçmiştir. Bu durum Türkiye için de geçerlidir. Türkiye'de hep var olan gelir dağılımında eşitsizlik sorunu genelde arka planda bırakılmış ve sonuç olarak yoksulluk kıskacından kurtulamamıştır. Nitekim 1980 sonrası dönemle birlikte kapitalist sistemle tam iç içe girmiş ve sistemin getirdiği olumsuzlukları tam anlamıyla tüm alanlarda yaşamıştır. Emek değersizleşmiş, yaşanan ekonomik krizlerle birlikte işsizlik oranları artmış ve zamanla yoksulluk sadece işsizlerin karşılaştığı bir sorun olmaktan çıkmış, çalışanları da etkilemeye başlamıştır. Nitekim bu süreç halkın yoksullaşma sürecini de hızlandırmıştır. Ayrıca Türkiye'de yoksulluk üzerinde önemli etkisi olan bölgesel eşitsizliğin yüksek olması işsizliği ve dolayısıyla yoksulluğu arttırmıştır.

Yoksullukla mücadelede etkinliğin sağlanması için ise büyümenin yapısal ve niteliksel boyutuna daha fazla önem verilmelidir. Büyümenin insani gelişmeyi sağlaması, yoksulluğu azaltması, çevreyi koruması ve sürdürülebilir olması gerekmektedir. Bu bağlamda toplumda belirli bir sosyal statüsü olmayan, temel ihtiyaçların dışında başka mal ve varlığa sahip olmayan, söz ve güç sahibi olamayan hane ve bireyler için de geçerlidir. Irk/ etnik köken, cinsiyet, sosyal sınıf, siyasal unsurlar, eğitim durumu, dini inanç gibi unsurlara maruz kalan kesim de kendilerini ayrımcılığa maruz bırakanların eriştiği sosyal ve ekonomik imkânlara erişmede zorluk yaşaması engellenmelidir. Bununla birlikte işsizlik, ücretlerin az olması, kazanılan ücretle hanehalkının ihtiyaçlarının karşılanamaması gibi nedenler, yoksulluğa maruz kalmada etkili olan önemli unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye'de yoksulluğun giderilmesi, yoksulluğun daha yoğun olduğu bölgelerde milli ekonominin istikrarlı bir şekilde büyümesine bağlıdır. Yoksullukla mücadelede hızlı büyüme yeterli olmamakta, aynı zamanda eşitlikçi bir vergi politikası ve başta istihdam olmak üzere işgücü piyasalarına yönelik önlemlerle büyümenin desteklenmesi gerekmektedir. Büyümenin istihdamı da arttıracak biçimde gerçekleşmesini sağlayacak iktisat politikası önlemleri alınmalıdır. Bu politikalar yatırımların düzeyini

ve yapısını değiştirerek uzun vadede sonuç vereceklerdir (Buğra-Sınmazdenir, 2007:93). Ayrıca ülke gelişimini sağlayabilmek ve yoksullukla mücadele edebilmek için ayrıca hem kadının ve dolayısıyla da hem çocuğun mağduriyetini sonlandırmak gerekmektedir. Kadının ekonomiye ve kalkınmaya entegrasyonunun sağlanması, ülkenin gelişmesi için şarttır. Bu da kadının eğitim durumunun, istihdam imkanlarının, işgücü verimliliğinin arttırılmasıyla mümkün olacaktır. Bu amaç doğrultusunda kadınlara fırsat ve kaynak yaratılması sağlanmalıdır (Sevindi, 1998:196).

Bu bağlamda Türkiye'de tüm bu sorunlar karşısında birtakım politikaların geliştirilmesi, milli gelir ve vergi politikalarının oluşturulması, çalışanların haklarının yeniden düzenlenmesi, eğitim, sağlık, hizmetlerinin sağlanması, istihdamı teşvik edici politikaların uygulanması gibi önlemlerle, devlet müdahalesiyle önüne geçilmeye çalışılmış ve yoksullukla mücadele yaklaşımları uygulamaya konulmuştur. Fakat Türkiye'de yardım ve hizmetler için oluşturulmuş yasa ve örgütlerin fazla olması bu sorunlarla mücadele edilerek kalıcı çözümler üretildiği anlamına gelmemektedir. Çünkü kuruluşlar veya örgütler arası işbirliği ve uygulama eksikliğinin bulunması, yoksulluk ve sosyal yardım sınırlarına ilişkin net bir tutumun olmaması ile birbiriyle tutarlı politikaların uygulanamaması hizmet tekrarına düşmeye, kaynak israfı ve hatta zaman zaman keyfi uygulamalara yol açmaktadır. Dolayısıyla öncelikle gelir dağılımını daha adil bir şekilde gerçekleştirebilmek gerekmektedir. Bunun için de devletin sosyal güvenlik haklarını geliştirmesi ve mümkün olduğunca geniş kitlelere ulaşmasını sağlaması gerekmektedir. Devlet bu amaçla sosyal transfer ödemeleri yaparak milli gelirin düşük gelirliler lehine yeniden dağılımını sağlamakta; yoksulluğun ve en önemlisi de bağımlılığın azaltılmasında etkili ve kalıcı bir rol oynamaktadır.

SONUÇ

İnsanlık tarihi kadar eski bir sorun olan yoksulluk, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kendini farklı şekillerde gösterdiği gibi, yoksulluğun temelindeki nedenler ve boyutları da değişiklik göstermektedir. Yoksulluk, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren uluslararası kuruluşların önemle üzerinde durduğu bir konu olmaya başlamıştır. Bu durum, giderek zenginleşen yapıların karşısında dünyadaki gelir dağılımı adaletsizliğinin az gelişmiş ülkeleri fazlasıyla mağdur etmesine yol açmıştır.

Yoksulluğa neden olan faktörler, hem makro düzeyde ülkelerin yaşadığı sorunlar hem de mikro düzeyde bireylerin yaşam koşullarıyla yakından ilişkilidir. Yerleşim yerinin özellikleri de bireylerin gelir durumları üzerinde etkili olmakta ve sosyo-ekonomik yapılarını etkilemektedir. Az gelişmiş bölgelerde imkânlar kısıtlı olduğundan, bu bölgelerde yaşayan insanlar da bu koşullar çerçevesinde yaşamlarını devam ettirmek zorunda kalmaktadırlar. Farklı sebeplerden ötürü yaşadıkları yerden göç eden ve yeni bölgelere yerleşen haneler de aynı sıkıntıyı yaşamaktadırlar. Göç durumu hanelerin daha önce yaşadıkları bölgelerdeki standartlara ulaşamamasına neden olmakta ve yeni yerleştikleri yerlerde bu hanelerin gelirleri de ihtiyaçlarını karşılayamama riski ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla göçle birlikte, topluma uyum sağlamaya çalışan bu aileler veya bireyler sosyal dışlanmaya maruz kalmaktadır.

Ayrıca Türkiye'de yoksulluk, gelir dağılımı adaletsizliği, yoksullukla mücadele konusunda yapılan çalışmaların veya uygulanan politikaların yetersizliği gibi sorunların giderek büyüdüğünü kabul etmeli ve yoksullukla mücadele konusunda etkin, verimli, bütüncül ve kapsamlı politikalar üretip, yoksullukla mücadeleye ilişkin fertlere veya hanelere hizmet sunan kuruluşların işlevselliğini ve kurumsal kapasitesini artırmalıdır. Vergi gelirlerinin GSYH'ya oranı OECD ülkelerine kıyasla oldukça düşüktür. Bu nedenle vergi tabanının genişletilmesine ve vergi gelirlerinin artırılmasına yönelik çalışmalar gerçekleştirilmeli, kişisel gelir ve karlar üzerinden alınan vergiler artırılmalıdır. Adaletsiz bir vergi türü olan dolaylı vergiler ise azaltılmalı, adil bir vergi sistemi inşa edilmelidir. Bu kapsamda Vergi kaçakçılığı ve kayıt dışı ekonomi azaltılmalı ve vergi gelirlerinin artırılmasıyla birlikte transfer politikalarının etkinliği sağlanmalıdır.

Makroekonomik istikrarla birlikte, sürdürülebilir büyüme sağlanmalı, etkin vergi ve transfer politikalarıyla birlikte gerçekleştirilecek sosyal harcamalar ile özellikle beşeri sermayeyi artırıcı eğitim ve sağlık hizmetlerine yönelik yatırımlar artırılmalıdır. Yatırımlardaki artışla birlikte hizmetlerin niteliklerinde de artış sağlanarak, yoksul kesimin hizmetlere ulaşımı temin edilmeli ve ekonomik büyümenin yoksul yanlı olması sağlanmalıdır. Sosyal yardımlara yönelik bütçeler artırılmalı bununla birlikte, yoksullukla mücadelenin yalnızca para akıtılarak gerçekleştirilemeyeceği göz önünde bulundurulmalıdır.

KAYNAKLAR

Awad, Y. ve Nirit I.: "Poverty and Income Inequality: An International Comparison'', July 1997, s. 2-38.

Bekdik, M.: ''Yoksulluğu Önleme Stratejileri, Sivil Toplum Kuruluşları Diyaloğu'', Diyarbakır, 29–31 Mayıs 1997, İstanbul, TESEV, 1998, s.47.

Buğra, A., Sınmazdenir, N. T.: "Yoksullukla Mücadelede İnsani ve Etkin Bir Yöntem: Nakit Gelir Desteği". Bir Temel Hak Olarak Vatandaşlık Gelirine Doğru, Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Politika Forumu, Çev. İsmail Çekem, Der. Ayşe Buğra, Çağlar Keyder, İstanbul, İletişim Yayınları, 2007, s.93.

Buttler, F, "What Determines Subjective Poverty? An Evaluation of the Link Between Relative Income Poverty Measures and Subjective Economic Stress within EU? DFG Research Unit Horizontal Europeanization, 2013.

Çakır, M. Özdem A.: "Türkiye'de Yoksulluğun İnsani Gelişme Endeksiyle İncelenmesi", Küresel Yoksulluk, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İ.İ.B.F,

IV. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Bildiriler Kitabı, Çanakkale, 19-21 Ekim 2007, s.306.

Çalışkan Ş.: ‘‘Eğitim-İşsizlik ve Yoksulluk İlişkisi’’ Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 7 (13), 2007, s. 285-306. dergipark.gov.tr/download/article-file/289512 (01.05.2018),.

Gündoğan, N.: “Türkiye’de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele”, Ankara Sanayi Odası,(Ocak-Şubat) 2008, s.43.

Güneş, F.: “Göç, Yoksulluk ve Sosyal Politika”, Türkiye’de İç Göçün Sosyo-Ekonomik Sonuçları ve Adana Özelinde Değerlendirmesi, 2012.

Işığıçok, E.: “Türkiye’de Gelir Dağılımı ve 1987-1994 Gelir Dağılımı Araştırmalarının Karşılaştırmalı Bir Analizi”, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 1998, s.16.

Kasnakoğlu, Z.: “Türkiye’de Gelir Dağılımı”, Yoksulluğu Önleme Stratejileri, Sivil Toplum Kuruluşları Diyaloğu, Diyarbakır, 29–31 Mayıs 1997, İstanbul, TESEV, 1998, s.127.

Kazgan, G.: “Tanzimat’tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi”, 1.Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayını, 2004, 131.

Sevindi, N.: “Kadın ve Yoksulluk”, Yoksulluğu Önleme Stratejileri, Sivil Toplum Kuruluşları Diyaloğu, İstanbul TESEV, 1998, s.193-196.

Şenses, F.: ‘‘Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk’’, 2. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 2001, s. 94-170.

Şenses, F.: “Yoksullukla Mücadelenin Neresindeyiz?: Gözlemler ve Öneriler”, İktisat Üzerine Yazılar 1 Küresel Düzen: Birikim, Devlet ve Sınıflar- Korkut Boratav’a Armağan, Ahmet Haşim Köse, Fikret Şenses ve Erinç Yeldan (Ed.), İstanbul: İletişim Yayınları, 2003, s.262-289.

UNPD, “Poverty in Focus: What is Poverty, Concepts and Measures”, 2006, https://ipcig.org/pub/IPCPovertyInFocus9.pdf.

İnternet Kaynakları:

http://www.tuik.gov.tr

http://www.worldbank.org.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Çevre kirliliği ile mücadelede plastik poşet vergisi: Türkiye'de ücretli poşet uygulaması

Full Text / Tam Metin

Ufuk Selen[1], Çağlayan Tabar[2]

Özet

Plastik poşetler günlük hayatta çok sık kullanılan ürünlerden biridir. Ancak plastik poşetler üretim ve tüketim aşamasında çevre kirliliğine neden olmaktadır. Plastik poşetlerin kullanımını ve dolayısıyla neden olduğu çevre kirliliğini azaltmak amacıyla çeşitli politikalar uygulanmaktadır. Bu politikalardan biri de plastik poşet satışından vergi almaktır. Böylece plastik poşet kullanımının azaltılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla ülkemizde de benzer şekilde 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren plastik poşetlerin ücret karşılığı verilmesi ve bu ücretin bir kısmının devlete geri kazanım katılım payı olarak ödenmesi zorunlu hale gelmiştir. Çalışma bu uygulamanın değerlendirilmesini amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler— *Piyasa Başarısızlığı, Dışsallıklar, Plastik Poşet Vergisi*

Plastic bag tax in the struggle against environmental pollution: Plastic Bag Pricing in Turkey

Abstract

Plastic bags are one of the most commonly used products in daily life. However, plastic bags cause environmental pollution during the production and consumption phase. Various policies are implemented in order to reduce the use of plastic bags and thus environmental pollution. One of these policies is to take taxes from sales of plastic bags. Thus, it is aimed to reduce the use of plastic bags. For this purpose, as of 1 January 2019, in our country, it has become obligatory to give plastic bags for a fee and to pay a part of this fee as a share of return to the state. The study aims to evaluate this practice.

Keywords— *Market Failure, Externalities, Plastic Bag Tax*

JEL Classification Codes: *H23*

[1] Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Türkiye, uselen@uludag.edu.tr
2 Ar. Gör., Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Türkiye, ctabar@uludag.edu.tr

1. GİRİŞ

Piyasa başarısızlığı türü olarak negatif dışsallık, bir üretim veya tüketim faaliyetinin başka bir üretim veya tüketim faaliyetini olumsuz etkilemesi ve bu olumsuz etkinin tazmin edilmemesidir. Negatif dışsallığın en yaygın örneği çevre kirliliğidir. Kıt bir kaynak olan çevreyi etkin kullanmak ve negatif dışsallığı içselleştirmek amacıyla devlet farklı araçlarla müdahalede bulunmaktır. Devletin çevresel dışşallıkları içselleştirmek amacıyla kullandığı en önemli müdahale araçlarından biri ise vergilerdir. Devlet çevre kirliliğine neden olan ürünler üzerine vergi koyarak söz konusu ürünlerin tüketimini azaltmayı amaçlamaktadır. Plastik poşet vergisi de bu amaçla kullanılan bir vergi türüdür. Plastik poşetler petrol türevi ürün içermesi nedeniyle üretim ve tüketim süreçlerinde çevre kirliliğine neden olmakta, doğa ve deniz yaşamı ile tarımsal üretim alanlarını olumsuz etkilemektedir. Plastik poşet vergileriyle üretim, ithalat veya tüketim düzeyinde alınan vergi ile plastik poşetlerin dışsal maliyetlerini fiyat mekanizmasına dahil ederek talebin düşürülmesi amaçlanmaktadır. Birçok ülke plastik poşetlerin neden olduğu çevre kirliliğini azaltmak amacıyla plastik poşet vergisini kullanmaktadır. Türkiye'de de 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren ücretli poşet uygulaması zorunlu hale getirilmiştir. Uygulamada poşet ücretinin en az 25 kuruş olma zorunluluğu bulunmaktadır. Söz konusu ücretin 15 kuruşu devlete "Geri Kazanım Katılım Payı" olarak ödenmektedir. Her ne kadar ilgili kanunda devlete ödenen kısmın ismi "Geri Kazanım Katılım Payı" olarak ifade edilse de, uygulama plastik poşet vergisi özelliklerini taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de de 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren uygulanmaya başlanan ücretli poşet uygulamasını değerlendirmektir.

2. PİYASA BAŞARISIZLIK UNSURU OLARAK DIŞSALLIKLAR

Neoklasik ekonomi teorisine göre ekonomide kaynakların tahsis mekanizması piyasadır. Bu teoriye göre devlet "kalıntı" olarak görülmektedir. Yani piyasa ekonomisinin çalışmadığı veya yetersiz çalıştığı alanlarda devletin müdahalesine ihtiyaç duyulmaktadır. Piyasanın hangi durumlarda çalışmadığı veya eksik çalıştığı ve bu durumlarda devletin hangi amaçlarla mücadele edeceği "piyasa başarısızlığı" teorisi ile açıklanmaktadır. Bu bağlamda piyasa başarısızlığı teorisi neoklasik iktisat ile maliye teorisinin buluştuğu olanlardan birini oluşturmaktadır(Kirmanoğlu, 2011). Kamusal mallar, tekeller ve dışsallıklar piyasa başarısızlığını oluşturan başlıca alanlardır.

Yukarıda ifade edildiği gibi piyasa başarısızlıklarını oluşturan alanlardan biri dışsallıklardır. Stiglitz dışsallıkları bir birey ya da firmanın başka bir birey ya da firma üzerinde etki yapan ve etki altında kalanın bu etkinin bedelini ödemediği ya da ödettirilmediği eylemler olarak tanımlamıştır(Stiglitz, 2000). Dışsallıklar genellikle pozitif ve negatif dışsallık olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bir üretim veya tüketim faaliyeti sonucunda söz konusu faaliyet ile bir ilişkisi bulunmayan üçüncü kişilerin fayda sağlamasına pozitif dışsallık adı verilmektedir. Pozitif dışsallığın var olduğu durumlarda sadece özel yararlar dikkate alındığı ve dışsal faydalar fiyata yansıtılamadığı için piyasadaki üretim miktarı optimum üretim miktarının altında gerçekleşmektedir. Bir üretim veya tüketim faaliyeti sonucunda söz konusu faaliyet ile bir ilişkisi bulunmayan üçüncü kişilere bir maliyet yüklenmesine ise negatif dışsallık adı verilmektedir. Negatif dışsallığın var olduğu durumlarda sadece özel maliyetler dikkate alındığı ve dışsal maliyetler hesaba katılmadığı için üretim miktarı optimum üretim miktarının üzerinde gerçekleşmektedir.

3. ÇEVRE KİRLİLİĞİ VE DIŞSALLIK İLİŞKİSİ

Çevre, insan ve diğer canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri dış ortamı ifade etmektedir. Bir toplumda yaşayan bireyler, tükettikleri özel mallarla birlikte serbestçe ya da ortaklaşa kullandıkları (hava, güneş, orman, deniz ve göller gibi) çevreden de fayda sağlarlar. Bununla birlikte toplum üyelerinin ortaklaşa ya da serbestçe yararlandığı bu malların niteliği piyasadaki ekonomik faaliyetlerden (ürettim ve tüketim faaliyetlerinden) etkilenmektedir. Serbest mal olan çevrenin niteliğinde özel ekonomik faaliyetler nedeniyle meydana gelen bozulma toplum refahını olumsuz etkilemektedir(Tokatlıoğlu ve Selen, 2019).

Bir ekonomik birimin üretim ya da tüketim faaliyeti sırasında sosyal ve ekolojik çevrede neden olduğu bozulmalara ve negatif etkilere çevresel dışsallıklar adı verilmektedir. Çevresel dışsallıkların ortaya çıkmasında sanayileşme, aşırı nüfus artışı, teknolojik gelişmeler ve kentleşme gibi birçok faktör rol oynamaktadır. Fakat bu faktörler içerisinde ekonomik faktörlerin payı oldukça yüksektir. Çevre üzerindeki mülkiyet haklarının tam olarak belirlenememesi ya da çevre ile ilgili bir piyasanın olmaması çevresel kaynakların aşırı kullanımına ve çevresel dışsallıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla çevresel dışsallıkların içselleştirilmesinde kamu müdahalesine ihtiyaç duyulmaktadır(Benk, 2006).

4. PLASTİK POŞET VERGİSİ VE TÜRKİYE'DE ÜCRETLİ POŞET UYGULAMASI

Devletin çevresel dışşallıkları içselleştirmek amacıyla kullandığı en önemli müdahale araçlarından biri ise vergilerdir. Devlet çevre kirliliğine neden olan ürünler üzerine vergi koyarak söz konusu ürünlerin tüketimini azaltmayı amaçlamaktadır. Dışsallıklar üzerinden vergi alma düşüncesi ilk olarak Pigou tarafından ortaya atılmıştır. Bu sebeple söz konusu vergiler literatürde "Pigoucu vergiler" olarak da adlandırılmaktadır. Pigou dışsallığın varlığı durumunda piyasa mekanizmasına müdahale ederek etkinliği sağlamak için üretimde ve tüketimde negatif dışsallığa yol açan malın her bir biriminden üretimin optimal düzeyde olmasını sağlayacak kadar vergi alınmasını, üretimde veya tüketimde pozitif dışsallık durumunda ise pozitif dışsallığa yol açan malın her biriminden piyasa dengesinin sağlandığı durumdaki pozitif dışsal yarar kadar negatif vergi alınmasını yani her birim mala piyasa dengesinin sağlandığı durumdaki kadar sübvansiyon sağlanmasını savunmaktadır(Öztürk, 2007). Vergi, bu amaca ulaşmak için çıktı birimi başına marjinal dış maliyete eşit olmalıdır (Hyman, 2010).

Plastik poşet vergisi de bu amaçla kullanılan bir vergi türüdür. Plastik taşıma poşetleri satın alınan ürünlerin satış noktasından eve taşımak için yaygın bir şekilde kullanılan ürünlerdir. Hafif, kullanışlı, sağlam ve çok ucuz olmaları nedeniyle perakendeciler ve tüketiciler tarafından çok sık kullanılmaktadır(Jalil, Mian ve Rahman, 2013). Ancak plastik poşetlerin üretimi petrol kullanımını arttırmakta, tüketimi sonrası çevre kirliliğine neden olmakta, doğal ve deniz yaşamını olumsuz etkileyerek tarımsal verimliliği ve üretimi olumsuz etkilemektedir(Kılıçer,2018). Dolayısıyla plastik poşetlerin kullanılması çevre kirleterek çevresel dışsallıklara neden olmaktadır.

Birçok ülke plastik poşetlerin çevreye verdiği zararları azaltmak amacıyla çeşitli yöntemler uygulamaktadır. Bunlardan bazıları, parakende aşamasında vergi uygulaması, imalat ve ithalat

aşamasında çevresel vergi uygulaması, plastik poşetlerin yasaklanması ve gönüllü azaltma yaklaşımı olarak sıralanabilir. Bu önlemler içerisinde en çok kullanılan araçların başında plastik poşet vergileri yer almaktadır. Vergi üretim, ithalat veya tüketim aşamasında alınabilmektedir. Söz konusu vergi ile plastik poşetlerin dışsal maliyetlerinin fiyata dahil edilerek talebinin düşürülmesi amaçlanmaktadır(Kılıçer, 2018).

Çevreyi korumak amacıyla birçok ülkede yer alan ücretli poşet uygulaması ülkemizde de 01.01.2019 tarihinden itibaren uygulamaya girmiştir. Bu uygulamayla birlikte satış noktalarından verilen poşetler için ücret alınması zorunlu hale getirilmiştir. 29.11.2018 tarihinde kabul edilen, 10.12.2018 tarihli ve 30621 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren "Çevre Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile taşıma amaçlı kullanılan plastik alışveriş poşetlerinin ücretlendirilmesi hükme bağlanmış olup bu husus 2872 sayılı Çevre Kanunu Ek Madde 13'te " Kaynakların verimli yönetimi ve plastik poşetlerden kaynaklanan çevre kirliliğinin önlenmesi amacıyla plastik poşetler satış noktalarında kullanıcıya veya tüketiciye ücret karşılığı verilir. Uygulanacak taban ücret 25 kuruştan az olmamak üzere Bakanlıkça oluşturulacak komisyon aracılığı ile belirlenir ve her yıl için güncellenir. Bu maddedeki düzenlemelere ilişkin usul ve esaslar Bakanlıkça belirlenir." şeklinde düzenlenmiştir.

Poşet ücretinin bir kısmı devlete geri kazanım katılım payı olarak ödenmektedir. Plastik poşetler için geri kazanım katılım payı, beyanı ve tahsiline ilişkin hususlar Çevre Kanunu'nun Ek Madde 11'inde ve ekli (I) sayılı listesinde düzenlenmiştir. Çevre Kanuna ekli (1) sayılı listede poşetler için bu payın 15 kuruş olduğu belirtilmiştir. Ancak bu tutar her yıl yeniden değerleme oranına göre değişecektir. Nitekim ilgili kanunun Ek 11. maddesinde “Bu listede yer alan tutarlar takvim yılı başından geçerli olmak üzere her yıl bir önceki yıla ilişkin olarak 4/1/1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanununun mükerrer 298 inci maddesi hükümleri uyarınca tespit ve ilan edilen yeniden değerleme oranında artırılarak uygulanır. Bu şekilde hesaplanan tutarların %5’ini aşmayan kesirler dikkate alınmaz. Cumhurbaşkanı, bu suretle tespit edilen tutarları yarısına kadar artırmaya veya indirmeye yetkilidir” ifadesi yer almaktadır.

Uygulamanın amacı plastik poşetlerin neden olduğu çevresel dışsallıkları fiyata dahil ederek kullanımını ve plastik poşetlerin neden olduğu çevre kirliliğini azaltmaktır. Ücretli poşet uygulamasının yürürlüğe girmesinden sonra açıklanan düzenli bir veri bulunmamaktadır. Ancak Okan Üniversitesi Çevre ve İklim Zirvesine katılan Çevre ve Şehircilik Bakan Yardımcısı Prof. Dr. Mehmet Emin Birpınar plastik poşet kullanımını azaltmak için çıkarılan kanun sonrası beş büyük zincir marketle ilgili istatistiki bilgileri vermiştir. Birpınar, "Geçen yıl bu 5 zincir markette sadece ocak ve şubat aylarında tüketilen poşet miktarı 600 milyon adetti. Türkiye'de her sene toplam 35 milyar poşet tüketiliyor. Bu sene ise yine aynı marketlerde ocak ve şubat aylarında poşet ücretli olunca yüzde 75'lik bir azalmayla 150 milyon adete düştü." ifadelerini kullanmıştır(**https://csb.gov.tr/tuketilen-poset-miktari-600-milyondan-150-milyon-adete-dustu-bakanlik-faaliyetleri-26523)**. Bakanlıktan yapılan bu açıklamalar dikkate alındığında ücretli poşet uygulamasının istenilen yönde etkisini gösterdiği söylenebilir.

SONUÇ

Çevre kirliliği ile mücadele etmek için devletler çeşitli araçlar kullanabilmektedirler. Bu araçlardan biri de vergilerdir. Vergiler çevre kirliliğine neden olan ürünlerin fiyatına dahil edilerek bu ürünlere olan talep kısılmaktadır. Son dönemlerde birçok ülkede kullanılmaya başlanan plastik poşet vergileri de bu amaçla kullanılan vergilerden biridir. Ülkemizde de bu eğilime paralel olarak 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren ücretli poşet uygulaması yürürlüğe girmiştir. Bu uygulama ile birlikte plastik poşetlerin satış noktalarından ücretli olarak verilmesi zorunlu hale getirilmiştir. 2019 yılı için poşetlere uygulanacak taban ücret 25 kuruş olarak belirlenmiştir. Bu ücretin 15 kuruşu ise devlete geri kazanım katılım payı olarak ödenmektedir. Poşet ücretlerinden devlete ödenen payın ismi her ne kadar kanunda geri kazanım katılım payı olarak ifade edilse de aslında plastik poşet vergisi özelliği taşımaktadır. Bu uygulamanın asıl amacı kamu geliri elde etmek değil plastik poşetlerin neden olduğu çevresel dışsallıkları fiyata dahil ederek kullanımını ve plastik poşetlerin neden olduğu çevre kirliliğini azaltmaktır. Uygulamasının yürürlüğe girmesinden sonra açıklanan düzenli bir veri bulunmamasına rağmen bakanlıktan yapılan açıklamalarda poşet kullanımında ciddi azalışlar yaşandığı belirtilmektedir. Bu bağlamda ücretli poşet uygulamasının ilk sonuçlara göre amacına ulaştığı söylenebilir.

KAYNAKLAR

BENK, S. (2006), "Çevresel Dışsallıkların İçselleştirilmesinde Kullanılan Regülasyon ve Hukuki Sorumluluk Sistemlerinin Değerlendirilmesi", Çimento İşveren Dergisi, Eylül 2006, 25-33.

HYMAN, D.N. (2010), Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy, Cengage Learning, Mason, USA.

JALİL, A., MİAN, N., RAHMAN, M.K. (2013), "Using Plastic Bags and Its Damaging Impact on Environment and Agriculture: An Alternative Proposal", International Journal of Learning & Development, 3(4), 1-14

KILIÇER, E. (2018), "Plastik Poşet Vergisi ve Örnek Ülke Uygulamaları", Vergi Sorunları, Haziran 2018, 55-64.

KİRMANOĞLU, H. (2011), Kamu Ekonomisi Analizi, Beta, İstanbul.

ÖZTÜRK, N. (2007), Ekonomide Devletin Değişen Rolü, Palme Yayıncılık, Ankara.

STİGLİTZ, J. E. (2000), Economics of the Public Sector, W.W. Norton & Camapny, New York/ London.

TOKATLIOĞLU, M., SELEN, U. (2019), Maliye Politikası, Ekin Yayınevi, Bursa.

2872 Sayılı Çevre Kanunu

https://csb.gov.tr/tuketilen-poset-miktari-600-milyondan-150-milyon-adete-dustu-bakanlik-faaliyetleri-26523

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

The Volatility and Shock Transmission Patterns between the BIST Sustainability and BIST 100 Indices

Full Text / Tam Metin

Ender BAYKUT[1] Veysel KULA [2]

Abstract

This study aims at empirically investigating the volatility and shock transmission patterns between the BIST 100 Index and relatively new BIST Sustainability Index, which is a platform for companies with high performance on the international sustainability criteria. Utilising 678 daily data from 05/11/2014, the day the XSURD index was launched, to 31/08/2017, the analysis employed a bivariate BEKK-GARCH (1,1) model. The findings indicate the existence of bi-directional volatility spillovers between two indices. Additionally, current volatility is affected by its own past volatility for each index. As for the shock transmission, the BIST Sustainability Index is responsive both to its own shocks and shocks arriving from the BIST 100 Index. However, the BIST 100 Index responds only to its own shocks without any significant shock transmission from the BIST Sustainability Index.

Keywords— Volatility Spillover Effect, MGARCH Models, BEKK GARCH, Sustainability Index.

JEL Classification Codes: *G21,C22, C01, C51*

INTRODUCTION

Volatility of financial time series is the subject that is extensively investigated in studies on finance. Time series data usually exhibit autocorrelated heteroscedasticity which is autocorrelated unequal variance over different periods. Since the development of "Autoregressive Conditional Heteroskedasticity" (ARCH) model in 1982 by Engle, which was modified by Bolleslev in 1986 as generalized ARCH (GARCH), the volatility clustering has constituted the substantial part of the related studies. Inıtially appeared as univariate in approach, the line of studies then is extended to multivariate GARCH (MGARCH) models, enabling the analysis of co-movement of financial returns resulting from the interaction of variables. This study aims at investigating the volatility transmission between the long existing BIST 100 Index and relatively new BIST Sustainability Index in Istanbul Stock Exchange, Turkey. The BIST 100 Index, which has been in use since January 1986, is the fundamental index representing the Istanbul Stock Exchange. On the other hand, the BIST Sustainability Index, launched in November 2014, is a promising platform for companies with high performance on the international sustainability criteria.

Stock exchanges with corporate governance and sustainability practices are likely to attract more investment. Corporate sustainability could increase the reputation of companies, help them gain the

[1] Assist Prof, Afyon Kocatepe University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Management (in English), Turkey, ebaykut@aku.edu.tr.
2 Prof. Dr., Afyon Kocatepe University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, International Trade and Finance Turkey, kula@aku.edu.tr.

public's trust, and ultimately enhance the brand image of companies. The concept of Sustainability index, which was first launched in the world in 1990, is one of the indices gaining importance in both developed and developing countries. The increasing number of traded companies listed in the sustainability indices reflects the interest of investors and companies in these indices. Long after the official announcement of Dow Jones Sustainability Index in 1999, Turkey established BIST Sustainability Index (XSURD) in 2014. The XSURD Index was started to be calculated in November 2014 with a total of 15 companies and the closing value of the first day was determined as 98.020. The number of companies traded in the index-increased year-by-year, reaching 44 by the end of 2017.

The aim of the XSURD Index is to provide a benchmark for Borsa Istanbul companies with high performance on corporate sustainability as well as increasing the awareness, knowledge and practice on sustainability in Turkey. XSURD index provides competitive advantage to Turkish companies managing their corporate risks and opportunities effectively (BIST, 2018). Companies listing on the XSURD Index may have the ability to fight more effectively and efficiently with the risks and manage their opportunities, subsequently converting them to maximized benefits. As opportunities or risks may come from both national and international sources, companies can evaluate their performance not only locally but also globally. Companies can easily find investors and funds from international markets by affecting global investors. Hence, the Sustainability Index companies could increase their visibility and prestige.

Based on the literature review, there seems to be no study on the univariate volatility structure, or the volatility transmission of the XSURD Index. This study fills a gap in the literature by investigating the volatility transmission between the XSURD and BIST 100 indices. As the BIST 100 Index is regarded as the representative of Istanbul Stock Exchange, the results of the study would appear to be interesting in displaying the volatility interaction between the long existing traditional index and a new, promising one.

The rest of the paper organized as follows. The following section provided literature review. The third section focuses on the methodology and data description while fourth section shows the results and findings of econometric models applied. Final section presents the discussion and advices for further studies.

2. LITERATURE REVIEW

The volatility spillover between indices and commodities is one of the most common studies in the finance literature. Some of these studies (Eun ve Shim, 1989; Hamao et al., 1990; Koch and Koch, 1991; Lin et al., 1994; Koutmos and Booth, 1995; Bekiros, 2014; Savva et al., 2009) focus on volatility spillover among developed countries, while others (Booth et al., 1997; Ln et al., 2001; Baur and Jung, 2006; Savva, 2009; Shih and Wang, 2009; Beirne et al., 2010; Li and Giles, 2015; Özen et.al. 2016; Peng et al., 2017) assess volatility spillover interaction between developed countries and developing countries. The results obtained from these studies, which mainly use multivariate GARCH models, show that there is generally unilateral volatility spread from the developed countries to developing countries. As one of the developing countries, Turkey naturally has been the subject of volatility spillover studies, too (for example, Özçam, 2004; Taştan, 2005; Akar, 2006; Balaban et al., 2006; Mutan, 2008; Yalama, 2008; Korkmaz and Çevik, 2009; Gök and Kalaycı, 2013; Bayramoğlu and Abasız, 2017). The studies

examining the volatility spillover between the indices of the Borsa Istanbul and the stock exchanges of developed countries generally point out a unilateral volatility spread.

Gök and Kalaycı (2013), as one of these studies, analysed volatility spillover between Turkey and the US stock markets by using Johansen Cointegration and VAR-EGARCH BEKK models. Using daily closing data set of S&P 500 and BIST-30 indices from 2010 to 2012, the findings obtained from the study indicate that there is a unilateral volatility spread from S&P 500 Index to BIST-30 Index. This result exhibits consistency with the findings of Korkmaz and Çevik (2009) who used the GRJ-GARCH model to measure the impact of US financial markets on emerging markets including Turkey. According to the findings, there is unilateral volatility spillover from stock exchanges of US to the stock exchange of Turkey. Bayramoğlu and Abasız (2017) examined the volatility spillover among the stock markets in MSCI Index of emerging markets. The results obtained from study using daily data set between 2013-2016 showed volatility spillover between Turkey and Brazil. Özer (2017) examined the volatility spillover between stock returns and oil prices over a sample of developed and developing countries. As a result of the study, volatility spillover is observed from oil prices to stock returns especially in developing countries including Turkey.

The comparison of financial performance and volatility spillover of sustainability index with traditional indices is also an issue inquired by several studies (such as Hoti et al., 2005; Arjun and Kallarakal, 2006; Bogea et al., 2008; Hoti et al., 2008; Sariannidis et al., 2010; Ortas et al., 2010; Adams et al., 2010; Sudha, 2014; Herrera, 2015; Linardi, 2016) in recent years. Sariannidis et al. (2010) investigated the effects of macroeconomic variables on Dow Jones Sustainability and Dow Jones Wilshire 5000 indices by employing GARCH model that used monthly data between 2000-2008. The findings indicated that the sustainability index is less affected from macroeconomic variables than Wilshire index. Another study addressing the volatility structure of Dow Jones Sustainability Index is done by Hoti et al. (2008). Based on the results of ARMA-GARCH model, bidirectional volatility spillover between Dow Jones Sustainability Index and Dow Jones finance indices was observed. Ortas et al. (2010) analysed, with BEKK-GARCH model, volatility spillover effects between IBEX Index and Sustainability Index, which are traded on Spanish Stock Exchange. As the findings show, the sustainability index performance is better than the IBEX index. In addition, both volatility and risk level of the sustainability index were found to be lower than the other stock indices. Herrera (2015) obtained a similar result for the Mexican stock exchange by comparing the risk and volatility level of traditional and sustainability indices. Using monthly data for the period between 1995-2012, it was seen that the risk and volatility of the sustainability index were lower than the other indices. Adams et al. (2010) compared the volatility structure of S&P 500 and Dow Jones Sustainability indices and found the similar results with Herrera (2015). Another study conducted by Sudha (2014) focused on the risk-return and volatility analysis of the Indian Stock Exchange Sustainability Index (ESG). According to the findings, the annual average return of ESG is higher than the other traditional indices of India such as Nifty and CNX-500. In addition, the volatility of ESG index is lower than the other indices. The fact that the volatility of sustainability index is lower than traditional indices is consistent with the studies (Hoti et al., 2005; Arjun and Kallarakal, 2006; Ortas et al., 2010; Linardi, 2016) conducted on various indices in several countries.

On the XSURD of Turkey, there are a number of studies (Tükenmez and Gençyürek, 2016; Erdur and Kara, 2016; Çıtak and Ersoy, 2016; Kocamış and Yıldırım, 2016; Gençoğlu and Aytaç, 2016; Dönmez and Erol, 2016; Özdemir and Pamukçu, 2016; Aracı and Yüksel, 2016; Gök and Özdemir, 2017; Önder,

2017; Altınay et al., 2017; Aydın, 2017; Akyüz and Yeşil, 2017; Ünal and Yüksel, 2017; Gürbüz and Dumlu, 2018). Tukenmez and Gencyurek (2016) compared the share prices of companies that are listed in the sustainability index (XSURD) before and after entering the index. Based on the findings, it was seen that the market value of the companies fell after entering the index. Additionally, there is no significant difference between the sustainability index and other indices in terms of expected returns. However, Erdur and Kara (2016) reported just the opposite findings. They compared share prices of index companies before and after entering the XSURD index and found out that share prices increased after upon being traded in the sustainability index. Çıtak and Ersoy (2016) examined the financial performance of companies listed in the sustainability index and non-listed companies. The results did not show any difference on rate of return between indices while market to book value ratio of listed companies was higher than non-listed companies. Gök and Özdemir (2017) aimed at comparing the performance of XSURD and BIST-100 indices based on Sharpe Ratio and Jenson Alpha Coefficient as well as determining the volatility structures of both indices by using daily closing values between 2014-2016. It was found that Sharpe Ratio of XSURD index was higher than BIST-100 Index. Furthermore, Jenson Alpha Coefficient was positive for both indices, but there was no statistically significant difference between these two indices. EGARCH (1,1) model was determined as fitting model for both indices representing the volatility structure. Moreover, volatility persistence of both indices was high and the XUSURD Index did not have an encouraging feature for investors.

In addition to these studies, there are studies focusing on several aspects of the XSURD Index. For example, Gençoğlu and Aytaç (2016) analysed environmental and social activities of XSURD Index companies. Kocamış and Yıldırım (2016) worked on the benefits of the Corporate Sustainability Report for the companies. The efficiency level of the companies listed in the XSURD Index is ranked by Gürbüz and Dumlu (2018). Dönmez and Erol (2016) discussed the intellectual capital of XSURD listed companies. While Özdemir and Pamukçu (2016) analyzed corporate sustainability reports of companies before and after entering to the XSURD Index, Aracı and Yüksel (2016) focused on the sustainable value added of the companies in the XSURD Index. Moreover, the financial performance of the companies listed in XUSURD Index is investigated by studies such as Önder (2017), Altınay at al. (2017), Aydın (2017), Akyüz and Yeşil (2017), Ünal and Yüksel (2017).

As the literature review indicates, there seems to be no study on the way the BIST volatility interacts with the volatility of another index or commodity. Analysing the volatility spillover between the XSURD Index and the BIST 100 Index, the main index representing the Istanbul Stock Exchange, constitutes the originality of this study.

3. METHODOLOGY AND DATA DESCRIPTION

The BEKK multivariate GARCH specification of the conditional covariance matrix is employed in this study to analyse volatility spillover effects between the BIST-100 and XSURD indices. Multivariate GARCH models, in essence, are very similar to univariate models. The only significant difference between them is that the equations of multivariate models show how covariances behave over time. GARCH-BEKK model is one of the multivariate GARCH models proposed by Baba, Engle, Kraft and Kroner in 1995. The BEKK model demonstrates the interaction between return series in variance equation and provides a positive definition constraint by functioning in a quadratic form. Besides, the model allows for volatility spillover across markets or indices and complies with constant correlation. Also GARCH-BEKK model allows for dynamic dependence between the volatility series. The

methodology reduces the number of parameters estimated by restricting the parameter matrices to be diagonal and ensuring that the conditional covariance matrix is always positive definite (Engle and Kroner, 1995; Akay, 2010; Bollerslev et.al., 1988; Onbirler, 2017; Tsay, 2005).

The BEKK parameterization is shown as;

$$vech(H_t) = C'C + \sum_{k=1}^{k}\sum_{i=1}^{p} A'_{ki}\varepsilon_{t-i}\varepsilon'_{t-i}A_{ki} + \sum_{k=1}^{k}\sum_{j=1}^{q} B'_{kj}H_{t-j}B_{kj} \quad (1)$$

In this equation, A_{ki} , i = 1,...q, k = 1,...k, and B_{kj} j = 1,...q, k = 1,..k are $N \times N$ matrices. ARCH effect (Shock Spillover) is represented by A' term while B' indicates GARCH effect (Volatility Spillover). As long as the constant term CC' is positive, H_t is guaranteed to be non-negative, in other words BEKK guarantees positive definiteness, so the only remaining issue is the number of parameters ($P = \frac{5k^2 + k}{2}$) which grows significantly faster in the number of securities.

The bivariate BEKK GARCH (1, 1) can be shown as follow;

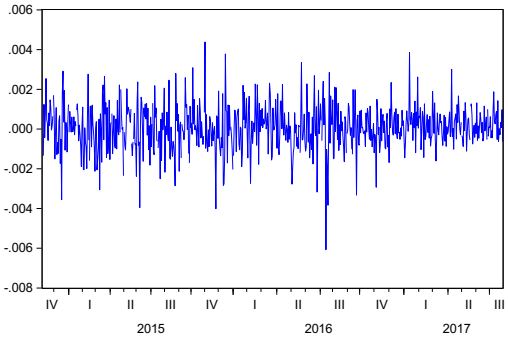
$$H_t = CC' + \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{bmatrix}' \begin{bmatrix} u^2_{1,t-1} & u_{1,t-1}u_{2,t-1} \\ u_{2,t-1}u_{1,t-1} & u^2_{2,t-1} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} \\ a_{21} & a_{22} \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} \\ b_{21} & b_{22} \end{bmatrix}' H_{t-1} \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} \\ b_{21} & b_{22} \end{bmatrix} \quad (2)$$

In this study, the empirical analysis was performed on the XSURD and BIST-100 indices to investigate volatility spillover effect between the indices. The data set covers 678 daily closing values of both indices between 5 November 2014 and 28 July 2017. Data set is procured from Marketing Department of BIST. The return series of both indices is created by taking natural logarithm of the daily return which is defined as (P_n/P_{n-1}).

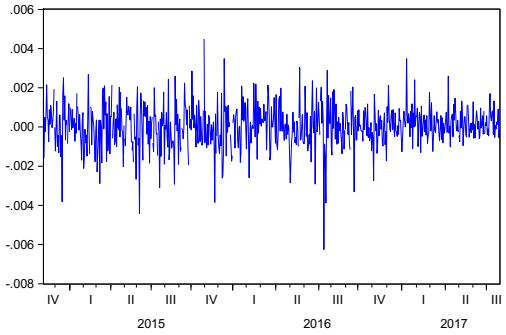
4. FINDINGS

As the first step of the analysis, the return series of both XSURD and BIST-100 indices were generated. The examination of the log return series shows that indices follow a fluctuating structure and they exhibit volatility clustering. As can be seen from the graphs, the return series of both indices are extremely volatile over the period of 2014-2017. The appearing volatility clustering in both series is a feature of volatility. This refers to the probability of heteroscedasticity in the indices, hence justifying the performance of ARCH-LM to statistically test it.

Graph 1: Return Series of XSURD Index



Graph 2: Return Series of BIST-100 Index



In the next phase of the analysis, the descriptive statistics of the series were calculated. As stated in Table 1, the total number of observations of the XSURD and BIST-100 series is 678. Over the period (2014-2016) under the analysis, both indices have positive daily mean returns.

Table 1: Descriptive Statistics of XSURD and BIST-100 Return Series

Statistics	**XSURD**	**BIST-100**
Observations	678	678
Mean	0.0000573	0.0000485
Median	0.0000657	0.0000768
Maximum	0.004381	0.004498
Minimum	-0.006073	-0.006254
Standard Deviation	0.001153	0.001096
Skewness	-0.233157	-0.417941
Kurtosis	5.027539	5.821940
Jarque-Bera	122.2762***	244.7027***

***Significant at %1 level, **Significant at %5 level, *Significant at %10 level.

Over the period, the average daily log return is 0.000573 for the XSURD index, while mean daily log return of BIST-100 Index was calculated as 0.0000485. The maximum log return is 0.4381% and 0.4498% for the XSURD Index and BIST-100 Index, respectively. The minimum log returns were calculated as 0.6073% for the XSURD Index and 0.6254% for the BIST-100 Index. The high differences between the minimum and maximum returns of the indices appear to indicate that there might be a heteroscedasticity in both return series. In addition, the standard deviations of the indices for the relevant

period were calculated as 0.1153% and 0.1096% for the XSURD Index and BIST-100 Index, respectively. The skewness coefficient (-0.233157) shows that the log-return series of the XSURD Index is skewed to left and its right tail is longer. A similar result (-0.417941) is obtained for the BIST-100 Index. The Kurtosis coefficients are 5.027539 for the XSURD Index, and 5.821940 for the BIST-100 Index, which are higher than the critical value of three. These higher results shows that the series are steeper than the normal distribution. In the analysis, the Jarque-Bera test was conducted to see whether the series show normal distribution or not. The Jarque-Bera values for the indices (XSURD: 122.2762; BIST-100: 244.7027) are higher than the critical value of $\chi 2$ statistic which is 5.99, which indicates that the return series of study were not normally distributed.

In the next stage of the analysis, the unit root tests were performed, the results of which are shown in Table 2.

Table 2: Unit Root and Diagnostic Tests Results

Test/Index	**XSURD**	**BIST-100**
ADF	-25.44354***	-25.54746***
PP	-25.59464***	-25.61098***
Auto Regressive Moving Averages (AR-MA)	AR(0)-MA(0)	AR(0)-MA(0)
ARCH-LM (5)	17.83019***	19.21221***

***Significant at %1 level, **Significant at %5 level, *Significant at %10 level. Critical values of Augmented Dickey-Fuller and Philips-Perron Unit Root test statistic is -3.971666 at 1% level; -3.416469 at 5% level; -3.130554 at 10% level. ARMA Structures of both indices determined based on Bayesian information criterion (BIC). $\chi 2$ statistic for 5th lag of ARCH-LM test is 11.0705. Value of ARCH-LM (5) represents Observed R2 for 5th lag.

The ADF and PP unit root tests of the XSURD and BIST-100 indices with fixed and trend effect reveals that series have no unit roots. In order to see whether there is heteroscedasticity in the returns of the series, ARCH-LM model applied up to fifth lag of the returns. If observed R2 is less than the critical $\chi 2$ value, then it is possible to claim that there is no heteroscedasticity in returns. As seen in the Table 2, the results turned out to be the opposite. This means that the return series are assumed to be heteroscedastic, allowing the use of GARCH family models to assess volatility of returns.

As of July 2017, 39 of the firms in the sustainability index is also listed in the BIST 100 index. It is plausible to assert that the return performance of those sustainability index firms might reflect the performance of the BIST 100 index. In order to eliminate the effect of BIST 100 index returns on the sustainability index returns, the following regression equation is used:

$$\textit{The sustainability index return} = \propto + \textit{BIST 100 index return} + \varepsilon$$

The error series (ε) obtained from the above regression model represents the adjusted sustainability index income series cleared off the effects of market returns. The set of adjusted sustainability index returns produced by this method is used in the following stage of the analysis to obtain the volatility models. The multivariate GARCH analysis is performed by means of WinRATS 9.2 version.

Table 3: Mean and Variance equation estimation of the bivariate VAR (1)-GARCH (1,1)- BEKK model

Variable	**Coefficient**	**Std Error**	**T-Stat**	**Significance**
Mean Models				
Mean Model(ADJUSTED-XSURD)				
ADJUSTED-XSURD{1}	-0.016964578	10.0070765	-2.39731	0.01651613
XU100{1}	1.048938727	20.0068759	152.55118	0.00000000
Constant	-0.000055085	0.00000623	-8.83541	0.00000000
Mean Model(XU100)				
ADJUSTED-XSURD{1}	-0.101408294	0.03473960	-2.91910	0.00351047
XU100{1}	0.011573201	0.03566914	0.32446	0.74559001
Constant	0.000112651	0.00003693	3.05006	0.00228795
Variance-Covariance Models				
C(1,1)	-0.000000000	0.00000670	3.25197e-05	-0.99997405
C(2,1)	-0.000000002	0.00002028	-1.07468e-04	0.99991425
C(2,2)	0.000000002	0.00001364	1.13432e-04	0.99990949
A(1,1)	0.285111449	0.03889854	7.32962	0.00000000
A(1,2)	0.069932623	0.13601586	0.51415	0.60714678
A(2,1)	0.071708531	0.00929848	7.71185	0.00000000
A(2,2)	-0.058491638	0.02908423	-2.01111	0.04431367
B(1,1)	0.903494470	0.01967273	45.92623	0.00000000
B(1,2)	0.090543011	0.04361563	2.07593	0.03790040

B(2,1)	-0.002410428	0.00121954	-1.97650	0.04809819
B(2,2)	0.999495282	0.00115035	868.85821	0.00000000

In the mean model for the sustainability index, as reported in the upper part of Table 3, the mean value of the index is significantly affected by both its own previous lagged mean value and the lagged mean value of the BIST-100 index. As for the BIST-100 index mean model, the mean value is significantly affected only by the lagged mean value of the sustainability index. However, the mean value of the index is not influenced by its own lagged value.

In the output, C(i,j) is the variance constant, while the elements of A(i,j) and B(i,j) are used to represent the lagged squared residual (ARCH) coefficient and the lagged variance (GARCH) coefficient, respectively. The off-diagonal elements in the model show the effect of one variable on the other, which is called spillover effects. In other words, spillover effects mean that shocks or volatility in one component affect the variance of another. Regarding co-variance, there are two spillover effects in the model: ARCH-spillover effect and GARCH-spillover effect. ARCH-spillover effect, represented by A(i,j), is also called as shock spillover effect (information or news spillovers). The other name for the GARCH-spillover effect, reported in the output as B(i,j) is volatility spillover effect.

A(1,2) is the ARCH effect which measures the effect of the residual of the first variable on the second variable. The off-diagonal element of A(2,1) in the model is statistically significant (t value: 7.71185, $p<0.01$). This is the indication of the shock spillover effect from the BIST 100 index to the sustainability index. However, there is no shock spillover effect from the sustainability index to the BIST 100, as reflected by the insignificant A(1,2) coefficient. Diagonal A's (A(1,1) and A(2,2)) in the BEKK model represent the own ARCH effect. In the model, both A(1,1) and A(2,2) are significant, indicating that the own past shocks of the sustainability index and the BIST 100 index have significant impacts on the current behaviour of the indices.. As for the volatility effects, the diagonal and off-diagonal elements of B matrices are all significant. The significant B(1,1) and B(2,2) coefficients point out the existence of own GARCH effects for both indices. The cross-index volatility spillover effects are validated by significant B(1,2) and B(2,1) terms. In other words, there is a bi-directional volatility spillover effect from the sustainability index to the BIST 100 index, and vice versa.

CONCLUSION

As there seems to be no prior study on the volatility structure and volatility transmission of the BIST sustainability index, this study is a first attempt in this regard. The aim of the study is to investigate the volatility spillover between a new, promising BIST Sustainability Index (XSURD) and traditional BIST 100 (XU100) Index by utilising the daily closing values of the indices from the day the XSURD Index was launched to the end of July 2017.

The findings of the study suggest important patterns for both ARCH and GARCH effects. The ARCH effects measured by the coefficients of "A" elements provide a measure of response of an index to both its own lagged shocks and the lagged shocks in the other index. The Sustainability Index is significantly influenced by its own shocks and the shocks from the BIST 100 Index. However, the BIST 100 Index is responsive only to its own shocks, with no effect from the sustainability index. This indicates that while information originating in the BIST 100 Index has a significant effect on the Susainability Index,

information coming from the Sustainability Index has no significant effect on the BIST 100 Index. The uni-directional shock spillover from the BIST 100 Index to the Sustainability Index might stem from the facts that the BIST 100 Index is an index relatively well rooted one covering more companies.

The GARCH effect displays a long-term measure of the volatility without the shock effect. As the coefficients of "B" elements show each index is responsive to its own past volatility. Additionally, there is bi-directional volatility spillover between two indices. This might be the result of a probable long-term linkage between the markets.

The volatility of the BIST Sustainability Index is an important research subject for the future studies. The transmission mechanisms of this index with other sub-indices such as the BIST Corporate Governance Index might reveal interesting results. Similarly, future studies might focus on the linkages between the volatility of this index and major commodities or main stock exchange indices over the world.

REFERENCES

ADAMS, M., THORNTON, B. and SEPEHRI, M. (2010). The impact of the pursuit of sustainability on the financial performance of the firm. Journal of Sustainability and Green Business, http://www.ww.aabri.com/manuscripts/10706.pdf.

AKAR, C. (2006). Finansal Piyasalarda Volatilite: İMKB Örneği, Yayınlanmamış Doktora tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

AKAY, A. B. (2010). *Türk Döviz Piyasasında Mikro Yapı ve Oynaklık Yayılması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

AKYUZ, F. and YEŞIL, T. (2017). BİST Sürdürülebilirlik Endeksine Kayitli Üretim Sektöründe Faaliyet Gösteren Şirketlerin Finansal Performanslarinin incelenmesi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 16.

ALTINAY, A., KAKI, B., KESTANE, A., SOBA, M., DINÇER, Ö. and ŞIK, E. (2017). Sürdürülebilirlik Endeksinin Bankacilik Sektörü Hisse Senedi Değerlerine Etkileri, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi Üzerine Bir İnceleme. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt: 17 / Sayı: 34, pp. 264- 284.

ARACI, H. and YUKSEL, F. (2016). Sürdürülebilirlik Performansinin Ölçülmesi: BİST Sürdürülebilirlik Endeksindeki İşletmelerin Sürdürülebilir Katma Değerinin Hesaplanması. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICAFR 16 Özel Sayısı, pp. 786- 801.

ARJUN, B. S. and KALLARAKAL, T. K. (2016). Risk- Return and Volatility analysis of Sustainability Indices of S&P BSE. International Journal of Research in Finance and Marketing (IJRFM), Vol. 6 Issue 10, October - 2016, pp. 65-72.

AYDIN, O. (2017). BİST Sürdürülebilirlik Endeksine 2015 Yılında Dâhil Olan Üretim İşletmelerinde, Endeksin İşletme Finansal Performanslarina Etkisinin Araştirilmasi. Ulakbilge, 2017, Cilt 5, Sayı 19, Volume 5, Issue 19, pp.2307-2319.

BALABAN, E., BAYAR, A. and FAFF, R. (2006). Forecasting Stock Market Volatility: Further International Evidence. The European Journal of Finance, Vol. 12, Issue 2, pp. 171-188.

BAUR, D. and JUNG, R.C. (2006). Return and Volatility Linkages between the US and the German Stock Market. Journal of International Money and Finance, 25(4), pp. 598- 613.

BAYRAMOĞLU, M. F. and ABASIZ, T. (2017). Gelişmekte Olan Piyasa Endeksleri Arasında Volatilite Yayılım Etkisinin Analizi. Muhasebe ve Finansman Dergisi, Nisan/2017, pp. 183-199.

BEIRNE, J., CAPORALE, G.M., SCHULZE-GHATTAS, M. and SPAGNOLO, N. (2010). Global and Regional Spillovers in Emerging Stock Markets: A Multivariate GARCH-in-Mean Analysis. Emerging Markets Review, 11(3), pp. 250-260.

BEKIROS, S. D. (2014). Contagion, Decoupling and the Spillover Effects of the US Financial Crisis: Evidence from the BRIC Markets. International Review of Financial Analysis, 33, pp. 58-69.

BIST, http://www.borsaistanbul.com/endeksler/bist-pay-endeksleri/surdurulebilirlik-endeksi (Available at online: 01.10.2018).

BOGEA, F., CAMPOS, A.S.L. and BLASCO, D. C. (2008). Did the creation of ISE create value for companies? file:///C:/Users/kullanici/Downloads/SSRNid1274270% 20(1).pdf (Available at online: 25. 09.2018).

BOLLERSLEV, T. (1986). Generalised autoregressive conditional heteroscedasticity. Journal of Econometrics, 31, pp. 307–327.

BOLLERSLEV, T., ENGLE, R.F. and WOOLDRIDGE J.M. (1988) A capital asset pricing model with time varying covariances. Journal of Political Economy, 96, pp. 116-131.

BOOTH, G.G., MARTIKAINEN, T. and TSE, Y. (1997). Price and Volatility Spillovers in Scandinavian Stock Markets. Journal of Banking and Finance, 21, pp. 811-823.

ÇITAK, L. and ERSOY, E. (2016). Firmaların BIST Sürdürülebilirlik Endeksine Alınmasına Yatırımcı Tepkisi: Olay Çalışması ve Ortalama Testleri İle Bir Analiz, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, C:8, S:1, pp. 43-57.

DONMEZ, A. and EROL, I. (2016). Entelektüel Sermayenin Ölçülmesi: VAIC™ Yöntemi Yardimiyla BIST-Sürdürülebilirlik Endeksi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. Mali Çözüm, Kasım-Aralık 2016, pp.27-56.

ENGLE, R. F. (1982). Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of the variance of United Kingdom Inflation. Econometrica, 50(4), pp. 987–1007.

ENGLE, R. F. and KRONER, K. F. (1995). Multivariate simultaneous generalized ARCH. Econometric Theory, 11, pp. 122-150.

ERDUR, D. A. and KARA, E. (2016). Investor Responses to Corporate Sustainability in a Developing Country: The Case of Turkey. Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, Vol.21, No.4, pp.1487-1502.

EUN, C. S. and SHIM, S. (1989). International Transmission of Stock Market Movements. Journal of Financial and Quantitative Analysis, 24(2), pp. 241-256.

GENÇOGLU, U. G. and AYTAÇ, A. (2016). Kurumsal Sürdürülebilirlik Açısından Entegre Raporlamanın Önemi ve BIST Uygulamaları. Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ekim/2016, pp. 51- 66.

GOK, I. and KALAYCI, Ş. (2013). Türkiye ve ABD Pay Piyasaları Arasında Getiri ve Volatilite Yayılımı: Çok Değişkenli GARCH Analizi ile Ampirik Bir Araştırma. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 50, pp. 584.

GOK, I. Y. and OZDEMIR, O. (2017). Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksinin Performans Karakteristiği. Sosyoekonomi, Vol. 25(34), pp.87-105.

GURBUZ, E. and DUMLU, H. (2018). BİST Sürdürülebilirlik Endeksindeki Şirketlerin Etkinliklerinin Ölçülmesi: Veri Zarflama Analizi ile Bir Uygulama. İşletme Araştırmaları Dergisi, 10/2, pp. 223-244.

HAMAO, Y., MASULIS, R. W., and NG, V. (1990). Correlations in Price Changes and Volatility across International Stock Markets. The Review of Financial Studies, 3(2), pp.281-307.

HERRERA, H. V. (2015). Decomposition of the Stocks Returns in the Sustainable Index of the Mexican Stock Exchange. Revista Mexicana de Economıay Finanzas, Vol. 10, No. 1, pp. 85-99.

HOTI, S., MCALEER, M. and PAUWELS, P.P. (2008) Multivariate volatility in environmental finance. Mathematics and Computers in Simulation, 78, pp.189-199.

HOTI, S., MCALEER, M., and PAUWELS, L. L. (2005). Modelling environmental risk. Environmental Modelling and Software, 20, pp.1289–1298.

IN, F., KIM, S., YOON, J.H. and VINEY, C. (2001). Dynamic Interdependence and Volatility Transmission of Asian Stock Markets: Evidence from the Asian Crisis. International Review of Financial Analysis, 10(1), pp. 87-96.

KOCAMIŞ, T. U. and YILDIRIM, G. (2016). Sustainability Reporting in Turkey: Analysis of Companies in the BIST Sustainability Index. European Journal of Economics and Business Studies, Sep-Dec 2016, Vol. 6 No. 1.

KOCH, P. D. and KOCH, T. W. (1991). Evolution in Dynamic Linkages across Daily National Stock Indexes. Journal of International Money and Finance, 10(2), pp. 231 - 251.

KORKMAZ, T. and ÇEVIK, E. İ. (2009). Zımni Volatilite Endeksinden Gelişmekte Olan Piyasalara Yönelik Volatilite Yayılma Etkisi. BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar, 3(2), pp. 87-105.

KOUTMOS, G. and BOOTH, G. G. (1995). Asymmetric Volatility Transmission in International Stock Markets. Journal of lnternational Money and Finance, 14(6), pp. 747-762.

LI, Y. and GILES, D.E. (2015). Modelling Volatility Spillover Effects between Developed Stock Markets and Asian Emerging Stock Markets. International Journal of Finance and Economics, 20(2), pp. 155-177.

LIN, W. L., ENGLE, R. F. and ITO, T. (1994). Do Bulls and Bears Move Across Borders? International Transmission of Stock Returns and Volatility. The Review of Financial Studies, 7(3), pp. 507-538.

LINARDI, G. (2016). A Study on the Combination of Low-Volatility and Sustainability Investing Strategies- Evidence from the U.S. Erasmus University Rotterdam Erasmus School of Economics MSc Economics & Business, http://www.tractebelenergia.com.br/wps/wcm/connect/0b6b4fa3-3677-4436-88dc-30b397c7b393/Engie_2016_EN.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE0b6b4fa3-3677-4436-88dc-30b397c7b393

MUTAN, O. C. (2008). Uluslararası Hisse Senedi Piyasalarındaki Toplu Hareketler. Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, http://www.spk.gov.tr/yayin. aspx?type=yay03 (Available at online: 05.10.2018).

ONBIRLER, O. U. (2017). Three Essays on Volatility, Correlation and Hedging in Financial Markets. Phd Thesis, Yeditepe University.

ONDER, Ş. (2017). İşletme Karliliğina Kurumsal Sürdürülebilirliğin Etkisi: BIST'te Bir Uygulama. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 19(4), pp. 937-956.

ORTAS, E., MONEVA, J.M. and SALVADOR, M. (2010). Conditional volatility in sustainable and traditional stock exchange indexes: analysis of the Spanish market. GCG George Town University-Universia, 4(2), pp.104–129.

OZÇAM, M. (2004). Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Uluslararası Piyasa Riski. Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu, http://www.spk.gov.tr/yayingoster.aspx?yid=941&ct=f&action=displayfile (Available at online: 05.10.2018).

ÖZDEMIR, Z. and PAMUKÇU, F. (2016). Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Sisteminin Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi Kapsamındaki İşletmelerde Analizi. Mali Çözüm Dergisi, 134, pp.13-35.

ÖZEN E., OZDEMIR L., GRIMA S., BEZZINA F.(2014). Investigating causality effects in return volatility among five major futures markets in European countries with a Mediterranean connection, The Journal of Financial Management Markets and Institutions, vol. 2, n. 2, pp. 79-92

OZER, A. (2017). Petrol Fiyatlari ile Hisse Senedi Getirileri Arasinda Volatilitenin Yayilma Etkisi: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı, pp.654-662.

PENG, C.L., CHUNG, C.F., TSAI, C.C. and WANG C.T. (2017). Exploring the Returns and Volatility Spillover Effect In Taiwan And Japan Stock Markets. Asian Economic and Financial Review, 7(2), pp. 175-187.

SARIANNIDIS, N., GIANNARAKIS, G., LITINAS, N. and KONTEOS, G. (2010). A GARCH Examination of Macroeconomic Effects on U.S. Stock Market: A Distinction between the Total Market Index and the Sustainability Index. European Research Studies, Vol. XIII, Issue (1), pp. 129-142.

SAVVA, C. (2009). International stock markets interactions and conditional correlations, Journal of International Financial Markets. Institutions & Money, 19, pp.645-661.

SAVVA, C. S., OSBORN, D. R. and GILL, L. (2009). Spillovers and Correlations between Major European Stock Markets and US: The Role of the Euro. Applied Financial Economics, 19(19), pp. 1595-1604.

SHIH, F. M. and WANG, M. C. (2009). Dynamic Volatility Spillover Effects. The Journal of Human Resource and Adult Learning, 5(2), pp. 45-57.

SUDHA, S. (2014). Risk-return and Volatility analysis of Sustainability Index in India. Environment Development and Sustainability, 17(6), pp. 1329–1342.

TASTAN, H. (2005). Dynamic Interdependence and Volatility Transmission in Turkish and European Equity Markets. Working Papers 2005/10, Turkish Economic Association. https://ideas.repec.org/p/tek/wpaper/2005-10.html

TSAY, R. S. (2005). Analysis of Financial Time Series, second Ed., John Wiley.

TUKENMEZ, N. M. and GENÇYÜREK, A. G. (2016). Sustainability Indices in Developing Markets: A Study About Borsa İstanbul Sustainability Index. Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies, 2/2, pp.39-69.

UNAL, S. and YUKSEL, R. (2017). Finansal Performans ve Hisse Senedi Getirisi İlişkisi: BIST Sürdürülebilirlik Endeksindeki Bankalar Üzerine Bir İnceleme. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı, pp.264.

YALAMA, A. (2008). Dünya Borsaları ve İMKB'de Oynaklık Yapısının Analizi ve Oynaklık Etkileşimi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, , Eskişehir.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Enflasyon Hedeflemesinin Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Ekonomik Perfomansa Etkisi Ve Türkiye Örneği

Full Text / Tam Metin

Filiz YAĞCI[1], Cem Sabutay TÜRKDÖNMEZ[2], Oğulcan ARASAN[3]

Bankacılık ve Finans Bölümü, Başkent Üniversitesi

Ankara, 06790, Türkiye

ÖZET

Tüm dünya ülkeleri yıllarca enflasyon sorunuyla mücadele etmeye çalışmışlar ve her ülke kendi durumuna göre farklı stratejiler uygulamaya çalışmıştır. İlk defa 1990 yılında Yeni Zelanda tarafından uygulanmaya konulan enflasyon hedeflemesi stratejisinin aldığı başarılı sonuçlar ,diğer ülkelerin dikkatini çekmiş ve tercih edilen bir para politikası stratejisi olmuştur. Enflasyon hedeflemesi stratejisi'nin diğer stratejilerden ayıran , merkez bankasının bağımsızlığını esas alması ve enflasyonun kendisini nihai hedef belirleyen bir politika olmasıdır. .Bu sayede ülkelerin ekonomisinde sorun teşkil eden yüksek enflasyonun üstesinden gelerek fiyat istikrarının sağlanması ile sürdürülebilir büyümeyi beraberinde getirerek ekonomik refahın da artmasına katkı sağlamaktadır. 2000'li yıllardan itibaren bir çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulanmaya başlanmıştır. Bu çalışmada enflasyon hedeflemesi stratejisinin uygunlandığı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde bazı temel makro ekonomik değişkenler incelenerek ekonomik performansa etkisi mukayese edilmiştir. Dört gelişmiş ve beş gelişmekte olan ülkenin ekonomik performansa etkisinin sonucunda hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesi stratejisinin pozitif etki ettiği görülmüştür. Bununla birlikte 2002 yılından itibaren Türkiye' de uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi stratejisinin sonuçları ve enflasyonla mücade alınında alınan kararlara ilişkin daha detaylı incelemede bulunulmuştur. Yapılan çalışmalar sonrasında gelişmiş ülkelerdeki ekonomik performansın gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine göre daha iyi sonuçlar verdiği , hedeften sapma oranlarının daha düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler— *Enflasyon Hedeflemesi, Gelişmekte Olan Ülkeler ve Gelişmiş Ülkeler*

THE IMPACT OF INFLATİON TARGETİNG ECONOMİC PERFORMANCE İN ADVANCED AND EMERGİNG ECONOMİES AND TURKEY CASE

ABSTRACT

All the countries of the world have tried to combat the inflation problem for years and each country has tried to implement different strategies according to their situation. The successful results of the inflation targeting strategy, which was first introduced by New Zealand in 1990, attracted the attention of other countries and became a preferred monetary policy strategy. Inflation targeting strategy distinguishes itself from other strategies, is based

[1] Başkent Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Bölümü Doktora Öğrencisi
[2] Başkent Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Bölümü Doktora Öğrencisi
[3] Türkiye'de rakamsal olarak enflasyon hedeflenmesi, açık enflayon döneminde başlandığından dolayı hedeften sapma oranı 2006 yılından itibaren hesaplanmıştır.

on the independence of the central bank and inflation is the ultimate goal setting policy. In this way, it contributes to the increase of economic prosperity by bringing about sustainable growth by overcoming the high inflation which is a problem in the economies of the countries and ensuring price stability. Since 2000s, inflation targeting strategy has been implemented in many developed and developing countries. In this study, some basic macroeconomic variables were examined in developed and developing countries, where the inflation targeting strategy was adopted, and the effect on economic performance was compared. As a result of the effects of four developed and five developing countries on economic performance, it has been observed that inflation targeting strategy has a positive effect in both developed and developing countries. In addition, the results of the inflation targeting strategy implemented in Turkey since 2002, as well as the decisions taken in combating inflation have been examined in more detail. After the studies, it has been observed that the economic performance in developed countries gives better results than the economies of developing countries and the deviation rates from the target are lower.

Keywords— *Inflation Targeting, Developing Countries and Developed Countries*

1. GİRİŞ

Bir ekonomide makroekonomik istikrarın sağlanabilmesi için en önemli unsurlardan biri merkez bankasının izlemiş olduğu para politikalarıdır. Merkez bankaları ülkelerin yapısal unsurlarını ve içerisinde bulunduğu durumları göz önünde bulundurarak ekonomik istikrarın sağlanması ve sürdürülebilir olabilmesi için ona göre para politikalarını belirlemektedirler. Son yıllarda ülkeler tarafından tercih edilen para politikası aracının enflasyon hedeflemesi olduğu görülmektedir. Enflasyon hedeflemesi özellikle ilk defa 1990'da Yeni Zellanda tarafından uygulanmaya konulmuş alınan başarılı sonuçlar sayesinde son yıllarda birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke tarafından tercih edilen bir para politikası aracı olmaya başlamıştır. Enflasyon hedeflemesi kısaca orta vadeli sayısal hedeflerin, para otoritesi tarafından açık bir şekilde taahhütünün kamuya ilan edilmesidir. Bugün halihazırda enflasyon hedeflemesi stratejisi 31 ülke tarafından uygulanmaktadır. Enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan ülkelerde olumlu sonuçlar alınıyor olması gün geçtikçe bu stratejinin ülkeler tarafından benimsenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Enflasyon hedeflemesinin bir ülkede başarılı olabilmesi ve enflasyonun hedeflenen seviyede tutulması ya da hedeflere ulaşılmasında en optimum sonucun alınması, o ülkede para otoriteleri tarafından kullanılabilecek olan para politikası araçlarının etkilinğinin önemli olduğunu göstermektedir. Sermaye, para ve döviz piyasalarının gelişmiş olması hedeflenen enflasyona ulaşılması açısından önemli etkenlerdendir. Bununla birlikte enflasyon hedeflemesinde maliye politikalarının da para politikaları ile örtüşmesi ve birbirini destekleyici nitelikte olması gerekmektedir. Bu şartların oluşmaması halinde başarılı sonuçlara ulaşılması ülkeler açısından zorlaşmaktadır. Bu koşulların varlığı bu stratejinin başarılı olmasını desteklemektedir.

Enflasyon hedeflemesi stratejisi kapsamında gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ayrımın yapılması ve alınan sonuçların analizi farklılık göstermektedir. Ülkenin sahip olduğu finansal alt yapı, maliye politkalarıyla enflasyon hedeflemesini ne düzeyde destekleyebilecek olması açısından ve sonucunun başarıya taşınması için ülkelerin sahip olduğu ekonomik koşulların ne düzeyde olduğu önemli olmaktadır. Bir çok iktisatçı gelişmiş ülkelerde uygulanan ve başarılı sonuçlar alınan enflasyon hedeflemesinin gelişmekte olan ülkelerde aynı sonuçları vermediğini iddae etmektedir. Bunun nedeni ise zayıf kurumsal yapının söz konusu olması , mali derinliğinin sağlanamamış olması ve politika belirleyicilerinin fazla etkin olması gibi sayılmaktadır. Bu çalışmada önce enflasyon hedeflemesinin

genel çerçevesi tanıtılacak ve enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki performansı incelenerek mukayese edilecektir.

2. ENFLASYON HEDEFLEMESİ GENEL ÇERÇEVESİ

Enflasyon hedeflemesi, fiyat istikrarına ulaşmak amacıyla uygulanan para politikası stratejilerinden bir tanesidir. Enflasyon hedeflemesine değinmeden önce fiyat istikarı kavramından bahsetmemiz gerekir. Fiyat istikrarı ekonomik aktörlerin tüketim, yatırım ve tasarruf gibi kararlarını alırken genel fiyat seviyesindeki olası değişiklikleri dikkate almaya gerek duymamaları durumunu ifade etmektedir (Greenspan, 2001). Fiyat istikrarı esasında tek haneli ve düşük yıllık enflasyon oranları olarak yorumlanmakta ve dolayısıyla enflasyon riskinin ihmal edilebilir düzeyde olması anlamına gelmektedir. Ekonomik ve sosyal istikrar sağlanabilmesi için fiyat istikarı olmazsa olmaz bir ön koşul olduğu genel kabul gören bir olgudur. Fiyat istikrarının sağlanamadığı ortamlarda, finansal piyasaların verimli finansal aracılık yapma yetenekleri azalmakta, reel faiz oranları yüksek risk primi içerdiğinden yüksek seyretmekte, uygulanan politikalara güvensizlik oluşmakta ve bu durum hükümetlerin kapsamlı ve uzun soluklu ekonomik programlar uygulayamamasına yol açmaktadır. Fiyat istikrarının olmaması ayrıca, uluslararası piyasalarda ekonominin rekabet gücünü azaltmakta, sermaye piyasalarına erişimini kısıtlamakta, işgücü piyasalarının etkin çalışmasını engellemekte, gelir dağılımını bozmakta ve bireylerin karar alma süreçlerinde geleceğe bakmaktan çok geçmişe endeksleme alışkanlıklarının ortaya çıkmasına yol açarak, enflasyonun devinimsizlik kazanmasına neden olmaktadır. Tüm bu etkenler göz önünde bulundurulduğunda, fiyat istikrarının bir toplumun iktisadi ve sosyal refahının sağlanması açısından önemi, daha çok ortaya çıkmaktadır. Bu sebepten dolayı para politikasının birincil amacının fiyat istikrarını sağlamak ve sürdürmek olarak belirlenmesinin gerekliliği, zaman içinde giderek daha da fazla önem kazanmıştır.

Enflasyon hedeflemesi daha önce de bahsettiğimiz gibi fiyat istikrarına ulaşmak amacıyla uygulanan para politikası stratejilerinden bir tanesidir. Parasal büyüklükler ya da döviz kurunun hedeflendiği rejimlerin aksine, enflasyon hedeflemesi rejimi herhangi bir ara hedef kullanmaksızın, doğrudan enflasyonun kendisini hedeflemektedir. Bu rejimde merkez bankaları rakamsal bir hedef ilan ederek bu hedefe ulaşma konusunda güçlü bir taahhüt oluşturmakta ve hedefe ulaşılamaması durumunda kamuoyuna hesap vermekle yükümlü olmaktadır. Merkez bankası , enflasyon hedeflemesi yaparken esasında ekonomide meydana gelen olayları ve ekonominin yapısını dikkate alarak belli bir dönem için (hedefler genelde yıllık veya 3 yıllık olarak yapılır) kabul görecek yani ılımlı olacak bir enflasyon oranı açıklayarak, uygulanan para politikalarının bu hedefe ulaşabilmesini sağlayama çalışmaktadır. Amaç hedefe ulaşabilmek ve hedef doğrultusunda istikrarlı enflasyon düşüşlerinin yaşanmasını sağlamaktır.

Enflasyon hedeflemesi rejimi, diğer para politakası rejimlerden temel olarak beş önemli noktada ayrılmaktadır. (Mishkin, 2000; Svensson, 2007) Bunlar;

1. Bir ya da daha fazla dönem için rakamsal enflasyon hedeflerinin ilan edilmesi,

2. Fiyat istikrarına ve bu doğrultuda ilan edilen hedeflere ulaşılma konusunda açık bir taahhüt içermesi,

3. Enflasyon tahminlerine önemli bir rol atfeden ve aynı zamanda da “enflasyon tahmini hedeflemesi” olarak adlandırılan bir para politikası stratejisinin izlenmesi,

4. Para politikası araçlarına ilişkin kararlar alınırken, yalnızca parasal büyüklükler ya da döviz kuru gibi değişkenlerin değil, gelecek dönem enflasyonunu etkileyebilecek her türlü bilginin dikkate alınması,

5. Para politikası uygulamaları çerçevesinde kamuoyu ve piyasalarla iletişimde şeffaflığın esas alınması ve merkez bankasının hedeflerine ulaşması bağlamında da hesap verebilirliğin sağlanmasıdır.

Enflasyon hedeflemesi rejiminin ortaya çıkışı 1970'li yıllarda petrol fiyatlarındaki artışın küresel ölçekte enflasyondaki yükselişi tetiklemesi ve takip eden dönemde parasal otoritelerin enflasyonla mücadelede kararlı davranmaması enflasyon beklentilerinin yüksek seviyelere çıkmasına yol açmasıyla olmuştur. 1980 – 1990'lı yıllarda fiyat istikrarına ulaşma konusunda merkez bankaları bir çok alternatif rejimi uygulamıştır. Bu rejimler içinde tarihsel olarak en yaygın olarak kullanılanları , parasal büyüklüklerin hedeflenmesi veya döviz kurunun kontrol edilmesine dayalı rejimlerdir. 1990'lara gelindiğinde, para ve kredi büyüklükleri ile enflasyon arasındaki kısa vadeli ilişki oldukça istikrarsız bir hal almıştır. Bu durum, söz konusu büyüklüklerin ara hedefler olarak daha az güvenilir ve daha az faydalı olmasına neden olmuştur (Portugal, 2007). Parasal büyüklüklerin hedeflenmesinde başarı sağlanması, hedeflenen büyüklüklere olan talep ile enflasyon arasındaki ilişkinin gücüne bağlı olmaktadır. Finansal araçların hızla gelişmesi ve standart bir para tanımının yapılmasının güçleşmesi bu bağı oldukça zayıflatmış ve parasal büyüklüklerin hedeflenmesine dayalı rejimlerin başarı sağlama olasılığını azaltmıştır. Enflasyon hedeflemesi rejiminin başarı sağlayabilmesi açısından ise para talebi ve enflasyon arasındaki ilişkinin kritik bir önemi bulunmamaktadır (Mishkin, 2000). Döviz kuru rejiminin yapıldığı dönemde ise hızla artan uluslararası sermaye akımları ve döviz kurlarını spekülatif saldırılardan korumanın gittikçe zorlaşması gibi unsurlar, sabit döviz kuru rejiminin enflasyonu kontrol altına almakta gittikçe daha az güvenilir ve daha az başarılı olmasına yol açmaktadır. Tüm bunlar ile birlikte döviz kuru hedeflemesi yapan ülkelerin yerel faiz oranları para birimi çapa olarak seçilen ülkedeki gelişmelerce belirlendiğinden, bağımsız para politikası uygulama yeteneği söz konusu olmamakla birlikte bu ülkelerde dışsal şokları yumuşatacak esnek bir politika aracı da bulunmamaktadır. Son yıllarda aralarında Türkiye'nin de içinde bulunduğu bir çok ülkede döviz kuru hedeflemesi yıkıcı etkileri olan büyük krizlerle sonuçlanmıştır.Bu nedenden dolayı bu tarz bir para politikası stratejisi, giderek daha az sayıda ülke tarafından tercih edilir hale gelmiştir (Mishkin, 2006; Batini ve diğ., 2006).

Zaman içiresinde para politikası uygulamalarında koşulların değişmesiyle parasal büyüklüklere veya döviz kuruna dayalı rejimlerin etkinliğini kaybetmesi söz konusu olmuştur. Döviz kuru ve parasal büyüklüklerin çapa olarak kullanılmasının genellikle cari işlemler dengesi ve ekonominin rekabet gücü üzerinde yarattığı olumsuz etkiler nedeniyle krizlerle sonuçlandığı görülmüştür. Maliye politikasındaki disiplinsizliklerin telafi edilmesine yönelik para politikaları zaman içinde bağımsız para politikası yürütülmesini olanaksız kılmış olduğundan, enflasyon hedeflemesi özellikle gelişmekte olan ülkeler için önemli olan bu sorunun giderilmesine katkıda bulunarak, merkez bankalarını hükümet ve özel kesimden gelen baskılara karşı koruyucu bir rolde üstlenmiştir. Bu nedenlerden ötürü enflasyon hedeflemesi sistemi uluslararası alanda 2000'lerde önemli ölçüde yaygınlık kazanmıştır Enflasyon hedeflemesi ilk olarak 1990'larda Yeni Zelanda ülkesinde bir politika aracı olarak uygulanmaya başlanmıştır. Hemen akabinde İngiltere, Kanada ve Avustralya gibi gelişmiş ülkeler de uygulamaları başlatmış ve uygulamaların başarılı sonuç vermesi üzerine, Şili (1991), İsrail (1992) Polonya (1998), Meksika (1999), Brezilya (1999), Güney Afrika (2000) gibi gelişmekte olan ülkeler de enflasyon hedeflemesi sistemine geçmişlerdir.

Enflasyon hedeflemesinin para politikası olarak uygulanmasının gerek para politikasının nihai hedefinin fiyat istikrarı olduğunun açıkça ilan edilmesi gerekse daha fazla şeffaflık ve operasyonel esnekliğin söz konusu olması nedeniyle daha kalıcı ve etkili sonuçlar verdiği gözlemlenmektedir. Bu sayede merkez bankalarının itibarının artırılması ve enflasyon beklentilerinin kontrol edilebilmesi daha etkin sağlanabilmektedir. Enflasyon hedeflesinde hedeflerin açıkça ilan edilmiş olmasından dolayı merkez bankalarının bu hedefe ulaşamama durumunda hesap vermesini sağlayan bir mekanizmanın oluşturulması gerektirdiğinden, merkez bankalarının taahhütlerine sadık kalmasını sağlama ve zaman tutarsızlığı tuzağına (time-inconsistency trap) düşmelerini engelleme potansiyeline sahiptir . Esnek olması ve hedeflerin genellikle orta vade için tanımlanmış ve kısa dönemli sapmaların kabul edilebilir olması iyi oluşturulmuş bir enflasyon hedeflemesi politikası çerçevesinde, merkez bankalarına, uzun vadede enflasyonla mücadelede itibarlarına zarar vermeden, orta vadeli gelişmelere tepki verme imkanı sağlayabilmektedir (Schaechter ve diğ., 2000, Mishkin,2000).

Enflasyon hedeflemesinin para politikası olarak kullanılmasının uzun vadeli bir avantajı da kamuoyunun ilgisini kısa vadeli müdahaleci politikalardan düşük ve istikrarlı enflasyon gibi makroekonomik istikrarı ve ekonomik büyümeyi destekleyen bir hedefe kaydırıyor olmasıdır . Ayrıca enflasyon hedeflemesi, sadece para politikasının değil, aynı zamanda maliye politikalarının da hesap verebilirliğini ve disiplinini artırmaktadır. Bu durum hem merkez bankalarının kurumsallaştırılması, hem de ekonomi genelinde enflasyonla mücadele sürecine katkıda bulunacak yapısal reformların gerçekleştirilmesi konularında motivasyon sağlamaktadır (Schaechter ve diğ., 2000).

Parasal otoriteler enflasyon hedeflemesi strajtejisine geçmeden önce örtülü enflasyon hedeflemesi dediğimiz enfalsyon hedeflemesi stratejisini uygular daha sonra açık enflasyon hedeflemesine geçiş yaparlar . Enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulamaya karar veren ülkelerde bazen gerekli olan ön koşullar olmayabilir. Bu koşulları sağlayabilmek için belirli bir zaman dilimine ve altyapıya ihtiyaç vardır. Ülkeler bu zaman dilimi içerisinde enflasyon hedeflemesi stratejisine geçmiş gibi kabul görerek hazırlıkları yapar. Ülkelerin bu dönemde uyguladıkları enflasyon hedeflemesi türüne "örtük enflasyon hedeflemesi" adı verilir.

Enflasyon hedeflemesi uygulayan ülkelerde Merkez Bankası her zaman bağımsız ve hesap verilebilir bir kurum vazifesi görmektedir. Ama örtük enflasyon hedeflemesi uygulandığı zaman diliminde duyurulan hedeflerde bir sapma görülmesi durumunda Merkez Bankasının bir hesap verme mekanizması bulunmamaktadır. Merkez bankası burada sadece bir aracı kurummuş gibi düşünülebilir. Örtük enflasyon hedeflemesinde ayrıca uygulanan para politikaları yeteri kadar şeffaflık arz etmemektedir. Alınan kararlar istenildiği zaman kamuoyuna açıklanmamıştır. Daha esnek ve başına buyrukluk söz konusudur. Bu durum merkez bankasına olan güveni tam olarak sağlatmayacak bir yapıya da sahiptir. (Örtük enflasyon hedeflemesi Türkiye'de enflasyon hedeflemesine geçilmesine karar verilen 2001 ve 2005 yılları arasında uygulanmış bir sistemdir. Enflasyon hedeflemesine geçilebilmesi için bu dönem aralığında geçerli olan alt yapı oluşturulmaya çalışılmış ve daha sonrada açık enflasyon hedeflemesine geçilmiştir.)

Açık enflasyon hedeflemesi ise enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayacak olan ülkelerde ön koşulların hazırlanılarak her şeyin tamam olup artık Merkez Bankasının tam kontrolü altında hesap verilebilirlik ve şeffaflık ilkesine dayalı olarak uygulanan politikadır. Açık enflasyon hedeflemesini uygulayan ülkelerde öncelikle Merkez Bankası tam bağımsızlığını kazanmış olması, şeffaflık ve hesap verilebilirlik kaidelerinin tam olması gerekmektedir. Belirlenen hedeflerde eğer sapmalar yaşanırsa

bundan Merkez Bankası sorumludur. Bunu kamuoyuna duyurarak nedenini yazılı olarak açıklamak zorundadır. Açık enflasyon hedeflemesi daha disipliner ve kuralcı bir yapıdan oluşmaktadır. Ülkeler açık enflasyon hedeflerini, koşullara tam uyarak yerine getirdiklerinde enflasyon ile mücadele etmede başarılı sonuçlar elde edeceklerdir.

Enflasyon hedeflemesi stratejisi, merkez bankalarının para politikasını önceden belirlenmiş ve kamuoyuna duyurulmuş olan orta vadeli sayısal bir enflasyon hedefini tutturabilmek amacıyla uygulanan stratejidir. Bu stratejide birçok para politikası stratejisinin aksine ara hedef kullanılmaz ve direkt enflasyon oranı ya da fiyat düzeyi hedeflenir. Enflasyon hedeflemesi stratejisinde başarılı bir şekilde hedefi tutturabilmek için, bazı önkoşulların yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu ön koşulları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

a) Merkez Bankasının bağımsızlığı ,

b) Para politikaların nihai hedefinin fiyat istikrarı olması,

c) Uygulama öncesi enflasyon oranının belli bir düzeye çekilmesi,

d) Hesap verebilirlik,

e) Şeffaflık ve güvenirlik,

f) Güçlü ve gelişmiş bir mali disiplin veya düşük bir mali baskınlık,

g) Gelişmiş finansal yapılar,

h) Esneklik,

i) Gelişmiş ekonometrik modellerin kullanılması,

j) Önkoşulların sağlanabilme derecesidir.

Enflasyon hedeflemesine geçecek bir ülkenin öncelikle ön koşulları sağlıyor olması özellikle de enflasyon hedeflemesinin başarılı sonuç vermesi için çok önemlidir. Enflasyon hedeflemesinin yerine getirilebilmesi için en önemli koşullar öncelikle merkez bankasının bağımsız bir yapıya sahip olması, para politikasının nihai hedefinin fiyat istikrarı olması ve bunun uygulanabileceği gelişmiş bir mali disiplinin, gelişmiş finansal yapıların mevcudiyetinin gerekliliğidir. Bir ülkede ekonomik anlamda sorumlu ve en yetkili kurum şüphesiz ki Merkez Bankasıdır. Merkez Bankası fiyat istikrarını koruyabilmesi ve görevini tam anlamı ile yapabilmesi için tam bağımsız olması gerekmektedir. Merkez bankası bağımsızlığı, "merkez bankasının fiyat istikrarını korurken uygulayacağı para politikası rejimini ve kullanacağı parasal araçları kendi kararları ile seçmesi ve uygulaması olarak tanımlanabilir" (Alparslan ve Erdönmez, 2000). Uygulanan para politikalarında maliye politikasının etkisi üst düzeyde olamamalıdır. Hükümetler ve siyasi baskılar, erkez Bankasının bağımsızlığının ülke yararına olduğunu kabullenerek uygulanan politikalarda çok fazla yer almamalıdır. Eğer hükümette merkez bankası yetkilerinin kullanımında yer alırsa hedefler tam anlamıyla başarıya ulaşmayacaktır. Enflasyon hedeflemesinde Merkez Bankası uygulayacağı politikalarda bağımsızlığı tam yerindeyse aynı zamanda açık ve şeffaf olmalıdır.

Merkez bankası bağımsızlığına dair yapılan araştırmalarda enflasyon hedeflemesini uygulayan ülkelerde, ülkelerin merkez bankalarına ne kadar fazla tam bir bağımsızlık sağlanıyorsa , enflasyon oranlarının da o kadar düşük olduğu görülmüştür. Yani enflasyon hedeflemesinde bu ülkeler açıkça başarılı olduklarını merkez bankalarının bağımsızlıkları ile kanıtlamışlardır. Bu nedenle merkez bankasının bağımsız olması ayrı önem kazanmıştır. (Şiriner & Turgay, 2007)

Enflasyon hedeflemesi stratejisince ön koşulların sağlanabilmesi konusunda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sonuçlara dair iktisatçılar arasında da ayrışma söz konusu olmuştur. İktisatçıların birçoğu gelişmiş ülkelerde enflasyon hedeflemesi için gereken önkoşulların gelişmekte olan ülkelere göre daha fazla sağlandığı için enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmiş ülkelerde daha başarılı sonuçlar sağladığını iddaa edişmiştirler. Ön koşulların gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkere nazaran daha az sağlanmasından dolayı başarının nispeten daha az olduğu açıklaması yapılmaktadır. Bunun aksine birçok iktisatçı da gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin bu ön koşulları sağlamada tam başarılı olmadığını iddia etmektedir. Daha açık bir ifadeyle teknik alt yapı, merkez bankasının bağımsızlığı, finansal sistemin durumu ve ekonomik yapı ön koşulları açısından bakıldığında, hiçbir ülke enflasyon hedeflemesinin ön koşullarını tamamen gerçekleştirerek bu stratejiyi uygulamaya başlamış değildir. Enflasyon hedeflemesine geçen gelişmekte olan ülkelerin tamamı bu önkoşulları sağlamadan enflasyon hedeflemesi stratejisine geçerken Yeni Zelanda, Avustralya, İzlanda, Norveç gibi gelişmiş ülkeler de teknik altyapıyı sağlamadan enflasyon hedeflemesi stratejisine geçmiştir(IMF, 2005: 178).

Enfasyon hedeflemesi stratejisinin uygulanabilmesi sadece ön koşulların sağlanıyor olması yeterli olmamakla birlikte aynı zamanda enflasyon hedeflemesi rejimi için operasyonel yapının, teknik alt yapı ve analitik kapasiteninde sağlanıyor olması gerekmektedir. Bunların yapılması stratejinin de sağlıklı bir şekilde başarıya ulaşmasını sağlayacaktır. Bu adımlar;

1. Hedefin belirlenmesi

2. Fiyat endeksinin belirlenmesi

3. Uygun enflasyon oranının belirlenmesi

4. Hedefleme süresi seçimi

5. Nokta veya bant hedef seçimi (hedef aralığı belirlenmesi)

6. Hedefin ilanı

Enflasyon hedeflemesinde başarıyı etkileyen diğer önemli bir unsurda hedeflenen enflasyon oranıdır. Enflasyon hedefi için belirlenen sayısal değer, Merkez Bankasının fiyat istikrarını gerçekleştirme amacı için üstlendiği sorumluluğunu kamuoyuna duyurmasıdır. Enflasyon hedefini belirleme sürecinde ülkeler enflasyon hedefini kendi ülkesinin ekonomik yapısını iyi analiz ederek optimal hedef enflasyon oranını belirlemeye çalışır. Sıfır enflasyon fiyat istikrarı anlamına gelse de ekonomiler için arzu edilen bir oran değildir. Sıfır ve sıfırın altında belirlenen enflasyonun ekonomide yaratabileceği negatif etkilerden dolayı enflasyon hedefi seçiminde tek haneli ve ulaşılabilir hedefler belirlenmektedir(Mishkin, 2001: 204). Enflasyon hedeflemesini uygulayacak olan ülkeler kendi ekonomik durumlarına göre endeksi belirleyebilirler. Enflasyon hedeflemesini uygulayan ülkelerin çoğu hedef olarak kullanılacağı fiyat göstergesi olarak Tüketici Fiyat Endeksini (TÜFE) seçmiştir. TÜFE'nin genelde tercih edilmesinin nedenleri, çeşitli fiyat göstergeleri arasında en çok bilineni olması, daha çok

yayınlanması, nadiren rezerve edilmesi ve endeksleme hesaplarında kullanılmasıdır (Gül, Ekinci, & Gürbüz, 2006: 61).Enflasyon hedeflemesinde başarıyı etkileyen diğer bir etkili olan unsur da hedefleme süresi seçimidir. Enflasyon hedeflemesini uygulayan ülkeler, kendi ekonomik koşullarına göre 1 yıllık, 2 yıllık, çoklu yıl, belirsiz zaman süresi gibi seçeneklerden birisini tercih etmektedirler. Burada dikkat edilmesi gereken asıl unsur hedefi gerçekleştirmede optimal süre belirlenip açık ve net bir şekilde kamuoyuna ilan ederek Merkez Bankasının sorumluluğunu da ifade ediyor olmasıdır (Oktar, 1998: 29).

3. LİTERATÜR

Enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulayan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin ekonomik performansına olan etkisini ampirik düzeyde araştıran çalışmalarda, bu stratejinin uygulama döneminde, enflasyon oranı, faiz oranı, çıktı büyümesi, döviz kuru gibi göstergelerdeki değişiklikleri incelenmektedir. Literatürde enflasyon hedeflemesi ile ilgili yapılan çalışmalarda genel olarak üç mukayeseli durum dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi, enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan ve uygulamayan ülkelerin ekonomik performanslarını karşılaştıran çalışmalardır. İkincisi, bir ülkede enflasyon hedeflemesi uygulamadan önceki ve sonraki dönemdeki ekonomik performanslarını karşılaştıran araştırmalardır. Üçüncüsü ise gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin ekonomik performansa etkisini mukayese eden incelemelerdir.

Johnson (2002), enflasyon hedeflemesini uygulayan beş ülke (Avustralya, Kanada, Yeni Zelanda, İsveç ve İngiltere) ile uygulamayan altı ülkenin (Fransa, İtalya, Hollanda, Japonya ve ABD) 1984-2000 dönemine ilişkin verilerini panel veri yöntemiyle analiz ederek, enflasyon hedeflemesinin beklenen enflasyon davranışı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Enflasyon hedeflemesi stratejisini takip eden ülkelerde enflasyon hedefi ilan edildikten sonra beklenen enflasyon seviyesinde büyük bir düşüş olduğuna ilişkin güçlü kanıtlar elde edilmiştir. İncelenen zaman aralığında gerek enflasyon hedeflemesini uygulayan gerekse de uygulamayan ülkelerde enflasyon oranlarında düşüş gözlenirken enflasyon hedeflemesini uygulayan ülkelerdeki düşüş daha belirgindir.

Levin (2004), enflasyon hedeflemesinin gelişmiş ülkelerde enflasyon beklentilerini etkilemede ve enflasyon sürekliliğini azaltmakta, gelişmekte olan ülkelere göre daha başarılı olduğunu dile getirmiştir. Ancak gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin enflasyon beklentilerinin hemen uyarlanmasına yol açmadığı ve enflasyon oynaklığının yüksek olmaya devam ettiğini de vurgulamıştır.

Karaca (2006), enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan on ülke ile uygulamayan yüz on iki ülkenin makroekonomik performansını enflasyon, büyüme oranları ile bunların değişkenliğini göz önüne alarak mukayese etmiştir. 1985-2004 dönemine ait yıllık verilerle yapılan OLS analizi sonuçlarına göre enflasyon hedeflemesi uygulamasının enflasyon performansı ve büyüme oranının değişkenliğini azaltma konusunda olumlu ancak kayda değer bir etkisi görülmemiştir. Diğer yandan enflasyon hedeflemesi stratejisinin, enflasyon değişkenliğini azaltmada herhangi bir etkiye sahip olmadığı ifade edilmiştir.

Akyazı ve Ekinci (2008), gelişmekte olan ülkelerde ve Türkiye'de enflasyon hedeflemesi performansını değerlendirmiştir. Çalışmada enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan 13 gelişmekte olan ülke ile Türkiye'nin enflasyon ve üretim performansları karşılaştırılmaktadır. Çalışma sonucunda yapılan değerlendirmede enflasyon hedeflemesine geçilmesinden itibaren Türkiye'nin enflasyon değişkenliği bakımından kısmen istikrarlı bir gidişata sahip olmakla beraber, diğer ülkelere kıyasla yüksek enflasyon oranında düşük enflasyon değişikliği dikkat çekmiştir.

Öztürk (2009), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin başarısını incelemiş ve gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelerde enflasyona ciddi düzeyde uyum sağlandığı sonucuna varmıştır. Bunun yanı sıra gelişmiş ülkelerde enflasyonun durgunluğa sebep olmayacak oranda sürdürüldüğü belirtirken enflasyon hedeflemesi uygulama sürecinde büyüme oranlarının gelişmekte olan ülkelere göre gelişmiş ülkelerde daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Büyüme oranlarında gelişmiş ülkeler kadar bir artış oranı yakalayamasalar da gelişmekte olan ülkeler de enflasyon hedeflemesi sayesinde enflasyon oranlarını aşağı çekmeyi başardığı ve ekonomik istikrarın oluşuma önemli katkılar sağladığı söylenebilir.

Türkoğlu (2015), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulamalarını incelemiş, çalışmada yer alan ülkelerin on dört yıllık enflasyon oranlarının ortalamasına göre gelişmekte olan ülkelerdeki enflasyon oranının gelişmiş ülkelerdeki enflasyon oranlarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışmada gelişmiş ülkelerdeki hedeflenen enflasyon ile mevcut enflasyon oranı arasındaki farkın gelişmekte olan ülkelerdeki hedeflenen enflasyon ile mevcut enflasyon oranı arasındaki farktan daha düşük olduğu ifade edilmiştir.

İğdeli ve Sever (2016), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesi stratejisi uygulamalarını incelemiş, gelişmiş ülkelerde başarılı olan enflasyon hedeflemesi stratejisinin gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkeler kadar başarılı olamayacağını iddia etmiştir. Bunun nedenlerini ise gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkeler kadar finansal alt yapıya sahip olamamaları, dış şoklara karşı daha açık olmaları ve enflasyon hedeflemesine geçmek için gereken ön koşullara yeterince hazır olmadıkları olarak dile getirmişlerdir. Bununla birlikte 10 gelişmiş ve 17 gelişmekte olan ülkenin ekonomileri üzerinde enflasyon hedeflemesine geçiş öncesi ile sorası döneme ilişkin verileri inceleyerek ekonomik performans analizi yapılmıştır. Bu ülkelerin tamamında enflasyon hedeflemesi stratejisinin tercih edilmesiyle birlikte enflasyon ve işsizlik oranlarında düşüş meydana gelirken, büyüme ve kişisel gelir düzeylerinde de artış yaşandığını gözlemlemişlerdir.

4. ENFLASYON HEDEFLEMESİNİN GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE 2000-2017 YILLARI ARASINDA EKONOMİK PERFOMANSA ETKİSİ VE TÜRKİYE ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

İlk kez 1990 yılında Yeni Zelanda tarafından uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi günümüzde 11 gelişmiş ülke ve 20 gelişmekte olan ülke tarafından tercih edilmektedir. Enflasyon hedeflemesi stratejisini ilk uygulamaya başlayan gelişmiş ülkelerdir. Yeni Zelanda ve Kanada enflasyon hedeflemesini ilk uygulayan ülkelerdir. Bu ülkelerdeki enflasyon hedeflemesinin aldığı başarılı sonuçlar gelişmiş ve gelişmekte olan diğer ülkelerin benzer uygulamalara geçmelerine cesaret vermiştir. Gelişmiş ülkelerde alınan başarılı sonuçlarından ardından enflasyon hedeflemesi stratejisi gelişmekte olan ülkelerin para politikası uygulamalarının merkezine oturmuştur. (Öztürk, 2009).

Bu çalışma kapsamında gelişmiş ülkelerden uygulamaya ilk başlayan Yeni Zellanda başta olmak üzere İsviçre , İspanya ve Finlandiya ülkelerinin enflasyon hedeflemesi uygulamasının temel makro ekonomik değişkenler üzerinden çoğunlukla 2000-2017 yılları arasındaki ekonomik performansa etkisi inecelenecektir. Gelişmekte olan ülkeler arasında ise literatürde daha önce çok incelenmemiş olan Romanya , Macaristan , Güney Afrika incelenecek olup yine makro ekonomik değişkenler üzerinden enflasyon hedeflemesinin 2000-2017 yılları arasında ekonomik performansa etkisi inecelenecektir. Son olarak ise Türkiye özelinde daha detaylı bir inceleme yapılarak enflasyon hedeflemesinin ekonomik

performansa etkisinin yanı sıra hedeften sapma oranları irdelenilecektir. Türkiye'de enflasyon hedefleme sürecinin başladığı 2002 yılından 2018 yılına kadar geçen sürece alınan kararlara da yer verilecektir.

4.1. Gelişmiş Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi ve Ekonomik Performansa Etkisi

Gelişmiş ülkelerde enflasyon hedeflemesinin genel olarak başarılı sonuçlar alındığı bu alanda yapılan bir çok çalışmada ispatlanmıştır. Başarılı sonuçlar alınmasını sağlayan temel unsurlar bu ülkelerde ön koşulların sağlanmış olması ve teknik alt yapının gelişmekte olan ülkelere göre daha iyi olması olduğu kanısına varılmıştır.. Bununla birlikte rakamsal olarak da enflasyon hedeflemesi uygulamasına geçilmeden önce ilgili ülkelerde enflasyon oranlarının gelişmekte olan ülkere nazaran daha düşük oranlarda oluyor olması daha başarılı sonuçlar alınmasında önemli rol oynayan diğer bir etkendir. Bunların yanında gelişmiş ülkelerdeki enflasyon hedeflemesi uygulamasının başarısını belirleyen diğer unsurlar ise kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir (Tuna, 2007: 229).

Fiyat istikrarı hedefleri fiyat seviyesinin hedeflenmesinden ziyade enflasyonun doğrudan hedeflenmesi şeklinde uygulanması,

Enflasyon hedefinin belirlenmesinde TÜFE kullanılması,

Enflasyon hedeflerinin rakamsal değerler yerine, bant aralığı olarak gösterme,

Fiyat istikrarını hedefleyen para politikasının zaman içinde güvenirliğinin artması,

Merkez Bankalarının para politikası hakkında daha açık ve şeffaf raporlama yapması,

Temel politika aracı olarak kısa vadeli faiz oranlarının tercih ediliyor olması,

Uygulamaya geçmeden önceki enflasyon oranlarının makul seviyelerde bulunuyor olmasıdır.

Enflasyon hedeflemesi stratejisini benimseyen gelişmiş ülkelerden Yeni Zelanda, İşviçre, Finlandiya ve İspanya örneklerinde makro ekonomik performansların zamana bağlı olarak gelişimi incelenmiştir.

Yeni Zelanda: 1990 yılında enflasyon hedeflemesi stratejisini ilk olarak para politikası aracı olarak uygulayan ülke Yeni Zelandadır. Bu stratejiye geçmeden önceki dönemde uyguladığı para politikası zaman zaman enflasyon oranını düşürmek zaman zaman da faiz oranlarını kontrol etmeye yönelik olmuştur. Yeni Zelanda'da 1990 yılında çıkarılan yasayla Merkez Bankası'na fiyat istikrarını sağlama ve gerekli para politikasını uygulama görevi verilmiştir. Bu sayede dünyada ilk kez enflasyonun doğrudan hedeflenmesi rejimi uygulanmaya başlanmıştır. Yeni Zelanda'nın enflasyon hedeflemesine geçme sebeplerinden biri de 1980'li yıllarda birinci petrol krizi sebebiyle %18'lere yükselen enflasyonu tek haneli rakamlara çekebilmektir. Yeni Zelanda enflasyon hedeflemesi sürecinde çok önemli reformlara imza atmıştır. Bu reformlardan en önemlileri; özelleştirme, gümrük tarifelerindeki yani yapılandırmalar, çalışma hayatında yapılan değişiklikler, vergi reformu, sanayi sektörüne yapılan desteklemenin kaldırılması ve sermaye hareketlerinde uygulanan sınırlamaların tekrar düzenlenmesidir(Malatyalı, 1998: 13). Aşağıda Tablo 1'de Yeni Zellanda ülkesinin 1990 yılında enflasyon hedeflemesi sürecine başladığı zamandan olmak üzere 1990-2017 yılları arasında bazı makro değişkenler ; büyüme oranı , faiz oranı , işsizlik oranı ve kişi başına düşen gelir başta olmak üzere ekonomik performansa etkisi incelenmiştir.

Tablo 1: Yeni Zelanda İçin Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı(%)	İşsizlik Oranı(%)	Kişi Başına Düşen GSMH ($)
1990	0-2	6,09	-1,3	11,7	8,0	13.663
1992	0-2	0,98	0,8	6,6	10,7	11.793
1994	0-2	1,76	5,7	6,4	8,4	15.280
1996	0-2	2,29	3	8,5	6,3	18.794
1998	0-3	1,27	0,6	6,8	7,7	14.738
2000	0-3	2,64	3,7	6,4	6,1	13.076
2002	0-3	2,65	4,7	5,3	5,3	15.000
2006	0-3	3,36	2,8	6,92	3,8	27.118
2008	1-3	3,39	-0,8	7,55	4,0	31.329
2009	1-3	2,15	-1,4	4,04	5,8	31.119
2010	1-3	2,3	2,1	4,58	6,1	27.470
2011	1-3	4	1,9	4,27	6,0	32.459
2012	1-3	1,1	2,5	4,11	6,4	36.687
2013	1-3	1,1	2,8	3,83	5,8	38.254
2014	1-3	1,2	2,3	4	5,4	40.481
2015	1-3	1	4,4	3,9	5,4	40.270
2016	1-3	1,1	3,5	4,2	5,1	38.560
2017	1-3	1,2	3	3,9	4,9	38.970

Kaynak : https://databank.worldbank.org

Yeni Zelanda'da yapılan reformlar ve uygulanan enflasyon hedeflemesinin sonuçlarına baktığımızda enflasyon hedeflemesinin başarılı olduğunu söyleyebiliriz. Enflasyon hedeflemesi öncesi dönemde çift haneli rakamlarda gezinen enflasyonun, enflasyon hedeflemesine geçilmesiyle birlikte önemli oranda düşme göstererek tek haneli rakamlara ulaştığı görülmektedir. 1992- 2017 yılları arasında hedeflenen enflasyon aralığında (2011,2008,2006 yıllarında yaşanan küçük sapmalar dışında) tutturulduğu gözlemlenmiştir. İlk yıllarda enflasyon hedeflemesine geçilmesiyle beraber daralan ekonomi ilerleyen yıllarda istikrarlı bir büyüme oranı yakalayarak genişlemiştir. 1990'lı yıllarda çitt haneli fazi

oranlarınında enflasyon hedeflemesi süreci sonrasında tek haneli rakamlara çekilerek istikrarlı bir aralıkta seyri görülmektedir. Enflasyon hedeflemesini uygulamaya başlanan yıllarda 13,663 $ civarında olan kişi başı milli gelirin %285 oranında artttırıldığı görülmektedir.

İspanya : Kanada ve Yeni Zellanda'da enflasyon hedeflemesinin başarılı sonuçları İspanya'nında dikkatini çekmiş ve İspanya 1994 yılı yaz dönemi itibariyle enflasyonu doğrudan hedefleyen bir para politikasını uygulamayı tercih etmiştir. İspanya Merkez Bankası üç yıllık bir süre içerisinde enflasyonun yüzde 3'ün altına çekilmesi hedeflediklerini ilan etmiş ve yeni para politikasını uygulamaya başlamıştır. Enflasyon hedefinin belirlenmesinde TÜFE baz alınmış olup enflasyon raporları altı ayda bir yayınlanmıştır (Alparslan & Ataman, 2000: 24). İspanya içinde enflasyon hedeflemesi sürecinin başladığı 1994 yılından başlamak üzere büyüme oranları , faiz oranı ve kişi başına düşen GSMH rakamları 2017 yılına kadar incelenmiş ve ekonomik performansa katkısı gözlemlenmiştir.

Tablo 2 : İspanya İçin Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	Kişi başına düşen GSMH ($)
1994	**3**	**2,3**	**2,1**	**6,7**	**24,3**	**13.465**
2000	3	3,4	5,3	3	13,8	12.220
2004	3	3	3,2	2,1	11,1	22.120
2005	3	3,4	3,7	2,3	9,2	25.930
2006	3	3,5	4,2	3,1	8,5	27.970
2007	3	2,8	3,8	4	8,2	29.920
2008	3	4,1	1,1	4,6	11,3	32.450
2009	3	-0,3	-3,6	1,2	17,9	32.770
2010	3	1,8	0	0,8	19,9	32.130
2011	3	3,2	-1	1,4	21,4	31.150
2012	3	2,4	-2,9	0,6	24,8	29.760
2013	3	1,4	-1,7	0,2	36,1	29.400
2014	3	-0,2	1,4	0,7	24,4	29.300
2015	3	-0,5	3,4	0,6	22,1	28.420
2016	3	-0,2	3,3	0,2	19,6	27.580

2017	3	2	3,1	0,7	17,2	27.180

Kaynak : https://databank.worldbank.org

İspanya'nın temel ekonomik göstergelerine bakıldığında diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi enflasyon hedeflemesinde bazı dönemlerin dışında örneğin 2008 krizi gibi hedeften sapmadığı görülmektedir. 2008 yılında enflasyon hedeflemesinin tutturulamadığı bu dönemde küresel dünyada yaşanan krizin tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi İspanya'da da etkili olabiliyor olacağı düşünülmektedir. Diğer yıllarda ise genel olarak hedeflenen enflasyon oranının tutturulduğu görülürken küresel krizin etkileri 2008- 2014 yılları arasında ülkede ekononimik anlamda büyüme tarafında daralma olduğu görülmüş ve büyümenin negatife döndüğü ve işsizliğin de ciddi seviyelere ulaştığı gözlemlenmiştir. Tüm bunların yanında İspanya'nın 1994 yılında enflasyon hedeflemesi sürecine başladığı dönemde var olan enflasyon oranlarının ve faiz oranlarının düşürülmesi noktasında yıllar içerisinde başarı sağladığı çok net görülmektedir. Yine 2008 kriz dönemine kadar olan süreçte de nitekim kişi başına düşen gelirde sağlanan artışta diğer bir önemli noktadır. 1994-2017 dönemi olarak kişi başına düşen gelirde yaşanan krizlere rağmen % 200 oranlarında artış sağlanmıştır.

İsviçre : Avrupa ülkeri arasında uygulamanın başarılı sonuçlar vermesi üzerine İsviçre merkez bankası Ocak 1993 yılında enflasyonist bekleyişleri yönlendirmej adına enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulamaya geçmiştir.Enflasyon hedeflemesini ulusal tüketici fiyat endeksindeki (TÜFE) yıllık % 2'den az bir artışla eşitlemektedir. Tavanı % 2 olarak belirlemektedir.

Tablo 3 :İsviçre İçin Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	**Enflasyon Hedefi (%)**	**Enflasyon Oranı (%)**	**Büyüme Oranı (%)**	**Faiz Oranı (%)**	**İşsizlik Oranı (%)**	**Kişi başına düşen GSMH ($)**
1993	2	2,32	-0,12	3,9	3,7	40.780
2000	2	1,5	3,9	2,7	2,8	43.460
2004	2	0,8	2,8	2,8	4,3	53.790
2005	2	1,2	3,1	2,4	4,4	61.540
2006	2	1,1	4	0,9	4	63.830
2007	2	0,7	4,1	0,7	3,7	62.580
2008	2	2,4	2,2	1,3	3,4	62.940
2009	2	-0,5	-2,2	2,4	4,1	70.220
2010	2	0,7	3	2,4	4,8	77.360
2011	2	0,2	1,7	2,4	4,4	79.200

2012	2	-0,7	1	2,9	4,5	84.500
2013	2	-0,2	1,9	2,7	4,8	88.740
2014	2	0	2,5	3,3	4,8	86.560
2015	2	-1,1	1,2	3,3	4,8	85.780
2016	2	-0,4	1,4	3,2	4,9	82.080
2017	2	0,5	1,1	3,1	4,8	80.560

Kaynak : https://databank.worldbank.org

İsviçre'nin enflasyon hedeflemesi stratejisini 1993 yılında yürürlüğe koyduğu günden bugüne sadece 2008 yılında küresel kriz döneminde görülen % 2,4 lük bir oran dışında,tüketici fiyat endeksinde yıllık bazda %2 den daha az bir oran yakaladığı diğer tüm yıllarda görünmektedir. 2008 yılında kısa süreli bir band dışına çıkmış onun dışındaki tüm yıllarda fiyat istikrarı sağlanmıştır. Bununla birlikte yıllar içerisinde kişi başına düşen gelirde %185 oranında artış sağlanmıştır. Faiz oranlarınmda ve ekonomik büyümede sürdürülebilir bir düzeyde artış hemen hemen tüm yıllarda görülmüştür. Diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi İsviçre'de de enflasyon oranlarının düşürülmesi ve korunması konusunda başarılı sonuçlar sağlanmıştır.

Finlandiya : Yeni Zellanda'dan hemen sonrasında Şubat 1993'te enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulamaya başlayan Finlandiya , gelişmiş ülkelerde öncülerdendir. Enflasyon hedeflemesi stratejisini kamu harcamalarının kısılması programı ile birlikte uygulamaya koyulmuştur. Finlandiya'da da tüm Avrupa Birliği üye devletleri arasında uyumlaştırılmış tüketici fiyatları endeksi ile ölçüm yapılmakta olup enflasyon oranlarında orta vadede % 2'ye yakın veya altında kalmak hedeflenmektedir.

Tablo 4 :Finlandiya İçin Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	Kişi başına düşen GSMH ($)
1993	**2**	**1,84**	**-0,73**	**7,97**	**16,2**	**20.680**
2000	2	1,5	3,9	2,7	2,8	43.460
2004	2	0,8	2,8	2,8	4,3	53.790
2005	2	1,2	3,1	2,4	4,4	61.540
2006	2	1,1	4	0,9	4	63.830
2007	2	0,7	4,1	0,7	3,7	62.580
2008	2	2,4	2,2	1,3	3,4	62.940
2009	2	-0,5	-2,2	2,4	4,1	70.220
2010	2	0,7	3	2,4	4,8	77.360
2011	2	0,2	1,7	2,4	4,4	79.200
2012	2	-0,7	1	2,9	4,5	84.500
2013	2	-0,2	1,9	2,7	4,8	88.740
2014	2	0	2,5	3,3	4,8	86.560
2015	2	-1,1	1,2	3,3	4,8	85.780
2016	2	-0,4	1,4	3,2	4,9	82.080
2017	2	0,5	1,1	3,1	4,8	80.560

Kaynak : https://databank.worldbank.org

Finlandiya'da da diğer gelişmiş ülkelerde olduğu gibi sadece 2008 döneminde enflasyon hedeflemesinden %20 lik sapma yaşanmıştır. Bu dönemde yaşanan kriz diğer ülkelerde olduğu gibi Finlandiya'nın da olumsuz etkilenmesine neden olmuştur. 1993 -2017 yılları arasında diğer değişkenlere baktığımızda ise faiz oranlarında yaşanan düşük , ekonomide sağlanan sürdürülebilir düzeyde büyüme, işsizlik oranlarında %337 oranında azalma çok dikkat çekicidir. Bununla birlikte gelirde 20,800$ olan rakamın 2017 yıl sonuna gelindiğinde 80,560$ seviyelerine taşınıyor olması da ekonomik refaha katkısını çok net bir şekilde göstermektedir.

4.2. Gelişmekte Olan Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi ve Ekonomik Performansa Etkisi

Gelişmekte olan ülkelere baktığımızda bu ülkelerin çoğu maliye ve para politikalarıyla ilişkili olarak tarih boyunca yüksek enflasyonlara maruz kalmışlardır. Bu ülkelerde enflasyon oranlarının yüksek olması içsel ve dışsal şokların oluşmasına neden olmuştur. Yüksek enflasyon başta ithal mallar olmak üzere yiyecek fiyatlarında da kendini göstermiştir. Bundan dolayı gelişmekte olan ülkeler 1990'lı yıllardan itibaren enflasyon oranlarını düşürmeye yönelmişlerdir (Mohanty ve Klau, 2001).

1990'lı yılların başından itibaren gelişmiş olan ülkelerde uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi stratejisinin başarılı sonuçlar elde etmesi, gelişmekte olan ülkeleri de enflasyon hedeflemesi stratejisine geçmeye cesaretlendirmiştir. Fakat gelişmekte olan ülkelerin teknik ve altyapıyı kurmaları gelişmiş ülkelere göre daha zor olmaktadır(Mishkin, 2010). Enflasyon hedeflmesine geçiş sürecinde ön koşulların tam olmaması , teknik alt yapılarının tam anlamıyla olmuyor olması gibi bir takım sorunlar ile zaman zaman karşı karşıya kalmışlardır.

Gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesinin içinde bulunduğu ekonomik yapıya adapte edilmesinde karşılaşılan başlıca sorunlarla ilgili genel olarak ifade edilebilecek hususlar aşağıdaki gibi özetlenebilir: (Türkoğlu, 2015)

Gelişmekte olan ülkelerde mali ve finansal sistem güçsüzdür.

Yüksek enflasyon nedeniyle para otoritesine olan güven sarsılmıştır.

Ekonomileri gelişmiş ülke ekonomilerine göre daha kırılgandırlar.

Etkin bir vergi sisteminin ve mali disiplinin eksikliği görülür.

Enflasyon hedeflemesi stratejisini uygulayan gelişmekte olan ülkelerden Romanya , Macaristan , Günay Afrika ve son olarak Türkiye örneklerinde makro ekonomik performansların zamana bağlı olarak gelişimi incelenmiştir.

Macaristan : Enflasyon hedeflemesi stratejisine 2001 aralık ayında başlamıştır. 2006 yılına kadar enflasyon hedefi yıllık olarak belirlenmiştir. 2005 yıl sonu itibariyle yılı içerisinde yayımlanan Tüketici Fiyat Endeksi'nde 3% olarak tanımlanan orta vadeli enflasyon hedefi benimsenmiştir. Orta vadeli enflasyon hedeflemesini benimseyen merkez bankaları arasındaki ortak uygulamaya göre, hedef belirsiz bir süre için belirlenmemiş , belirli bir süre sonra çoğunlukla 3-5 yıl arası olarak revize edilmiştir. Macaristan enflasyon hedeflemesi döneminde orta vadeli enflasyon hedefini % 3 olarak korurken 2015 yılında enflasyon hedefi etrafında ±1 puanlık bir tölerans aralığı belirledi. Bu tölerans bandı ise enflasyon hedefi etrafında bu bantta dalgalanma olabileceğini gösteriyor.

Tablo 5 : Macaristan İçin Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	Kişi Başına Düşen GSMH ($)
2001	7	9,1	3,8	0,8	5,7	4.820

2002	4,5	5,3	4,5	1,7	5,6	5.310
2005	4	3,6	4,4	6	7,2	10.440
2006	3,5	3,9	3,9	4,4	7,5	11.300
2007	3	8	0,4	3,5	7,4	11.820
2008	3	6	0,9	4,9	7,8	13.210
2009	3	4,2	-6,6	6,7	10	13.280
2010	3	4,9	0,7	5,1	11,2	13.100
2011	3	3,9	1,7	5,9	11	13.090
2012	3	5,7	-1,6	5,4	11	12.910
2013	3	1,7	2,1	3,3	10,2	13.430
2014	3	-0,2	4,2	1	7,7	13.460
2015	3 ±1	-0,1	3,4	1	6,8	12.960
2016	3 ±1	0,4	2,2	1,1	5,1	12.500
2017	3 ±1	2,3	4	-2,1	4,2	12.870

Kaynak : https://databank.worldbank.org

Macaristanda enfasyon hedeflemesinin ilk başladığı yıllarda yüksek oranlarda başlıyor olmaları yine gelişmekte olan ülkerde görünen bir dezavantaj olduğundan ilk yıllarda tam başarı sağlanamamıştır. 2007-2012 yılları arasında belirlenen hedefin düşük olması, yeteri kadar mali sistemin ve finansal sistemlerin güçlü olmaması hedeflenen enflasyona ulaşılmasında zorluk yaşanmasına neden olmuştur. Bunlara rağmen yıllar içerisinde enflasyon hedeflmesinde pozitif yönde başarılar sağlanarak hedeflenen oranın altında kalınma başarısı gösterilmiştir. Tüm bunların yanında enflasyon hedeflemesi stratejisinin ekonomik performansa olan etkisinin olumlu sonuçları da göz ardı edilemez . 2001 yılında kişi başına düşen gelir 4,820$ iken 2017 yılına gelindiğinde bu yaklaşık olarak 3 katına kadar taşınmıştır. Yine faiz oranlarında azalan trend son yıllarda devamlılığını sürdürmüştür. Büyüme oranlarında tıpkı gelişmiş ülkerde olduğu gibi kriz dönemlerinin yaşandığı veay etkisinin tüm dünyada hissedildiği dönem dışında belirli bir ivme yaptığı görülmektedir.

Romanya : 2005 yılında enflasyon hedeflemesi kapsamında para politikasını uygulayan diğer merkez bankalarının tecrübesine benzer şekilde, Romanya da enflasyon hedeflerinin türünde ve düzeylerinde iki ayrı aşama belirlemiştir.

Enflasyon hedeflerini azaltma aşaması , öncelikli olarak enflasyon ile mücadele sürecini pekiştirmek ve orta vadede sürdürebilir bir yıllık enflasyon oranı elde etmek için gerekli olan yıl sonu yıllık oranlar olarak 2 yıllık bir hedef belirlenmesi , (2005-2012 dönemi)

Romanya ekonomisinde orta vadede fiyat istikrarının sağlanabilmesi süresine geçiş aşaması yani düz bir çok yıllık enflasyon hedefinin belirlenmesidir. Uzun vadeli sürekli enflasyon hedeflemesi aşamasına geçiş için orta vadeli bir aşamadır.

Tablo 6 : Romanya İçin Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	Kişi başına düşen GSMH ($)
2000		45,7	2,4	7,5	7	1.720
2005	7,5% ±1	9	4,2	6,7	7,2	3.930
2006	5,0% ±1	6,6	8,1	3,1	7,3	4.960
2007	4,0% ±1	4,8	6,9	-2	6,4	6.570
2008	3,8% ±1	7,9	7,3	-0,7	5,8	8.760
2009	3,5% ±1	5,6	-6,6	12,8	6,9	9.120
2010	3,5% ±1	6,1	-1,1	10,2	7	8.640
2011	3,0% ±1	5,8	2,3	7,8	7,2	8.650
2012	3,0% ±1	3,3	1,2	6,4	6,8	8.760
2013	2,5% ±1	4	3,5	6,9	7,1	9.260
2014	2,5% ±1	1,1	3,4	6,7	6,8	9.600
2015	2,5% ±1	-0,6	3,9	4,1	6,8	9.530
2016	2,5% ±1	-1,5	4,8	3,6	5,9	9.520
2017	2,5% ±1	1,3	7	0,3	4,9	9.970

Kaynak : https://databank.worldbank.org

Romanya'da da diğer gelişmekte olan ülkerde yaşanan sıkıntılar olmuş sürecin yönetiminde mali ve finansal sistemlerin yeterince güçlü olmamasından dolayı ilk yıllarda istenen hedefe ulaşılmasında zorluk yaşanmıştır. Bununla birlikte oran hedeflemesi sürecinde rakamsal olarak belirlenecek olan rakamda sürekli olarak değişiklik yapılmıştır. %7,5 ile başlayan hedefleme 2013 yılında gelindiğinde %2,5 lara kadar düşürülmüştür. 2013 yılına kadar her yıl sürekli koşullara göre enflasyon hedeflemesi stratesinde hedeflenen oranda değişiklikler olmuştur. 2013 yılından itibaren gerekli alt yapılarının da

daha oturmuş olması ile birlikte orta vadeli bir enflasyon hedeflemesi stratejisi söz konusu olmaya başlamıştır. Hedeflenen oran altında kalınması yönünde başarı da beraberinde gelmiştir. Diğer makroekonomik verilere baktığımızda ise büyüme oranında yaşanan istikrarlı artış aynı zamanda kişi başına düşen gelirde başlandığı döneme göre yaklaşık 5,7 katı kadar artış yaşanmış olması ve faiz oranlarında da azalan trendin devamlılığının sağlanması enflasyon hedeflemesi stratejisinin Romanya ülkesinde de başarılı olduğunu göstermiştir.

Güney Afrika : Güney Afrika, resmi olarak Ağustos 1999'da çerçeveyi kabul etme niyetini açıkladıktan sonra, Şubat 2000'de enflasyon hedeflemesini başlattı. Güney Afrika'da enflasyon hedefi, tüketici fiyatlarında ortalama bir artış oranına ulaşma aralığı veya bandı olarak belirlenmiştir.

Enflasyon hedeflemesi çerçevesini benimsemeden önce Güney Afrika'da , merkez bankası bir dizi para politikası uygulamıştı.1960 ve 1998 arasında, bunlar arasında döviz kuru hedeflemesi, ihtiyari para politikası, parasal toplam hedefleme ve eklektik bir yaklaşım yer almaktadır.

Enflasyon hedeflemesi, merkez bankasının açık bir enflasyon hedefini açıkladığı ve bu hedefe doğrudan ulaşma politikasını uyguladığı bir para politikası çerçevesidir. Güney Afrika'da esnek enflasyon hedeflemesi çerçevesinin 2000 yılının Şubat ayında yürürlüğe girmesinden bu yana, hedefin belirlenmesi birkaç kez gözden geçirilmiştir. İlk hedef ölçü, mortgage tahvillerinin faiz maliyeti hariç, metropol ve diğer kentsel alanlar için tüketici fiyat endeksi olarak tanımlanan CPIX'di. TÜFE'nin bu varyantı seçildi çünkü başlık veya genel TÜFE bu dönemde doğrudan Banka'nın para politikasındaki değişikliklerden etkilendi. Ancak, diğerlerinin yanı sıra, konut finansmanında bir değişiklik ile sonuçlanan TÜFE'yi derlemek için kullanılan metodolojideki revizyonlar sonrasında, para politikasının etkilerini değerlendirirken ipotek faiz giderlerinin artık TÜFE'den kaldırılması gerekmemiştir. Enflasyon hedeflemesi uygulamaya konulduğunda, ilk hedef CPIX enflasyonu için bir takvim yılı ortalaması (2002 yılı) olarak belirlenmiştir. Sonraki hedefler belirli bir takvim yılı için ortalama olarak belirtilmiştir. Kasım 2003'te Maliye Bakanı, takvim yılı ortalamalarının düşeceğini ve hedefin sürekli olarak uygulanacağını açıkladı.

Günay Afrika son olarak enflasyon hedefini , 25 Şubat 2009 itibariyle, yıllık bazda TÜFE'nin (tüm kentsel bölgeler için TÜFE) bir önceki yıla göre sürekli artması nedeniyle yüzde 3 ila 6 arasında bir aralıkta hedeflediklerini belirtti.

Tablo 7 : Güney Afrika İçin Temel Ekonomik Göstergeler

Yıllar	Enflasyon Hedefi (%)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme Oranı (%)	Faiz Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)	Kişi başına düşen GSMH ($)
2000		5,3	4,2	5,2	23,2	3.020

2005	3-6	2,1	5,3	4,9	23,8	4.900
2006	3-6	3,2	5,6	4,6	22,6	5.530
2007	3-6	6,2	5,4	4	22,3	5.820
2008	3-6	10,1	3,2	5,8	22,4	5.910
2009	3-6	7,3	-1,5	3,9	23,5	5.800
2010	3-6	4,1	3	3,3	24,7	6.160
2011	3-6	5	3,3	2,3	24,7	6.970
2012	3-6	5,7	2,2	3,3	24,7	7.450
2013	3-6	5,8	2,5	2,2	24,6	7.340
2014	3-6	6,1	1,9	3,4	24,9	6.760
2015	3-6	4,5	1,3	4,1	25,2	6.070
2016	3-6	6,6	0,6	3,5	26,6	5.490
2017	3-6	5,2	1,3	4,6	27,3	5.430

Kaynak : https://databank.worldbank.org

Güney Afrika'nın gelişmekte olan ülkeler arasında incelemede bulunduğumuz diğerlerine nazaran hedeflerin gerçekleştirilmesi konusunda ülkeninde içinde bulunduğu durumdan dolayı ve enflasyon ölçümlenmesinde kullanılan metodun seçilmesinde yaşanan değişikliklerin de etkisiyle hedeften sapmaların daha çok yaşandığı görünmektedir. Gelişmiş ülkelere göre 2008 krizinde ve sonraki yılda daha çok sapma yaşadığı gözlemlenmektedir. Burada da daha önce de belirtiğimiz gibi gelişmekte ülkelerde dış şoklara karşı daha açık olunduğu ve ekonomilerin kırılgan yapılarının olumsuz etkilendiği gözlenmektedir. Diğer makro değişkenlere baktığımızda faiz oranlarında kısmı de olsa azalma yaşandığı 2000-2017 yıllar arasında kriz dönemi dışında yükseliş görülmemiştir. Kişi başına düşen gelirde ise gelişmekte olan ülkere nazaran kısmı bir artış sağlanmıştır.

4.3. Türkiye'de 2001 -2017 Dönemine İlişkin Enflasyon Hedeflemesi , Alınan Kararlar ve Ekonomik Performansa Etkisi

Türkiye diğer gelişmekte olan ülkeler gibi enflasyon ile mücadele de çok uzun yıllar pek çok program uygulamış fakat başarılı olamamıştır. 1990 yıllara gelindiğinde ülkede enflasyon %107,3 oranına ulaşmış ve Türkiye'nin artık çözmesi gereken makroekonomik sorunlarından en önemlisi haline gelmiştir. 1999 yılında IMF ile imzalanan istikrar programı ile birlikte Türkiye enfalsyon ile mücadele de döviz kurunu çapa olarak kullanmaya başlamıştır. Çapa olarak döviz kurunun seçilmesinin nedeni enflasyonun döviz kurundan kaynaklandığı düşüncesidir. Enflasyon oranlarında bu istikrar programı ile birlikte düşme yaşansada TL'nin değer kazanması ve faiz oranlarının sürekli düşmesi aslında cari işlemler açığının artmasına yol açarak kriz ortamını oluşturmuştur. 2000 krizinin verdiği hasarlar

IMF'den alınan ek krediler ile atlatılırken döviz kuru çapasında ısrar edilmesi ve diğer nedenler 2001 krizini tetiklemiştir. 2001 krizi sonucunda faiz oranlarında meydana gelen rekor yükselmenin ardından IMF'ye başvuran Türkiye "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programını" uygulamaya koymuştur. Uygulamaya konulan bu programla hükümet enflasyon hedeflemesine geçileceğinin sinyali verilmiştir (Engin, 2011).

1999 yılında ilk defa IMF'ye sunulan niyet mektubunda 2000-2002 yıllarını kapsayan politikalar hakkında dile getirilen enflasyon hedeflemesi stratejisini, Türkiye 2002 yılında örtük olarak uygulamaya başlamıştır. 2002-2005 yılları arasında uygulanan örtük enflasyon hedeflemesi döneminde 2006 yılında geçilmesi planlanan açık enflasyon hedeflemesinin ön koşulları sağlanmaya çalışılmıştır. Bu ön koşullardan başında yer alan TCMB'nin bağımsızlığını sağlayacak düzenlemelerin yapılması, enflasyon oranının belli bir düzeye çekilmesi, uygulanacak politikalarda kamuoyuyla paylaşarak şeffaf olması gibi koşullar başarıyla gerçekleştirilerek 2006 yılında açık enflasyon hedeflemesine geçilmiştir (Kansu, 2007).

Türkiye'de enflasyon hedefleri; Merkez Bankası tarafından Türk Hükûmeti ile birlikte, 3'er yıllık dönemler hâlinde belirlenir. Enflasyon hedefi olarak, tüketici fiyat endeksinin sene sonundaki yıllık değişim oranı kullanılır. Enflasyon hedefinin 2 puan üstü ve altı, belirsizlik aralığı olarak belirlenmiştir. Yıl sonu enflasyonunun belirsizlik aralığı dışında olması durumunda; Merkez Bankası hesap verme yükümlülüğü nedeniyle, Hükûmete açık bir mektup yazar.

Enflasyon hedeflemesi rejimi çerçevesinde, hedef değişken olarak Tüketici Fiyat Endeksinin (TÜFE) 12 aylık değişimiyle hesaplanan yıl sonu enflasyon oranları esas alınır. Ayrıca bu hedefler, Hükûmetle birlikte nokta hedef olarak belirlenir. Enflasyon hedeflemesinin uygulanmaya başlandığı döneme ilişkin Türkiye'ye ait ekonomik temel göstergeler aşağıdaki gibidir. (http://tcmb.gov.tr)

Tablo 8: Türkiye Enflasyon Hedefleme Dönemleri ve Ekonomik Göstergeler

Yıllar	**Enflasyon Hedefi (%)**	**Enflasyon Oranı (%)**	**Büyüme Oranı (%)**	**İşsizlik Oranı(%)**	**Faiz Oranı (%)**	**Kişi başına Gelir ($)**	**Hedeften Sapma (%)[1]**
ÖRTÜLÜ ENFLASYON HEDEFLEMESİ DÖNEMİ (2002-2005)							
2001	**-**	68,5	**-6,0**	8,4	**45,6**	**9.222**	**-**
2002	35	29,7	6,4	10,4	62,5	9.330	-
2003	20	18,4	5,6	10,5	45,0	9.603	-
2004	12	9,3	9,6	10,8	19,2	10.864	-
2005	8	7,7	9,0	10,6	13,4	11.887	-
AÇIK ENFLASYON HEDEFLEMESİ DÖNEMİ (2006-2017)							

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, ksomuncu@gmail.com

2006	5,0	9,7	7,1	8,7	17,5	13.621	94
2007	4,0	8,4	5,0	8,9	15,9	14.843	110
2008	4,0	10,1	0,8	9,7	15,6	16.048	152
2009	7,5	6,5	-4,7	12,6	6,5	15.483	13
2010	6,5	6,4	8,5	10,7	6,7	17.443	2
2011	5,5	10,4	11,1	8,8	8,2	19.660	94
2012	5,0	6,2	4,8	8,2	5,6	20.639	14
2013	5,0	7,4	8,5	8,7	6,8	22.310	48
2014	5,0	8,2	5,2	9,9	8,6	24.029	64
2015	5,0	8,8	6,1	10,2	8,8	24.844	76
2016	5,0	8,5	3,2	10,8	8,3	25.247	70
2017	5,0	11,9	7,4	11,3	12,6	26.518	138

Kaynak : https://databank.worldbank.org, https://www.tcmb.gov.tr

Türkiye'de enflasyon hedeflemesi stratejisinin uygulanmaya başlandığı dönemde dünya genelinde yaşan 2008 krizi ve hızlı değişimlerin oluyor olması enflasyon hedeflemesi stratejisinde sapmalara neden olmuştur. Bununla birlikte Türkiye ekonomisi bir çok şokla karşı karşıya kalmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin temel problemlerinden olan kırılgan ekonomi yapısı ve dış şoklardan daha çok etkilenme süreci Türkiye için de geçerli olmuştur. Bu şoklardan bazıları 2006 yılında uluslararası sermaye koşullarının gelişmekte olan ülkeler aleyhine dönmesi, enerji fiyatlarındaki yükselme ve 2008 krizi göze çarpanlar arasında yer alır. (TCMB, 2008). Bu şokların da etkisiyle 2006-2008 dönemlerinde hedeflenen enflasyon oranlarının tutturulması konusunda çok başarılı olunamamış ve hedeften sapma oranları % 152 düzeyine kadar yükselmiştir. Aynı dönemde diğer makro ekonomik göstergelerde ekonomik büyüme düşüş , faizlerde ise artış görülmektedir.

Açık enflasyon dönemine geçilen sürede 2006-2008 döneminde her ne kadar hedeflenen enflasyon oranları tutturulamasa da tek haneli rakamlara indirip orada muhafaza edilmeye çalışılmıştır. 2008 kriz döneminde, dünya ülkeleri genelinde ekonomiler krizin etkisinden kurtularak toparlanma sürecine girerken yine de piyasalarda ve finansal sistemde belirsizliklerde halen devam etmekteydi. Türkiye diğer ülkelere göre bu dönemde önemli bir karar vermiş ve bu belirsizliğe rağmen faiz inidirime gitmiştir. Bu şekilde yatırımların ve ekonomin canlanması için önemli bir adım atmıştır.

2009 yılında tüm dünya genelinde belirsizlik devam ediyor olmasına rağmen TCMB, faiz indirimine devam etmiş 2012 yıllına kadar toplam 10 puan bir indirim gerçekleştirmiştir. Bu yıllar arasında dünya genelinde faiz indirimini en fazla yapan ülkeler arasında da yer almıştır.

2012 yılında Amerika Merkez Bankası (FED) ve Avrupa Merkez Bankası ve TCMB'nın ekonomiyi canlandırmak için yaptıkları parasal genişleme politikaları da piyasada likitinin artmasını sağlamıştır.

Aynı dönemde dünya genelinde kabul görmüş derecelendirme kuruluşlarının Fitch ve Standard &Poor's gibi not artırım kararları da bu dönemde Türkiye'nin daha da güçlenmesini sağlamıştır. Enflasyon oranları tekrar tek haneli rakamlara çekilmiş ve hedeften sapma oranı %14 lere kadar düşürülmüştür. 2012 yılında dünya ülkelerinde görünen daralma etkisi Türkiyeyi dış şoklardan gelecek bir krize maruz bırakmadan dönemi daha iyi atlatmasına neden olmuştur. Yapılan araştırmalar kredi notu yatırım yapılabilir seviyeye yükseltilen ülkelerde büyümenin ivme kazandığını, küresel doğrudan yatırımların artış eğilimine girdiğini göstermektedir (Ergün, 2013). Likitidenin artış göstermesi , faiz oranlarında düşme ve yatırımların canlanmasıyla birlikte enflasyon oranlarında aşağı yönlü ivme kazanılmaya ve tek haneli rakamlarda kalınmaya özen gösterilmiştir.

Enflasyon hedeflemesi stratejisinin uygulanmaya başladığı dönemden olmak üzere özelikle açık enflasyon döneminde, kriz sonrasında alınan doğru kararlar ile birlikte 2009 -2016 döneminde ekonomik ilerleme kaydedildiğini söyleyebiliriz. Ekonomik büyümede artışlar devam ederken faiz oranlarında geçmiş yıllarda yaşanan yüksek rakamların görülmediği tek haneli rakamlara inildiği dikkat çekicidir. Hedeflenen enflasyondan sapma oranlarında da zaman zaman dalgalanma yaşanıyor olsa da önceki yıllarda görünen yüksek rakamlar söz konusu değildir. Yine kişi başına düşen gelire baktığımızda yıllar içinde gelirde de sürdürülebilir bir artış yaşandığı gözlenmektedir. Sonuç olarak her ne kadar açık enflasyon hedeflemesi döneminde hedeflenen oranlara ulaşılamasa da enflasyon hedeflemesi dönemin makroekonomik değişkenlerde olumlu gelişmeler görülmüştür.

Türkiye'de hedeflenen enflasyon oranı gelişmiş ülkelere kıyasla halen yüksektir. Bu yaklaşımın temelinde ise ; geçtiğimiz son yıllarda Türkiye'de yaşanmış olan ve halen devam eden yapısal dönüşüm , geçmiş dönemlerde çift haneli hatta üç haneli rakamlara kadar yüksek oranlarda enflasyon yaşıyor olmanın getirdiği olumsuzluklar , kalite artışından kaynaklanan ölçüm taraflığı ve Avrupa Birliği'ne uyum süreci tarafında yaşanan uzun sürecin devam ediyor olması yer almaktadır.

SONUÇ

Tüm dünya ülkerinin temel problemi olan enflasyon ile mücadelede sürdürülebilir büyümenin sağlanması için fiyat istikrarının sağlanabiliyor olması için geçmiş yıllarda bir çok para politikası stratejisi uygulanmış fakat fiyat istikrarında başarı sağlanamamıştır. 1990 yılında ise Yeni Zellanda tarafından ilk defa uygulamaya konuluan enflasyon hedeflemesi yaklaşımı bu başarısızlıklar sonrasında bir çok ülkeye rehber olmuştur. Bir çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde başarılı sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir. Günümüzde enflasyon hedefleme stratejisini uygulayan 31 ülke bulunmaktadır. Bunların on biri gelişmiş geri kalan yirmi ülke ise gelişmekte olan ülkedir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler bazında enflasyon hedeflemesi stratejisinin uygulanmasıyla birlikte temel makro ekonomik değişkenlerde ; enflasyon ve işsizlik oranlarında düşüş meydana gelirken, büyüme ve kişisel gelir düzeylerinde de artış yaşanmıştır. Bununla birlikte incelemiş olduğumuz gelişmiş ülke örneklerinde de görüldüğü gibi enflasyon hedeflemesine geçmeden önceki enflasyon oranlarının gelişmekte olan ülkelere göre daha düşük olduğu, gelişmekte olan ülkelerde ise oranların daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Enflasyon hedefleme stratejisinin gelişmiş ülkelerde daha başarılı sonuçlar vermesinde ve hedeften sapma oranlarının daha düşük olmasında önemli bir etkendir.

Gelişmiş ülkelerde enflasyon oranı daha makul seviyede ve kişi başına düşen milli gelir daha yüksek düzeydedir. İşsizlik oranında da benzer sonuçlara rastlanmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde işzilik oranının beklenen iyileşmeyi sağlanamamasının nedeni olarak bu ülkelerdeki nüfus artış oranındaki

yükseklik ve yatırımların teknoloji ağırlıklı olması gösterilebilir. Güney Afrika ve Türkiye bunun en iyi örneklerindendir.

Gelişmekte olan ülkelerde büyüme oranlarında sürdürülebilir bir artış gelişmiş ülkelere kıyasla daha az oranlarda olsa da enflasyon hedeflemesi sayesinde enflasyon oranlarının aşağıya çekilmesi ile ekonomik istikrarın oluşumana katkı sağlanmış ve ekonomik büyüme sağlanarak ekonomik anlamda ülke performanslarına olumlu etki etmiştir.

Gelişmiş ülkelerde enflasyon hedeflemesi için gerekli ön koşulların daha fazla sağlanıyor olması , gelişmekte olan ülkere kıyasla daha başarılı sonuçlar vermiştir. Enflasyon hedeflemesi uygulayan gelişmekte olan ülkelerde , gelişmiş ülkelere kıyasla başarının sağlanmasında merkez bankasının tam bağımsızlığı ve mali piyasaların gelişmişlik düzeyi önemli kriterler olmakla beraber dış şoklar ve döviz kurunun yanlış belirlenmesi gibi sorunlara karşı da önlem alınması gerekir. Çünkü tüm bu etmenler ülke ekonomilerinin başarısını etkilemektedir. Bununla birlikte uygulanan para politikalarında maliye politikalarının desteklenmesi de önem arz etmektedir.

Türkiye özelinde değerlenme yapacak olursak , gelişmekte olan ülkeler arasında enflasyon hedeflemesi stratejisini örtülü ve açık enflasyon hedeflemesi dönemi olarak ayırmış ve enflasyon hedeflemesi dönemi için gerekli olan ön koşulları yerine getirerek daha başarılı sonuçlar almayı hedeflemiştir. 2002 yılından 2006 yılına kadar örtük, 2006 yılında itibaren de açık enflasyon hedeflemesi şeklinde uygulama alanı bulmuştur.

2002 -2006 yılları arasında aralık hedef belirleyen Merkez Bankası 2006 yılından itibaren aralık hedefini terk ederek nokta hedef uygulamasına geçmiştir. Enflasyon hedeflemesi sürecinin başlaması ile 2001 yılında %68,5 olan enflasyon oranı 2012 de %6,2', 2013'te %7,4, 2014'te %8,2 , 2015 % 8,80, 2016'da %8,50 ve 2017 yılında %11,90 değerlerinde gerçekleşmiştir. Enflasyon hedeflemesi stratejisi ile birlikte faiz oranlarında 2002 yılında %62,50 düzeyinde olan faiz oranları 2017 yılına gelindiğinde ise % 12,60 düzeyine kadar düşüş göstermiştür.Bu dönemin Türkiye özelinde yaşanan 15 Temmuz 2016 darbe girişiminin olumsuz etkilerinin sonuçları ekonomik performansa da yansımıştır. Oysa enflasyon hedeflemesi stratejisinin olumlu etkileri faiz oranları tarafında da kensisini göstermiştir. Yine kişi başına düşen GSMH' da hissedilir artışlar meydana gelmiştir.

Gelişmekte olan ülkelerin yaşamış olduğu temel problemlerden olan Merkez bankasının tam bağımsızlığı gerekliliği enflasyon hedeflemesi döneminde, Türkiye'de merkez bankası tam bağımsızlığının yeterli ölçüde olmayışı istenilen başarıların sağlanmamasında önemli rol oynamıştır. Bununla birlikte yüksek enflasyona sahip olması, mali piyasaların yeterince gelişmemiş olması, kriz dönemlerinde kaybedilen güvenin halen sağlanamamış olması yine enflasyon hedeflemesi sürecinde istenilen düzeyde başarının sağlanamamasına etki etmiştir. Hedeften sapma oranlarının yüksek olmasının temel nedenleri de bunlardır.

KAYNAKÇA

Alparslan, M., & Ataman, P. (2000). Enflasyon Hedeflemesi. Bankacılar Dergisi, Sayı (35), 14-41

Batini, N., Breuer, P., Kochhar, K. ve Roger, S. (2006). "Inflation Targeting and the IMF". IMF Board Paper SM/06/33, Washington D.C.

Carare, A., Schaechter, A., Stone, M., Ve Zelmer, M. (2002), Establishing Initial Conditions İn Support Of Inflation Targeting, Imf Working Paper, Wp/02/102, June, Https://Papers.Ssrn.Com.

Croce, E., Ve Khan, M. S. (2000), Monetary Regimes And Inflation Targeting, Finance And Development, September, Volume 37, No.3

Debelle, G., Masson, P., Savastano, M., Ve Sharma, S. (1998), Inflation Targeting As A Framework For Monetary Policy, Imf, Economic Issues No.15 October.

Duman, Anıl (2002). "Inflation Targeting as a Monetary Policy and its Applicability to Developing Countries", The Central Bank of the Republic of Turkey Research Department Working Paper. No.7, June 2002, ss.1-27.

Engin, M. B. (2011). Bir Para Politikası Arası Olarak Enflasyon Hedeflemesi. Sosyal Bilimler Dergisi Sayı (2), 45-53

Ergün, K.Ö. (2013), 2012: Ekonomide Yumuşak İniş Yılı, Uzman Bakış, Yıl 1, sayı 1

Greenspan, A. (2001). "Opening Remarks". Achieving Price Stability: A Symposium Sponsored by the Federal Reserve Bank of Kansas City. Toronto, Canada: Books for Business.

Greenspan ,A. (2001) , New Challenges for Monetary Policy , No .74.

Gül, E., Ekinci, A., & Gürbüz, A. A. (2006). Enflasyonla Mücadelede Enflasyon Hedeflemesi. Bursa: Ekin Yayınevi.

İ.Şiriner, T. Turgay, "Parasal İstikrar Sağlanmasında Enflasyon Hedeflemesi Rejimi ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının Etkinliği Sorunu", Finansal Politik Ekonomik Yorumlar Dergisi, Cilt:44, Sayı:509, 2007 s:70

Kansu, A. (2007). Para Politikasında Şeffaflık ve Enflasyonist Beklentilerin Yönlendirilmesi. Doğuş Üniversitesi Dergisi , 8 (1), 59-71.

Malatyalı, K. (1998). Enflasyon Hedeflemesi, Ülke Uygulamalarına Örnekler ve Türkiye'de Uygulanabilirliği. DPT Çalışma Raporları, Sayı (1), 474

Mishkin, F. S. (1999), International Experiences With Different Monetary Pılicy Regimes, Journal Of Monetary Economics, No.43.

Mishkin, F. S., & Savastano, M. A. (2000). Monetary Policy Strategies for Latin America. NBER Working Paper (7617), 1-57.

Mishkin, F. (2001). İssues in Inflation Targeting. Price Stability and the Long Run Target for Monetary Policy, The Bank Of Canada Review, 203222

Mishkin, F. S. (2010). The Economics of Money, Banking and Financial Markets (9. b.). Columbia University: Pearson. Mishkin

Mishkin, F. S. (2006). "Monetary Policy Strategy: How Did We Get Here?". National Bureau of Economic Research Working Paper 12515.

Mohanty, M. S., & Klau, M. (2001). What Determines in Inflatıın in Emerging Market Economies? BIS Working Paper (7617), 1-57.

Oktar, Suat (1996). Merkez Bankalarının Bağımsızlığı. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi

Oktar, S. (1998). Enflasyon Hedeflemesi Para Politikalarının Güvenilirliği ve Fiyat İstikrarı. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Öztürk, S. (2009). Enflasyon Hedeflemesi Yaklaşımı: Gelişmiş ve Gelişmekte olan Ülkelerin Karşılaştırmalı Analizi. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 16 (1), 192-205.

Öztürk, S. & Usanmaz, D. (2018). "Türkiye'de Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi Uygulama Sürecinin Analizi: 2002-2016 Yılları Örneklemi", Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(4), 93-105.

Portugal, M. (2007). "Perspectives and Lessons from Country Experiences with Inflation Targeting". Remarks at a Panel on Inflation Targeting.

Schaechter, A., Stone, M. R. ve Zelmer, M. (2000). "Adopting Inflation Targeting: Practical Issues for Emerging Market Countries". IMF Occasional Paper, No. 202.

Svensson, L. E. O. (1999) , Inflation Targeting as a Monetary Policy Rule, Journal of Monetary Economics, Vol. 43.

Svensson, L. E. O. (2007). "Inflation Targeting". The New Plagrave Dictionary of Economics, 2. baskı.

TCMB. (2008). Enflasyon Raporu. Ankara: Tükiye Cumhuriyet Merkez Bankası

Tuna, K. (2007). Enflasyon Hedeflemesi ve Ülke Deneyimler. Sosyal Bilimler Dergisi, 223-250.

Türkoğlu, M. (2015). Gelişmiş ve Gelişmekte olan Ülkelerde Enflasyon Hedeflemesi Rejimi Uygulamaları. Uluslararası Alanya İşletme Dergisi, 7 (1), 95-107.

World Bank (2017), Data, http://data.worldbank.org/

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Varyans Kovaryans Matrisinin Hatalı Tahmininin Optimal Portföye Etkilerinin Bist-30 İle Test Edilmesi

Full Text / Tam Metin

Kartal SOMUNCU[1]

Özet

Giriş: *Markowitz'in1952 yılında Modern Portföy Teorisini finans literatürüne sunmasından beri, bu alanda yapılmış çok sayıda çalışma vardır. Bu çalışmalar, genellikle, Modern Portföy Teorisine uygun olarak oluşturulan portföyler ile alternatif yöntemlerin performansları üzerinedir.* ***Amaç:*** *Bu çalışmadaki amaç ise Modern Portföy Teorisinin temelini oluşturan ortalama getiri, varyans ve kovaryanslar gibi parametrelerin hatalı tahmin edilmesinin, portföy optimizasyonuna olan etkilerini tartışmaktır.* ***Yöntem:*** *Varyans-kovaryans matrisini oluşturduktan sonra risk toleransına göre optimal portföy belirlenecek ve temel parametrelerin hatalı tahmin edilmesi durumunda ortaya çıkacak yeni optimal portföyler için hazır değer kayıpları hesaplanacaktır.* ***Bulgular:*** *Risk toleransından bağımsız olarak, ortalamalardan kaynaklanan hataların, varyans ve kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemli olduğu saptanmıştır. Varyanslardan kaynaklanan hatalar da kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemlidir.*

Anahtar Kelimeler ---- *Markowitz'in Portföy Seçimi Modeli, ortalama-varyans matrisi, ortalamalar, varyanslar ve kovaryanslardaki tahmini hatalar, risk toleransı, fayda fonksiyonu, portföy optimizasyonu.*

TESTING OF THE EFFECTS OF EXPECTED ERRORS OF VARIANCE COVARIANCE MATRİX ON PORTFOLIO OPTIMIZATION WITH THE USE OF BIST-30

Abstract

Introduction: *Since markowitz introduced modern portfolio theory in 1952 to the finance literature, there have been many studies about this subject. These studies, in general, are about comparing performances of portfolios created suited to Modern Portfolio Theory and other alternative theories.* ***Aim:*** *The aim in this study is to discuss the effects of incorrect estimation of parameters like mean, variance and covariance which form the base of Modern Portfolio Theory on portfolio optimization.* ***Method****: After creating the variance-covariance matrix optimal portfolio will be determined according to the risk tolerance and new hypothetical optimal portfolios will be created upon incorrect estimations of primary parameters and the value loss will be determined by comparing the correct portfolio to the latter ones.* ***Findings:*** *Irrespective of risk tolerance, errors caused by mean were determined to be more important than the errors caused by variance and covariance. Errors caused by variance were also found to be more important than errors caused by covariance.*

Keywords---- *Markowitz's Portfolio Selection Model, mean-variance matrix, expected errors on means, variances and covariances, tolerance of risk, portfolio optimization.*

JEL Codes ***:*** *G11, G14, G17, G32*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, ksomuncu@gmail.com

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Günümüz dünyasında yatırım yapmak isteyen yatırımcılar için çok fazla alternatif yatırım aracı bulunmaktadır. Yatırımcılar, yatırım tercihlerinde, çok farklı stratejiler uygulayabilirler. Bu stratejiler, bilimsel yöntemlere dayanabileceği gibi bilimsel olmayan yöntemlere de dayanabilir. Ancak tüm yatırımcıların kabul edebileceği bir gerçek vardır ki, özellikle riski yüksek ve iki yöne de gitme potansiyeli olan finansal araçlar ile portföy oluşturarak yatırım yapmak, yatırımcının toplam yatırım riskini azaltacaktır.

Bir yatırımcı, yatırım kararı verirken, oluşturacağı portföyün riskini ve beklenen getirisini göz önünde bulundurur. Risk, bir finansal varlığın beklenen getirisinin belirsizlik derecesi veya bir yatırımda beklenen getiriden daha az gerçekleşen getiri elde etme olasılığı olarak tanımlanabilir (Aktaş, Doğanay, Gökmen ve Somuncu, 2018:337). Bu nedenle risk, yatırımcıyı, temkinli davranması için, elde edebileceği getirilerin yanında, kaybedebilecekleri konusunda da uyarmaktadır. Dolayısı ile bir yatırım kararına, beklenen getiri ve risk farklı yönlerde katkıda bulunmuş olur. Getiri, yatırımın sonunda elde edebileceği ödülü gösterirken risk de kaybedilebilecek olanlar konusunda uyarı görevini yapmış olur (Somuncu, 2018:64)

Tablo 1:BIST-30 Endeksinde 2 Ocak 2014 ile 31 Aralık 2018 Arasındaki Dönemde Sürekli Olarak Yer Alan Menkul Kıymetler

AKBNK	AKBANK
ARCLK	ARÇELİK
ASELS	ASELSAN
AYGAZ	AYGAZ
DOHOL	DOĞAN HOLDİNG
EREGL	EREĞLİ DEMİR ÇELİK
FROTO	FORD OTOMOTİV SANAYİ
GARAN	GARANTİ BANKASI
HALKB	HALK BANKASI
ISCTR	İŞ BANKASI
KCHOL	KOÇ HOLDİNG
KRDMD	KARDEMİR
PETKM	PETKİM
SAHOL	SABANCI HOLDİNG
SISE	ŞİŞE CAM

THYAO	TÜRK HAVA YOLLARI
TOASO	TOFAŞ
TRKCM	TRAKYA CAM SANAYİ
TUPRS	TÜPRAŞ
YKBNK	YAPI KREDİ BANKASI

Genellikle bir portföyün beklenen getirileri normal dağılım gösterir. Ancak zaman içinde ortaya çıkan mevsimsel veya konjonktürel bazı etkiler nedeni ile portföyün sabit bir ortalama getirisi ve varyansını kullanmak, portföyün gerçekte sağlayacağı getirileri farklılaştırabilir. Ortalama getiri ve varyans için bulunacak parametrelerin zaman içinde değişmeyip sabit kalması temel varsayım olduğu için örneğin mevsimsellikten kaynaklanabilecek bir getiri ve/veya risk artışının göz ardı edilmesine neden olur.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, Harry Markowitz'e Nobel ödülü kazandıran Portföy Seçimi Modeli kullanılmıştır. Bu çalışma ile modern portföy teorisine bir katkı sunulması amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında Markowitz'in Portföy Seçimi Modelindeki her bir menkul kıymet için hesaplanan ortalama getiri, varyans ve kovaryans gibi temel parametrelerin hatalı tahmin edilmesinin, optimal portföyde doğuracağı farklılıklar test edilmeye çalışılmıştır. Bu model, yatırımcının hedeflediği getiri düzeyine ulaşabilmek için üstlenmesi gereken minimum risk düzeyini ve bu risk düzeyindeki portföyün yapısını belirler (Ulucan, 2007:274). Ya da tersine yatırımcının kabullendiği belli bir risk düzeyi için portföyün beklenen getirilerini maksimum düzeye taşıyacak portföyün yapısını araştırır. Bu kapsamda, 2 Ocak 2014 ile 31 Aralık 2018 arasındaki 1259 günlük dönemde BIST-30 endeksinde yer alan menkul kıymetler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Analiz kapsamında, hisse senetlerinin Türk Lirası (TL) cinsinden fiyat verileri kullanılmıştır.

Alan yazında bu konuda yapılmış birçok çalışma mevcuttur(Chopra ve Ziemba (1993), Kallberg ve Ziemba (1984), Best ve Grauer (1991), Harry Markowitz (1987) ve Somuncu (2018)).

2. YÖNTEM ve BULGULAR (METHOD and FINDINGS)

Portföy Seçimi Modelinde amaç fonksiyonu, doğrusal, doğrusal olmayan (quadratik), negatif üssel (exponential) gibi birçok farklı şekillerde ifade edilebilir. Bu çalışma kapsamında, doğrusal getiri fonksiyonu ile doğrusal olmayan (quadratik) portföy riski fonksiyonu gibi birbiri ile çatışan iki fonksiyon, risk toleransı (R_T) ile ağırlıklandırılmak sureti ile konveks kombinezon olarak birleştirilmiştir (Özdemir ve Turan, 2004:222). Böylece ortalama, varyans ve kovaryans gibi parametrelerin hatalı tahmininin, optimal portföyün belirlenmesine olan etkileri ve portföyün beklenen değerinde yaratacağı kayıplar (hazır değer kaybı) sorgulanmıştır. Hazır değer kaybı, tarihsel veriler kullanılarak tahmin edilen parametrelere göre bulunan optimal portföyün beklenen değeri ile parametrelerin hatalı tahmin edilmesi durumunda elde edilecek optimal portföyün beklenen değeri arasındaki fark olarak tanımlanabilir.

$$\text{HDK} = \frac{HD_O - HD_X}{HD_O} \text{ x } 100 \qquad \text{(Denklem 1)}$$

Burada,

HDK : hazır değer kaybının yüzdesi,

HD_O : optimal portföyün hazır değeri,

HD_X : hatalı tanımlanan portföyün hazır değerini

gösterir.

Doğrusal olmayan amaç fonksiyonunu, aşağıdaki gibi göstermek mümkündür. Bir portföyün beklenen getirisini maksimize eden formül ortalama – varyans denklemine eşittir:

Max $Z(x) = \sum_{i=1}^{n} E[r_i] \cdot X_i - \frac{1}{R_T(w)} \sum_{i=1}^{n} \sum_{j=1}^{n} X_i \cdot X_j \cdot E[\sigma_{ij}]$ (Denklem 2)

$\sum_{i=1}^{n} X_i = 1$ ve $X_i \geq 0$

i = 1, 2, ….n

Z(x) : amaç fonksiyonu,

n : riskli menkul kıymetlerin sayısı,

X_i **:** i'nci menkul kıymetin portföy içindeki ağırlığı,

$E[r_i]$: i'nci menkul kıymetin beklenen getirisi,

σ_{ij} : i ve j menkul kıymetlerinin beklenen getirilerinin kovaryansı,

R_T : yatırımcının risk toleransı,

E : beklenen değeri,

gösterir.

Ayrıca, $R_T(w) = \frac{100}{\frac{1}{2} R_A(w)}$ (Denklem 3)

$R_A(w) = -\frac{u''(w)}{u'(w)}$ ve (Denklem 4)

$U(w) = E[w. \sum_{i=1}^{n} r_i \cdot X_i]$ (Denklem 5)

Burada;

$R_A(w)$: Arrow – Pratt mutlak riskten kaçınma fonksiyonu,

U (w) : fayda fonksiyonu,

U'(w) : fayda fonksiyonunun birinci türevi,

U''(w) : fayda fonksiyonunun ikinci türevi,

w : yatırımcının, yatırıma yönlendirdiği servetin miktarını gösterir.

Tablo 2. Girdilerdeki Hatalara Göre Hazır Değer Kayıplarının Yüzde Cinsinden Ortalamaları ile Minimum ve Maksimum Değerleri

k	**Hatalı**	**HAZIR DEĞER KAYBI**		
(Hata Ölçüsü)	**Parametreler**	**Ortalama**	**Minimum**	**Maksimum**
0.05	Ortalama	0.6610	0.1244	3.7903
0.05	Varyans	0.0603	0.0000	0.3521
0.05	Kovaryans	0.0211	0.0000	0.1098
0.10	Ortalama	2.8817	0.0222	14.9965
0.10	Varyans	0.2457	0.0012	1.4084
0.10	Kovaryans	0.1333	0.0006	0.7096
0.15	Ortalama	5.4466	0.0623	25.6652
0.15	Varyans	0.5568	0.0033	5.1902
0.15	Kovaryans	0.2807	0.0014	2.6607
0.20	Ortalama	10.8761	0.3398	36.1111
0.20	Varyans	1.0095	0.0228	6.2208
0.20	Kovaryans	0.5392	0.0035	2.8269

SONUÇ

Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlara göre, risk toleransından bağımsız olarak, ortalamalardan kaynaklanan hataların, varyans ve kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemli olduğu saptanmıştır. Varyanslardan kaynaklanan hatalar da kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemlidir. Risk toleransı arttıkça, özellikle, ortalama getirilerden kaynaklanan hatalar, varyans ve kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemli hale gelmektedir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlar da göstermiştir ki, yatırımcılar getiri ve riskin gelecekteki parametrelerini tahmin edebilmek için sınırlı kaynaklara sahiptirler. Dolayısıyla bu kaynakların büyük bir kısmı varlık sınıflarının beklenen getirilerinin en iyi tahminini elde etmek için kullanılmalıdır. Sonrasında ise, sırasıyla varyans ve kovaryansların doğru tahmini için harcanmalıdır.

KAYNAKLAR

AKTAŞ, Ramazan, Mete M. DOĞANAY, Yunus GÖKMEN, Yavuz GAZİBEY,, ve Ufuk TÜREN.; (2015), Sayısal Karar Verme Yöntemleri, Beta Kitabevi.

AKTAŞ, Ramazan, Mete M. DOĞANAY, Yunus GÖKMEN, Kartal SOMUNCU.; (2018), Finansal Yönetim, Beta Kitabevi.

BEST, Michael J.,and Robert R GRAUER.; (1991), "On the sensitivity of mean-variance-efficient portfolios to changes in assetmeans: Analytical and Computational Results", Review of Financial Studies, 4, No.2, pp. 315-342.

CHOPRA, Vijay K. and William T. ZIEMBA.; (Winter 1993), "The effect of errors in means, variances, and covariances on optimal portfolio choice", The Journal of Portfolio Management, pp. 6-11.

CHOPRA, Vijay K.; (Fall 1993), "Improving Optimization", The Journal of Investing, pp. 51-59.

KALLBERG, Jarl G., ve William T. ZIEMBA.; (1984), "Mis-specification in Portfolio Selection Problems", Risk and Capital, pp. 74-87.

MARKOWİTZ, Harry M.; (1959), "Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investment", John Wiley&Sons, New York, USA.

NEUMANN, John V. and Oskar MORGENSTERN.: (1944), Theory of Games and Economic Behavior, Princeton University Press.

ÖZDEMİR, E. ve G. TURAN.; (Ocak 2004), "İki amaçlı portföy seçimi problemi", İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi, pp. 219-225.

SAYILGAN, G. ve Arma D. MUT.; (2010), "Portföy optimizasyonunda alt kısmi moment ve yarı-varyans ölçütlerinin kullanılması", BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar, Cilt:4, Sayı:1, pp. 47-73.

SHARPE, William, Gordon J. ALEXANDER ve Jeffrey W. BAILEY.; (1999), "Investments (Sixth Edition)", Prentice-Hall International, Inc.

SOMUNCU, Kartal.; (2018), "Getiri dağılımındaki ortalamalar, varyanslar ve kovaryanslardan kaynaklanan hataların optimal portföy seçimindeki göreceli etkileri", Journal of Current Researches on Business and Economics, Vol. 8, Issue.1.

ULUCAN, Aydın.; (2004), Yöneylem Araştırması, Siyasal Kitabevi.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Varyans Kovaryans Matrisinin Yari Varyansa Göre Düzenlenmesi Durumunda Optimal Portföye Etki Eden Parametrelerin Hatalı Tahmin Edilmesinin Sonuçlari

Full Text / Tam Metin

Serdar Ramazan KAHRAMAN, Kartal SOMUNCU[1]

Özet

Giriş: *Markowitz'in 1952 yılındaki ilk çalışması olan Portföy Seçimi Modelinde portföy optimizasyonu, riskin, varyans ile tanımlandığı ortalama varyans modeli üzerine kurulmuştur. Ancak bu modele yönelik yapılan eleştiriler üzerine, 1959 yılında yaptığı ikinci çalışmada, riskin ölçüsü olarak yarı varyans kavramını ortaya atmıştır.* ***Amaç:*** *1959 yılından günümüze kadar geçen süre zarfında yarı varyansı referans alan çalışmaların sayısı oldukça azdır. Bu çalışmadaki amaç, ortalama getiri, yarı varyans ve kovaryans gibi parametrelerin hatalı tahmin edilmesinin, portföy optimizasyonuna olan etkilerini tartışmaktır.* ***Yöntem:*** *Yarı varyans-kovaryans matrisini oluşturduktan sonra risk toleransına göre optimal portföy belirlenecek ve temel parametrelerin hatalı tahmin edilmesi durumunda ortaya çıkacak yeni optimal portföyler için hazır değer kayıpları hesaplanacaktır.* ***Bulgular:*** *Risk toleransından bağımsız olarak, ortalamalardan kaynaklanan hataların, varyans ve kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemli olduğu saptanmıştır. Ancak, yarı varyanslardan kaynaklanan hataların kovaryanslardan kaynaklanan hatalar ile aynı derecede önemli olduğudur.*

Anahtar Kelimeler ---- Yarı varyans, Markowitz'in Portföy Seçimi Modeli, ortalama-yarı varyans matrisi, risk toleransı, fayda fonksiyonu.

THE RESULTS OF EXPECTED ERRORS OF PARAMETERS AFFECTİNG OPTIMAL PORTFOLİO WHEN VARIANCE COVARIANCE MATRIX IS ORGANİZED ACCORDING TO SEMI-VARIANCE

Abstract

Introduction: *Portfolio optimization in Portfolio Selection Method, which was the first study of Markowitz in 1952, was constructed on the mean variance model in which risk was determined by variance. Because of criticism, in the second study he has done in 1959, he came up with semi-variance as the determinor of risk.* ***Aim:*** *There has been only a few studies referencing semi-variance since 1959. The aim of this study is to determine the effects of errors estimation of parameters such as average return, semi variance and covariance on portfolio optimisation.* ***Method:*** *After creating the semivariance-covariance matrix optimal portfolio will be determined according to the risk tolerance and new hypothetical optimal portfolios will be created upon incorrect estimations of primary parameters and the value loss will be determined by comparing the correct portfolio to the latter ones.* ***Findings:*** *Irrespective of risk tolerance, errors caused by averages were found to be more important than errors caused by semivariance and covariance. Errors caused by semivariance and covariance were found to be of equal importance.*

Keywords ---- *Semi-variance, Portfolio Selection Model of Markowitz, mean-semi variance matrix, tolerance of risk, utility function.*

JEL Codes : G11, G14, G17, G32

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, ksomuncu@gmail.com

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Markowitz, kendisine Nobel ödülü kazandıran ilk çalışması Portföy Seçimi Modeli'ni 1952 yılında finans dünyasına sunduğunda çok büyük bir ilgi odağı olmuştu. Modern Portföy Teorisi'ndeki portföy optimizasyonu, riskin, varyans ile tanımlandığı ortalama varyans modeli üzerine kurulmuştur (Mut ve Sayılgan: 2010). Ancak yıllar ilerleyip de yaptığı çalışmaya yönelik akademik çevrelerden eleştirilerin gelmeye başlaması üzerine, 1959 yılında kaleme aldığı, "Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investment" isimli çalışmasında ilk olarak yarı varyans kavramını ortaya atmıştır. Markowitz'e (1959) göre riskin varyans ile ifade edilmesi, yatırımcının risk algısını tam olarak yansıtmadığı gibi portföy getirilerinin olasılık dağılımlarını da gerçekçi bir şekilde temsil etmemektedir. Markowitz, yatırımcının yalnızca getirilere odaklanmasının doğru olmadığını beraberinde riskin de minimize edilmesine çalışılmasını önermiştir. Çünkü, portföyde yer alan menkul kıymetlerde zaman içinde ortaya çıkan positif getirilerin istenen sonuçlar olduğunu dolayısı ile bu tür getirileri risk olarak değerlendirmenin doğru yaklaşım olmayacağını ileri sürmüştür. Markowitz'e göre gerçek risk, ortalama getiriden daha düşük olan getirilerdir. Bunu da yarı varyans olarak tanımlamıştır. Eğer bir portföyün getirileri normal dağılım gösteriyorsa, o zaman yarı varyans, varyansın tam yarısı olacaktır. Eğer normal dağılım sola ya da sağa çarpık ise o zaman yarı varyans, varyansın yarısından daha büyük veya daha küçük olacaktır.

Bu çalışma kapsamında, Markowitz'in Portföy Seçimi Modelinde varyans, yarı varyans ile yer değiştirmiş ve her bir menkul kıymet için hesaplanan ortalama getiri, yarı varyans ve kovaryans gibi temel parametrelerin hatalı tahmin edilmesinin, optimal portföyde doğuracağı farklılıklar test edilmeye çalışılmıştır. Bu model, yatırımcının hedeflediği getiri düzeyine ulaşabilmek için üstlenmesi gereken minimum risk düzeyini ve bu risk düzeyindeki portföyün yapısını belirler; ya da tersine yatırımcının kabullendiği belli bir risk düzeyi için portföyün beklenen getirilerini maksimum düzeye taşıyacak portföy yapısını araştırır (Ulucan, 2007:274). Bu kapsamda, 24 Temmuz 2000 ile 31 Aralık 2018 tarihleri arasındaki dönemde BIST-100 endeksinde sürekli olarak yer alan menkul kıymetler belirlenmiş ve uygulama bu menkul kıymetler üzerinde günlük veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Analiz kapsamında, hisse senedi değerleri Türk Lirası (TL) cinsinden hesaplanmıştır.

Tablo 1:BIST-100 Endeksinde 20 Temmuz 2000 ile 31 Aralık 2018 Arasındaki Dönemde Sürekli Olarak Yer Alan Menkul Kıymetler

AKBNK	AKBANK
AKSA	AKSA ENERJİ
ALARK	ALARKO HOLDİNG
ARCLK	ARÇELİK
ASELS	ASELSAN
AYGAZ	AYGAZ
DOHOL	DOĞAN HOLDİNG
ECILC	ECZACIBAŞI İLAÇ
AEFES	ANADOLU EFES
ENKAI	ENKA ŞİRKETLER GRUBU
EREGL	EREĞLİ DEMİR ÇELİK
GARAN	GARANTİ BANKASI
ISCTR	İŞ BANKASI (C)
KRDMD	KARDEMİR KARABÜK DEMİR ÇELİK
KCHOL	KOÇ HOLDİNG
MGROS	MİGROS
PETKM	PETKİM
SAHOL	SABANCI HOLDİNG
SISE	ŞİŞE CAM
TOASO	TOFAŞ
TRKCM	TRAKYA CAM
TUPRS	TÜPRAŞ
THYAO	TÜRK HAVA YOLLARI
YKBNK	YAPI ve KREDİ BANKASI

2. YÖNTEM ve BULGULAR (METHOD and FINDINGS)

Portföy Seçimi Modelinde amaç fonksiyonu olarak doğrusal getiri fonksiyonu ile doğrusal olmayan yarı varyanstan oluşan portföy riski fonksiyonu gibi iki fonksiyon, risk toleransı (R_T) ile ağırlıklandırılmak sureti ile konveks kombinezon olarak birleştirilmiştir Böylece ortalama, yarı-varyans ve kovaryans gibi parametrelerin hatalı tahmininin, optimal portföyün belirlenmesine olan etkileri ve portföyün beklenen değerinde yaratacağı kayıplar (hazır değer kaybı) sorgulanmıştır.

$$\text{HDK} = \frac{HD_O - HD_X}{HD_O} \text{x } 100 \qquad \text{(Denklem 1)}$$

Burada,

HDK : hazır değer kaybının yüzdesi,

HD_O : optimal portföyün hazır değeri,

HD_X : hatalı tanımlanan portföyün hazır değerini

gösterir.

Doğrusal olmayan amaç fonksiyonunu, aşağıdaki gibi göstermek mümkündür. Bir portföyün beklenen getirisini maksimize eden formül ortalama – yarı varyans denklemine eşittir:

$$\text{SVar}(R_\text{P}) = \frac{1}{N} \sum \text{Max}(0, \text{E}(R_\text{i}) - R_\text{i})^2 \qquad \text{(Denklem 2)}$$

$$\text{Max} \quad \text{Z(x)} = \sum_{i=1}^{n} E[r_i] \, . \, X_i - \frac{1}{R_T(w)} \text{SVar}(R_\text{P}) \qquad \text{(Denklem 3)}$$

$\sum_{i=1}^{n} X_i = 1$ ve $X_i \geq 0$

i = 1, 2, ….n

SVar : Yarı-varyans (Semi-variance)

Z(x) : amaç fonksiyonu,

n : riskli menkul kıymetlerin sayısı,

X_i **:** i'nci menkul kıymetin portföy içindeki ağırlığı,

$E[r_i]$: i'nci menkul kıymetin beklenen getirisi,

σ_{ij} : i ve j menkul kıymetlerinin beklenen getirilerinin kovaryansı,

R_T : yatırımcının risk toleransı,

E : beklenen değeri,

gösterir.

Ayrıca, $R_T(w) = \frac{100}{\frac{1}{2}R_A(w)}$ (Denklem 4)

$R_A(w) = -\frac{u''(w)}{u'(w)}$ ve (Denklem 5)

U (w) $= E[w. \sum_{i=1}^{n} r_i \, . \, X_i]$ (Denklem 6)

Burada;

$R_A(w)$: Arrow – Pratt mutlak riskten kaçınma fonksiyonu,

U (w) : fayda fonksiyonu,

U'(w) : fayda fonksiyonunun birinci türevi,

U''(w) : fayda fonksiyonunun ikinci türevi,

w : yatırımcının, yatırıma yönlendirdiği servetin miktarını

gösterir.

SONUÇLAR

Çalışma kapsamında elde edilen sonuçlara göre, risk toleransından bağımsız olarak, ortalamalardan kaynaklanan hataların, yarı-varyans ve kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemli olduğu saptanmıştır. Yarı-varyanslardan kaynaklanan hatalar ise kovaryanslardan kaynaklanan hatalar ile aynı derecede önemlidir. Risk toleransı arttıkça, özellikle, ortalama getirilerden kaynaklanan hatalar, yarı-varyans ve kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre daha önemli hale gelmektedir. Yarı varyanstan kaynaklanan hatalar ise kovaryanslardan kaynaklanan hatalara göre çok az farkla önemli olmaktadır.

Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre yatırımcılar, getiri ve riskin gelecekteki parametrelerini tahmin ederken bu kaynakların büyük bir kısmını, varlık sınıflarının beklenen getirilerinin en iyi tahminini elde etmek için kullanmalıdır.

Tablo 2. Girdilerdeki Hatalara Göre Hazır Değer Kayıplarının Yüzde Cinsinden Ortalamaları ile Minimum ve Maksimum Değerleri

k (Hata Ölçüsü)	Hatalı Parametreler	HAZIR DEĞER KAYBI		
		Ortalama	Minimum	Maksimum
0.05	Ortalama	0.6610	0.0162	4.0123
0.05	Varyans	0.0303	0.0000	0.1388
0.05	Kovaryans	0.0300	0.0000	0.1162
0.10	Ortalama	2.0992	0.0313	10.1212
0.10	Varyans	0.3015	0.0000	0.8902
0.10	Kovaryans	0.2890	0.0000	0.6641
0.15	Ortalama	5.6219	0.0668	20.1134
0.15	Varyans	0.3547	0.0003	2.7099
0.15	Kovaryans	0.2807	0.0000	2.4432
0.20	Ortalama	10.8761	0.1166	31.1133
0.20	Varyans	0.7002	0.0048	3.1269
0.20	Kovaryans	0.6644	0.0042	3.0992

KAYNAKLAR

AKTAŞ, Ramazan, Mete M. DOĞANAY, Yunus GÖKMEN, Yavuz GAZİBEY,, ve Ufuk TÜREN.; (2015), Sayısal Karar Verme Yöntemleri, Beta Kitabevi.

AKTAŞ, Ramazan, Mete M. DOĞANAY, Yunus GÖKMEN, Kartal SOMUNCU.; (2018), Finansal Yönetim, Beta Kitabevi.

BEST, Michael J.,and Robert R GRAUER.; (1991), "On the sensitivity of mean-variance-efficient portfolios to changes in assetmeans: Analytical and Computational Results", Review of Financial Studies, 4, No.2, pp. 315-342.

CHOPRA, Vijay K. and William T. ZIEMBA.; (Winter 1993), "The effect of errors in means, variances, and covariances on optimal portfolio choice", The Journal of Portfolio Management, pp. 6-11.

CHOPRA, Vijay K.; (Fall 1993), "Improving Optimization", The Journal of Investing, pp. 51-59.

KALLBERG, Jarl G., ve William T. ZIEMBA.; (1984), "Mis-specification in Portfolio Selection Problems", Risk and Capital, pp. 74-87.

MARKOWİTZ, Harry M.; (1959), "Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investment", John Wiley&Sons, New York, USA.

NEUMANN, John V. and Oskar MORGENSTERN.: (1944), Theory of Games and Economic Behavior, Princeton University Press.

ÖZDEMİR, E. ve G. TURAN.; (Ocak 2004), "İki amaçlı portföy seçimi problemi", İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Dergisi, pp. 219-225.

SAYILGAN, G. ve Arma D. MUT.; (2010), "Portföy optimizasyonunda alt kısmi moment ve yarı-varyans ölçütlerinin kullanılması", BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar, Cilt:4, Sayı:1, pp. 47-73.

SHARPE, William, Gordon J. ALEXANDER ve Jeffrey W. BAILEY.; (1999), "Investments (Sixth Edition)", Prentice-Hall International, Inc.

SOMUNCU, Kartal.; (2018), "Getiri dağılımındaki ortalamalar, varyanslar ve kovaryanslardan kaynaklanan hataların optimal portföy seçimindeki göreceli etkileri", Journal of Current Researches on Business and Economics, Vol. 8, Issue.1.

ULUCAN, Aydın.; (2004), Yöneylem Araştırması, Siyasal Kitabevi.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Küresel Portföy Yatırımlarının Ticaret Yoğunluğu, Olumlu Geri Bildirim İşlemi Ve Sürü Etkisi Yolu İle Bist-100 Üzerine Etkileri

Full Text / Tam Metin

Kartal SOMUNCU[1]

Özet

Giriş: *Son yıllarda küresel portföy yatırımları, gelişmekte olan ülke yöneticileri tarafından daha yoğun bir şekilde eleştirilmektedir. Çünkü, küresel yatırımcılar, gelişmekte olan ülkelerde görülen mali krizlerin en önemli sorumluları olarak görülmektedir.* ***Amaç:*** *Borsa İstanbul'da hisse senetlerine yatırım yapan yabancı yatırımcıların yerli yatırımcılara nazaran daha fazla sürü etkisi, olumlu geri bildirim veya tam tersi olumsuz geri bildirim işlemleri ve aktif alım satım işlemleri gibi eylemlerde bulunup bulunmadıklarını saptamaktır.* ***Yöntem:*** *Araştırma dönemi içinde yerli ve yabancı yatırımcılar adına işlem yapan aracı kurumların günlük işlem hacimleri ile gün sonu hisse saklama bakiyeleri kullanılarak ilgili yöntemler test edilecektir.* ***Bulgular:*** *Elde edilen bulgulara göre yabancı yatırımcıların, yerli yatırımcılara göre daha yoğun hisse senedi işlemi yaptıkları, yerli yatırımcıların olumlu geri bildirim işlemleri yaparken yabancı yatırımcıların olumsuz geri bildirim işlemleri yaptıkları bulunmuştur. Elde edilen son sonuç ise, yabancı yatırımcıların yerli yatırımcılara nazaran daha fazla sürü etkisi yarattıklarıdır.*

Anahtar Kelimeler ----- *Aktif alım satım (ticaret yoğunluğu), olumlu geri bildirim işlemi, sürü etkisi, küresel portföy yatırımları, yerli ve yabancı yatırımcılar.*

EFFECTS OF GLOBAL PORTFOLIO INVESTMENTS BY INTENSITY OF TRADİNG, POSİTİVE FEECBACK TRADİNG AND HERDING EFFECT ON BIST-100

Abstract

Introduction: *Recently, global portfolio investments have been criticised by govenors of developing countries, intensively, Because global investors are deemed to be the biggest causers of financial crises in developing countries.* ***Aim:*** *The aim of this study is to determine whether foreign investors investing in stocks of BIST take actions like herding effect, positive feedback trading and negative feedback trading in an increased frequency compared to local investors.* ***Method:*** *During research period, daily trading volume of brokers which makes transactions for local and foreign investors and end of day remaining balance of stocks have been tested.* ***Findings:*** *According to the findings of the research, it was determined that foreign investors did more intensity of trading than local investors. Moreover, it was understood that,while local investors were makingpositive feedback trading, foreign investors were making negative feedback trading for the whole period. The third finding in this study is, foreign investors create more herding effect than local investors.*

Keywords---- *Intensity of trading, positive feedback trading, herding effect, global portfolio investments, local and foreign investors.*

JEL Sınıflandırması ***:*** *G01, G11, G12*

[1] Dr Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, ozdengunes@sakarya.edu.tr

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Türkiye, 2008 yılındaki Küresel Finans Krizi'nden bu yana, kimi zaman ekonomik kimi zamanda politik bir türbülanstan geçmektedir. Bu sürecin, özellikle ekonomi boyutunun merkezinde, ya ülkemize doğrudan yatırım yapan ya da uluslararası portföy yatırımlarını gerçekleştiren yabancı yatırımcılar yer almaktadır. Yabancı yatırımcılar, gelişmekte olan ülkelerde görülen mali krizlerin, en önemli sorumluları olarak görülmektedir.

Uluslararası sermaye hareketlerinin, gelişmekte olan ülke ekonomileri üzerinde bir takım faydaları yanında bir takım zararları da olabilmektedir. Uluslararası sermaye hareketlerinin gelişmekte olan ülkelerin ulusal tasarruf açıklarını kapatma, ödemeler dengesine katkıda bulunma ve yurt içinde kaynak dağılımını olumlu etkileme gibi yararları bulunmaktadır. Bu tür yararlarının yanı sıra, sürü etkisi (herding effect) yaratarak krize neden olma veya oluşan krizi derinleştirme, olumlu geri bildirim işlemi (positive feedback trading) veya tam tersi olumsuz geri bildirim işlemi (negative feedback trading) nedeni ile menkul kıymetlerin fiyatlarını, olmaları gereken seviyelerin çok daha ötesine taşımaları sonucunda, fiyat oluşumunu bozma ve aktif alım satım işlemleri (intensity of trading) yolu ile pazara hakim olma gibi bir takım sakıncaları da bulunmaktadır.

2. YÖNTEM ve BULGULAR (METHOD and FINDINGS)

Helm (1997), ABD'deki sermaye piyasalarında yatırım yapan yerli fonlar ile kıyaslandığında yabancı fonların daha az kural ile karşılaştığını ileri sürmektedir. Helm'e göre yabancı yatırımcılar, sermaye kazanç vergisini ya hiç vermiyor ya da yerli fonlara nazaran daha az ödüyorlar. Ayrıca yabancı fonların, özellikle açığa satış işlemi yaparken, kaldıraçlı pozisyon almalarını önlemeye yönelik hiçbir düzenleme yok iken, yerli fonların, kaldıraçlı pozisyon almaları kesinlikle yasaktır. Bu ve benzeri bir çok avantajlar, yabancı fonların, yerli fonlara nazaran daha yoğun bir şekilde menkul kıymet ticareti yapmalarına neden olabilir. Yabancı fonların yerli fonlara nazaran daha yoğun menkul kıymet ticareti ile uğraşıp uğraşmadıklarını test etmek için Kim ve Wei (2002)'nin kullandıkları yöntemden yararlanılmıştır.

$$TN(k,t) = \sum_j \left| w(k,j,t) - w(k,j,t-1) \right| \qquad \text{(Denklem 1)}$$

Burada,

t : ilgilenilen dönemi

t-1 : bir önceki dönemi

k : herhangi bir aracı kurumu

j : aracı kurum k'nın portföyünde bulunan herhangi bir hisse senedini

w(k,j,t) : herhangi bir aracı kurum k'nın, herhangi bir dönem sonunda elinde bulundurduğu j hisse senedinin piyasa değerinin, aynı aracı kurumun o dönem sonunda elinde bulundurduğu portföyünün tamamının piyasa değeri içindeki oranını,

TN(k,t): ilgili dönem sonu ile bir önceki dönem sonundaki w(k,j,t) değerlerinin mutlak farklarının toplamını,

gösterir.

$$TN(k) = \frac{1}{(T-1)} \sum_{t=2}^{T} TN(k,t) \qquad \text{(Denklem 2)}$$

T : örnekteki dönem sayısı

TN(k) : aracı kurum için ortalama menkul kıymet ticareti yoğunluğunu,

gösterir.

$$TN = \frac{1}{K(i)} \sum_{k} TN(k) \qquad \text{(Denklem 3)}$$

K(i) : i aracı kurum grubundaki toplam aracı kurum sayısıdır. Örneğin yerli yatırımcılara hizmet veren aracı kurum grubunda yer alan aracı kurumların sayısını,

gösterir.

Olumlu geri bildirim işlemi (positive feedback trading), yatırımcıların, menkul kıymetlerin fiyatları artarken, satın almak için düşerken de satmak için acele etmeleri durumunu ifade eder. Olumsuz geri bildirim işlemi (negative feedback trading) ise yatırımcıların, hisse senetlerinin fiyatları artarken satmak için, düşerken de almak için acele etmeleri durumudur. Olumlu ya da olumsuz geri bildirim işlemini araştırmak için hisse senetlerinin önceki performansları arasındaki ilişkilerin ölçülmesi gerekir. Bunu gerçekleştirebilmek için Grinblatt, Titman ve Wermers (1995)'ın önerdiği ancak daha sonra Kaminsky, Lyons ve Schmukler (2000) tarafından bir miktar değiştirilen yöntem kullanılmıştır.

$$M(k,j,t) = \left[\frac{Q(k,j,t) - Q(k,j,t-1)}{Q^{*}(k,j,t)}\right].R(j,t-1) \qquad \text{(Denklem 4)}$$

$$M(k) = \frac{1}{JT} \sum_{t} \sum_{j} M(k,j,t) \qquad \text{(Denklem 5)}$$

Burada,

t : ilgilenilen dönemi

t-1 : bir önceki dönemi

k : herhangi bir aracı kurumu

j : aracı kurum k'nın portföyünde bulunan herhangi bir hisse senedini,

M(k,j,t): t zamanında k aracı kurumunun (ya da yatırımcı grubunun) momentum ölçüsünü

Q(k,j,t) : t zamanında k aracı kurumunun elinde tuttuğu j hisse senedinin sayısını

Q^*(k,j,t) : Q(k,j,t-1)'in ortalamasını

R(j,t-1) : t-2'den t-1'e kadar geçen sürede j hisse senedinde oluşan getiri miktarını,

J : k tarafından işlemi yapılan hisse senetlerinin toplam sayısını,

T : zaman dönemlerinin toplam sayısını,

M(k) : k aracı kurumu için momentum işleminin ölçüsünü,

gösterir.

Belirli bir grupta bulunan yatırımcıların, birbirlerinin ticari davranışını taklit etme eğilimine, sürü halinde (toplu olarak) hareket etme denir. Yatırımcılar, mantıklı ya da mantıksız şekilde sürü halinde hareket edebilmektedir. Bilginin asimetrik olması, bilgi sahibi olmayan akıllı yatırımcıların, bilgi sahibi olan yatırımcılarla aynı ticaret stratejisini seçmelerine neden olabilmektedir (Bikhchandani, Hirshleifer ve Welch; 1992 ve Banerjee 1992). Yatırımcıların, toplu olarak hareket etme davranışının ölçülmesine yönelik endeks, Lakonishok, Shleifer ve Vishny (1992) tarafından geliştirilmiştir.

$$H(i,j,t) = \left| \frac{B(i,j,t)}{B(i,j,t)+ S(i,j,t)} - p(i,t) \right| - E\left| \frac{B(i,j,t)}{B(i,j,t)+ S(i,j,t)} - p(i,t) \right| \quad \text{(Denklem 6)}$$

$$p(i,t) = \frac{\sum B(i,j,t)}{\sum B(i,j,t)+ \sum S(i,j,t)} \quad \text{(Denklem 7)}$$

$$H(i,t) = \frac{1}{N}\sum H(i,j,t) \quad \text{(Denklem 8)}$$

$$H(i) = \frac{1}{NT}\sum\sum H(i,j,t) \quad \text{(Denklem 9)}$$

Burada,

t : ilgilenilen dönem,

k : herhangi bir aracı kurumu,

j : aracı kurum k'nın portföyünde bulunan herhangi bir hisse senedini,

N : hisse senetlerinin sayısı,

T : dönem sayısı,

H(i,j,t) : i grubundaki yatırımcılar için t döneminde j hisse senedinde sürü halinde hareket etme endeksini,

H(i,t) : tüm hisse senetleri karşısında ortalaması alınmış t döneminde, i grubunun toplu olarak hareket etme endeksini,

H(i) : örnekteki tüm dönemler karşısında ortalaması alınmış, i grubunun toplu olarak hareket etme eğilimini,

B(i,j,t) : t döneminde j hisse senedinde net olarak alıcı olan i grubundaki aracı kurumların (yatırımcıların) sayısını,

S(i,j,t) : t döneminde j hisse senedinde net olarak satıcı olan i grubundaki aracı kurumların (yatırımcıların) sayısını,

p(i,t) : t döneminde, tüm hisse senetlerinin toplandığı, aktif haldeki toplam aracı kurum sayısına bölünen (net alıcı sayısı + net satıcı sayısı), i grubundaki net alıcı sayısını,

gösterir.

Bu çalışma kapsamında, 03 Ocak 2011 ile 31 Aralık 2018 arasındaki dönemde yerli ve yabancı yatırımcılar adına işlem yapan aracı kurumların günlük işlem hacimleri ile gün sonu hisse saklama bakiyeleri kullanılmıştır. Ayrıca 02 Ocak 2013'den itibaren her bir aracı kurumun her bir hisse senedinde gerçekleştirdikleri günlük alım ve satım miktarları da araştırma kapsamında kullanılmıştır. Hisse senedi bazında aracı kurumların günlük alım satım miktarlarına ait verilerin 2013 yılından önce kamuya açıklanması, Sermaye Piyasası Kurulu Başkanlığı ve Borsa İstanbul tarafından uygun görülmediği için önceki dönemlere ait veriler bulunmamaktadır. Yerli ve yabancı yatırımcıların, ilgili dönem içinde gerçekleştirdikleri işlemlerde, ticaret yoğunluğu, olumlu ve/veya olumsuz geri bildirim işlemi ve sürü etkisi gibi davranışlarda bulunup bulunmadıkları araştırılmıştır. Bu amaçla Borsa İstanbul'da işlem gören tüm menkul kıymetlerin düzeltilmiş günlük kapanış fiyat verileri Borsa İstanbul'dan aracı kurum bazında günlük alım satım miktarları Matriks Veri Terminali'nden ve aracı kurumların gün sonu elde tutma bakiyeleri ise Merkezi Kayıt Kuruluşu'ndan elde edilmiştir. Yukarıda açıklanan tüm işlemler, gün sonu, hafta sonu ve ay sonu olmak üzere üç ayrı şekilde tasnif edilmiş veriler için ayrı ayrı uygulanmıştır. Ancak bu çalışma kapsamında bunlardan yalnızca ay sonu olanlarına ilişkin sonuçlar sunulmuştur. Aracı kurumlar da kendi içlerinde yerli ve yabancı yatırımcılar için yoğun olarak alım satım yapanlar olarak tasnif edilmiştir.

SONUÇ

Elde edilen bulgulara göre yabancı yatırımcıların beklendiği gibi yerli yatırımcılara göre daha yoğun hisse senedi işlemi yaptıkları saptanmıştır. Ayrıca yerli yatırımcılar, olumlu geri bildirim işlemi yaparken yabancı yatırımcıların olumsuz geri bildirim işlemi yaptıkları bulunmuştur. Elde edilen son sonuç ise, yabancı yatırımcıların yerli yatırımcılara nazaran daha fazla sürü etkisi yarattıklarıdır.

KAYNAKLAR

BANERJEE, Abhijit. "A Simple Model of Herd Behavior", Quarterly Journal of Economics 107, pp.797-817, 1992.

BIKHCHANDANI, Sushil, D. HIRSHLEIFER and I. WELCH. "A Theory of Fads, Fashion, Custom and Cultural Change as Information Cascades", Journal of Political Economy 100, pp. 992-1020, 1992.

GRINBLATT, Mark, S. TITMAN and R. WERMERS. "Momentum InvestmentStrategies, Portfolio Performance and Herding: A Study of Mutual Fund Behavior", American Economic Review, 85, pp.1088-1105, 1995.

IDOWU Abdulkadri, Jimoh RAJI and Bazeet BADRU. "Foreign Portfolio Investment and Stock Market Performance in Nigeria", AGO-IWOYE Journal of Social and Behavioural Sciences, Vol 5 (2), 56-75, 2018.

KAMINSKY, Graciela, Richard LYONS, and Sergio SCHMUKLER. "Managers, Investors, and Crises: Mutual Fund Strategies in Emerging Markets", NBER Working Paper 7855, 2000.

KESİK Ahmet, Mehmet ÇANAKÇI, and Halil TUNALI. "Analyzing Impact of Non-Residents' Holdings of Equities On BIST-100 Index", Journal of Economics, Finance and Accounting, Vol. 3, Issues 2, 2016.

KIM, W. and S. J. WEI. "Offshore Investment Funds: Monsters in Emerging Markets?", Journal of Development Economics, Volume LXVIII:1, June 2002: 205-224.

KIM, W. and S. J. WEI. "Foreign Portfolio Investors Before and During a Crisis", Journal of International Economics, Vol. 56, No. 1, pp. 77-96, 1999.

LAKONISHOK, J., A. SHLEIFER and R. W. VISHNY. "The Impact of Institutional Trading on Stock Prices", Journal of Financial Economics Vol.32, 1992: 23-43.

LAKONISHOK, J., A. SHLEIFER and R. W. VISHNY. "Do Institutional Investors Destabilize Stock Prices? Evidence on Herding and Feedback Trading", NBER Working Paper, No: 3846, 1991.

SOMUNCU, Kartal ve M. Baha KARAN; (2010), "The Impacts of International Portfolio Investments on Istanbul Stock Exchange Market", Sayıştay Dergisi, pp. 149-167.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Hizmet Hatasında Deneyimin Etkisi

Erkan Eynihan[1], Hakan Boz[2]

Özet

Hizmet sektörü gelişmekte olan ülkeleri gayri safi milli hasılasının ortalama %60-70'ini tek başına oluşturmaktadır. Aynı zamanda hizmet sektörü en çok istihdam sağlayan sektördür. Bu nedenle bu sektörde yapılacak çalışmalar önemli bir ekonomik büyüklüğe ve istihdama sahip olan sektör için oldukça önemlidir. Son yıllarda, hizmet sektöründe pazarlama anlayışında tüketici odaklılık gibi çok sayıda dramatik değişim yaşanmaktadır. Hizmet sektöründe yaşanan değişimlerden biri de tüketicilerin hizmetlere olan taleplerindeki güdülerdir. Daha önceleri fayda-maliyet perspektifi ağırlıklı satın alma güdüsünün yerini daha çok duygu-haz oryantasyonlu tüketimin aldığı söylenebilir. Özellikle son yıllarda tüketicilerin satın alma karar sürecinde duygusallığın daha baskın olduğuna yönelik önemli bir literatürün ortaya çıkması çalışmaların odağının duygulara yöneltmiştir. Bu nedenle bu çalışmada tüketicilerin mal veya hizmetleri satın almadan önce içinde bulunduğu duygusal durumun bir sonraki mal veya hizmete olan tutumuna etkisi incelenecektir.

Araştırma kapsamında Marmara Bölgesi'nden 433 katılımcıya nicel araştırma deseni kapsamında anket yoluyla ulaşılmıştır. Veriler kolayda ve kartopu örnekleme ile elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında, iyi hizmet deneyiminden sonra kötü hizmet alan tüketicilerin standart hizmet (beklenen hizmet) aldıktan sonra aldıktan sonra kötü hizmet alan tüketicilere göre daha çok olumsuz tutuma sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca iyi somut ürün deneyiminden sonra kötü somut ürün deneyimleyen tüketicilerin standart somut üründen sonra kötü somut ürün kullanan tüketicilerden daha çok olumsuz tutum sergiledikleri görülmektedir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında hizmette duygusal bulaşma somut ürünlerdeki bulaşmadan daha fazla olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler— Hizmet Hatası, Deneyimler, Duygusal Bulaşma, Hizmet Sektörü, Hizmet Pazarlaması

[1] Bu çalışma "Hizmet hatasında deneyimin etkisi" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

[2] Student, Bahcesehir Universitesi, erkaneynihan@hotmail.com
3 Assistan Professor, Usak Üniversitesi, hakan.boz@usak.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kamusal Açık Alanların Özelleştirilmesinin Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi

Full Text / Tam Metin

Murat AKTEN[1], Sibel Akten[2]

Özet

Giriş*: Kentsel yaşam kalitesi; toplum, ekonomi ve çevre ekseninde, yaşam kalitesi ve çevre kalitesinin karşılıklı etkileşiminde gerçekleşen nesnel ve öznel değerlendirme ölçütleri ile ifade edilebilen bir kavramdır. Kentsel yaşam kalitesinin algıya dayalı, esenlik, sağlık, güvenlik, huzur vb. değerleri öznel bileşenlerini oluştururken; yapılı çevre, doğal çevre, ekonomik ve sosyal fonksiyon alanları gibi somut değerler ise nesnel bileşenlerini oluşturmaktadır. Çevresel kalite, kalite ile nitelendirilebilen bir bölgenin parçalarının birleşimi ya da bu parçaların toplamıdır. Birleşen parçalar içerisinde her biri kendi özelliklerine ve kalitelerine sahip olan doğa, açık ve yeşil alanlar, altyapı, yapılı çevre, doğal kaynaklar vb. yer almaktadır.*

Yaşam kalitesi araştırmaları, yaşam kalitesini arttırmaya yönelik katkıların bir parçası olarak önemlidir. Kentsel alanda yaşayan insanların yaşam kalitesi, insanların kentsel çevre ile etkileşiminin sonucudur. Birçok çalışma, kamusal açık alanın, yaşam kalitesine olumlu katkı sağlayan kentsel çevrenin önemli bir unsuru olduğunu göstermektedir. Aslında, kamusal açık alan hem nitelik hem de nicelik olarak azalma eğilimindedir. Bu koşulun bir tetikleyicisi, kamuya açık alanın özel sektöre ait olduğu veya yönetildiği zaman özelleştirmedir. Bazı çalışmalar, özelleştirmenin erişimin kısıtlanması, tüketimin artması, sosyal uçurum, demokrasinin ifadesini azaltması ve sosyal etkileşim gibi olumsuz etkilere neden olduğunu düşünürken diğer çalışmalar ise, Kamusal Açık Alanların özelleştirilmesin, kalitenin ve yaşam kalitesinin artması için bir fırsat olarak görmektedir.

Amaç:*Bu çalışmanın temel amacı, kamuya açık alanların özelleştirilmesinin insanların yaşam kalitesini nasıl etkilediğini ortaya koymaktır.*

Anahtar Kelimeler— *Kamusal Alan, Özelleştirme, Kentsel Yaşam Kalitesi*

The Effects on Quality of Life Of Public Open Space Privatization

Abstract

Introduction: *Urban Life Quality is a concept that can be explained with objective and subjective evaluation criterias which is materialized mutually interaction of life and environment quality in the subject of society, economy ve environment. The values of quality that based on perception such as health, security, presence etc., forms the subjective components of urban life quality; the concrete values of built environment, natural environment, economic and social function areas forms the objective components of urban life quality. Environmental quality is the session of the parts of a region that characterized with quality or the total of these parts. In each concurrent part such as, nature, open and green areas, infrastructure, built environment, natural sources etc. has its own properties and own qualities.*

Researchs in quality of life is important as part of contribution to enhance the quality of life itself. Quality of life of people in urban area is the outcome of people interaction with urban environment. Many studies show that

[1] Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı, Türkiye, muratakten@sdu.edu.tr
2 Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksekokulu, Park ve Süs Bitkileri Programı, Türkiye, sibelakten@isparta.edu.tr

public open space (POS) is one important element ofthe urban environment which gives positive contribution to quality of life. In fact, public open space tends to decrease both in quality and quantity. One trigger of this condition is privatization, when public open space owned and or managed by private sector. Some studies see the privatization causes negative effects, such as a limitation of access, increasing of consumerism, social gap, decreasing democracy expression and social interaction. The others see positive effects of POS privatization, as an opportunity for privatization, quality and quality of life.

Aim: *The main objective of this study is to demonstrate how the privatization of public spaces affects the quality of life of people.*

Keywords— *Public Space, Privatization, Urban Life Quality*

1. GİRİŞ

Sosyal ve ekonomik olaylar insanların yaşam alanlarının şekillenmesinde önemli roller üstlenmişlerdir. Başlangıçta dış ortamın etkilerinden korunma güdüsü insanları mekân arayışına sürüklemiş ve barınma ihtiyacını meydana getirmiştir. İnsanoğlu barınma ihtiyacını karşılayabilmek için sürekli bir arayış içerisinde buluna gelmiştir. Doğal şartlar ve bilgi birikimi doğrultusunda barınma ihtiyacını karşılama adına insanlık çeşitli evreler geçirmiştir. Çevresine göre dış etkilerden korunaklı olan mağara gibi basit yerlerde başlayan yerleşme sürecinin son halkası, bugün milyonlarca insana ev sahipliği yapan kentler olarak karşımıza çıkmaktadır (Aliağaoğlu ve Uğur, 2010).

Kentlerin oluşumundan bu yana, her kent içerisinde barındırdığı toplumu şekillendirmiş, ve aynı şekilde bu toplumu oluşturan her bireyden birçok anlamda etkilenerek şekillenmiştir. Bu devinim hali, kentleri yaşayan organizmalar olarak tanımlamamızın temel nedenlerinden biridir. Bu noktada, kentlileri sürekli değişen, dönüşen ve gelişen yani "yaşayan" organizmalar haline getiren en önemli unsur ise kamusal alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamusal alanların -özellikle açık kamusal alanların- kentlerdeki ve insan yaşamındaki bu önemli rolü, kentleri daha yaşanabilir ve daha dinamik kılmaktadır (Uzgören ve Erdönmez, 2017).

Kentlerin farklı özellikleri üzerinde yapılan tanımlamalar, kent ve toplum etkileşimini gösteren. kentlerin sahip oldukları fonksiyonlar ve sembolik anlamlar, tarih boyunca çeşitli nedenlere bağlı olarak değişim göstermiştir. Bulunmuş oldukları dönemin sosyo-politik, ekonomik ve kültürel yapısı kentlerin geçirdiği değişim sürecinde önemli bir yere sahiptir. Yaşanılan dönemin etkileri dolaylı ya da dolaysız olarak kentlerin yönetim tarzında, mekansal kullanım alanlarında ve biçimlerinde etkili olmuştur (Karakurt Tosun, 2010).

Kentlerin ve insanların birbirleri üzerine olan ilişkileri çok boyutlu olup, birbirlerini tamamlar niteliktedir. Sanayi devriminin neticelerinden biri olarak karşımıza çıkan sermaye birikimi insanların refah seviyelerinin artmasına olanak sağlamıştır. Yaşam standartlarının yükselmesiyle birlikte insanlar konforlu bir yaşam sürdürebilmek için yeni yerleşim yerleri arayışına girmişlerdir. Bu süreçte kentsel yaşam kalitesi, yaşam alanlarının fiziksel ve fonksiyonel olarak geliştirilmesi güncel kavramlar olarak ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda 1996 yılında İstanbul'da Birleşmiş Milletler bünyesinde Habitat konferansı gerçekleştirilmiştir. Konferansta yayınlanan beyannamede insanların onurlu bir yaşam sürebilmesi için gerekli olan şartların sağlanması ve bu şartların şehirlerde yaşamakta olan insanlar için temel insani haklar olduğu vurgulanmıştır (Habitat, 1996).

Toplumsal ihtiyaçların sağlanabilmesinde kamuya önemli yükümlülükler düşmektedir. Eğitim, sağlık, güvenlik gibi toplumun temel gereksinimlerini oluşturan hizmetlerin kamu tasarrufunda gerçekleştirilmesi, bireylerin eşitlik ve vatandaşlık hakları göz önüne alındığında önemli ve gereklidir. Kentsel yaşam kalitesi parametreleri içerisinde de kamu hizmetleri büyük önem taşımaktadır (Karaaslan, 2005). Bu bağlamda kentsel yaşam kalitesiyle kamu hizmetleri arasında önemli bir bağ bulunmaktadır. Yaşanabilirlik çalışmalarında da kentlerin sahip olduğu servis ve fonksiyonlar, belirlenen gösterge ve değişkenler kullanılarak değerlendirilmektedir (Keçeli vd, 2014).

Sennett'e (1996) göre, kamusal alan demokrasinin taşıyıcısı, kentin kalbi, yurttaşlık hislerinin, anılarının yer aldığı kentin ruhu ve kentin ambiyansıdır. Bu alanlar fiziksel, sosyal ve sembolik olarak kenti dönüştürmek, yeniden biçimlendirmek için birer araçtır. Sennett'in bu tanımı, kamusal alanların eşitlik, paylaşım, yerin duygusu gibi çok yönlü özelliklerine ve hem fiziksel hem de toplumsal içeriğine vurgu yapması açısından da oldukça önemlidir. Bu nedenle;

• Bu etkileşimin güçlenmesi ve daha yaşanabilir kentler oluşmasında önemli rol oynayan açık kamusal alanları, kentin fiziksel bir unsuru gibi kısır bir kavramın ötesine taşıyarak ele almak ve,

• Açık kamusal alanların hem kentler hem de bireyler için önemini ve anlamını, bireylerin yaşadıkları alan ile etkileşiminin sosyal ve psikolojik boyutlarını kentsel mekan aktiviteleri ve mekan kalitesi ilişkisini ortaya koyarak irdelemek çalışmanın çıkış noktası olarak belirlenmiştir.

2. YAŞAM KALİTESİ

Yaşam koşulları düzeldikçe kusursuza ulaşma ve mükemmeli yakalama arzusu, insanoğlunun var oluşu kadar eskidir. Kalite kavramı eski çağlardan günümüze kadar tartışılan ve gelişme gösteren bir kavramdır. Günlük yaşantımız içinde, politik ve ekonomik söylemlerde, yazılı ve görsel basında yer alan yaşam kalitesi kavramı; ekonomik krizler, çevre kirliliği, kentsel yaşamın problemleri ile sağlık sorunlarından eğitime, suç oranlarından trafiğe yaşamın pek çok alanındaki konu ile ilişkilidir. Ülkelerin gelişmişlikleri 21. yüzyılda askeri ve ekonomik güç ile değil yaşam kalitesi ile belirlenmektedir.

Platon'un "Devlet", Aristo'nun "Nikomakhos'a Etik" isimli eserleri, yaşam kalitesi etrafındaki tartışmaların bugün olduğu gibi antik dönemde de var olduğunu göstermektedir (Edisan ve Kadıoğlu, 2013). Ancak yaşam kalitesi terimi ilk olarak Long'un 1960 yılında yayınladığı "On the Quantity and Quality of Life" isimli makalesinde geçmektedir. Yaşam kalitesi, insan hakları konusunda yaşanan gelişmelerle birlikte, tüm politik kararların alınmasında önemli bir gösterge olmuş, toplumların bir biçimde ulaşmayı amaçladığı evrensel bir hedef halini almıştır.

Yaşam kalitesinin evrensel bir hedef olmasının nedeni, Maslow (1970)'un ihtiyaçlar hiyerarşisi ile açıklanabilir. Bu teoriye göre insan gereksinimleri önceliklerine göre beş başlıkta sıralanmıştır:

1. Fiziksel gereksinimler (yiyecek, su, barınma…)

2. Güvenlik gereksinimi (emniyet, korunma, sağlık…)

3. Sosyal gereksinimler (bir topluluğa ait olma hissi, sevgi…)

4. Saygı görme gereksinimi (toplumda sayılma, sosyal statü…)

5. Kişisel ilgileri/fikirleri/idealleri ortaya koyma gereksinimi (kendini geliştirme, kişisel yaşamı zenginleştirme, kişisel hedefleri gerçekleştirme…).

Maslow'un teorisi bize, insan yaşamının her döneminde karşılanması gereken temel ihtiyaçları sıralarken yaşam kalitesi, bu ihtiyaçların kantitesi (nicelik) ile birlikte kalitesinin (nitelik) de önemli olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin, yaşam süresinin uzunluğundan ziyade kalitesi, gelirin iyi olmasından ziyade kişiyi tatmin edip etmemesi vb. hususlar üzerinde durmaktadır. Nitekim kalite, bir bilinçlenme sürecidir ve tüm yaşam alanında her zaman ulaşılmak istenen mükemmellik düzeyi olmalıdır (Aksungur, 2009; Torlak ve Yavuzçehre, 2008).

Farklı açılardan, farklı önceliklere göre yapılan pek çok yaşam kalitesi tanımlamalardan bazıları şunlardır:

Dünya Sağlık Örgütü, yaşam kalitesini; "hedefleri, beklentileri, standartları, ilgileri ile bağlantılı olarak, kişilerin yaşadıkları kültür ve değer yargılarının bütünü içinde durumlarını algılama biçimi" olarak tanımlamaktadır. Bir diğer ifadeyle yaşam kalitesi; kişinin içinde yaşadığı sosyokültürel ortamda öznel olarak algılayışını tanımlamaktadır. Yani bu kavram ölçülebilen bir nicelik değil, sübjektif olarak yaşatılan bir niteliktir. Esas amaç kişilerin kendi fiziksel, psikolojik ve sosyal işlevlerinden ne ölçüde memnun olduklarının ve yaşamlarının bu yönleri ile ilgili özelliklerin varlığı veya yokluğunun ne ölçüde onları rahatsız ettiğinin saptanmasıdır.

Ulusal Çevre Eylem Planına göre yaşam kalitesi; bedensel, ruhsal, zihinsel ve kültürel gelişme üzerinde olumlu etkileri olan etmenlerin niteliği ve niceliği ile bu etmenlerin ulaşılabilirliği ve kullanım düzeyi olarak tanımlanmıştır (Kabadayı, 2006).

Von Kamp ve arkadaşları yaşam kalitesini, çevrenin ölçülebilir mekânsal, fiziksel ve sosyal bileşenleri ve bu bileşenlerin algılanma biçimlerini bir arada ele alan ve buna göre, bireylerin algılamalarını sadece objektif özellikleri ile değil, sübjektif özellikleriyle de değerlendirildiği bir yaklaşımla ele almaktadırlar. Szlai de yaşam kalitesini, bireyin varoluş hali, refahı ve hayattan memnuniyet düzeyi ile ilişkilendirmekte ve yaşam kalitesinin, objektif gerçek etmenler ile bireysel algı ve değerlendirmelere dayalı sübjektif etmenlerle şekillendiğini belirtmektedir (Marans, 2007).

Campbell'e göre ise yaşam kalitesi, yaşamın tamamından elde edilen tecrübelerle ortaya çıkan ve bu tecrübelerle bir kişinin yaşamında kendisini öznel olarak iyi hissetmesi hali olarak tanımlamıştır (Öksüz ve Malhan, 2005).

Yaşam kalitesi ile ilgili yapılan tanımlamalar genel olarak "kişinin yaşamı ile ilgili sübjektif algısı" etrafında dönse de yaşam kalitesi, objektif ve sübjektif olmak üzere iki açıdan incelenmektedir. Objektif göstergeler; gelir, eğitim, meslek, sağlık, yaşanılan konutun durumu vb. iken; kişinin sahip olduğu bu imkânlardan duyduğu tatmin/doyum ise yaşam kalitesinin sübjektif göstergeleridir. Kimi araştırmacılara göre objektif göstergelerin, kimi araştırmacılara göre ise sübjektif göstergelerin daha önemli olduğu vurgulansa da ne objektif göstergeler için ne de sübjektif göstergeler için evrensel bir sistem veya standart yoktur (Demirkaya, 2010).

3. KAMUSAL ALAN VE KAMUSAL AÇIK ALAN KAVRAMI

Geçmişten günümüze kentler, her zaman farklılıkları kapsayan yapısıyla sürekli değişen ve dönüşen dinamik yapılar olarak varlıklarını sürdürmüşlerdir. Kentlerin farklılıkları içeren yapısı, yine farklılıkları içeren bireyleri ve buna bağlı olarak farklı toplumları ortaya çıkaran ana unsurdur. Kent kavramının tanımında, birbirinden farklı birçok yaklaşım söz konusudur. Kenti yalnızca insanların hayatlarını sürdürmek için kullandığı durağan bir araç olarak ele alan yaklaşımların yanında, onu canlı, dinamik bir yapı olarak ele alan yaklaşımlar da vardır. Bir kısım araştırmacı kente yalnızca fizik-mekan sınırları içerisinde yaklaşırken, birçok araştırmacı da kenti sosyal ve toplumsal yapı, ekonomi, kültür gibi birçok unsur ile ilişkilendirerek tanımlamaktadır. Bu ilişkiden yola çıkarak bir tanımlamaya giden birçok kentbilimcinin kenti "yaşayan bir organizma" olarak tanımladığı görülmektedir.

Geçmişten günümüze kadar oluşan bütün kentler için ortak olarak söylenebilecek belirli özellikler vardır. Bunların en önemlisi, kentlerin sürekli değiştiği, dönüştüğü ve bu değişim/dönüşüm süreci içerisinde de barındırdığı tüm sosyal, ekonomik ve kültürel sistemler ile bireyleri de etkileyerek dönüştürdüğüdür. Bu anlamda kentlerin, insan davranışlarını ve ilişkilerini, bireylerin zihinlerindeki çağrışımları doğrudan etkilediği kolaylıkla söylenebilir. İnsanlara; farklı olanla karşılaşma, onu tanıma ve onunla etkileşim içinde olma fırsatını sağlayan kent, bu fırsatı sahip olduğu birçok araç sayesinde bireylere sunabilir. Bu araçların kentsel alanda ortaya çıkan en güçlü unsuru şüphesiz ki kamusal alanlardır.

"Kamusal alan" kavramı özellikle 1990'lı yılların başından itibaren ülkemizde akademik çalışmalara ve 2000'li yıllarla birlikte çeşitli sosyo-politik tartışmalara ve polemiklere konu olmuştur.

Kamusal alan ile ilgili felsefi tasarımlar ana hatlarıyla üç kısımda belirginleşmektedir. İlki Arendt'ın tarif ettiği "agonostik" ve "birleşimsel" model, ikincisi Liberal kamu alanı modeli, üçüncüsü Habermas'ın oluşturduğu "iletişimsel kamu alanı" modelidir. Arendt'ın açıkladığı "agonostik" modele göre; kamu(sal) alan(ı) politik büyüklüğün, seçkinliğin ortaya çıktığı/sergilendiği ve başkalarıyla paylaşıldığı bir alandır. "Birleşimsel" model ise insanların bir uyum içerisinde hareket ettikleri/yaşadıkları yerlerde ortaya çıkmaktadır. Bu modelde özgürlükler rahatça kendini gösterebilir (Ünüvar, 1998).

Kamusal alan, liberal modelde ise insanın "özgür kamusal aklı"ndan yola çıkılarak yasaların kapsamaklığı doğrultusunda, özgürlüklerin rahatça, serbest bir şekilde kullanılacağı alan olarak belirginleştirilir. Ancak Habermas'ın iletişimsel kamusal alan modelinin temelini oluşturan mantalite ile liberal kamu alanı özgürlüklerin alanı olma noktasında eksiklikler taşımaktadır. Habermas'ın "iletişimsel kamu alan" modelinde, demokratik bir şekilde toplumsal normlardan ve politik kararlardan etkilenen bireyler, bu norm ve kararların oluşturulmasında/değiştirilmesinde ve benimsenmesinde söz sahibidir (Ünüvar, 1998).

Kamusal alan modern anlamıyla sosyal bilimler literatürüne, kendisini "yaşayan son Marksist düşünür" olarak da tanımlayan, Habermas tarafından hediye edilmiştir (Karabaşoğlu, 2007). Habermas'ın 1962'de yayımlanan Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü: Burjuva Toplumunun Bir Kategorisi Üzerine adlı eseri literatürde "kamusal alan" üzerine yazılmış ve deyim yerindeyse milat oluşturan bir çalışma olmuştur.

Türkçe'de kamusal alan kavramının kapsadığı özellikler bağlamında "kamu", "kamuoyu", "umumi", "amme" gibi terimler var. Aslında Türkçe sözlüklerde bu kavramların genişçe tanımları olsa da, kamusallık teriminin "aleniyet" olarak kullanımının dilimizi ve politik kültürümüzü derinden etkilediğini ve toplumsal düzeyde geçerlilik kazandığını söylemek zordur.

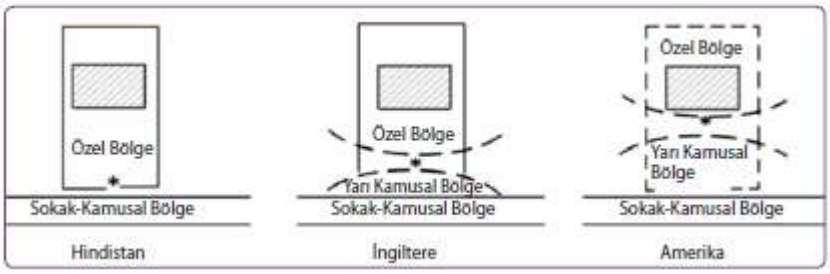
"'Kamusal alan" aslında siyaset felsefesinin bir terimi (Yayla, 2007) ve güncel tartışma konularından birisidir. Bu konudaki sorunlar, büyük ölçüde terimin anlam ve kapsamının önemli ölçüde kişinin dünya görüşüne bağlı olarak değişkenlik göstermesinin kaçınılmaz olmasından kaynaklanmaktadır. Neye "kamusal" dediğiniz insanın varoluşunu nasıl kavradığınıza, nasıl bir devlet toplum ilişkisi tasarladığınıza bağlı olarak değişmektedir. Bundan başka, literatürde geleneksel kamusal-özel ayrımına sadık kalanlar olduğu gibi; "özel sivil-kamusal" veya "özel-kamusal-siyasal" gibi üçlü, hatta "özel-sivil-kamusal-siyasal" şeklindeki dörtlü bir şema içinde özetlenebilecek birçok farklı perspektifin var olduğu görülmektedir. Bütün bu farklı yaklaşımlardan hukuk uygulaması için elle tutulur, açık seçik ve objektif bir "kamusal alan" tanımı çıkarılamayacağı açıktır.

Devletin geçirdiği dönüşüme paralel olarak "kamu" kavramının zaman zaman hem devleti (resmi kamu) hem de halkı ifade edecek şekilde kamusal alanla eşanlamlı kullanıldığına da tanık olmaktayız (Tosun, 2001). Habermas'a göre "kamu" akıl yürütenler ya da rasyonel müzakereciler topluluğudur . Siyaset teorisinin çağdaş varsayımları yanında, Türkçe'deki doğru karşılığı da esas alındığında "kamusal alan" deyiminin devletle değil toplumla ilgili olabileceğini kabul etmek zorunludur. Bu bağlam içinde kamusal alan devletin değil sivil olanın/toplumun alanı içinde hayat bulmuştur. Kazım Berzeg bu noktada; "Kamusal alan 'sivil toplum alanı'dır ve daha doğru karşılığı 'toplumsal alan'dır" demektedir. Elbette daha sonra işaret edileceği gibi bu; yani kamusal alanı devletle örtüştürme/somutlaştırma ideolojik bir algılamaya dayanır (Demir ve Sesli, 2007).

Kamu(sal) alan(ı) bütün toplumun ortak iyiliğini sağlamaya odaklı tartışma ve etkinliklerin içinde oluştuğu bir sivil hayat alanıdır. Bu anlamıyla da Habermas'ın ifadesiyle, kamusal alan her şeyden önce toplumsal yaşamımızda kamuoyunun içinde oluştuğu alanın karşılığıdır (Habermas, 2007).

Kamusal alanlarda ortaya çıkan aktiviteleri ve mekan kalitesi arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamak için, kamusal ile özel alan arasındaki farka değinmek yararlı olacaktır. Habernas'a göre (2000), kamusal alan ortak çıkarın ve gerçeğin konuşarak elde edildiği bir alandır. Bu alan özgürlüklerin alanıdır ve insanın doğasından gelen zorunluluklardan kurtulmuş olarak katılması gereken bir alandır. Haberbas (1994), özel alan ise gerçek anlamda evle ilgilidir. Yaşamın yeniden üretimi için gerekli unsurlar burada varolur; köleler, kadınlar, çocuklar, ölüm ve doğum gibi olaylar, yani yaşamın zorunlulukları özel alanda "gölgelerde"dir (Uzgören ve Erdönmez, 2017).

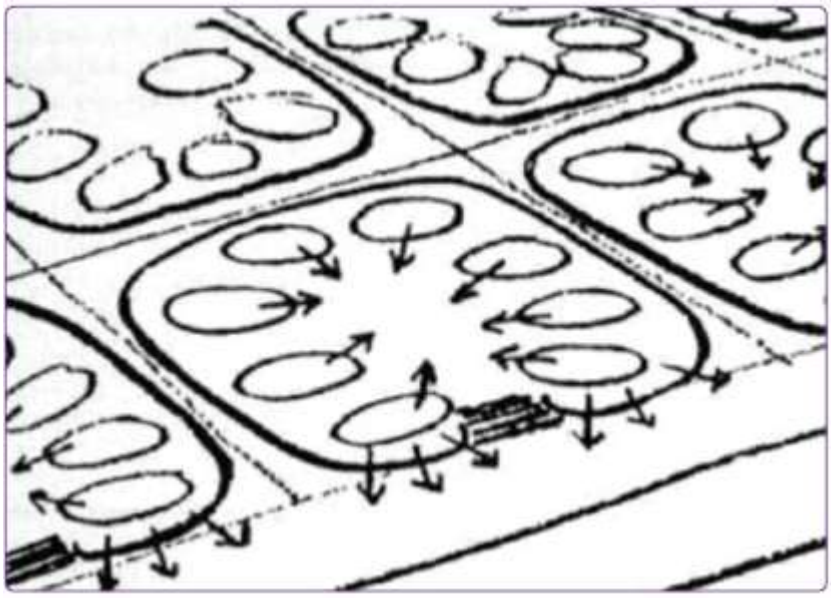
Kamusal mekan, bir bütün olarak topluma ait ve herkesin kullanımına açık mekanlar olarak tanımlarken özel mekanları ise özel mülkiyette ve bireye ait, özel ihtiyaçların karşılandığı mekanlar olarak tanımlanmaktadır. Ancak bu ayrım teoride çok net gibi görünse de pratikte bu kadar net olmayabilir. Bazı kültürlerde kamusal alan ile özel alan arasındaki sınır çok keskin iken, bazı kültürlerde kamusal ve özel alanın iç içe geçmiş yapısından rahatlıkla bahsedilebilir (Şekil 1).



Şekil 1. Ortak Kullanım Alanlarında Toplumsal Farklılıklar (Rapaport, 1969).

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü üzere kamusal ile özel alan arasındaki sınırı yumuşatan öge yarı kamusal/yarı özel alanlardır. Bu yarı kamusallık/özellik durumu kentsel alanlardaki çeşitliliği arttırdığı için aynı zamanda kentsel mekandaki aktivitelerini de çeşitlendirerek kente zenginlik katmaktadır.

Newman, yarı özel yarı kamusal alanların, özel ve kamusal alanlar arasındaki geçişi sağladığını buna bağlı olarak da mekansal bir hiyerarşinin oluştuğunu savunmaktadır. Bu mekansal hiyerarşinin kente sağladığı en büyük kazanım daha esnek, daha geçişken ve uyumlu mekanların oluşmasıdır (Şekil 2). Bu noktada kamusal alanların kentteki geçirgenliği ve sirkülasyonu sağlayan önemli bir kentsel arayüz olduğu söylenebilir (Lang, 1987).



Şekil 2. Newman'ın Kamusal-Özel Mekan Ayrımı Diyagramı (Newman'dan aktaran Lang, 1987).

Sennett'in "içerideki her şey dışarıdaki her şeye bağlıdır" yaklaşımı (Sennett, 1999), bu çalışmada, kamusal ve özel alan arasındaki bağlantıların kentsel yaşam ve buna bağlı olarak daha bütünlüklü toplumsal ilişkilerin ortaya çıkması açısından yol gösterici olmuştur. Mekansal açıdan bağlantısız ve düzensiz, sosyal açıdan kent kültürü ve kimliği ile uyumsuz kentsel açık alanlar sosyal aktiviteleri ve buna paralel olarak toplumsal yapıyı geliştirici ortak kullanım alanlarının oluşmasına engel oluşturmaktadır. Bu nedenle, yapılar ve bu yapılar arasındaki boşluklardan oluşan kentsel alanlar belirli bir hiyerarşik düzen içerisinde, birbirini ve insan yaşamı için gerekli kolektif etkinlikleri destekleyecek biçimde ve uyumlu ilişkilerin ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

Günümüzde ise kamusal ve özel alanlar arasındaki ayrım git gide daha belirsiz bir hale gelmeye başlamıştır. Kamusal alanların hitap ettiği kullanıcılar yalnızca belli sosyo-ekonomik gruplara hitap edecek şekilde kurgulanmaya başlandığı için (örneğin alışveriş merkezleri), bu alanların kamusal olma özellikleri azalmış ve yarı kamusal/yarı özel alanlar olmaya başlamışlardır.

Kamusal açık alanları ise Jacobs ve Madanipour, insanların ücretsiz erişebildiği açık alanlar olarak tanımlamaktadır. Parklar ve açık alanlar yalnızca hoş ve doğal bir ortam sağlamakla kalmaz, aynı zamanda kentsel alandaki yaşam kalitesini yükseltir ve gerekli çevresel fonksiyonları üstlenir. Büyük ölçekte, kamusal açık alanlar, insanların dolaşımına ve aralarındaki doğal yaşama fırsatlar vererek bir ağa bağlanır. Aynı zamanda, kamusal açık alanların sosyal olduğu kadar politik bir işlevi de vardır. Bir sosyal mekan olarak insanlara bir araya gelme ve etkileşimde bulunmak için uygun ortamlar yaratır. Politik işlevi ise her kesimden insanı demokrasi, özgürlük, eşitlik ve adalet için bir arada tutmasıdır. Kamusal açık alanların bireyleri bir araya getiriyor olması ve bu alanın tüm topluma açık oluşu, burada gerçekleşecek etkileşim ve aktiviteler için belirli fiziksel koşulları sağlamasını gerektirmektedir. Bu kamusal açık alanların mekan kalitesi, kentin "yaşayan bir organizma" olarak varlığını sürdürmesi açısından da önemli bir role sahiptir (Uzgören ve Erdönmez, 2017).

3. KAMUSAL ALANI ÖZELLEŞTİRMEK

Kentin kamusal alanları kent otoritelerinin, özel sektör üreticilerinin ve yapılı çevre profesyonellerinin gündeminin en üst sırasını işgal etmektedir. Bir zamanlar bu kamusal alanlar gelişme sonrası artık mekanlar olarak kabul edilmekteyken, şimdi kentlerin dönüşümdeki anahtar rolleri nedeniyle çok önemsenir hale gelmişlerdir.

Kapitalist sistemin sürdürülebilirliği için kentsel yapılı çevrenin farklı bileşenleri olarak fabrikaların, altyapı sistemlerinin, okulların, hastanelerin, konut alanlarının, alışveriş merkezlerinin vb, sermaye birikiminin kârlılığı için sürekli olarak yeniden üretilmesi gerekmektedir. Bu yeniden üretim anlayışı, kimi zaman kamusal alanların özelleştirmesi ile sonuçlanmaktadır. Yerel yönetimler her düzeyde kamusal mekânın yaratılması ve korunması sorumluluklarından çekilmekte ve kamusal alanın gözetimini sendikalı işgücü, genel erişim, konuşma ve toplanma özgürlüğü gibi şeylere ilişkin yasal kurallarla sınırlandırılmamış özel şirketlere kaydırmaktadır. Şirket ve planlamacılar ise bu özelleştirmeyi saldırganca desteklemektedirler.

Kamusal peyzajın mülkiyet özelliğinin bu şekilde dönüştürülmesi, genellikle peyzajın kullanım biçimlerinin ve alan yönetiminin değiştirilmesiyle olmaktadır. Bu süreçlerde, toplumsal muhalefet odaklarının iknasında ve sürecin meşrulaştırılmasında kullanılan en etkili yöntemlerden biri ise bu alanlara "tasarım" yoluyla müdahale etmektir. Aslında mevcut erk sahibi idareler tarafından yönlendirilen kamuoyu araştırmaları, anketler, yarışmalar gibi sözde "katılımcı" tasarım yöntemleri meşrulaştırma aracı olmaktadır (URL 1).

Tasarımcılar "istenmeyen" unsurların ayrıcalıklıların toplanma mekânlarından psikolojik, ekonomik ve fiziksel açıdan dışlanmalarını sağlamak ve şirketleri toplumsal yaşamın kaynakları olarak kutsal bir yere koymak için genellikle açıktan çok kapalı araçlar kullanırlar. Bunlar binalar, sokak düzenlemeleri, arsa kullanımı, dolaşım ve fiziksel çevreyi diğer denetleme araçları gibi tasarım unsurlarıdır. Örneğin tasarımcılar binaların yayaya yönelik zemin katını park ve diğer yararcı amaçlar için kullanıp böylece ikinci sınıfa düşürerek kamusal alanı küçültürler.

Kentin özelleşmesi politik sistemlerin yetersizliğinden artmış ve abartılmıştır. Politik sistemler sorumlulukları altındaki alanları başarıyla işletememişlerdir. Kamusal alanın daha başarılı bir şekilde kontrol edilmesi ve bu alanların yeniden güvenli hale getirilmesi gerekmektedir. Bu durum modern demokrasinin yetersizliğini göstermektedir. Kentsel alanda yaşanan bu özelleştirme bu olanaklara erişme imkânı olan bazı insanlar için güvenliği sağlarken, bu olanaklardan yararlanamayan kişiler için büyük sıkıntılar yaratmaktadır.

Plaza, rezidans, tower, gated-communities, city, country vb. sözcüklerle mimaride ortaya çıkan yeni formlarla özelleşen mekân, yerel yönetim fonksiyonlarının özelleşmesine paralel olarak gelişmiş olmaktadır. Plazalar ve benzer yeni yapı gruplarıyla birlikte oluşan "büro parkları", kapalı bir avlu içinde gruplaşarak, yalnızca bürolarda çalışanların kullanımına açık alanlar haline gelmiştir. Kamusal alan niteliği taşıyan bu alanlar belli bir grubun kullanımına geçmiştir (Gökgür, 2008).

Kamusal alanların çözülmesi ürünü olan anlamsal değişim, yeni dünya düzeni içinde uluslar arası sermayenin etkin rolü ile de doğrudan ilişkilidir. Birçok kentin vazgeçilmez idesi olan küresel kent olgusu; farklı ölçeklere sahip, farklı hedef kitlelerini kapsayan birçok kentsel projeyi beraberinde getirmektedir. Konut, ulaşım altyapıları, iş-finans merkezleri, sanayi alanlarının kent merkezlerinden çeperlere taşınması ve merkezdeki eski sanayi yapılarının dönüşümü gibi alt başlıkları hedef alan projeler; küresel kent olma adına önemli adımları hayata geçirirken bir yandan da kentsel yayılma, mekânsal parçalanma ve toplumsal ayrışma gibi olguları da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda kent; birbirinden kopuk kentsel alanların kümelendiği, kimlik ve imaj çatışmalarının yaşandığı bir oluşum haline dönüşmektedir. Çok katmanlı kentsel doku içinde kamusal alanlar birer kolektif bellek ürünü iken; spekülatif amaçlı yatırımlar, özelleştirmeler, turizm odağı oluşturmak adına kentsel doku katmanlarından referans almadan biçilen kimlikler sayesinde kamusal alanlar, sahip oldukları imajı yitirebilmekte ve bu bağlamda kolektif bellek yok olabilmektedir (Kürkçüoğlu, 2014).

4. KAMUSAL ALANLARDA MEKAN KALİTESİ

"Kalite" herhangi bir karakter/durumun iyi olma düzeyini ifade eden, kişiden kişiye değişebilen subjektif bir kavramdır. Ancak kentsel mekanda kalitenin ölçülmesinde kullanılan objektif göstergeler vardır. Kentsel alandaki yaşam kalitesi boyutu, fiziksel, sosyal ve ekonomik çevre olmak üzere daha geniş bir anlamda çevresel faktörlerle ilişkili olarak ele alınmıştır. Kentsel çevrenin önemli unsurlarından biri de kamusal açık alanlardır. Kamusal açık alanlar çeşitli formlarda görülebilir, her birinin koruma, rekreasyon, doğa ile ilişki kurma, zihinsel ve sosyal sağlığı sağlama gibi önemli işlevleri vardır.

Günümüzde, kamusal açık alanlarda mekan kalitesi üzerine yapılan çalışmalarda fikir birliğine erişilemediği ve bütünsel bir yaklaşımın oluşmadığı görülmektedir. Bugüne kadar, mekan kalitesi kavramı ya söz konusu mekanın yalnızca işlevsel özellikleri, ya yalnızca fiziksel özellikleri ya da mekanın kullanıcılarının sosyo-morfolojik yapıları çerçevesinde ele alınmıştır. Mekan kalitesi kavramına çok farklı bakış açılarının var olmasıyla beraber, söz konusu farklı yaklaşımların kesiştiği önemli noktalar da bulunmaktadır (Tablo 1).

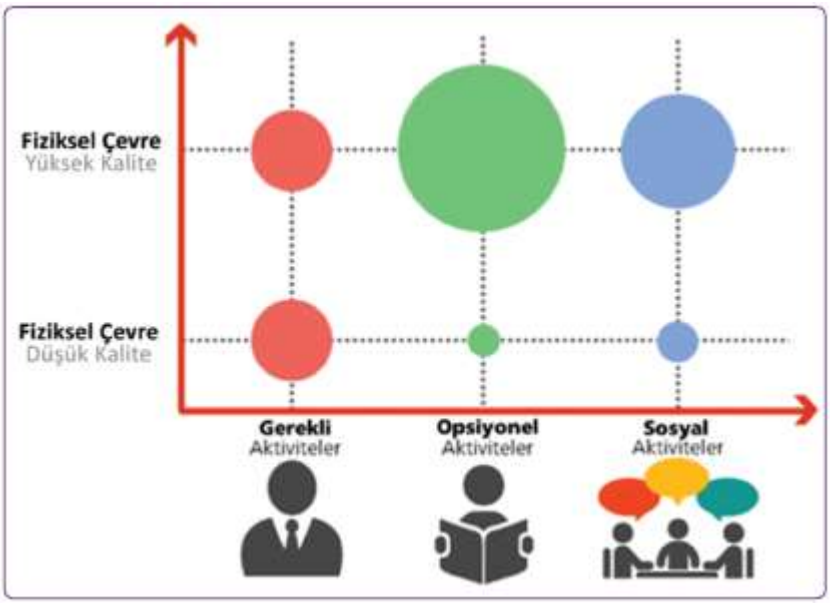
Whyte (2000) başarılı bir kamusal alanı başarılı kılan 4 temel özelliğe değinmiştir. Bunlar; ulaşılabilir olmaları, insanların çeşitli aktivitelerde bulunmaları, mekanın konforlu ve iyi bir imajının olması ve sosyal faaliyetleri destekleyen, samimi, insanların birbiriyle buluşarak daha fazla sosyal etkileşimin

sağlandığı mekanlar olmasıdır. Whyte gibi birçok araştırmacı da kamusal alanların en temel özelliklerinden birini 'sosyal etkileşim ve aktivitelere uygun" olmaları olarak tanımlamıştır.

Gehl (1987) ise, kentsel mekan aktiviteleri ile fiziksel mekanın kalitesi arasındaki ilişkiyi, aktiviteleri 3 başlık altında inceleyerek çözümlemiştir. Bunlar gerekli aktiviteler, opsiyonel aktiviteler ve sosyal aktivitelerdir. Gehl, bu üç kentsel mekan aktivite türünün her birinin fiziksel çevreye farklı bağımlılıklar gösterdiğini savunmaktadır (Şekil 3).

Tablo 1. Mekan kalitesi kavramına yönelik yaklaşımlar

Mekan kalitesi bileşenleri	Kalite parametreleri	Araştırmacılar
Sosyal etkileşim	İnsanların sosyal etkileşimde bulunmaları için elverişli yerler olmaları	Danisworo, 1989; Whyte, 1985, 2000, Gehl, 2002
	İnsanları aktivitede bulunmak için kendisine çekmesi	Danisworo, 1989; Whyte, 1985, 2000
	Çeşitli aktivitelerin ortaya çıkması	Rivlin, 1994; Whyte, 2000; CABE and DETR, 2001, Gehl, 2002
	Bireysel ya da grup olarak aktivide bulunabilinmesi	Rossi, 1982; Gehl, 2002
	Rekreasyon için uygun ve informel alanlar olması	Whyte, 1985; Project for Public Space, 2000
	Dışlayıcı olmayan ve demokratik olması	Carr, 1992
	Her türlü sosyal sınıfa ve yaş grubuna dahil olan insanların erişimine açık olması	Gehl, 2002; CABE ve DETR, 2001
Fiziksel kalite	Kolay erişim ve hareket sisteminin olması	Lynch, 1984; Danisworo, 1989; Car, 1992; Rivlin, 1994; Project for Public Space, 2000; Whyte, 2000; Gehl, 2002; CABE and DETR, 2001
	Ulaşım modları ve arazi kullanım ile entegrasyonun sağlanmış olması	CABE ve DETR, 2001
	İşaret ve yönlendirme elemanlarının varlığı	CABE ve DETR, 2001
	Tasarımda insan ölçeğinin benimsenmesi	Asihara, 1981; Shirvani, 1985
	Fizyolojik ihtiyaçlara cevap vermesi ve estetik olması	Rapoport, 1982; Lang, 1994; Whyte, 2000; Gehl, 2004; Pluta, 2003
Psikolojik konfor ve güvenlik	Emniyetli ve güvenli olması	Lang, 1994, Gehl, 2002
	Kullanıcının alanda kendini rahat ve özgür hissedebilmesi	Gehl, 2002



Şekil 3. Kentsel Mekan Aktivitelerinin 3 Türü ve Mekan Kalitesi İlişkisi (Gehl, 1987)).

Gehl'e göre gerekli aktiviteler; okula, bankaya, eve, market alışverişine gitme gibi günlük gereklilikleri kapsayan aktivitelerdir ve fiziksel çevre ile en az ilişkili olan aktivite türüdür. Opsiyonel aktiviteler ise, zaman ve aktivitenin gerçekleştirilmesi için iyi tasarlanmış alanlar gerektiren aktivitelerdir ve dolayısıyla fiziksel çevreye bağımlılığı en yüksek olan aktivite türüdür. Oturma, dinlenme, güneşlenme, açık havada kitap okuma, yemek yeme, spor yapma gibi aktiviteler opsiyonel aktiviteler grubuna girmekle beraber her biri iyi çözümlenmiş ve tasarlanmış, konforlu, rahat, kullanışlı alanlara ihtiyaç duyar. Son olarak sosyal aktiviteler Gehl tarafından, kamusal alanda bulunan diğer insanların varlığına bağlı olan tüm aktiviteler olarak tanımlanmıştır. Diğer insanlarla etkileşim kurma, tanışma, konuşma, karşılaşma gibi aktiviteler bunlara örnek verilebilir.

Bunun yanında, sosyal aktiviteler ve opsiyonel aktiviteler arasında da bir ilişki bulunmaktadır. Opsiyonel aktiviteler daha uzun süreli aktiviteler olduğundan dolayı, zaman faktörünün bu uzunluğu aynı zamanda daha fazla insanın da bir araya gelmesine, dolayısıyla sosyal aktivitelerin de daha çok gerçekleşmesine neden olur. Bu anlamda, daha uzun süreli opsiyonel aktivitelerin, daha çeşitli sosyal aktivitelere zemin hazırladığı da söylenebilir.

5. SONUÇ

Kamusal alanlar semantik olarak "moda" kavramı ile benzerlikler göstermektedir. Modanın vazgeçilmez niteliklerinden "başkaları tarafından duyulmak, görülmek, fark edilmek" ve "başkalarını duymak, görmek, fark etmek" olguları (Simmel, 2003), kamusal alanlar ve kamusal alanları kullanan bireyler için de geçerlidir. Bir kamusal alanda bulunan birey, o kamusal alanda bulunmanın getirdiği misyon ile geçici bir kimliğe bürünebilir ve bu kimlik doğrultusunda kamusal alanda bulunan diğer bireyler ile etkileşime geçer. Kamusal alanda gerçekleştirilen eylemler ve diğer bireylerin eylemlerini takip etmek de bu kimliğin uzantıları olarak ortaya çıkar. Böylelikle, farklı kimliklere sahip bireyler kamusal alanlarda bir arada bulunsa dahi etkileşim içine giren bireyler, benzer kimlik yapılarına sahip bireyler olmaktadır (Kürkçüoğlu, 2014).

Kamusal alanların kullanımı bireysellikten çok sosyal bir davranıştır ve kent ile toplum arasında bir bağ kurulmasını sağlar.. Bu alanlar, kentsel mekanda sağladığı yararlar ile—sağlık, sosyal iletişim, psikolojik rahatlama, çevresel kalitenin artırılması gibi—tercih edilmekte ve değer kazanmaktadır. Kamusal alanların toplumun her kesiminden ve her sınıftan insanın cinsiyete dayalı bir ayırım olmaksızın kullanabilir ve erişebilir duruma getirilmesi, kent yaşamı, kamusallık ve çevresel kalitenin artırılması için kaçınılmaz bir durumdur. Eğer bu alanlar, insanlar arası ilişkileri kurma görevini yerine getiremiyorsa, kentli ve kent arasında iletişimden söz edilemez. Dolayısıyla, kent yaşamında katılımcı kentli olabilmek için bu alanların her kesimden birey tarafından özgürce kullanılması sağlanmalıdır. Aksi takdirde kentli, bu isteklerini yerine getirebilecek yeni mekanlar bulma yoluna gidecektir.

Günümüzde, plancı ve tasarımcıların hedefi, mekansal iletişim ve sosyalleşmenin kontrol edilebildiği mekanlar yaratmaktır. Bunu alışveriş merkezleri, uydu kentler ve korumalı yerleşimler ile tematik kent parkları gibi özel alan örneklerinde görmek mümkündür. Ancak Lefebvre'nin (1991) tanımına göre bu sıradan ve tesadüfi bir değişim değildir. Plancılar ve yöneticiler, kontrol amacıyla, çeşitli gruptaki halkı, sınıf ayırımına giderek kentin belli bölgelerine dağıtmakta ve her bir sınıf için farklı kamusal mekanlar tasarlamaktadır. Bu şekilde farklı gruplar arasında iletişime izin verilmeyecek düzenlemeler yapılmaktadır. Bir zamanlar var olan sınıflar arası iletişim ise Ramazan eğlencelerinin alışveriş merkezlerine taşınması gibi sembolik gösterimler şeklinde bu mekanlarda yer almaktadır. Artık politik

düşünce medya aracılığı ile sergilenmekte ve halkın kamusal alanda toplanmasına gerek duyulmamaktadır (Özdemir, 2009).

Kamusal yaşam biçimi olmazsa kamusal mekana da ihtiyaç duyulmayacaktır. Bunun sonuçları birey ve toplum arasındaki bağların kurulamaması ve kentsel iletişimin kopması olacaktır. Planlama ve tasarım disiplinlerinin bu kaygıdan yola çıkarak, gelecekte insanların sosyalleşmelerini öngören geleneksel izleri taşıyacak ve kent kimliğinin kazanılmasında etkin rol oynayan kente olan aidiyet duygusunu geliştirecek kamusal alanları inşa etme potansiyelini ortaya koyması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

AKSUNGUR, A. 2009. "Dr. Zekai Tahir Burak Kadın Sağlığı Eğitim ve Araştırma Hastanesinde Çalışan Ebe ve Hemşirelerin İş Doyumu ve Yaşam Kalitesi Düzeylerinin Belirlenmesi", Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.

ALİAĞAOĞLU, A., UĞUR, A., 2010. Şehir Coğrafyası, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.

DEMİR, Ş., SESLİ, M., 2007. Türkiye'de Kamusal Alan Kavramlaştırılmasının Muhtevası: Tektiplilik mi, Çoğulculuk mu?). Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. 1, (2007): 273-292

DEMİRKAYA, Y., 2010. Çekmeköy'ün Sosyo-Ekonomik Yapısı ve Kentsel Yaşam Kalitesi, İstanbul: Çekmeköy Belediye Başkanlığı Yayını.

EDİSAN Z., KADIOĞLU, F., 2013 Yaşam Kalitesi Kavramının Antik Dönemdeki Öncüleri, Lokman Hekim Journal, 3(3), 1-4.

GEHL, J., 1987. Life Between Buildings: Using Public Space, Arkitektens Forlag, Copenhagen.

GÖKGÜR, P., 2008. Kentsel Mekânda Kamusal Alanın Yeri, Bağlam Yayınevi.

HABİTAT, 1996. Habitat. "*An Urbanizing World: Global Report on Human Settlements*", Oxford University Press, Walton Street, Oxford. http://www.unhabitat.org/downloads/docs/GRHS.1996.0.pdf.

HABERBAS, J., 1994. The Emergence of the Public Sphere", Ed.: Polity (editor) The Polity Reader in Cultural Theory, Cambridge, Polity Press, s. 83.

HABERNAS J., 2000. Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, Çev. T. Bora ve M. Mithat, İstanbul, İletişim Yayınları.

HABERMAS, J., 2007. Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, Çev: Tanıl Bora- Mithat Sancar, İletişim Yayınları, İstanbul, 7. Baskı.

KABADAYI, H., 2006. Yaşam Kalitesi ve Kullanıcı Memnuniyetinin Kentsel Tasarımdaki Etkisine Çok Boyutlu Yaklaşım. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Üniversitesi Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

KARAASLAN, 2005. "Kamu Kesimi Eğitim Harcamalarının Analizi" Maliye Dergisi, Sayı 149.

KARABAŞOĞLU, M., 2007. Kamusal Alan Kimin Alanı? http://www.karakalem.net/?article=1388.

KARAKURT TOSUN, E., 2010. 21 Yüzyıl Kentleri, Ekin Basım, Bursa.

KEÇELİ A., SARIUSTA, F., KARAKUYU; M:; 2014. Kamu Hizmetlerinin Kentsel Yaşanabilirlik Üzerine Etkisi: Beylikdüzü Örneği. Marmara Coğrafya Dergisi Sayı: 29, Ocak - 2014, S. 381-401doı: 10.14781/Mcd.2014298134 İstanbul – ISSN:1303-2429.

KÜRKÇÜOĞLU, 2014. Kamusal Alanlarda İmaj Çatışması: Doğal ve Yapay İmaj Olgusu. Planlama 2014; 24(3):125-130 doi: 10.5505/planlama.2014.87597

LANG, J., 1987 Creating Architectural Theory, The Role Of Behavioral Sciences in Environmental Design, Van Nostrand Reinhold, New York.

MARANS, R., 2007. Kentsel Yaşam Kalitesinin Ölçülmesi, Çev: Handan Dülger Türkoğlu, Mimarlık Dergisi, 335. http:// www.mimarlikdergisi.com, (14 Haziran 2018).

MASLOW, A., 1970. Motivation and Personality, New York: Longman.

ÖKSÜZ,E., VE MALHAN, S.,2005. Sağlığa Bağlı Yaşam Kalitesi Kalitemetri. Ankara: Başkent Üniversitesi.

ÖZDEMİR, A., 2009. Katılımcı Kentli Kimliğinin Oluşumunda Kamusal Yeşil Alanların Rolü: Ankara Kent Parkları Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi Seri: A, Sayı: 1, Yıl: 2009, ISSN: 1302-7085, Sayfa: 144-153

ÖZTÜRK, S., 2013. Kentsel Açık ve Yeşil Alanların Yaşam Kalitesine Etkisi Kastamonu Örneği. Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi DergisiArşivCilt 13, Sayı 1

RAPAPORT, A.,1969. House Form and Culture, New Jersey, Engle Wood Cliffs.

SENNETT, R., 1996. Kamusal İnsanın Çöküşü, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

SENNETT, R., 1999. Gözün Vicdanı: Kentin Tasarımı ve Toplumsal Yaşam, Çev. S. Sertabiboğlu ve C. Kurultay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

SİMMEL, G., 2003. Modern Kültürde Çatışma,(çev. Tanıl Bora, Nazile Kalaycı, Elçin Gen), İletişim Yayınları, İstanbul.

TOSUN, G.E., 2001. Demokratikleşme Perspektifinden Devlet-Sivil Toplum İlişkisi (Türkiye Örneği), Alfa Yayınları, İstanbul.

TORLAK, S.E., YAVUZÇEHRE, P.S., 2008. Denizli Kent Yoksullarının Yaşam Kalitesi Üzerine Bir İnceleme, Çağdaş Yerel Yönetimler, 17 (2), 23-44.

URL 1. ÖZER, B., KARADAĞ, D., Kentsel Kamusal Peyzajların Özelleştirilmesinde Bir Meşrulaştırma Aracı Olarak Tasarım Söylemi http://www.peyzaj.org.tr/resimler/ekler/8f09d69f6f89de7_ek.pdf (25.04.2019)

UZGÖREN G., ERDÖNMEZ, M. E., 2017. Kamusal Açık Alanlarda Mekan Kalitesi ve Kentsel Mekan Aktiviteleri İlişkisi Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. MEGARON 2017;12(1):41-56. DOI: 10.5505/megaron.2016.42650

ÜNÜVAR, K., 1998. Osmanlı'da Bir Kamusal Mekan: Kahvehaneler", Doğu Batı Düşünce Dergisi, Yıl: 2, Sayı: 5, 2. Baskı, ss. 193-204, Cantekin Matbaacılık, Ankara.

WHYTE, W. H., 2000. "The Social Life Of Small Urban Spaces", Common Ground? Readings and Reflections on Public Space, Ed.: A.M. Orum and Z.P. Neal (editors), New York, Routledge, s.32-39.

YAYLA, A., 2007. Ahlak, Hukuk ve Başörtüsü Yasağı. http://www.liberaldt.org.tr/index.php?lang=tr&message=article&art=162.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Sosyal Hizmet Uzmanlarının İş Ve Yaşam Tatmini Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Sakarya İli Örneği

Full Text / Tam Metin

Özden GÜNEŞ[1]

Özlem BALABAN[2]

Özet

Giriş*: Günümüzde çağın ve teknolojinin gelişmesi birçok sosyal ve kültürel değişikliği de beraberinde getirmiştir. Git gide karmaşıklaşan sosyal yapıda ihtiyaçlara cevap vermek için çalışan sosyal hizmet uzmanlarının iş ve yaşam tatminlerini etkilemektedir.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı, işsiz, yaşlı, kadın ve dezavantajlı gruplarla yüz yüze ilişki içinde olan, ve bu nedenle çoğu zaman ağır psikolojik şartlarda çalışan sosyal hizmet uzmanlarının iş ve yaşam tatmini düzeylerin belirlenmesidir.*

Yöntem: *İş tatmin ölçeği ve yaşam tatmin ölçekleri kullanılarak Sakarya'da çalışan sosyal hizmet uzmanlarına anket soruları yöneltilmiştir.* ***Bulgular:*** *Çalışmada sosyal hizmet uzmanlarının iş tatmini ve yaşam tatminleri arasında pozitif yönde ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. İş tatmini ortalamalarının yaşam tatmini ortalamasına göre daha yüksek düzeyde seyrettiği görülmüştür.*

Anahtar Kelimeler— *Sosyal hizmet uzmanı, Sosyal çalışan, İş tatmini, Yaşam tatmini*

A RESEARCH TO DETERMINE THE LEVELS OF WORK AND LIFE SATISFACTION OF SOCIAL WORKERS: THE CASE OF SAKARYA

Abstract

Introduction:Today, the development of age and technology has brought with it many social and cultural changes. It also affects the job and life satisfaction of social workers working to respond to the needs of the complex social structure. ***Objective:*** The aim of this study is to determine the levels of job and life satisfaction of social workers who are face to face with unemployed, elderly, women and disadvantaged groups, and therefore often work under severe psychological conditions.

• Method: Questionnaires were asked to social workers working in Sakarya using job satisfaction scale and life satisfaction scales. ***Findings***: In the study, a positive and strong relationship was found between job satisfaction and life satisfaction of social workers. The average of job satisfaction was higher than the life satisfaction average.

Keywords— Social worker, Social worker, Job satisfaction, Life satisfaction

JEL Classification Codes: *M31, M39*

[1] Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, adiguzel@sakarya.edu.tr
[2] Öğretim Görevlisi, Ege Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu, TÜRKİYE canan.yukcu@ege.edu.tr

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

İş ve yaşam tatmini kişilerin hem iş, hem de iş dışı yaşamı için önemli bir yere sahiptir. Yoğun çalışma temposunda ve sürekli insanlarla yüzyüze olunan meslek grupları açısından konu daha farklı bir öneme sahiptir. Çalışmanın teorik kısmında sosyal hizmet ve bu mesleğin özellikleri, iş ve yaşam tatmini konuları açıklanacak, araştırma kısmında ise Sakarya ilinde görev yapan sosyal hizmet uzmanlarının konu ile ilgili durumları incelenecektir.

2. SOSYAL HİZMETLE İLGİLİ KURAMSAL AÇIKLAMALAR

2.1. **Sosyal Hizmetin Tanımı**

Sosyal hizmet ve sosyal çalışma kavramlarını birbirinden ayıran farklı tanımlar olmakla birlikte, genel itibari ile sosyal hizmeti meslek, disiplin dalı ve sosyal güvenlik yöntemi olarak tanımlamak mümkündür (bkz. Demirbilek, 2009:7). NASW Sosyal hizmeti, mevcut koşulların iyileştirilmesi için, birey, aile, grup ve toplumlara yardımcı olan, sosyal işlevselliği arttırmayı amaçlayan profesyonel faaliyetlerin tümü olarak tanımlamaktadır (NASW, 1981). Bireylerin, ailelerin ve grupların sosyal işlevselliğinin arttırılmasını amaçlayan sosyal hizmet bu bağlamda çevre ile birey arasındaki uyumu sağlayan bir araç olarak da tanımlanabilir (Duyan, 2010, s.13). Bireyin çevre ile uyumu ancak, bireylerin sorunlarının çözülmesi ile mümkündür. Bireylerin sorunlarını çözebilmesi ve toplumsal değişim için sosyal hizmet, bireylerin mevcut refah kaynaklarından faydalanabilecek kadar güçlendirilmesi ve özgürleştirilmesi gerektiğini savunur (IFSW, 2001).

Sosyal hizmet müracaatçıların sorunlarını çözmek için hem bireyle hem aileyle hem de çevreyle çalışır (Duyan, 2010: 11). Sosyal hizmet, bireyin içinde bulunduğu koşullarda optimum refah düzeyine erişmesini amaçlayan psikolojik, fiziksel ve ekonomik boyutları da olan bir uygulamadır (Friedlander,1965). Sosyal hizmetin problem çözme amacı oldukça kapsayıcı bir amaç olmakla birlikte, bu kapsama bireyi, çevresini, grupları ve toplumu dahil eder. Bu bağlamda sosyal hizmetin çözüm üretici bakış açısı bütünlükçü bir yaklaşıma sahiptir (Seyyar, 2002: 518). Bireyin çevresini oluşturan, sosyal ve ekonomik şartlar, aile, biyolojik ve psikolojik etkenler de sosyal hizmetin kapsamı içinde değerlendirilmelidir. Sosyal hizmet birey, grup ve toplumların sorunlarını çözmek için sosyal ve psikolojik ihtiyaçların karşılanmasına aracılık eder (Sheafor-Horesji, 2013).

Bir başka sosyal hizmet tanımı ise sosyal hizmetin bilgi, beceri ve yöntem boyutlarına gönderme yaparak, sosyal hizmeti bireyin toplumla uyumlu yaşaması için çalışan bir meslek olarak tanımlar (Kut, 1988: 12).

Bazı sosyal hizmet tanım ve yaklaşımları sosyal hizmetin toplumun tamamı ile ilişkili olduğuna vurgu yaparken, bazı tanımlarda özellikle sosyal eşitsizlik grupları olarak da tanımlayabileceğimiz dezavantajlı gruplara vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda sosyal hizmet, çocuk, yoksul, kadın, yaşlı gibi dezavantajlı gruplara yönelik yapılan çalışmalardır (Duyan,2010: 23).

Sosyal hizmet, bireyler arasındaki eşitsizlik seviyesini azaltarak toplumsal refahı arttırmaya ve bireylerin sosyal işlevselliğini arttırmaya yönelik çalışmalar yapar. Hasta ile sağlıklı, yaşlı ile genç, yoksul ile kendini geçindirebilen ve evli ile bekar insanların arasındaki farkı kapatarak haklardan adaletli bir şekilde yararlanmalarını sağlar. Sosyal hizmetin ilk görevi toplumdaki riski gruplarını güçlendirerek

onları tekrardan yaşama dahil etmek ve ulaşabilecekleri mevcut kaynakları onlara tanıtıp aracı olarak sosyal hizmet uzmanı rolünü yerine getirmektir. Sorunların toplumsal kökenine dikkat çeker ve sorunların asıl kaynağının toplumsal kökenli olduğuna inanır. Bu nedenle sosyal hizmetin sorun çözücü yaklaşımı toplumsal eşitsizliklerin ortadan kaldırılması için mücadele eder (Duyan, 2010: 9).

2.2. Sosyal Hizmetin Amacı

Sosyal hizmet mesleğinin amacı toplum refahını ve bireyin yaşam kalitesini arttırmak için, birey ve çevresi arasındaki uyumu gözeterek, farklılıklara saygılı, bilimsel bilgiye dayalı olarak, sosyal adaletin ve insan haklarının geliştirilmek ve yoksulluğun ortadan kaldırılması için mücadele etmektir (CSWE).

Sosyal hizmet mesleği yaklaşımının başlangıç noktası insanların sosyal varlıklar olduğunun anlaşılmasıdır. Gerçekten sosyal bir canlı olan insanlar birçok ihtiyacını karşılayabilmek için diğer insanlara bağlıdırlar (Sheafor-Horejsi, 2016: 23). Kendilerini geliştirmek ve sıkıntılarla baş edebilmek için sosyal veya profesyonel destek alırlar. Bu, sorunlarla başa çıkabilmek ve insanlığın ilerlemesi için koruma, rehberlik ve eğitim ihtiyacını ortaya çıkarır.

İnsanların daha iyi yaşam koşullarına ulaşabilmesi için, barış, eşitlik, özgürlük ve sosyal adaleti sağlamak sosyal hizmetin önemli amaçları arasındadır. Bunun için sosyal çalışmacılar mesleki ve bilimsel bilgi birikimlerini toplumsal değişime katkı sağlayacak şekilde kullanmalıdırlar (Cılga, 2004: 33).

Sosyal Hizmet mesleği, her ne kadar tüm insanların sosyal işlevselliği ile ilgilense de geleneksel olarak toplumun en savunmasız üyelerine, sosyal adaletsizliğe, ayrımcılığa ve baskıya maruz kalan kesimlere öncelik vermektedir. Toplumun en zayıf üyeleri genellikle küçük çocuklar, yaşlılar, yoksullar, fiziksel ve zihinsel engelliler, eşcinseller ve ırkları sebebi ile azınlık olanlardır (Sheafor-Horejsi, 2016: 23). Bu nedenle sosyal hizmet çocuk, genç, yaşlı, engelli, aile, azınlık grup ve toplulukların sosyal yaşama katılımını sağlayarak hedef kitlenin sosyal imkanlarını arttırmayı, gelişimsel olarak ilerlemesini ve topluma adapte olmasını sağlamaya çalışır. Bu amaçları yerine getirebilmek için genç ve yaşlı vatandaşlar için hobi programları, sağlıklı bebek bakımevleri, evlilik geliştirme seansları ve meslek edindirme kursları gibi geliştirme hizmetleri verir.

Sosyal hizmetin amaçları şu aşağıdaki gibi kategorize edilmiştir (Zastrow, 2013:18-19):

“1. Bireylerin problem çözme becerilerini arttırarak gelişimsel kapasitelerine katkı sağlamak.

2. Bireyler ve fırsat yaratacak kurumlar arasında ilişki kurarak, bireylerin kaynak sistemlere erişimini sağlamak.

3. Kaynak üreten sistemlerin insani prensiplerle çalışmasını sağlamak için, program geliştirici, denetçi, eşgüdüm sağlayıcı ve danışman rolleri ile hizmet sunmak

4. Savunuculuk rolü ile toplumun ihtiyaçlarını karşılayacak sosyal politikaları geliştirmek

5. Refah düzeyini yükselterek, sosyal adaletin sağlanmasına yardımcı olmak. “

Yukarıda amaçlarla, sosyal hizmetin mikro, mezzo ve makro boyutları arasında ilişki kurulabilir. Bu bağlamda mikro amaçlar içinde bireyin sorunlarına çözüm üretecek her türlü uygulama gösterilebilirken, bireyleri güçlendirecek hizmetleri erişilebilir yapmak, mezzo boyuttaki sosyal hizmet amaçlarına karşılık gelmektedir. En kapsayıcı makro sosyal hizmet amacı ise sosyal politika üreterek sosyal adaleti sağlamaktır (Cılga, 2004:32).

Mikro düzeyde sosyal hizmet bireyin aile ve arkadaşları gibi birinci dereceden ilişki içerisinde olduğu çevresini ele alır. Mezzo düzeyde sosyal hizmet ise bireyin ilişkisi olabilecek okul, iş yeri ve aktivite alanları gibi daha çok bireyin grupsal ilişki içinde olduğu çevresini ele alır. Mezzo düzeyde amaç bireyin gruplar arası ilişkilerini geliştirmektir. Makro düzeyde sosyal hizmet ise toplumun genel kesimini ilgilendiren devlet tarafından yapılan politikalarla ilişkilidir. Makro düzeyde amaç yapılan ve yapılacak olan politikaları bireylerin lehine çevirmek ve aleyhine olabilecek politikaları lobicilik yoluyla önlemektir.

Sosyal Hizmet mesleğinin genel amacı sadece ortaya çıkan sorunları çözmek değildir. Ortaya çıkması muhtemel sorunları tespit etmek, bu sorunlara yönelik stratejik planlar geliştirmek, bireylere kaynak oluşturmak ve bireyleri bu kaynaklardan yararlandırmaktır.

2. 3. Sosyal Hizmetin Kapsamı

Sosyal hizmetin kapsamını, mesleğin tanımının yanı sıra sosyal hizmetin tarihsel süreci içerisinde verilen sosyal hizmetlerden de görebiliriz. Sosyal hizmetin ortaya çıkışından günümüze kadar geçen süreçte mesleğin uygulama kurumu tarafından verilen hizmetleri göz önünde bulundurduğumuzda, bu hizmetlerin belirlenmesinin ya bir gereksinimden (karşılanmadığında, probleme neden olabilir) ya da problemden kaynaklandığını görürüz.

Hizmetlerin belirlenmesinde toplumda var olan sosyal sorunlar etkili olmuştur. Kongar'a göre disiplin olarak sosyal hizmetin ilkeleri şunlardır:

"1. Sosyal hizmetin konusu, bireysel ve toplumsal eşitsizliklerin sonucu olan sorunlardır,

2. Bu sorunlar, mevcut eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasıyla çözülebilir,

3. Bu eşitsizliklerin çözümü tüm birey, grup ve toplulukların gelişmesiyle olanaklı olur,

4. Sosyal hizmet, bu değişimleri gerçekleştirecek çeşitli teknikler geliştirir."

Bu teknikler, toplumsal ve bireysel planda psikoloji, sosyal psikoloji, sosyoloji gibi yan disiplinlerin biriktirdiği bilgilerle oluşur.

Sosyal hizmetin kapsamını belirlemenin bir diğer yolu müdahaleyi, müracaatçı grubun büyüklüğüne göre sınıflandırmaktır. Mikro düzey üzerindeki çalışmalar bireyin kendisine ve en yakın çevresine odaklanmaktadır. Örneğin evlilik, aile ve çocuk, yakın arkadaşlar ve aile üyeleri arasındaki etkileşimler gibi. Mikro düzey uygulamada kişiler arası yardım, doğrudan uygulama ve klinik uygulama kullanılır. Bu uygulamalar mikro düzeyde bireylerle sosyal hizmetin kapsamındadır. Mezzo düzey üzerindeki

çalışmalar bireylerin bağlı olduğu organizasyon ve enstitü temsilcileri arasında meydana gelen, akraba ilişkileri dışında, kişisel manada daha anlamlı ilişkilerdir. İçerik, kendi kendine yardım ya da terapi grubu üyeleriyle ilişki şeklinde, okul veya işteki akranlar ve komşuluk ilişkileri ile ilgilidir. Mezzo düzey sosyal hizmet uygulamaları grupla sosyal hizmetin kapsamındadır. En geniş kapsamlı olan ve toplumun her kesimine hitap eden makro düzey uygulamalar ise topluluk, devlet ve örgütlerle ilgilidir. Makro düzeyde de kişiler arası ilişkiler mevcuttur ama bu ilişkiler daha çok kurum içi görev takımı veya temsil komitesi grup üyeleri ile gerçekleşir. Sosyal hizmet uzmanının buradaki görevi yönetim, fon sağlama, sosyal kaynak geliştirme, sınıf savunuculuğu ve politika analizi gibi aktivitelerdir. Makro düzey sosyal hizmet toplumla sosyal hizmetin kapsamındadır. Genel olarak her düzey çalışma için farklı bir sosyal hizmet çalışması gerekse de sosyal hizmet çalışmaları birbirleri içinde diğer uygulamalardan yararlanabilmektedir.

Genel olarak sosyal hizmetin çalışma alanları şu şekildedir:

- Tıbbi sosyal hizmet

- Psikolojik ve sosyal danışmanlık

- Islah hizmetleri

- Rehabilitasyon hizmetleri

- Çocuk koruma ve yerleştirme hizmetleri

- Gençlik eğitim hizmetleri

- Yaşlı bakım hizmetleri

- Doğal afet yardım hizmetleri

- Engellilere yönelik meslek edindirme ve destek hizmetleri

- Denetimli serbestlik hizmetleri

- Şehit ve gazi yakınlarına yönelik hizmetler

- Sosyal gelişim ve ergoterapi (uğraşı terapisi) hizmetleri

- Sosyal yardım hizmetleri

- Önleyici sosyal hizmetler

Sosyal hizmetin kapsamı konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Bu bağlamda sosyal hizmetin kapsamını aile, yaşlı, çocuk gibi toplum içindeki belli gruplar olarak belirleyenler olduğu gibi toplumun tamamını kapsadığı ileri sürülmektedir. Sosyal hizmet, kâr amacı gütmemekle birlikte, mevzuattan sağlığa, psikiyatriden eğitime oldukça farklı alanları kapsar (Demirbilek, 2009)

3. İş Tatmini kavramı

İş tatmini kavramı genel olarak "çalışanların işinden duyduğu mutluluk", şeklinde ifade edilmektedir. Vroom (1964) ise "kişinin işini veya iş deneyimini değerlendirmesinden kaynaklanan hoşa giden veya olumlu duygusal durumdur." şeklinde tanımlamaktadır. Bir başka tanıma göre ise iş tatmini, "işgörenin fiziksel ve sosyal şartların yanında görevine olan duygusal bir tepkisidir ve işgörenin psikolojik sözleşmesindeki beklentilerinin karşılanma derecesine işaret eder" (Schemerhorn ve diğ., 1994: 126'den akt. Bozkurt ve Bozkurt 2008) . İş tatmini kavramı bireyin iş hayatındaki bireysel ve örgütsel tatmin düzeyi ile yakından ilgili bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

4. Yaşam Tatmini Kavramı

Yaşam tatmini, yaşam boyunca bireyin beklentilerinin, gerçek durumla kıyaslanmasıyla ortaya çıkan sonucu gösterir. Yaşam tatmini, genel olarak kişinin tüm yaşamını ve bu yaşamın çok çeşitli boyutlarını içerir. Yaşam tatmini denildiğinde, belirli bir duruma ilişkin tatmin değil, genel olarak ve kümülatif tüm yaşantılardaki tatmin anlaşılır (Özer ve Karabulut, 2003: 72).

Yaşam tatmini; kişinin yaşam beklentileri ile bu beklentileri karşılama derecesi arasındaki pozitif fark olarak da ifade edilmektedir. Kavram aynı zamanda bireyin iş ve iş dışı zamanlarından oluşan yaşamın bütününe gösterdiği duygusal tepkisi ya da tutumudur; Yaşam tatmini bireyin iş dışı yaşamı hakkındaki duygusal tepkisidir. Hayata karşı genel tutumudur. Bu tanım görüldüğü üzere tutum üzerine kurulmuş bir tanımdır. Bu tanım yaşam tatminini bir tepkiden ziyade bir tutum olarak görmektedir (Özdevecioğlu, 2003: 697).

5. ARAŞTIRMA

Bu araştırma Sakarya ilinde faaliyet gösteren 40 Sosyal Hizmet Uzmanı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri anket yönetimi ile elde edilmiş olup, çalışmanın veri toplama süreci devam etmektedir.

5.1 Çalışmada Kullanılan Ölçekler

İş Tatmini Ölçeği

Araştırmada genel iş tatminini ölçmek için Brayfield ve Rothe (1951) tarafından geliştirilmiş genel iş tatmini ölçeğinin, 5 maddelik versiyonu kullanılmıştır. Anket ifadeleri, 5'li Likert Ölçeği ile değerlendirilmiştir: 1= Kesinlikle Katılmıyorum'dan 5= Kesinlikle Katılıyorum'a doğru sıralanmıştır.

Yaşam Tatmini Ölçeği

Yaşam tatmini ölçeği olarak Pavot ve Diener'in geliştirdiği Yaşam Tatmini Ölçeği kullanılmıştır Ölçek 5 ifadeden oluşmakta olup, anket ifadeleri, 5'li Likert Ölçeği ile değerlendirilmiştir. İfadeler, 1= Kesinlikle Katılmıyorum'dan 5= Kesinlikle Katılıyorum'a doğru sıralanmıştır.

6. BULGULAR

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Dağılım

Değişken	***Kategori***	***Sıklık***	***Yüzde***
Cinsiyet	Kadın	15	37,5
	Erkek	25	62,5
Medeni Hal	Evli	24	60
	Bekâr	15	37,5
	Boşanmış	1	2,5
Yaş	20-29	17	42,5
	30-39	13	32,5
	40-49	7	17,5
	50 ve üzeri	3	7,5
Eğitim seviyesi	Lise	4	10
	Ön lisans	2	5
	Lisans	23	57,5
	Yüksek lisans	5	12,5
	Doktora	6	15
Çocuk sayısı	1	5	12,5
	2	12	30
	3	4	10
	4 ve üzeri	1	2,5
	Çocuğu yok	18	45
Çalışma süresi	1 yıldan az	3	7,5
	1-3 yıl	18	45
	10 yıl ve üzeri	10	25

	4-6 yıl	7	17,5
	7-9 yıl	2	5
Toplam Gelir	2000 TL ve altı	1	2,5
	2001-3000 TL	3	7,5
	3001-4000 TL	5	12,5
	4001-5000 TL	8	20
	5000 TL ve üzeri	23	57,5

Tablo 1 de katılımcıların demografik özellikleri yer almaktadır.

Tablo 2. İş Tatmini ve Yaşam Tatmini Ölçeklerine Ait Güvenilirlik Bulguları

Değişkenler	**Cronbach's Alpha Değeri**	**İfade Sayısı**
İş Tatmini	0,884	5
Yaşam Tatmini	0,827	5

Tablo 2 de araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik bulguları yer almaktadır. Çalışmada kullanılan her iki ölçeğin de güvenilirlik düzeyi oldukça yüksektir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi

		İş tatmini	Yaşam tatmini
İş tatmini	Pearson Correlation	1	**,634****
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Yaşam tatmini	Pearson Correlation	**,634****	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 3 de yer alan bulgular değerlendirildiğinde, iş tatmini ve yaşam tatmini arasındaki ilişki Pearson korelasyon Katsayısı ile hesaplanmış ve bu katsayı 0,634 çıkmıştır. İş tatmini ile yaşam tatmini arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur.

Tablo 4. İş ve Yaşam Tatmini Ortalamaları

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
İş tatmini	40	1,00	5,00	**3,7500**	**,88839**
Yaşam tatmini	40	2,00	5,00	**3,2500**	**,77360**
N	40				

Tablo 4 de katılımcıların iş ve yaşam tatmini ortalamaları görülmektedir. Buna göre katılımcıların iş tatmini ortalamaları, yaşam tatmini ortalamasından daha yüksek görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İş ve yaşam tatmini çalışma hayatında bireylerin motivasyon ve verimlikleri açısından oldukça önemlidir. Sosyal hizmet alanı; insanların yaşamın zorlukları ile baş etmeleri ve daha iyi bir yaşam sürebilmeleri için onlara yardım eden uygulamaya dayalı bir meslek ve akademik disiplin olarak tanımlanmaktadır. Bu alandaki meslek erbapları, diğer meslek gruplarına göre psikolojik olarak daha fazla yıpranmakta, ancak iş tatmini olarak daha yüksek tatmin sağlamaktadır.

Çalışmada sosyal hizmet uzmanlarının iş tatmini ve yaşam tatminleri arasında pozitif yönde ve güçlü bir ilişki tespit edilmiş olup, iş tatmini ortalamalarının, yaşam tatmini ortalamasına göre daha yüksek düzeyde seyrettiği görülmüştür. Araştırmanın veri toplama süreci devam etmektedir, bu nedenle kısıtlı veriler ışığında değerlendirme yapılmıştır. Çalışmanın ilerleyen bölümünde daha geniş bir örneklemde iş ve yaşam tatmininin demografik değişkenler bağlamında değerlendirilmesi yapılacak olup, yaşam tatminini ve iş tatminini etkileyen değişkenlerin irdelenmesi amaçlanmaktadır.

KAYNAKLAR

Bozkurt, Öznur Ve Bozkurt, İlhan (2008), ‚İş Tatminini Etkileyen İşletme İçi Faktörlerin Eğitim Sektörü Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması', Doğuş Üniversitesi Dergisi, Sayı.9, s. 2

Cılga, İbrahim (2004), Bilim ve Meslek Olarak Türkiye'de Sosyal Hizmet, Hacettepe üni. Shyo yayını, Ankara.

Çiftçi, durdu baran, (editör) (2016), Sosyal hizmet uygulaması temel teknikler ve uygulamalar, nika yayınevi, Ankara.

Demirbilek, S. (2009), Sosyal Politika Bağlamında sosyal hizmet, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Duyan, veli, (2010), Sosyal Hizmet Temelleri yaklaşımları ve müdahale, yöntemleri, sosyal hizmet uzmanları derneği yayını, Ankara.

Duyan, Veli; Sayar, özge özgür ; özbulut, Mahmut(2008), Sosyal hizmeti tanımak ve anlamak, sosyal hizmet uzmanları derneği yayını, Ankara.

Kongar, Emre, (1972), Sosyal çalışmaya giriş, sabev, Ankara.

Özdevecioğlu M. (2003). İş Tatmini ve Yaşam Tatmini Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 22-24 Mayıs, Afyon, s. 697.

Özer, M. & Karabulut, Ö. Ö. (2003). Yaşlılarda yaşam doyumu. Geriatri, 6(2), 72-74.

Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G. Ve Osborn, R. N. (1994), Management, New York, John Willey And Sons.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Determination of Social Networks in the context of Social Change, Technology and Education According to the Opinions of School Administrators

Full Text / Tam Metin

Behcet ÖZNACAR

Near East University, North Cyprus

behcet.oznacar@neu.edu.tr

Nevriye YILMAZ
Near East University, North Cyprus

nevriye.yilmaz@neu.edu.tr

Abstract: This research was carried out according to the semi-structured interview form developed by the school principals and researchers working in the Nicosia and Kyrenia districts in 2018/19 academic year. Within the scope of the research, the dimension of social change and the effect of technology on this process have been discussed. The relationship between the social change and the technology was argued in the context of education and then the situations which were realized by the interaction of three concepts were expressed. Moreover, it has been emphasized that positive developments can be experienced by benefiting from the potential of social networks in social change, technology and education triangle, and that the same potential may be damaging if some cases are ignored.

Keywords: Social network, Technology, Social change, Administrators

Introduction

From past to now the use of social media has been increasing and becoming an indispensible part of daily life. Therefore, it is not just affecting our social relations, but also affecting our professional relationships, and educational life. In this context social networks that has become one of the means of communication has began to affect the relationship among student, parent, teacher and school administrators. According to the researches done in the same field, it has been found that the use of social network is less in Cyprus and Turkey compared to the other developed countries. In this context, efforts are being made to support teachers and their teaching processes through platforms such as the Education Information Network (EBA) for them to keep themselves updated in terms of new tehncological developments. Another important aspect to be considered in the same subject is the new generation is more willing and open to learn to use digital technologies in class. In this regard, despite the fact that this can

give an opportunity for young population, a significant number of teachers are left behind compared to their students which may create an important problem. So, it is vital that school administrators take a big role and demonstrate leadership in terms of the effective use of these technologies in all areas of education.

School administrators leading to the use of technology is enabling students to be more motivated in class as they would feel, it would be easier for them to learn in such an environment in which technology is allowed to be used both by the students' and the teachers'. Accordingly, school administrators encouraging the use of technology in their institutions should be seen as a common value, and they should encourage the use of digital resources, create a digital learning culture that is integrated into the educational process for students who are interested in using digital resources to maintain the legal and ethical standards required by digital culture (Köse, Yurdakul and Onuk, 2017).

The Use of Social Media in Educational Institutions

Social media is creating an individual learning environment and there are a number of studies demonstrating that they provide important contributions for people's formal and informal learning experiences. As Mazman and Usluel (2010) claimed social network tools are providing great help to students' in their educational activities by making collaboration, active participation, interaction, searching information and sharing resource, and encouraging critical thinking. Plus, it would help students to simplify this process as they spend a lot of their time using online applications. Research done on this topic so far is very limited, and therefore, has arousen the need to do further research on social networks in educational context. As we all know, facebook is the most popular and commonly used social networking site besides, hundreds of others. For Mason (2006) facebook has been considered as an educational tool because it enables peer communication, peer feedback, active participation and collaboration. These applications serve to a wide range of interests, needs and views of all people. However, young people are mostly using them to communicate or contact with their loved ones such as friends or family, to share personal information and materials. This can be seen as the positive side of using social networking sites outside the classroom environment since it plays an important role in continuing the education given in class. For this reason, it can be said that social networking sites in an academic context is more attractive for young learners because in this way, they will be given more chance to learn new information through effective and easier learning process. Like this they will be taking part in interactive situations while having fun and enjoyment supported with the help of motivating tools. According to researchers, social networks develop skills for communication and can be easily integrated into students' educational environments. Although, it can be used in educational areas successfully, it may cause some problems to the users such as confidentiality and misuse of information. However, their could be some benefits of it for educators, when searching for conferences, publishing studies, conducting researches, joining in exhange programs, searching for funds, planning courses and activities.

According to Balcı (2010), social networks has so many advantages and therefore, should be used as an educational tool. These reasons are;

It helps autonomous learning

Generates independence from time and location

Improves the quality, success and efficiency of education

Enables individuals to learn more systematically and in shorter time

Gives a chance to have a quick feedback in the subject matter

Offers the learners a chance to repeat things as much as they like

Simplifies the content

Allows visual and auditory learning

Enables learners' to practice some laboratory applications through virtual laboraties, animations

Allows learning by virtual classes

Gives students' and teachers' a chance to enhance their knowledge, research skills via some programs to reach, use, evaluate, and cite all the information they found

Offers possibility to evaluate students' performance

Many people see new technologies as powerful tools to help schools and educational needs of learners'. More people and educators are adding social networks to their teaching environments to strengthen their academic skills, to stimulate learning and arouse their interests. In many schools, depending on the financial sitaution of the insitution students are given technologcal tools such as; ipads, laptops, computers and etc. or they are allowed to bring their from home. In this respect, students are being allowed to use technology all day from all locations. According to the researches, it is believed that if the students have technological devices in their hands it will help them to learn at their own pace, to test their knowledge on technological skills, to be prepared for modern workplaces that they will encounter in their future careers, to do more complex and creative work on a digital platform, to improve the management of schools and administration and to improve communications among students, teachers, administrators and parents. Despite the potential benefits, many institutions have encountered with some troubles regarding the use of technology in classes. Paying for the devices can be a problem as it may cost too much, infrastructure may not be adequate enough to support all learners' access to the internet at the same time, and most importantly it may lack vision as to why social networks should be used in education. The combination of traditional teaching and

technology based instruction has been given a name called 'blended learning'. This type of learning is trying to cover what students learn in class (face to face) similarly with an online program (Öznacar, Kan, Besim & Şensoy, 2018). Okul Öncesi Dönemde Çocuğa Yönelik Şiddet İçeren TV Programlarının Ebeveynlerin Görüşleriyle Etkilerinin Değerlendirilmesi. BEYİN: Yapay Zeka ve Sinirbilim Üzerine Geniş Bir Araştırma , 9 (4)..

2.1 The School Administrators Views On The Use of Social Networks and Technology

According to Hampton (2016) with the changing time, school administrators are facing with so many difficulties to meet the requirements of today's instutions and to adapt themselves to these changes because they should meet the needs of communities, students' and parents'. For this reason, they are searching to find new ways to get all learners involve in the learning process. Thus, it is very important for school administrators to build good and positive relationships with their stakeholders. Burnett et al. (2009) claimed that ' the use of social networking sites would be effective and efficient way of reaching stakeholder groups once the usage of these sites is understood.' Despite the fact that some people would be against this idea as they would claim that by social network sites the role of the principals and administors would change. According to Hall (2006) online communication does not only strengthen the relationships, but also engages stakeholders more into the school. In today's day and age, school administrators must improve themselves to reach everyone easily and quickly, to gain the support they need from the stakeholders and to find the resources they need by connecting to the social networking sites. In today's educational system communication is very important and therefore, school administrators are looking for different ways to make their communication easier and more effective. Some researches suggested that social networking sites and the use of technology in class is enabling success and developing the knowledge of the students'. Furthermore, it would have benefits on informing the good achievements that are taking place in school to the public. Nevertheless, the negative effect of this may be transparency as everything would be accessible and open like this and there would not be any privacy. With this in mind, school administrators should try to gain the stakeholders trust.

From past to now, teachers have tried to find different ways to attract students' attention and to get them interested in the subject matter. Even today, this battle is still going on. The modern and rapidly developing technology and technological tools are limitless now and social networking sites are used in our daily lives in everything we do. Therefore, as they have become inseperable part of our lives they should be utilized in the right way to get the best out of them and to make everything interesting and relevant for all. Integrating social media to education has been a new trend for a long time to optimize learning. According to Friedman and Freidman (2013), 'all educators had to re-consider education and educational tools and set them up again to make them more fun for students and social media has been found as the best way to deal with this.' There are a lot of social networking sites available for all users and all are being used for different purposes. Some are using to engage students into discussions through blogs, some to post assignments, some to send or receive emails regarding students activities and

accomplishments, to post photos in the right focus, to create classroom website to give students home based activities, to gather feedbacks on the online discussion forums to find out the needs of all and to send group emais to all parents' and students'.

Nevertheless, there are some worries of school administrators on the use of social networks because they are concerned about what learners and educators do while they are using it. The most important reason for this is, they would not want to see the name of their institutions in the press for any inappropriate behaviour or attitude of the students' and teachers'. So, to avoid this situation they should educate all users on the usage of such things (Dağlı & Öznacar,2015). Plus, cyber bullying, manipulation of some contents, replication and privacy issues are other important concerns for administrators. Another concern is anyone can create an official webpage and there is no check on them. At this point, it could be dangerous in terms of the flow and identification of the information and there may be loss of control of the information and inappropriate comment could be made to be seen by everyone. Based on the available literature, regarding the decision given by the school administrators whether or not using the social networks in class would be beneficial to educational environment, a common thought that we came across with was that using social media in classs could be distractive and should be limited in classrooms.

RESULTS

In this part of the study, the findings of the demographic information belonging to the sample group and the results obtained by the analysis of the data obtained for the sub-problems of the researcher with the appropriate statistical method are included and comments on these findings are given. Below, the pre-test and post-test results that are applied in the seminars and held in different topics within the scope of the research are separately expressed in tables.

A. Quantitative Data Analysis:

Table 1. Years Experience As A School Administrator

1-5	3
6-10	5
11-15	4
16-20	8
21-25	7
	27

In Table 1, the years of experience distribution of the participant administrators working in the Nicosia and Kyrenia districts were (30.2) had 1-5 years, (25.8) had 6-10 years of experience, (21.0) had 11-15 years of experience, (8.2) 16-20 and (3.2) had 21-25 years of experience.

Table 2. Frequency distribution by gender.

		F	%
Gender	Male	12	36
	Female	15	64
	TOTAL	27	100

Table 3. Frequecy distribution of participant school administrators by region

	F	%
Kyrenia	12	36
Nicosia	15	64
Total	27	100

According to the region distribution of the participants, 12 administrators were from Kyrenia and 15 were from Nicosia.

2.Pre-test and Post-test Findings

A: Qualitative Data Analysis

Question 1. Positive Effects of Social Networks to Students Behaviours in class

Table 1. School Administrators Opinions on the Positive Effects of Social Networks on Students' Behaviors

School Administrators Opinions	*F*	*%*
Enables positive shares	5	22
	7	24
Helps to the self development	6	23
	4	21
Builds up good communication skills	6	23
Provides fast and easy communication		
Ensures rapid dissemination of announcements		

Participants' opinions;

It is useful to combine lessons with social networks in order to have the students use the technology well to help to the distribution of announcement in an easy and fast way (Y8).

It helps to the development of individuals and builds up communication skills (Y 10).

When we look at Table 1, we can see that the school administrators see the use of social networks positively. Only 22% of school administrators (f = 5) have expressed that the students are using social networks for positive sharing. In addition to this, other positive things that have been observed in student behaviours; it benefits to the self-development, having better human relations, rapid communication, self-expression and followig what they see beautiful.

Question 2. Negative Effects of Social Networks to Students Behaviours in class

Table 2. School Administrators Opinions on the Negative Effects of Social Networks on Students' Behaviors

Theme	*F*	*%*
Students wasting their time	3	12
	4	15
	3	12
Inappropriate sharing and language		
	8	31
Sharing private information		
	9	32
Falling behind in lessons		
Students' behaving irresponsible via technology usage		

Participants' opinions;

The negative impacts of social networks on students' behavior were observed.

Using social networks can be harmful for students' as they may fall behind in their lessons due to misuse of it. Although it can have positive effects on students' and in education, if users are not careful as to why they are using it, it may bring harms to educators and students lives.

In table 2, it can be seen that students can be curious about lots of things as of their age and this increasing curiosity of seeing and learning things can be the inappropriate images, texts which adults would not want their children to see that can lead to misbehaviour of students'. Other important negative behaviors observed by school administrators are due to the use of social networks students are wasting their time ineffectively and by coming across with lots of bad images, things and people as a result of technology use their behaviours and manners are being affected negatively.

Question 3. Social Networks Usage and Academic Success

Table 3. School Administrators Opinions on the Contribution of Social Networks to Academic Success

	F	*%*
Positive Themes		
Helps to reach information	**7**	**27**
	11	**42**
	7	27
Increases success		
	1	4
Helps to learn more about the world		
	1	4
Provides possibility with another teacher		
another class (online)		
Helps to the resolution of the difficult problems		

	F	*%*
Negative themes		
Causes addiction	**12**	
	6	**23**
Causes laziness	**1**	**4**
Encourages populer life to be taken as an example	**7**	**27**
Replacing books		

Participants' opinions;

Using social networks in education can help to the increase of success. In order to have more successful students and to provide them an opportunity to reach information easier and quicker Social network use is important. Despite all the negative effects such as; causing laziness, addiction, encouraging people to imitate other lives they see and replacing books.

When Table 3 is examined, it can be seen that the school administrators think that the use of social networks have a positive impact on academic success of students' with the most contribution in themes. The most negative impact of social network use on academic achievement is seen as leading people to imitate other lives with the least percentage. In spite of the positive effects, there are also negative effects of using technology. With the help of the technology participants agreed that it is easier to reach information which is the positive aspect of it. However, they are wasting their time on social media instead of reading books was the negative aspect that has been emphazised.

Question 4. Social networks should be used in educational environments

Table 4. School Administrators Recommendations on the Use of Social Media for Educational Purposes

Opinions of School Administrators	*F*	*%*
People should be enlightened	11	42
	1	4
Education should be given on the use of social media	5	20
	1	4
Control mechanism should be improved	2	8
Inappropriate shares should be removed instantly	3	12

Some sites should be limited in use	1	4
Parents should take some cares when their childrens are using	3	12
It should be banned for children		
Social media networks should be connected to the Ministry of Education.		

Participants' opinions;

In order to allow the use of social networks in education parents should be enlightened and control mechanism should be settled to control posts on social media.

Educating people on the positive and negative aspects of social network use is an important step to be taken before students are allowed to use it in class for educational purposes because they should be aware of the good and bad sides of it.

In table 4, according to the administrators, we can see that users of social networking tools should be enlightened and they should be aware of the reasons as to why they should be using them in class for academic purposes. Moreover, administrators think there should be control mechanisms to check why the users are using it for and inappriprate shares should be removed instantly and all should be under the control of the Ministry of Education and parents' for the good of students'.

DISCUSSION

This research aimed to find, if the use of social networks and technology provide benefits to education or not according to the school administrators opinions. For this reason, it examines administrators attitude toward seeking social network and technolgy use and their place in education and affect on students' as well as providing the reasons and the effects of social network use.

Our study concerns that the use of social networks and technology in class for academic purposes may be risky sometimes due to the differences in students' and their lack of knowledge on why it should be given a chance to be used in classrooms. With the popularity of social media in today's society, the implementation of social media in education presents school administrators with concerns such as; students would be addicted to these, they would be wasting their times on doing some other things with the power of technology in their hands rather than using it only for educational reasons, and they would give up reading books (Debeş, & Oznacar, 2018). Another concern of administrators were found to be the manipulation of the content of some posts, reduce in the privacy of individuals, and laziness that may cause to individuals as well as being a guide for them to do what they see with the use of technology. Huffman (2013) found similar concerns of administrators like privacy issues, cyber bullying, the replication and manipulation of content posted of the things being posted on social media.

Another finding we have is that people don't have enough education on the benefits of social networks. Therefore, by the data obtained from some administrators it can be said that technology should be avoided to be used for educational purposes. However, others believed that it enables fast and easy communication, and within seconds it reaches to all by building positive communication between people which is eventually leading to success and betterment of institutions. Whereas, in Hampton's (2016) and Öznacar & Dericioğlu (2017) study, it has been found that the lack of knowledge and understanding of social media by the older school administrators leads to their concerns on using social networking tools to communicate with their stakeholders unlike our study because we have no age distribution table given. According to our findings, only a small amount of partipants thought that social networks use should be banned in educational environments and more participants agreed on the fact that it should be controlled by the Ministry of Education to prevent some risks found as a result of this study. However, according to Kaya and Bicen (2016) more chances should be given students to use their smartphones and facebooks in class as they believed that learners are not using their social networks to play a game or to do anything different than they are asked by their teachers.' Therefore, their study suggested that enabling a peaceful social network environment is important as otherwise relationships can be damaged between students. Another similarity found in our results and in Hew's (2011) findings is that despite the negative aspects of it, social network use in class has many advantages for students learning purposes. Both studies revealed that participation in social networks and the use of technolgy has many benefits. However, wrong use of it could have a negative impact on their academic success. The result in this study is consistent with so many other studies and the findings reflect school administrators views on social networks and technology use (Badri et al. (2017).

CONCLUSION

The findings of this research indicated that the positive rate is higher when the students are using social networking tools and technology in class as it helps to the social change and brings a new light to the educational environment.

In education today, the use of social networking tools is inevitable because in today's society, nearly all people are using smart devices to reach each other and to spread information among their families, collegues and peers. Social networks and technology is also making the job of school administrators easier as with the help of them they are providing quick access to majority of people. The school administrators think, it would give them a greater chance to express their opinions on an online system regardless of the risks they may take such as; mis interpretation and distruption of privacy. Another study could be conducted to find the opinions of the teachers' and students on the same topic.

As a result of this study sharing information, and ideas and improving administrators communication skills were founded as the benefits of using social networking tools and technology. Although misuse of it could result in failure of students and resullt in bad performance. Therefore, this study shows, the decisions that should be given by the administrators as it is part of their responsibility to make the right decision that would not give any damage to students' life by working collaboratively with the Ministry of Education and may be parents'. Furthermore, if further research is carried out on the same issue students' and teachers' opinions could be reflected on the choice of the situation (social networks and technology) and with the decision they give, positive outcome is expected on the usage of these tools.

The research results in this article have implications for the understanding of the relations between students'and administrators' in terms of social networking. The focus group which was administrators suggested that schools should integrate these tools to their teaching programs so, students don't fall behind the technology as we live in a technolgy driven world. Thus, change is essential to keep ourselves up to date. However, this research is helping us to see that technology and the more use of use it, is adding new teaching methods and techniques that are likely to work with students of this day and age. Hence, as teachers', students' and administrators' all changes in technology should be reviewed and embraced. So that they may lead to the betterment of institutions and improve the knowledge of all in the process of learning which they would be more interested in and they would feel more motivated once they get to involve in it. There is no doubt that this engagement will not just improve administrators', teachers', students' capacity of learning, reaching information, but also the curriculum in the most innovative way within the focus of technology.

REFERENCES

Akbaba-Altun, S. ve Gürer, M. D. (2008). School administrators' perceptions of their roles regarding information technology classrooms. Egitim Arastirmalari-Eurasian Journal of Educational Research, 33, 35-54.

Badri, M., Nuaimi, A., A., Guang, Y. and Rashedi, A., A. (2017). School perfomance, social networking effects, and learning of school children: Evidence of reciprocal relationships in Abu Dhabi, 1-12.

Balci, B. (2010). Success factors in the e-learning system. In U. Demiray, G. Yamamoto, M. Cut. (Eds.). E-learning in Turkey: Developments and applications (pp. 465-480).

Burnett, E., Lamm, A., Lucas, J., & Waters, R. (2009). Engaging stakeholders through social networking: how nonprofit organizations are using facebook. Public Relations Review, 35(2), 102-106.

Carr, N. (2006a). From transparency to trust. American School Board Journal, 193(9), 68-69.

Dabbagh, N. and Kitsantas, A. (2012). Personal learning environments, social media, and selfregulated learning: A natural for connecting formal and informal learning. The Internet and Higher Education, 15(1), 3-8. doi:10.1016/j.iheduc.2011.06.002formula.

Dağlı, G. ve Öznacar, B. (2015). Okul Yöneticilerinin, Öğretmenlerin ve Ailelerin Görüşlerine Göre İlköğretim Okullarının Yaygınlaştırma Uygulamalarına Bir Değerlendirme. Eğitim Bilimleri: Kuram ve Uygulama , 15 (5), 1317-1332.

Debeş, G., & Öznacar, B. (2018). Evaluation of the opinions of various actors on the school management of digitalization and management processes of the system engineering model in education. Amazonia Investiga, 7(16), 304-315.

Friedman, L.W., & Friedman, H.H. (2013). Using social media technologies to enhance online learning. Journal of Educators Online, 10(1), 1-22.

Gillet, D., El Helou, S., Yu, M. C., & Salzmann, C. (2008). Turning Web 2.0 social software into versatile collaborative learning solutions, 170-176). IEEE Computer Society Press.

Hall, D. (2006). Managing the communications. Learning & Leading With Technology,

33(6), 18-21.

Hampton, N., K. (2016). Social media and political discussion: when online presence silences offline conversation (Online). Retrieved from https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2016.1218526

Herold, B. (2016, February 5). Technology in Education: An Overview. Education Week. Retrieved Month Day, Year from http://www.edweek.org/ew/issues/technology-in-education/

Hew, K., F. (2011). Students' and teachers' use of facebook, 662-676.

Hsieh, C.C., Yen, H.C. and Kuan, L.Y. (2014). The relationship among principals' technology leadership, teaching innovation, and students' academic optimism in elementary schools, International Conferences on Educational Technologies 2014 and Sustainability, Technology and Education, 113-120.

Huffman, S Education, 134(2), 154-160.. (2013). Benefits and pitfalls: Simple guidelines for the use of social networking tools in K-12 education.

Kaya, T. And Bicen, H. (2016). The effects of social media on students' behaviors; Facebook as a case study, 374-379.

Köse, K., E., Yurdakul, Ö. ve Onuk, H. (2017). The Investigation of the relationship between school adninistrators leadership in technology and teachers' students' interaction in social media, 1-16.

Mason, R. (2006). 'Learning technologies for adult continuing education'. Studies in Continuing Education, 121-133.

Mazman, G. S. and Usluel, K. Y. (2010). Modeling educational usage of Facebook, 444-453.

Mejias, U. (2005). Nomad's guide to learning and social software. Retrieved 19.05.2008, from. http://knowledgetree.flexiblelearning.net.au/edition07/download/la_mejias.pdf

Mitchell, S., Foulger, T. S., & Wetzel, K. (2009). Ten tips for involving families through internet-based communication. Young Children, 64(5), 46-49.

Öznacar, B., Dericioğlu, S. (2017). Teknoloji Kullanımında Okul Yöneticilerinin Rolü. Avrasya Matematik, Fen ve Teknoloji Eğitimi Dergisi , 13 (1), 253-268. https://doi.org/10.12973/eurasia.2017.00615a

Öznacar, B., Kan, Ş. G., Besim, S., & Şensoy, Ş. (2018). Assessment of the Effects of TV Programs Containing Violence on Children in Pre-school Period through the Views of Parents. BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience, 9(4), 77-82.

Reuben, R. (2008). The use of social media in higher education for marketing and communications: A guide for professionals in higher education. Retrieved from http://doteduguru.com/wp-content/uploads/2008/08/social-media-in-higher education.pdf

Tiryakioğlu, F. and Erzurum, F. (2011). Use of Social Networks as an Education Tool, 135-150.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Association between Unemployment, Public Spending and Internal Migration: Evidence from Turkey

Full Text / Tam Metin

Özge Korkmaz[1]

Abstract

In Turkey, there has always been migration flows including massive refugeeing moves (kitlesel sığınma hareketleri) due to the country's geographical and strategical position throughout history. In addition to this, complex internal migration flows have been experienced and the concept ''migration'' is still one of social issues drawing attention. It is known that economic, social factors as well as employment and social opportunities lie behind internal migration flows. That is why, in this study it is aimed to investigate the effect of public spending and unemployment rate on internal migration in Turkey between 2008 and 2017. For this purpose, the effect of regional public spending and unemployment rate on internal migration was examined by making use of Arellano Bond/Blundell Bover two stage system generalized moments (SGMM) approach. As a result of the work, it was found that public spending had a significant effect on migration. In other words, internal migration is greatly affected by the amount of money spent on the region and employment opportunities.

Key Words: *Internal Migration, Public Spending,SGMM, Unemployment, Turkey*

INTRODUCTION

The concept of migration is simply expressed in the form of societies having to move to other geographies from the one they reside in for various reasons. Another definition of migration is the act of individuals or communities moving from one country to another country, from one residential settlement to another residential settlement for economic, social, political reasons (TDK, *Turkish Language Association,* 2019). The concept of migration, while being a subject of interest only for Geography until the 19th Century, has also started to be addressed by different fields as a result of the changes that took place in the economic and social structure after the industrial revolution.

The concept 'migration' is examined socio-economically under two different categories: internal and external migration. External migration can be expressed as the migration between the residential units of at least two countries. External migration is especially defined as the migration among administrative residential units within the borders of legitimate states (Güreşçi, 2016:1059). In this sense, external migration is associated with the intercountry transition of the production factor according to the science of economics (Durmaz, 2018:33). The act of changing one's residential environment within the borders

[1] Assistant Professor, Bayburt University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, Turkey, Email:ozgekorkmaz@gmail.com

of a country, under the condition that it is not less than a year, is called internal migration (Bülbül and Köse, 2010.77). According to the science of economics, internal migration is mostly due to economic and social reasons. The most common and important hypothesis of theoretical approaches put forward on migration in the literature is that socio-economic inequalities between regions and countries is the driving force of migration flows. An individual's decision to migrate is shaped by the effects of push, pull and transmitting factors. Among these three reasons, the economic and social ones form the basis of push, pull and transmitting factors for both internal and external migration (Çakır, 2011; Çelik, 2006; Güreşçi, 2011; Şen, 2014). While the factors causing individuals to decide to migrate, leaving the environment they are born in and the lifestyle they are familiar with are called "push factors" and the attractions of the place to migrate to are called "pull factors" (Bülbül and Köse, 2010:78). Also, transmitting factors have a function of increasing the effectiveness of push and pull factors. In this regard, it is possible to examine the reasons for internal and external migration under three categories in general: Migration due to natural events such as floods, drought and earthquake; migration due to economic reasons,such as job opportunity, increase in welfare, possession; and migration due to psychological and political reasons such as political instability (terrorism, war, etc.), health and education facilities. Many studies have been conducted in the literature to see which one of these three reasons is more dominant. For example, the first scientific study related to migration flows was done in 1885 by Ravenstein. The study called *The Laws of Migration* was done by utilizing the census data of the years between 1871-1881 and presented that the main reason for migration originated from economic reasons. Ravenstein defended the opinion that people migrated with a desire for a better standard of living and that other cases were less effective compared to economic reasons. Similarly, in the study, he indicated that migration had become an ever-growing process with the development of the industry and the increase in the number of trade centers. (Durmaz, 2018:34-48). In their study, Böheim and Mayr (2005) concluded that the OECD countries impacted the public expenditures on non-qualified migrants negatively for the period 1990-2001. Ghatak and Moore (2007) examined the relationship between migration and unemployment rate in thirteen European Union countries and presented a negative relationship between these variables. In his study, Çelikay (2017) indicated that the employment underlying socio-economic problems,such as injustice in the income distribution, lack of a reasonable development momentum and lack of employment could lead to internal migration flows which could result in regional imbalances. They perfomed this study by utilizing the data of twenty-six countries. Iturbe-Ormaetxe and Romero (2016) claimed that they took the components such as the labor force of the migrants, the taxation process, and the quality of public services provided into account.

Therefore, it was thought that public expenditures, an indicator of unemployment rate and public services, should be taken into consideration in studies on migration.In this context, aim of this study was to investigate in what ways the unemployment rate and the public expenditures had on the internal migration that took place in the period of 2008-2017 in Turkey. For this reason, empirical studies conducted on internal migration flows in Turkey were presented and the datasets and methods to be used were introduced in the study. Afterwards, the results of the analysis were reported and a general evaluation of the study results was made.

INTERNAL MIGRATION ON TURKEY AND LITERATURE

It is observed that, in the first period of the Republic, during the process of nation-state formation, a more homogeneous social structure was tried to be constructed with migration policies. In accordance with the international treaties made in this context, nearly three million non-Muslim populations within the borders of the newly established nation-state were emigrated at the beginning of the twentieth century**.** In parallel with the idea of establishing a nation-state, nearly two million Turkish and Muslim population left the neighboring countries immigrated to the country (İçduygu et al. 2014:313-315). It continued also in the next periods of the Republic of Turkey (Çelikay, 2011:45-46). In the Republican period, when population exchanges were excluded, there was an intense level of internal migration between the end of the 1920s and 1950. Between the years 1923-1950, internal migration preventive policies such as the opening of the Community Centers and Village Institutes were implemented to keep peasants in villages and to solve rural population problems of Turkey in situ, which was an agricultural society (Kurt, 2003: 60-66). In accordance with this immigration policy, a majority of the ones who had immigrated from abroad were given land and money to make up for the labor shortage in agriculture and to involve the newly immigrated population in the agricultural production and these immigrants were settled down in rural areas (Özbay, 2001:8). It was observed that the state encouraged internal migration in the 1950-1980 period (Dücan, 2016: 168). In other words, in Turkey, since the 1950s, there have been migration flows that can be characterized as basically economically motivated, continuing with ranging speeds in time and generally from rural settlements towards the urban settlements and from eastern regions towards western regions. While rural depopulation and seasonal labor migration were observed until 1950 in Turkey, internal interprovincial migration flows intensified with the economic revival starting in these years. In addition to the developments in agriculture since 1950, the construction of roads, harbors, and hydroelectric power plants and the creation of new business areas with the establishment of industrial zones also triggered internal migration. Therefore, with the process of industrialization, a migration process from rural areas to more developed urban centers was experienced, which was described as *repulsiveness* the of rural-the attractiveness of urban (Bülbül & Köse, 2010: 77-78).

The number of pieces of research carried on the concept “migration” has shown a rapid increase since 1960 (Şanlı (1973), Munro (1974), Tümertekin (1977), Eraydın (1981), Doh (1984), Tekeli (1975), Ataç (1983), Ertürk (1985), Çelik (2005), Algan (1988), Erdoğmuş (1989), Kocaman and Bayazıt (1993)) (for detailed literature review, see in Karagöz and Selim (2018), Çelik, (2007)). In the literature review of the study, the objective was to discuss the studies done in the last twenty years. In this context, firstly, Yamak and Yamak’s (1999) study was discussed. In their study, Yamak and Yamak (1999) examined the relationship between migration and income in the period between 1980-1990 in Turkey by using the net migration rates and the numbers of income per capita for 67 provinces. In the study, it was concluded that the income imbalance on a regional basis played an important role in internal migration and this role was rooted in high income levels of provinces that received net migration rather than low income levels of the provinces that experienced net emigration.

In this study, Üçdoğruk (2002) tested hypotheses on migration in the case of İzmir province and used a multi-state logit model. In the results obtained, age and education were observed to be the most important factors lying under migration activity. Akış and Akkuş (2003) examined the impact of the Southeastern Anatolia Project on migration in Şanlıurfa. In the study, he found that the most important reason for migration was employment issue. Gürler vd. (2007) interviewed with 150 families who migrated from rural areas and lived in Tokat's city center. In the study, it was concluded that the most important problem of a majority of the migrants was unemployment and that most of those were employed as workers. In 2008, Bülbül and Köse (2010) applied multidimensional scaling analysis to examine the positions of 12 regions in Turkey with respect to each other in terms of their demographic characteristics, socio-economic indicators, and migration data and to detect the similarities and differences between them. According to the findings, İstanbul and Northeastern Regions are positioned significantly different compared to the other regions. The regions closest to each other are West Marmara, East Marmara and Western Anatolia Regions. In their study, Ercilasun et al. (2011) employed the Harris-Todaro model in the case of Turkey. In conclusion, it was found that the most important factor affecting individuals' decisions for internal migration was the pull force of the ones who had already migrated to a place. In his study, Yakar (2013) benefited from Geographical Weighted Regression to detect how disparity in the level of development of provinces in Turkey affected interprovincial migration. In the study, a strong positive correlation was found between the net interprovincial migration and the socio-economic level of development of the provinces and it was found that 64% of the net migration was determined by the socio-economic level of development of provinces. In the study, it was also found that the socio-economic level of development of provinces explained the net interprovincial migration best for Marmara Region and its surroundings, but also that the correlation weakened in the case of the Eastern and Southeastern Anatolia Regions. In their study, whose aim was to identify the factors influencing the migration from rural regions to towns in Samsun, Yulafcı and Saygılı (2015) compared the families residing in the village and the families migrating from the village in terms of age, population, education, income sources, and possessions. As a result of the study, when the ones who migrated and the residents of the village were compared, it was found that the heads of the migrating family were younger, their population was lower, and their education level was higher.

It was concluded that the village residents' rate of having assets such as non-agricultural income sources, building, tool-machinery, land and animals and the rate of these assets for per family were more than those who migrated and even this difference was higher in interior areas compared to coastal areas. Elmastaş and Yılmaz (2015) examined the migration concept in the case of Van province. In the study, it was stated that the overall migration of the province was experienced due to different reasons and Van province, depending on the inadequacy of employment, was found to be sending immigrants to other provinces more due to economic reasons, while receiving migrants from other provinces less often. In his study, Dücan (2016) examined the causes of internal migration in twenty-one sub-regions with the variables 'the amount of emigrations', 'secondary schooling rate', 'employment rate', 'industrial electricity consumption per capita', and 'terror incidents'. In this study, panel regression analysis was made use of and it was concluded that the rise in schooling rate increased migration, the rise in employment rate and terror incidents had an impact on migration. In his study, Çelikay (2017) took into account the period of 2008-2015 and examined the relationship between unemployment, public expenditures, and internal migration through the Pedroni cointegration test. As a conclusion of the study, it was found that there was a relationship between those variables in the long run and also the existence

of bidirectional causality among all variables was observed. In the short term, it was found that there was a bidirectional causal link between the migration received and public expenditures, and between unemployment and public expenditures. Karagöz and Selim (2018) examined the determining factors of internal immigration between the provinces of Turkey through regression analysis in the period of 2008-2015 and artificial neural network method. It was observed that the methods used in the study made successful predictions.

As seen in the literature, many studies have been done on internal migration flows in the case of Turkey. Taking the method used and the data on a regional basis into account, this study is based on researching the relationship between public expenditures, unemployment rate and migration flows.

DATA AND METHODOLOGY

The study investigated for twenty-six regions and used the annual data from the period between 2008-2017. Housing price index dataset was obtained from the database of Turkish Republic Central Bank. In Table 1, the name and explanation of the regions in the study are reported. EViews 10, Gauss 10 and Stata 13 programs were used in the study. The aim of the study is to examine the impact of public expenditures and unemployment rate on the overall migration in twenty-six regions. The explanations related to variables used in the study are in Table 1 and detailed information about twenty-six regions has been given in Table 2.

Table 1: Variables

Variable	**Description**	**Database**
lnspending	Logarithm of regional public expenditures	Rebuplic of Turkey Ministry of Treasury and Finance
lnunemployment	Logarithm of regional unemployment rate	TUIK
lnemigration	Logarithm of the amount of emigration by regions	TUIK
lnimmigration	Logarithm of the amount of immigration by regions	TUIK

Table 2: Regions

Name	Explanation	Name	Explanation
TR10	İstanbul	TR71	Nevşehir, Niğde, Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir
TR51	Ankara	TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat
TR31	İzmir	TR81	Zonguldak, Bartın, Karabük
TR21	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ	TR82	Çankırı, Kastamonu, Sinop
TR22	Balıkesir, Çanakkale	TR83	Samsun, Çorum, Amasya, Tokat
TR32	Aydın, Denizli, Muğla	TR90	Artvin,Giresun,Gümüşhane,Ordu,Rize,Trabzon
TR33	Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak	TRA1	Erzurum, Erzincan, Bayburt
TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik	TRA2	Ağrı, Ardahan, Kars, Iğdır
TR42	Bolu, Kocaeli, Sakarya, Yalova, Düzce	TRB1	Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli
TR52	Konya, Karaman	TRB2	Van, Bitlis, Hakkari, Muş
TR61	Antalya, Burdur, Isparta	TRC1	Kilis, Adıyaman, Gaziantep
TR62	Adana, Mersin	TRC2	Diyarbakır, Şanlıurfa
TR63	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	TRC3	Batman, Mardin, Siirt, Şırnak

In the study, it is aimed to estimate two different models for the amount of emigration and immigration in the region:

Model 1: lnemigration=f(lnspending, lnunemployment) (1)

Model 2: lnimmigration=f(lnspending, lnunemployment) (2)

In this study, first, whether there is cross-section dependency must be investigated. Therefore, the methods used to test the cross section dependency of panel data sets are Breusch-Pagan (1980) test, Pesaran (2004) $CDLM_2$, Pesaran (2004) CDLM and Pesaran et al. (2008) the Bias Adjusted tests. The null hypothesis is no cross section dependency for all tests. Pesaran (2004) CDLM statistic is standard normal distribution in the case of $T \rightarrow \infty$ and $N \rightarrow \infty$ under null hypothesis. The $CDLM_1$ and $CDLM_2$ tests give better results when the time dimension is larger than cross section size ($T > N$). However, The CDLM and LM_{adj} tests give better results when the cross section is larger than the time dimension ($N > T$).

$$\text{CDLM} = \left(\frac{2T}{N(N-1)}\right)^{1/2} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^{N} \hat{\rho}_{ij}^2 \quad (3)$$

$$\text{LMadj} = \left(\frac{2}{\text{N}(\text{N}-1)}\right)^{1/2} \sum_{\text{i}=1}^{\text{N}-1} \sum_{j=i+1}^{\text{N}} \hat{\rho}_{\text{ij}}^2 \frac{(T-K-1)\hat{\rho}_{ij}-\hat{\mu}_{Tij}}{v_{Tij}} \sim N(0,1) \quad (4)$$

In Equation 4, $\hat{\mu}_{Tij}$; means, v_{Tij}; variance and the test statistic to be obtained will be asymptotically normal (Pesaran et al., 2008).

One of the tests providing unit root analysis by considering the correlation between the series is the Cross Section in Pesaran Shin (CIPS) test. It is also called CIPS test. CIPS statistics are as follows:

$$\overline{CADF} = CIPS = \frac{\sum_{i=1}^{N} t_i}{N} \quad (5)$$

Here all t_i values are found and divided by N. The values found as a result of the process are compared with the value in the Pesaran's table. Hypotheses are as follows: H_0: Non-stationary, H_1: Stationary. In the case that the value in the table is greater than the critical value, it is decided that the series is stationary. CADF 1%, 5%, and 10% are compared with the values in the table (Pesaran, 2007:276-279).

As panel data is of a two-dimensional data type, it has many advantages compared to single dimensional data. Since the fact that it contains two dimensions in its structure provides more information usage and increase in the **degrees of freedom**. This increase in the number of observations eliminates the problem of **multicollinearity** by adding more variability to the relationship measured (Hsiao, 2003:7). In econometrics literature, dynamic panel data analysis is based on the Generalized Method of Moments (GMM), which was firstly developed by Hansen (1982). Anderson and Hsiao (1981 and 1982) adapted GMM to panel data. Dynamic panel data analysis is used in migration model.The dynamic panel data model is modeled as follows (Zeren ve Ergun, 2010:77):

$$y_{it} = \delta y_{it-1} + x'_{it-1}\beta + u_{it} \quad (6)$$

$$u_{it} = \mu_i + v_{it} \quad (7)$$

Unit effect μ_i, since it is constant over the whole time for the unit, both y_{it} and y_{it-1} is a function of the unit effect (Baltagi, 2005:135). Therefore, the error term is correlated with y_{it-1} in the equation (6). Anderson and Hsiao (1981) proposed to use the first difference transformations to exclude unit effects from the model (Baltagi, 2005: 136-138). Because the first difference transformations made inconsistent estimates, they suggested the use of instrumental variables ($(\Delta y_{it-2} = (y_{it-2} - y_{it-3})$ or $y_{it-2})$) instead of the error term and the correlated explanatory variable ($(\Delta y_{it-1} = (y_{it-1} - y_{it-2})$). This prediction method is effective, but not consistent (Kök et al., 2018:230). With a more advanced approach, Arellano and Bond (1991) proposed the Difference Generalized Method of Moments (GMM) approach for dynamic panel data models. Here, they suggested that they could obtain effective estimates by using more instrumental variables on the condition that they used the moments including all the possible lagged values of the dependent variable in Anderson and Hsiao (1981)'s first difference equation. This method was developed by Arellano and Bover (1995) and Blundell and Bond (1998), and this approach is sometimes referred to as the System Generalized Method of Moments (SGMM). The system GMM

estimator allows the use of level values of the lagged first difference variables as the instrumental variable in the untransformed equation. Also, in SGMM, instead of subtracting the previous period right before the current period in GMM, the average of all possible future values of variables is subtracted. Thus, according to Blundell et al. (2000) data loss due to the first difference method is minimized (Ağazade, et al. 2017:41). If the data panel is working with unbalanced panel data or panel data whose number of units is less than the time running, then the first difference transformation is weak. In such a case, it is possible to obtain an instrumental variable estimator that is active with SGMM by using the SGMM, which uses orthogonal deviations (Baltagi, 2005:148). There are some basic conditions for the consistency of the system GMM estimator (Roodman, 2006, 2009; Kök et al., 2017:231):

GMM estimator must meet the requirement that while it is ensured that errors are the first-order autocorrelation, second-order autocorrelation should be absent. Because the null hypotheses are defined as the absence of the first and second-order autocorrelations, the rejection of null hypothesis in AR (1) and the acceptance of the null hypothesis in AR (2) are necessary for the validity of appropriate diagnostic statistics.

System GMM is able to define a large number of "weak" instrumental variables that may cause biased estimations. Thus, the number of instrumental variables should not exceed the number of observations. For this purpose, The Hansen test should be utilized. The test provides information that the definition is correct and as to whether the instrumental variables are valid.

For the reliability of the model results, the validity of the Sargan test and instrumental variable set should be investigated.

For the validity of the system GMM, the biased value of the dependent variable must be less than one.

FINDINGS

In the study, firstly, the presence of cross-section dependency must be investigated in order to determine whether to use the first-generation or second-generation unit root tests.Therefore, it was aimed to investigate whether variables include cross-sectional dependence. The results of the cross-sectional dependence test are presented in Table 3.

Table 3: Result for Cross Section Dependence Tests

	lnspending	**lnunemployment**	**lnimmigration**	**lnemigration**
$CDLM_1$	3162.594***	925.4482***	1351.093***	1253.508***
$CDLM_2$	111.2996***	23.55151***	40.24667***	35.3992***
LM_{adj}	109.8551***	22.10707***	38.80223***	33.9548***

CDLM	56.20365***	20.66780***	33.26515***	32.0006***
Note: *** shows significance level at 1%. H_0: No cross-section dependency. H_1: Cross-section dependency.				

According to the results of Table 3, the null hypothesis is rejected in the cross section 1% significance level. The panel data has a cross sectional dependence; therefore the second generation panel unit root tests were used. Since the variables include cross-sectional dependence, the stability of the variables the second generation unit root test, the CIPS test, has been utilized. The results obtained are reported in Table 4.

Table 4: Result for CIPS Unit Root Test

Variables		**Constant**	**Constant and Trend**
lnspending		-1.629 (1)	-2.369 (1)
Δ lnspending		-2.411 (1)**	-2.982 (0)**
lnunemployment		-1.991 (1)	-2.590 (1)
Δ lnunemployment		-2.938 (0)***	-2.938 (0)***
lnimmigration		-1.848 (1)	-2.127 (1)
Δ lnimmigration		-3.174 (0)***	-2.976 (0)***
lnemigration		-2.248(1)**	-2.127(1)
Δ lnemigration		-3.174(0)***	-2.976(0)**
Critical values	%10	-1.629	-2.670
	%5	-2.100	-2.820
	%1	-2.440	-3.100
Note: ***, **,* show significance level at 1% ; 5% and 10%, respectively. H_0: Non-stationary, H_1: Stationary.			

When the unit root test results are examined, it is said that all variables are stationary. The GMM estimation method is preferred in estimating correlations between variables in the panel data set where time is more than the number of units. Therefore, in the panel datasets where the unit dimension is greater than time dimension, SGMM estimation method is preferred to reveal the linear relationship between the variables. GMM and SGMM's two-stage estimators are also available. In the cases where the independent variables are endogenous variable, the findings obtained from the two-stage estimates are more consistent and unbiased (Ağazade et al., 2017: 41). Since the number of units was greater than time in the data set of this study, estimations were made by the two-step estimation method proposed by

Arellano and Bover (1995) and Blundell and Bond (1998). Also, for standard errors in the small sample estimations to be unbiased, robust standard errors proposed by Windmeijer'in (2005) are used. The code written by Roodman (2009) was used in the calculation of these robust standard errors. In the study, Model 1 is estimated to examine the impacts of public expenditures and unemployment rate on the number of emigration by the regions. The results obtained are given in Table 5.

Table 5: Result of Model 1

	Coefficient	**Standard Error**	**t statistic**	**Probability**
L. lnemmigration	0.0023	0.0005	3.94	0.000***
Δlnspending	-0.0971	0.0439	-2.21	0.027**
Δlnunemployment	-0.0398	0.0267	-2.49	0.137
Arellano Bond AR(1)	-3.49			0.003***
Arellano Bond AR(2)	-1.54			0.125
Note: "L" symbol shows one lag of the variables. "Δ" symbol shows first difference of the variables .. ***, **,* show significance level at 1% ; 5% and 10%, respectively.				

When the results in Table 5 are analyzed, the amount of emigration by the region in the previous period increases the amount of emigration by region in current period. On the other hand, as the level of public expenditures on the region increases, the amount of emigration by the region decreases. Lastly, the increase in the unemployment rate of the previous period does not have a significant impact on the amount of emigration by the region. In this part of the study, it is aimed to estimate Model 2 in order to examine the impacts of public expenditures and unemployment rate on the amount of immigration by the regions. The results are shown in Table 6.

Table 6 : Result of Model 2

	Coefficient	**Standard Error**	**t statistic**	**Probability**
L. Δlnimmigration	-0.2883	0.0626	-4.60	0.000***
ΔLlnspending	0.2816	0.0308	9.13	0.000***
L.Δlnspending	-0.1947	0.0932	-0.21	0.834
Δlnunemployment	0.0179	0.0362	0.50	0.619
Arellano Bond AR(1)	-3.72			0.000***

Arellano Bond AR(2)	-1.76	0.079*
Note: "L" symbol shows one lag of the variables. "Δ" symbol shows first difference of the variables. ***, **,* show significance level at 1% ; 5% and 10%, respectively.		

For Model 2, it can be said that the amount of immigration by the region in the previous period causes a decrease in the amount of immigration by region in the current period. On the other hand, as the level of public expenditures on the region increases, the amount of immigration by the region increases. Lastly, the increase in the unemployment rate of the previous period has a positive impact on the amount of immigration by the region. Lastly, tests on the validity of the instrumental variables are made for Model 1 and Model 2 and the results obtained are presented in Table 7.

Table 7: The result of the Test Relating to the Valid of The Instrument Variables

	For Model 1		**For Model 2**	
	Test statistic	**Probability**	**Test statistic**	**Probability**
Sargan Test	91.92	0.000***	61.14	0.000***
Hansen Test	25.56	0.819	25.85	0.982
Difference Hansen GMM	23.63	0.597	25.62	0.877
Difference Hansen Instrument Variables	24.74	0.779	25.77	0.962
Note: ***, **,* show significance level at 1% ; 5% and 10%, respectively. Null hypothesis (H_0) for Sargan test indicates that excessive identification restrictions are valid. Null hypothesis for Hansen test, Difference Hansen GMM and Difference Hansen Instrument Variables (H_0) indicate that instrument variables are exogenous.				

In Table 7, the test results on the validity of the instrumental variables are included. For both Model1 and Model 2, the null hypothesis is rejected according to Sargan test results. It indicates that excessive identification restrictions are valid. The null hypothesis is not rejected according to the results of the Difference Hansen test, which is used to test the endogeneity of instrumental variables. According to Sargan and Hansen test results, it can be said that the instrumental variables are valid in Model 1. Similarly, considering the findings in Table 7, it can be said that the instrumental variables are valid in Model 2 as well .

CONCLUSION

The main objective of the study is to discuss the causes of internal migration flows in the frame of public expenditures and the rate of unemployment in twenty-six sub-regions in Turkey. In this context, the study employs data sets belonging to the years 2008-2017. In the study, two different models are estimated for the amount of immigration and emigration by the region. According to the results of the model,

As the level of public expenditures on the region increases, the amount of emigration by the region decreases.

The unemployment rate does not have a significant effect on the amount of emigration by the region.

As the level of public spending on the region increases, the amount of immigration by the region increases.

Lastly, the increase in the unemployment rate of the previous period has a positive impact on the amount of emigration by the region.

It is a theoretically expected result that unemployment and public spending are effective in internal migration flows. In this study, public expenditures are found to be effective on both the amount of immigration and emigration by region, whereas it is observed that both variables are effective only on the amount of immigration by the region. The study highlights the role of public expenditures particularly in perspective of making up for regional imbalances and achieve development momentum. In line with this, regional imbalances can be minimized with the help of the incentives for investments in physical capital that will provide employment opportunities or with public investment expenditures, and the unemployment-internal migration spiral can be prevented by creating attraction centers (Çelikay, 2017:215). At the same time, it is recommended that the quality of public services should be carried out by the needs of the region. That way, it will be possible to make more advantageous the regions likely to receive migration. Similarly, considering the fact that employment opportunities in the regions sending immigrants are affected by the employment opportunities in the previous period rather than the ones in the current period, sustainable employment opportunities in the regions need to be provided.

REFERENCES

AĞAZADE, S.; KARAKAYA, A. and PERÇİN, S. (2017). "Türk İmalat Sanayinde Risk ve Performans Arasındaki İlişki", Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 32(1), 29-56.

AKIŞ, A. and AKKUŞ,A. (2003),"Güneydoğu Anadolu Projesi'nin (GAP) Şanlıurfa'daki Göçe Etkisi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10, 507-543.

ALGAN, N. (1988), "Adana İlinde Kentleşme: Kentleşmeyi Etkileyen Faktörler ve Yarattığı Sorunlar", Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 2(1),105-119.

ANDERSON, T. W., HSIAO, C. (1981), "Estimation of Dynamic Models with Error Components", Journal of the American Statistical Association, 76(375), 598- 606.

ANDERSON, T. W., HSIAO, C. (1982), "Formulation and Estimation of Dynamic Models Using Panel Data", Journal of Econometrics, 18, 47-82.

ARELLONA M., BOND, S. (1991), "Some Tests of Specification for Panel: Monte Carlo Evidence and An Application to Employment Equations", Review of Economic Studies, 58, 277-297.

ARELLONA, M., BOVER, O. (1995), "Another Look at the Instrumental Variable Estimation of Error-Components Models", Journal of Econometrics, 68 (1), 29-51.

ATAÇ, K. (1983 "İşçi Göçü: Bazı Kuramsal Sorunlar", Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi, **1** (1), s. 97.

BALTAGI, B. H. (2005). Econometric Analysis of Panel Data. 3.Ed., John Wiley&Sons, England.

BLUNDELL, R., BOND, S. (1998). Initial Conditions and Moment Restrictions in Dynamic Panel Data Models. Journal of Econometrics, 87(1), 115-143.

BLUNDELL, R., BOND, S., WINDMEIJER, F. (2000). Estimation in Dynamic Panel Data Models: Improving on the Performance of the Standard GMM Estimators. The Institute for Fiscal Studies Working Paper, 2000/12BOTRIC. http://www.ifs.org.uk/wps/wp0012.pdf (2 Şubat 2010).

BLUNDELL, R. and BOND, S. (2000), "GMM Estimation with Persistent Panel Data: An Application to Production Functions", *Econometric Reviews*, 19, 321– 340.

BREUSCH, T., PAGAN, A. (1980),"The Lagrange multiplier test and its application to model specification in econometrics",The Review Economies Studies, 47 , 239-253

BOHEIM, R., MAYR, K. (2005), "Immigration and Public Spending", IZA Discussion Paper No:1834, 1-27.

BÜLBÜL, S., KÖSE, A., (2010),"Türkiye'de Bölgelerarası İç Göç Hareketlerinin Çok Boyutlu Ölçekleme Yöntemi İle İrdelenmesi", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 39(1),75-94.

CADWALLADER, M. (1992), "Migration and Residential Mobility: Macro and Micro Approaches", London: The University of Wisconsin Press.

ÇAĞLAR, A. (2011), "Türkiye'de Sığınmacılar", Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

ÇAKIR, S. (2011). 'Türkiye'de Göç, Kentleşme/Gecekondu Sorunu ve Üretilen Politikalar', SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:23, 209-222.

ÇELİK, F. (2005), "İç Göçler: Teorik Bir Analiz", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(2), 167-184.

ÇELİK, F. (2006). 'İç Göçlerin itici ve çekici Güçler Yaklaşımı İle Analizi', Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 27, 149-170.

ÇELİK, F. (2007). "Türkiye'de İç Göçler:1980-2000", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27, 87-109.

ÇELİKAY, F. (2017), "İşsizlik, Kamu Harcamaları ve İç Göçler Arasındaki Nedensellik İlişkileri", Maliye Araştırmaları Dergisi, 3(2),205-219.

DOH, R. (1984),"Interprovincial Migration in Turkey and Its SocioEconomic Background: A Correlation Analysis", Nüfus Bilim Dergisi, 6, 49-61

DURMAZ, A. (2018), "Beşeri Sermaye Kaynağı Olarak Diaspora Almanya'daki Türkiye Kökenli Bilim İnsanlarının Türkiye İle Bağlarının Tersine Beyin Göçü Üzerine Etkileri", Çizgi Kitabevi, İstanbul.

DÜCAN, E. (2016), "Türkiye'de İç Göçün Sosyo-Ekonomik Nedenlerinin Bölgesel Analizi", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(2),167-183.

ELMASTAŞ, N. and YILMAZ,S. (2015) "Van İlinde Göçler", Turkish Studies,10(10),403-428.

ERAYDIN, A. (1981), Türkiye'de 1950-1980 Döneminde İller Arası Göçlerin Değerlendirilmesi, DPT, Ankara, 28.

ERDOĞMUŞ, Z. (1989), "Türkiye'de Kırdan Kente Göçün Sosyal Temelleri", Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2),167-184.

ERTÜRK, E. (1985), "Göçün Ekonomik Analizi", Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(2):87-109.

GHATAK, S., MOORE, T. (2007), "Migration and the EU Labour Market: Granger Causality Tests on A Panel VAR", Discussion Paper, Faculty of Arts and Social Sciences, Kingston University, Kingston upon Thames, Surrey, UK.

GÜREŞÇİ, E. (2011), 'Türkiye'de Köyden Kente Göç ve Düşündürdükleri', Hacettepe Üniv. Sosyoekonomi, Özel Sayı 2011-MI, s. 126- 135.

GÜREŞÇİ, E. (2016), "Ortak ve Farklı Yönleriyle İç Göçler", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(43),1058-1064.

GÜRLER, A.Z.; KIZILASLAN, N. and DOĞAN, H. (2007), "Rural-Urban Migration in Turkey and The Socio-Economic Characteristics of the Immigrants (Tokat Case), Research Journal of Social Sciences, 2, 60-71.

HANSEN, G. S., WERNERFELT, B. (1989), "Determinants of Firm Performance: The Relative Importance of Economic and Organizational Factors", Strategic Management Journal, 10(5), 399-411.

HANSEN, L.P. (2002), "Large Sample Properties of Generalized Method of Moments Estimators", *Econometrica*, 50, 1029-1054.

HSIAO, C. (2003), Analysis of Panel Data, Second Edition, Cambridge University Press, United Kingdom.

ITURBE-ORMAETXE, I. and ROMERO, J.G. (2016), "Financing Public Goods and Attitudes toward Immigration", European Journal of Political Economy, 44:159-178.

İçduygu, A. ; Erder, S. and Gençkaya, Ö.F. (2014), "Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları, 1923-2023: Ulus-devlet Oluşumundan Ulus-Ötesi Dönüşümlere", İstanbul: Koç Üniversitesi Göç Araştırmaları Merkezi & MiReKoc Araştırma Raporları.

KARAGÖZ , K., SELİM, S. (2018),"Türkiye'de İç Göçü Belirleyen Faktörlerin Bölgesel Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Açısından Analizi", International Conference on Eurasian Economies:391-400.

KOCAMAN,T., BEYAZIT, S. (1993), "Türkiye'de İçgöçler ve Göç Edenlerin Sosyo-Ekonomik Nitelikleri", DPT.

KÖK, R.; DÜNDAR, Ö. and EKİNCİ, R. (2018)." Ömü Eğrilerine Kuznet Uyarlamalı Bir Yaklaşım: Asya Ülkeleri Üzerine GMM Modeli", International Conference on Eurasian Economies, https://www.avekon.org/papers/2129.pdf (Erişim tarihi: 9/04/2019), 224-234.

KURT, H., (2003). Türkiye'de Kent – Köy Çelişkisi, Siyasal Kitabevi, Ankara.

MUNRO, J.M. (1974) "Migration in Turkey," Economic Development and Cultural Change 22, no. 4: 634-653.

PESARAN, M.H.; ULLAH, A. and YAMAGATA, T. (2008), "A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-section Independence", The Econometrics Journal, Volume 11, Issue 1, 1 March 2008, 105–127.

RAVENSTEIN, E.G. (1985), "The Laws of Migration", Journal of the Statistical Society of London. 48(2), 167-235 .

ÖZBAY, F. (2001). Nüfus ve Kalkınma Göç Eğitim Demokrasi, Yaşam Kalitesi", Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etüdleri Enstitüsü Yayını, Ankara.

ŞANLI, H. İ. (1973). Türkiye'de İç Göçler Uzaklık ve Yerleşme Büyüklüğü İlişkileri Üzerine: Potansiyel Çekim Modeli Çerçevesinde Sayısal Bir Deneme, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi, 81-98.

ŞEN, M. (2014). 'Türkiye'de İç Göçlerin Neden ve Sonuç Kapsamında İncelenmesi', Çalışma ve Toplum, 2014/1, 231-256.

MUNRO, J.M. (1974) "Migration in Turkey," Economic Development and Cultural Change 22, no. 4, 634-653.

PESARAN, M. H. (2007) "A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross Section Dependence", Journal of Applied Econometrics, 22(2), 265-312.

PESARAN, M. H. (2004), "General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels", University of Cambridge, Faculty of Economics, Cambridge Working Papers in Economics No: 0435.

ROODMAN, D. (2006). "How To Do Xtabond2: An Introduction To Difference And System Gmm In Stata", Center Global Development, working paper no 103, 1-44.

ROODMAN, D. (2009), "How to Do xtabond2: An Introduction to "Difference" and "System" GMM in Stata", The Stata Journal, 9(1), 86-136.

TEKELİ, İ. (1975)." Göç Teorileri ve Politikaları Arasındaki İlişkiler", ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi, 1(1), 153-176.

TDK, http://www.tdk.gov.tr (Erişim tarihi: 9/04/2019).

TÜMERTEKİN, E. (1977), Türkiye'de İç Göçler Üzerine, İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi, Sayı: 22, 29-43, İstanbul.

ÜÇDOĞRUK, Ş. (2002). "İzmir'deki İç Göç Hareketinin Çok Durumlu Logit Tekniği İle İncelenmesi", DEU.İİBF Dergisi, 17(1), 157-183.

YAKAR, M. (2013), "Türkiye'de İller Arası Net Göçlerde Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Arasındaki İlişkinin Coğrafi Ağırlıklı Regresyon İle Analizi", Ege Coğrafya Dergisi, 22(1), 27-44.

YAMAK, R., YAMAK, N. (1999), "Türkiye'de Gelir Dağılımı ve İç Göç", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(1), 16-28.

YULAFCI, A., SAYILI ,M. (2015), " Samsun İlinde Kırsal Göç Üzerinde Etkili Olan Faktörler", Çankırı Karatekin Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2), 1-16.

ZEREN, F., ERGÜN, S. (2010)."AB'ye Doğrudan Yabancı Yatırım Girişlerini Belirleyen Faktörler: Dinamik Panel Veri Analizi", İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 1(4),67-83.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Ethical Control In Sports

Full Text / Tam Metin

Canan YÜKÇÜ[1],Batuhan Seyfullah ATEŞ[2]

Abstract

Today sports are among the most important topics of the agenda. Especially football is an argument that drags people from behind. In this study, unethical events between football clubs and football players are handeled and how much this costs to clubs and football players is assessed. In accounting terminology, payment and accrual of the cost and expense have different meanings. When the cost of football player comes to the agenda in media organizations, principle of ricidity and cash and accrud basic in accounting is ignored worst scenarios are kept on the agenda.

In our study the moral situation as a result of unethical behaviors of sports clubs and football players will be evaluated and their effects on the conscience of society and what the cost elements are, will be examined. The aim of this study is to raise approaches to the control of unethical behaviors in football. Recommendations on the supervision of unethical behaviors will be introduced and the financial results of unethical behaviors will be investigated on the case and the results will be revealed.

Keywords— *Ethic, Football, Cost.*

JEL Classification Codes: *M40, M41, M42*

1.INTRODUCTION

Sports is a social activity as a cultural element. In this respect, it continues to exist in different dimensions in every society from past to present. When we look at various sports activities that stand out in different countries, we see that sports activities that are shaped by their own cultural structures, reflect their views, traditions, customs, passions and habits, and highlight social thoughts and behaviors are developed. Sports activity people from all walks of life are attracted to him with great interest.; it is a cultural and moral phenomenon which has national and international qualities, which has social, psychological, aesthetic aspects.

Today, the sports industry has achieved a significant acceleration and has developed rapidly with the globalization world economy. Television and internet, especially in the 2000's with the introduction of our lives, played an important role in the development of this industry. It has

[1] Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, TÜRKİYE, batuhanates8948@gmail.com
[2] Öğretim Görevlisi, Ege Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu, TÜRKİYE canan.yukcu@ege.edu.tr

become a market where people from almost all parts of the world can watch, reach and spend money.

However, this change in the sports industry has led to developments outside of some moral rules and although this area is known, it has been disturbed by the public, but no work has been done on taking precautions. In this context, the ethical issue we will deal with has been violated and although it is known by everyone, it has not been prevented.

Akhisar football player Fatih Öztürk recently lived on the situation will be focused on, Galatasaray club will play with the rival team before the match, the opponent manipulates goalkeeper Fatih will investigate that it is contrary to the rules of ethics in the sport.

The aim of this study is to evaluate the control of unethical behavior in sports. The financial results of unethical behavior will be investigated and the results will be presented.

2. ETHICAL CONCEPT

“If you rule people with law and punishment, they will not do wrong again, but they will have no sense of honor and shame. If you manage people with Virtue and morality, then they will have a sense of honor and shame, and they will try to do the right thing.” Confucius

The ethical word is derived from the Greek word “ethos”, meaning “character” (Robert, 1984, p. 3). Ethical; “it is a discipline of philosophy that investigates values, norms and rules that form the basis of individual and social relationships established by people from moral aspects such as right-wrong or good-bad (dikici, 2013).” According to another recognition, ethics “is the social cohesion, unity and solidarity that is the product of reason, arising from the experiences, traditions and customs of the individual in relations with other individuals, institutions and the state, and the social, political and economic structures of the individual, thus ensuring the stability of the principles of the society's economic, social and political structure., it is the complete set of standards and values. In other words, morality is defined as the behavior of people in a society that they have to obey.” (V. Selimoğlud. S. K., 2015, p. 121).

It is thought that as a result of the perception of the ethical concept in depth and in all its dimensions, it will understand the cost of the absence of this concept and the contribution of its existence better. Ethics has become an integral part of life today. With the increase in the number of ethical committees and ethical rules over time, humanity will have the necessary accumulation in this field.

According to the level of development and modernisation, ethical judgments are formed in every country and they have a place in social culture. In this respect, the ethical and moral institutions are constantly renewed and maintain their existence as a living structure.

The concept of conscience and responsibility is one of the fundamental and deterministic facts in ethical relations and in the evaluation-postures. The approval or disapproval of conscience

also affects the status of responsibility and therefore the ethical and moral considerations. It deals with the level of consciousness of ethical human actions and examines the will to reveal an attitude and behavior. Ethics should strive to reach the second point and get closer to the local and Universal points.

It is an ethical compass, indicating the directions of the road or route, but leaves the topic of which route or route to be taken to the people's interests and admiration. In achieving the goal, an understanding that considers every path as legitimate drives the earth to a crisis in many areas.

Ethical knowledge and the existence of this experience alone does not mean value. Computers store and use all kinds of information, but do not have any value judgments. Computer memory doesn't deserve any respect. In this respect, the existence of ethical information does not mean anything by itself without practice or practice.

It is not possible to sustain a long period of consumerism on earth without taking into account value judgments and to lift this burden by our planet.

Developed countries have reached the level of ethical and moral understanding of this day by spending great effort over a very long period of time. The quality of human resources plays a decisive role in all areas. In this context, one of the social capital elements of society and one of the values that should be considered foremost is the ethical and moral thinking and evaluation habits.

A person must establish a measure and balance between his feelings and his logic, his desire for freedom and social rules, his individual desires and social order. When this measure and balance cannot be found, there are a number of disorders and incompatibilities in both personal and social areas.

It is not possible to develop a theoretical understanding without examining and critically evaluating human attitudes and behaviors and social life. In other words, within the context of the various ideas within the ethical theory, the concept of opposing or dissenting the established order is adopted as a point of view (arapkirlioglu, 2003, p.3). in the context of the ethical theory, the idea of opposing the existing order is accepted as a point of view (arapkirlioglu, 2003, p. 3). in the context of the97-98).

To create ethical judgments, to make evaluations about right and wrong, and to advise what is necessary or necessary means to deal with normative ethics. Normative decisions can lead to human behavior. For example, factories should not pollute the Environment, Forests and agricultural fields should not be destroyed. DDT and mercury contamination should be avoided, nuclear power plants should be placed in the right places. Normative decisions can be made either on or off the basis of a specific criteria or rule of ethics (des Jardins, 2006, p.3), as the species that are at risk of extinction should be protected.60).

3. CONCEPT OF ETHICS IN SPORT

The subject of ethics in terms of sports clubs has always been on the agenda, even the subjects of the spike, but it can not be measured and can not be determined as a situation as much as it as not been examined. In cases beyond ethical and unethical dimensions, UEFA and FIFA Football Federation of Turkey must take preventive actions against unethical behavior.

“Sports, social, economic, cultural and political manipulation, which is one of the most important activity areas of our age, is faced with a dangerous situation in another context. This danger raises ethical values in sports actions."(Şahin, a.g.y. (2003).

First of all, a point should be underlined, should not be mistaken; the concept of sport efficiency and success should not be confused. Because in sport, efficiency and success are two different concepts. In an inadequate, low sport, efficiency can be a great success with an exaggerated presentation (because there is no conscious evaluation and the possibilities and circumstances are not known), influenced by the expectations of the groups. For example, 2-0 defeat is enough to jump and athletes are welcomed on the shoulders. But efficiency in terms of a very perfect, high-level sport does not fit the social expectations of the society and if the presentation is not good, it will fail. Even though success has been achieved, people are not only interested in it, but also expect good play and eye pleasure. For example, in a basketball match, a win with a score of 98-83 could not be enough to play play-off (Yücetürk;1995,13).

In such cases, they are excluded from the ethics, and they are removed from the spirit of the sport with unethical behaviors such as ball spin. One of the reasons why competition culture is focused only on success is the industrialization of football, and money can be shown to be involved in a lot of work.

In some cases, unethical behaviour can be measured; an example of this is that Sergio Ramos, a Real Madrid player, deliberately sees a yellow card in a Champions League match and falls into the penalty situation in the next minor match. In this situation, the authorities of UEFA, the football player has been punished and two match men were sentenced. In similar cases, ethics control can be activated, but it is more important to think that this control can not be done on matters that are more important. Of course, although it is a factor that the situation cannot be measured, it is very necessary to establish a mechanism to prevent such situations from occurring in matches where the fate of their teams is determined.

In Turkey, especially on the very agenda, the teams that have no claim against the ambitious teams in the case of good game display. These teams, especially by ambitious team supporters or members, “will you become champions?"as insults are being directed. However, the unpretentious team gives the right to play the game, he falls on the task does.

A similar situation recently took place by the president of the Beşiktaş Club Fikret Orman before a Göztepe match. “Demba Ba is our child!"he ended the player psychologically. At the same time, he didn't even transfer the player and it was understood that his words were to manipulate the player only. While these and similar situations are happening in our country, our federation should take a step towards them.

3.1. Ethics sport

This organ, which I think should be established in our country, can make decisions that will ease the conscience of the public and will contribute to the spirit of competition in sports. It is also necessary to seek the rights of clubs and athletes in order to ensure the Justice of the boards to be established on this subject, which is on the very agenda of our sport. However, the difficulty of the measurability of these situations also comes to the agenda. Especially in this situation that people can understand from the inside of the sport should be planned to do. TFF,FIFA and UEFA should be established at the Centers.

3.1.1.Remembrance

Especially in our football, which has a lot of obstacles to the situation, be avoided, in terms of deterrent will be revealed. In particular, teams playing the Championship will play with the teams in good relationships, even if the opposing team does not show much assets, such as the team being liked to make the championship is entering into an unethical behavior. The fact that such a situation remains unpunished and that there is no sanction can result in different consequences. The fact that teams who do not have a claim do not put forward the real struggle against the clubs that play the championship in such matches should be one of the issues to be examined again.

3.1.2.Player And Coach Transfer Offer

Player of the opposing team before a game to play in a football team or a coach transfer is proposed, to be manipulated by the players of the opposing team of the football team invested in the situations that arise as a result of you have been the victim of the teams play if the player is unable to play or move will give you also there is the question whether performance. You'll be playing soon

your goalie is missing. This is the worst situation for a football team. Other than that, the player does not want to play in the match that does not play by saying crippled should be examined within this subject. Especially foreign footballers in December in the Christmas periods of crippled or fall into the penalty situation, leaving their teams and clubs in difficult situations. However, in such a case, a mechanism can not protect the clubs or football players is also important.

The ethical committees of TFF, UEFA and FIFA are clearly the challenge of this ethical audit. What measures will be taken? For example, the footballer does not want to play, my cripple

throws the pretext. In such a case, the ethics committees can confiscate the players ' health report. But although such a mechanism is really difficult to measure. If the player does not want to play, he can get sick and harm himself. Even so, these situations need to be revealed and proved.

In an example of these situations that are very difficult to prove, the Turkish Cup final match was played at the Izmir Atatürk Stadium between Fenerbahce and Beşiktaş. Although Fenerbahçeli footballer Marcio Nobre is one of the most important players of the team did not play and won the Cup Besiktas club. Two days after this incident, Nobre transferred to Beşiktaş, the subject has caused public infiale.

It is obvious that these affect the sport ethics negatively and contrary to the competitive spirit of the sport. Especially in recent times, formed in the public opinion, somehow established, one of the reasons why they say that sports ethics plays an important role. It is imperative to take precautions about this situation that reduces the love of people for sports. These events should be encouraged.

3.1.3.I'm Not Happy With The

In a similar situation, Fenerbahce and Beşiktaş recently played in a derby match played in vodafone Park. Gökhan Gönül, who scored a goal against Fenerbahce sweat shirt for years, did not rejoice in the lake after the goal scored, he respected the opponent Fenerbahce. In fact, the player has scored the goal, although it seems that there is no ethical situation here, the player does not rejoice in the goal scored, " I wonder if he plays in the following minutes?" the question is confusing.

3.1.4. Putting Me In The Contract

When the player is given to his opponent for rent or sale, his contract is put in the clause "he will not play against me". In other words, it is known that the club that the player will play against the club that was purchased or rented due to this article which was put in the previous transfer, is prevented from wearing it in the form, and it is ethically known that the public is reacting to similar situations. The player does not play against his old club, and maybe his team's plans are deteriorating, so he can't resist the opponent.

It is also the contract clause in the Mbaye Diagne tranfer, which has kept the public busy in recent days. Galatasaray club sales contract that bought the player, if we champion the matter that we will pay another three million euros is put. The presence of such a substance leaves the Kasımpasa club under suspicion. So that Kasimpasa club will play with Galatasaray, considering this article, the actual performance may not show. Because with the realization of the championship of Galatasaray club will receive three million euros bonus comes to mind. Such events, such as this, are important for the comfort of public conscience, and the institutions concerned need to take steps.

3.1.5.Knowing Not To Play With a Red

Some footballers knowingly see a red card, the next matches do not play with the fear of injury, and because the transfer is on the agenda also forces the club to go to the opposing team. Of course, in the face of this unethical behavior, the team sells the player, saying, “we do not want to play, we will play the force.” The player forces the opponent to go to the team and gains interest from it. For example, Mbaye Diagne deliberately kicked the opponent and took four match penalties, resulting in the club had to sell him. Again, Besiktas player Ricardo Quarterma saw a red card in the transfer stage by kicking the opponent from behind, forcing him to sell his team, but the player's transfer did not occur. Again, a similar situation was realized by the Chinese League played by Burak Yilmaz, Shanghai Shenhua jersey while throwing a punch to the opponent 5 match penalty and the transfer of the club has been forced to take place. None of this is ethical behavior.

4.APPLICATION

Football clubs are technically providing entertainment services for fans and the public

businesses. The most important element of this entertainment is the players. Increasing in recent years

due to factors such as competition conditions and broadcasting revenues, the players transferred by our football clubs and the costs incurred are increasing. In addition, the contribution of these footballers provide a number of returns(the striker. S and the winner.Y 2018).

4.1.Purpose Applıcation

In this study, if the ethical issue we discussed shows unethical behavior during the transfer talks between Fatih Öztürk and Galatasaray Club goalkeeper Akhisarspor, the reasons for this will be discussed and the results and financial results will be discussed.

4.2.Scope In Practıce

We will show an example of unethical behavior Akhisarspor Fatih Öztürk, a Galatasaray game before the various excuses as a result of the club's loss of the match will be examined, whether this event is unethical, the cost of the football player and the club in terms of examined, will be revealed.

4.3.Subject Of The Applicatıon

Akhisarspor football player Fatih was injured prior to a Galatasaray match, and as a result of leaving the team alone, instead of playing Akhisarspor because of the goalkeeper has eaten

goals and lost the match. This event immediately raised the issue of ethics in sports. It has been suggested that Galatasaray offered to transfer to the football player due to the contract that will be concluded at the end of the season and that the parties agreed. Galatasaray Fatih was told not to play in this match on the way to the Championship and the footballer did not play under the pretext of crippled.

We will realize the cost of ethical auditing in the sports mentioned above in accordance with the cost benefit cost analysis technique created by clubs and players. Akhisarspor Fatih'lı Galatasaray game as a result of the situation will examine.

4.4. Fındıngs In Practıce

Akhisarspor is going through a difficult period, this difficult case will take place in the agenda of the situation of the transfer of the results of the research on the subject of the findings in our hands are as follows:

- Akhisarspor'un goalkeeper Fatih'un Galatasaray match with the reason for injury does not want to play,

- Akhisarspor contract with the end of the season, Akhisarspor does not renew by,

- Monetary and non-monetary values that Fatih will obtain as a result of the transfer to Galatasaray,

- Akhisarspor club loses the match as a result of this event.

- Akhisarspor's successful goalkeeper will not get the result of the team as a bonservis fee.

4.5. Review In Practice

In the framework of the practices mentioned above, we will examine the situation of Fatih, the football player and the club will try to show what kind of results will result in an unethical behavior.

4.6. Cost Of Football Player

The data about Fatih Öztürk, which protects Akhisar Castle, are as follows: Only the player's cost and return in the season 2018/2019 will be calculated.

FATIH ÖZTÜRK COST:

There is no Bonservis fee.

The signature money has not been paid.

Warranty fee: 500.000 TL

Costs per game: 28MAÇ X 10.000 TL= 280.000 TL

Total 880,000 TL

Fatih Akhisar cost 880.000 TL.

4.7.Player's Return

While it is possible to calculate the cost of a football player, it is not possible to calculate the net benefit that is provided. Because the football team does not fight against only one person while winning a match and achieving success. All players, technical team, management and even material player's contribution and many elements of football (referee, especially) within the context of the impact of success is provided. However, in this study, we will try to present the player's return by examining the above mentioned topics.

Fatih Öztürk and other successful footballers, soccer players are seen to increase in all of the major income items. From here, it can be said that there is a significant increase in club income in comparison with the costs that the club has doubled in relation to football players.

Akhisarspor performed successfully during this period, and the revenues of the club increased significantly. It is very important for these and such modest clubs to show such success. However, during the painful process of this season, the club fell into the drop pot, the bottom of the league has fallen into the anchor. For this reason, successful after this season, the situation could not be managed well, such as Fatih successful footballers to keep the hand, even more successful.

Looking at Fatih Öztürk's return, he drew a successful chart in the 2017/2018 season in which he performed and crowned his team with two trophies and made significant contributions to his club. However, with the recent problem, he was left out of the squad and a difficult process has started on behalf of both the club and the player. At the end of the season, if the club will go bonservissiz also taken into account, it will not be wrong to say that the loss of Akhisarspor will be significant.

In addition, it may be in non-monetary situations. Akhisarspor's Prestige last year and participating in European Cups, both the club and Akhisar district has increased awareness and gained value. In this context, the success of Akhisarspor has led to the increase in intangible items and the value of the club has led to the value of the players.

5. CONCLUSION

Ethical issues have been discussed in sports with the establishment of ethical issues in our daily lives. In essence, righteous people, honest people, sports phenomenon trying to create useful people should determine ethical principles. The aim of sports, which protects the body and mental health of the people, and which Unite the society, is gradually disappearing. In sports, the way to prevent behaviors that precede doping, spike, violence and monetary values is to comply with ethical principles. Thus, the sport ceased to be a vehicle, the real function is achieved.

For many years, unhealthy attitudes and behaviors in club relationships have led to a decrease in the belief in the competitive spirit of people on the football field. It is not unreasonable to think that the declining love of football has been affected by this issue, which has to be dealt with as a reality. In particular, contact with the opposing team player before the match to play with his own opponent is immoral, contrary to ethics, reduces and neutralizes the player in every sense.

For these reasons, although these issues are known to the relevant authorities, public opinion, although the development of an effective solution technique, even the absence of the sports community will be a great loss in terms of. For this reason, if necessary, arrangements should be made, even areas of expertise related to the subject should be created. Make sure that if the competition really exists, it will be the sport.

In sports there were more approaches to the control of unethical behavior in football. Recommendations for the control of unethical behavior were introduced, and the financial consequences of unethical behavior were investigated on the case. The results, however, were determined that the ethical violations were being done without any consideration, that no board was formed on this subject, and as a result, the clubs entered financial burdens and also lost value in their football players and they moved away from football. It is also important to consider whether or not to take precautions on such a matter.

6. REFERENCES

Arapkirlioğlu, Kumru (2003). Sınıraşan Suların Kullanımında Ulusal Çıkarlar ve Çevre Etiği, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Des Jardins, Joseph R. (2006). Çevre Etiği, Çevre Felsefesine Giriş, (Çev. Ruşen Keleş), İmge Kitabevi, Ankara, Nisan.

DİKİCİ Burak, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Makine Müh. Bölümü. http://www.yarbis1.yildiz.edu.tr/web/userCourseMaterials/okur_07da6f6279014 ff589c1154fbfb3a00e.pdf. (12.11.2016)

ROBERT Solomon, Morality and Good Life. New York: Mc Graw-Hill.1984.

SELİMOĞLU Seval Kardeş, Mehmet ÖZBİRECİKLİ, Şaban UZAY, Süleyman UYAR, Bağımsız Denetim. Ankara: Muhasebe Denetim Basım Yayın A.Ş.2015.

ŞAHİN, Mehmet, Spor Eylemlerinde Etik Değer Sorunu, Çukurova Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Doktora Tezi, Adana 2003

Yücetürk, Y. (1995). Antrenman. İstanbul: Motif Basım, s.13

YÜKÇÜ Süleyman, GALİP Yusuf , Futbolcunun maliyeti ve getirisi: örnek olay

Uygulaması, 5th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'18) 17-20 October 2018 Seferihisar - Izmir / TURKEY

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Cost-Benefit Analysis Of Wrong Tranfers: A Case Study

Full Text / Tam Metin

Canan YÜKÇÜ[1],Yusuf BAŞAR[2]

Abstract

In the football, which has turned into a big industry and comprises an incredible amount of money flow, the championship is the main goal behind the foundation of every football club. However in recent years, the championship seems to be a goal that can only be reached by the teams with large budgets, because it is necessary to have a large budget to be a champion and to have a significant amount of budget to transfer decent football players. Even if the player is expelled with great costs, there is always the possibility that the player being transferred will not be able to provide what is being requested and that the transfer of the individual player will turn out to be a ‘’wrong transfer’’.

The aim of our study is to analyze the results of wrong transfers that has been made in the chase of big dreams by some of the successful teams of Turkish football, which are Fenerbahçe, Galatasaray and Beşiktaş, and also to carry out a cost-benefit analysis.

Keywords— Football, Cost-Benefit,Transfer

JEL Classification Codes: *M40, M41*

1. INTRODUCTION

Football is not a game that appeared in England even though it is known so. According to FIFA, the highest-level governing body of football, FIFA states that the first game, which has scientific proofs similar to football, was based on the cuju that played in China for military training in 300-200 BC. This game, similar to Football, was a game that was made of a ball filled with hair and skin and two bamboo straws, and the goal was to place it inside a goalpost which had a height around 30-40 cm.. It was possible to move the ball with any part of the body except hands and arms.

Football was a game played in the early stages without strict rules. Without the limitation of the player amount, the two villages struggled against each other in the fields. The struggle would be so harsh that it would lead to great complexities and problems. King Edward II of England, banned playing football in the country on April 13, 1314, and this ban lasted for 300 years.

[1] Öğretim Görevlisi, Ege Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu, TÜRKİYE canan.yukcu@ege.edu.tr
2 Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,TÜRKİYE, ysfbsr.95@gmail.com

The basics of modern football played in the present day were taken in England in the middle of the 19th century and the first rules were created there.

In the course of the process, football has turned into a major industry and money has become an expression of an incredible value. In order to play footballers in their own teams, clubs have to pay big costs. Even if the clubs are able to pay good football players by paying the costs, it can be understood whether the footballer is worth it or not.

The aim of this study is to make recommendations on the cost-benefit analysis of clubs that make big investments in football players and players who will be transferred to clubs with great responsibilities.

2. COSTS OF FOOTBALL PLAYERS TO SPORTS CLUBS

If you want the player to go out and play for you, you will have to pay the cost. These costs vary according to the budget of each club and the player they transfer. In the past years, we have witnessed the transfer of midfielder, Ahmet EREN, him being exchanged with 3 small cattles, in the amateur division. On the other hand, Neymar played in Barcelona with a transfer fee of 222 million € and a record-level transfer from France's football team to the Paris-Saint Germain club was the highest cost of a football player. The 222 million € that we have mentioned is paid only as a transfer fee, and this fee is paid by the club that transfers the player to the club where he receives the player. Other major costs that you have to pay to have a football player are as follows (Yükçü and Galip,2018:342-343):

• Management fee

• Signature money

• Player's salary (Warranty fee)

• Fee per match

• Success-oriented costs

• Transportation / Accommodation costs

• Motiviation Costs

3. THE FATE OF TRANSFERS

Transfers are made by teams according to the lack of positioned player they need.. The fate of the transfers can vary depending on the suitability of the players to the position in which they are played, the performance they show and whether they are well managed or not and we can make the *right transfer* or the *wrong transfer*.

Wrong transfer; If you transfer a defensive player and position him on ahead of the midfield, you may not get the benefit that you would get from that player. In such a case, both the player's mismanagement and not being played in the appropriate position may cause the player to perform poorly, which may appear to be the wrong transfer and will not be reimbursed for all costs incurred. Of course, the transfer

performance may be bad, even if it is well managed in the appropriate location, which may be considered as a wrong transfer.

Right transfer; we can say that for the games that meet the expectations, which contribute to the team by doing what is needed in the needed position. For example, we can give the example of Beşiktaş's Canadian star Atiba Hutchinson. The player who has been transferred to Beşiktaş without being paid any transfer fee, will play 1.000.000 € per year for a fee of and 10.000 € per match. Atiba, who has been transferred in 2013-2014, has the record of presence of match amount with 164 games in 6 seasons, amongst all foreign players in the Beşiktaş.

4. WRONG TRANSFER SAMPLES

Our football transfer history is filled with players who did not satisfy the hopes and become out-of-squad, even though they were transferred with high costs.

The worst transfers that were made by Turkey's oldest teams, Fenerbahçe, Galatasaray and Beşiktaş, can be listed as follows:

Rodrigo TABATA (Beşiktaş)

In 2009, Brazilian Rodrigo Tabata, the transfer from Gaziantep Sports Club to Besiktas, was the most expensive transfer in the club's history. The main costs for Tabata are (https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/93487, 2016);

Costs for the player who made a 3-year contract;

Transfer fee: 8.000.000 €

Annual warranty fees that were paid to the player;

1.400.000 € for the season. 2009-2010

1.500.000 € for the season. 2010-2011

Rodrigo Tabata was transferred to El-Rayyan in Qatar for the 2011-2012 season.

The player who had chance to play in 48 matches in 2 seasons scored 2 goals and the cost of each of these goals was 5.450.000 Euros. Hence, the club paid 10.900.000 Euro in total..

Milos Krasic (Fenerbahçe)

Fenerbahce 's transfer from Juventus was made in 2012 with great hopes, but the performance of the football player was rather disappointing and the costs were as follows (https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/229971, 2016);

Payment for the player who made a 4-year contract;

Transfer fee: 7.000.000 €

Annual warranty fees that were paid to the player;

2.300.000 € every year for 4 years,

12.500 € per game,

Number of matches played: 27

27 Matches X 12,500 € = 337.500 €

Due to the bad performance in Fenerbahçe for only 1 season and total of 27 games, he was hired by France's Bastia club.

Tarık ÇAMDAL (Galatasaray)

The player who was transferred from Eskişehirspor at the beginning of the 2014-2015 season could not satisfy the expectations with his performance in Eskişehir. The main costs for Tarık ÇAMDAL are; (Https://www.kap.org.tr/tr/bildirim/387943, 2016)

Payment for the player who made the 5-year contract;

Transfer fee: 4.750.000 €

Annual warranty fees that were paid to the player;

1.177.000 € for season 2014-2015

1.284.000 € for season 2015-2016

1.391.000 € For season 2016-2017

1.498.000 € For season 2017-2018

1.605.000 € For season 2018-2019

Matched per game: 10.000 €

Number of matches: 42

42 Matches X 10,000 € = € 420,000

Rental Income for Season2015-2016: 1.000.000 €

Tarık ‘s cost for Galatasaray was 11.125.000 € with the fee per match, annual warranty fee and transfer fee.

Players who were not able to give the expected results in different teams can be examplified as follows:

Ozan Tufan

5. REASONS FOR WRONG TRANSFER

At the end of each season a new and exciting period begins for football lovers. The reason for this exciting wait is the ‘’Transfers’’. All teams spend large amounts trying to transfer the players to the positions they need. These players cannot always satisfy the expected performance. There are many reasons for the wrong transfers, some of which are as follows:

• A big move made by the team’s new coach's to make a name for himself, but in fact, which will be turned out to be a wrong move against the team’s characteristics.

• Higher reimbursements for the players who had become a star in the World Cup or at the European Championships even though their real performances are not worth it.

• Paying more money to the players of some nations than their original value. (Clubs pay more money to players from more popular football countries. Especially Brazilian, Dutch and French players are always paid more transfer fee)

• Transfer of the old popular players who have just retired near to the end of their retirement and are motivated by the motivation of money.

• Reasons based on the managers.

5.1 Reasons for Failure to Transfer from Known Transfer to False

• Even if the wrong transfer is realized by the clubs, it is preferable not to terminate the contracts due to the obligations of the contracts with the players. If there is no hope for the player, many sports clubs prefer to pay for the player within the time period specified in the contract and if they have a reserve, they will be in the main squad.

• The teams try to get the players to play in different positions from their main positions when they cannot get what they want, even if they give the chance to the players they have transferred in order not to waste their investments. Forcing, often affects the player's current performance even worse.

• If the club has decided not to move the player and cannot return from the contract, the team will be able to rent the player to another team and get at least a part of the annual warranty fee from that team.

5.2 Why Does The Footballer Not Want To Return From The Contract?

In general, players are decommissioned because of their poor performance or they are given less time in the match. The reasons why players do not want to return from the contract include:

• If the contract is canceled, the future of another team is uncertain.

• Considering that other teams will not be able to pay the fee that is currently paid by his present team.

• Believing that he can hold onto the ambition and remain in the team to perform the expected performance.

6. EFFECT OF WRONG TRANSFERS ON FOOTBALL PLAYER

Players are usually transferred to other teams due to their good performance in previous teams. When players who are transferred with great hopes could not satisfy the expectations or they are excluded from the squad due to other reasons, this will have both material and psychological damage to the player. The effects of wrong transfer on football player are as follows;

• Inability to reach the former form,

• Decrease in market value,

• Loss of ability to play football,

• Loss of popularity.

7. EFFECT OF WRONG TRANSFERS ON CLUBS

As it has considerable effects on the player, the wrong transfers have huge effects on the club as well. These are as follows;

• All costs that were paid for the football player,

• Lack of players who are needed in the definite positions due to poor performance that was made by the player in such position.

• Fans' response

8. COST-BENEFIT ANALYSIS OF WRONG TRANFERS: A CASE STUDY

If were to make a cost-benefit analysis of Tarık ÇAMDAL, the player that was transferred by Galatasaray Sports Club with a cost of 4.750.000 €, on the financial subject for the team.

Galatasaray Sports Club Cost-Benefit Analysis

SUBJECT	COST	BENEFIT
Transfer fee	4.750.000 €	42 MATCH GOAl=0 Asist=0 Goal Prevention=0
Signature money	-	-
Annual warranty fee	1.177.000 € For the season 2014-2015 1.284.000 € For season 2015-2016 1.391.000 € For season 2016-2017 1.498.000 € For the season 2017-2018 1.605.000 € For the season 2018-2019	1.000.000 € Rental income for season 2015-2016
Fee per match	He officially played in 42 matches and recieved 10.000 € per match. 42X10.000= 420.000 €	-
Rental fee	-	1.000..000 € for the season 2015-2016
TOTAL	12.125.000 €	1.000.000 €
NET TOTAL COST	11.125.000 €	-

Cost-Benefit Analysis for Tarık ÇAMDAL

SUBJECT	COST	BENEFİT
Transfer fee	-	-
Signature money	-	-
Annual warranty fee	-	1.177.000 € For the season 2014-2015 1.284.000 € For season 2015-2016 1.391.000 € For season 2016-2017 1.498.000 € For the season 2017-2018 1.605.000 € For the season 2018-2019
Fee per match	-	He officially played in 42 matches and recieved 10.000 € per match. 42X10.000= 420.000 €
Rental fee	-	-
NET TOTAL BENEFİT	-	7.375.000 €

Cost-Benefit Analysis for Eskişehirspor Club

SUBJECT	COST	BENEFİT
Transfer fee	300.000 €	4.750.000 €
TOTAL	300.000 €	4.750.000 €
NET TOTAL BENEFİT	-	4.450.000 €

CONCLUSION

When the cost-benefit analysis of the wrong transfers is made, we can see that Tarık ÇAMDAL has benefited 7.375.000 Euro himself and when we look at the sports club, Eskişehirspor, the team benefited 4.750.000 Euro.

When we look at Galatasaray Sports Club, the team did not benefit from Tarık ÇAMDAL in 42 matches, and on the top of it he cost the team 11.125.000 Euro.

Under current financial fair-play problems today, it can be said that this is the real reason behind the problem of fair-play, where the wrong transfers do not provide any benefit, the clubs that send the player and the player to whom the transfer has been made have a huge benefit, and the financial loss that the clubs that accept the transfer has suffered enormous financial losses.

REFERENCES

Süleyman YÜKÇÜ ve Yusuf GALİP,“ Futbolcunun Maliyeti Ve Getirisi: Örnek Olay Uygulaması ” 5. Uluslararası Muhasebe Ve Finans Araştırmaları Kongresi,İzmir,17-20.10.2018,s.342-343

Beşiktaş Futbol Yatırımları Sanayi Ve Ticaret A.Ş. nin Haziran 2016 öncesi Finansal Tablolar Dipnotlar https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/93487
Fenerbahçe Futbol A.Ş nin Haziran 2016 öncesi Finansal Tablolar Dipnolat https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/229971

Galatasaray Sportif Sınai Ve Ticari Yatırımlar A.Ş. nin Haziran 2016 öncesi Finansal Tablolar Dipnotlar https://www.kap.org.tr/tr/Bildirim/387943

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

The Accounting Dimension Of Footballer Emiliano Sala's Death

Full Text / Tam Metin

Süleyman YÜKÇÜ[1], Esmahan KARGIN[2]

Abstract

Introduction: *The Argentinian football player Emiliano Sala from Nantes Club in France who is transferred to Cardiff City, he lost his life as a result of a plane crash during his travel from Nantes to Cardiff. After his death, he left some questions to his new and previous club about his transfer fee whether it is going to be paid or not and recognition of it. In this study, there are some explanations done regarding the place of football players licence rights in the tables. In the direction of these explanations, some suggestions has been given about the necessity of the payment of his transfer fee and how to account his expense/compensation by the clubs. Furthermore, in the case of Sala being stock, the topics of whether proprietary right is handed over or not, the owner of responsibility and cost accounting were explained.*

Keywords: *Emiliano Sala, Football, Cost, Transfer Fee*

JEL Codes: *M40, M41.*

FUTBOLCU EMİLİANO SALA'NIN VEFATININ MUHASEBE BOYUTU

Özet

Giriş*: Fransa'nın Nantes kulübünden İngiltere Premier Lig takımlarından Cardiff City'ye transfer olan Arjantinli futbolcu Emiliano Sala, Nantes'tan Cardiff'e yolculuğu sırasında geçirdiği uçak kazası sonucunda hayatını kaybetmiştir. Sala vefatından sonra arkasında; bonservis bedelinin ödenip ödenmeyeceği, ödenmesi durumunda eski ve yeni kulübü için maliyetinin/gelirinin nasıl muhasebeleştirileceği sorularını bırakmıştır. Çalışmada futbol kulüpleri için futbolcuların lisans haklarının mali tablolardaki yerine ve futbolcu maliyetlerinin nasıl giderleştirileceğine ilişkin açıklamalar yapılmış, bu açıklamalar doğrultusunda Sala vakasında bonservis bedelinin ödenip ödenmemesi gerektiği ve kulüpler tarafından Sala'nın maliyetinin/gelirinin nasıl muhasebeleştirileceği konularına öneriler getirilmiştir. Ayrıca Sala'nın stok olması varsayımı altında mülkiyet hakkının devredilip devredilmediği, sorumluluğun kime ait olduğu ve maliyetinin nasıl muhasebeleştirilmesi gerektiği hususları açıklanmıştır.*

Anahtar Sözcükler: *Emiliano Sala, Futbol, Maliyet, Bonservis Bedeli*

JEL Kodları: *M40, M41*

[1] Professor Doctor, Dokuz Eylul University, F.E.A.S. Accounting and Finance, suleyman.yukcu@deu.edu.tr
2 Dokuz Eylul University, Institute Of Social Sciences, Accounting, esmahankargin@gmail.com

INTRODUCTION

Argentine 28-year-old striker Emilano Sala, who has been on the Nantes team of France since 2015, signed a contract on 19.01.2019 with the Premier League team Cardiff City for 17 million Euro transfer fee. Unfortunately, all the links have been lost since the evening of 19:15 with the plane name Piper Malibu, that took the star striker from Nantes on March 21 to his new club Cardiff and never heard of Sala again. It took 3 days to find the captain of the plane and the star football player alive, but no results were obtained. As a result of the campaigns initiated by Sala's fans in order to continue the search; unfortunately, the wreck of the plane carrying the Sala was reached and it was determined that the plane fell in the English Channel shortly after take-off. This death had a deep impact on everyone, whether it was with football or not, because the person who died first was 28 years old and in the spring of his youth. But there was a truth beyond all these worries. Although this sad death deeply affected everyone, in fact many people wondered what would be the cost of Sala's testimonial because he lost his life in the transfer process and how the clubs would be affected. Because, in fact, it was a very exceptional situation, and as a result of this exceptional situation, it was complicated by Cardiff City to determine whether Sala's testimonial fee would be paid or not and how would the cost be recognized if paid.

Galatasaray Sports Club in 1997 took Feti Okuroğlu from Bursa by helicopter and lowered it to the floor of the former Ali Samiyen Stadium. This attitude can be justified to look strong, cute to the side. However, it also raises the risk of a bad picture in the Sala case. Helicopter may be suitable for emergency situations in areas where the population is heavy. However, human life should not be endangered with the show.

The purpose of this study is to investigate and make recommendations about the important expense/compensation that occurred during the transfer of Sala.

SALA'S PLACE IN FINANCIAL STATEMENTS

Human resources accounting has adopted the capitalization of human resources costs in contrast to the traditional accounting approach that adopts the method of expense of human resources expenditures. Human resources, which can be described as human capital, are a strategic element that is of vital importance for the enterprise. Human capital consists of a combination of knowledge, skills, creativity and abilities of all employees of a firm. The capitalization of the investments to be made to human capital allows for the depreciation of the investments. (Ceran, 2007: 191).

Today, the development of knowledge-based economy has led to an increase in the importance given to human resources, which have a great importance in determining the total value of an enterprise, and to the measurement and accounting of the costs of these resources. Accordingly, the recognition of the costs of the players is closely linked to the techniques of accounting for the manpower of the enterprises.

Football players, clubs and football sectors are producing services within the sports industry. The most important cost item in this service production is the fees paid for footballer licenses. In order for the footballer to be on the field for a football club, the football club must be entitled to the license of that football player. The clubs can transfer players to their clubs by paying the transfer fee to other clubs in

order to have the license of the footballers. The transfer fee is defined as the fee to be paid by the transfer team to the team who is transferred by the transfer team in order for a football player to transfer to another team while the contract is in progress. In connection with the fee paid by the club in connection with the football player, with the football club (1 year-5 years) contract for a certain period of time (Yükçü and Galip, 2018: 343).

Human resources accounting chooses an application method that enables the club to activate and record the amounts paid to the intangible assets. According to this approach, the transfer fee is amortized with the depreciation of each footballer for the duration of the contract signed with the club. Technical teams and players can be evaluated as teams and the value of the players is shown on the balance sheet (Yazarkan, 2016: 99).

The value capitalized due to the paid fee is the football player's right not to play football due to his license. It is accepted that the most appropriate balance sheet item should be intangible assets since the contractual authority to use this right belongs to the football club throughout the contract signed with the footballer. Intangible assets consist of certain rights that increase the revenues of enterprises and privileges or advantages that provide commercial benefits. These assets are either acquired by the entity in exchange for a certain amount of money, or they arise as a result of their work within the company (Sevilengül, 2014: 457).

While it is possible to calculate the cost of the player who is connected to the club with the contract, it is difficult to calculate the benefits to the club in the future. Because the football team to win the match and long-term success is not connected to a single person. Success is achieved under the influence of all players, technical team, management, even the club's materialist and many other elements within the football (mainly the referee). The return of the footballer can be calculated by comparing the club's sporting performance revenues, broadcasting revenues, tribune revenues, product sales and sponsorship revenues in the previous years (Yükçü and Atağan, 2018: 348). However, it is very difficult to estimate the price of a player's contribution in the future. The form that the football player will catch during the contract, the problems that may occur or the duration of the club stay are not predictable. In addition, football players are not in a single accounting period, but in more than one period are the ones that bring income to their clubs. The subject matter of their contracts is the contribution to the success of the club in terms of earnings or income generating activity in general. Contracts legally link players to a club and allow clubs to request some legal rights from them. For example, the player cannot wear another club's uniform during the contract. He becomes part of his club and cannot play in another club without being sold by his club and does not sweat for the success of another club. The fact that there is a free transfer market for the footballers, that is, the possibility of selling the footballer at a certain market price, and the rights in the hands of the club show that it is the right approach to evaluate the testimonials as intangible assets (Yazarkan, 2016: 102).

TAS 38 defines intangible assets as scientific or technical information, design and implementation of new processes or systems, license, intellectual property rights, market information and brands (including brand names and publication rights). (TAS 38, prg. 9). From this point of view, it can be clearly seen that the fee paid for the license rights of the football player can be activated within the scope of TAS. According to TAS 38, an intangible asset is measured at cost at initial recognition (TAS 38, prg.24). Businesses choose the cost method or revaluation method as accounting policy. In the cost method, an intangible asset is followed by deducting all accumulated amortization and impairment losses from its

cost after initial recognition (TAS 38, prg.74). Subsequent to initial recognition, an intangible asset is measured at its fair value less any accumulated amortization and impairment losses, less the impairment loss (TAS 38, prg.75). According to TAS 38, amortization refers to the systematic distribution of the depreciation of an intangible asset over its useful life. The intangible assets are depreciated and the useful lives estimated by the enterprises for these assets are also extremely important. Accordingly, the useful life for an intangible asset is the amount of time the asset is expected to be used by the entity or the unit of production expected to be derived from the entity by the entity or similar unit of production (TAS 38, prg.8). A lot of amortization methods can be used to systematically distribute the useful life of an asset subject to amortization. These methods include linear amortization method, decreasing balances method and methods of production units. The method to be used is determined according to the estimated use of future economic benefits expected from the asset, and the relevant method is consistently applied from period to period unless there is a change in the estimated use of future economic benefits (TAS 38, prg.98). Intangible assets are derecognised when the intangible assets are disposed of or when no future economic benefits are expected to arise from use or sale. The gain or loss arising from offsetting an intangible asset is the difference between the net collections obtained from the disposal of the assets and the book value of the asset, if any. This difference is recognized in profit or loss when the related asset is derecognised. Gains cannot be classified as income.

It is possible to evaluate the subject in terms of Income Tax Law and Turkish Commercial Code. Article 70 of the Income Tax Law provides a wide legal framework for informal rights, and states that the rights that are similar to those mentioned in the name can be treated as intangible rights. Similarly, in Article 460 of the Turkish Commercial Code, a definite limit of intangible rights has not been drawn, and it has been demonstrated that the rights which are qualitatively similar to the commonly known immaterial rights, which are commonly known in practice, should be considered as immaterial rights. In this context, in the face of the flexible and wide legal framework in question, it is necessary to accept that the price paid by the club, which holds the right to play the sportsman, has been made in order to provide an immaterial right, so that the depreciation privilege and the transfer fee are directly paid over the transfer fee. They cannot be taken into consideration.

Furthermore, in the decision of the Capital Markets Board dated 07.02.2002 on the Additional Criteria for the Opening of Football Clubs numbered 9/181 in the weekly publication; It is stated that football players purchased by publicly traded football companies should show the cost of their testimonials at their cost value in their balance sheet under the rights item in the intangible fixed assets and that they should be amortized within the term of the contract.

APPLICATION SUBJECT: EMİLİANO SALA CASE

Emiliano Sala's Life

On October 31, 1990, Emiliano Raul Sala Tafarel opened her eyes to the world in Santa Fe, Argentina, as the last child of a family with 3 children. A few years later, he moved with his family to Progreso, and he was a gifted child. As a matter of fact, his ability moved him to the football academy at Club San Martin when he was only 5 years old. Ten years after he entered the Progreso academy as a talented child, he succeeded as a professional footballer. Sala's new address was the Bordeaux team of Proyecto Crecer, who was the Argentine academy of G. Bordeaux. Sala did a good job during his first season but was not enough for the adventure of France yet and he was hired to the Portuguese team Crato to gain

experience. Just in the meantime, he wanted to be there with his girlfriend during the problematic process. On the one hand he had a career as a girlfriend and he bravely returned to Argentina. He was so talented that despite his decision to be seen as this undisciplined, G. Bordeaux did not give up on him, and Sala was on his way to France. In the first season, the reserve team sweat sweat and could only wear the main team's uniform for only 15 minutes. But in the reserve team, the 11 goals he recorded throughout the season seemed to herald something. The new address for the leagues would be France 1 League National League teams was the US Orleans. G. Bordeaux hired Sala to FC Niort for the next season. Sala did a great job here and scored 19 goals in 38 games. With this remarkable performance in League 2, it was time to go on stage. He was ready for League 1, and the next season was on his way to a large squad but didn't get enough time. A new rental adventure awaited him. SM signed Caen. Then he went to Nantes to write his true story. In the end, he had been transferred to a club where he had more chance to form. Even though he didn't get the time he expected in his first season, he managed to make a contribution to his team with 6 goals. Following this season, it was Wolverhampton Wanderers of England England who wanted it first. This offer excited him. 2. The League team, though, considered the British League. However, the president of Nantes rejected the transfer offer. Because Sala had the potential to provide a better testimonial to his club after a similar season. Sala did not mislead his head and became one of the most favorite of the transfer era by scoring 27 goals in 59 games in Nantes in two seasons. His name was mentioned with many clubs. Despite not wanting fans, club management could not refuse Cardiff City's € 17 million bid and Sala signed a contract with the new club until 2022. The two clubs agreed to pay 17 million Euros of testimonials in equal installments over 3 years, and the documents related to the transfer of Sala have been faster, more transparent, they installed the Transfer Matching System, which they used for monitoring in a healthier database. Sala was now officially contracted player of Cardiff City. Cardiff City agreed to pay for Sala was the club record. He returned to France to say goodbye and collect things. After completing his transactions in Nantes on 21 January, the Piper Malibu set off for Cardiff in a new airplane with a 7-person capacity carrying airplane, with the captain David Ibbotson and Sala in charge of playing football at his new club. Apparently it would be a few hours short travel. But the plane lost all signals in the waters at 7:15 pm. It took 3 days to find the captain and star football player alive, but the result was not achieved. After the campaigns launched by Sala's fans, sea researcher David Mearns started a search. Calls on February 3 gave results. The wreckage of the plane carrying the Sala was found at a depth of 67 meters in the English Channel and the work to remove the body was started. On 6 February, the body was taken to the Isle of Portland for identification, and the body was announced to belong to Sala. His family, friends, fans, fans of Cardiff City who were not able to watch him, Nantes fans and his fans, who are committed to it, farewell goodbye to Sala. He was buried at a funeral in the city where he started football (https://www.transfermarkt.com.tr/emiliano-sala).

Development of a Case

Nantes club has not yet found the body of Sala, but wanted the first installment fee of 6 million Euros from Cardiff City. Later, Sala's body was found, but Cardiff City did not make any payments to Nantes, despite the fact that this was the first installment. Nantes then moved the subject to FIFA and FIFA started an investigation. The most important reason why Cardiff City did not pay the first installment of the testimonial was the fact that the plane that carried Sala to Cardiff was not rented by the club. Moreover, Cardiff City chose to wait for FIFA's decision in order to protect its own club interests.

When the subject is evaluated in terms of contract; It is understood that Sala signed the contract on 19.01.2019, which made him the player of Cardiff City, they have completed the transfer transactions by uploading the documents related to transfer of Cardiff City and Nantes clubs to Transfer Transfer System. As of January 19, Sala has officially become a member of Cardiff City. As of this date, Cardiff City's responsibility to pay 17 million Euros, which is the transfer fee of Sala, to Nantes in line with the agreed schedule. It is also clear that the player of Cardiff City has signed a contract for a period of 4 years and has agreed to pay the old club a high-performance bonservis fee of EUR 17 million, and must travel not only on the player's own initiative but also within the framework of the club organization. First of all, Cardiff City is a profit-oriented trading company and is responsible for the safety of the player in which he purchased his license by paying a very high price. It is unacceptable that Sala does not pay for the reason that the plane is set by Sala's manager because of his journey from Nantes to Cardiff and the safety of Sala as Cardiff City's principal responsibility.

As Sala has signed a contract with Cardiff City and is responsible for Cardiff City's trip to Cardiff, Sala is now a player of Cardiff City, and Cardiff City must pay the agreed testimonial to Nantes. Cardiff City should activate the cost of Sala via the agreed transfer fee and transfer it to other extraordinary expenses and losses as of the date of death of Sala. The cost of Sala has now become an unusual expense for Cardiff City.

Since Nantes has transferred Sala from G. Bordeaux without paying a transfer fee, it is necessary to transfer the entire 17 million Euros of service income from the sale to Cardiff City to the profit accounts in the year of sale.

In addition, the fall of Sala's plane should be characterized as a work-related accident due to the fact that Sala was not involved in a personal affair and was on his way to join his new team. It is understood from this that Sala's family could claim material and moral compensation from Cardiff City. Given the fact that football players can play high-level football until the age of 35, and that the annual fees of football players in the English Premier League are high, it is clear that the compensation amounts that Sala's family will demand will reach very high levels. In the case of compensation for compensation to Sala's family by Cardiff City, the compensation will be incurred in the year it is paid by the club.

The Normal Flow of Emiliano Sala's Transfer

Economic Event

In the second part of the study, it was explained in detail that the transfer fee paid by the clubs to have the license of football players should be capitalized and recorded in the intangible assets. In our country, Uniform Accounting System also envisages to recognize the license rights which are obtained for a price and can be used for business benefit for more than one year within the intangible assets within the 260 Rights Account (Sevilengül, 2014: 458). In this case, it is quite clear that football clubs should pay for the purchase of license rights of football players in the rights account in intangible assets. Because the contracts signed by clubs to have license rights with footballers are usually longer than one year.

In the conditions of today's football market, the amount of testimonials which reach very high amounts can be paid by the clubs in installments in accordance with the mutual agreement. In this case, the transfer fee is capitalized under the intangible assets at the date of signing the contract, and the installment amounts to be paid are followed in the related debt accounts.

One of the most important actors of the transfer process in the world of football where industrialization does not slow down is the football manager. Football managers are defined as persons representing football players or clubs in order to conduct professional football contract negotiations for a fee (Doğru, 2018: 401). Managers are charged at certain percentages by the transfer fee paid by the club that transfers the footballer. The management fees paid by the clubs are also capitalized by adding them to the testimonials. The reason that the clubs activate the manager's fees by adding the player's fee to the transfer fee is because they want to trade on the total cost of the transferred football player. Since the manager fee is a cost item that is directly related to the player, it is the most appropriate approach to make the player ready to play in the club and be added to the transfer fees (Yükçü and Atağan, 2018: 343).

Accounting Aspect

The cost of intangible assets is amortized systematically by allocating depreciation over the legal or contractual life of the asset. In order to allocate an intangible asset, it is necessary to determine the useful life of the asset. There are many criteria for determining the useful life of intangible assets. Within these criteria it is easiest to determine the useful life of contractual rights. The useful life of an intangible asset resulting from a contract or statutory rights cannot exceed the validity period of contractual rights or other legal rights. Therefore, the useful life of the footballer's transfer fee for the club is as long as the duration of the contract signed (Yazarkan, 2016: 111). For the player, the total amount of the transfer fee and the amount of the fee to be paid or to be paid for the player shall be capitalized by dividing the total amount of the contract and the annual depreciation amount is calculated.

The clubs aim to sell the footballers who are not considering renewing their contracts before the contract expires. Clubs calculate the net book value of the footballer's sales by deducting the total depreciation amounts from the sales price they have activated until they have realized the sale in relation to the cost of the footballer they have activated in the intangible fixed assets and transfer the difference between the book value of the footballer and the net book value to the profit or loss accounts in the year of the sale.

According to TAS 38; if a third party has a commitment to purchase the asset at the end of its useful life or if the asset has an active market, the residual value of the asset cannot be accepted as zero. If such a market is likely to be available at the end of the useful life of the asset, the residual value of the asset can be determined through this market. In addition, if the residual value is different from zero, it means that the entity expects the disposal of the intangible asset before its useful life ends. The amortization amount of the asset with limited useful life is determined after deducting the residual value (TAS 38, prg. 100, 101).

One of the reasons why the residual value should be taken into account when determining the depreciation value of the license value is the existence of an active football player transfer market all over the world. Secondly, football clubs usually plan to sell any football player before the end of the contract. In determining the residual value of the player can be estimated using the data of the transfer market. The value of the identified residual value is deducted from the player's bonservis value and is allocated depreciation over the remaining amount during the contract period (Yazarkan, 2016: 114).

If Emiliano Sala had not died and the transfer process had been in line with the normal flow, Cardiff City would have activated all of the 17 million Euros per year that he had committed to pay in equal

installments to Nantes for the transfer of Sala in 3 years and and in return he would credit the account. The cost of Sala will be systematically expense, by allocating the depreciation over the contract period over 4 years. In the future, in case the Sala was sold before the end of the contract, the difference between the net book value and the sales statement amount would be transferred to the profit or loss account in the year of sale.

Nantes would transfer all of his 17 million Euro testimonial income from his sale to Cardiff City, as he had transferred Sala from G. Bordeaux without paying a transfer fee. However, it is not a matter of criticism that even if the first installment amount according to the agreement has not expired due to the fact that the first installment amount of Sala is not yet paid and that it is not clear whether it will be paid or not, it has not been recorded by Cardiff City because of the exceptional situation.

If Emiliano Sala Was Stock

Stocks are composed of material values such as goods, raw materials, semi-finished goods, operating materials, auxiliary materials and finished goods that are held by the enterprises for the purpose of using in production, production or other needs of the enterprise (Akın and Kurşunel, 2010: 312).

The TAS 2 Inventories Standard explains how to determine the costs of inventories, what is the content of the costs, how the costs will be financed, the valuation method to be applied for inventories, and how the valuation results will be reported in relation to the financial statements.

The purpose of the standard is to clarify the accounting procedures related to inventories. The main issue with the accounting of inventories is to determine the incomes arising from the accounting, use and disposal of inventories as an asset and the determination of the costs (Yükçü and Galip, 2012: 4).

Cost of inventories includes all purchase costs, conversion costs, and other costs incurred in bringing the inventories to their current location and condition (TAS 2, prg. 10).

Purchase costs of inventories include the purchase price, import duties and other taxes, as well as transport, loading, unloading and other costs that can be directly related to the acquisition of goods, materials and services. Commercial discounts, discounts and other similar items are discounted in determining the purchase costs. (TAS 2, prg. 11).

The cost of inventories may not be recovered if the inventories are damaged, partially or completely unusable, or when the sales price decreases. In this case, the cost of inventory is lower than the recoverable amount. According to the TAS 2 Inventories Standard, inventories are valued at the lower of cost or net realizable value. Net realizable value; means the amount obtained by reducing the sum of estimated sales expenses necessary to carry out the estimated sales price, estimated completion cost and sales in the normal course of business (Yükçü and Galip, 2012: 4).

If the net realizable value of the inventories falls below the cost value, the provision for impairment of the inventory is allocated to the cost. The cost of inventories is determined by deducting net realizable value and expensed.

If the Sala was stock, the assumption was that; first of all, it is necessary to determine whether the ownership of the Sala has been transferred or not, whether the right to saving has passed to the new club or not and the payment of the service fee. In addition to the purchase price, transportation costs are

included in the purchase cost according to the TAS 2 Inventories Standard. From this point of view, it is understood that the costs of the stock until the buyer reaches the work place are also included in the purchase cost. Although the buyer has not arrived at the workplace when the stock is transferred by the seller, it is understood that the savings belong to the buyer, therefore the responsibility for the transportation must be borne by the buyer. İf Sala Was Stock; although Sala has never played football in Cardiff City, it is clear that Sala's ownership and savings are now transferred to Cardiff City, as Sala has signed a contract with Cardiff City and set off for Cardiff City, as Nantes and Cardiff Citi have agreed to purchase Sala's license rights.

According to TAS 2 inventories, the losses fall below the cost price of the stock because of net realisable value are recognised at cost corresponding to the amount of be divided into. Accordingly if the Sala were stock, the assumption was that; Cardiff City reserves all of the 17 million euros that it undertakes to pay Nantes in equal installments in 3 years due to the fact that Sala's ownership and savings have passed to Cardiff City. And by derecognising this amount, Sala's cost will be valued at net realizable value.

CONCLUSION

Persons authorized in various forms; they may be politicians, bureaucrats, bosses, leaders of social groups, or even heads of families. From time to time they did not take a preliminary research review, take, buy, sell, demolish, etc. have given orders. These orders were molded by the words of the orders they gave to the subjects of the sultans during the Ottoman period. Sultan orders;

“Do it now…” (Tez zamanda … yapıla.)

“Conquer now...” (Tez zamanda … fethedile.)

“Immediately...” (Tez zamanda …)

When a person in an authorized position commands the necessity of an action, he can receive a very important appreciation and appreciation from the environment. He can gather fans.

Giving orders is the easiest part of the process. The main process will be fulfilled by who, using what resources, how to command. And most importantly how the financial effects and results will be accounted for. Because every action will be accounted for, every accounting process will create a profit or loss, someone from this profit or loss will benefit or will suffer the consequences. While it is pleasant to benefit from snow, it can be painful to suffer damage.

Sala case is a fact that was not thought before and after. An unfortunate plane was boarded on a bad plane, a precious life was lost, everyone expressed their sorrow, and Sala's funeral was wreathed with flowers. Social responsibilities have been fulfilled.

Recognition will begin after all. Compensation and other payments will be started and will be recognized. The parties shall face profit or loss. The accountants will take over all these and will notify them to the parties.

Experiences are experienced, accounting records, clears, closes the remaining.

REFERENCES

Akın, H and Kurşunel, F. (2010). Situations Characterised For Stock Value In Accordance With Ias-2. Selcuk University Journal of Vocational School of Social Sciences. 13 (1): 311-330

Akgün, A. İ. (2012). Comparison Of Income Statements Which Were Prepared In Accordance With Full And Normal Costs Within The Scope Of The TAS-2. Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences. 17 (2): 229-246

Ceran, Y. (2007). A New Concept in Accounting: Human Resources Accounting. Selcuk University Journal of the Institute of Social Sciences. 18: 187-206

Doğru, H. M. (2018). Conflict of Interest in the Football Manager Contracts. Marmara University Faculty of Law Journal of Legal Studies. 24 (1): 400-414

Sevilengül, O. (2014). General Accounting. Ankara: Gazi Bookstore

Yazarkan, H. (2016). The Accounting For Footballer Transfer Fees Conformant To Tas 38 Intangible Assets: Trabzonspor Sample. Mali Çözüm. (137) 91-120

Yükçü, S. and Galip, Y. (2012). Problems that may arise in the application of the TAS-2 Stocks Standard. Vergi Dünyası. 369: 4-11

Yükçü, S. and Atağan, G. (2018). Footballer's Cost and Return: A Sample Case Study. 5th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'18) Seferihisar/İzmir. 341-350

https://www.transfermarkt.com.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Poşet Uygulamasının Yarattığı Kirlilik

Full Text / Tam Metin

SÜLEYMAN YÜKÇÜ[1], SELİN ERKAP

Özet

Giriş*:* Son yıllarda plastik ve ambalaj atıklarının çevreye yarattığı kirliliği önlemek amacıyla kamu politikaları çerçevesinde çevre kirliliğine dikkat çekerek çeşitli kanuni düzenlemeler getirilmiştir. Ülkemizde de bu amaçla 10.12.2018 tarih ve 30621 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 7153 sayılı Kanunla 2872 sayılı Çevre Kanunu'nda değişiklikler ve eklemeler yapılmıştır. Bu değişiklikler ile 01/01/2019 tarihinden itibaren naylon poşetlerin satış noktasında ücrete tabi olmuştur. Doğada yok olması uzun yıllar süren poşetlerin tüketiminin azaltılması ve geri dönüşümünün sağlanması gereklidir. Ülkemizde Ocak ayından itibaren naylon poşetlerin ücretli satışı poşet kullanımını azaltmıştır.

Anahtar Kelimeler— *Plastik, Çevresel kirlilik, Poşet beyanı,*

BAG APPLICATION CREATED THE POLLUTION

Abstract

Introduction:In recent years, in order to prevent pollution caused by plastic and packaging wastes, various legal regulations have been introduced by drawing attention to environmental pollution within the framework of public policies. For this purpose, amendments and additions have been made in the Law No. 2872 on the Law No. 7153 published in the Official Gazette dated 10.12.2018 and numbered 30621. As of 01/01/2019, these changes were subject to the point of sale of nylon bags. It is necessary to reduce the consumption and to ensure the recycling of the bags that have been destroyed for many years. In our country, the sale of nylon bags since January reduced the use of pouches.

Keywords— Plastic, Environmental pollution, Bag declaration

JEL Classification Codes: *M40, Q50*

[1] Prof. Dr, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, suleyman.yukcu@deu.edu.tr
2 Yüksek Lisans Öğrencisi ,Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muhasebe Bölümü, Türkiye, selin.erkap@gmail.com

1. INTRODUCTION

Nowadays, the consumption of plastic used by consumers is increasing day by day. Plastic bags; It causes great damage in the world due to the fact that it does not dissolve in nature for many years, it contaminates the environment with toxic chemicals and it is carcinogenic. By law, businesses resort to alternative ways of reducing consumers' use of plastic bags and adding cloth bags in their product portfolios. The number of plastic shopping bags used in 1 year is estimated to be 1,000,000,000,000. A nylon bag is used for an average of 12 minutes. In order to dissolve a nylon bag in nature, a minimum of 500 years must be 1000 years. For the last few years, it has been trying to encourage the use of eco-friendly bags in supermarkets within the scope of studies related to the plastic materials which have the most damage to the nature. To minimize the pollution caused by the environment and to reduce its use, reusable cloth bags should be offered to consumers and should be encouraged to be used.

The aim of this study is to clarify the financial confusion created by the use of the pouches that start in our country and to make suggestions.

2.PRODUCT LEGISLATION

Plastic bag legislation is defined as follows.

’’ Plastic bag: It consists of plastic handles or stemless bags ar etic, which are supplied to consumers at the points of sale, for the purpose of transporting goods or products. Wholesale and / or retail as goods, products selling stores, markets, and covers such sales.

In terms of application areas and material properties;

a) Handle / stemless bags used for the hygiene of open-sold foods such as bread, vegetables, fruits, cheese, olive animal food,

b) Multi-use bags of textiles produced by plastic or non-woven materials,

c) sessile bags used in the sale of live aquatic animals,

d) Pouches given to the user or the consumer only in places where service is provided but not selling products;

e) Cargo bags

f) Bags which are required to be used in accordance with the relevant legislation for the products taken from the duty free store,

these bags are not subject to a fee.

"For the purpose of efficient management of resources and prevention of environmental pollution caused by plastic bags, plastic bags are given to consumers or consumers at points of sale. The base fee to be applied is determined by the commission to be established by the Ministry, not less than 25 cents and is updated for each year." Additional Article 13)

The base fee for the payment of plastic bags is 25 cents and it is essential that the sales are made at this price as a minimum. There is no ceiling fee limit for the charging of plastic bags. The amounts to be

applied / applied on the base fee (25 Kuruş) determined in accordance with the legislation depends on the decision of the sales points.

With the application of charging plastic bags, our aim is not to prohibit, but to restrict. Our target; In 2018, it is aimed to reduce the usage value of 440 people / person to 90 pieces / person for 2019 year and 40 pieces / person for year 2025.

The sale of plastic bags, including the sale of the fee, regardless of the type of activity, including all sales points without exception, textile, toys, electronics, bakery products, clothing, food and so on will be mandatory from 1/1/2019. It cannot be provided free of charge to consumers and consumers at the points of sale of plastic bags and cannot be included in the promotion and campaign that will allow free supply. Plastic bags that are subject to pricing have to be presented as barcoded at the sales points as of 1/1/2019.

On the at least one surface of the costly plastic bags, the environmental slogan and the Zero Waste logo are used. The brands and logos of the sales points in the plastic bags cannot exceed twenty percent of the area of the single surface of the bag (excluding the handle). As sales points, as a substitute for plastic bags, paper and / or cloth and nets and similar alternatives may incorporate the reusable handling equipment into the promotion and campaign.

The base fee to be applied to plastic bags is determined by the Ministry by taking into consideration the proposal of the Packaging Commission, which consists of market conditions and related sector representatives each year.

If the unit sales price of the plastic bags subject to sale is above the required costs of plastic bags (the total cost of the bags, the sum of the collection of share of the recycling), the difference is considered as income. Revenue from the sale of plastic bags is deposited in the account of the Central Accounting Office and recorded as revenue in the budget.

In order to reduce the use of plastic bags, the sales points shall be reserved with the condition that the obligations under the Packaging Waste Control Regulation are reserved; (Law No. 2872 on Environment 8)

a) Not giving plastic bags free of charge since 1/1/2019 and showing the fees collected in sales documents

b) Using written and printed visual materials intended to raise awareness of the consumer regarding the sale of plastic bags in order to protect the environment,

c) To register with the Information System and to submit the necessary statements together with the information and documents,

ç) Transferring the amount of the participation share to be calculated in accordance with the declaration of the sale of plastic bags to the account of the Central Accounting Office of the Ministry,

d) Instead of plastic bags, they are obliged to offer the use of multi-use transport equipment as an alternative to the consumer.

The period of issuance of the declarations required to be submitted in January and February of 2019 is extended to 24/4/2019 and the payment period within the scope of the recovery share payments to be paid on these statements is arranged until the end of the working hours of 30/4/2019.

They are required to make their declarations regarding the sales of plastic bags in January and February with their sales in March until 24/4/2019 and their recovery shares determined through January, February and March declarations shall be received by the date of 30/4/2019 deadline or the tax office that is subject to corporate tax is required to pay to the tax offices to be determined by the Revenue Administration for those who do not have an income or corporate tax liability on the dates specified above.

3. NYLON BAGS IN MARKETS

Since the date of 1/1/2019 plastic bags in accordance with the scope of the sales of plastic bags at the points of sale to consumers was paid. Supermarket, grocery shopping places such as people who buy bags will have to pay at least a minimum of 25 cents. Consumers who do not want to pay this fee will either take a bag or carry an alternative cloth bag with them.

At the point of sale, it will demand at least 25 Kurus from the consumer in the sale of each sachet and the u15 Kuruş will deposit into the account of the Central Accounting Office of the Ministry as the inden Recycling Participation Share Satış. The remaining 10 Kurus price will not be the profit of sales points, this amount will cover the cost of plastic bags and VAT. The revenue generated by the Recovery Participation Share will be used to support environmental projects. Thus, the pollution caused by plastic bags will be reduced and the environment will be contributed.

After the shopping, customers will be charged according to the square meter. For the sales points where it is found that the plastic bags are given free of charge, except for the storage area, an administrative fine of 10 TL shall be applied for each square meter.

In order to reduce the pollution caused by the plastic bags in the environment, this arrangement has been started to be sold at points of sale and store points and bags of bags at the points of sale.

4. VAT AND RECOVERY PARTICIPATION SHARE IN PACKAGE APPLICATION

Recycling of plastic bags, which threaten human health and the environment for centuries, is being tried to be reduced by reducing the environmental damages.

The aim is to prevent the visual and environmental pollution caused by the use of plastic shopping bags, which have been carefully emphasized all over the world, and to avoid the use of unnecessary plastic bags. edited.

It has been arranged that the plastic bags will be given to consumers or consumers at the point of sale by means of the article set out in the Environmental Law. Bag fees collected at the points of sale will be subject to 18% VAT and will be shown in invoice or invoice-like documents.

The arrangements made with the Law in question; It is decided to collect the esi recycling participation fee ında from some products and to bring the deposit application from the date of 1/1/2021 for the

packages to be determined by the Ministry. It is decided that the plastic bags will be given to the user or the consumer at the points of sale.

With the additional article 11 added to the Environmental Law, the share share will be collected from the sales points for the bags that are placed in the domestic market. The recycling participation shares shall be declared to the Ministry by the 15th of the month following the date the product is placed on the market and shall be paid to the account of the Ministry Central Accounting Office until the last day of the second month following the declaration.

In case the Ministry finds that the participation share is not declared or has been declared incomplete, it shall be notified that the share that is not declared or incomplete is declared within one month. The interest rate will be applied at the rate of delay increase for the period until the date on which the share share, which is not declared or has been declared as incomplete, is paid from the last day to be declared.

5. COMMERCIAL TRANSACTIONS AND ACCOUNTING RELATED TO PACKAGE

With the law regulated by the Environmental Law, supermarkets will be produced for the bags that are placed on the market or they will obtain the contract production by agreement with other companies.

In January 2019, the grocery store purchased a bag of 20.360 TL (18% VAT excluded) for use in the operation of (C) Pouches. (A) Grocery store sold 100% VAT other than food, and sold 2 pieces of pouches for this sale. (The cost of a bag is 0.15 TL.) The related accounting records will be as follows.

It will register 153 merchandise accounts in the 15 inventory group. 18% VAT on the bag will also be tracked in the VAT account to be downloaded.

The accounting record of the sale of the bag with the other goods will be followed by the 600 Domestic Sales account. It will register the VAT on the sale in the calculated VAT account. The cost record of the sold sachet shall be recorded in the payable account of 153 Trade goods account in the debit account of 621 Sold Commodity Cost.

In the accounting record relating to the declaration related to the bag, 760 Marketing Sales and Distribution expenses are recorded in the receivable of the account of Taxes and Funds to be paid with the difference of VAT accrual result to the debit of the account.

Tarh, Accrual and Collection

The points of sale make the declaration of the month in which the sale of plastic bags are made, through the Information System, between one and fifteen of the following month. The amount of the participation fee of the recovery fee to be paid by the sales point is calculated in the Information System. The share participation share declared by the sales point to the Information System shall be deposited to the account of the Ministry Central Accounting Office until the last day of the second month following the declaration period. (Article 13 of Environmental Law No. 2872)

With the new regulation, the date of 24.04.2019 is to be given in January, February and March of 2019 and the date of 30.04.2019 to be paid on the basis of these declarations is 30.04.2019.

The payment of the recovery fee is recorded on the debit side of the Taxes and Funds Account to be paid and is deducted from this account upon payment.

6. NON-MONETARY FACTORS IN THE PACKAGE APPLICATION

The issue of plastic bags is an issue discussed not only in our country, but also all over the world. While some countries choose the way of prohibition or tax imposition, some countries focus on consumer awareness and recycling rather than prohibiting them. In contrast to countries where plastic bag use is prohibited, it is observed that plastic consumption increases.

It has become indispensable for our shopping with the use of plastic bags in the market, in the market and in the market. Charging the bags with the law caused the reaction of consumers. Consumers who do not want to pay a bag at the points of sale, how to carry the products they receive in the market is a problem. Consumers either carry pouches or find an alternative solution

Consumers who do not want to take pouches enter into a dispute with the cashier at the points of sale and there is a problem between the cashier and the customer. Consumers do not want to advertise the brand of the brand on which they buy their shopping bags and do not take nylon bags as a reaction. At the cashier point, he wants the cashmere to supply these to the white bags, cartons or cloth bags, and so on.

It is aimed to start the sale of mesh and cloth bags at the store entrances and cash points, to reduce the use of plastic bags and to contribute to the recycling. With this regulation, consumers should be aware and reduce the damage caused by plastic bags to the environment.

Water, soft drinks and packaging waste of alcoholic beverages are also required to be added to the bag in terms of environment. Emergency measures should be taken.

CONCLUSİON

Packaging waste polluting the environment is very high. The most striking examples are plastic bags and packaging wastes. Bag and packaging waste can be minimized by being charged. Legal regulations have been made to limit the consumption of plastic bags, which are important pollution factors in our country, in the consumption of the bags. In order to prevent the visual and environmental pollution caused by the use of plastic shopping bags and to avoid unnecessary plastic bag use, taxation was carried out in this direction.

Another example of a waste is the cigarette butts. Cigarette butts have created a solution to reduce the pollution of the image created in the environment. One of the most important problems in our country is the chaos created by people collecting packaging wastes in traffic.

RESOURCES

7153 Sayılı Çevre Kanunu Ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/12/20181210-4.htm (Erişim Tarihi: 04.01.2019)

13.12.21018 Tarih ve 126 No'lu Vergi Sirküleri https://www.verginet.net/dtt/11/Vergi-Sirkuleri-2018-126.aspx

Koç, Şevket, 2019, Poşet Beyannamesi- Poşet Ücreti, http://www.sevketkoc.com/2019/01/poset-beyannamesi-poset-ucreti/ (Erişim Tarihi: 10.01.2019)

TÜRMOB, Poşet Ücreti ve Geri Kazanım Katkı Payı Özel Mevzuat Sirküleri 2019/20, https://www.turmob.org.tr/ekutuphane/detailPdf/87feae6b-5633-4f6d-8ac19eadcc3dc7c6/03-01-2019-20 (Erişim Tarihi:11.01.2019)

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Social Media Economics

Full Text / Tam Metin

Süleyman Yükçü[1], Esma Gülşah Taner[2]

Abstract

Introduction: *Internet technologies have experienced great developments, especially after the 2000' s. According to these developments, social media platforms have become the most used tool in interpersonal communication. These platforms which were used as hobby in their early days, have gained the ability of being income generating activities with widespread use. Users can get a share of the advertising revenues due to the monitoring of the contents they prepared. In this aspect, social media has also led to the development of new business areas and production-consumption relations. Social media has brought a new dimension to the communication sector, has created to a new economy, in other words the social media economy. Social media economy formed differently than the traditional economy, this economy's' is the most important production factor: intellectual capital and knowledge. In this study being examined; the development of the social media economy, examples of social media platforms, working methods, cost-benefit analysis of income and the tax effect of revenue.*

Key words: *New Economy, Social Media Economics, Social Media Networks, Youtube, Instagram, Cost- Benefit Analysis*

JEL Classification Codes: *M37, M41*

Özet

Giriş*: İnternet teknolojisinde özellikle 2000'li yıllardan sonra büyük gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda günümüzde İnternet kullanımının geldiği noktada sosyal medya platformları, kişiler arası iletişimde en yaygın kullanılan araç haline gelmiştir. İlk zamanlarında hobi olarak kullanılan bu platformlar yaygınlaşan kullanım ile gelir getirici faaliyet olma niteliği kazanmıştır. Kullanıcılar hazırlamış oldukları içeriklerin izlenmesi sonucu elde edilen reklam gelirlerinden belli oranlarda pay alabilmektedirler. Bu yönüyle sosyal medya yeni iş alanlarının ve üretim-tüketim ilişkilerinin gelişmesine de neden olmuştur. İletişim sektörüne yeni bir boyut kazandıran sosyal medya yeni bir ekonomi, bir başka deyişle sosyal medya ekonomisini doğurmuştur. Sosyal medya ekonomisi geleneksel ekonomiden farklı bir şekilde oluşmaktadır, bu ekonomi de en önemli üretim faktörü entelektüel sermaye ve bilgidir. Bu çalışmada, sosyal medya ekonomisinin gelişimi İncelenmekte, sosyal medya platformlarından örnekler ve çalışma biçimleri ışığında fayda-maliyet analizi yapılmakta, elde edilen gelirin vergisel boyutu üzerinde durulmaktadır.*

Anahtar Kelimeler: *Yeni Ekonomi, Sosyal Medya Ekonomisi, Sosyal Medya Ağları, Youtube, Instagram, Fayda-Maliyet Analizi*

JEL Kodları*:* *M37, M41*

[1] Professor Doctor, Dokuz Eylul University, F.E.A.S. Accounting and Finance, suleyman.yukcu@deu.edu.tr
[2] Dokuz Eylul University, Institute Of Social Sciences, Accounting, esmagulsah@gmail.com

1. INTRODUCTION

As it is known, the technology that has been continuously developing has brought the New Economy which is the 5th Wave Interchange Phase. The most popular one in recent years is the social media economy. Social media has become more powerful than traditional media with both developing technology and globalization. The internet, which has been used in the last years with the active mobile phones without any time limitation, has entered every part of life and has become a daily need which people cannot give up like eating. Today, people of all ages use social media platforms to communicate with each other, to share their opinions and experiences, to obtain information, to spend their leisure time. These platforms, which allow the interaction of large masses, are gradually transformed into an economic activity and in many ways differ from the traditional economy.

The actors involved in the formation of the social media economy include companies that want to use these channels as marketing tools and agencies that serve these companies and research companies that analyze the requests and monitoring statistics of users. But nowadays, the most revenue source is the advertising revenues obtained from the monitoring of these channels. Revenues are obtained through advertisements placed by apps such as YouTube, Google, Instagram, and Facebook, and a certain amount of advertising fee is paid to the person sharing the video, but not a fixed income. With the social media economy, there are new perspectives for existing professions, various facilities have been provided and new career have been created.

In the first part of the study, the development of social media concept and the most widely used media are examined. In the second part, the benefit-cost analysis was performed over a sample of users who got advertisement income from watching videos shared on social media.In the last section, the income and the taxation of this income are discussed.

2. DEVELOPMENT OF SOCIAL MEDIA

Social media is an Internet-based group application that allows the user to create, modify, and share content created by other users (Barutçu ve Tomaş, 2013). The reasons for the rapid spread of social media and its appealing to the traditional media are examined under 4 headings.

The first one is that social media is a platform where users can communicate whenever they want, and they can cut off communication when they don't want to. The second is that users can use social media to share their experiences with other individuals and expand their networks through social media. Another is that users can come together as online producers and consumers to discuss similar interests, but also help the community increase knowledge as a result of sharing ideas on business, family, policy, hobby, fashion, art, technology or other fields. Finally, the comments and recommendations of social media users about specific products and services are considered more reliable than the comments of commercially responsible sales personnel, and as a result social media is used effectively to obtain information among users (Woodall ve Colby, 2011).

It all began in 1971 in Switzerland by electronic mail sent by researchers from ARPA (Advanced Research Projects Agency Network). The emergence of Usenet in 1980 and the World Wide Web in 1991 are among the most important milestones in the history of social networks. The first real communication action on social networks was the personal block of Justin Hall, a Swathmore University student in 1994. In 1999, Blogger and Open Diary provided people with the opportunity to write articles

on their own pages. Friendster in 2000, Friendster in 2002, Myspace in 2003, and Facebook, which is still widely used today, opened in 2004, and socialization in the digital environment is a great speed(Hayden&Tomal, 2012).

Youtube, Twitter in 2006, Tumbler in 2007, Foursquare in 2009, Google Plus in 2010, Instagram in 2012 was established and has taken its place among the important initiatives that constitute the social media economy. To be able to define an application or website that is used over the Internet as social media, it is stated that it should have the following features.

Users are independent of the publisher (Erkul, 2009).

User-sourced content

Interact between users

No time and space limitation

When the statistics about the use of social media are analyzed, it is observed that the rate of social media usage is increasing day by day and it is an indispensable part of human life. In April 2018, 83.8% of the households had access to the Internet from home, according to the results of the household information technology usage survey. Looking at TUIK 2018 data, it is seen that internet users use the internet to watch videos with 78.1% of the most share sites(eg YouTube). Today there are many social networks and they change and develop in the period. Digital Insight 's prepared "Using the Internet and Social Media Statistics 2019 Turkey"

In our country with a population of 82.4 million;

59.36 million Internet users, 72% of the population,

52 million active social media users, 63% of the population,

There are 44 million active mobile social media users who make up 53% of the population,

The most active social media platform of these users is YouTube with 92% usage. Second place is 84% with Instagram and then 83% compared to Whatsap, 82% is also on Facebook.

2.1. YouTube

Youtube is a social network that allows users to upload their own videos, watch videos uploaded by other users, make comments and participate in individual channels that they have opened with their own accounts. Established in 2006 by Paypal's former employees Steve Chen, Chad Hurley and Jawed Karim to share videos quickly and easily, the network was acquired by Google LLC in exchange for $ 1.65 million. The founders of Youtube have stated that their mission is based on four fundamental freedoms. These are; freedom of expression, freedom of opportunity, freedom of information and freedom of belonging (https://www.youtube.com/user/YouTube).

The aims of the YouTube video sharing site can be listed as follows (Alper, 2012:115); To enable the users to make their own publications and to create a communication channel between them, to allow the shared videos to be shared with the world, to recognize new people through their styles / views / abilities,

to enable them to meet their academic needs, To provide discussion and sharing of ideas with the presence of a commentary environment about video, enabling the users to spend their free time in a fun way and find videos that are relevant to their interests. Increasing the number of users quickly with continuous updates, YouTube reached 2 billion views per day in 2010. According to 2018 statistical data, the number of daily active users is 30 million and the number of daily video views exceeds 5 billion. It is the world's most popular online video community that allows millions of people to share, watch and find videos that they originally created. What makes YouTube important is that users, in other words, may be making money by interacting with the content producers and the number of subscribers. This enables both businesses and users to actively use YouTube. If we look at YouTube Usage Statistics;

YouTube, the world's second largest search engine

YouTube is the second web site that receives the most traffic after Google.

YouTube users collectively find content consuming 46 thousand years each year.

68 percent of YouTube users are watching a video to help them make a product purchase decision.

80 percent of YouTube users watching a video to purchase a product decides to watch the video at the start of the shopping process.

95 percent of the most popular YouTube videos are creating music videos.

47 percent of demand-oriented music broadcasts are being listened to on YouTube.

YouTube ads from small and medium-sized businesses have doubled since 2016.

Users prefer 4 times more YouTube to watch videos than other social networks.

YouTube users spend 180 million hours of YouTube content on their TV screens every day.

YouTube users prefer to watch YouTube tutorial videos more than 3 times instead of reading a product's user guide.

The two reasons why users watch content on YouTube are that this activity is n stimulating lem and ’entertaining (https://webrazzi.com/2019/02/25/demografiden-abone-buyumesine-one-cikan-36-youtube-istatistigi/)

2.2. Facebook

Facebook was founded in 2004 as a Facebook The Facebook tarafından by Mark Zuckerberg and his roommates. When it was founded, it was a free application designed to enable Harvard University students to communicate among themselves. In a short period of time, they have received the admiration of their users and have been outside of Harvard University. In 2005, the practice was mostly in the academic community, but in 2006 it reached its present qualities and reached the general audience (Hazar, 2011: 155-156). Notes, photos, videos, music, etc. that Facebook users use to communicate with their friends have revealed the concept of Social Sharing Site.

January 2019 According to statistics, Facebook has 43 million users (The number of Facebook users decreased by 2.3% compared to last year).

2.3. Instagram

Instagram is an application created by Kevin Systrom and Mike Krieger on 5 October 2010 to share free photos and videos on social media. In April 2012, it was purchased by Facebook for $ 1 billion. The reason why the application is so popular is that it makes the photos taken with the 11 photo filters it makes more beautiful and the users share the photos they share here in other social media (Facebook, Twitter, etc.) simultaneously. January 2019 Turkey Statistics shows that in Instagram's 38 million users.

2.4. Other Social Networks

Twitter; it is a social network where users can write shipments with the name "tweet" limited to 280 characters. Created by Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, and Evan Williams; Launched in July 2006. This application, which is one of the 10 most visited web sites in 2013, has been defined as 10 SMS of the Internet 2013. Today it is an application with 9 million users. Google Plus (Google+); Founded on 28 June 2011 as a member accepting an invitation

After 20 September 2011, membership to the site is opened for everyone over the age of 18 on condition that you use your real name. Google Plus is built on Google Profiles. Integrated with other Google projects like Google Buzz, the service includes features such as Circles, Topics, and Video Chat Rooms (https://tr.wikipedia.org/wiki/Google%2B).

LinkedIn is a professional social networking platform for people in the business world to communicate and exchange information. The website of LinkedIn, founded in 2002, was opened on May 5, 2003. LinkedIn has reached over 200 million registered users from 200 different countries in 2013 and serves in 20 languages including Turkish. It was announced that it was sold to Microsoft for $ 26.2 billion on 13.06.2016 (https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn).

3. INCOME FROM YOUTUBE

YouTube users, who are a video sharing site, can create their own channels, bookmark their favorite videos, subscribe to the channels recommended by the site, connect with social networks, see videos that are popular in the past or are popular in Youtube. Membership to this platform is free. However, they provide revenue from advertisements to cover their costs.

The first of these types of advertising; Annotation ads that appear on video while watching Youtube video. Users are directed to another Youtube video by clicking on these speech bubbles or into another scene within the video. Secondly; homepage ads are advertisements posted on the top bar on the main page and advertised on a daily booking basis. Targeting only by country. For example, if prompted for a user to log on only to display advertising Turkey, that day is divided into only brand advertisers and Turkey on all YouTube users will see the ad at the top. TrueView video ads; Ads that can be created with Google AdWords Video. The cost per watch is calculated here. Before the user will play a video in the range of 12 to 120 seconds, the user will be able to watch only 6 seconds of this ad and skip the other parts so that YouTube cannot cost this unseen part. Youtube video ads are; are ads that appear in the bottom bar when the user starts playing the video (http://www.pazarlamasyon.com).

YouTube deposits the money earned directly at any time (usually $ 100) higher than the minimum limit on the bank account of individuals. In some countries, AdSense can write checks, but many can deposit directly into the account for the negotiated bank.

In Youtube we can examine the way users use the site in 4 categories. The first of these is Youtuber. They YouTube; users who upload videos and participate in discussions within the site, are more concerned with YouTube than other user types. They define themselves as part of the YouTube community, and people who receive ad revenue from their channels are also included in this group. The second is old users; users who do not upload videos, watch videos through their accounts, and comment on videos together. Ordinary participants; users who perform private searches and surf the site without their own account. Finally active users; users who have their own accounts, usually upload videos, create their own video lists, comment on other users' videos and subscribe to YouTube channels. Active participants form a majority in YouTube (Mutlu, Bazarcı, 2018). Products offered by Youtube for users; video, what you watch, my channel, my subscriptions, social media, history and later is the watch feature.

Products offered by advertisers are; video balloon ads (Annotion), home bar ads (Masthead), and Google Adwords are the videos of advertising videos (Trueview). Other products: Fan finder, Content creation tools, Training and YouTube studio.

4. WHAT YOU NEED TO BECOME YOUTUBER, BENEFİT AND COST-CREATİNG EVENTS

First of all it is useful to remember; Youtuber refers to people who regularly produce content on YouTube and are primarily referred to by their content for YouTube, Influencer can be called. YouTuber concept has brought with it the concept of Vlogger. Vlogger is the abbreviation of the word kişi video-logger. It means the person who created the videos. Vloggers and Bloggers do the same thing, but instead of writing their content, they produce it. Today, the most popular Vlog channels are on YouTube (Karaçar, 2016).

Creating your own channel on YouTube will be the first step towards being Youtuber. In order to open a YouTube channel, you must first have a Google account. After entering the desired photo and channel name information in the profile opened with this account, the channel will be ready for use. The key point here is to determine the subject of the channel. YouTube channels popular in our country include; Game, Information, Fashion-Make-up, Cooking, Trip, Sport, Music, Review, Do-it-Yourself, Paranormal Events. In addition to these, channel content can be produced in the desired subject. After creating a channel with a personal Google account and determining the subject, the necessary equipment should be researched, provided and a suitable environment should be created. These equipment are; internet connection, desktop or laptop with good operating system, voice recorder, video editing-mounting program, camera, tripod, GoPro etc.

In order to subscribe to the channel community, it is enough to have a Gmail account and log in to the site via this account. After this login, it is possible to subscribe to the channel by clicking on the yük Subscribe unan button at the bottom of the video content and receiving an e-mail message with the Gmail account when the video is uploaded to the member channel.

In this study, Enes BATUR, which is published in the category of How to & entertainment & Game; Ruhi ÇENET, who made publications in the education category as unknown in the history, paranormal

events, interesting information; fashion, beauty, shopping and daily life will be modeled on the channel of Danla Bilic.

4.1. Who is Enes BATUR, what is the benefit and cost of the channel?

Enes Batur SUNGURTEKİN was born on 9 April 1998 in Antalya. In 2012, he announced his name in the world of Youtube with his computer and game consoles reviews. BATUR, a popular name in a short time; A wide range of games, comedy and entertainment videos are still going-on today. The channel opened on November 18, 2012 has 9,942,768 followers as of March 2019. Since its inception, it has received a total of 4.468.197.506 times of video viewing. Enes Batur, who joined YouTube on November 18, 2012 and produced game videos, uploads videos to YouTube every day. The general data of the channel from the date of participation until 25.03.2019 is shown in the table below.

He started his career as a hobby at home with videos he had taken at a young age. Today he has become a career-maker with a growing channel community and YouTube's business partner status. (Guler, 2018: 6).

Channel Type	**Games,Entertainment, Comedy**
Year of foundation	**18 November 2012**
Numberof Subscribers	**9.942.492**
Video Views	**4.468.147.015**
Number of videos uploaded	**1.751**

(https://socialblade.com/youtube/user/newdaynewgame)

4.2. Who is Ruhi ÇENET, what is the benefit and cost of the channel?

Ruhi Çenet was born on October 20, 1990 in Aydın. He spent his childhood in Manisa and Bandırma. He went to India in 2007 for education and stayed there for 5 years. Hindistan'da edindiği tecrübelerle videolar çekmeye ve bu videoları Ruhi Çenet Videoları adıyla 19 Eylül 2012 tarihinde açtığı Youtube kanalından yayınlamaya başlamıştır(Işık,2018:389). The channel has 3,522,305 followers as of 2019 and the number of videos it shares is 441,336,139 201 Youtube's top 5000 list is 1590 by subscriber number, 5.372 by number of views. is located in. Turkey is the seventh most most subscribers, Youtube channel.

	COSTS (per year)	**BENEFITS (Year)**
Fiber Internet - Unlimited	**150 TL - 214 TL**	
Computer	**10.000 TL - 38.000 TL**	
Camera/Camera Equipment	**5.000 TL - 25.000 TL**	
Video Editing Program	**500 TL - 3.000 TL**	
Microphone/Voice Recorder	**200 TL-2.000 TL**	
Lighting system	**300 TL – 1.500 TL**	
Studio Expenses	**180.000 TL – 300.000 TL**	
Studio Team	**120.000 TL – 600.000 TL**	
GoogleAdsense Advertising		**1.930.500 TL - 5.600.000 TL**
Brand Collaborations		**20.500 TL – 210.000 TL**

Cost-saving events for the Ruhi ÇENET channel: internet connection, computer, camera, camera equipment, installation programs, voice recorder-microphone, tripod.

When we look at the benefits, Google Adsense ad revenue comes first. Later on, it has collaborations with brands and a training package for YouTuber which it sells in Udemy. In Udemy, he has filmed all YouTube experience and techniques he has learned over 6 years in 41 videos and sells these videos for 5 hours in total for 200 TL.

Channel Type	**Interesting Information - Documentary-History- Paranormal Events**
Year of foundation	**3.527.547**
Numberof Subscribers	**442.281.907**
Video Views	**285**
Number of videos uploaded	**19 September 2012**

	COSTS (per year)	**BENEFITS (Year)**
Fiber Internet - Unlimited	**150 TL - 214 TL**	
Computer	**10.000 TL - 38.000 TL**	
Camera/Camera Equipment	**5.000 TL - 25.000 TL**	
Video Editing Program	**1.000 TL - 5.000 TL**	
Microphone/Voice Recorder	**200 TL-2.000 TL**	
Lighting system	**300 TL – 1.500 TL**	
Green Screen	**100 TL – 480 TL**	
GoogleAdsense Advertising		**141.900 TL – 2.271.500 TL**
Udemy Training Program		**200.000 TL – 1.000.000 TL**

4.3. Who is Danla BİLİC, what is the benefit and cost of the channel?

Danla Bilic was born on 5 October 1994 in Kütahya. She is continuing her education in Beykent University, Psychology Department. The real name is Neslihan Damla Akdemir. The world famous social media platform YouTube has also shared the love of many audiences with the make-up videos they shared. With his sincere and natural personality, he had a million followers in a short period of time. Bilic, who has attracted attention with the names she gave to the videos she shared, started to make sales over the internet by creating her own make-up brand https://www.haberler.com/danla-bilic/biyografisi/

Danla BİLİC's YouTube channel features many different content, including make-up, skin care, fashion, and make-up and chat videos from various well-known names, shopping and collaborations with brands operating in this product group, where favorite products are used every month by YouTuber.

Cost-creating events in the channel; internet connection, computer, camera, camera equipment, installation programs, voice recorder-microphone, tripod and video shooting spon-uncontrolled makeup products.

Benefit events; Google Adsense advertising revenue, brand collaboration with brands, Danlabilic makeup brand name.

Channel Type	**Fashion, Make up, Shopping**
Year of foundation	**2.045.529**
Numberof Subscribers	**277.369.084**
Video Views	**116**
Number of videos uploaded	**6 November 2016**

	COSTS (per year)	**BENEFITS (Year)**
Fiber Internet - Unlimited	**150 TL - 214 TL**	
Computer	**10.000 TL - 38.000 TL**	
Camera/Camera Equipment	**5.000 TL - 25.000 TL**	
Video Editing Program	**1.000 TL - 5.000 TL**	
Microphone/Voice Recorder	**200 TL-2.000 TL**	
Lighting system	**300 TL – 1.500 TL**	
Studio Expenses	**150.000 TL – 280.000 TL**	
Studio Team	**120.000 TL- 360.000 TL**	
GoogleAdsense Advertising		**73.150 TL – 1.172.600 TL**
Brand Collaborations		**50.000 TL – 1.000.500 TL**

5. TAX DİMENSİON OF İNCOME FROM YOUTUBE

Video sharing via Youtube and other social platforms was firstly made by everyone for hobby purposes, but today it has become an income generating activity for some people. This section called bu Youtuber "; they upload their videos to the internet via YouTube and take a share of the advertising revenue from monitoring these videos. In our country, activities organized by İŞKUR through university contact points Trainings on "Digital Entrepreneurship-and ere How to Be YouTuber' were launched by students from Google in Bursa, Kayseri, Van, Gaziantep, Samsun and Antalya (İŞKUR, Kurumsal Mali Durum ve Beklentiler Raporu, 2017).If the income is collected individually by uploading videos to social platforms, the self-employment earnings with labor crop are mentioned but the equipment used beyond individuality, if there are services from persons or institutions with different fields of expertise, show that there is a mixture of capital in the activity and cause the income obtained to be taxed under the name of commercial gain.People who upload videos to the Internet in order to generate revenue via Youtube must register and submit their tax returns even if they cannot earn income. Otherwise, it will be possible to bring back the special irregularity penalty to the historical rights and referral to the appreciation commission for the base assessment (449 No'lu VUK Genel Tebliği).

The Revenue Administration is monitored by the Revenue Administration in terms of real people who receive ad revenue from Youtube and Google accounts, and the actual activity tax registration service is opened. The agreement to be made with Revenue Administration is regulated on the internet. There is no continuous commitment between social partners and the institution. For this work, a fixed price is not foreseen and the advertising element is paid according to the number of views, and it is requested to pay taxes to be made according to the number of advertisers who will make social sharing (http://www.gib.gov.tr/internetteki-sosyal-paylasim-siteleri-uzerinden-reklam-paylasimlarina-gore-kisilere-yapilan).

Being under the age of 18 does not prevent the payment of taxes. In Article 9 of the Tax Procedure Law; Legal competence is not required for tax liability and tax liability. In Article 10 of the same Law; In the case of taxpayers or taxpayers of legal entities, minors and limited persons, non-legal entities such as foundations and communities, he duties assigned to them are carried out by the legal representatives, by the non-legal entities and by their representatives, if any.

CONCLUSION

According to the Code of 448 serial no; Special irregularity penalties have been determined for not having given electronic declarations and notifications to those who have a liability for the past in terms of VAT and temporary tax.

Technological developments in recent years have also affected the field of communication. It has created an environment for the traditional media to lose its function and the development of new media based on the internet. The new media, unlike traditional media, is consumption-oriented. In the new media, today's social media, millions of users can participate freely in content production without experiencing commercial pressure and profit concerns. There is no time and space limitation in content production.The most effective income item of social media is advertising revenue. Content producers now earn more than large industrial firms. This shows that social networks make a great contribution to

the economy.Social media practices show us that there are business lines that cannot be imagined. Just keeping up with the pace of the digital age and keeping abreast of developments will be insufficient in the near future. For this, we can make preparations now, Turkish YouTube etc. We can take part in the scene with applications.

REFERENCES

449 No'lu VUK Genel Tebliği

AKTAN C., VURAL Y. (2013), Bilgi Toplumu, Yeni Temel Ekonomiler ve Yeni Ekonomi, (Yayınlanmamış çalışma).

BARUTÇU S., TOMAŞ M. (2013), Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü, 8.

ERKUL, R. E. (2009), Sosyal medya araçlarının (web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği, Türkiye Bilişim Derneği Dergisi, Sayı 116, 96-101.

GÜLER M. (2018), Actors Of Digitalized Capitalism: YouTubers Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü,Antalya.

HAYDEN B., TOMAL R. (2012), A History of Social Media, https://www.copyblogger.com/history-of-social-media/

IŞIK M. (2018), Yeni Medyanın Yeni Yıldızları YouTuberların Türkiye'deki Genel Görünümü, 1st International CICMS Conference Proceedings, Kuşadası, 389.

İŞKUR, Kurumsal Mali Durum ve Beklentiler Raporu, 2017

Karaçar, E. (2016), Vlogger Nedir & Nasıl Olunur? http://www.ebrukaracar.com/genel/vlogger-nedir-nasil-olunur-bolum-1/

UZGÖREN E., KORKMAZ İ. (2015), Sosyal Medya Ekonomisinin Mikro İktisadi Temelleri Üzerine Bir İnceleme, Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi.

WOODALL G., COLBY C. (2011). The Results are in: Social Media Techniques vs. Focus Groups for Qualitative Research, MRA'S Alert! Magazine, 23-27.

http://www.pazarlamasyon.com

https://socialblade.com/youtube/user/newdaynewgame

https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn

https://www.youtube.com/user/YouTube

https://webrazzi.com/2019/02/25/demografiden-abone-buyumesine-one-cikan-36-youtube-istatistigi/

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bitcoin'de Hafta Sonu Etkisinin Araştırılması

Full Text / Tam Metin

Emre KAPLANOĞLU [1], M. Yılmaz İÇERLİ [2]

Özet

Giriş*: Davranışsal finans yazınında takvim etkisiyle ölçülmek istenen belirli bir gün, hafta, ay, mevsim veya dönemin ortalamadan sapması, bir başka ifadeyle anomalinin varlığıdır. Hafta sonu anomalisi bir takvim etkisidir. Piyasalar hafta sonu kapalı olduğu ve piyasaları etkileyecek bilgi akışının hafta sonları da devam ettiği üzerinde durarak Cuma ve Pazartesi günlerindeki getiri farklılıklarında anomalinin varlığı araştırılır. Cumartesi ve Pazar etkisi doğal olarak finansal piyasalarda işlem olmadığından incelenememiş, genellikle kapanış ve açılış günleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Ancak yeni nesil para olarak görülen kripto paralar haftanın yedi günü yirmi dört saat işlem görmektedir.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı, en çok piyasa değerine sahip kripto para olan Bitcoin'in Cumartesi ve Pazar anomalisinin varlığını güç oranı yöntemine göre araştırmak, Cumartesi ve Pazar günleri ile Cuma ve Pazartesi günleri karşılaştırmak ve bulgular neticesinde öneriler getirmektir.* ***Yöntem:*** *Hafta sonu anomalisinin varlığını tespit etmek için güç oranı yöntemi kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Bitcoin'in Cumartesi, Pazar ve Pazartesi günü anomalisinin varlığı tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Anomali, Hafta Sonu, Kripto para, Bitcoin, Güç Oranı Yöntemi*

Research of Weekend Anomaly of Bitcoin

Abstract

Introduction: *In behavioral finance literature, a certain day, week, month, season or period deviation from the average is expected to be measured by the effect of calendar. Weekend anomaly is a calendar effect. The markets are closed at the weekend and the flow of information on the markets continue on weekends. The effect of Saturday and Sunday was not examined in financial markets and therefore it was tried to evaluate closing and opening days. However, crypto coins, which are seen as new generation money, are traded twenty-four hours seven days a week.* ***Aim:*** *The aim of this study is to investigate the existence of the Saturday and Sunday anomaly of Bitcoin, which has the biggest market value cryptocurrency, according to the power ratio method.* ***Method:*** *The power ratio method was used to find weekend anomaly of Bitcoin.* ***Findings:*** *For Bitcoin, the presence of anomaly was found on Saturday, Sunday and Monday.*

Keywords— Anomaly, Weekend, Crypto Currency, Bitcoin, Power Ratio Method

JEL Classification Codes: *G14, G15, G19*

[1] Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Bergama Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, İzmir/Türkiye, emre.kaplanoglu@ege.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman, Aksaray/Türkiye, yilmazicerli@aksaray.edu.tr

1. GİRİŞ

Etkin piyasalar hipotezinde mevcut bilgi kullanılarak piyasa getirisi üzerinde bir kazanç elde edilemeyeceğini varsayılmaktadır. Piyasaların etkinliği kavramı yatırımcıların karar alırken sahip oldukları bilgiye göre zayıf, yarı güçlü ve güçlü formda etkin piyasalar olmak üzere incelenmektedir (Fama, 1970:383-387). Etkin piyasalarda fiyatlar rassal oluştuğu için ortalama getirinin üzerinde kazanç sağlanması mümkün olmamakla beraber bunun farklılaştığını gösteren çalışmalar yapılmıştır. Davranışsal finansta ortalamadan veya standarttan farklılaşma anomali olarak ifade edilmektedir. Anomaliler fiyat anomalisi ve takvim anomalisi olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Takvim anomalisinde gün, ay, hafta, tatil, hafta sonu ve mevsim gibi dönemlerde elde edilen getirilerin ortalamadan farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmaktadır. Hafta sonu etkisi de davranışsal finansta incelenen dönemlerden biridir. Piyasaların Cuma günü kapanış fiyatları ile piyasaların kapalı olduğu Cumartesi ve Pazar günlerinde gelen bilginin Pazartesi günü kapanış fiyatlarında bir etkisinin olup olmadığı genellikle araştırma konusudur. Ancak yeni nesil şifrelenmiş (kripto) paralar piyasasında yedi gün yirmi dört saat işlem yapılabilmektedir. Kendilerine özgü piyasalarda alınıp satılmaya başlanan ve ticarette bir değer mübadele aracı olan kripto paralara her geçen gün ilgi artmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, en fazla piyasa değerine sahip Bitcoin'de güç oranı yöntemini kullanarak Cumartesi ve Pazar etkisini araştırmaktır. Geleneksel davranışsal finans teorisinde hafta sonu etkisi olarak Cuma ve Pazartesi etkisi de ayrıca güç oranı yöntemiyle hesaplanmış, Cumartesi ve Pazar günleri için hesaplanan oranlarla karşılaştırılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bitcoin'de haftanın günü inceleyen Kurihara ve Fukushima (2017) 2010-2016 yıllarının iki dönemde farklılaştığını, ilk dönemde zayıf etkin olan Bitcoin'in hafta sonlarında anomali gösterdiğini ancak ikinci dönemde zayıf etkinliğin ortadan kalktığı sonucuna ulaşmışlardır. Caporale ve Plastun (2017) Litecoin, Ripple, Dash için pazartesi anomalisine rastlamazken Bitcoin'de Pazartesi anomalisinin bulunduğunu belirlemişlerdir. Baur vd. (2017) Bitcoin'de saat, gün ve ay etkisini incelemişler ve Bitcoin piyasasının etkin olduğunu bulmuşlardır.

Bu çalışmada yöntem olarak kullanılan güç oranı yöntemi de ülkemizde zaman etkisini inceleyen birçok çalışmada kullanılmıştır. Ege vd. (2012) 2001-2011 döneminde BIST-30 ve BIST-50 endeksinde güç oranı yöntemine göre Ocak ayı anomalisinin bulunduğunu ifade etmişlerdir. Aytekin ve Sakarya (2014) XUTUM, XU100, XU030, XUSIN, XGIDA, XTAST, XMESY, XUHIZ, XUMAL ve XHOLD endekslerinde güç oranı ve tek yönlü varyans analiziyle Ocak ayı anomalisi olduğunu bulmuşlardır. Yiğiter ve Ilgın (2015) BIST-100 endeksinde 2008-2014 döneminde Ocak Ayı anomalisini güç oranı yöntemiyle test etmişler ve yedi yıllık dönemin beş tanesinde Ocak ayı etkisini belirlemişlerdir. Turaboğlu ve Topaloğlu (2017) 1989-2015 dönemi BIST-100 ve 1998-2015 dönemi BIST-Tüm Endeksinde güç oranı yöntemiyle Ocak, Haziran ve Eylül aylarında anomaliyi araştırmışlar ve her iki endekste de anomali etkisinin ilgili aylar için bulunduğunu tespit etmişlerdir.

3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamına kripto paralar girmektedir. En fazla piyasa değerine sahip on kripto para Tablo 1'de verilmiştir (Coinmarketcap, 2019).

Tablo 1: En Fazla Piyasa Değerine Sahip Olan İlk On Kripto Para

Kripto Para	Sembol	Dolaşımdaki Arz (Adet)	Piyasa Değeri (Dolar)
Bitcoin	BTC	17.605.475	70.971.458.046
Ethereum	ETH	105.354.872	14.550.311.386
Ripple	XRP	41.666.017.553	13.054.298.902
Litecoin	LTC	61.008.761	3.730.103.204
EOS	EOS	3.339.037.467	906.245.118
Bitcoin Cash	BCH	2.946.837.143	17.688.050
Binance Coin	BNB	141.175.490	2.150.182.073
Stellar	XLM	19.225.306.519	2.075.023.011
Tether	USDT	2.020.708.392	2.036.321.467
Tron	TRX	66.682.072.191	1.612.078.450

Kaynak: Coinmarketcap, 2019.

En fazla piyasa değerine sahip olan kripto paranın Bitcoin olduğu belirlenmiştir. Bitcoin'in günlük kapanış verileri Yahoo-finance web sitesinden elde edilmiştir. Bitcoin için araştırmanın kapsadığı tarih 01/01/2011 ile 31/12/2018 aralığıdır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada günlük kapanış fiyatlarına göre Bitcoin'in getirilerinin doğal logaritmaları hesaplanmıştır. Günlük getirilerin doğal logaritmasının hesaplanması Denklem 1'de verilmiştir (Atakan, 2008:103; Karcıoğlu ve Özer, 2017:461).

$$G = \left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right) \quad (1)$$

Denklem 1'de,

G = Getiri Oranı,

Pt = t dönemindeki kapanış fiyatı,

Pt-1 = t-1 dönemindeki kapanış fiyatıdır.

Bitcoin'de gün anomalisi bulurken getirilerdeki negatif etkiyi ortadan kaldırmak amacıyla Güç Oranı Yöntemi (Power Ratio Method) kullanılmıştır (Gu, 2004:6). Gu (2004) denklemlerinden yararlanılarak Denklem 2, Denklem 3 ve Denklem 4 oluşturulmuştur.

Rgj = (1+İlgili günün getirisi)^7 (2)

Rgy = (1+haftanın getirisi) (3)

$$Güç\ Oranı_g = \left(\frac{R_{gj}}{R_{gy}}\right) \quad (4)$$

İlgili yıldaki haftanın günlerinin getirileri Denklem 1'e göre hesaplanmış ve o yılın günlerinin ortalamaları alınarak gün bazında yıllık ortalama değerler bulunmuştur. Örneğin 2018 yılındaki tüm Cumartesi günlerinin getirileri Denklem 1'e göre hesaplanmış ve bu getirilerin ortalaması alınarak 2018 yılı için ortalama Cumartesi günü getirisi bulunmuştur.

Diğer günler için de benzer hesaplama yapıldıktan sonra haftanın ortalama getirisi hesaplanmış ve bu getiriden Cumartesi gününün (hesaplanmak istenen gün) getirisi çıkartılarak Denklem 3'te yer alan haftanın getirisi elde edilmiştir. Rgj hesaplanırken değerin pozitif çıkması ve haftadaki gün sayısı nedeniyle 7. kuvveti alınmıştır. Rgy değeri de formülasyon sonucu sıfırdan farklı bir değer alacaktır.

Güç oranı (Rgj/Rgy) 1'e eşit olduğunda incelenen günün getirisinin diğer günlerin getirilerinin ortalamasıyla aynı olduğu, 1'den küçük olduğunda incelenen günün getirisinin diğer günlerin getirilerinin ortalamasından daha düşük olduğu ve 1'den büyük olduğunda incelenen günün getirisinin diğer günlerin getirilerinin ortalamasından daha büyük olduğu anlamına gelmektedir. İlgili günde anomaliden söz edebilmek için incelenen dönem sayısının yarısından fazlasında Rgj/Rgy değerinin 1'den büyük olması gerekmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bitcoin'in ortalama günlük getirileri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Bitcoin'in Ortalama Günlük Getirileri

Kripto Para	Sembol	Yıllar	Cuma	Cumartesi	Pazar	Pazartesi
		2011	0,008	0,016	-0,017	0,022
		2012	-0,013	0,017	0,002	0,004

Bitcoin	**BTC**	2013	0,022	0,025	0,008	0,009
		2014	-0,008	-0,009	0,017	-0,025
		2015	-0,011	-0,003	0,010	0,000
		2016	0,004	0,009	0,001	-0,001
		2017	0,000	-0,001	0,005	0,018
		2018	0,000	0,004	-0,003	-0,008

Tablo 2'deki ortalama günlük getiriler Denklem 2'te yerine koyularak Rgj değerleri hesaplanmıştır. Bitcoin'in Rgj değerleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Bitcoin'in Rgj Günlük Değerleri

Kripto Para	**Sembol**	**Yıllar**	**Cuma**	**Cumartesi**	**Pazar**	**Pazartesi**
Bitcoin	**BTC**	**2011**	1,061	1,117	0,889	1,167
		2012	0,911	1,123	1,017	1,029
		2013	1,166	1,188	1,060	1,064
		2014	0,948	0,942	1,125	0,837
		2015	0,927	0,981	1,071	1,000
		2016	1,031	1,062	1,005	0,992
		2017	0,997	0,995	1,032	1,130
		2018	1,002	1,031	0,977	0,946

Tablo 2'deki günlük getiriler Denklem 3'te yerine koyularak Rgy değerleri hesaplanmıştır. Bitcoin'in hesaplanan Rgy değerleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Bitcoin'in Rgy Günlük Değerleri

Kripto Para	**Sembol**	**Yıllar**	**Cuma**	**Cumartesi**	**Pazar**	**Pazartesi**
Bitcoin	**BTC**	**2011**	0,999	0,992	1,024	0,985
		2012	1,016	0,986	1,000	0,999
		2013	0,989	0,986	1,003	1,002

		2014	1,005	1,006	0,980	1,023
		2015	1,012	1,004	0,991	1,001
		2016	0,998	0,994	1,001	1,003
		2017	1,008	1,008	1,003	0,990
		2018	0,996	0,992	1,000	1,004

Tablo 3'teki Rgj değerleri ve Tablo 4'teki Rgy değerleri Denklem 4'te yerine koyularak günlük güç oranları (Rgj/Rgy) hesaplanmıştır. Bitcoin için hesaplanan Güç Oranları Tablo 5'da verilmiştir.

Tablo 6: Kripto Paraların Günlük Güç Oranları

Kripto Para	**Sembol**	**Yıllar**	**Cuma**	**Cumartesi**	**Pazar**	**Pazartesi**
Bitcoin	**BTC**	2011	1,062	1,126	0,868	1,184
		2012	0,897	1,139	1,016	1,030
		2013	1,179	1,205	1,057	1,061
		2014	0,943	0,936	1,148	0,818
		2015	0,916	0,978	1,081	0,999
		2016	1,033	1,069	1,004	0,989
		2017	0,989	0,987	1,029	1,142
		2018	1,006	1,039	0,978	0,942
BTC için Güç Oranı 1'in Üzerinde Olan Toplam Yıl Sayısı			***4***	***5***	***6***	***4***
BTC için Anomali VAR/YOK			***YOK***	***VAR***	***VAR***	***YOK***

SONUÇ

Güç oranı yöntemine göre ölçüm yapılan zamanın, Tablo 6'da güç oranı hesaplanan günün değerlerinin 1'in üzerinde olması diğer günlerden daha yüksek getiri elde edildiğini göstermektedir. Ancak bu koşul tek başına anomaliden söz edebilmek için yeterli değildir. İkinci koşulda incelenen dönemde dönem sayısının yarısından fazlasında da değerin 1'in üzerinde olması gerekmektedir. BTC için incelenen 8 yılın (2011-2018) Cumartesi ve Pazar günlerinin güç oranının hem 1'in üzerinde hem de Cumartesi (5 yıl) ve Pazar (6 yıl) günlerinin incelenen dönemin yarısından fazla olduğu bulunmuştur. BTC'de Cumartesi ve Pazar anomalisi vardır. Cuma ve Pazartesi günlerinde araştırılan dönemin yarısında güç

orenı 1'in altında olduğu bulunsa da incelenen dönemin yarısından fazla olmadığı için bu günler için anomaliden mutlak anlamda söz etmek mümkün olmamaktadır.

Kripto paraların henüz yakın tarihlerde birçoğunun işlem görmeye başlaması nedeniyle elde edilen verinin az olması çalışmanın kısıtlarındandır. Dönemin ve dolasıyla verinin artışının sonuçları değiştireceğini düşünüyoruz. Diğer taraftan günlük anomaliyi belirlemek için kullanılan Gu (2004)'teki güç oranı yönteminin hangi günler arasında farklılaştığını bulmak için değiştirilerek uygulanabileceği tarafımızca önerilmektedir.

KAYNAKLAR

ATAKAN, T. (2008), "İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda haftanın günü etkisi ve Ocak ayı anomalilerinin ARCH-GARCH modelleri ile test edilmesi", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt:37, Sayı:2, 98-110.

BAUR, D. G., CAHILL, D., GODFREY, K., LIU, Z.F. (2017), "Bitcoin Time of Day, Day of Week and Month of Year Effects in Returns and Trading Volume" http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3088472

CAPORALE, G.M., PLASTUN, A. (2017), "The Day of The Week Effect In The Crypto Currency Market", Discussion Papers, DIW Berlin, German Institute for Economic Research.

Coinmarketcap. (2018). Cryptocurrency Market Capitalizations. https://coinmarketcap.com/coins/views/all/, Erişim Tarihi: 23.03.2019

FAMA, F.E. (1970), "Efficient Capital Markets: A View Theory and Empirical Work", The Journal of Finance. Vol:25, No:2, 383-417.

GU, A.Y. (2004), "The Reversing weekend Effect: Evidence from the U.S. Equity Markets", Review of Quantitative Finance and Accounting, 22(1), 5-14.

KARCIOĞLU, R., ÖZER, N. (2017), "BIST'de Haftanın Günü ve Tatil Etkisi Anomalilerinin Getiri ve Oynaklık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi", Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:7, Sayı:14, 457-483.

KURIHARA, Y., A. FUKUSHIMA (2017), "The Market Efficiency of Bitcoin: A Weekly Anomaly Perspective", Journal of Applied Finance & Banking, vol. 7, no. 3, 57-64.

Yeni Medya Uygulaması Olarak Crowdsourcing Kavramı

Sevil Bektaş Durmuş[1]

Özet:

İnternetle birlikte iletişim ve bilgi çağı olan 21. Yüzyılda zaman ve mekan kavramı farklılaşmış, yeni medya teknolojileri ile alışkanlıklarda ve iş yapma şekillerinde değişiklikler meydana gelmiştir. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde önce bilgi paylaşımı yaygınlaşmış ve zamanla web 2.0 uygulamaları sayesinde insanların duygu ve düşüncelerini özgürce ifade ettiği, paylaşımın ve tartışmanın esas olduğu bir sanal ortam oluşmuş ve kullanıcılar aktif olarak içerik üreticisi haline gelmiştir. Bu bağlamda internet kullanıcılarının içerik paylaşabildiği yeni uygulamaların başında Crowdsourcing kavramı gelmektedir. "Kitle kaynaklı çalışma", "kalabalık kaynak" olarak Türkçe'ye çevrilebilecek olan Crowdsourcing, "crowd" (kalabalık) ve "source" (kaynak) kelimelerinin birleşiminden meydana gelmekte ve nicelik olarak büyük sayılardaki insan topluluklarının ortak bir işi yapmak için kullanılmasını ifade etmektedir. 2000'li yıllardan itibaren farklı kullanım amaçlarıyla birlikte yaygın kullanılmaya başlayan Crowdsourcing kavramı, kalabalıkların gücünü ortaya koyan bir kavram olarak da literatürde yer almaktadır. Kitle kaynaklı çalışma modeli sadece web 2.0' da türetilen moda bir sözcük değil, aynı zamanda iletişim ve internet teknolojilerinin etkin bir şekilde kullanıldığı, reklam ve pazarlama alanlarında da başvurulan bir yöntemdir. Crowdsourcing, kitlelerin ortak bir değer yaratmasına ve kitleye sunulan içeriğin kitleler tarafından kendi istekleriyle içerik oluşturmasına imkan tanımaktadır. Bu çalışmanın amacı, son yıllarda Türkiye'de ve dünyada yaygınlaşmaya başlayan Crowdsourcing kavramının kullanıldığı örnek çalışmaları, nitel araştırma deseni olan "Durum (örnek) Olay Analizi" yöntemiyle inceleyerek, kavramın eksileri ve artılarını yeni medya uygulamaları üzerinden eleştirel değerlendirmeler şeklinde ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeni medya, Crowdsourcing, kalabalıkların gücü.

[1] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Türkiye, sevilbektas.durmus@yeniyuzyil.edu.tr

2001'den Günümüze Türkiye Ekonomisinin Dış Borç Görünümü

Gökhan ÖVENÇ[1]

Özet

Bu çalışmanın amacı, Türkiye ekonomisinin 2001 yılından günümüze dış diğer adıyla yabancı borç görünümünü incelemektir. Kısa vadeli borçlar, toplam borçlar, borçların döviz kompozisyonu, borçların sektörel kırılımı, toplam borçların GSYH'daki payı vs. göstergeleri üzerinden grafik ve tablolar eşliğinde Türkiye ekonomisinin genel bir değerlendirilmesi yapılacaktır. Dünya Bankası yabancı borç stoğu verilerine göre, Türkiye 2017 sonu itibariyle dünyada en yüksek dış borç stoğuna sahip 6. ülkedir. Bu altı ülke arasında dış borcun GSYH'ya oranının en yüksek olduğu ülke Türkiye'dir. 2002 yılında toplam dış borcun GSYH'ya oranı % 54 iken, bu oran 2017 yılında % 53 olarak gerçekleşmiştir. Başka bir ifadeyle, Türkiye'nin dış borcu yıllık nominal ekonomik aktivitelerle (GSYH) hemen hemen aynı oranda artmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Dış Borç, Kısa Vadeli Borç, Borcun GSYH'ya Oranı*

Jel Kodları: *F34, H63*

[1] Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, gokhanovenc@istanbul.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Selçuk Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü 4. Sınıf Öğrencilerinin Çevresel Duyarlılıklarının İncelenmesi

Full Text / Tam Metin

Sertaç GÜNGÖR [1], R. Özge GEMİCİ [2]

Özet

Giriş: *Çevresel duyarlılık çevre eğitimi ile oluşturulur. Çevre eğitimi ailede başlar ve öğrenim hayatında da devam eder. Üniversitede eğitim alan kişilerin ise çevreye daha duyarlı olmaları beklenir.* ***Amaç:*** *Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü son sınıf öğrencilerinin çevreye karşı duyarlılığını ölçmek amacıyla yapılmıştır.* ***Yöntem:*** *Öğrencilere konu ile ilgili on soru sorulmuştur. Verdikleri cevaplar doğrultusunda tablolar oluşturulmuştur.* ***Bulgular:*** *Sonuçlara bakıldığında "bazen" cevabının çoğunlukla verildiği görülmektedir. Çalışmaya genel olarak bakıldığında ise Peyzaj Mimarlığı bölümü öğrencilerinin çevreye karşı duyarlı oldukları tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Çevre Koruma, Çevresel Duyarlılık, Çevre Eğitimi, Peyzaj Mimarlığı*

Investigation of Environmental Sensitivities of 4th Grade Students of The Department of Landscape Architecture at Selçuk University

Abstract

Introduction: *Environmental sensitivity is created by environmental education. Environmental education starts in the family and continues in the education life. People who are educated at the university are expected to be more sensitive to the environment.* ***Aim:*** *The aim of this study is to measure the sensitivity of senior students in the Department of Landscape Architecture at Selçuk University.* ***Method:*** *The students were asked about ten questions. Tables were prepared according to their answers.* ***Findings:*** *When the results are considered, the answer "Sometimes" is mostly given. In general, it is determined that the students of the Department of Landscape Architecture are sensitive to the environment.*

Keywords— *Environmental Protection, Environmental Sensitivity, Environmental Education, Landscape Architecture*

[1] Assoc. Prof. Dr., University of Selcuk, Faculty of Agriculture, Department of Landscape Architecture, Konya/Turkey, sertac@selcuk.edu.tr
2 M.S. Lecturer, University of Selcuk, Faculty of Agriculture, Department of Landscape Architecture, Konya/Turkey, ozgeocak@selcuk.edu.tr

1. INTRODUCTION

With the environmental problems taking place in the global agenda more, the attitude and awareness of the people towards their environment has become more questionable. The importance of environmental education in terms of sustainability was also gained with the understanding of the importance of environmental awareness and awareness improvement in the solution and reduction of environmental problems (Oğuz et all, 2011).

Environment education; It should cover all sections of the society to inform people about the environment, to raise awareness and to give permanent behavior change. The main aim of environmental education is to help the people who pass through the education and training process to be able to exhibit responsible behaviors about the environment and to grow up as citizens who are equipped with encouraging knowledge, skills and value judgments (DPT, 1994; Çabuk and Karacaoğlu, 2003).

The three main areas for environmental education are home, local community and school. Environmental education should start at the child's home and in its immediate vicinity and be improved by the training given in formal education institutions (Tozlu 1997; Çabuk, 2001; Çabuk and Karacaoğlu, 2003).

In order to educate environmentally sensitive individuals, an education system that is active in environmental issues and responds to problems should be developed. It should be given importance to educate individuals who are respectful to each other and have human values. In this way, all elements of the environment can be fully and accurately known and provide environmentally friendly (Glover ve Deckert, 1998; Çabuk and Karacaoğlu, 2003).

Environmental awareness can be defined as willingness to take positive actions against environmental problems (Çalışkan, 2002). In this case, the development of environmental awareness in individuals can be possible by increasing the level of consciousness. Increasing the level of consciousness may be the subject of environmental education which will be given in accordance with all levels (Türksoy, 1991; Gökdağ, 1994; Çelikkıran, 1997; Kapyla and Wahlstrom, 2000). It can be said that the behaviors of individuals towards the environment are a reflection of the environmental sensitivity of the individual. In this context, the environmental sensitivity of the individuals can be determined by looking at the related to green space problems, environmental pollution, population growth and ecological balance (Çabuk and Karacaoğlu, 2003).

In the framework of formal education in Turkey, although there is no specific curriculum, the basic information about the environment are primary and secondary education programs under the different courses. As regards higher education, there is no specific environmental education policy adopted or applied nationally. Universities analyze their curriculum and content within their institutional structure. Therefore, in higher education, it is not possible to talk about a standard educational infrastructure or practice on a national scale in environmental issues. However, higher education institutions are responsible for raising individuals who have the necessary knowledge, skills and values to contribute to the improvement of the quality of life of the global community (Corcoran, 2004; Oğuz et all, 2011).

Studies on environmental education in our country have increased especially in the last decades. Most of the studies were carried out at primary and high school level (Yılmaz et all, 2002; Gökdere,

2005; Erol and Gezer, 2006; Atasay and Ertürk, 2008; Meydan and Doğu, 2008; Erdoğan et all, 2009; Çetin and Nişancı, 2010; Yurttaş and Sülün, 2010). There is a limited number of studies at higher education level (Yılmaz et all, 2002; Çelen et all, 2002; Çabuk and Karacaoğlu, 2003; Özdemir et all, 2004, Talay et all, 2004; Kavas, 2010).

The students are in contact with their teachers until they come to the university from pre-school education. As the teacher will be considered a role model, teachers should be aware of environmental issues and have a positive attitude about the environment. Prospective teachers should have a better education because they are teachers of the future. According to this, "Environmental Education" courses must be included in university undergraduate programs (Uyanık, 2017).

The aim of this study was to determine the level of awareness, attitudes and behaviors of students in higher education on environmental issues. For this purpose, a research has been carried out to determine the environmental awareness and awareness of the senior students of Selcuk University Landscape Architecture department.

2. METHODOLOGY

The research was carried out with the 4th year students of Selcuk University Landscape Architecture Department in the fall semester of 2018-2019 academic year. The method was based on Güngör and Güngör 2018. Data were collected by survey. The participants were asked ten questions about environmental sensitivity.

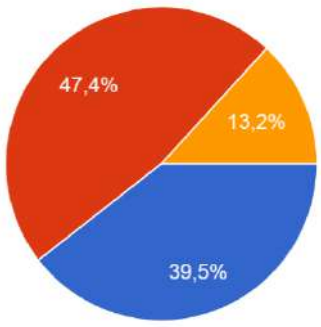
3. CONCLUSION

The average age of participants was 22, %60 were female, 100% of the participants define landscape architecture as "a profession that regulates natural and cultural resources and the physical environment for human benefit."

3.1. Questionnaire Results

The questions asked and the percentages of the answers are given below:

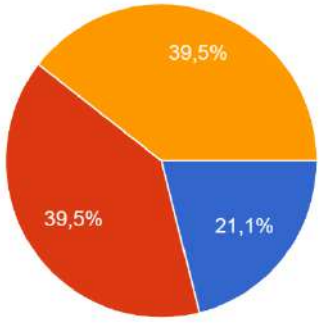
1st. Question: Do you take care not to use the consumer goods containing harmful substances to the ozone layer?



Yes: %39,5 Sometimes: %47,4 No: %13,2

Table 3.1. Percentages of participants who try not to use consumer goods containing harmful substances to the ozone layer

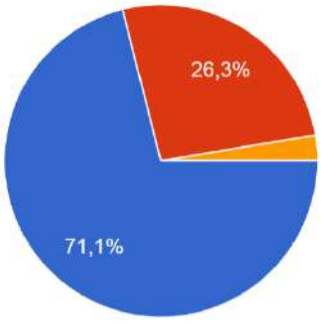
2nd. Question: Even if you have your own car, do you use public transport by considering not to cause air pollution?



Yes: %21,1 Sometimes: %39,5 No: %39,5

Table 3.2. Percentages of using public transport to avoid air pollution, even if participants have their own cars

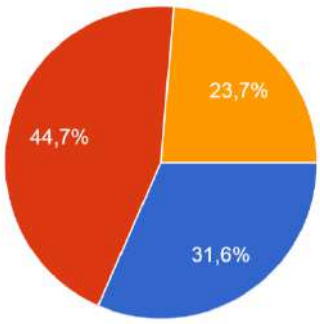
3rd.Question: Are you thrifty in water use?



Yes: %71,1 Sometimes: %26,3 No: %2,6

Table 3.3. Percentages of participants saving water

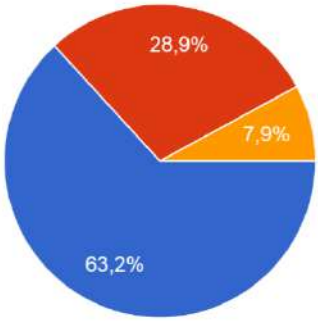
4th. Question: Do you buy cleaning agents by taking into account whether they contain harmful chemicals?



Yes: %31,6 Sometimes: %44,7 No: %23,7

Table 3.4. Percentages of buying by participants cleaning agents by looking at whether they contain harmful chemicals

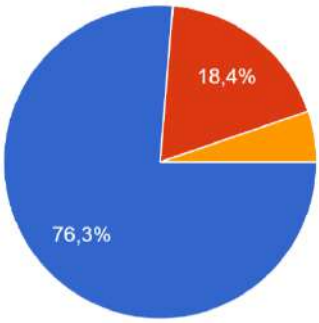
5th. Question: Do you dispose of waste in appropriate recycling bins for re-evaluation?



Yes: %63,2 Sometimes: %28,9 No: %7,9

Table 3.5. Percentages of participants throwing waste into the appropriate recycling bin

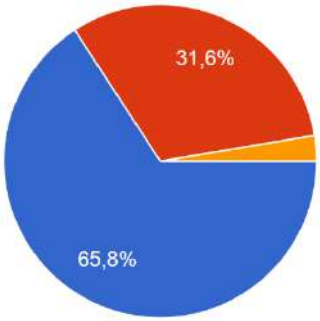
6th. Question: Do you take care to use both sides of the paper?



Yes: %76,3 Sometimes: %18,4 No: %5,3

Table 3.6. Percentages of participants using both sides of paper

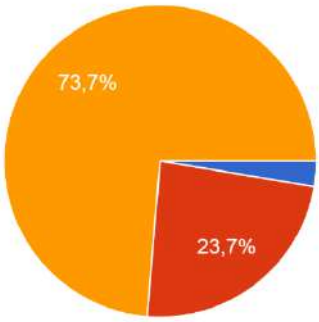
7th. Question: Are you thrifty in the use of napkins?



Yes: %65,8 Sometimes: %31,6 No: %2,6

Table 3.7. Percentages of participants saving napkin

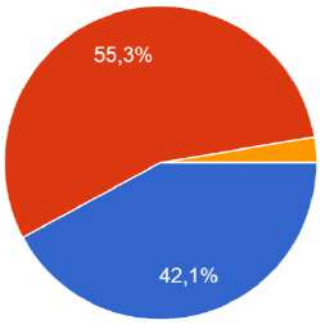
8th. Question: Do you think it is appropriate for humanity to conduct all kinds of experiments on humans and animals?



Yes: %2,6 Sometimes: %23,7 No: %73,7

Table 3.8. Percentages of participants who have found it appropriate to experiment on humans and animals.

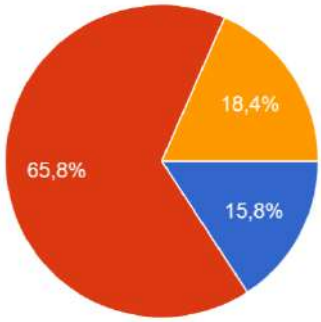
9th. Question: Do you warn people around you to be sensitive to the protection of the ecological balance?



Yes: %42,1 Sometimes: %55,3 No: %2,6

Table 3.9. Percentages of respondents who warn people to preserve the ecological balance

10th. Question: Do you participate in scientific studies such as seminars, panels and conferences on environment?



Yes: %15,8 Sometimes: %65,8 No: %18,4

Table 3.10. Percentages of participants participating in scientific studies

The aim of this study is to determine the environmental awareness and awareness of students. When the results of the survey are examined, it is seen that the students' level of awareness on environment-related issues and their environmental-sensitive attitudes are high.

The discipline of landscape architecture is one of the professional disciplines that provide students with awareness of environmental awareness and they include many subjects related to environment and nature in their curriculum. This situation is thought to contribute to the students' environmental sensitivity levels.

REFERENCES

ATASOY, E., ERTÜRK, H. (2008), "İlköğretim Öğrencilerinin Çevresel Tutum Ve Çevre Bilgisi Üzerine Bir Alan Araştırması", Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:10, Sayı:1, 105-122.

ÇABUK, B. (2001), "Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Çevre İle İlgili Farkındalık Düzeyleri", Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

ÇABUK, B., KARACAOĞLU, C. (2003), "Üniversite Öğrencilerinin Çevre Duyarlılıklarının İncelenmesi", Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt:36, Sayı:1-2, 189-198.

ÇALIŞKAN, M. (2002), "Yetişkinlerde Çevre Duyarlılığını Etkileyen Etmenler", Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

ÇELEN, Ü., YILDIZ, A., ATAK, N., TABAK, R.H., ARISOY, M. (2002), "Ankara Üniversitesi Sağlık Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Çevre Duyarlılığı Ve İlişkili Faktörler", 8. Ulusal Halk Sağlığı Kongresi, Diyarbakır, Kongre Kitabı, s.421.

ÇELİKKIRAN, A. (1997), "Çevre Sorunları Ve Eğitim", Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

ÇETİN, G., NİŞANCI, S.H. (2010), "Enhancing Students' Environmental Awareness", Procedia Social and Behavioral Sciences, 2, 1830-1834.

CORCORAN, P.B. and WALS, A.E.J. (2004), "The Problematics Of Sustainability In Higher Education: An Introduction", Higher Education and The Challenge of Sustainability: Problematics, Promise and Practice (Eds: Corcoran, P.B. and Wals, A.E.J.), Kluwer Academic Publishers.

DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (DPT) (1994), "Çevre Eğitimi, Insan Gücü Ve Katılım Planlaması", VII. BeşYıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu, Ankara.

ERDOĞAN, M., MARCINKOWSKI, T., OK, A. (2009), "Content Analysis Of Selected Features Of K-8 Environmental Education Research Studies In Turkey", 1997-2007, Environmental Education Research, 15 (5), 525-548.

EROL, G.H., GEZER, K. (2006), "Prospective Of Elementary School Teacher's Attitudes Towards Environment And Environmental Problems", International Journal of Environmental and Science Education, 1 (1), 65-77.

GLOVER, J. M. and DECKERT, L. (1998), "What Works In Environmental Education?" Parks and Recreation, 33(11), 30-39.

GÖKDAĞ, D. (1994), "Ortaöğretim Programlarında Çevre ve Kirlenen Çağ", Cogita Dergisi, 2 (2); 37-48.

GÖKDERE, M. (2005), "A Study On Environmental Knowledge Level Of Primary Students In Turkey", Asia-Pacific Forum on Science Learning and Teaching, Vol. 6, Issue 2, Article 5.

GÜNGÖR, S. and GÜNGÖR S. (2018), Investigation of Awareness of Dentistry Faculty Students About Environmental Issues. II. International Applied Social Sciences Congress (C-IASOS) Proceeding Book 19-21th April, 2018, Demre, Antalya/TURKEY. ISBN: 978-606-94423-0-2. Page:324-327. Demre.

KAPYLA, D. and WAHLSTROM, J. (2000), "Evaluating the Effectiveness of Residential Environmental Education Program", The Journal of Environmental Education, 31(2), 31-37.

KAVAS, S. (2010), "Ankara Kentinde Üniversitesi Öğrencilerinin Çevre Duyarlılığı Düzeyinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", Dönem Projesi, Ankara Üniversitesi F.B.E., Peyzaj Mimarlığı ABD., Ankara.

MEYDAN, A., DOĞU, S. (2008), "İlköğretim Ikinci Kademe Öğrencilerinin Çevre Sorunları Hakkındaki Görüşlerinin Bazı Değişkenlere Göre Değerlendirilmesi", Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi, Konya, Sayı:26, 267-277.

OĞUZ, D., ÇAKCI I., KAVAS, S. (2011), "Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Çevre Bilinci", Araştırma Makalesi, SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, Isparta, 12: 34-39.

ÖZDEMİR, O., YILDIZ, A., OCAKTAN, E., SARIŞEN, Ö. (2004), "Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Çevre Sorunları Konusundaki Farkındalık Ve Duyarlılıkları", Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası, Ankara, Cilt: 57, Sayı:3, 117-127.

TALAY, İ., GÜNDÜZ, S., AKPINAR, N. (2004), "On The Status Of Environmental Education And Awareness Of Undergraduate Students At Ankara University, Turkey", International Journal of Environment and Pollution, Vol. 21, No.3, 293-308.

TOZLU, A. (1997), "İlkokul Çağındaki Çocukların Çevre Sağlığı Bilgileri Ve Etkileyen Faktörler", Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

TÜRKSOY, Ö. (1991), "Çocuk Ve Çevre Duyarlılığı Eğitimi", Yaşadıkça Eğitim Dergisi, (19); 22-31

UYANIK, G. (2017), Investigation of the Attitudes towards Environmental Issues and Knowledge Levels of Candidate Teachers. OMU J. Fac. Educ. 2017, 36(1), 133-145. doi: 10.7822/omuefd.327394

YILMAZ, A., MORGİL, İ., AKTUĞ, P., GÖBEKLİ, İ. (2002), "Ortaöğretim Ve Üniversite Öğrencilerinin Çevre, Çevre Kavramları Ve Sorunları Konusundaki Bilgileri Ve Öneriler", Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Ankara, 72, 156-162.

YURTTAŞ, G.F., SÜLÜN, Y. (2010), "What Are The Most Important Environmental Problems According To The Second Grade Primary School Students?" Procedia Social and Behavioral Sciences, 2, 1605-1609.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Selçuk Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü 4. Sınıf Öğrencilerinin Konya'daki Çevre Sorunları Hakkında Görüşlerinin İncelenmesi

Full Text / Tam Metin

R. Özge GEMİCİ[1], Sertaç GÜNGÖR[2]

Özet

Giriş: *Çevre sorunları güncel bir konu olup çevre bilincinin artırılması ile birlikte çözüme kavuşturulabilecek bir problem olarak kabul edilmektir.* ***Amaç:*** *Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü son sınıf öğrencilerinin çevre farkındalıklarını ölçmeyi ve Konya'daki çevre sorunlarına karşı öğrencilerin düşüncelerini belirlemeyi amaçlamıştır.* ***Yöntem:*** *Öğrencilere konu ile ilgili yedi soru sorulmuştur. Verdikleri cevaplar doğrultusunda tablolar oluşturulmuştur.* ***Bulgular:*** *Sonuçlara bakıldığında Konya'daki en büyük çevre sorunun hava kirliliği olduğunu düşünen öğrenciler doğru bir tespitte bulunmuşlardır. Peyzaj Mimarlığı bölümü öğrencilerinin çevre sorunlarına yönelik farkındalıklarının iyi olduğunu diğer sonuçlara bakarak da gözlemlemek mümkündür.*

Anahtar Kelimeler— *Çevre Sorunları, Çevresel Farkındalık, Çevre Eğitimi, Peyzaj Mimarlığı*

Investigation of The Opinions of 4th Grade Students of The Department of Landscape Architecture at Selçuk University about Environmental Problems in Konya

Abstract

Introduction: *Environmental problems are a current issue and they should be considered as a problem that can be solved by increasing environmental awareness.* ***Aim:*** *This study aimed to measure environmental awareness of senior students in the Department of Landscape Architecture at Selçuk University and to determine the students' opinions on environmental problems in Konya.* ***Method:*** *The students were asked seven questions about the subject. Tables were prepared according to their answers.* ***Findings:*** *Considering the results, students who think that the biggest environmental problem in Konya is air pollution have made a correct determination. It is possible to observe that the students of the Department of Landscape Architecture are well aware of their environmental problems by looking at other results.*

Keywords— *Environmental Problems, Environmental Awareness, Environmental Education, Landscape Architecture*

[1] M.S. Lecturer, University of Selcuk, Faculty of Agriculture, Department of Landscape Architecture, Konya/Turkey, ozgeocak@selcuk.edu.tr

2 Assoc. Prof. Dr., University of Selcuk, Faculty of Agriculture, Department of Landscape Architecture, Konya/Turkey, sertac@selcuk.edu.tr

1. INTRODUCTION

In an ecological sense, the environmental word includes everything that is alive and inanimate, related to the individual. Thus, the environment of each organism consists of two parts, living and non-living. All species that share the same physical domain with the organism and directly or indirectly affect the organism constitute the living environment. For example, a live fish in a lake does not consist solely of other fish. Various plant species in the sky, small, large animal species, microorganisms and the fisherman hunting in the lake are always within the live environment of that fish. The inanimate environment of the organism consists of a medium (material) environment inhabited or inhabited by creatures such as land, water in general. Apart from this, weather conditions, physical-chemical properties of soil and water, and seasonal variation of daylight are all among the conditions that constitute the inanimate environment (Berkes and Kışlalıoğlu, 1993).

If the natural equilibrium is not protected, the relationships among the living beings and the physical environment of the natural beings will cause their healthy development environments to deteriorate. Any deterioration or breakdown in the chain of living and non-living assets that form the ecological balance will reveal environmental problems. Here it is appropriate to summarize these problems with the concept of environmental pollution (Anonymus, 2018a).

Mankind has begun to live 1.5 million years ago in the world. Whereas the earth is 5.5 billion years old. In the last 1.5 million years, mankind has for the most part enforced nature, extensively has changed natural assets, has exploited and has consumed resources in large dimensions, and has opened the way to pollution, the most important problem of our day (Güney, 2002).

Environmental pollution today; It is possible to collect in four groups: air, water, soil and noise pollution. Main sources of air pollution; Factors such as motor vehicles, power plants, industrial facilities, residential heating systems. Water pollution is really creepy. Because 2/3 of our world is occupied by the oceans and seas. Organic (agricultural medicines, detergents etc.) and inorganic (such as potassium, sodium) toxic substances are among the main pollutants in water. Soil pollution; It is of great importance as a venue for living things and especially for people to meet their food needs (Oğuzhan, 2012).

In this case, the people of our age fall; how technology can be used in an effective way, how to solve emerging problems, and how to minimize the possibility of future problems. This is the way; to be informed about environmental problems and to be conscious about solving the problems and removing the sources of the problem from the middle (Anonymus. 2018b).

The most important environmental problem in Konya is air pollution. Water pollution, soil pollution, wastes, noise pollution, erosion and destruction of the natural environment are the other environmental problems in Konya.

Ministry of Environment and Urban Air Quality Monitoring Stations based on information obtained from, air pollution is seen in most of Konya in Turkey. Also Konya, Turkey on the map, "dangerous" within the class stands out as the only provinces (Anonymus, 2019a).

2. METHODOLOGY

The research was conducted with Selcuk University Department of Landscape Architecture 4th grade students during the spring term of 2017-2018 education years. Data were collected via questionnaire. Participants were asked seven questions about environmental problems in the province of Konya.

3. CONCLUSION

The average age of participants was 21, %80 were female, 100% of the participants define landscape architecture as "a profession that regulates natural and cultural resources and the physical environment for human benefit."

In the first part of the questionnaire, the biggest environmental problem in the province of Konya was asked to the students. seventy percent of the students said that the biggest environmental problem in Konya has air pollution and thirty percent of the students said that the biggest environmental problem in Konya province has destruction of the natural environment.

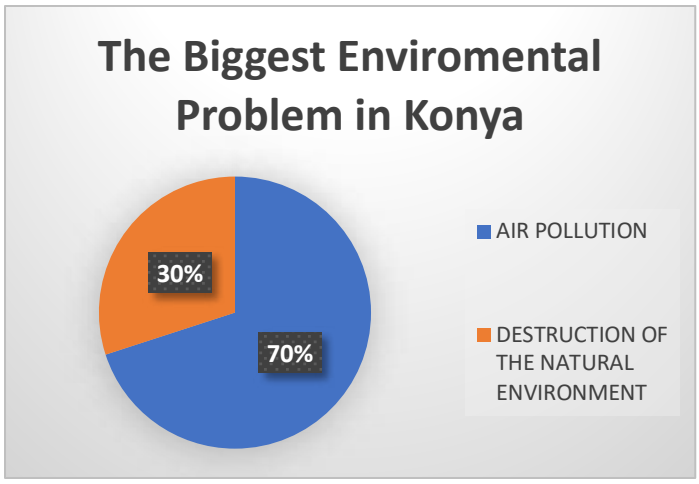


Table 3.1. The Biggest Environmental Problem in Konya

In the second part of the questionnaire, it was asked which environmental problems caused by the choices of housing, industry, traffic, mining activities, agricultural activities and work places.

Answers for Housing: Fifty percent of the students stated that housing caused destruction of the natural environment, thirty percent caused wastes and twenty percent caused air pollution.

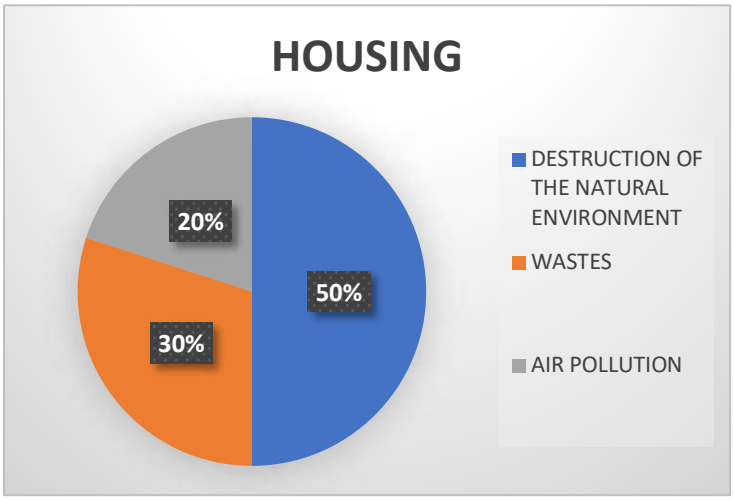


Table 3.2. Housing

Answers for Industry: Thirty-five percent of the students stated that the industry caused wastes, thirty-five percent has caused air pollution, and thirty percent has caused water pollution.

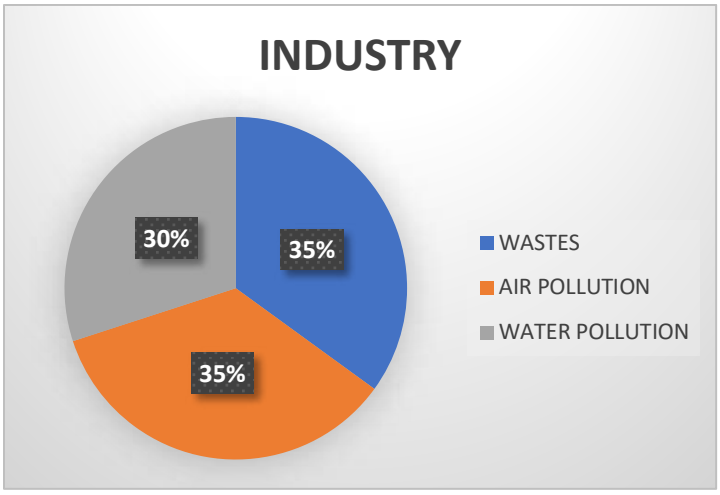


Table 3.3. Industry

Answers for Traffic: Seventy-two percent of the students reported that traffic caused noise pollution, and twenty-eight percent reported air pollution.

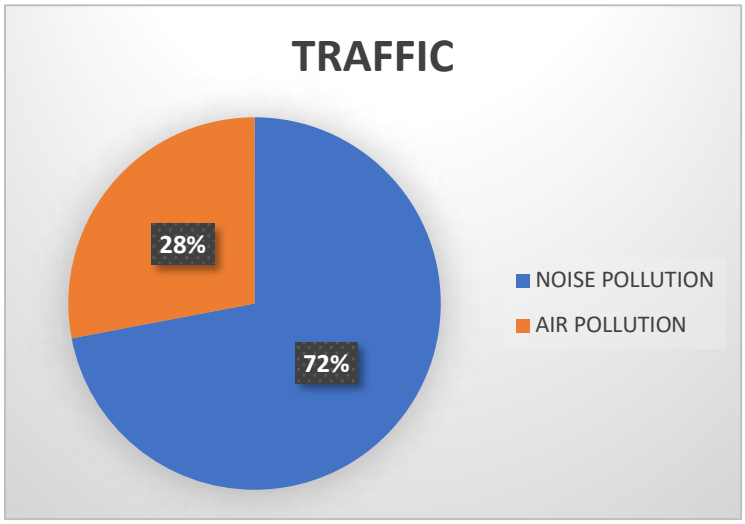


Table 3.4. Traffic

Answers for Mining Activities: Forty percent of the students stated that mining activities caused erosion, thirty percent caused soil pollution and thirty percent caused destruction of the natural environment.

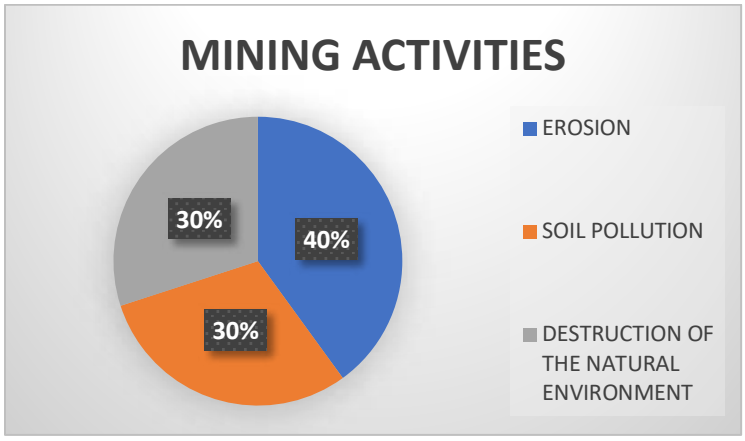


Table 3.5. Mining Activities

Answers for Agricultural Activities: Forty percent of the students stated that agricultural activities caused soil pollution, thirty percent caused water pollution and thirty percent caused erosion.

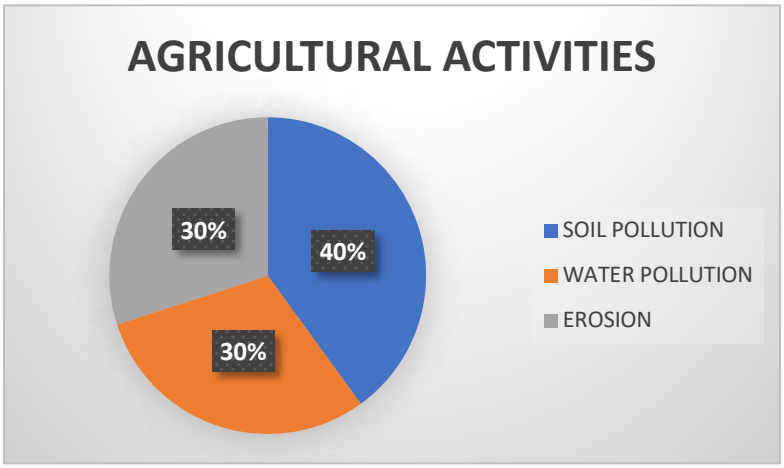


Table 3.6. Agricultural Activities

Answers for Work Places: Thirty-five percent of the students said that the work places caused air pollution, thirty-five percent caused wastes, and thirty percent caused destruction of the natural environment.

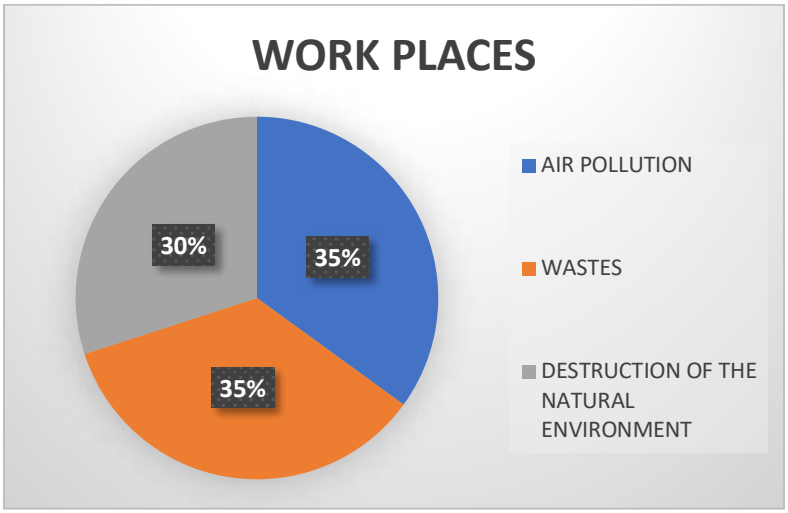


Table 3.7. Work Places

REFERENCES

ANONYMUS, 2018a. (2018), Website: http://www.delinetciler.net/forum/ekoloji-ve-cevre sorunları/34904-cevre-kirliligi-venedenleri.html, Date of Access: 12.06.2018

ANONYMUS, 2018b. (2018), Website: http://www.aof.anadolu.edu.tr/kıtap/IOLTP/1268/unite10.pdf, Date of Access: 12.06.2018

ANONYMUS, 2019a. (2019), Website: .http://www.yenihaberden.com/konya-turkiye-birincisi-oldu-ovunmuyoruz-oluyoruz-335107h.htm, Date of Access: 06.02.2019

BERKES, F., KIŞLALIOĞLU, M. (1993), "Ekoloji ve Çevre Bilimleri", Genişletilmiş Yeni Basım, İstanbul.

GÜNEY, E. (2002), "Genel Çevre Kirlenmesi", İstanbul: Çantay Kitabevi.

OĞUZHAN, A. (2012), "Türkiye'de Çevre Sorunları ve Sendikal Duyarlılık", Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkiler Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Modernleşme Sonrasında Değişim: Türkiye'de Kentlerde Farklılık Vurgusu

Cansu Işık[1]

Özet

Giriş: *Çoğulcu bakış açılarının gelişmesi, aynı sosyal gerçeklik hakkında farklı yorumlamaların yapılabilmesi gibi durumlardan dolayı, "kültürel çeşitlilik" konusunda daha çok "farklılıklar" dan bahsedileceği gerçeği karşımızdadır. Daha "çok hareket ediyor" ve "daha çok değişiyoruz". Kadınlar, gençler, göç edenler (ve göçün feminizasyonu), alternatif bir yaşam umudu ile hareket ediyor, değişen ihtiyaçlar, "sembollerin, değerlerin, inançların" düzeni tasvir eden ve yönlendiren mekanizmasında görünürlük kazanıyor. Bu bağlamda, farklılık teorisinin, ideolojiden ve ayrımlarımızdan bağımsız olarak ele alınması ihtiyacı doğmuştur.* ***Amaç:*** *Günümüzde tartışıldığı üzere, farklılık birçok toplumsal kesimde hissedilen taleplerden oluşmaktadır ve bütünlük içinde farklılık, modernizmin radikal bir evresi olan postmodern evrede "parçalanma" olarak yansıtılmıştır. Teorinin bu şekilde ele alınması bazı tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Teorik olarak "farklılık", düşünceme göre, bütün içinde "yabancılaşma pratiğini" üretmeden nasıl yaşanılır sorusunu gündeme getirmesi bakımından önemlidir. Bugün üzerinde tartışıldığı üzere, daha çok bahsedilen "yaşam pratikleridir". Farklılık teorisinin "ideoloji" eksenli tartışmalardan bağımsız olarak ele alınmasının gerekli olduğunu düşünüyorum.* ***Yöntem:*** *"Özneliğin inşasında kategoriler bir ayrım değildir" önermesini sunacağım. Kavramın "özgül" anlamı, Henri Lefebvre'nin "Gündelik Hayatın Eleştirisi III" adlı eserinde ele alınmıştır. Bu kavramı, "ideolojik" içerimlerinden bağımsız olarak ele almaya çalışacağım. Türkiye'de modernleşme sonrasında nasıl bir "değişim" yaşandı ve kentlerdeki farklılık vurgusu nasıl hissedildi, bu soruları yanıtlamaya çalışacağım. Bu soruları yanıtlarken Türkiye'de modernleşmenin geçirdiği değişim sürecini Tanzimat dönemi ile başlatarak tartışmaya çalışacağım.* ***Bulgular:*** *Kentler, hem içeriden hem de dışarıdan göç almış, kadınların ve gençlerin (çalışma-ailevi ve "özel" yaşam- boş vakit) birbirine farklılaşma beraberinde getirmektedir. Değişen ihtiyaçlar, bu açıdan incelenen insan gerçeği, alışveriş, davranışlar, kentte "farklılık" vurgusunun daha çok değişeceği ve dönüşeceğinin izlenimlerini gösteriyor.*

Anahtar Kelimeler*: Farklılık, kültürel çeşitlilik, ideoloji.*

[1] 100/2000 Yök Doktora Göç Çalışmaları Bursu Öğrenci, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Türkiye, cansusk@yahoo.com.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

MODERNIZATION OF CHANGES AFTER: DIFFERENCES IN EMPHASIS In CITIES IN TURKEY

Abstract

Introduction*: Due to the development of pluralist perspectives and different interpretations about the same social reality, we see the more differences about cultural diversity. It's "moving a lot and changing more. Womens, youths, migrants (and the feminization of immigration) act with the hope of an alternative life, changing needs become visible in the mechanism that portrays and directs the ordering of, symbols, values, beliefs. In this context, there is a need to address the theory of difference independently of our ideology and distinctions.* ***Aim:*** *As discussed today, the difference consists of the demands felt in many societies and the difference in integrity is reflected in the postmodern phase of fragmentation, a radical phase of modernism. The handling of the theory in this way has brought about some controversy. Theoretically, l think difference is important in terms of how the question of how to live without producing alienation practice in the whole. Llife practices are discussed. I think it is necessary to deal with the theory of difference independently of the ın ideology controversies.* ***Method:*** *I will propose the proposal "Categories are not a distinction in the construction of subjectivity.. The specific "meaning of the concept is discussed in Henri Lefebvre's Lef Critique of Everyday Life III. I will try to address this concept independently of its ideological implications. What kind of modernization in Turkey after the "change"'ve been and how differences in emphasis was felt in the cities, I will try to answer these questions. I'll try answering these questions, the process changes it has undergone modernization in Turkey to discuss starting with the Tanzimat period.* ***Findings:*** *Cities bring immigration to both women and young people (working-family and mış private life-free time), both internally and externally. The changing needs, the human reality examined in this respect, shopping, behaviors, show the impression that the emphasis on "difference" in the city will change and changes more.*

Key Words*: Differences, cultural diversity, ideology.*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yerel Kalkınma ve Mesleki Kuruluşlar: Çanakkale İline Yönelik Ampirik Bir Çalışma

Full Text / Tam Metin

Selçuk İpek[1], Mehmet Öksüz[2]

Abstract

Introduction: *In order to use local resources (economic, social, cultural, environmental) in the most efficient way and to create added value as well as industrial and commercial life, chambers of commerce and industry, commodity exchange which organize markets and business, play very important roles in provinces in local development.* ***Aim:*** *In this sense mentioned, the purpose of this study is to investigate where professional associations see the level of development of the province they are located and what can be done to improve it.* ***Method:*** *For this purpose, survey technique was applied to the members of the chambers of commerce and industry, commodity exchange which take place in the province of Çanakkale.* ***Findings:*** *The data obtained were interpreted with the help of SPSS program and some suggestions were made in order to accelerate the local development of Çanakkale. We also thank the Scientific Research Projects Coordination Unit of Çanakkale Onsekiz Mart University with this project number SBA-2018-1446.*

Key Words: *Local Development, Professional Associations, Çanakkale*

INTRODUCTION

With the acceleration of localization policies in the world, the concept of traditional development has changed and the phenomenon of local development has gained importance. Local development is a complex and versatile phenomenon that can be achieved through policies that both central government and local actors will carry out together. When the local actors are mentioned, the first comes to mind is the municipality, the special provincial administration, the regional development agency, the University, professional organizations and non-governmental organizations. In the simplest terms, the role and importance of commercial actors established to organize trade and industrial life in the city is undeniable. How the trade actors see the level of development of Çanakkale constitutes the problem of this study. Due to both time and cost constraints, the study focused on trade and industry chambers and trade exchanges, which are commercial actors.

In the next part of the study, firstly, the concept of local development and the role and importance of professional organizations in local development will be discussed. In the third part, the methodology of the research will be discussed. Under this heading, the aim, population and method of the research will be explained. Then, the findings from the applied questionnaires will be included, after Çanakkale's perception of local development has been examined, some suggestions will be made in order to ensure local development and to improve this perception.

THE ROLE OF PROFESSIONAL ASSOCIATIONS IN LOCAL DEVELOPMENT

[1] Prof. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Türkiye, selcukipek@comu.edu.tr
2 Öğr. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ayvacık Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Türkiye, moksuz@comu.edu.tr

The paradigm shift emerging in the managerial context has started to be expressed through certain concepts. The concept of development and sustainable development are some of these. In this context, this change in the development axis is directed towards a sustainable development approach in which social and environmental concerns are taken into account instead of an economic-based classical development approach. The most concrete application of sustainable development shows itself on a micro scale and at local level (Kocaoğlu, 2017: 18). In this context, local development is defined as a participatory process that supports partnership and cooperation activities between public and private sector actors in a given region using local resources and competitive advantage, enables the formation and implementation of a general development strategy in a common way, creates an appropriate environment and supports economic activities (Çetin 2007: 156). In addition, local development requires the integration of socio-cultural, economic, institutional and environmental plans (Campero and Barton, 2015: 170). Sustainable development at the local level in economic, social, political and cultural areas or sustainable development of the quality of life of local people can be expressed as the main purpose of local development (Aydın & Yıldırım, 2013: 29). As it can be understood from the above statements, local development is a process in which local actors shape and share the future of their regions (Carzanelli, 2001: 9).

Today's development approach, unlike the former, is addressed from the wider perspective by including local actors in the development process. Among these local actors, professional organizations play an important role. It is an undeniable fact that social development and sustainability are important as well as economic growth today, where only economic growth is not enough. In modern societies, as well as economic development, local actors have important roles in the provision of social development (Küçük and Güneş, 2013: 24). Studies conducted in many countries also show that local actors play an important role in promoting local economic development (Pomianek, 2018: 207).

RESEARCH METHODOLOGY

Purpose of the Research

The aim of the research is to present the views of the members of the assembly of commercial actors in the province of Çanakkale on the local development of Çanakkale and then make some suggestions in order to accelerate the development of Çanakkale.

Target Population of the Research

The population of the study is the members of the chamber of commerce and industry and the commodity exchanges in the province of Çanakkale. In this context, the Çanakkale Chamber of Commerce and Industry, Biga Chamber of Commerce and Industry, Gelibolu Chamber of Commerce and Industry, Çanakkale Commodity Exchange and the Biga Commodity Exchange members of the council constitute the population and limit of the research.

Table 1: Number of Council Members on Local Business Actors

Local Business Actors	**Number of Council Members**
Çanakkale Chamber of Commerce and Industry	41
Biga Chamber of Commerce and Industry	22
Gelibolu Chamber of Commerce and Industry	14
Çanakkale Commodity Exchanges	18
Biga Commodity Exchanges	15
TOTAL	**110**

As it is shown in Table 1, There are total of 110 members; the Çanakkale Chamber of Commerce and Industry 41, Çanakkale Commodity Exchange 18, Biga Chamber of Commerce and Industry 22, Biga Commodity Exchange 18 and Gallipoli Chamber of Commerce and Industry 15.

Method of Research

In order to realize the purpose of the research, the survey technique was applied to the members of the Chamber of Commerce and Industry and Commodity Exchanges in Çanakkale province. Bilgin (2002) and Aydın (2013)'s studies and the opinions of the academicians who are experts in their fields were used in the preparation of the survey questions. A total of 96 of 110 assembly members have been reached. In other words, 87.27% of the research population was reached. However, 12 of these questionnaires were considered invalid and 84 of them were accepted and analyzed. In addition to 5 multiple-choice demographic questions, there are 9 multiple-choice questions in the questionnaire. Frequency analysis was applied to the data obtained by the questionnaire.

FINDINGS

Demographic Findings

Demographic information belonging to the members of the assembly of commercial actors operating in the province of Çanakkale is shown in Table 2.

Table 2: Demographic Findings

		f	*%*
Which chamber are you a member of?	Çanakkale Chamber of Commerce and Industry	31	36,9
	Çanakkale Commodity Exchanges	12	14,3
	Biga Chamber of Commerce and Industry	18	21,4
	Biga Commodity Exchanges	14	16,7
	Gelibolu Chamber of Commerce and Industry	9	10,7
Your gender	Male	74	88,1
	Female	10	11,9
Your age?	Less than 35 years old	12	14,3
	35-45 years old	38	45,2
	46-55 years old	21	25,0
	56-65 years old	10	11,9
	Over 65 years old	3	3,6
Your educational status?	Primary education	7	8,3
	High school	25	29,8
	Associate	8	9,5
	Bachelor	38	45,2
	Graduate	6	7,1
Your income (salary)	Less than 2.000 TL	1	1,2
	2.000 - 4.000 TL	20	23,8
	4.001 - 6.000 TL	29	34,5
	Over 6.000 TL	34	40,5

According to the information in Table 2, the participants are members 31 (36.9%) of the Çanakkale Chamber of Commerce and Industry, 12 (14.3%) of the Çanakkale Commodity Exchanges, 18 (21.4%) of the Biga Chamber of Commerce and Industry, 14 (16.7%) of the Biga Commodity Exchanges, and 9 (10.7%) of the Gelibolu Chamber of Commerce and Industry. In addition, 74 (88.1%) of the participants are female and 10 (11.9%) are female. When the age distribution of the participants is examined, it is

observed that 12 (14.3%) are less than 35 years, 38 (45.2%) are 35-45 years, 21 (25%) are 46-55 years, 10 (11.9%) are 56-65 years, and 3 (3.6%) are over 65 years. When the education status of the participants is examined, It is seen that 7 (8.3%) are primary school, 25 (29.8%) are high school, 8 (9.5%) are associate and 38 (45%) are bachelor and 6 (7.1%) are graduate degree. It is observed that 1 of the participants (1,2%) earn less than 2,000 TL, 20 of them (23.8%) between 2,000-4000 TL, 29 of them (34.5%) between 4001-6.000 TL and 34 of them (40.5%) over 6,000 TL.

Frequency Analysis Findings

The participants were asked 9 multiple choice questions about the local development of Çanakkale. The frequency distributions for these questions and answers are as shown below.

Table 3: Frequency Distribution of Çanakkale's Development Level

Question	**Less developed**		**Developing**		**Developed**	
	f	***%***	***f***	***%***	***f***	***%***
What do you think about the development level of Çanakkale?	15	17,9	54	64,3	15	17,9

The opinions of the participants about the development level of Çanakkale are shown in Table 3. According to this, the participants believe that 15 (17.9%) are less developed, 54 (64.3%) are developing and 15 (17.9%) are developed.

Table 4: Frequency Distribution of Cooperation of Local Actors

Question	**Always**		**Sometimes**		**Never**	
	f	***%***	***f***	***%***	***f***	***%***
Do local actors cooperate in the development process in Çanakkale?	16	19,0	55	65,5	13	15,5

The opinions of the participants on the interaction of local actors in the local development process in Çanakkale are given in Table 4. According to Table 4, 19% of the participants think that local actors can always act together, while 65.5% think sometimes, 15.5% think that local actors can never act together.

Table 5: Frequency Distribution of Financial Support to Local Actors

Question	**Always**		**Sometimes**		**Never**	
	f	***%***	***f***	***%***	***f***	***%***
Do you think the local actors receive enough financial support from the central government?	16	19,0	50	59,5	18	21,4

The opinions of the participants about whether the local actors receive sufficient financial support from the central government are shown in Table 5. While 19% of the participants think that local actors can always get enough financial support from the central government, 59.5% sometimes, 21.4% think that local actors can never get enough financial support from the central government.

Table 6: Frequency Distribution of Support of Local Actors

Question	**Yes**		**No**					
			Lack of Management		**Lack of Resources**		**Lack of Publicity**	
	f	***%***	***f***	***%***	***f***	***%***	***f***	***%***
Does the regional development agency adequately support local development?	35	41,7	17	20,2	17	20,2	15	17,9
Does the special provincial administration adequately support local development?	38	45,2	13	15,5	22	26,2	11	13,1
Does the municipality adequately support local development?	35	41,7	21	25,0	20	23,8	8	9,5
Does the Çanakkale Onsekiz Mart University adequately support local development?	40	47,6	14	16,7	24	28,6	6	7,1
Does the professional association and non-governmental organizations adequately support local development?	45	53,6	11	13,1	20	23,8	8	9,5

The first to come to mind when the local actors; regional development agencies, special provincial administrations, municipalities, universities, professional organizations and non-governmental organizations. Participants' opinions on whether these local actors can provide adequate support to local development separately are given in Table 6. Looking at the table 6, the first highlight is that other local actors, except for professional organizations and non-governmental organizations, are thought to not be given sufficient support to local development. In other words, 53.6% of the participants think that professional organizations and non-governmental organizations adequately support local development. Looking at other local actors (regional development agencies, provincial private administrations, municipalities and universities), it is seen that the proportion of those who think they have enough support is lower than 50%.

Table 7: Frequency Distribution of the Competence of Local Actors

Question	**Yes**		**No**					
			Lack of Management		**Lack of Resources**		**Lack of Cooperate**	
	f	***%***	***f***	***%***	***f***	***%***	***f***	***%***
Does the local actors adequately support local development?	37	44,0	7	8,3	16	19,0	24	28,6

In Table 7, whether local actors ' activities for local development are sufficient is assessed as a whole. While 44% of the participants think that the activities are sufficient, 56% of the participants argue that the activities are insufficient. The reason for the inadequacy of these activities is that there is a lack of common work (28.6%). In other words, it is stated that the most important reason why local actors cannot provide sufficient support to local development is that the actors are not working together.

CONCLUSION AND SUGGESTION

The aim of this study is to determine where the members of the Assembly see the local development of Çanakkale and to make suggestions for the realization of the development by examining the reasons of the current situation. In order to measure the opinions of the members of the assembly of the mentioned professional organizations, the survey method was applied and 96 members of the Assembly were reached within this scope, but 84 surveys were accepted. When the obtained data is interpreted, the thoughts and opinions of the members of the Assembly of the commercial local actors in Çanakkale regarding the local development of Çanakkale can be seen as follows :

Çanakkale is a developing province,

Local actors do not always act together to ensure development in Çanakkale,

Local actors cannot get enough resources from the central government for the development of Çanakkale,

Local actors do not give importance to local development as much as necessary.

The results clearly show that there are shortcomings in the development and implementation of projects by the regional development agency, special provincial administration, municipality, university, professional organizations and non-governmental organizations, which are local actors, one of the most important problems in the development of Çanakkale. Another problem is that local actors cannot get enough financial support. Due to the lack of material resources, the view that local projects for development cannot be implemented is dominant.

REFERENCES

AYDIN, H.İ., YILDIRIM, H. (2013), "Kırsal Kalkınmanın Yeniden Yapılanması Sürecinde Yerel Aktörler: Bölgesel Kalkınma Ajansları – Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu", Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi, 2(4), 28-42.

AYDIN, N. (2013), Yerel Yönetimlerin Bölgesel Kalkınmada Rolü: Isparta Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

BİLGİN, M. (2002), "Yerel Yönetimlerin Bölgesel Kalkınmadaki Etkinliği: Göller Bölgesi Uygulaması". Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(2), 313-330.

CAMPERO, C., BARTON, J.R. (2015), "'You have to be with God and the Devil': Linking Bolivia's Extractive Industries and Local Development through Social Licences", Bulletin of Latin American Research, 34(2), 167–183

CANZANELLI, G. (2001). Overview and Learned Lessons on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work, Universitas Working Papers, http://www.yorku.ca/ishd/LEDCD.SP/Links%20BQ/37_led1.pdf (Erişim Tarihi: 10.10.2018)

ÇETİN, M. (2007), "Yerel Ekonomik Kalkınma Yaklaşımı ve Uluslararası Organizasyonlar", Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14(1), 153-170.

KOCAOĞLU, M. (2017), "Kalkınma Kavramının Farklı Boyutları Ekseninde Yerel Düzeyde Sürdürülebilir Kalkınma Uygulamaları: Kırşehir Örneği", Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, 13(Özel Sayı-1), 15-32.

KÜÇÜK, M., GÜNEŞ, G. (2013), "Yerel Kalkınmada Bir Etken Olarak Turizm: Yerel Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri", Çağdaş Yerel Yönetimler, 22(4), 23-50.

POMIANEK, I. (2018), "Conditions of Rural Development in the Warmia and Mazury Voivodeship (Poland) in the Opinion of Local Authorities", Proceedings of the International Scientific Conference "Economic Sciences for Agribusiness and Rural Economy", Warsaw, 207-211.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Deneyim, Memnuniyet, ve Olumlu Ağızdan Ağıza İletişim Arasındaki Etkileşim: Şehir Pazarlaması Bağlamında Afyonkarahisar'da Bir İnceleme

Alparslan Özmen[1], İlkin Yaran Ögel [2]

Özet

Giriş*: Günümüzde tıpkı ürün ve hizmetler gibi şehirlerde pazarlama faaliyetlerinin konusu olabilmektedir. Böylelikle, doğru pazarlama stratejileri ve faaliyetleri ile şehirlerde marka haline gelebilmektedir. Bu gerçekten hareketle, şehirlerinde ürün ve/veya hizmet gibi deneyimlenmesi ve bunun sonucunda o şehire yönelik memnuniyet, olumlu ağızdan ağıza iletişim ve benzeri gibi davranışların ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.* ***Amaç****: Bu çalışma, deneyim, memnuniyet ve olumlu ağızdan ağıza iletişim arasındaki ilişkiyi şehir pazarlaması bağlamında Afyonkarahisar'da incelemeyi amaçlamaktadır.* ***Yöntem:*** *Nedensel bir çalışma olarak tasarlanan bu çalışmanın örneklemine kolayda örnekleme yoluyla ulaşılmış ve veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Çalışma için toplanan veriler, Hayes Macro Process modellerinden Model 4 ile analiz edilecektir.* ***Bulgular:*** *Çalışmanın bulgularının, şehir deneyimi ve o şehire ilişkin memnuniyet ve olumlu ağızdan ağıza iletişim gibi davranışlar arasında ilişki olduğunu göstermesi beklenmektedir. Bu açıdan, çalışmanın sonuçlarının özellikle şehirlerinin tanıtımına önem veren yerel yönetimlerin faaliyetlerinde şehire yönelik deneyimler yaratılmasına daha çok yer vermeleri konusunda katkıda bulunacağı düşünülmektedir.*

Anahtar Kelimeler— *Deneyim, Tatmin, Şehir Pazarlaması*

The Interplay Between Experience, Satisfaction and Positive Word of Mouth : A Study on City Marketing in Afyonkarahisar

Abstract

Introduction: *Today, just like the goods and services, cities may provide a context for marketing activities. In this way, through the right marketing strategies and activities, cities can turn into brands, as well. Starting from this fact, it can be readily thought that cities can also be experienced as well as goods and/or services and some behaviors such as satisfaction and positive word of mouth can emerge, as a result of the experience.* ***Aim:*** *In this sense, this study aims to examine the interplay between experience, satisfaction, and positive word of mouth within the context of city marketing.* ***Method:*** *This study is desinged as a causal research. The sample of the study was reached through convenience sampling method. Data was collected via survey method. The data compiled for the study is going to be analyzed with Model 4 in Hayes Macro Process Models.* ***Findings:*** *It is expected that the findings of the study will display an interplay between city experience, and satisfaction and positive word of mouth regarding that city. In this respect, it is thought that by emphasizing the importance of experience ragarding the city. the findings of the study will contribute to the activites of local governments which want to promote their cities.*

Keywords— Experience, Satisfaction, City Marketing **JEL Classification Codes:** *M31, M39*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F, İşletme Bölümü, Türkiye , aozmen@aku.edu.tr
2 Arş. Grv., Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F, İşletme Bölümü, Türkiye, ilkinyaran@aku.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Çubuk İlçesi (Ankara) Rekreasyonel Kullanım Ve Uygunluk Değerlerinin Saptanması

Determination Of Recreational Usage And Conformity Values of Ankara Çubuk District

Full Text / Tam Metin

Bilge YILDIRIM[1] Sertaç GÜNGÖR[2]

Abstract

Introduction: *Urbanism is growing in the environment we live in, and our natural areas are in danger of disappearing. Reduction of natural areas creates various changes in the living standards of individuals. The recreational alternatives of the individuals are reduced and they lead more shopping centers (Shopping Center) with high buildings.* ***Aim:*** *The determination of the suitability of the five different recreational activities to be carried out in the areas where the natural beauties of.* ***Method:*** *In order to achieve this goal, firstly preferred and available recreational activities and conformity class values table for these activities were formed. While creating the tables, the opinions of the experts in different professional disciplines were taken into consideration (delphi technique) and evaluation factors were determined. The DEM (Digital Elevation Model) Map of Çubuk District was used as a base for Geographical Information Systems operations using ArcGIS 10.4 software. Natural and cultural data were digitized separately and maps were created in CBS. For each activity, the numerical maps are matched with each other in the database created according to separate evaluation factors.* ***Findings:*** *Appropriate areas for five selected recreational activities were determined. The most appropriate recreational activity for the research area was the tent camp (44,07%) and the area covered was 550 km²; the least suitable activity was horse-riding (8,81%) and the area covered was 110 km².*

Keywords—Field Usage, Recreational Activity, Relevance.

JEL Classification Codes: *M31, M39*

[1] M.Sc. Student Selcuk University Department of Landscape Architecture Konya/TURKEY bilgemyildirimm@gmail.com

[2] Assoc.Prof.Dr. Selcuk University Faculty of Agriculture Department of Landscape Architecture Konya/TURKEY sertac@selcuk.edu.tr

1. INTRODUCTION

Individuals need to live in a well-planned city to meet their needs (Bulut, 2000). The increase in structure and construction depends on extreme urbanization. Green areas are decreasing in growing settlements. Reduction in green areas increases the importance of public open spaces and works are carried out to increase their numbers. Light green areas increase the quality of life by meeting the mental and physical needs of individuals (Çal, 2014). The importance of recreation areas is increasing with the fact that individuals prefer to spend time in the open air, to renew themselves, to relax, to move away from the stressful life brought by the city life and where they can relate with nature. Forests with large plant communities, stagnant or moving water surfaces seem to be very useful for individuals to have fun and rest. In addition to resting and having fun in the activities carried out in nature, learning and exploration have gained importance. (Gök, 2011). Considering the environmental impacts of the local national and regional area utilization plans, the predictability of static decisions lags behind the socio-economic developments in the dynamic structure. As a result, it is seen that the development of the plan decisions and the loss of the environmental values, the deterioration of the natural resources and the use of space in addition to the planning have been experienced. (Akten ve ark., 2009).

Rod District, which is connected to Ankara Province, has a significant potential for recreational activities considering both natural and cultural factors. In this study, it is aimed to determine the suitability of the recreational uses of the Rod District in line with the increasing recreational activity demands and to carry out a planning study through the Geographical Information System considering the natural and cultural values.

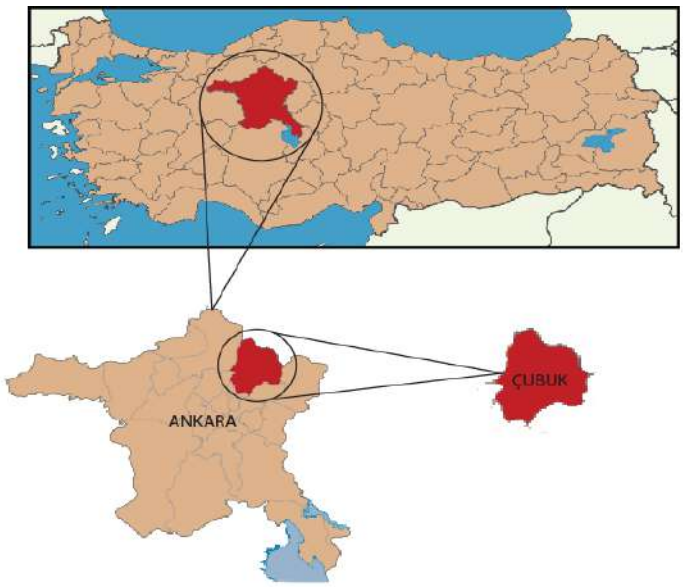


Figure 1.Research Area Limit

2. MATERIEL AND METHOD

The main material of the study is the Çubuk District, which is located within the borders of Ankara and has a suitable natural and cultural characteristics for the realization of the various recreational activities shown in Figure 1. The working area is 1,198 km² (Anonim, 2019ç) and It contains 12 scale with 1/50000 scale. Areas in Turkey's 244 largest counties. The location of the Rod District Map is 40 ° 14 '19.4604' 'North and 33 ° 1' 57.6084 " East GPS coordinates. The town of Çubuk is 37 kilometers from Ankara. Rod altitude is 999 meters (Anonim, 2019ç).

The method used by Topay (2003) according to ecological economic and cultural factors was developed by using research method. In order to realize the five different recreational activities determined in this method, the necessary natural and cultural factors and the sub-factor values of these factors were prepared in consultation with the expert opinions. While selecting five different recreational activities, the activities that the most preferred by the individuals and which can be realized in the study area were selected. Selected recreational activities; horse riding, mountain biking, mountaineering, free walking in nature, tent camping.

The method of our study consists of 3 stages. First stage; The aim was determined and the process area was limited. In order to gather information about the natural landscape features, socio-economic status of the study area, survey study, literature review and interviews were conducted with the district municipality. It was supported by observations, oral interviews and photographs with current natural and cultural structures. In the creation of maps of the study area; The map number H-29-G29, H-30-H-31 layouts 1 / 100.000, DEM (Digital Elevation Model) map from the General Command of Mapping, topography data from the MTA, and the Rod District Border from Çubuk Municipality and 5 meters AutoCad file with peer-to-peer curves, Soil and Land Use Maps from Ministry of Agriculture and Forestry, 1960-2017 Climate data from General Directorate of Meteorology were obtained. In the second stage of the study, the data collected from the MTA were transferred to AutoCad and the merging and scaling process was completed. This combined data is saved in Photoshop to be used in ArcGIS and its resolution can be increased and saved in image format (.jpg). The bar boundary and neighboring districts of Çubuk were drawn in Google Earth and transferred to ArcGIS environment. The combined map is fixed to the plane by selecting the fixed points in the area. The bar boundary and the map are digitized in ArcGIS environment and the base database, which is the basis of the working method, has been prepared. In the third phase of the study, the suitability of the recreation areas were evaluated according to slope, view, geological structure, erosion, landslide, land use ability and accessibility factors. Recreational conformity values were determined by using the 10.4.1 version of the GIS program at the implementation stage of the method. Each recreational area determined within the study area was evaluated by considering natural and cultural factors.

3. FINDINGS AND DISCUSSION

3.1.Doğal Yapı

The elevation map created as a result of the study on DEM map of Çubuk District is divided into 12 class height groups. Separated height groups; the lowest is 840 m and the highest is 2040 m. According to the height groups formed on the map, the highest part of the Rod District is the Pine Hill (1901 m), while the Çubuk-Şabanözü boundary is 900 m high. Slope groups vary from 45 to 45 degrees. Within the scope of the study area, there are densely flat and flat slopes. The dominant slope group is 0-2% and

2-6% and covers 45.54% of the area. Most flat areas within Bakı boundaries; and the northwest and north facing slopes. Bakı groups show homogeneous distribution. When the soil data map is examined, there is lime brown soil from the north of Tuğlaköy towards the eastern slope of the Kocaçay valley. The brown soils have a large section inside the area. The bar is spread over a wide area on the plain. In the western part of the area, a small amount of brown forest lands can be seen in the districts of Kazan and Kızılcahamam.

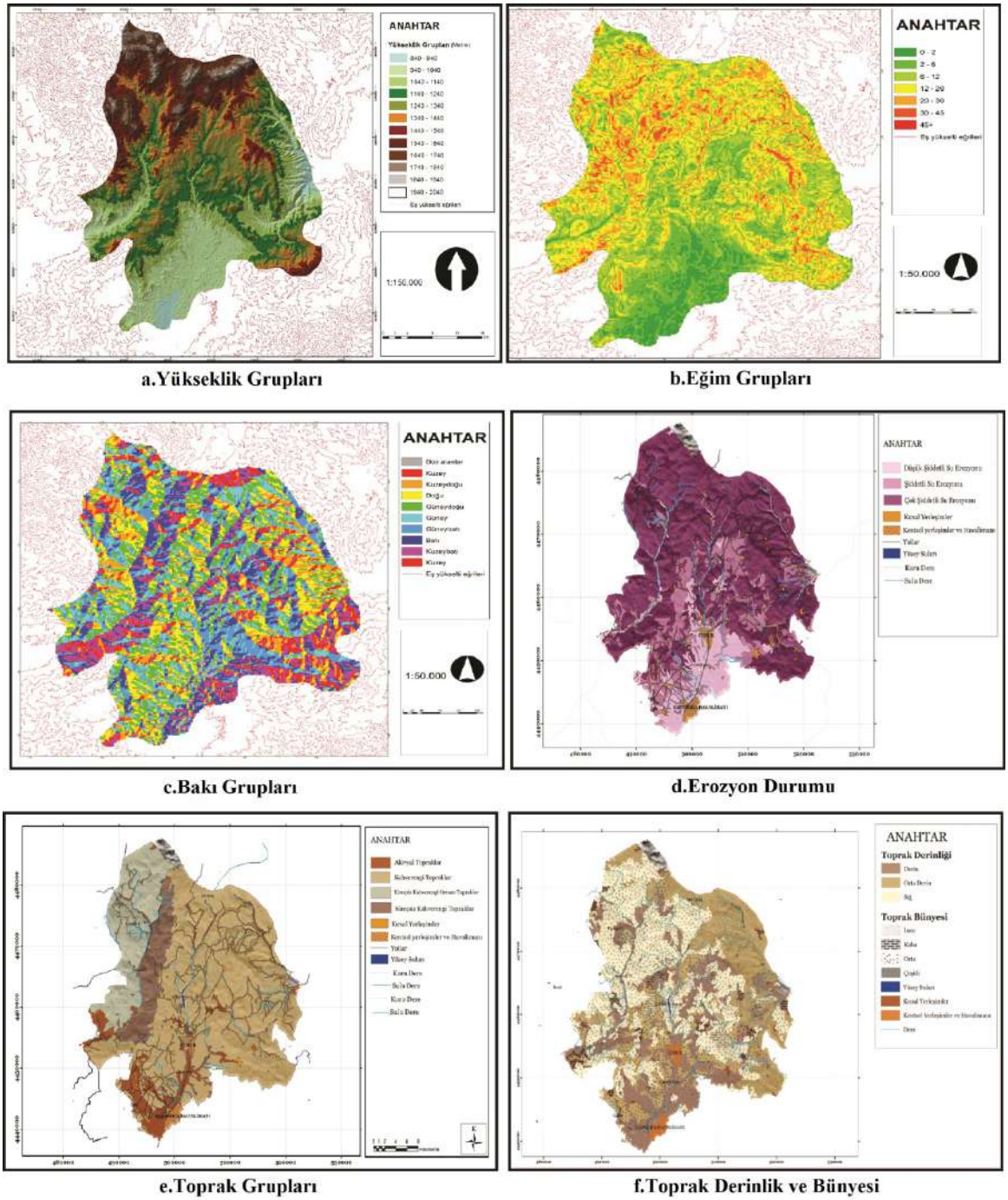


Figure 2.Height (a) -Money (b) -Rose (c) -Erosion (d) -Trop Group (e) -The Earth Depth and Structure (f) Maps

The lime-free brown forest lands are common in steep and sloping places. There are shallow soil in steep slopes and deep soils in areas with low slopes. The ratio of clay in fine-grained soils and sand ratio

in coarse-grained soils are high. It is formed by the accumulation of fine materials in which streams are carried. All kinds of cultivated plants that can fit the climate they can grow. They are fertile agricultural lands on flat and straight-line slopes and have good drainage. When the degree of erosion is examined, low degree of erosion is observed in 2nd degree agricultural lands. Non-agricultural land has severe erosion. Severe and moderate erosion is observed in other agricultural lands. Low erosion is observed around Koca River to the west of the district and this area is located in the 1st degree important agricultural land. In addition, severe erosion is observed around Çubuk II Dam and this area falls into non-agricultural land class. (Şekil 2).

Çubuk district shows the transition climate due to its location. The district has a climate between the humid climate of the Black Sea Region and the typical continental climate of Central Anatolia. It is rainy compared to Ankara where it is connected and it reaches to 448 mm as it goes to north while rainfall is 401 mm. Annual rainfall in Ankara is 360 mm. it remains. The month with the most rainfall is 59 mm. and May. In summer, the average temperature is 17 degrees, while in winter the average temperature is close to 0 (zero). The average temperature is around 10 degrees Celsius, while the number of days under which the air is below zero is more than 100 (Metin ve ark., 2015). Çubuk district natural vegetation; both precipitation; and as the elevation increased, it changed to the north. While the steppe (Bozkır) is dominant in the south of the district; As it goes north, it turns into forest. When the Aydos Mountain in the north is reached, the vegetation becomes completely forest. Wood species in forests are composed of beech, pine and oak. Willow and poplar trees were found in the valley floors at the edges of the plain. (Metin ve ark., 2015).

Table 1 presents the climate values of the Çubuk district of Ankara. In this direction; the hottest month is July, while the coldest month is January. The month with the most humid months, the month with the most rainy months and the highest wind speed is July.

Table 1.Ankara Province Çubuk District Climate Values

Aylar	Oca.	Şub.	Mar.	Nis.	May.	Haz.	Tem.	Ağu.	Eyl.	Eki.	Kas.	Ara.
Sıcaklık (°C)	-1	0,3	5,1	10,2	14,4	18,2	21,1	20,07	16,4	10,8	5,4	0,9
Nem (%)	75,8	74,6	67,6	62,2	62,2	59,3	54,5	55	59,7	66,4	73,2	78,1
Yağış (Kg/m²)	52,3	41,21	39	45,2	58,1	40,1	17,7	11,4	16,6	27,2	33	59,8
Rüzgar Hızı (m/sn)	0,8	0,9	1,1	1,1	1	1	1,2	1,1	0,9	0,8	0,8	0,8

It was concluded that a large part of the plants were drought-specific, the forest cover was destroyed and the forest cover was widespread as it was towards the north of the Çubuk district. The trees found in the forest region are Juniper (Juniperus), Oak (Quercus) and some coniferous trees. As the black areas (pinus nigra) are spread to high areas, oak groves and junipers are found in hilly areas (1300-1450 m).

On the slopes of the river (1100-1250 m), especially in Meşeli, Sarısu and Kösrelik, clusters of Willow (Salix), poplar and spindle (Elaeagnus) trees are located. (Sarıdemir, 2010).

3.2.Kültürel Durum

There are various enterprises within the working limits. Electricity and communications are available throughout the district. Within the scope of the study, 5 different recreational activities were discussed and the appropriate areas and the surface areas for the Rod District of Ankara Province were determined for each activity. The criteria to be used in determining the suitability values for the land have been evaluated by taking into consideration the opinions of the landscape architects and city planning experts. (Tablo 2).

Table 2.Çadır Camp Recreation Activity Eligibility Class Values

RECREATION EVENT (TENT CAMP)				
		EVALUATION FACTORS	Conformity Class Values	
			Optimal	Conditional
Natural Factors	1	Tilt Condition (%)	0-6	-
	2	Landslide Status	Small Size	-
	3	Avalanche Risk	Weak	-
	4	Water Source Existence	300-1600	1600 m and above
	5	Soil Drainage	Good	Middle
	6	Soil Texture	Rough-Medium	Thin Texture
	7	Sensitive Areas for Natural Animal Presence	No	-
	8	Sensitive Areas for Natural Plant Presence	No	-
	9	Height Groups	800-2000	0-800, 2000 and above
	10	Bakı	D	G
	11	Average Wind Speed (m / s)	0-10	10-12
	12	Current Area Usage	M,Ç,O,F	-
	13	Geology and Geomorphology Possibility	There is	-
	14	Presence of Endemic Plant Species	There is	-
Cultural Factors	1	Accommodation and Accommodation	Good	Middle
	2	Transport distance (m)	0-3000	3000 m and above

3	Communication Opportunity	0-500	500-1000
4	Human relationship	Positive	-
5	Facility Existence	0-3000	3000 m and above
6	Electric Source Presence	0-3000	3000 m and above
7	Noise (DB)	30-59	60-89

As a result of expert opinion and literature review, the number of factors determined for horse riding activity is 13. It is seen that the most suitable area for this activity is in the south and west. As a result of the interrogation, the suitability of the horse-strolling area was determined as 8,81% and the area covered was 110 km². In this determination, the decisive factor was the slope groups. The decisive factors for mountain biking were erosion and inclination. Mountain biking activities were found to be suitable throughout the area where horse rides were suitable. As it goes south in the area, it has been seen that mountain bike activity has increased. Mountain bikes were found to be 10.12%. The area covered was 126,30 km². It was found that 9.52% was suitable for mountaineering activity. The area covered was 118,81 km². The decisive factors for free walking activity in nature were slope, soil drainage and erosion. In this case, 42.14% was found to be suitable and the area covered was found to be 525.91 km². The decisive factors for tent camping activity are the current site utilization, soil drainage, erosion, water proximity and altitude groups. It has been concluded that free walking activity can be realized in nature in almost all areas where tent camping activity is suitable. Tent camping activity was found to be 44,07% and the area covered was determined as 550 km². When the changes in the world are taken into consideration, it is seen that the diversification of the uses with recreation tourism activities will be considered to have great effects on the economy, sustainable use of resources and health of individuals. Accordingly, studies on determining the types of use suitable for the field are increasing and different approaches and planning approaches come up. (Topay, 2003).

RESULT

In order to ensure the sustainability of the activities carried out in the natural environment, the environmental and cultural conditions of the environment are extremely important. In this context, the areas with high potential for recreation and the most preferred activities in Çubuk District were determined according to the preferences of the locals and visitors. Interrogation was performed for the five activities determined in line with the results. Various studies were conducted on the natural and cultural structure of Çubuk during the interrogation. In the study, maps were digitized by using GIS (Geographic Information System) version 10.4 and analyzes were made.

During the interviews, it was observed that individuals, especially the locals, were in search of different ways to have a pleasant time, but they did not provide enough opportunities in the district. In the planning study carried out, resources are protected and sustainable, and suitable areas where individuals can have a pleasant time can improve their quality of life. Considering the previous studies in this context, the Landscape Architecture has emphasized the importance of recreation as a result of many planning studies of the professional discipline, quality of life, comfort, spiritual relaxation of the

individuals and so on. there are cases. In this context, the use of natural and cultural landscaping features was carried out to determine the recreation and recreation values of Çubuk District. In the study, five different recreational activities were preferred for the local people. The combination of the obtained maps and the conformity class values was made and it was concluded that the most appropriate recreational use as a result of the distribution within the area is Tent Camping.

ACKNOWLEDGMENT

This Article was abstracted from Bilge's MSc. Thesis, supervised by Associate Prof. Dr. Sertaç GÜNGÖR (accepted by Selcuk University Natural and Applied Sciences). We thank the referees for their valuable comments on our paper, which have considerably improved the presentation of this paper.

RESOURCES

Akten, M., Yılmaz, O. ve Atila, G., 2009, Alan Kullanım Planlamasında Rekreasyonel Alan Kullanım Ölçütlerinin Belirlenmesi: Isparta Ovası Örneği, *Turkish Journal of Forestry*, 2, 119-133.

Anonim, 2019ç, Çubuk Haritası, Ankara, https://www.haritatr.com/cubuk-haritasi-i48:

Bulut, Y., 2000, Tercan Baraj Gölü Ve Çevresinin Rekreasyonel Alan Kullanım Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, *Doktora Tezi (Yayımlanmamış), AÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Erzurum*.

Çal, N., 2014, Antalya Konyaaltı Plajı Rekreasyonel Kullanım Özelliklerinin Peyzaj Mimarlığı Açısından İrdelenmesi, *Akdeniz Üniversiresi*, 2-88.

Gök, Y., 2011, Kozan Baraj Gölü Ve Çevresinin Rekreasyonel Alan Kullanım Kararlarının Belirlenmesi, *Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana*.

Metin, Z., Bal, O., Metin, H., Kocabaş, E. ve Ünses, E., 2015, Çubuk Belediye Başkanlığı 2015-2019 Yılları Stratejik Planı, *Çubuk Belediye Başkanlığı Planlama Yayınları-Yayın no:3*.

Sarıdemir, H., 2010, Çubuk (Ankara) ilçesinin beşeri ve ekonomik coğrafyası, *Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, 26-30.

Topay, M., 2003, Bartın-Uluyayla peyzaj özelliklerinin rekreasyon-turizm kullanımları açısından değerlendirilmesi üzerinde bir araştırma, *Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara*.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

E-ticaret alışveriş sitelerinin kullanımında müşteri güven algısı: Y ve Z kuşağı tüketiciler üzerine bir araştırma

Gözdegül Başer[1], Burcu Kantarcıoğlu,

Özet

Giriş*: Günümüzde internet kullanımı kadar internet üzerinden yapılan alışverişlerde de büyük bir artış gözlenmektedir. Günün her saatinde ve dünyanın her yerinden yapılabilen e-ticaret tüketicilere seçim, zaman, fiyat avantajları gibi pek çok avantaj sunmakta ve her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Bununla birlikte tüketicilerin normal alışverişlere oranla ne oranda e-ticarete güven duydukları ve bu güvenin alt unsurları e-ticaretin gelişimini önemli ölçüde etkileyecektir.* ***Amaç****: Bu araştırma Y ve Z Kuşağı'nda yer alan tüketici grubunun e-ticarete yönelik güven tutumlarını incelemektedir.* ***Yöntem:*** *Araştırma kapsamında 421 adet lisans ve yüksek lisans öğrencisine online anket uygulaması yapılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırmaya 229 kadın, 102 erkek öğrenci katılmıştır. Ağırlıklı yaş grubu 18-24 yaş aralığı olup, aylık gelir (%50) 1000-2000 TL olarak tespit edilmiştir. Tüketicilerin e-ticaret sitelerinden yaptıkları alışveriş konusundaki güven algılarının ağırlıklı olarak "zamanlamada verilen sözün tutulması", "ulaştırmada sıkıntı yaşanmaması", "kaliteli ürün ve hizmetler sunması", "iade yapma garantisi vermesi", "geri bildirim sisteminin etkin ve hızlı olması", "sipariş edilen ve ele geçen ürünün eş değer olması" gibi unsurların ağırlıklı olduğu görülmektedir.*

Anahtar Kelimeler— *E-ticaret, güven, güven algısı, tüketici algısı, internet, pazarlama*

Customer perception for e-commerce: A research on Gen Y and Z consumers

Abstract

Introduction: *There is a great increase in online shopping as well as internet usage. E-commerce, which can be made at any time of the day and anywhere in the world, offers many advantages such as choice, time and price advantages to consumers and is becoming more widespread every day. However, the extent to which consumers trust e-commerce compared to normal purchases and the sub-components of trust will significantly affect the development of e-commerce* ***Aim:*** *The present study mainly focuses on the e-commerce trust attitudes of a group of consumers from Y and Z Generation.* ***Method:*** *421 undergraduate and graduate students were interviewed online.* ***Findings:*** *229 female and 102 male students participated in the study. The weighted age group is between 18-24 years of age and the monthly income (50%) is determined as 1000-2000 TL. The perception of trust of consumers on e-commerce sites is mainly to keep the promise given in the timing, not to have any problems in transportation, to provide quality products and services, to provide a return guarantee, to have the feedback system effective and fast, to be the equivalent of the ordered and delivered product.*

Keywords*— E-commerce, trust, trust perception, consumer perception, internet, marketing*

[1] Dr.Öğr.Üyesi, Antalya Bilim Üniversitesi, Turizm, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Türkiye, gozdegul.baser@antalya.edu.tr
2 Öğretim Görevlisi, Antalya Bilim Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler, İşletme, Türkiye, burcu.kantarcioglu@antalya.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Çalışırken İş Arama: İş Arama Davranışının Yordayıcıları, İnsan Kaynakları Departmanı Örneği

Seda Mumlu Karanfil[1]

Özet

Giriş: *Günümüz rekabet ortamı, değişen ekonomik koşullar, geçici statüde çalışanların varlığı, dış kaynak kullanımı gibi sebepler işsiz bireyler kadar çalışan bireylerin de iş arama davranışında bulunmasına sebep olmaktadır. Konu ile ilgili literatür taraması sonucunda örgütsel bağlılık, alınan ücret, alternatif iş olanakları, iş güvencesi, demografik özellikler, psikolojik faktörler iş arama davranışına etki etmektedir. Ancak çalışanların iş arama davranışlarına etki eden başka unsurlarda bulunmaktadır. Örneğin Trusty, Allen, Fabian (2019) tarafından yapılan çalışmada, çalışırken iş arama konusunda yedi farklı motivasyon kategorisi ortaya konulmuştur. Bu yedi farklı kategori; İşyerinde istenmeyen durumlardan kaçmak, yetenek ve becerilerine uygun daha iyi bir iş bulmak, istihdam edilebilirliğini ve iş piyasasını keşfetmek, daha yüksek ücret almak, kendisinin ve ailesinin ihtiyaçlarını karşılamak, kariyerinde ilerlemek, diğer kişilerden etkilenmek şeklinde sıralanmıştır. Çalışanın bu hedeflere ulaşmasında güçlü bir psikolojik sermayeye sahip olması önemlidir.* ***Amaç:*** *Bu araştırma ile çalışırken iş arama davranışı gösteren insan kaynakları departmanı çalışanlarının sahip olduğu pozitif psikolojik sermaye ile Trusty, Allen, Fabian tarafından kategorize edilen yedi farklı motivasyon kaynağını arasındaki ilişkinin ortaya konması amaçlanmaktadır.* ***Yöntem:*** *Çalışma kapsamında nitel bir araştırma yapılmakta ve veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmaktadır. Mülakat soruları çalışanların iş arama davranışlarını belirlemek için Trusty, Allen, Fabian (2019) tarafından geliştirilen yedi farklı motivasyon kategorisinden ve ilgili literatürden yararlanılarak hazırlanmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma ile çalışanların sahip olduğu pozitif psikolojik sermaye ve iş arama davranışı arasındaki ilişki ele alınarak önemi vurgulanacaktır.*

Anahtar Kelimeler— *iş arama davranışı, insan kaynakları çalışanları, pozitif psikolojik sermaye, kariyer, ücret, yetenek*

Job Search at Work: Predictors of Job Search Behavior of Human Resources Managers

Abstract

Introduction: *The reasons such as the current competitive environment, effective economic functions, the status of employees in temporary status, the use of outsourcing as well as those who work as unemployed individuals also have reasons for seeking job search behavior. Job search behavior is the ability of individuals to be searched for job search, the time they spend, and the ability to speak in various places. The literature review, organizational*

[1] Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Ana Bilim Dalı, sedamumlu@gmail.com

commitment, paid wage, alternative job opportunities, job security, demographic characteristics, psychological factors and the effects of job search behavior. However, employees have other factors that affect job search behavior. Reliable, Allen, Fabian (2019) date, a different motivation category is put forward. These seven different categories; In order to avoid undesirable situations in the workplace, to find a better job finding tool, to be open and to be open, to get higher wages, to stay in our own career and to be affected by other places. Employees must have a strong psychological capital to achieve these goals. Objective: If you can explain and study the research related to this research, we aim to be focused on combining positive psychological capital and its assurance with seven different sources of motivation, categorized in Allen, Fabian. Method: A semi-structured interview technique was used as a qualitative research and data collection method. Interview questions are prepared using the seven different categories of motivation made by Güven, Allen, Fabian (2019) and related literature to determine the job search behavior of the employees. Findings: The research will emphasize the priority of the employees in relation to the relationship of positive psychological capital and job search behavior.

Keywords - *job search behavior, human resources employees, positive psychological capital, career, wage, talent*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

İşletmelerin Döviz Kuru Riski Algısı ve Kur Riski Yönetim Tekniklerine İlişkin Bir Uygulama: Afyonkarahisar İmalat İşletmeleri Örneği

Dr.Öğr.Üyesi Serdar ÖGEL [1]

Arş.Gör.Dr. Adem BÖYÜKASLAN[2]

Arş.Gör. Semih AÇIKGÖZOĞLU[3]

Arş.Gör.Gizem VERGİLİ[4]

Özet

Dünya ekonomileri her dönem ekonomik krizler veya krizlerin daha hafif şekli olan finansal dalgalanmalarla karşı karşıya kalmışlardır. Son yüzyılda özellikle sermaye hareketlerinin artması ve sermayenin ekonomiler arasında daha hızlı bir şekilde hareket etmeye başlaması ekonomilerin finansmanına olumlu katkılar sağlasa da aynı zamanda daha kırılgan bir ekonomik yapının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Liberal ekonomik düzenin etkilerinin iyice hissedildiği günümüzde, ortaya çıkan bir çok finansal sorun tüm ekonomik birimleri olduğu gibi işletmeleri de birtakım belirsizliklerle karşı karşıya bırakmıştır. Belirsizliğin hakim olduğu koşullarda işletmelerin katlandığı riskler artmakta, kurlarda, faizlerde ve piyasa koşullarındaki bozulmalar finansman maliyetlerinin artması başta olmak üzere hammadde ve işgücü temininde işletmelerin zorluklarla karşılaşmalarına sebep olmaktadır. Döviz piyasaları, gerek dünyada gerekse yerel piyasalarda meydana gelen ekonomik ve siyasi olumsuzluklara en hızlı tepki veren piyasalardır. Dolayısıyla; çeşitli faktörlerin etkisiyle yaşanabilecek ekonomik dalgalanmalar ve bu dalgalanmaların döviz piyasaları üzerindeki etkisinin, küçük ya da büyük ölçekli olmalarına bakılmaksızın tüm işletmeleri önemli ölçüde etkilediği ve bir risk unsuru oluşturduğu söylenebilir. Ortaya çıkan riskler; işlem riski, ekonomik risk ya da muhasebe riski şeklinde adlandırılmakla beraber, bu durum döviz kurlarındaki değişimlerden korunmak isteyen işletmeleri finansal tedbirler almaya zorlamakta ve döviz kuru risklerini yönetmek zorunda bırakmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren işletmeler, gerek ekonomik belirsizlikler gerekse döviz kurundaki volatil değişimlerden çabuk etkilenmekte, söz konusu riskleri iyi yönetemezlerse sonunda iflasa kadar varabilecek finansal başarısızlık durumlarıyla karşı karşıya kalabilmektedirler. Bu nedenle özellikle risk yönetim araçları böylesi ekonomilerde daha önemli hale gelmektedir.

Bu bilgiler ışığında; ekonomik değişim ve dalgalanmaların döviz kuru bağlamındaki etki alanı esasen finansal piyasalar ve reel sektör olarak ayrılabilmekte iken, bu çalışmanın uygulama alanı olarak reel sektör temsilcileri olan işletmeler seçilmiştir. Çalışmada; Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren

[1] Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
[2] Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, UTF Bölümü
[3] Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
[4] Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, ZTYO, Muhasebe ve Finans Bölümü

işletmelerden anket yoluyla toplanan bilgiler SPSS programı yardımıyla incelenecektir. Toplanan veriler ve gerçekleştirilecek anket çalışması ile; ilk etapta Afyon Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı işletmelerin işletme künyelerinin tespiti, finans departmanlarının organizasyon yapısının ortaya konulması başta olmak üzere, söz konusu işletmelerin sermaye yapılarının belirlenmesi ve fon ihtiyaçlarının kaynaklara göre dağılımı, döviz kuru riski algılarının belirlenmesi, iş kollarına göre döviz kuru risklerinin sınıflandırılması, döviz kuru riskinden korunmaya yönelik işletme içi ve dışı hedging stratejilerinin belirlenmesi, türev araçlar hakkındaki bilgi ve kullanım düzeylerinin ortaya konulması ve çalışmanın ilerleyen aşamalarında Türkiye'deki diğer işletmelerin döviz kuru riskine karşı değerlendirmeleri gibi eğilimlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kur Riski, Hedging, Risk Yönetimi, Risk Algısı, Türev Piyasalar, Döviz piyasaları

An Application Of Perceived Exchange Rate Risks and Exchange Rate Management Techniques of Enterprises: Afyonkarahisar Manufacturing Enterprises Example

Abstract

World economies are faced with economic crises or financial fluctuations that are lighter than crises every period. Especially in the last century, the increase of capital movements and the fact that the capital has started to move faster among the economies has provided a positive contribution to the financing of the economies, beside it has caused a more fragile economic structure at the same time. The effects of the liberal economic system are intensely felt in today's business environment while enterprises face many financial problems and uncertainties. Businesses are eminently exposed to risk while uncertainty prevails as well as currencies, deterioration in interest rates and market conditions which cause difficulties in the supply of raw materials and labor and also increasing of financing costs. Foreign exchange markets may sometimes have fluctations. Foreign exchange markets are the fastest responding markets to react to economic and political negativities both in the world and in local markets. Therefore; it can be said that the economic fluctuations that may be experienced by various factors and the effects of these fluctuations on the foreign exchange markets considerably affect all the enterprises and constitute a risk factor irrespective of whether they are small or large scale.These risks are called as transaction risk, economic risk or accounting risk and force businesses that would like to be protected from exchange rate fluctuations to take financial measures and manage exchange rate risks. Businesses, operating in developing countries such as Turkey, are quickly affected in terms of by both volatile changes in the exchange rate and also economic uncertainties, they would be faced with financial failures that may eventually reach the level of the business as long as they do not manage the risks well. In that context risk management instruments become more important in such economies.

In this context; while the impact areas of the economic fluctuations and fluctuations in the exchange rate can be divided as financial markets and the real sector, being as representatives of the real sector the businesses have been selected for the study's application area. In the study; information gathered through surveys from companies operating in Afyonkarahisar province will be examined using the SPSS program. With collected data and survey study to be carried out; in the first place, the determination of the business identity of the enterprises registered with the Afyonkarahisar Chamber of Commerce and Industry, it is also aimed at the establishment of the organization structure of the finance departments, determining the capital structures of the subject businesses and allocating the fund requirements according to the sources, determining the foreign exchange risk perceptions, classifying the foreign exchange risks according to the business lines, determining the internal and external hedging strategies to hedge against exchange rate risk, determining the level of information and use of derivative instruments and determining trends such as evaluations against exchange rate risk of other companies in Turkey in the course of the study

Keywords: Exchange risk, Hedging, Risk Management, Risk Perception, Derivatives, Foreign Exchange Markets

JEL Classification Codes: G32, P45.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Öğretmen Gelişiminde Görsel Sanatların Rolü

Medine İrak[1]

Özet

*T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2018-2019 eğitim öğretim yılı boyunca uygulamaya geçirdiği **Öğretmeniyle Güzel İstanbul Projesi** kapsamında **Öğretmen Gelişiminde Görsel Sanatların Rolü** adlı eğitim programı yürütülmüştür. Bu program İstanbul'un Ümraniye ilçesinde bulunan Emine Koçulu İlköğretim okulunda iki hafta sonu olmak üzere toplam dört gün 12 saatte yapılmıştır. Programa ağırlıklı olarak ilkokul düzeyinde ders veren toplam 10 öğretmen katılmıştır. Katılımcı öğretmenlere dört gün boyunca uygulamalı resim eğitimi verilmiştir. Bu çalışma öğretmen gelişimine katkı sunmayı hedefleyen proje odaklı bir alan çalışmasıdır. Çalışmanın amacı: Programda eğitim alan öğretmenlerin edindikleri bilgi ve becerilerini öğrencileriyle paylaşarak öğrencilerin eğitim-öğretim sürecinin iyileştirilmesi ve geliştirilmesine katkı sağlamak, birlikte yaparak öğrenmeyi etkin kılmaktır. Bu bildiri aracılığıyla programın etkinlik süreci ve bu sürecin çıktıları paylaşılmıştır. Öğretmenlerin program sürecinde karşılaştıkları sorunlar ve buna benzer durumların veri analizi yapılarak sonuç bölümünde öneriler sunulmuş, değerlendirmeler yapılmıştır.*

Anahtar Kelimeler: *Eğitim, Görsel Sanatlar, Öğretim, Resim*

The Role of Fine Arts in Teacher Development

Abstract

A training program named "The Role of Visual Arts in Teacher Development" was conducted in 2018-2019 academic year within the scope of the "Beautiful Istanbul Project" of the Ministry of National Education. This program was held in Emine Koçulu Primary School in Ümraniye district of Istanbul during two weekends, in total 4 days and 12 hours. A total of 10 teachers who mainly lectured at primary schools participated in the program. Participant teachers were given hands-on painting training for four days. This is a project-focused field study aiming to contribute to teacher development. The aims of the study are to contribute to the improvement and the development of students' educational process by sharing teachers' knowledge and skills, and also to make the learning effective by practicing together. In this paper, the process of the program and the results of this process were shared. Data analysis of situations such as problems encountered by teachers during the process of the program was conducted and in the results, recommendations and evaluations were made.

Key Words: *Education, Visual Arts, Teaching, Painting*

[1] Dr.Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, Türkiye, medineirak@gmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Lise Öğrencilerinin Öznel İyi Oluş Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi

Full Text / Tam Metin

Nazan Kaytez[1], Safiyye Mutlu [2]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş*: Öznel iyi oluş kavramı yaşam kalitesini değerlendirmeye yönelik bir araç olup, bireylerin anlık mutluluklarından ziyade kendi standartları çerçevesinde yaşamlarını nasıl algıladıklarıyla ilgili bir kavramdır. Diğer bir deyişle, kişinin yaşam doyumu ve duygu durumuna ilişkin değişkenleri içeren bir olgudur. Bireylerin yaşam standartlarına bağlı olarak öznel iyi oluşları da zaman zaman farklılık gösterebilmektedir. Ancak bireylerin kişilik gelişimi ve gelecek yaşantıları açısından büyük önem taşıdığı düşünülen dönemlerdeki öznel iyi oluşları ayrıca önem taşımaktadır. Ergenlik dönemi de bu dönemlerden biridir. Ergenlik, bedensel, bilişsel, duygusal ve sosyal açıdan çeşitli değişikliklerin yaşandığı kritik bir dönemdir. Bu dönemde ergenler yaşanan fizyolojik, psikolojik değişikliklere uyum sağlamaya ve gelecekteki yaşamlarına yön vermeye çalışırlar. Ergenlerin bu süreci sağlıklı bir şekilde geçirebilmeleri için öznel iyi oluşlarının yüksek olması çok önemlidir.* ***Amaç****: Bu nedenle bu araştırmada lise öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Araştırmanın evrenini, Çankırı il merkezindeki Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı liselerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur. Araştırmanın örneklem seçiminde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmış ve bu doğrultuda 3 lise belirlenmiştir. Belirlenen liselerde öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 120'si kadın, 106'sı erkek olmak üzere toplam 226 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırmanın verileri, araştırmacılar tarafından oluşturulan "Kişisel Bilgi Formu" ve Tuzgöl-Dost (2005) tarafından geliştirilip, Özen (2005) tarafından lise öğrencilerine uyarlaması yapılan "Öznel İyi Oluş Ölçeği" ile toplanmıştır. Verilerin analizinde Mann-Whitney U, Kruskal-Wallis testleri kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma sonucunda ergenlerin öznel iyi oluş düzeylerinin aile yapısı ve okul başarılarına göre anlamlı olarak farklılaştığı bulunmuştur ($p<.05$).*

Anahtar Kelimeler— *Öznel İyi Oluş, Ergenlik, Yaşam Doyumu.*

Examining The Subjective Well-Being Levels of High School Students in Terms of Some Variables

Abstract

Introduction: *The concept of subjective well-being is an instrument for evaluating life quality and it is a concept related to how the individuals perceive the life around them within the scope of their standards rather than momentary happiness. In other words, it is a phenomenon including the variables related to the individual's satisfaction with life and mood. Occasionally, the subjective well-being of individuals may also differ based on their life standards. However, the subjective well-being of individuals in the periods considered to have a great importance in terms of their personality development and lives in the future is especially important. The adolescent period is one of these periods. The adolescence is a critical period including several physical, cognitive, emotional and social changes. In this period, the adolescents try to accommodate themselves to the physiological and psychological changes and to direct their lives in the future. It is very important that adolescents have high levels*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çocuk Gelişimi Bölümü, Türkiye, nznunal@hotmail.com
2 Arş. Gör., Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çocuk Gelişimi Bölümü, Türkiye, safiyyemutlu@gmail.com

of subjective well-being to live this period in a healthy way. ***Aim:*** *For this reason, the aim of this study was to examine the subjective well-being levels of high school students in terms of some variables.* ***Method:*** *The population of the study was composed of the students in the high schools affiliated with the Ministry of National Education in the city center of Çankırı. Simple random sampling method was used in the sample selection and accordingly three high schools were determined. The sample of the research was composed of a total of 226 students including 120 females and 106 males, who were studying in the specified high schools and were volunteered to participate in the study. The data of the study were collected using the "Personal Information Form", prepared by the researchers, and the "Subjective Well-being Scale" developed by Tuzgöl-Dost (2005) and adapted to high school students by Özen (2005). Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis tests were used in the data analysis.* ***Findings:*** *As a result of the study, it was found that the subjective well-being levels of adolescents differed significantly based on their family structure and school success (p<.05).*

Keywords— Subjective Well-being, Adolescence, Satisfaction with Life.

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Araştırmacılar uzun yıllar *"iyi hayat nedir?"* sorusuna cevap vermeye çalışmışlardır. (Diener, 2000). Kişinin kendini algılayışı, yaşam memnuniyeti ve diğer kişilerle olan ilişkilerini içeren bu soru, psikoloji alanının ilgisini 1980'li yılların başında çekmiştir. Psikoloji alanında yürütülen çalışmalar önceleri bireylerin olumsuz duygu durumlarına ilişkin bir çözüm arayışı içerisindeyken, 1980'lerde pozitif psikoloji alanındaki gelişmelerle birlikte yaşam doyumu, iyimserlik, mutluluk, öznel iyi oluş gibi kavramlara yoğunlaşılmıştır (Myers ve Diener, 1995). Diener (1984) tarafından ortaya atılan *"Öznel İyi Oluş"* kavramı pozitif psikolojinin önemli konularından biridir. Günlük yaşamımızda mutluluk olarak kullandığımız bu kavram, psikoloji alanında öznel iyi oluş olarak yer almaktadır. Öznel iyi oluş kavramı bireylerin yaşam kalitesini değerlendirmeye yönelik bir araç olarak ortaya atılmıştır. Bireylerin yaşam kalitesinin bir göstergesi olarak kendilerini ne kadar mutlu tanımladıkları ve algıladıklarını anlamaya yönelik bir gösterge olarak kabul edilen öznel iyi oluş, bireylerin anlık mutluluklarından ziyade kişisel yaşam deneyimleri ve kendi standartları çerçevesinde yaşamlarını nasıl algıladıklarıyla ilgilidir (Diener ve Suh, 1997). Aslında Diener (1984), öznel iyi oluş kavramını *"mutluluk"* kavramının belirsizliğinden kaçınmak amacıyla kullanmıştır (Proctor, 2014). Mutluluk, yaşam içerisinde daha çok duygusal boyutta değerlendirilmektedir oysa öznel iyi oluş kavramı insanın kendini iyi hissedişini hem duygusal hem de bilişsel boyutta değerlendirmektedir (Dodge vd., 2012).

Öznel iyi oluşun genel olarak üç önemli öğesi bulunmaktadır. Bunlar, yaşam doyumu, olumlu duygular ve olumsuz duygulardır (Gascó vd, 2018). Olumlu duygulanım, güven, ilgi, ümit, heyecan, gurur, neşe gibi duyguları, olumsuz duygulanım ise öfke, nefret, suçluluk, üzüntü gibi olumsuz duyguları içermektedir. Olumlu ve olumsuz duygular öznel iyi oluşun duygusal bileşenini oluştururken, yaşam doyumu bilişsel bileşenini oluşturmaktadır. Yaşam doyumu bireyin çeşitli yaşam alanlarındaki doyumuna ilişkin değerlendirmelerini yansıtmaktadır (Kangal, 2013). İnsanlar, eğer yaşam koşullarından doyum alıyorlarsa ve sıklıkla olumlu duygular yaşıyorlarsa oldukça mutludurlar. Diğer bir ifadeyle bu insanlar, yüksek öznel iyi oluşa sahiptirler (Lyubomirsky vd, 2005). Öznel iyi oluş düzeyi yüksek insanlar, kendi yaşam olayları ve koşullarını olumlu değerlendiren bireyler iken öznel iyi oluş düzeyi düşük insanlar yaşamlarındaki faktörlerin çoğunu zararlı ya da amaçlarını engelleyici olarak değerlendiren bireylerdir (Dodge vd, 2012). Sonuç olarak öznel iyi oluş, bireyin yaşamını bilişsel ve duygusal açıdan öznel olarak değerlendirmesini içermektedir (Myers, 2000).
Bireylerin öznel iyi oluş düzeylerini etkileyen birçok etmen bulunmaktadır. Örneğin kişinin yaşam doyumu ve duygu durumuna ilişkin değişkenler bireyin öznel iyi oluşunu etkileyebilmektedir. Bu değişkenler, algılanan stres gibi olumsuz etmenler olabileceği gibi, kişinin olumlu yaşam deneyimleriyle edindiği pozitif etmenler de olabilmektedir. Bireylerin öznel iyi oluşlarını etkileyen etmenler yaşamın çeşitli dönemlerinde farklılık gösterebilmektedir (Mallı, 2018). Ergenlik dönemi de

bu dönemlerden biridir. Bir bölümü lise yıllarına denk gelen ergenlik dönemi bedensel, bilişsel, duygusal ve sosyal açıdan çeşitli değişikliklerin yaşandığı kritik bir dönemdir. Ergenler bu dönemde iletişim sorunları, stresle başa çıkma, problem-çatışma çözme, madde kullanımı, karar verme, saldırganlık vb. birçok konuda sıkıntı yaşamaktadırlar. Bu sıkıntıların çözümünde ergenlerin sahip oldukları öznel iyi oluş düzeyleri oldukça önemlidir (Santrock, 2016). Shapiro'ya (2002) göre öznel iyi oluş, önleme kavramının bir parçasıdır ve ergenleri tehdit eden birçok riskli davranışın önlenmesinde büyük önem taşımaktadır. Eryılmaz ve Atak'a (2011) göre ergenlerin sağlıklı bir şekilde yaşamlarını sürdürebilmeleri için öznel iyi oluş düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir. Dai vd. (2013) göre sağlıklı ruhsal gelişim, topluma ve çevreye uyum, güçlüklerle mücadele için özellikle çocukluk ve ergenlik gibi kritik dönemlerde bireylerin öznel iyi oluş düzeylerinin yükseltilmesi çok önemlidir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından, "Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı" (PISA) kapsamında ergenlerin kazanmış oldukları bilgi ve becerileri değerlendirmek amacıyla üçer yıllık dönemler hâlinde yürütülen bir araştırma (pisa.meb.gov.tr) ülkemizdeki ergenlerin öznel iyi oluş düzeylerini göz önüne sermektedir. Ergenlerin öznel iyi oluşlarını belirlemeyi amaçlayan bu araştırmada, 2015 yılı verileri ülkemizdeki ergenlerin OECD ülkeleri içerisinde yaşam doyum ve öznel iyi oluş düzeyi en düşük grup olduğunu göstermektedir. Raporda tanımlanan ve ortaya konulmak istenen iyi oluş kavramı, öğrencilerin ihtiyaç duydukları psikolojik, bilişsel, sosyal, fiziksel yeteneklerini ve doyurucu bir hayat yaşamayı ifade etmektedir. Ergenlerin iyi oluş düzeylerinin yaşam kalitesi açısından ele alındığı bu araştırma, mutlu bir gelecek için öznel iyi oluşun önemini ortaya koymaktadır. Araştırmada ayrıca ergenlerin mevcut kapasitelerinin ve iyi oluşlarının geliştirilmesi gerektiği bunun içinde aile ve eğitimcilerin işbirliği içerisinde olması gerektiği vurgulanmaktadır (PISA, 2015).

Ergenlerin iyi oluş düzeylerinin artırılması için öncelikle öznel iyi oluşu etkileyen etmenlerin belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle bu araştırmada, lise öğrencilerinin öznel iyi oluşlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak şu alt probleme cevap aranmıştır:

1. Lise öğrencilerinin öznel iyi oluşları cinsiyet, yaş, doğum sırası, kardeş sahibi olma durumu, anne-baba öğrenim durumu, sosyo-ekonomik düzey, aile durumu, sınıf düzeyi, okul başarısı ve hobilerine göre farklılaşmakta mıdır?

2. MATERYAL VE YÖNTEM (MATERIAL AND METHOD)

2.1. Araştırmanın Modeli (Research Model)

Çankırı İl Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı liselerde öğrenim gören öğrencilerin öznel iyi oluş düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan araştırma, tarama modelindedir.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem Seçimi (Research Population and Sample)

Araştırmanın evrenini, Çankırı il merkezindeki Milli Eğitim Müdürlüğüne bağlı liselerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur. Araştırmanın örneklem seçiminde basit tesadüfî örnekleme yöntemi kullanılmış ve bu doğrultuda 3 lise belirlenmiştir. Belirlenen liselerde öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 120'si kadın, 106'sı erkek olmak üzere toplam 226 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırmaya alınan öğrencilerin sosyo-demografik bilgileri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Alınan Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Tablosu

Demografik özellikler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	120	**53,1**
Erkek	106	46,9
Yaş		
14	37	16,4
15	56	24,8
16	76	**33,6**
17	46	20,4
18	11	4,9
Kardeş sayısı		
Kardeşi yok	14	6,2
1 kardeş	83	**36,7**
2 kardeş	73	32,3
3 veya daha fazla kardeş	56	24,8
Doğum sırası		
İlk	97	**42,9**
Orta	60	26,5
Son	69	30,5
Anne öğrenim durumu		
İlkokul	76	**33,6**
Ortaokul	76	**33,6**
Lise	58	26,
Üniversite	16	7,1
Baba öğrenim durumu		
İlkokul	35	15,5
Ortaokul	65	28,8
Lise	80	**35,4**
Üniversite	46	20,4
Sosyoekonomik düzey		
Düşük	17	7,5
Orta	186	**82,3**
Yüksek	23	10,2
Aile durumu		
Parçalanmış	18	8,0
Çekirdek	176	**77,9**
Geniş	32	14,2
Sınıf düzeyi		
Hazırlık	27	11,9
9	64	**28,3**
10	63	27,9
11	41	18,1
12	31	13,7
Okul başarısı		
Düşük	13	5,8
Orta	184	**81,4**
Yüksek	29	12,8
Hobileri		

İlgilenmiyorum	74	32,7
Spor	82	**35,8**
Sanat	22	9,7
Doğa aktiviteleri	18	8,0
Hepsi	30	13,7

2.3. Veri Toplama Araçları (Data Collection Tools)

Araştırmada veri toplama aracı olarak *"Kişisel Bilgi Formu"* ve *"Öznel İyi Oluş Ölçeği Lise Formu"* kullanılmıştır.

2.3.1. Kişisel Bilgi Formu: Öğrencilerin cinsiyet, yaş, doğum sırası, kardeş sahibi olma durumu, anne-baba öğrenim durumu, sosyo-ekonomik düzey, aile durumu, sınıf düzeyi, okul başarısı ve hobileri ile ilgili sorular yer almaktadır.

2.3.2. Öznel İyi Oluş Ölçeği Lise Formu:

Yetişkin formu Tuzgöl-Dost (2005) tarafından geliştirilen Öznel İyi Oluş Ölçeği Özen (2005) tarafından lise öğrencilerine uyarlanmıştır. Kişinin yaşam doyumunu etkileyen yargı ifadelerinde oluşan form 37 maddeli 5'li likert tipindedir (Mallı, 2018). Maddelere verilecek cevaplar "Tamamen uygun (5)", "Çoğunlukla uygun (4)", "Orta derecede uygun (3)", "Biraz uygun (2)", "Hiç uygun değil (1)" olmak üzere ölçekten alınabilecek en yüksek puan 185, en düşük puan ise 37'dir. Güvenirlik çalışmaları sonucunda, ölçeğin Cronbach's alpha güvenirlik katsayısı 0.91; test- tekrar- test uygulaması sonucu hesaplanan Pearson momentler çarpım korelasyon katsayısı 0.82 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, ölçeğin ergenler için güvenilir bir ölçek olduğu belirlenmiştir (Özen, 2005).

2.4. Veri Toplama Yöntemi (Data Collection Method)

Araştırma için Çankırı İl Millî Eğitim Müdürlüğünden yazılı, okul müdürlerinden ve ders öğretmenlerinden sözlü olarak izinler alındıktan sonra, araştırmaya alınan öğrencilere araştırmanın amacı hakkında bilgi verilmiş, onayları alınmış ve gönüllü olarak katılmayı kabul edenlere veri toplama araçları verilmiştir. Veriler sınıf ortamında öğrencilerle yüz yüze görüşülerek toplanmıştır.

2.5. Verilerin Değerlendirilmesi ve Analizi (Evaluation and Analysis of Data)

Araştırmanın amacına yönelik toplanan veriler değerlendirilmiş ve istatistiksel analizleri SPSS 22,0 istatistik programında yapılmıştır. Öğrencilerin öznel iyi oluş puanlarının normal dağılım gösterip göstermediği Kolmogorov-Smirnov testi ile belirlenmiştir. Ölçekten alınan puanların normal dağılım göstermediği ($p<0,05$) belirlenmiştir. Buna göre, puanların analizinde nonparametrik testlerden Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır. Farklılığın anlamlı olduğu durumlarda, farkın hangi gruptan kaynaklandığı Mann Whitney U testleri ile saptanmıştır (Büyüköztürk, 2012).

3. BULGULAR (FINDINGS)

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2: Araştırmaya Alınan Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Öznel İyi Oluş Ölçeği'nden Aldıkları Puan Ortalamalarına İlişkin Mann Whitney U Testi Sonuçları

Cinsiyet	n	Sıra Ortalama	Sıra Toplamı	U
Kadın	120	116,93	14032,00	5948,000
Erkek	106	109,61	11619,00	p= ,401

Tablo 2'e göre araştırmaya alınan öğrencilerin öznel iyi oluş ölçeği'nden aldıkları puanlar cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (p>.05).

Tablo 3: Araştırmaya Alınan Öğrencilerin Yaş, Kardeş Sayısı ve Doğum Sırasına Göre Öznel İyi Oluş Ölçeği'nden Aldıkları Puan Ortalamalarına İlişkin Kruskall Wallis Testi Sonuçları

Özellikler	n	Sıra Ortalama	Test İstatistiği
Yaş			
14	37	104,03	X^2=3,937
15	56	107,33	sd=4
16	76	112,47	p=,415
17	46	128,89	
18	11	119,50	
Kardeş sayısı			
Kardeşi yok	14	103,79	X^2=,723
1 kardeş	83	112,08	sd=3
2 kardeş	73	112,90	p=,868
3 veya daha fazla kardeş	56	118,80	
Doğum Sırası			
İlk	97	110,43	X^2=,418
Orta	60	114,52	sd=2
Son	69	116,93	p=,812

Öğrencilerin öznel iyi oluş ölçeği'nden aldıkları puanlar yaş, sahip olunan kardeş sayısı ve doğum sırasına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir (p>.05). Araştırmaya alınan öğrencilerden on yedi yaşında olanların, üç veya daha fazla kardeşi olanların ve son sırada doğanların puan ortalamaları anlamlı olmamakla birlikte daha yüksek bulunmuştur.

Tablo 4: Araştırmaya Alınan Öğrencilerin Anne-Baba Öğrenim Durumu, Sosyoekonomik Düzey ve Aile Durumuna Göre Öznel İyi Oluş Ölçeği'nden Aldıkları Puan Ortalamalarına İlişkin Kruskall Wallis Testi Sonuçları

Özellikler	n	Sıra Ortalama	Test İstatistiği
Anne öğrenim durumu			
İlkokul	76	123,84	X^2=4,755

Ortaokul	76	102,75	sd=3
Lise	58	110,29	p=,191
Üniversite	16	124,52	
Baba öğrenim durumu			
İlkokul	35	109,36	X^2=1,250
Ortaokul	65	107,41	sd=3
Lise	80	117,63	p=,741
Üniversite	46	118,08	
Sosyoekonomik düzey			
Düşük	17	88,50	X^2=4,197
Orta	186	113,58	sd=2
Yüksek	23	131,33	p=,123
Aile durumu			X^2=1,817
Parçalanmış [1]	18	110,50	sd=2
Çekirdek [2]	176	126,77	**p=,036***
Geniş [3]	32	119,63	**Anlamlı fark 2-1**

Araştırmaya alınan öğrencilerin ölçekten aldıkları puanlar sadece aile durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir (p<.05). Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında, en yüksek öznel iyi oluş düzeyine çekirdek aileye sahip öğrencilerin sahip olduğu bulunmuştur. Grupların ikili kombinasyonları üzerinden yapılan Mann Whitney U testi sonuçlarına göre çekirdek aileye sahip öğrencilerin öznel iyi oluş düzeyleri parçalanmış aileye sahip olanlara göre anlamlı olarak daha yüksektir. Anne-baba öğrenim durumu ve algılanan sosyoekonomik düzey ile öğrencilerin öznel iyi oluşları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p>.05).

Tablo 5: Araştırmaya Alınan Öğrencilerin Sınıf Düzey, Okul Başarısı ve Hobilerine Göre Öznel İyi Oluş Ölçeği'nden Aldıkları Puan Ortalamalarına İlişkin Kruskall Wallis Testi Sonuçları

Özellikler	n	Sıra Ortalaması	Test İstatistiği
Sınıf düzeyi			X^2=6,390
Hazırlık	27	104,70	sd=4
9	64	100,97	p=,172

10	63	118,23	
11	41	115,78	
12	31	134,40	
Okul başarısı			X^2= 5,704
Düşük [1]	13	78,50	sd=2
Orta [2]	184	113,29	**p=,048**
Yüksek [3]	29	130,55	**Anlamlı fark**
			3-1 / 3-2
Hobileri			
Yok	74	114,54	X^2= 2,122
Spor	82	116,28	sd=4
Sanat	22	94,36	p=,713
Doğa aktiviteleri	18	115,14	
Hepsi	30	116,38	

Tablo 5. incelendiğinde algılanan okul başarısı ile öznel iyi oluş ölçeğinden alınan puanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir (χ^2 (sd=2, n=226) =5,704, p<.05). Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında, en yüksek öznel iyi oluş düzeyine okul başarısını yüksek olarak belirten öğrencilerin sahip olduğu, bunu sırasıyla okul başarısını orta ve düşük olarak belirten öğrencilerin izlediği belirlenmiştir. Öğrencilerin sınıf düzeyi ve hobileri ile öznel iyi oluşları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p>.05).

4. TARTIŞMA (DISCUSSION)

Araştırma sonucunda öğrencilerin öznel iyi oluş ölçeğinden aldıkları puanların cinsiyet ve yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Ergenlik döneminin gelişimsel özelliklerinden dolayı kadın ve erkek öğrencilerin bu dönemde benzer sorunlar yaşıyor olmaları cinsiyet değişkeninin anlamlı bir farklılık yaratmamasına neden olmuş olabilir. Yine öğrencilerin yaşlarının birbirine çok yakın olması da sonucu etkilemiş olabilir. Yapılan araştırma sonuçları da cinsiyet ve yaş gibi gibi demografik değişkenlerin öznel iyi oluş üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı yönündedir (Alim, 2018; Lampropoulou, 2018; Mahon vd, 2005). Diener vd. (1999) göre yaş ve cinsiyet gibi değişkenlerden daha çok kişilik, mizaç ve aileye ilişkin faktörler bireylerin öznel iyi oluş düzeylerinde daha etkili olabilmektedir.

Araştırmada öğrencilerin öznel iyi oluş ölçeğinden aldıkları puanlar ile doğum sırası ve sahip olunan kardeş sayısı arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulunmuştur. Yapılan diğer araştırma sonuçları da bu bulguyu destekler niteliktedir (Eken, 2010; Acar, 2018; Vert vd, 2017). Kardeşler arası ilişkilerin ve aile içi etkileşimin öğrencilerin öznel iyi oluşlarında daha etkili olabileceği düşünülmektedir.

Anne-baba öğrenim durumuna göre öğrencilerin öznel iyi oluş ölçeğinden aldığı puanlar anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Çelik (2008) de araştırmasında öğrencilerin öznel iyi oluş düzeyleri ile anne-baba öğrenim durumu arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını bulmuştur. Anne-babanın öğrenim düzeyi arttıkça daha bilinçli çocuk yetiştireceği, bilinçli ailede yetişen çocukların da öznel iyi oluşlarının daha yüksek olacağı düşünülebilmektedir. Ancak öznel iyi oluşu tek başına anne-baba öğrenim durumunun etkilemeyeceği aile içi iletişim, ergenin aile içinde kendisini nasıl algıladığı gibi faktörlerin de etkileyeceği düşünülmektedir.

Öğrencilerin sosyoekonomik düzeylerine göre öznel iyi oluş ölçeğinden aldıkları puanlar anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Sosyoekonomik düzey arttıkça yaşam doyumu ve öznel iyi oluşun yükseldiği yapılan bazı çalışmalarla belirlenmiştir (Myers ve Diener, 1995; Triandis, 2000; Bergman ve Scott, 2001; Rees, 2017). Ancak öznel iyi oluş düzeyleri ile algılanan ekonomik durum arasında anlamlı farklılığın bulunmadığı çalışmalarda mevcuttur. Samman'ın (2007) "Psikolojik ve öznel iyi olma: Uluslararası karşılaştırılabilir göstergeler için bir öneri" konulu araştırmasında, düşük gelir düzeyi ile yüksek gelir düzeyine sahip olma ile öznel iyi oluşun bazı alt boyutları arasında doğrudan bir ilişki bulunamamıştır. Araştırmada bu durumu etkileyen birçok değişken olabileceği vurgulanmıştır. Nur Şahin'e (2011) göre maddiyat önemlidir ancak mutluluğun tek şartı da değildir. Bireyin mutluluk kaynaklarının neler olduğu da önemlidir. Ailesinin aylık geliri düşük olan bir ergenin, ailesinin aylık geliri yüksek olan bir ergenden daha mutlu olduğu gözlenebilen bir durumdur. Araştırmaya alınan öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun orta sosyoekonomik düzeye sahip olması ve yaşanılan şehir itibariyle benzer yaşam koşullarına sahip olmaları da sonucu etkilemiş olabilir.

Araştırmada çekirdek aileye sahip öğrencilerin öznel iyi oluşları parçalanmış aileye sahip öğrencilerden anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuç Koçak ve Tatay'ın (2016) araştırma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Dingiltepe'ye (2009) göre eşlerden birinin evi terk etmesi, ölüm durumu ya da boşanma durumunda aile parçalanabilir. Parçalanmış aile yapısı ergenin yaşamını alt üst edecek kadar etkili ve can sıkıcı bir olaydır. Kahraman'a (2016) göre parçalanmış aileye sahip çocuklarda anksiyete, davranış bozukluğu, saldırganlık, korku, kaygı, üzüntü ve stres gibi birden çok olumsuz duygu görülebilmektedir. Özellikle ergenin çevresinde sağlıklı aile modelleri olduğunda bu durum kendi ailesiyle kıyas yapmasına ve mutsuzluğa neden olabilmektedir.

Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile öznel iyi oluş ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Öğrencilerin öznel iyi oluşlarını sınıf düzeyinden çok sınıfın koşulları, arkadaşlık ilişkileri ve ders yükü gibi faktörlerin daha fazla etkileyeceği düşünülmektedir. Bu sonuç Alim (2018), Çelik (2008) ve Özen 'in (2005) çalışma sonuçlarıyla örtüşmektedir. Çevik (2010) de araştırmasında sınıf düzeyinin, lise öğrencilerinin öznel iyi oluşlarını yordamadığı sonucuna ulaşmıştır.

Öğrencilerin okul başarı düzeyleri ile öznel iyi oluş ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu, buna göre okul başarısını yüksek olarak belirten öğrencilerin öznel iyi oluşlarının, düşük ve orta olarak belirtenlere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Lise öğrencilerinin öznel iyi oluşlarının okul başarılarına göre farklılaştığı yapılan diğer araştırmalarda da saptanmıştır (Oishi vd, 1999). Wu ve Zhou (2010) Çin'de yaptıkları araştırmada ergenlerin öznel iyi oluş puanları ile okul başarıları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Eryılmaz ve Aypay'a (2011) göre özellikle akademik motivasyon ve başarı öznel iyi oluşu olumlu yönde etkilemektedir. Ergenlik döneminde okul başarısı bireyi harekete geçiren, içsel ve dışsal motivasyonu artıran bu faktördür (Eryılmaz 2010). Karakoç vd.'e (2013) göre okul başarısı hem motivasyonu artırarak

ergenin amaçları doğrultusunda çaba sarf etmesini kolaylaştırmakta hem de sosyal ve ailesel onay almayı sağlayarak iyilik haline olumlu katkı sağlamaktadır.

Araştırmada öğrencilerin hobileri ile öznel iyi oluş ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Yapılan araştırma sonucunda öğrencilerin çoğunluğunun boş zamanlarında belirli herhangi bir aktiviteyle ilgilenmediği belirlenmiştir. Ayrıca spor, sanat ve doğa aktiviteleriyle ilgilendiğini belirten öğrencilerin bu aktivitelere olan ilgilerinin ne ölçüde olduğu ve bu aktivitelere ne kadar süre vakit ayırdıkları bilinmemektedir. Bu nedenle anlamlı bir farklılığın çıkmadığı düşünülmektedir. Ancak spor ve doğa etkinlikleri gibi aktivitelerin bireylerin öznel iyi oluşlarını etkilediğini belirleyen araştırmalarda mevcuttur (Canbay, 2010; Kılıç ve Arslan, 2018; Çağlayan Tunç, 2015).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin öznel iyi oluşlarının sadece *aile durumu ve okul başarısına* göre anlamlı bir farklılık gösterdiği, cinsiyet, yaş, doğum sırası, kardeş sayısı, anne-baba öğrenim durumu, sosyoekonomik düzey sınıf düzeyi ve hobilerine göre ise anlamlı bir farklılık göstermediği bulunmuştur. Bu sonuçlara göre şu önerilerde bulunulabilir.

- Öğrencilerin öznel iyi oluş düzeyleri farklı değişkenler açısından incelenebilir. Özellikle öznel iyi oluşu olumsuz etkileyen değişkenler belirlenebilir ve ergenlerin bu değişkenlerle nasıl başa çıkmaları gerektiği konusunda destekleyici eğitim verilebilir. Baş etme becerileri geliştirilebilir.
- Özellikle parçalanmış aileye sahip ergenlerin öznel iyi oluşlarını destekleyen eğitim programları geliştirilebilir. Bu konuda okul ve ailelerle iş birliği yapılabilir, akran, öğretmen ve aile destekli eğitim programları hazırlanabilir.
- Okul içinde ve dışında öğrencilerin öznel iyi oluşlarına olumlu etki edecek farklı sosyal ortamlar ve sosyal destek kaynakları sağlanabilir.
- Öğrenciler, eğitimciler ve aileleri tarafından gelişimlerini ve öznel iyi oluşlarını olumlu yönde etkileyecek aktivitelere yönlendirilebilir. Tercih edilen aktivitelerin ergenlerin gelişimlerine ve öznel iyi oluşlarına etkisinin araştırıldığı kapsamlı araştırmalar yapılabilir.
- Araştırmada okul başarısı yüksek olan öğrencilerin öznel iyi oluşları yüksek bulunmuştur. Bu nedenle öğrencilerin okul başarısını olumsuz etkileyen değişkenler belirlenebilir ve bu konuda destekleyici çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

ACAR, Ş. (2018), Kanser hastası olan ve olmayan ergenlerin kendilik algısı ve öznel iyi oluşlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

ALİM, E. (2018), Ergenlerde mükemmeliyetçilik, öznel iyi oluş ve depresyon arasındaki ilişkilerin incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BERGMAN, M. M., SCOTT, J. (2001), "Young Adolescents' Wellbeing and Healthgender and Socioeconomic Differences", Journal of Adolescence, 24:183– 197.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2012), Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem Akademi.

CANBAY, H. (2010), Lise öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

ÇAĞLAYAN TUNÇ, A. (2015), Sporun üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı ve öznel iyi oluş düzeylerine etkisi. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.

ÇELİK, Ş. (2008), Lise öğrencilerinin öznel iyi oluşlarının duygusal zekâ açısından incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

ÇEVİK, N. (2010), Lise öğrencilerinin öznel iyi oluşlarını yordayan bazı değişkenler. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

DAI, B., ZHANG, B., LI, J. (2013), "Protective Factors for Subjective Well-Being in Chinese Older Adults: The Roles Of Resources and Activity", Journal of Happiness Studies, 14(4):1225-1239.

DIENER, E. (1984), "Subjective Well-Being", Psychological Bulletin, 95: 542-575.

DIENER, E. (2000), "Subjective Well-Being", American Psychologist, 55(1):34-43.

DIENER, E., SUH, E. (1997), "Measuring Quality of Life: Economic, Social and Subjective Indicators", Social Indicators Research, 40:189-216.

DIENER, E., SUH, M. E., LUCAS, E. R., SMITH, H. (1999), "Subjective Well-Being: Three Decades of Progress", Psychological Bulletin, 125 (2): 276–302.

DİNGİLTEPE, T. (2009), Parçalanmış ve tam aileye sahip ergenlerin yaşam doyumu düzeyleri ile yaşam kalite düzeylerinin karşılaştırılması. Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

DODGE, R., DALY, A., HUYTON, J., SANDERS, L. (2012), "The Challenge of Defining Wellbeing", International Journal of Wellbeing, 2(3):222-235. doi:10.5502/ijw.v2i3.4

ERYILMAZ, A. (2010), "Ergenler için Öznel İyi Oluşu Artırma Stratejileri Ölçeğinin Geliştirilmesi", Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 4(33):81-88.

ERYILMAZ, A., ATAK, H. (2011), "Ergen Öznel İyi Oluşunun Öz Saygı ve İyimserlik Eğilimi ile İlişkisinin İncelenmesi", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10(37); 170-181.

ERYILMAZ, A., AYPAY, A. (2011), "Ergenlerin derse katılmaya motive olmaları ile öznel iyi oluşları arasındaki ilişkinin incelenmesi", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 8(11):220-233.

EKEN, A. (2010), Ergenlerin anne-babaya bağlanma biçimleri ile öznel iyi oluş durumlarının sosyal yetkinlik beklentileriyle ilişkileri. Yüksek lisans tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

GASCÓ, V.P., BADENES, L.V., PLUMED, A.G. (2018), "Trait Emotional Intelligence and Subjective Well-Being in Adolescents: The Moderating Role of Feelings", Psicothema, 30(3):310-315. doi:10.7334/psicothema2017.232

KAHRAMAN, S. (2016), Boşanma sonrasında genç-ebeveyn ilişkilerinin sürdürülmesi ve öğrencinin akademik başarısına etkisi: Afyon ili örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

KARAKOÇ, A., BİNGÖL, F., KARACA, S. (2013), "Lise öğrencilerinde ergen öznel iyi oluş ile olumlu gelecek beklentisi arasındaki ilişkinin incelenmesi", Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi, 3(6):19.

KANGAL, A. (2013), "Mutluluk Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme ve Türk Hane Halkı için Bazı Sonuçlar", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(44): 214-233.

KILIÇ, M., ARSLAN, A. (2018), "Parçalanmış Aileye Mensup Lise Öğrencilerinin Sosyalleşmesinde Sporun Etkisi", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 17(66): 505-517.

KOÇAK, R., TATAY, E. (2016), "Comparison of The Academic Success, Subjective Well-Being And Loneliness Levels of The Teenagers Who Have Ordinary Families and Broken Families", The Journal of Academic Social Science Studies, 46: 1-12.

LAMPROPOULOU, A., (2018), "Personality, School, and Family: What İs Their Role İn Adolescents' Subjective Well-Being", Journal of Adolescence, 67:12-21.

LYUBOMIRSKY, S., SHELDON, K. M., SCHKADE, D. (2005), "Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change", Review of General Psychology in the School, 3:281-290.

MAHON, N.E., YARCHESKI, A., YARCHESKI, T.J. (2005), "Happiness as Related to Gender and Health in Early Adolescents", Clinical Nursing Research, 14(2):175–190.

MALLI, A.Y. (2018), Ortaöğretim kurumlarında okul spor yarışmalarına katılan ve katılmayan öğrencilerin öznel iyi oluş düzeylerinin incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Erzincan.

MYERS, D. G. (2000), "The Funds, Friends, and Faith of Happy People", American Psychologist, 55:56-67.

MYERS, D., DIENER, A. (1995), "Who is Happy? ", Psychological Science, 6(1):10-20.

NUR ŞAHİN, G. (2011), Üniversite öğrencilerinin kendini açma, öznel iyi oluş ve algıladıkları sosyal destek düzeylerinin karşılaştırılması. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

OISHI, S., DIENER, E. F., LUCAS, R. E., SUH, E. M. (1999), "Cross-Cultural Variations in Predictors of Life Satisfaction: Perspectives From Needs and Values", Personality & Social Psychology Bulletin, 25(8): 980-990.

OECD, (2017), PISA 2015 Results (Volume III): Students'Well-Being, PISA, OECD Publishing, Paris. http://dx.doi.org/10.1787/9789264273856-en

ÖZEN, Ö. (2005), Ergenlerin öznel iyi oluş düzeyleri. Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

PROCTOR, C.L. (2014), "Subjective Well-Being", ResearchGate, 6437-6441. DOI: 10.1007/978-94 007-0753-5_2905

REES, G. (2017), "The Association of Childhood Factors with Children's Subjective Well-Being and Mental Health at 11 Years Old", Child Indicators Research. http://dx.doi.org/10.1007/s12187-017-9479-2 Online first.

SAMMAN, A. (2007), Psychological and Subjective Wellbeing: A Propoasal Internationally Comparable Indicators, OPHI (Oxford Poverty & Human Development Initiative), Working Paper Series, Oxford.

SANTROCK, J. W. (2016), Yaşamboyu Gelişim: Gelişim Psikolojisi, (G. Yüksel, Çev.), Nobel, Ankara.

SHAPIRO, L. E. (2002), Yüksek EQ'lu Bir Çocuk Yetiştirmek, (Çev.Ü. Kartal), Varlık, İstanbul.

TRIANDIS, H. (2000), Cultural Syndromes and Subjective Well-Being, MIT press, Cambridge, MA.

TUZGÖL DOST, M. (2005), "Öznel İyi Oluş Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik güvenirlik çalışması", Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 3, (23), 103–110.

WU, D., ZHOU, T., (2010), "Subjective Wellbeing of Sichuan Adolescents From Han, Qiang and Yi Nationalites", Health, 2(10):1208-1214.

VERT, R., OLSON, T.A., KIM, S.Y., STRATTON, K.K., HOESCH, H.M., HARTSHORNE, T.S. (2017), "The Experience of Siblings of Individuals with CHARGE syndrome", Journal of Intellectual & Developmental Disability, 42(3):240-248.

http://pisa.meb.gov.tr/?page_id=22, (28.01.2019).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Belediyelerde Ölçek Ekonomileri ve Verimlilik Arayışı

R. Kutlu KORLU[1]

Özet

Giriş: *Yerel hizmetlerin görülmesinden sorumlu olan mahalli idareler Türkiye'de kanunlar tarafından türlerine göre ayrılmaktadır. En kapsamlı görev ve sorumluluğa sahip olan mahalli idare türü ise belediyelerdir. Belediye türleri hizmet verdikleri alanın genişliği, gelirlerin ve hizmetlerin çeşitliliği gibi değişkenlere göre belirlenmektedir.* ***Amaç:*** *Belediyelerin çeşitli türlerde olması esasında bir optimal büyüklüğe sahip olma arayışıdır. Belediyelerin farklı nüfus ve hizmet alanı gibi konularda çeşitli ölçeklerde hizmet vermesinin hizmeti veren belediyeler açısından bir takım mali sonuçları bulunmaktadır. Harcamalarını başta vergiler ile finanse eden belediyelerin mümkün olduğu kadar az mali kaynakla daha fazla hizmet vermesi vatandaşlar tarafından beklenmektedir. Bu durum gerek 1930 tarihli 1580 sayılı Belediye Kanunu ile gerekse 2004 tarihli 5216 Sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu ve 2005 Tarihli 5393 sayılı Belediye Kanunu ile sağlanmaya çalışılmıştır. Bahsedilen kanunlardan sonra 2012 yılında çıkarılan 6360 Sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması İle Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla 16 olan büyükşehir sayısı 30'a çıkartılmıştır. Bu illerde il özel idareleri ve köyler kaldırılmış ve büyükşehir belediyeleri il mülki sınırlarında hizmet vermeye başlamıştır. Bütünşehir belediyeciliği olarak adlandırılan bu sistem ile ölçek ekonomileri vasıtasıyla verimliliği arttırarak birim maliyetlerin düşmesi hedeflenmiştir.* ***Yöntem****: Bu çalışmada bahsedilenler ışığında belediyelerde ölçek ekonomileri tartışılacak ve büyükşehir belediyelerinin eskisine göre daha geniş ölçekte hizmet vermesi çeşitli açılardan ele alınacak, 2009 yılından 2018 yılına kadar büyükşehir belediyeleri mahalli idareleri (BBMİ) ve normal il belediye mahalli idareleri (NİMİ) verileri yardımıyla bütçe durumları ve kişi başı harcamaları kıyaslanarak değerlendirilecektir.* ***Bulgular:*** *Bu değerlendirme ile mali anlamda iki sistemin getirdiği avantajlar ve dezavantajlar ortaya konarak iyileştirmeler için çeşitli önerilerde bulunulacaktır.*

Anahtar Kelimeler— *Ölçek ekonomileri, Belediye harcamaları, verimlilik*

In Pursuit of Scale Economies and Productivity In Turkish Municipalities

Abstract

Introduction: *Local authorities responsible for carrying out local services are separated by their categorisations by law in Turkey. The most comprehensive type of local administration with responsibilities and duties are municipalities. Municipal types are determined by variables such as the breadth of the area they serve, the diversity of revenues and services.* ***Aim:*** *The reason why municipalities are various in nature is due to the fact that they essentially seek to have an optimal size. Municipalities have a number of financial consequences for municipalities that provide services on various scales, such as different populations and service areas. It is expected by citizens*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Demokrasi Üniversitesi, Maliye Bölümü, Bütçe ve Mali Planlama Anabilim dalı, Türkiye, rkutlu.korlu@idu.edu.tr.

that municipalities financing their expenditures primarily with taxes should provide more services with as little financial resources as possible. This situation was aimed to be ensured by both with the municipality Law No. 1580 dated 1930 and Metropolitan Municipality Law No. 5216 dated 2004 and municipality Law No. 5393 dated 2005. Following the mentioned laws, the number of metropolitan municipalities rose from sixteen to thirty by Number: 6360 Certain Law on Establishment of the Metropolitan Municipality in fourteen provinces and twenty-seven towns and Law on the Amendment of Decree Laws enacted in 2012. With this system, called as the unicity municipalism, it is aimed to decrease the unit costs by increasing the efficiency through scale economies. ***Method:*** *In the light of those mentioned in this study, scale economies will be discussed in municipalities and the fact that metropolitan municipalities should serve on a larger scale than the old one will be considered from many aspects, With the help of data collection dated from 2009 to 2018 of the metropolitan municipalities (BBMI) and the municipalities of the local municipalities (NIMI) will be evaluated and compared with the budget expenditures and per capita expenditures.* ***Findings:*** *This evaluation will put forward the advantages and disadvantages of the two systems and give various suggestions for improvements.*

Keywords— Scale economies, municipal expenditures, productivity

JEL Classification Codes: *H23, H27*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kişiliğin, Kariyer Kararlılığı ve Yaşam Tatmini Üzerine Etkisi: Kariyer Kararı Öz-Yeterliliğinin Aracı Rolü

Hasan Hüseyin Uzunbacak[1], Tahsin Akçakanat[2]

Özet

Giriş*: Bu çalışmada, kariyer kararlılığı, kariyer kararı öz-yeterliliği, yaşam tatmini ve kişilik değişkenleri arasındaki ilişkiler ele alınmıştır.* ***Amaç:*** *Bu kapsamda, çalışmada iki temel amaç belirlenmiştir. İlki, kişilik özelliklerinden sorumluluk, deneyime açıklık, dışa dönüklük ile kariyer kararı öz-yeterliliğinin, kariyer kararlılığı ve yaşam tatmini üzerine etkilerini tespit etmektir. İkinci amaç ise, bu ilişkiler kapsamında kariyer kararı öz-yeterliliğinin rolünü ortaya çıkarmaktır.* ***Yöntem:*** *Anket tekniği kullanılarak yapılan araştırmaya, Süleyman Demirel Üniversitesi'nin çeşitli bölümlerinde öğrenim gören 510 öğrenci dahil edilmiştir. Elde edilen veriler Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak araştırmanın hipotezleri doğrultusunda test edilmiştir. Aracılığa ilişkin testler ise SPSS-Process eklentisi ile yapılmıştır.* ***Bulgular:*** *Yapılan analizler neticesinde kişilik özellikleri ve kariyer kararı öz-yeterliliğinin kariyer kararlılığı ve yaşam tatmininin yordayıcısı olduğu, kariyer kararlılığının ise yaşam tatminini olumlu ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, kişilik ile yaşam tatmini ve kariyer kararlılığı arasındaki ilişkide, kariyer kararı öz-yeterliliğinin aracı rolü olduğu belirlenmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Sorumluluk, Deneyime Açıklık, Dışa Dönüklük, Kariyer Kararlılığı, Kariyer Kararı Öz-Yeterliliği, Yaşam Tatmini, Aracılık rolü.*

The Effect of Personality on Career Decidedness and Life Satisfaction: The Role of Career Decision Self-Efficacy

Abstract

Introduction: *In this study, the relationship between career decidedness, career decision self-efficacy, life satisfaction and personality variables are discussed.* ***Aim:*** *In this context, two main purposes were determined. The first aim is to determine the effects of consciousness, openness to experience, extraversion and career decision self-efficacy on career decidedness and life satisfaction. The second aim is to reveal the role of career decision self-efficacy within these relations.* ***Method:*** *The questionnaire technique was used in the study. 510 students from various departments of Süleyman Demirel University were included in the study. The hypotheses of the study were analyzed by using Structural Equation Model. Mediator tests were conducted with SPSS-Process plugin.* ***Findings:*** *As a result of the analyzes, personality traits and career decision self-efficacy were found to be predictors of career decidedness and life satisfaction. It was determined that career decidedness positively and significantly effected life satisfaction. In addition, it was determined that career decision self-efficacy plays a mediating role in the relationship between personality and life satisfaction and career decidedness.*

Keywords— *Consciousness, Openness to Experience, Extraversion, Career Decision Self-Efficacy, Career Decidedness, Life Satisfaction*, *Mediating role* **JEL Classification Codes:** *D23, O15, M12*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Türkiye, hasanuzunbacak@sdu.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Türkiye, tahsinakcakanat@sdu.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Banka Kredilerinin Değerlendirilmesinde Analitik Bir Kategori Olarak Enformasyon

Sedat Aybar[1]

Özet

Giriş*: Banka ve Finans yazınında, kredi değerlendirmelerinin "enformasyonel süreçler" sonucu kararlaştırıldığı genel kabul görmektedir. Bu süreçlerin açıklanması üzerine hem teorik hem de pratik düzeylerde, doğrudan uygulamaya yönelik zengin bir akademik literatür bulunmaktadır. Bu çalışmaların ortak kavramsal kategorisi enformasyon olmakla birlikte, enformasyonun kendisinin ne olduğu üzerine yapılmış olan çalışmalar sınırlıdır. Enformasyonun kaynakları, önemi, niceliksel enformasyon ile niteliksel enformasyonun nasıl bir araya getirilebileceği, var olan enformasyonun değerlendirilmesinin nasıl yapılacağı ve bunların karar alma süreçlerine etkisi konusunda yapılmış olan çalışmalar azdır.* ***Amaç:*** *Özellikle banka kredileri etrafında karar alma süreçlerine etkisinin boyutları göz önünde bulundurulduğunda enformasyonun kavramsal bir kategori olarak açıklanması daha da önem arz etmektedir. Enformasyon ancak toplumsal ilişkiler içinde, toplumsal olan alan ile birlikte anlamlı olabilir.* ***Yöntem:*** *O halde, bu kategorinin kavramsal düzeyde anlamlandırılması disiplinler arası çalışmaları gerekli kılmaktadır. Bu yüzden disiplinler arası çalışma, bir yandan psikoloji, antropoloji ve sosyolojinin iş birliğini gerektirirken, bunların ekonomi ve finansla istatistik ve ekonometri üzerinden bir bağlantı kurmasını da dayatmaktadır.* ***Bulgular:*** *Bu bildiride "enformasyon" bağımsız bir açıklayıcı kategori olarak bankaların kredi kararları perspektifinde disiplinler arası bir kurguda ve ampirik bir süreç olarak nasıl ele alınabilir, bu alandaki incelemeler hangi yöntemler etrafında kurgulanabilir sorularına, enformasyonun doğasının, anlam ve derinliğinin yapı-kurumu etrafında öneriler getirilmektedir.*

Anahtar Kelimeler— *Enformasyon, Karar Verme, Kredi, Disiplinler arası çalışma.*

JEL CLASSIFICATION: A12, B41, D70, D83

INFORMATION AS AN ANALYTICAL CATEGORY IN EVALUATING BANK CREDITS

Abstract

Introduction: *Literature on banking and finance widely accepts that credit decisions are reached as a result of "informational processes". There exists a large literature explaing these processes at the theoretical and practical levels, by directly linking them to the operational procedures. Although information is the common analytical category in these studies, literature on explaining "information" itself is very limited.* ***Aim:*** *Studies on the sources of information, importance of information, how quanitative and qualitative information can be brought together, how existing information can be evaluated, and how does the informational processes influence decision making processes, are rather small. Particularly when we consider the importance of information in the process of credit decision making, understanding information on its own right becomes more important. Information can only become meaningful within a social set-up and in relation to the social.* ***Method:*** *Than, investigating this analytical conceptial category requires inter-disciplinary work. Inter-disciplinary work in this connection requires collaboration between psychology, anthropology and sociology, and forces to relate them to economics and finance through statistics and econometrics.* ***Findings:*** *In this paper, around social construction of information, I propose explanations on the nature, meaning and depth of information. I also aim to show how information can*

[1] Prof. Dr., Istanbul Aydın University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics and Finance, Turkey, sedataybar@aydin.edu.tr

be studied within an inter-disicplinary framework as an independent explanatory category and as an empirical process. Finally, this paper addresses methodological questions in structuring academic investigations on this topic.

Keywords— *Information, Decision making, Credits, Interdisciplinary work.*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kongre katılımcılarının turizm hizmetlerine ilişkin şikâyetlerinin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi

Melike GÜL[1], Kudret GÜL[2]

Özet

Giriş*: Son yıllardaki bilim, teknoloji ve iş dünyasındaki hızlı gelişmeler insanların bilgiye erişim ihtiyacını ortaya çıkarmakta ve bu durum, bir alternatif turizm türü olarak kongre turizmine yönelik talebi arttırmaktadır. Artan kongre turizmi talebi, beraberinde bu alandaki rekabeti de hızlandırmaktadır. Rekabetin hızlanması ise müşteri şikâyetlerinin etkin bir şekilde yönetilmesini, hizmetlerin iyileştirilmesini ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasını zorunlu hale getirmektedir.* ***Amaç****: Türkiye'deki kongre katılımcılarının aldıkları hizmetlere ilişkin şikâyetlerinin ortaya çıkartılmasını amaçlamaktadır.* ***Yöntem:*** *Bu amaç doğrultusunda http://www.sikayetvar.com/ sitesinde yer alan 29 Mart 2013 ile 15 Aralık 2018 tarih aralığındaki toplam 66 şikâyet incelemeye alınmış ve içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Müşteri şikâyetleri; temel işletme işlevleri dikkate alınarak "üretim", "finansman ve ödeme", "yönetim ve organizasyon", "pazarlama" ve "personel" kategorileri altında gruplandırılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma sonuçlarına göre; kongre katılımcılarının şikâyetlerinin konaklama ve havayolları hizmetlerine ilişkin olduğu ve en fazla üretim ve yönetim-organizasyon alanında şikâyet alındığı tespit edilmiştir. Hizmetin ve odaların kalitesi, kongre otelinin ve havayollarının rezervasyon, güvenlik ve organizasyon sürecinde yaratmış olduğu sıkıntılar çözümlenmesi gereken konular arasındadır. Çalışmada ayrıca Türkiye'de kongre turizminin geliştirilebilmesi için bu alanda hizmet sunan işletmelere yönelik öneriler de sunulmuştur.*

Anahtar Kelimeler— *Kongre, Kongre Turizmi, Müşteri Şikayeti, İçerik Analizi.*

Investigation of the complaints of the congress participants about tourism services with content analysis

Abstract

Introduction: *In recent years, rapid developments in science, technology and business have increased the need for people to access information, and this has increased the demand for congress tourism as an alternative type of tourism. Increasing demand for congress tourism increases the competition in this area. Increasing competition makes it necessary to manage customer complaints effectively, improve services and ensure customer satisfaction.* ***Aim:*** *the study aims to reveal complaints of the congress participants about the services they receive in Turkey.* ***Method:*** *a total of 66 complaints in the period between 29 March 2013 and 15 December 2018 on the website http://www.sikayetvar.com/ were examined and evaluated with content analysis. Customer complaints are grouped under the categories of "production", "finance and payment", "management and organization", "marketing" and "personnel" based on basic managerial functions.* ***Findings:*** *Research results indicate that the complaints of the congress participants were mostly related to the accommodation and airline services. These complaints are mainly related to the production and management organization. The quality of the services, reservation problems for the congress hotel and the airline, security and organization process are among the issues to be solved. The study also provides recommendations for the development of congress tourism in Turkey.*

Keywords— *Congress, Congress Tourism, Customer Complaint, Content Analysis.*

JEL Classification Codes: *L83, Z31, Z39*

[1] Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Türkiye, melikegul2011@mynet.com
2Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Türkiye, kgul@balikesir.edu.tr

Duygusal Emeğin Muhasebe Meslek Mensupları Açısından Değerlendirilmesi: Erzurum İli Örneği

Büşra TOSUNOĞLU[1], Nurbanu ÖZTÜRKCİ[2]

Özet

Duygu, günümüzdeki gibi geniş bir yelpazeye sahip olmamakla birlikte, 1800'lü yılların sonlarından beri üzerine çeşitli çalışmalar ve görüşler ileri sürülen bir alandır. Özellikle de 1980'li yıllardan itibaren, duyguların çalışma yaşamındaki etkisi, dışavurum şekilleri örgütsel başarıdaki rolü giderek artan bir şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Duygusal emek kavramı ilk defa 1983 yılında Hochschild tarafından kullanılmış olup bu çalışmada duygusal emek kavramının alt boyutlarından yüzeysel davranış, duyguların bastırılması ve derin davranış dikkate alınmıştır.

Bu çalışmanın amacı, duygusal emek kavramının muhasebe meslek mensupları açısından incelenmesini içermektedir. Bu kapsamda Erzurum İl'indeki muhasebe meslek mensuplarına yönelik bir anket uygulanmıştır. Analiz doğrultusunda dört hipotez oluşturularak hipotezlerin test edilmesinde bağımsız örneklem T- testi ve tek yönlü varyans analizi (Anova) kullanılmıştır. Analiz bulgularına göre, demografik özelliklerden cinsiyet, eğitim durumu ve yaş değişkenine göre duygusal emek kavramına yönelik bir farklılık yokken meslekte çalışma süresine göre ise anlamlı bir farklığın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Emek, Yüzeysel Davranış, Duyguların Bastırılması, Derin Davranış, Muhasebe Meslek Mensupları*
Jel Sınıflandırması: *M40, M41*

Evaluation Of Emotional Labor Concept In Terms Of Accounting Professionals: Erzurum Province Case

Abstract

Emotion does not have a wide range as it is today, but since the late 1800s, various studies and opinions have been put forward. It is possible to observe the emotional states of people, to observe their various effects, and to explain the biological, psychological, social and cultural aspects of emotions. In particular, since the 1980s, the role of emotions in working life, the role of expression in organizational success has been increasingly discussed. The concept of emotional labor was first used by Hochschild in 1983, and in this study, superficial behavior, emotional suppression and deep behavior were dimensioned from sub-dimensions of the concept of emotional labor.

The purpose of this study is to examine the emotional concept in terms of professional accountants. In this regard, a questionnaire was conducted to the accounting professions who are operating in Erzurum province. 4 hypotheses were constituted and to test hypotheses independent sample T-test and one-way Anova were used. According to findings of the analysis, it may be seen that there are no significant differences age, gender and education with emotional labor while there are significant differences working time with emotional labor of accounting professionals.

Keywords*: Emotional Labor, Superficial Behavior, Suppression of Emotions, Deep Behavior, Accounting Professionals*
Jel Classification: *M40, M41*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Türkiye, busra.tosunoglu@gumushane.edu.tr
2 Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye, n.ozturkci.9283@gmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Topluluk İletişiminin Bir Aracı olarak Topluluk Medyası ve Sürdürülebilirlik: İzmir'deki Kadın Odaklı Sivil Toplum Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme

Aslı Elgün[1],

Özet

Topluluk, ortak amaç, hedefler için bir araya gelen bir toplumsal örgütlenme ve yurttaşlık, özerklik, sivil toplum, kolektif kimlik unsurlarının vurgulandığı politik bir birliktelik olarak tanımlanabilir. En genel anlamıyla topluluk iletişimi de kitle iletişimine alternatif, topluluğun ihtiyaç ve hedeflerine yönelik iletişim çalışmalarını kapsamaktadır. Bu iletişimin en önemli araçlarından biri de topluluğun medyasıdır. İçerik, biçim ve dağıtım açısından ana akım medyaya alternatif olarak gelişen topluluk medyası, belli bir amaç, hedef için bir araya gelmiş olan bireylerin çıkarmış oldukları yayınlar olarak tanımlanabilmektedir. Bu yayınlar finanslar ve içerik açısından bağımsızdırlar ve topluluğun amaç ve hedeflerini temsil etmektedirler. Bu bağlamda da ana akım medyadan ayrılan içerik ve finans koşulları bulunmaktadır. Bu bağlamda da topluluk medyasının sürdürülebilirliği tartışılan konuların başında gelmektedir.

Çalışmanın kuramsal artalanını topluluk iletişimi, topluluk medyası, sürdürülebilirlik ve kadın odaklı sivil toplum kuruluşları oluşturacaktır. Topluluk iletişimi/medyası ve sürdürülebilirlik kavramları açıklanacak ve bu kavramlar arasındaki ilişki tanımlanmaya çalışılacaktır. Çalışmada İzmir'de faaliyet gösteren kadın odaklı sivil toplum kuruşlarının topluluk iletişimleri açısından hangi mecraları kullandıklarının ortaya çıkarılması ve bu mecraların sürdürülebilirliği konusu araştırılacak ve tartışılacaktır. Derinlemesine mülakat veri toplama tekniği ile durum çalışması desenine göre tasarlanan araştırmada bir topluluk türü olarak kadın odaklı sivil toplum kuruluşlarının topluluk medyası kullanımları ve bu mecranın sürdürebilirliğine ilişkin sonuçların ortaya konması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler— *Topluluk İletişimi, Topluluk Medyası, Kadın Odaklı Sivil Toplum Kuruluşları*

Community Media as a Tool for Community Communication: An Analysis on Women-Oriented Civil Society Organizations in Izmir

Abstract

Community is a social organization that meets for common goals and aims. Also, the community can be defined as a political union in which citizenship, autonomy, civil society and collective identity are emphasized. In the general sense, community communication encompasses alternative communication activities aimed at the community's needs and goals. One of the most important tools of this communication is the media of the community. Community media, which developed as an alternative to mainstream media by means of structure and distribution can be defined as the publishing of the individuals who came together for a specific purpose and aim. These publications are independent of finance and content and represent the community's goals and objectives. In this context, there are content and finance conditions separated from the mainstream media. In this context, the sustainability of the community media is one of the issues discussed.

The theoretical background of the study will be composed of community communication/media, sustainability and women-oriented non-governmental organizations. The concepts of community media and sustainability will be

[1] Dr. Öğretim Üyesi, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Türkiye, aslielgun@gmail.com

explained and will be described the relationship between these two concepts. The aim of this study is to find out which channels are used by women-oriented civil society organizations. Another purpose of this study is to ensure that these channels comply with the principles of sustainable communication. Data will collect using an in-depth interview. Research will design according to the case studies design.

Keywords*— Community Communication, Community Media, Women-oriented non-governmental organizations.*

JEL Classification Codes:

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Arama Motoru Odaklı Gazeteciliğin Haber Üretim Süreci Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Dr.Öğr.Üyesi Tolga ÇELİK[1]

Özet

İnternet haber sitelerinin yüksek gelir getiren reklamlar alabilmesinin yolunun daha fazla tıklanma sayısından geçtiğini düşünen gazete sahipleri, haberin üretim sürecinde "Haber nasıl hazırlanırsa daha fazla tıklanır?" sorusunun cevabına yönelik çalışmaları haberciliğin temel işlevlerinden biri durumuna getirmişlerdir. Bu durum haberin kendi doğasından çıkıp metalaşmasına sebep olmakta, salt ticari kaygı ile hazırlanan haberler etik ilkelerden uzaklaşarak bir reklam aracı olarak kullanılmaktadır.

Arama motoru optimizasyonu, hazırlanan web sayfalarının ve bu sayfa içeriklerinin arama motoru algoritmasına uygun şekilde düzenlenmesi anlamına gelmektedir. Arama motorları web sayfalarının url, başlık ve içerik bölümlerini veri tabanına kayıt ederken ve internet kullanıcıları tarafından bu kayıtlar sorgulanırken sistem belli bir mantık çerçevesinde çalışmaktadır. Bu algoritmayı bilen ve buna göre içerik üreten editörlerin hazırladığı haberler arama motorlarında daha fazla görünmekte ve dolayısıyla daha çok tıklanmaktadır. Buradaki sorun haberi üretenlerin arama motorunun önceliklerine, trend konularına yönelerek habercilikten ziyade popüler içerik üreticiliği yapmalarıdır.

Arama Motorları, kullanıcılar tarafından bir arama sorgusu yapıldığında kendi veritabanına kayıtlı olan web siteleri içerisinden belli ölçütlere göre filtreleme ve sıralama yaparak alaka düzeyine göre sonuçları listelerler. Haber siteleri de bu sonuç sıralamasında ilk sayfaya çıkmak için yarışırlar. Bu yarış habercilerin gündemi takip etmekten ziyade arama motoru trendlerini takip etmelerine sebep olmaktadır. İnternet editörleri hangi içerik daha fazla "tık" alacaksa onlar hakkında üretim yapılmasına çalışmakta ve hatta kimi durumlarda muhabirleri bu konuda baskılamaktadırlar. Dolayısıyla arama motorlarında yarışma kaygısında olan editörler, mesleğin gazetecilikten "metin mühendisliğine" evrilmesine sebep olmaktadırlar. Gelinen bu noktada yeni nesil haberciler, artık ülkede ve dünyada olup bitenlerden ziyade metinler üzerinde mühendislik yaparak arama motoru gündemine uygun gazetecilik yapar hale gelmişlerdir.

Bu çalışmada haber içeriği üretim sürecinde arama motoru optimizasyonu işlemlerinin ne şekilde yapılabildiğine yönelik bilgiler verilecek, haberin hazırlanma aşamasında yapılabilecek etik ihlaller anlatılacak ve Türkiye'deki internet haber sitelerinden seçilecek çeşitli haberlerden bu tarzda hazırlanmış içerikler örneklendirilecektir.

Anahtar Kelimeler— *Arama Motoru Optimizasyonu, Gazetecilik, SEO*

Negative Effects On The News Production Process Of Search Engine Focused Journalism

Abstract

The newspaper owners who think that internet news sites can get high-paying advertisements pass more and more clicks, and the studies about the response of the question "How is the news more clicked when it is prepared?" Are

[1] Dr:Öğr.Üyesi, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, İnternet Gazeteciliği ABD, Türkiye, tolga.celik @ege.edu.tr

among the basic functions of news reporting. This causes the news to come out of its own nature and commodity, and the news prepared with pure commercial anxiety is used as an advertisement tool by getting away from the ethical principles.

Search engine optimization means that prepared web pages and their contents are arranged according to the search engine algorithm. The system works within a certain logic framework when search engines register the url, title and content sections of web pages into the database and internet users query these records. News editors who know this algorithm and produce content accordingly are more likely to appear on search engines and therefore more clicked. The problem with this is that the producers of the news have to make the most popular content producers from the news to the search engine's priorities and trends.

Search Engines list the results by relevance level by filtering and sorting by certain criteria from the websites registered to their database when a search query is made by the users. News sites compete for the first page in this sequence of results. This race causes news reporters to pursue search engine trends that are far from tracking the agenda. Internet editors are trying to produce more about what content they are going to "click" and even in some cases reporters are pushing this issue. Hence, editors who are in the search engines for competition are evolving from journalism to "textual engineering". At this point, the new generation news reporters have become journalistic journalists on the search engine agenda by engineering on texts rather than the ones that are now in the country and in the world.

In this study, news content production process, the search engine will provide information for may be done in a way what the optimization process can be done in preparation of the report will be discussed ethics violations and various news will be selected from Internet news sites in Turkey will be exemplified content prepared in this manner.

Keywords— Search Engine Optimization, Journalism, SEO

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yerel Yönetimlerin Öz Gelir Yaratma Kapasitesi, Yapısal Sorunlar ve Finans Krizinin Düşündürdükleri

Erdal Eroğlu[1], Özhan Çetinkaya[2]

Özet

Giriş*: Yaşanmakta olan ekonomik durgunluğun önemli bir ayırt edici özelliği, etkisinin yerel düzeyde daha da hissedilir olmasıdır. Bu durumun iki temel nedeni vardır. İlk olarak belediyelerin mali etkinlikleri artmıştır. Günümüzde halkın çoğunluğu belediye idaresi sınırları içinde yaşamaktadır. Bu değişim bir anlamda modern hayata geçiş olarak kabul edildiğinde halkın daha kalabalık bölgede yaşamanın maliyetleri ile karşı karşıya kalması sonucunu doğurmuştur. Ulaşım, çevre, sosyal yaşam vb. konularda ortaya çıkan hizmet ihtiyaçlarındaki artışlar belediyelerin daha fazla harcama yapmasına yol açmıştır. İkinci neden ise belediyelerin yeterli öz gelire sahip olamamalarından kaynaklı yaşadığı finansal baskılamadır. Günümüzde merkezden yönetilen kaynaklar üzerinde finansal sermayenin egemenliği arttıkça küçük-orta sermayenin taleplerinin karşılanamadığı görülmekte, bu da ağırlıkla "yerel taleplerin" karşılanamaması ve metropollerle taşra arasında büyüyen uçurum biçiminde ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle ikincil bölüşüm ilişkileri içinde yerel kamu alımlarıyla birikim sağlayan küçük ve orta ölçekli sermaye grupların mali sorunlar yaşamasına yol açmaktadır.* ***Amaç****: Çalışmanın amacı içerisinde olduğumuz ekonomik durgunluk sürecinde belediyelerin yaşadığı mali sorunlar çerçevesinde belediyelerde gelir sağlama potansiyelleri ve gelir yapısında yapılabilecek iyileştirmeler hakkında genel bir değerlendirme yapmaktır.* ***Yöntem:*** *Çalışmada izlenecek yöntem iki aşamalıdır. İlk aşamada istatistiki verilerden yararlanılarak mevcut durum analiz edilmektedir. Bu aşamada güçlü ve zayıf yönler ortaya konulmaktadır. İkinci aşamada ise çözüm önerileri geliştirilmektedir.* ***Bulgular:*** *Mevcut durum ile ilgili temel bulgular: belediyelerde borçlanmanın artması, finansal baskılama, gelir yetersizliği ve durgunluk ekonomisi. Mevcut durumun çözümlenmesi ile çıkarılan bilimsel bulgular ise belediye öz gelirlerinin arttırılması, etkin kaynak yönetimi ve yapısal sorunların çözümü yoluyla belediyelerin mali özerkliğinin arttırılmasıdır.*

Anahtar Kelimeler—*Yerel Yönetimler, Öz Gelirler, Borçlanma, Finansal Kriz*

The Capacity of Local Governments to Generate Their Own Revenues, Their Structural Problems and Re-thinking the Financial Crisis

Abstract

Introduction: *A distinguishing feature of the current economic stagnation is its impact on the local level. There are two main reasons for this. Firstly, the financial activities of municipalities have increased. When this change was accepted as a transition to modern life, it caused the public to face the costs of living in a more crowded region. Increases in the service needs of transportation, environment and social life caused municipalities to spend more. The second reason is the financial pressure caused by the inability of municipalities to have sufficient income. Nowadays, as the financial capital has more dominance on the resources managed from the center, it can be seen that the demands of the small-medium capital cannot be met, which cannot be met by local demands and*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Türkiye, erdalerogluuu@gmail.com
2 Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Türkiye ozhanc@uludag.edu.tr

emerge as a growing gap between the metropolises and the provinces. In other words, small and medium-sized capital groups that provide savings through local public procurement in secondary distribution relations lead to financial problems. ***Aim:*** *The aim of this study is to make a general evaluation about the potential of revenue generating in municipalities and improvements in income structure within the framework of the financial problems experienced by the municipalities in the economic recession process.* ***Method:*** *The method to be followed in this study is twofold. In the first stage, the current situation is analyzed by using statistics. In this stage strengths and weaknesses are to be determined. In the second stage, some solutions are proposed.* ***Findings:*** *Key findings on the current situation: increased borrowing in municipalities, financial repression, inefficiency and stagnation economy. The scientific findings of the present situation are as follows: increasing the financial autonomy of municipalities through increasing municipal own revenues, effective resource management and the solution of structural problems.*

Keywords— *Local Governments, Own Revenues, Borrowing, Financial Crisis*

JEL Classification Codes: *G01, H71, H72*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Küresel Finansal Döngüye Yönelik Politika Tepkileri ve Finansal İstikrar(sızlık)

Metin ÖZDEMİR[1], Ali İLHAN[2]

Küresel finansal krizin ardından yapılan tartışmalarda, kriz sonrası büyüme performansında gözlenen zayıflığın nedenlerine ve durgunluktan çıkış için uygulanması gereken politikalara odaklanılmıştır. Gelişmiş ülkeler için büyümede açık bir biçimde gözlenen azalışlara yönelik olarak kalıcı durgunluk ya da küresel tasarruf bolluğu gibi teorik açıklama biçimlerinin yapıldığı görülmektedir. Kriz sonrası gözlenen durgunluğa yönelik açıklama çabalarından birisi de, iktisat politikalarını konjonktürel döngüye bağlı olarak ele alan geleneksel yaklaşımın finansal döngünün neden olduğu çıkarımları ihmal etmesi üzerinde durmaktadır. Bununla birlikte, finansal döngünün geniş çaplı sermaye akımları, kredi büyümesi ve riskli varlık fiyatlarının birlikte hareket etmesi ile oluşan küresel bir boyutu bulunmaktadır. Küresel finansal döngü, fiyat istikrarı ile finansal istikrar arasında doğurduğu değiş-tokuş ilişkilerine bağlı olarak yükselen piyasa ekonomileri için bazı politika imalarını beraberinde getirmektedir. Yükselen piyasa ekonomilerine benzer şekilde Türkiye ekonomisi de küresel finansal döngünün beraberinde getirdiği makro-finansal risklere maruz kalma açısından bir istisna oluşturmamıştır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), finansal istikrarı makro perspektiften ele alan ve para politikası ile makro ihtiyati politikanın birlikte yürütüldüğü bir politika çerçevesi uygulamaya başlamıştır. Bu çalışmada TCMB'nin küresel finansal döngüye yönelik olarak verdiği politika tepkilerini ele alarak finansal istikrar(sızlık) sorununa yönelik bazı çıkarımlar yapmayı amaçlamıştır. Çalışmada, TCMB'nin finansal istikrarda yakaladığı kısmi başarının fiyat istikrarından ödün vererek gerçekleştiği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler— *Para Politikası, Makro İhtiyati Politika, Finansal Döngü, Finansal İstikrar, Fiyat İstikrarı.*

Policy Responses to the Global Financial Cycle and Financial (In)Stability in Turkey

The debates after the global financial crisis have focused on the reasons for the weaknesses in post-crisis growth performance and policies to recover from stagnation. Several theoretical explanations such as secular stagnation or global savings glut have been developed to explain the causes of obvious decline of growth in advanced countries. One of the views in response to the prolonged stagnation argued that the traditional approach to economic policy which is based on the business cycle ignores the implications of the financial cycle. However, there is also an international dimension of the financial cycle which includes the co-movements of gross capital flows, credit growth, and risky asset prices. By creating policy trade-offs between price and financial stability, the global financial cycle reveals some policy implications for emerging market economies. Similar to emerging market economies, Turkish economy is exposed to macro-financial risks that caused by the global financial cycle. The Central Bank of the Republic of Turkey (CBRT) has emphasized financial stability from macro perspective and implemented a policy framework in which monetary and macro-prudential policy were jointly implemented. This study is aimed to infer some policy implications to overcome financial (in)stability by addressing the CBRT's policy responses to the global financial cycle. Our findings indicated that the CBRT has achieved a partial success in financial stability by undermining price stability.

Keywords— *Monetary Policy, Macroprudential Policy, Financial Cycle, Financial Stability, Price Stability.*

JEL Classification Codes: *E51, E52, E58*

[1] Doç. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Türkiye, mozdemir@uludag.edu.tr
2 Araş. Gör. Dr. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Türkiye, ailhan@nku.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneğinde Üniversite Öğrencilerinin Yoksulluk Algısı Üzerine Bir Araştırma

Nazmiye KETE TEPE[1], Yavuz ÖZER[2]

Özet

Giriş*:* Yoksulluk olgusu ekonomik krizlerle birlikte uluslararası ve ulusal düzeyde çok fazla dillendirilse de genellikle yoksulluğun ölçülmesi gibi iktisadi yönleri üzerinde odaklanılmakta, konunun yoksullar tarafından nasıl algılandığı ve yaşantılandığı konusu üzerinde pek durulmamaktadır. Yoksullukla mücadelede, yoksul kesimlerin farkındalıklarının artırılması ve geliştirilecek politikalarda onlara söz hakkının tanınmasının önemi göz ardı edilmektedir. İnsan hakları açısından yaklaşılması gereken yoksulluk olgusunun bir eşitsizlik olarak tanınması ve dezavantajlı kesimlerin bir kısırdöngü olarak yaşanan yoksulluğun aşılmasında sosyal ve kültürel sermayelerinin artırılması için özel bir çaba sarfedilmesi gerekmektedir.

Amaç*:* Bu çalışma yüksek öğrenim gençliğinin yoksullukla ilişkili sorunlarını tartışmaya açmak için tasarlanmıştır.

Yöntem: Çalışma yoksulluğa iktisadi bir yaklaşımdan çok toplumsal ve kültürel açılardan yaklaşmaktadır. Bu nedenle nitel araştırma yönteminin daha uygun olduğu düşünülerek Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin çeşitli fakültelerinde (70 öğrenci) ve Afyon Meslek Yüksekokulunun farklı programlarında okuyan (30 öğrenci) toplam 100 öğrenciyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Üniversite öğrencileri için yoksulluk ne anlama gelmektedir? Öğrenciler ne tür yoksunluklar yaşamaktadırlar? Öğrencilerin gündelik yaşam pratikleri durağan ve içe kapanık mı yoksa etkinlik içinde ve dış dünyaya dönük olarak mı deneyimlenmektedir? Üniversite öğrencileri yaşam koşulları hakkında (durumlarını doğal bulma, kabullenme, kaderci bakış açısı geliştirme, hak temelli bir yaklaşım içinde olma, vb) ne düşünmektedirler? Yaşam koşullarına ilişkin edilgen bir tutum içindeler mi yoksa eleştirel bir düşünme, duruş ya da mücadele yollarını tercih etmekte midirler? Öğrencilerin, öğrenci yoksulluğuna dair çözüm önerileri nelerdir? Öğrencilerin görüşlerine dayanarak bu soruların yanıtları ortaya konmuştur. Araştırma bulguları gençlik ve eğitim politikaları oluşturmada değerlendirilebilecek nitelik taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: öğrenci yoksulluğu, kapasite yoksunluğu, , yoksulluk algısı, yoksulluk deneyimi, gençlik çalışmaları

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon Meslek Yükseokulu, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Radyo ve Televizyon Programcılığı, nazmiyekete@gmail.com
2 Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, yavuzozer2010@hotmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Farklı Ekonomik Konjonktürler Altında ABD Ekonomik Politika Belirsizliğinin Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Etkisi: Doğrusal Olmayan Bir Yaklaşım

Deniz ERER[1], Elif ERER [2]

Özet

Giriş*: Belirsizlik kavramı, ekonomik istikrar ve makroekonomik değişkenler üzerinde önemli rol oynayan bir olgudur. Belirsizliğin yüksek olduğu dönemlerde, ekonomik birimler yatırım ve tüketim kararlarından vazgeçmekte, bu durum ise ekonomik büyümeyi olumsuz olarak etkilemektedir. Son zamanlarda, belirsizlik kavramı politika belirsizliği üzerinde odaklanmıştır. Bu noktada ekonomik politika belirsizliği kavramı ön plana çıkmaktadır. Ekonomik politika belirsizliği, ekonomik birimlerin, politika yapıcılar tarafından benimsenen ekonomi ile ilgili politikaların sonuçlarını ve gelecekteki ekonomi politikaları ile ilgili öngörüde bulunamamaları olarak ifade edilebilir. Gelişmekte olan ülkeler açısından bakıldığında, özellikle ABD'de politika yapıcıların yaptıkları açıklamaların gelişmekte olan ülke ekonomilerinde belirsizliğin bir kaynağı olarak ortaya çıkabilmektedir.* ***Amaç****: Bu doğrultuda çalışmanın amacı, 1998 Ocak-2018 Aralık döneminde aylık veriler kullanarak ABD ekonomik politika belirsizliğinin Türkiye ve BRICS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika) ekonomilerinde makroekonomik değişkenler üzerindeki etkisini, küresel risk algısının yüksek ve düşük oluğu dönemler için incelemektir.* ***Yöntem:*** *Bu amaçla Threshold VAR yönteminden yararlanılmış ve eşik değişkeni olarak küresel risk algısını temsilen VIX endeksi dikkate alınmıştır. ABD'de ekonomik politika belirsizliğini ölçmek amacıyla Baker's vd. (2015) tarafından ABD için geliştirilen ekonomik politika belirsizliği endeksi kullanılmıştır. Makroekonomik değişkenler olarak ise sanayi üretim endeksi, enflasyon oranı ve döviz kuru değişkenleri dikkate alınmıştır.* ***Bulgular:*** *Çalışmanın sonucundan elde edilen bulgular gelişmekte olan ülkeler açısından son derece önem taşımaktadır.*

Anahtar Kelimeler— *Ekonomik politika belirsizliği, Makroekonomi, Threshold VAR*

The Impact of US Economic Policy Uncertainity on Developing Countries Under Different Economic Cycles: An Nonlinear Aproach

Abstract

Introduction: *Uncertainity plays an important role on economic stability and macroeconomic variables. Economic agents postpone decisions about investment and consumption in periods in which uncertainity is high. This situation affects negatively economic grwoth. Recently, uncertainity has focused on policy uncertainity. At this point, economic policy uncertainity comes to the forefront. Economic policy uncertainity is defined as conception that economic agents do not forecast consequences of economic policies adapoted by policy makers and future ecconomic policies. In terms of developing countries, espicially statements presented by policy makers in USA may appear a source of uncertainity in developing economies.* ***Aim:*** *Therefore, the aim of this study is to analyze effects of USA economic policy uncertainity on macroeconomic variables for Turkey and BRICS (Brazil,*

[1] Dr., İktisat, Türkiye, denizerer@hotmail.com
2 Dr., İktisat, Türkiye, elif_erer_@hotmail.com

Russia, India, China and South Africa) for periods in which global risk perception is low and high. ***Method:*** *We used monthly data covered January 1998 – December 2018. For this purpose, we used Threshold VAR. VIX index take in consideration as global risk perception. We used USA economic policy uncertainity index proposed by Baker's vd. (2015) in order to measure economic policy uncertainity in USA. Besides, we used macroeconomic variables such as industrial production index, inflation and exchange rate.* ***Findings:*** The results of this study are of importance for developing countries.

Keywords— Economic Policy Uncertainity, Macroeconomy, TVAR

JEL Classification Codes: *E31, E44, C32*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Ricardocu Olmayan Mali Politikalar Açısından Enflasyon Artışında Bütçe Açıklarının Rolü: Zamana Göre Değişen Parametreli Model Yaklaşımı

Elif ERER[1], Deniz ERER [2]

Özet

Giriş*: Fiyat Düzeyine İlişkin Mali Teori, kamu finansmanında para politikasının etkisini vurgulamaktadır. Fiyat Düzeyine İlişkin Mali Teori açısından, maliye politikasının aktif olduğu Ricardocu olmayan mali teoriye göre bütçe açıkları ve enflasyon arasındaki ilişki bütçe açıklarının finansmanında ortaya çıkan refah etkisinden kaynaklanmaktadır. Vergi indirimleri veya kamu harcamalarındaki artış sonucu artan bütçe açıkları, bireylerin kullanılabilir gelirlerinin artmasına neden olacaktır. Artan gelir iç talep aracılığıyla enflasyonu arttıracaktır. Kalıcı bütçe açıklarına sahip olan ülkeler, söz konusu açığı para yaratarak finanse etmeye çalışmakta, bu durum daha yüksek enflasyon düzeyine neden olmaktadır.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı, 1994Q1-2018Q4 dönemi için enflasyonun belirleyenleri açısından bütçe açığının rolünü ortaya koymaktır.* ***Yöntem:*** *Çalışmada enflasyon oranı ve bütçe açığının yanı sıra dış borç, ticari açıklık, döviz kuru ve bankalararası faiz oranı değişkenleri kullanılmış ve parametrelerin zamanla değişimine izin veren modellemeden yararlanılmıştır. Bu model sayesinde, ele alınan her bir dönem için maliye politikasının fiyat istikrarını sağlamadaki etkisi değerlendirilmiştir.* ***Bulgular:*** *Elde edilen sonuçlar, özellikle yüksek enflasyon dönemlerinde genişletici bir maliye politikasının göstergesi olan bütçe açığının enflasyonu arttırdığını göstermektedir. Buna karşın, düşük enflasyon dönemlerinde söz konusu etki daha düşük olmaktadır.*

Anahtar Kelimeler— *Maliye Politikası, Enflasyon, Zamana Göre Değişen Parametreli Model*

The Role of Budget Deficit on Rise in The Inflation Rate in Non-Ricardian Fiscal Policies: An Approach of Time-Varying Parameters Model

Abstract

Introduction: *Fiscal Theory of the Price Level emphasizes the monetary policy's effect on public finance. In accordance with non-Ricardian fiscal theory in which fiscal policy is active, the relationship between bugdet deficit and inflation stems from wealth effect in finance of budget deficits. Budget deficits from tax reduction or increase in public expenditures lead to increase individuals' disposable income. Rising disposable income enhances inflation through domestic demand. The countries with permanent deficits attempt to finance so-called deficits with money creation. This situation cause higher inlation rate.* ***Aim:****The aim of the study is to execute the role of budget deficit in the determinings of inflation over the periods of 1994Q1-2018Q4.* ***Method:*** *In the study, we used external debt, trade openess, exchange rate and interbank rate as well inflation rate and budget deficit, and utilized from time-varying parameters model. Therefore, fiscal policy effect on achieving price stability was evaluated for each period.* ***Findings:*** *In particular, it is seen from the results that budget deficit an indicator of expansionary fiscal policy enhances inflation rate in high inflation periods. However, so-called effect is lower in low inflation periods.*

Keywords— Fiscal Policy, Inflation Rate, Time-Varying Parameters Models

JEL Classification Codes: *H30, E31, C32*

[1] Dr., İktisat, Türkiye, denizerer@hotmail.com
2 Dr., İktisat, Türkiye, elif_erer_@hotmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Arguvan Türkülerinin İçerik Analizi

Ülkü Akkuş[1], Gülşah Akkuş[2]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş*: Somut Olmayan Kültürel Mirasın (SOKÜM) Korunması Sözleşmesi, insanlığın geçmişten günümüze taşıdığı kültür birikimlerinin korunmasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlamakta, işlevselliğini bu bağlamda yürütmektedir. 2006 yılında bu sürece dahil olan Türkiye, iki çeşit ulusal envanter düzenlemektedir. SOKÜM Ulusal Envanteri bunlardan biridir. 13 Mart 2013 tarihinde SOKÜM Ulusal Envanterine 01.0021 sayı numarası ile kayıtlanan Arguvan Türküleri, Türk halk müziği içerisindeki yeri ve konumu, türkülerin kendine has yorumlama teknikleri, müzikal icrası, dil ve ağız özellikleri ile kültürel miras unsuru olarak belgelenmiştir.* ***Amaç****: Arguvan Türkülerinin SOKÜM Ulusal Envanterine kayıtlanmasında belirleyici olan özellikleri ile türkülerde işlenen konuları, içerikleri, motif ve sembolleri tespit etmek; bu bağlamda Arguvan yöresi halk kültürünün, türkülerdeki görünümünü ortaya koymaktır.* ***Yöntem:*** *Bu çalışmada derlenerek notaya alınmış ve çeşitli kaynaklardan ulaşılan 155 Arguvan türküsü, içerik analizi ile incelenmiştir.* ***Bulgular:*** *Analiz edilen Arguvan türkülerinin konuları 12 ayrı başlık altında sınıflandırılmış; içerikleri bakımından inançsal ve dünyevi olmak üzere iki alanda yoğunlaştığı görülmüştür.*

Anahtar Kelimeler— *Somut olmayan kültürel miras (SOKÜM), Arguvan Türküleri, İçerik Analizi*

A Content Analysis of Arguvan Folk Songs as an Intangible Cultural Heritage

Abstract

Introduction: *The Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage (ICH) ensures that the cultural accumulation of humanity from past to present is preserved and transferred to future generations. Turkey which is involved in this process in 2006, organizes two types of national inventory. The National Inventory of ICH is one of them. The Arguvan Turkish songs recorded on the March 13th, 2013 with the number 01.0021 in the Turkish National Inventory, have been documented as the cultural heritage, language and mouth characteristics and cultural heritage elements of Turkish folk music.* ***Aim:*** *To determine the subjects, contents, motifs and symbols of Arguvan folk songs; in this context, the Arguvan region is to reveal the public culture and the appearance in folk songs.* ***Method:*** *In this study, 155 Arguvan folk songs, which were compiled and obtained from various sources, were examined with content analysis.* ***Findings:*** *The subjects of Arguvan songs analyzed were classified under 12 different headings; in terms of their content, it has been observed that they concentrate on two areas as religious and worldly.*

Keywords— *Intangible Cultural Heritage, Arguvan Folk Songs, Content Analysis*

JEL Classification Codes: *Z13*

[1] Öğr. Gör., İnönü Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Müzik Bilimleri Bölümü, Türkiye Cumhuriyeti, ulku.akkus@inonu.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye Cumhuriyeti, gulsah.akkus@ikc.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Değerler Eğitimi Aracılığıyla Sosyal Uyum: Suriyeli Ve Türkiyeli Lise Öğrencileri Özelinde Bir Uygulama

Elif NEGİZ[1], Elif Ezgi DEMİRCİOĞLU[2], Melike TEKİNDAL[3]

Özet

Göç sonrası farklı kültürlerden gelen bireylerin karşılaştığı güçlüklerin temelinde, yeni ve farklı kültüre ve sosyal yapıya uyum süreci yatmaktadır. Farklı kültürel değerlere sahip bireylerin sosyal uyum sürecine değerler eğitimi grup çalışması katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, Suriyeli ve Türkiyeli lise öğrencilerinin sosyal uyum sürecinde kültürel değerler farkındalığı arttırmak, sosyal dışlanmayı azaltmak ve akran zorbalığını önlemek için değerler eğitimi grup çalışmasını uygulamaktır.

Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu araştırmada veriler, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve amaçsal örnekleme yöntemi ile 13 lise öğrencisinden (6 Suriyeli, 7 Türkiyeli) elde edilmiştir. Mayıs 2018 tarihinde; 1 ön görüşme, 1 son görüşme ve 7 oturum gerçekleşmiş olup, toplamda 9 defa görüşme sağlanmıştır. Grup kolaylaştırıcısı tarafından görüşmeler ve grup çalışması ayrıntılı not alınarak yazılı hale getirilmiş, MAXQDA 18 nitel araştırma programı kullanılarak tematik içerik analizi yapılmıştır. Süreç ve sonuç değerlendirmesi yapılmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilen veriler; "Değer Kavramı", "Sevgi", "Sorumluluk", "Eşitlik" ve "Birlik" alt temalarından oluşmaktadır. Ön görüşmede öğrenciler soruları cevaplamada zorlanırken veya cevaplayamazken, son görüşmede grup çalışması içerisindeki etkinlikler hatırlanarak geniş perspektifte bakış açısı ile cevaplamışlardır.

Sonuç olarak, Türk Kızılay İzmir Toplum Merkezi bünyesinde gerçekleştirilen değerler eğitimi grup çalışması ile Suriyeli ve Türkiyeli lise öğrencileri; akran ağlarıyla etkileşime girerek değerler üzerindeki farkındalıkları artmış olup, akran zorbalığının önlenmesine katkı sağlamıştır. Ayrıca ikincil fayda olarak, etkinlik süreçlerinde ve etkinlik dışı arkadaşlık ilişkilerinde olumlu yönde katkı sağlayarak arkadaşlık ilişkileri güçlenmiştir. Bu alanda çalışan sosyal hizmet uzmanları, müracaatçı gruplarının sosyal uyumu sağlamaya yönelik gerçekleştireceği mesleki uygulamalar arasında değerler eğitiminin de yer alması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler— *Değerler Eğitimi, Sosyal Uyum, Sosyal Hizmet*

JEL Classification Codes: *I21,I31*

[1] Sosyal Hizmet Uzmanı, Türkiye, Elif.Negiz@hotmail.com
2 Sosyal Hizmet Uzmanı, Türkiye, elifezgidemi2@gmail.com
3 Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Türkiye, meliketunc@yahoo.com.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Otomobil Tercihinde Tüketim Kültürü Ve Lüks Tüketim İlişkisine Yönelik Y Kuşağı Üzerinde Nicel Bir Araştirma: Karabük Örneği

Prof. Dr. Ahmet Gürbüz[1], Dilek Aydoğdu[2]

Özet

Giriş*: Günümüz toplumsal yapısı içerisinde sosyal bir olgu olarak tüketim kavramı ve bu kavram içerisinde tüketim kültürü değerlendirilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber var olan tüketim anlayışı popüler kültür ihtiyaçları ile harmanlanarak tüketim kültürü çerçevesinde hızla yayılmakta ve değişmektedir. Değişen ve gelişen tüketim anlayışı kitleler arasında ihtiyaç dışı satın alma ve lükse dayalı hale gelmiştir.* ***Amaç****: Lüks tüketim kavramının yaygın olarak bilinen bir diğer tanımı gösterişçi tüketim olmakla beraber toplumun genç kesimleri üzerinde yaygın olarak görüldüğü bilinmektedir.Bu çalışmada tüketim kültürü ve lüks tüketimin toplumsal gruplar içerisinde farklılaşmaya sebep olması ve asıl amaçlanan ihtiyacı gidermenin ötesinde toplumsal statü ve kimlik kazanma eğilimi ortaya konmaya çalışılmıştır.* ***Yöntem:*** *Karabük örneği ve günümüz yaygın popülasyonu olarak bilinen Y kuşağı hedef kitlesi tercih edilmiştir. 1980 ve 1999 tarihleri arasında doğan Y kuşağı kitlesinin otomobil tercihleri üzerinden tüketim kültürü ve lüks tüketim ilişkisi nicel açıdan analiz edilmiştir.* ***Bulgular:*** *Tüketim kültürü içerisinde lüks tüketim Y kuşağı kitlesinin otomobil tercihlerini etkilemekte ve toplum içerisinde bir statü göstergesi olarak değerlendirilmektedir.*

Anahtar Kelimeler— *Tüketim, Tüketim Kültürü, Lüks Tüketim, Y Kuşağı*

AN INVESTIGATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMPTION CULTURE AND LUXURY CONSUMPTION ON AUTOMOBILE PREFERENCE OF GENERATION Y: KARABUK EXAMPLE

Abstract

Introduction: *As a social phenomenon within today's social structure the concept of consumption and consumption culture within this concept are evaluated. With the development of technology, the current consumption concept is blended with popular culture needs and rapidly spreading and changing within the framework of consumer culture. The changing and evolving consumption concept has become based on out-of-need purchasing and luxury among the masses.****Aim:*** *Another widely known definition of the concept of luxury consumption is conspicuous consumption, but is widely seen on the younger part of society. Consumption culture and luxury consumption lead to differentiation within social groups and aim to gain social status and identity beyond eliminating the actual purpose.* ***Method:*** *In this study, the target population of Generation Y, which is known as Karabük case and today's common population, was preferred. It was tried to determine the relationship between luxury culture and luxury*

[1] Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, agurbuz@karabuk.edu.tr
2 Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, aydogdu.dilek@yahoo.com

consumption by means of automobile preferences of the generation Y who was born between 1980 and 1999. ***Findings:*** *Luxury consumption included in consumer culture affects that the automobile preference of Generation Y like a status indicator in society.*

Keywords— *Consumption, Consumption Culture, Luxury Consumption, Generation*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Geç Endüstrileşme Sürecinde Organize Sanayi Bölgelerinin Rolü: Bursa İmalat Sanayi Örneği

Cem Okan TUNCEL[1]

Özet

Giriş*:* Organize Sanayi Bölgeleri (OSB), 1960'ların basından itibaren Türkiye'nin bölgesel gelişme ve sanayileşme politikasında önemli bir araç konumundadır. OSB'ler sanayinin planlı yerleşimini sağlamak, mekânsal örgütlenmenin sağladığı dışsallıklardan yararlanmak ve sanayicilerin mekân sorunlarını gidermek amacıyla yüz yılı aşkın süredir dünya genelinde uygulanmaktadır. 19. yüzyılın sonlarında sanayinin belirli bir plan dâhilinde yerleştirilmesinin ve geliştirilmesinin önemine bağlı olarak dünyada ilk bilinçli örneğinin İngiltere'de görüldüğü OSB uygulaması 20. Yüzyılın başlarında başta Amerika Birleşik Devletleri olmak üzere diğer gelişmiş ülkelerce de uygulanmaya başlamıştır. ***Amaç****:* Bu çalışmanın amacı, Bursa'da yer alan organize sanayi bölgeleri içindeki imalat sanayi firmalarının teknolojik yetenek birikimini araştırmak suretiyle OSB'lerin endüstrileşme sürecindeki rolünü incelenmektedir. ***Yöntem:*** Araştırma kapsamında Bursa'da bulunan farklı Organize Sanayi Bölgeleri bünyesinde yer alan firmaların, Ar-Ge faaliyetleri, inovasyon performansları, üniversite-sanayi işbirliği düzeyleri incelenmiştir. Çalışmada rastsal örnekleme yöntemi ile Oslo Kılavuzu'na göre hazırlanmış İnovasyon Anketi yoluyla 200 imalat sanayi firmasından veri toplanmıştır. ***Bulgular:*** Araştırmanın bulgularına göre; firmalarda özellikle yatırım, süreç ve üretim yetenekleri konusunda belirli düzeyde bir teknolojik yetenek birikimi olduğu gözlenmektedir. Firmaların inovasyon performansı ile dış bilgi kaynaklarını kullanabilme ve diğer aktörlerle etkileşim yeteneğini tanımlayan dış bağlantı yeteneklerinin ise yeterli düzeyde olmadığı belirlenmiştir. Bursa bölgesi imalat sanayinin rekabet gücünü arttırabilmesi için teknolojik yeteneğini hızla geliştirmesi gerekmektedir. Mevcut OSB modeli Bursa imalat sanayinin teknolojik dönüşümü için gerekli katkıyı vermekten uzaktır. Bu nedenle çalışmanın sonucunda gelişmiş ülkelerde artık bilgi, teknoloji, tasarım ve mükemmeliyet merkezleri haline gelen endüstri bölgelerinde yaşanan dönüşümler değerlendirilmiş ve ülkemiz için alternatif modellerin neler olabileceği tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler- Organize Sanayi Bölgeleri, Teknolojik Yetenek, İnovasyon, İmalat Sanayi

[1] Doç Dr. Uludağ Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü BURSA cotuncel@uludag.edu.tr

Role of Organized Industrial Zones in Late-Industrialization: The Case of Manufacturing Industry in Bursa

Abstract

Introduction: Organized Industrial Zones (OIZs) are an important tool in Turkey's regional development and industrialization policy since the early 1960s. OIZs are being implemented throughout the world for more than a hundred years in order to ensure the planned layout of the industry, to make use of the externalities provided by spatial organization and to solve the space problems of the industrialists. ***Aim:*** The aim of this study is to investigate the role of OIZs in the industrialization process by exploring the technological capabilities of manufacturing firms in the organized industrial zones in Bursa. ***Method:*** Within the scope of the research, R & D activities, innovation performances, university-industry cooperation levels of the companies in different Organize Industrial Zones in Bursa were examined. Data were collected from 200 manufacturing companies through the Innovation Questionnaire preparing according to the Oslo Manual by random sampling method in the study. ***Findings:*** The result of the research shows that certain technological capacity in the field of investment, process and production has accumulated in firms. On the other hand it has been determined that firms' innovation performance and external linkages capabilities, which define the ability to use external information sources and interact with other actors, are not adequate. The manufacturing industry in the Bursa region needs to rapidly develop its technological capability in order to increase its competitive advantage. But current OIZs model is far from providing the necessary contribution for technological transformation of Bursa manufacturing industry. As a result of this study, the transformation of industrial zones which has become increasingly hub of high technology and innovation in the developed countries is evaluated and alternative models of new generation OIZ for our country are discussed.

Keywords— Organized Industrial Zones, Technological Capability, Innovation, Manufacturing Industry

JEL Classification Codes: O31, O32, R11

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Konaklama Sektöründe Dizginleyici Kültürün Duygusal Emek ve Kültürel Duyarlılık İlişkisi Üzerindeki Etkisi

Müjde Aksoy[1], Nilüfer Altundal Biyan [2], Elif Koç[3], Erdoğan Koç[4]

Özet

Bu çalışmanın amacı Türkiye de konaklama sektöründe dizginleyici kültürde duygusal emek ve kültürel duyarlılığın önemi ve etkilerini incelemektir. Genel olarak, Türk kültürü hoşgörü kültüründen ziyade nispeten dizginleyici bir kültür olarak sınıflandırılabilir. Araştırma verileri, konaklama alanında faaliyet gösteren 6 farklı otelden 117 otel çalışanından anket yöntemiyle toplanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, frekans, güvenilirlik, değişkenlerin dağılımının normalliği araştırılmıştır. İstatistiksel karşılaştırmalarda normal dağılım gösteren değişkenler için; Bağımsız örneklemler T-testi ve tek yönlü varyans analizi, Pearson korelasyon testi, çoklu doğrusal regresyon analizi ve etki büyüklükleri hesaplanarak değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, duygusal emek ve kültürel duyarlılık ve boyutları arasında anlamlı ilişki olduğunu göstermiştir. Çalışmada duygusal emek stratejisi ile ilişkilendirilen kültürel duyarlılık hizmet sektörü açısından her ne kadar önemli olsa da bu alanda çalışma eksiği olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında, konaklama alanında çalışanları ve gelecekteki araştırmalar için bazı teorik ve pratik uygulamalar tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler— Kültür, Dizginleyici Kültür, Duygusal Emek, Kültürel Duyarlılık

The Influence of Restraint on Emotional Labor and Intercultural Sensitivity in Hospitality

Abstract

This study aims to explore the role and importance of emotional labour and intercultural sensitivity among Turkish hospitality employees. In general, Turkish culture can be classified as a relatively restraint culture, rather than an indulgence culture. Data have been gathered from 117 hospitality employees from 6 different hotels. The data obtained from the questionnaires, frequency, reliability, distribution of variables were investigated. For the statistical distributions; Independent samples T-test and one-way analysis of variance, Pearson correlation test, multiple linear regression analysis and effect size were evaluated.The findings of the study show that there is a statistically meaningful relationship between emotional intelligence and intercultural sensitivity and its dimensions. Based on the findings of the study a number of theoretical and practical implications have been offered.

Keywords— Culture, Restraint, Emotional Labor, Intercultural Sensitivity

JEL Classification Codes: M12, M31.

[1] Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü., İşletme Bölümü, merihaksoy@gmail.com
2 Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, n_altundal@hotmail.com
3 Araştırma Görevlisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniv., Denizcilik Fakültesi, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Bölümü, elifkoc@bandirma.edu.tr
4 Prof. Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniv. İ.İ.B.F., İşletme Bölümü Pazarlama Anabilimdalı, erdogankoc@yahoo.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Güç Mesafesi Kaynaklı Yersiz Nezaket Örgütsel Sessizliğe mi Yol Açıyor?

Full Text / Tam Metin

Senem NART[1], Sima NART [2]

Özet

Giriş*: Organizasyonlar verimli bir çalışma ortamı oluşturma noktasında kendine güvenen ve sahip olduğu bilgiyi paylaşmaktan çekinmeyen çalışanlara, çok daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar. Öte yandan pek çok örgütte bilgi ve fikirlerini rahatça paylaşmayan çalışan profili görülmektedir. Örgütsel sessizlik olarak ifade edilen bu olgu, çalışanların örgütsel problem, olay, konu vb. durumlarla ilgili düşünce, görüş ve bilgilerini; muhtemel tepkilerden çekinme ve başkalarının görüşlerine uyma arzusu nedeniyle ifade etmemesi şeklinde tanımlanmaktadır. Çalışanların sergiledikleri sessiz kalma tutumu, daha önceleri, örgütle uyum içerisindeki çalışanları akıllara getirse de zamanla bu durumun özellikle örgütün performansı açısından olumsuz etkilere neden olduğu anlaşılmaktadır.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı üniversitelerde görev yapan araştırma görevlilerinin sessiz kalma nedenleri üzerinde güç mesafesi algısının rolünü incelemektir.* ***Yöntem:*** *Kalitatif bir araştırma olarak tasarlanmış çalışmada veri elde etmek için odak grup ve mülakat tekniklerinden yararlanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma sonucunda güç mesafesi algısının bireylerin sessiz kalıp kalmama yönünde vermiş oldukları kararları etkilediği anlaşılmaktadır.*

Anahtar Kelimeler— Güç Mesafesi Algısı, Örgütsel Sessizlik, İşgören Sessizliği.

Does Injudicious Kindness Caused by Power Distance Lead to Organisational Silence?

Abstract

Introduction: *Organizations, at the point of providing efficient working environment, much more needed to workers who self-confident and not afraid to share their knowledge. On the other hand employees profile who not share information and ideas are seen in many organizations. This phenomenon expressed as organizational silence is defined as, not expressing their opinions, thoughts and information about organizational problems, events, issues and etc. due to the belief of hesitate to come of the possible responses and wishing to have an agreement with others. Although the behavior of employees remain silent reminds the employees within the organization adapt and organization of the union before, the emphasis is on the negative effects of this situation. Organizational silence, especially in terms of the organization's performance.* ***Aim:*** *This study aims to research the role of power distance perceptions in the causes of research Assistants' silence.* ***Method:*** *In the study was designed as a qualitative research, data were obtained focus group and semi structured interviews technique.* ***Findings:*** *The result of research show that perception of power distance effect employees' decisions they have given direction to remain silent.*

Keywords— Power Distance, Organisational Silence, Employee Silence

JEL Classification Codes: *L2, L20, L31*

[1] Dr. Öğr. Üyesi Senem NART Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Türkiye, snart@bandirma.edu.tr

2Prof. Dr. Sima NART, Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, snart@sakarya.edu.tr

Bu Çalışma BAP-19-1009-009 proje numarası ile Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenmektedir.

1. GİRİŞ

Teknolojinin gerek iş gerekse sosyal yaşamı derinden etkilediği içinde bulunduğumuz çağda çalışanların sahip oldukları zihinsel kapasite ve bunların iş yaşamına uygulanması, örgütler için rekabet yeteneği oluşturmaktadır. Bu yetenek ise belki de ikame edilemeyecek tek rekabet üstünlüğü aracıdır. Dolayısıyla üretken akıl olan çalışan, bir örgüt için taklit edilmesi en zor ve en önemli bir değerdir (Acaray ve Şevik, 2016). Böyle bir çağda, çalışanların karar süreçlerinde yer almaları, bu sürecin tüm aşamalarında düşüncelerini dile getirmeleri, yenilikçi ve yaratıcı düşüncelerini paylaşmaları son derece önemlidir. Hal böyleyken çalışma ortamlarında çalışanların bir kısmı fikirlerini rahatlıkla ifade edebilirken bir kısmı ise, örgütün amaçlarının gerçekleşmesinde faydalı olabilecek bilgi ve görüşlerini ifade etme konusunda sessiz kalmaktadır. Çalışanların iş süreçleri hakkındaki bilgi, düşünce ve önerilerini yöneticileri ile bilinçli olarak paylaşmama davranışları ise örgütsel sessizlik olarak tanımlanmaktadır (Morrison ve Milliken, 2000). Çalışma ortamında sessiz kalma tutumlarının nedenleri ise bireysel ve organizasyona ilişkin örgütsel nedenlerdir. Morrison ve Milliken (2000) örgütsel sessizliğin nedenlerini belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında, örgüt kültürü alt boyutlarından olan güç mesafesinin örgütsel sessizliği güçlendirdiğini dile getirmişlerdir. Özellikle örgütlerdeki merkezi ve hiyerarşik yönetim biçimi çalışanların düşünce, bilgi ve sorunları iletmede çekimser bir tavır sergilemelerine neden olmaktadır. Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı, üniversitelerde görev yapan araştırma görevlilerinin sessiz kalma nedenleri üzerinde güç mesafesi algısının rolünü incelemektir. Özellikle özgür ve eleştirel düşünce paylaşımının, soru sorma ve araştırma yapmanın, yenilikçi ve girişimci bakış açısının asıl kaynağı olan üniversitelerde, sessizlik eğiliminin nedenlerinin belirlenmesi, üzerinde durulması gereken bir konudur. Dolayısıyla bu çalışma üniversitelerde daha verimli bir çalışma ortamının hazırlanması için önemli bilgiler ortaya koyabilir.

2. ÖRGÜTSEL SESSİZLİK

Örgütsel sessizlik, ilk olarak Morrison ve Milliken (2000) tarafından ifade edilmiştir. Yazarlar örgütsel sessizliği, "çalışanların örgüte ilişkin konu ve sorunlar hakkındaki fikir, görüş ve endişelerini kasıtlı biçimde söylememesi" şeklinde tanımlayarak, örgütsel bir olgu olduğunu vurgulamışlardır. Sessiz kalan çalışanlar, çalışma ortamındaki problemlerin çözümüne yönelik gereken çabayı sarf etmemektedir (Henriksen ve Dayton (2006). Çalışan, özellikle örgütsel değişim ve gelişim için önemli olabilecek bilgi, öneri ve fikri dile getirmemektedir. Çalışan sessizliğinin nedenleri beş boyutta açıklanmaktadır (Çakıcı, 2008:118);

1- Geri çekilmeye dayalı sessizlik: Daha çok çalışanın statükoyu kabul etmesi ile ilgilidir. Bu düşüncede çalışan geri planda yer almak istemektedir. Bu durumda çalışanlar, kendilerini soyutlamakta var olan durumu değiştirmek için fikir sunma ya da bu yönde çaba gösterme konusunda çekimser kalmaktadırlar (Dyne, Ang ve Botero, 2003). Geri çekilmeye dayalı sessizlik, bir bakıma öğrenilmiş çaresizlik durumu olarak değerlendirilebilir. Öğrenilmiş çaresizlik yaşayan herhangi bir çalışan ise, karşılaştığı olumsuz durumu nasıl yöneteceğini bilememekte ve bu çaresizlik duygusu sebebiyle gerekli girişimlerde bulunmamaktadır (Maier ve Watkins, 2005)

2-Kendini korumaya dayalı sessizlik: Çalışanların fikir ve önerilerini paylaşmalarının olumsuz bir sonuca yol açacağı kaygısı ile sessiz kalmalarını ifade eder. Bu durumda çalışanlar, olumsuzlukları iyileştirebilecek stratejilerin var olduğunu bildikleri halde sessiz kalmak istemektedirler; çünkü fikirlerini açıkça dile getirdiklerinde, olumsuz durumdan sorumlu tutulma, işten çıkarılma veya örgütsel ödüllerden mahrum bırakılma gibi çeşitli sonuçlarla karşılaşacaklarına inanmaktadırlar (Vakola ve Bouradas 2005).

3-İlişki odaklı sessizlik: Bir çalışanın, diğer çalışanlar ya da yöneticiler ile olan iyi ilişkilerine zarar vermemek, çalışma ortamında sorun çıkaran biri olarak algılanmak istememek, ve çatışmalardan kaçınmak amacıyla sessiz kalmayı tercih etmesidir.

4-Kendine güven eksikliğine dayalı sessizlik: Açıkça konuşma davranışının zaman zaman bireye statü kazandırma avantajının yanı sıra, herhangi bir başarısız bir durumla karşılaşıldığında olumsuz sonuçlar doğurma gibi bir riski vardır. Çoğu zaman kendine güven duygusu düşük olan çalışanlar ise bu riski göze almak istemezler ve örgütsel meseleler konusunda sessiz kalmayı tercih ederler (Premeaux ve Bedeian, 2003).

5-Kurumsal düzenlemelere dayalı sessizlik: Kurumun faaliyetlerini sağlıklı bir biçimde gerçekleştirebilmesi için geliştirilen düzenlemeler bazen güçlü normlar yaratabilmekte ve bu normlar çalışanların düşüncelerini açıkça dile getirmelerine engel teşkil edebilmektedir. Örneğin, örgüt içerisindeki hiyerarşik oluşum ve bu oluşumun ortaya çıkardığı düzenlemeler, çalışanları sessizliğe yönlendirmektedir. Liebarman (1956)'a göre, çalışanlar hiyerarşinin basamaklarında yükseldikçe astlarla daha az özdeşleşmekte ve zaman içinde astlar ile üstlerin iletişimi azalmaya başlamaktadır. Sonuçta iletişimde yaşanan bu eksiklik ise örgütte sessizlik iklimine yol açmaktadır (Morrison ve Milliken, 2000).

3. GÜÇ MESAFESİ

Güç mesafesi, gücün toplumun bireyleri ve organizasyonlarında eşit olmayan bir biçimde dağılımı konusunda ki kabullenmedir (Hofstede,1984: 65). Güç mesafesi yüksek olan kültürlerde çalışanlar, gücün merkezileşme durumunu kabul ederler ve çoğunlukla üstlerin oluşturdukları yapı içerisinde ve onların talimatlarını bekleyen bir pozisyonda yer alırlar. Bu tarz örgütlerde, çalışanların üstlerine bağımlılığı artarak, otokratik bir yönetim tarzı benimsenmektedir. Düşük güç mesafesinin olduğu örgütlerde, gücün merkezde toplanması hoşgörü karşılanmaz ve çalışanlar kendilerinin de karar verme süreçlerinde yer almaları gerektiğine inanırlar (Rodrigues, 1998: 31). Bu tarz örgütlerde ise yöneticiler ve çalışanlar arasında eşitsizlik az, merkezileşme ve hiyerarşi en alt düzeydedir (Turan, Durceylan ve Şişman, 2005:185). Yüksek güç mesafesi, katılımcı bir örgüt kültürünün oluşturulması ve örgütsel gelişimin sağlanmasında olumsuz etki yaratmaktadır (Ghosh, 2011: 89). Morrison ve Milliken (2000)'a göre, yüksek güç mesafesinin yer aldığı örgütlerde sessizlik davranışı güçlenmektedir. Yine Çakıcı (2010) çalışmasında kültürel normların, örgüt içinde sessizlik iklimini yaratan yönetsel inançların gelişmesinde etkili olabileceğini dile getirmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacın belirlenmesinde "Algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" (Yıldırım & Şimşek, 2016: 41) olan, nitel araştırma desenine başvurulmuştur. Araştırma da örnek olay incelemesi uygulanmıştır. Örnek olaylar, az sayıda kişilerin, grupların veya kurumların kendi koşulları içerisinde derinlemesine incelenmesidir (Neuman, 2007).

Evren ve Örneklem

Nitel araştırmalarda araştırmanın amacını en uygun verileri sağlayacak katılımcıların belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu nedenle nitel araştırmalar için önerilen amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum çalışma grubu ile örneklem seçilmiştir. Bu çalışmalarda temsil edici özelliklere sahip olanlar araştırma kapsamına alınır (Sönmez & Alacapınar, 2018: 174). Bu yöntemin kullanılacağı evrenin

örneklemini Marmara bölgesinde yer alan iki kamu üniversitesinde ki 12 araştırma görevlisi oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada yazın taraması sonucuna uygun yarı-yapılandırılmış mülakat soru formu hazırlanmıştır. Sorular öncelikle pilot çalışma ile 2 katılımcı üzerinde denenmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda sorularda değişikliğe ve soru sayısında azalmaya gidilmiştir. Katılımcılardan ayrıca etik ilkeler doğrultusunda ses kaydı için izin istenmiştir. İzin veren katılımcıların anlattıkları ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Ses kayıt cihazı ve not alınarak elde edilen veriler metin belgesine aktarılmıştır. Her bir katılımcı için ayrı metin belgesi hazırlanmıştır. Katılımcılar sırası ile katılımcı 1,2,3… şeklinde kodlanmıştır.

Veri Analizi

Verileri analiz etmek için içerik analizi, yapılmıştır. İçerik analizi, insanların veya grupların inançlarını, tutumlarını, düşüncelerini ve değerlerini ortaya çıkarmaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz & Demirel, 2018). Bu analiz yöntemi ile veriler gruplara ayrılır, alt ve üst sınıflamalar yapılarak, bunlar arasındaki ilişkiyi gösterecek matrisler hazırlanır. Gruplar sayısal veriler şeklinde verilir, bilgisayarda nitel veri analiz programı ile ihtiyaç duyulan analizler yapılır (Sönmez & Alacapınar, 2018: 273). Kodlamalar metin belgelerinin dikkatlice araştırmacılar tarafından okunması ile katılımcı cevaplarından ortaya çıkartılmıştır. Açık uçlu sorulardan elde edilen verilere MAXQDA Analytics Pro 2018 (18.2.0) nitel veri analiz programında içerik ve betimsel analiz yöntemi uygulanmıştır.

4.1 BULGULAR

Bu bölüm altında katılımcılara ait demografik ve görüşmelerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara ait Tanımlayıcı Bilgiler

		CİNSİYET		
		Kadın	Erkek	Toplam
Unvan	Araştırma Görevlisi	4	8	12
Kıdem	0-3	3	2	5
	4-6	1	3	4
	6-10		3	3

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların 8'i erkek 4'ü kadındır. Kıdemlerini incelediğimiz de ise deneyimli olduklarını görebilmekteyiz. (Tablo 1).

Araştırma kapsamında bulgular üç tema altında değerlendirilmiştir: (1) sessizlik, (2) iletişim, (3) Güç mesafesi. Temalara ilişkin kategori ve kodlar ise, tablo 2'de belirtilmektedir.

Tablo 2: Kodlar Arasındaki İlişki



Tablo 2 incelendiğinde, araştırma görevlilerinin sessiz kalmalarının genellikle örgüt kültürünün ve pozisyonlarının alt kademede yer almasından kaynaklı fikir bildirmelerinin önemsenmeyeceği, ciddiye alınmayacağı ve çözüme ulaşılamayacağı inancına dayandığını görülmektedir. Yine araştırma görevlilerinin unvanlarından ötürü, nezaket tabanlı tutum sergileme kaygısı nedeni ile bilgi ve fikir paylaşımı konusunda çekimser kaldıkları görülmektedir. Benzer şekilde bu pozisyondaki çalışanların, fikirlerini açıkça ifade ettiklerinde yargılayıcı veya eleştirel bir tavır ile karşılaşabileceklerine inandıkları görülmektedir. Son olarak araştırma görevlilerinin iş güvencesizliği kaygı nedeni ile çekimser bir tutum içerisinde oldukları anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Çalışmanın sonuçlarına göre, araştırma görevlilerinin sessiz bir tutum sergileme nedenlerinin başında kurumsal faktörler gelmektedir. Araştırma görevlilerinin çoğunluğu, kurumlarındaki hiyerarşik oluşumun açıkça fikir, görüş ve öneri paylaşımına izin vermediğini düşünmektedir. Hiyerarşik yönetim bir bakıma boyun eğme kültürü oluşturmakta, dolayısıyla sessiz kalma eğiliminde artış yaşanmaktadır. Araştırmada ayrıca, araştırma görevlilerinin özellikle fikirlerinin dikkate alınmayacağına yönelik inançları nedeniyle sessiz kaldıkları belirlenmiştir. Sonuç olarak örgüt içi sorunların çözümünde mücadeleden vazgeçmekte ve geri çekilmektedirler. Genel olarak ciddiye alınmadıklarını düşünen çalışanlar, problemlerin çözümüne yönelik düşüncelerinin bir şeyleri değiştiremeyeceğine inanmakta ve öğrenilmiş çaresizlik duygusu ile sessizce beklemektedirler.

Hofstede'in (1980) çalışmasında oluşturduğu kültürel sınıflamaya göre, Türk kültürü yüksek güç mesafesinin hissedildiği kültür özelliklerini barındırmaktadır. Yüksek güç mesafesi kültürün temelinde ise, otoriteye verilen değer ve duyduğu saygının ölçüsü yer almaktadır. Eğer yüksek güç mesafesi mevcut ise o saygının ölçüsünü gereksiz olarak değerlendirilecek nezaket kuralları ile değerlendirebiliriz. Bu kurallar neticesinde, araştırma görevlileri açıkça fikir beyan etmenin doğurabileceği olumsuz sonuçlardan kendilerini korumak amacıyla sessiz kalmayı tercih etmektedirler.

Sonuç olarak, pek çok alanda gelişimin öncüsü olan üniversitelerde belki de en az sessiz kalması gereken çalışan grubunun yer alması gerektiği düşünüldüğünde, elde edilen bulgular dikkat çekicidir. Araştırma görevlilerinin sessizliği, hem bireysel hem de örgütsel açıdan olumsuz sonuçlar yaratabilir. Sessiz turum sergileyen çalışan zamanla işine yabancılaşmakta dolaysıyla kendisinden belenen performansı sergileme de güçlük yaşamaktadır. Araştırma verilerine göre, sessizlik kültürünün hakim olduğu düşünülen üniversitelerde tüm çalışanların fikir ve görüşlerini rahatça dile getirebilmelerine olanak sağlayacak düzenlenmelerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Özellikle, merkezi ve hiyerarşik yönetim şeklinin engel olduğu noktaların gözden geçirilmesi, hatta alternatif yönetim şekillerinin değerlendirilmesi gereklidir. Ayrıca, üniversitelerde her birim ve statü arasında geri bildirim mekanizmalarının geliştirilmesi ve etkili bir iletişim ağının oluşturulması oldukça önemlidir. Araştırma görevlilerini sessizliğe iten etkenler arasında unvanlarından ötürü fikir ve görüşlerinin dikkate alınmaması veya fikir ve görüşlerini açıkça sunsalar bile beklentilerinin gerçekleşmeyeceği inancı yer almaktadır. Araştırma görevlilerinin içinde bulunduğu öğrenilmiş çaresizlik durumundan kurtarılabilmesi için, unvanı daha yüksek olan akademisyenlerin araştırma görevlileri ile ilişkilerini yeniden gözden geçirmeleri ve onların her türlü karara katılımı konusunda cesaretlendirmeleri önerilebilir.

KAYNAKLAR

ACARAY, A., Şevik, N. (2016), "Kültürel Boyutların Örgütsel Sessizliğe Etkisi Üzerine Bir Araştırma", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 34(4), 1-18.

ÇAKICI, A. (2008), "Örgütlerde Sessiz Kalınan Konular Sessizliğin Nedenleri ve Algılanan Sonuçları Üzerine Bir Araştırma", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(1), 117-134.

DYNE, L. V., ANG, S., BOTERO, I. C. (2003), "Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice As Multidimensional Constructs", Journal of management studies, 40(6), 1359-1392.

GHOSH, A. (2011), "Power Distance in Organizational Contexts- A Review Of Collectivist Cultures", The Indian Journal of Industrial Relations, 47 (1): 89-101.

HENRIKSEN, K., DAYTON, E. (2006), "Organizational Silence and Hidden Threats to Patient Safety", Health Services Research, 41(4p2), 1539-1554.

HOFSTEDE, G. (1984) Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values, Abridged Version, London: Sage.

MAIER, S. F., WATKINS, L. R. (2005), "Stressor Controllability and Learned Helplessness: The Roles of the Dorsal Raphe Nucleus, Serotonin, and Corticotropin-Releasing Factor", Neuroscience and BioBehavioral Reviews, 29, 829-841.

MORRISON, E. W., MILLIKEN, F. J. (2000), "Organizational Silence: A Barrier to Change and Development in A Pluralistic World", Academy of Management Review, 25(4), 706-725.

NEUMAN, L. W. (2007), Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar, (Çev S. Özge), Yayın Odası Yayıncılık, İstanbul.

PREMEAUX, S. F., BEDEIAN, A. G. (2003), "Breaking the Silence: The Moderating Effects of Self-Monitoring in Predicting Speaking Up in the Workplace", Journal of Management Studies, 40(6), 1537-1562.

RODRIGUES, C. A., (1998), "Cultural Classifications of Societies and How They Affect Cross Cultural Management", Cross Cultural Management: An International Journal, 5(3), 31-41.

SÖNMEZ, V., ALACAPINAR, F. G. (2017), Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri, (5. basım), Anı Yayıncılık, Ankara.

TURAN, S., DURCEYLAN, B., ŞİŞMAN, M. (2005), "Üniversite Yöneticilerinin Benimsedikleri İdari ve Kültürel Değerler", Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13, 181-202.

VAKOLA, M., BOURADAS, D. (2005), "Antecedents and Consequences of Organisational Silence: An Empirical İnvestigation", Employee Relations, 27(5), 441-458.

YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2013), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (9. Baskı), SeçkinYayıncılık, Ankara.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

AB Hukukunda Sporda Ayrımcılıkla Mücadele ve Türkiye'deki Uygulamalar

Nihan Akıncılar Köseoğlu[1]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş*:Avrupa Birliği'nde (AB) her türlü ayrımcılıkla mücadelenin hukuki temeli 1950 yılında imzalanan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 14. Maddesindeki ayrımcılık yasağına dayanmaktadır. Buna göre, bu sözleşmedeki bütün haklar 'cinsiyet, ırk, renk, dil, din, siyasal ya da başka görüş, ulusal ya da toplumsal köken, bir ulusal azınlığa mensup olma, mülkiyet, doğum ya da diğer statüler gibi herhangi bir temelde ayrımcılık yapılmaksızın, güvence altına alınacaktır'. Yine Avrupa Konseyi'nin 1992 yılında kabul ettiği Avrupa Spor Şartı'nı sporla ilgili konular için temel metin olarak benimseyip, sporda ayrımcılıkla ilgili olarak Şart'ın 4/1 Maddesi ile yukarıda sayılan farklılıklar nedeniyle spor tesislerine ve sportif aktivitelere erişimde hiçbir ayrımcılığın yapılamayacağını benimsemiştir.* ***Amaç****: Bu makalenin amacı, AB'nin sporda ayrımcılıkla mücadele etmek için hangi hukuki düzenlemeleri yaptığını araştırmak ve bu konuda alınmış AB Adalet Divanı ve ayrıca AİHM kararlarını inceleyerek Türkiye'deki uygulamalarla karşılaştırmaktır.* ***Yöntem:*** *Öncelikle, Birleşmiş Milletler ve Avrupa Konseyi'nin ayrımcılık yasağıyla ilgili düzenlemeleri incelenecektir. Daha sonra, AB antlaşmaları, kurumları, müktesebatı, Adalet Divanı kararları ve diğer bağlayıcı olmayan enstrümanları incelenerek AB ayrımcılıkla mücadele düzenlemeleri ortaya çıkarılacaktır.* ***Bulgular:*** *Sporda herhangi bir nedenden kaynaklanan ayrımcılığa karşı AB hukukunda çeşitli düzenlemeler bulunmaktadır. Ancak diğer ayrımcılık konularında olduğu gibi spor alanında da hem hukuki düzenlemeler hem de üye ve aday ülkelerdeki uygulamalar eksik ve yetersizdir.*

Anahtar Kelimeler— *AB Hukuku, Spor, Ayrımcılıkla Mücadele, Türkiye*

The EU's Anti-Discrimination Law for Sport and its Applications in Turkey

Abstract

Introduction: *The EU's anti-discrimination law is based on the European Convention on Human Rights signed in 1950. According to its Article 14 (prohibition of discrimination), 'the enjoyment of the rights and freedoms set forth in this Convention shall be secured without discrimination on any ground such as sex, race, colour, language, religion, political or other opinion, national or social origin, association with a national minority, property, birth or other status'. The EU also accepted the European Sports Charter, prepared by the Council of Europe in 1992, as the main document for the issues of sport. In terms of anti-discrimination in sport, Article 4/1 of the Charter prohibits any discrimination in the access of sports facilities and sports activities.* ***Aim:*** *This paper aims at investigating the EU's anti-discrimination law and the decisions of European Court of Justice and of ECtHR regarding any kind of discrimination. And their applications in Turkey will be compared and contrasted to the European counterparts.* ***Method:*** *First, the EU's anti-discrimination regime, which has its roots in two major international organizations: the United Nations and the Council of Europe, will be investigated. Following this,*

[1] Dr. Öğretim Üyesi, Fenerbahçe Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Türkiye, nihan.koseoglu@fbu.edu.tr

the EU's anti-discrimination law will be examined through the prism of its treaties, institutions, acquis communautaire, and the Court's decisions along with other non-binding instruments. ***Findings:*** *The EU has created legislation on anti-discrimination in sport but neither the legal arrangements nor their applications in both member and candidate countries serve to end any kind of discrimination in the realm of sport.*

Keywords— EU Law, Sport, Anti-discrimination, Turkey

JEL Classification Codes:

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Makroekonomik Faktörlerin BIST Banka Endeksi Üzerine Etkisi

Full Text / Tam Metin

Münevvere Yıldız[1], Letife Özdemir [2]

Özet

Giriş*: Bankalar gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınması açısından finansal piyasalarda önemli bir yere sahiptir. Ekonomik faktörler açısından güçlü etkilere sahip olan bankacılık sektörünün görünümünün BİST Banka Endeksi ile takibi mümkündür. Ancak bu endeksin tek başına makroekonomik boyutta etkilerini yorumlamak yeterli değildir. Endeksin daha geniş bir perspektiften değerlendirilip makroekonomik değişkenlerle ilişkisine bakılması ve yorumlanması finansal piyasalar açısından önem arz etmektedir. Literatüre bakıldığında özellikle çeşitli makroekonomik değişkenlerin BİST-100 endeksi üzerine etkisini farklı yöntemlerle inceleyen çok sayıda çalışma yer almaktadır. BİST Banka Endeksi üzerine az sayıda çalışmanın varlığı dikkati çekmiştir.* ***Amaç****: Çalışmada, Türkiye'de makroekonomik faktörlerin BİST Banka Endeksi üzerine etkisi 2010-2018 yılları arasındaki aylık veriler dikkate alınarak incelenmiştir.* ***Yöntem:*** *Bu amaç doğrultusunda birim kök testleri uygulanmış, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkileri incelenmiş ve FMOLS regresyon analizi kullanılarak model oluşturulmuştur. Modelde, BİST Banka Endeksi(XBANK) bağımlı değişken, faiz oranı, altın fiyatı, döviz kuru (dolar), para arzı, tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ve konut fiyat endeksi ise bağımsız değişkenler olarak belirlenmiştir. Analizler gerçekleştirmeden önce uygun model için gerekli varsayımlar sınanmıştır.* ***Bulgular:*** *Çalışma sonucunda, döviz kuru ve faiz oranının, BİST Banka Endeksini negatif yönde etkilediği, konut fiyat endeksi ve tüketici fiyat endeksinin ise BİST Banka Endeksini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *BIST Banka Endeksi, Makroekonomik Faktörler, FMOLS.*

The Effect of Macroeconomic Factors on BIST Bank Index

Abstract

Introduction: *Banks take an important place in financial markets for economic developments of developed and developing countries. It is possible to follow-up the view of the banking sector, which has strong effects on economic factors by using the BIST Bank Index. However it is not enough to interpret the effects of this index on macroeconomic scale individually. It is important for financial markets to evaluate the index from a wider perspective and interpret its relationship with macroeconomic variables. When the literature is examined, especially there are many studies examining the effect of various macroeconomic variables on BIST-100 index with different methods. It is remarkable that there are few studies on BIST Bank Index.* ***Aim:*** *In this study, the impact of macroeconomic factors on BIST Bank Index in Turkey were examined considering monthly data between the years 2010-2018.* ***Method:*** *For this purpose, unit root tests were applied, cointegration relationships between dependent and independent variables were examined and the model was generated with using FMOLS regression analysis. In the model, BIST Bank Index (XBANK) is dependent variable, interest rate, gold price, exchange rate (dollar), industrial production index (IPI), money supply, consumer price index (CPI), housing price index, export and import amounts are independent variables. The assumptions necessary for the appropriate model were tested before performing the analyzes.* ***Findings:*** *As a result of the study, it was determined that the exchange rate and interest rate affected the BIST Bank Index negatively, the housing price index and the consumer price index had a positive effect on the BIST Bank Index.*

Keywords— BIST Bank Index, Macroeconomic Factors, FMOLS.
JEL Classification Codes: *G10, E20, C10*

[1] Dr. Öğr, Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Türkiye, munevvereyildiz@aku.edu.tr
2 Dr. Öğr, Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Türkiye, letifeozdemir@aku.edu.tr

1. GİRİŞ

Ülkemizde finansal sistem içindeki bankacılık sektörü sahip olduğu pay ile oldukça önemli bir noktadadır. Bankalar kar amacı güden kuruluşlardır, ekonomik sistemin önemli bir parçası olan sektörde meydana gelen olumlu ya da olumsuz her türlü dalgalanma piyasa üzerinde ani etkilere sebep olabilmektedir.

Bankalar birer ticari işletme olarak kar amacıyla faaliyetlerini sürdürürken, ekonomik sistemin bir parçası olarak üstlendikleri pek çok işlev bulunmaktadır. Bu işlevleri finansal aracılık yapmak, likidite yaratmak, kredi talep edenleri değerlendirmek ve izlemek, asimetrik bilgi problemlerini çözmek, para politikalarının etkinliğini arttırmak, ekonomik istikrarı etkilemek, ölçek ve kapsam ekonomilerinden faydalanmak, ödeme sistemlerinin etkinliğini arttırmak ve dış ticareti fonlamak ve ihracatı teşvik etmek şeklinde sıralamak mümkündür. (Yağcılar Göçmen, 2011)

Hisse senedi fiyatları / getirileri ile ekonomide kritik öneme sahip değişkenler arasındaki ilişki uzun yıllardır araştırmacılar açısından ilgi odağı olmuştur. Borsa İstanbul'da hisse senedi işlem gören tüm firmalar üzerinde çalışmalar yapıldığı gibi sektörel baza indirgenmek suretiyle hangi sektörün hangi makroekonomik faktörden nasıl etkilendiği yönünde de çok sayıda araştırma yapılmıştır.

Bankacılık sektörünün ekonomideki öneminden yola çıkılarak gerçekleştirilen çalışma ile makroekonomik değişkenlerin BİST Banka Endeksi üzerine etkisi araştırılmak istenmiştir. Bu amaçla gerçekleştirilen çalışmanın ilk bölümünde literatürde yapılan çalışmalar hakkında bilgilere yer verilmiştir. İkinci bölümünde ise çalışmada kullanılan yöntemler anlatılarak yapılan uygulamalar ile elde edilen sonuçlar tablolar halinde sunulmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise elde edilen bulgular ve onların yorumlamalarına, çalışmanın geliştirilmesi noktasında önerilere yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde BIST-100 Hisse Senedi Getirileri ile makroekonomik faktörlerin ilişkilerinin tek değişkenli ve çok değişkenli incelendiği çok sayıda çalışma yer almaktadır. Bu çalışmaların günümüze en yakın olanları, dönemleri, çalışmalarda kullanılan değişkenler ve yöntemler ile sonuçları aşağıdaki tabloda ifade edilmiştir.

Tablo 1: Hisse senedi getirisi ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar

Yazar	Yıl	Değişkenler	Dönem	Yöntem	Sonuç
Albeni ve Demir	2005	Mali sektör hisse senedi fiyatları, enflasyon oranı, hazine bonosu faiz oranları, tasarruf mevduatı faiz oranları, Amerikan Doları, Alman Markı, emisyon hacmi, Cumhuriyet altını, uluslararası portföy yatırımları, M2 para arzı	1991-2000	Çoklu Regresyon Analizi	Hisse senedi fiyatları ile mevduat faiz oranları, Cumhuriyet altını, uluslararası portföy yatırımları ve Alman Markı arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer açıklayıcı değişkenlerin katsayısı istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Gençtürk	2009	IMKB-100 endeksi, hazine bonosu faiz oranı, TÜFE, para arzı, sanayi üretim endeksi, dolar, altın fiyatı	1992-2006	Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	Kriz döneminde hisse senedi fiyatlarının TÜFE ile pozitif yönde, para arzı ile negatif yönde bir ilişki içinde olduğu, kriz dönemleri dışında ise sanayi üretim endeksi, dolar ve faiz oranı ile negatif yönde, altın, TÜFE, para arzı ile ise pozitif yönlü bir ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.
Dağıdır	2010	Banka karlılığı göstergesi olarak faiz marjı, sanayi üretim endeksi, üretici fiyat endeksi, gayri safi yurtiçi hasıla	2003:02 - 2008:08	Tam Logaritmik Regresyon Modelleri, Engle-Granger Eşbütünleşme Testi	Faiz marjı ile sanayi üretim endeksi ve üretici fiyat endeksi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu, faiz marjı ve gayri safi yurt içi hasıla arasında anlamlı bir ilişki olmadığı bulunmuştur. Ayrıca faiz marjı ile diğer değişkenler arasında uzun dönemde ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.
Albayrak, Öztürk ve Tüylüoğlu	2012	Hisse senedi fiyatları, doğrudan yabancı yatırımlar, yabancı portföy yatırımları, mevduat faiz oranı, döviz kuru, altın fiyatı	2005:01-2012:02	Prais-Winsten AR(1) Regresyon Analizi	Döviz kuru, altın fiyatı ve yabancı portföy yatırımlarının hisse senedi fiyatları üzerinde negatif etkiye sahip oldukları belirlenmiştir. Faiz oranı ve doğrudan yabancı yatırımlara ait katsayılar anlamlı değildir.
Berke	2012	Hisse senedi fiyatı, döviz kuru	2002:04-2012:07	FMOLS, CCR, DOLS	Hisse senedi fiyatı ile döviz kuru arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.
Kaya, Çömlekçi ve Kara	2013	Hisse senedi getirisi, döviz kuru, faiz oranı, sanayi üretim endeksi, para arzı	2002:01-2012:06	Çoklu Regresyon Analizi	Hisse senedi getirileri ile para arzı arasında pozitif, döviz kuru ile negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.
Güngör ve Yerdelen Kaygın	2015	Hisse senedi fiyatlarının gelecekteki yönünün tahmin edilmesi Mikroekonomik değişkenler; likidite, karlılık, faaliyet, kaldıraç ve borsa performans oranları Makroekonomik Değişkenler; döviz kuru, enflasyon oranı, para arzı, faiz oranı, GSYİH, altın fiyatı, petrol fiyatı, dış ticaret dengesi, sanayi üretim endeksi	2005-2011	Dinamik Panel Veri Analizi	Hisse senedi fiyatları ile döviz kuru, para arzı, petrol fiyatı, sanayi üretim endeksi değişkenleri arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Hisse senedi fiyatları ile enflasyon oranı, faiz oranı, GSYİH, altın fiyatı ve dış ticaret dengesi değişkenleri arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
Acar Boyacıoğlu ve Çürük	2016	Hisse senedi getirisi ve reel döviz kuru endeksi değişimi	2006-2014	Panel Veri Analizi	Reel döviz kuru endeksindeki değişimin hisse senedi getirisi üzerinde pozitif anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Coşgun ve Ümit	2016	Hisse senedi getirisi, döviz kuru, mevduat faiz oranı, konut fiyat endeksi, altın fiyatı	2000:01-2014:07	Johansen ve Maki Eşbütünleşme Testi	Johansen Eşbütünleşme Testi sonuçlarına göre hisse senedi ile diğer tüm değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi bulunmuştur. Yapısal kırılmayı dikkate alan Maki Eşbütünleşme Testi ile uzun dönem ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir.
Belen ve Karamelikli	2016	BIST-100 Endeksi, döviz kuru, sanayi üretim endeksi, para arzı, tüketici fiyat endeksi	2006:01-2014:12	ARDL Eşbütünleşme Testi	Döviz kurunun hisse senedi fiyatlarına negatif yönde etki etmekte olduğu, para arzının ise hisse senedi piyasasını pozitif yönde etkilediği sonucu bulunmuştur.
Topaloğlu ve Karakozak	2018	Pay senedi getirisi ve makroekonomik değişkenler; döviz kuru, faiz oranı, enflasyon oranı, altın fiyatı, para arzı	2007:12-2017:9	Panel Veri Analizi	Pay senedi getirisi ile döviz kuru, faiz oranı, para arzı arasında negatif ilişkinin olduğu, altın fiyatı ve enflasyon oranı ile ise ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

3. METODOLOJİ VE UYGULAMA

Çalışmada, BİST Banka Endeksi'nde yer alan bankaların hisse senedi fiyatları üzerinde etkisi olabileceği düşünülen makroekonomik faktörler, FMOLS regresyon modeli kullanarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmaya, BİST Banka Endeksi'nde yer alan 13 banka dâhil edilmiştir. Çalışma 2010 - 2018 yılları arasındaki aylık veriler dâhil edilerek gerçekleştirilmiştir. Modelde kullanılan değişkenler, tr.investing.com ve Merkez Bankası elektronik veri dağıtım sisteminden elde edilmiştir. Çalışmaya konu olan değişkenlerin logaritmik formları üzerinde işlem yapılmış olup bu değişkenler Tablo 2'de ifade edilmiştir. Ayrıca çalışmada karmaşıklığa neden olmamak adına her bir değişken adı kısaltma olarak ifade edilmiş olup ilerleyen bölümlerde tablodaki kısaltmaları şeklinde belirtileceklerdir.

Tablo 2. Çalışmada Kullanılan Değişkenler

		Kısaltma
Bağımlı Değişken	BİST Banka Endeksi	lnbanka
Bağımsız Değişkenler	Faiz Oranı	lnfaiz
	Altın Fiyatı	lnaltın
	Döviz Kuru	lndoviz
	Para Arzı	lnpara
	Tüketici Fiyat Endeksi	lntufe
	Konut Fiyat Endeksi	lnkonut

Çalışmada kullanılan veriler zaman serisi olmasından dolayı ilgili analizlerde bu durum dikkate alınmıştır. Zaman serisi modellerinde, modele dâhil edilen değişkenlerin hepsinin aynı dereceden

durağan olması gerekmektedir. Aksi halde sahte regresyon sorunu ortaya çıkmakta ve belirlenen model katsayıları güvenilmez olmaktadır. Bu amaçla verilere ADF (Augmented Dickey Fuller, 1981) birim kök testi uygulanarak değişkenlerin durağanlık testi yapılmıştır. Çalışmada yer alan değişkenlerin ADF Birim Kök Testi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Seriler	Seviye	Augmented Dickey-Fuller (ADF) Testi		Durağanlık Düzeyi
		Sabit	Sabit ve Trend	
lnbanka	Düzey	-3.055188(0)**	-2.977347(0)	I(1)
	Fark	-10.88546(0)***	-10.89757(0)***	
lndoviz	Düzey	1.100131(2)	-2.902460(1)	I(1)
	Fark	-7.618413(1)***	-7.841106(1)***	
lnaltın	Düzey	-0.334351(0)	-1.381394(0)	I(1)
	Fark	-8.694316(0)***	-8.658181(0)***	
lnfaiz	Düzey	-0.497033(1)	-1.968887(1)	I(1)
	Fark	-5.877186(0)***	-5.990729(0)***	
lnkonut	Düzey	-0.284974(1)	-1.390563(1)	I(1)
	Fark	-5.507744(0)***	-5.421716(0)***	
lnpara	Düzey	-0.747512(0)	-3.219876(0)*	I(1)
	Fark	-10.10537(0)***	-10.06332(0)***	
lntufe	Düzey	2.797826(4)	1.033422(4)	I(1)
	Fark	-5.820012(3)***	-6.573604(3)***	

Not: *, ** ve *** değerleri sırasıyla %10, %5 ve %1 anlam seviyelerinde serilerin durağanlıklarını göstermektedir. Parantez içindeki değerler, ADF için Schwarz istatistik bilgi kriterine göre optimal gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Değişkenlere ait birim kök testi sonucunda tüm değişkenlerin %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeyinde birinci farkta I(1) durağan oldukları görülmüştür. Bu sonuçlar, seriler durağanlaştırıldıktan sonra uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığının tespiti için eşbütünleşme analizi yapılabilmesine olanak sağlamaktadır.

Çalışmanın bu aşamasında Engle-Granger (1987) tarafından geliştirilen iki aşamalı eşbütünleşme testi kullanılarak banka endeksi ile bağımsız değişkenler arasında uzun dönem ilişkinin olup olmadığı sınanmıştır. Hata terimlerinin durağan olmasına dayanan bu yöntemde, hata terimi düzeyde durağan [I(0)] çıkar ise seriler arasında eşbütünleşme vardır denir aksi halde hata terimleri fark durağan [I(1)] çıkar ise eşbütünleşmenin olmadığı sonucu çıkmaktadır (Cheung ve Lai, 1993:105). Çalışmaya dâhil edilen makroekonomik değişkenler ile banka endeksi arasındaki Engle-Granger eşbütünleşme testi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Engle-Granger Eşbütünleşme Testi Sonuçları

	Engle-Granger ADF Testi Sonuçları		
	t-istatistiği		
Değişkenler	**Sabit**	**Sabit ve Trend**	**Durağanlık Düzeyi**
D(lnaltın)	-11,03034 (0)	-11,03454 (0)	I(0)
D(lndoviz)	-12,65307 (0)	-12,59320 (0)	I(0)
D(lnfaiz)	-11,05035 (0)	-11,04579 (0)	I(0)
D(lnkonut)	-10,88418 (0)	-10,89644 (0)	I(0)
D(lnpara)	-10,90687 (0)	-10,92454 (0)	I(0)
D(lntufe)	-10,91466 (0)	-10,91749 (0)	I(0)

Not: Tablodaki test istatistiği değerleri %1 anlamlılık düzeyinde serilerin durağanlıklarını göstermektedir. Parantez içindeki değerler, ADF için Schwarz istatistik bilgi kriterine göre optimal gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Tablo 4'te görüldüğü gibi BİST Banka Endeksi ile bağımsız değişkenler olan; faiz oranı, altın fiyatı, döviz kuru, para arzı, tüketici fiyat endeksi ve konut fiyat endeksi arasında uzun dönemde eşbütünleşik ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmanın son aşamasında aralarında uzun dönemli ilişki bulduğumuz bağımlı değişken banka endeksi ve makroekonomik değişkenlerimizin katsayılarını tahmin etmek ve bir model kurmak amacıyla FMOLS regresyon modeli kullanılmıştır. FMOLS tahmincisi, standart tahmincilerde meydana gelen diagnostik sorunları gidermektedir. Bu yöntem içselliği ve otokorelasyon sorununu dikkate alarak OLS'nin (en küçük kareler tahmincisi) geliştirilmesiyle elde edilmiştir. Ayrıca, OLS tahmincisinin eşbütünleşik denklemlerin optimal değerlerini hesaplamada ortaya çıkan yetersizliğini gidermek için FMOLS'de asimptotik sapmalı ve dışsallık varsayımı kullanılmıştır (Chen ve Huang 2013). Bu amaçla kurulan model denklemi aşağıdaki gibidir.

$$lnbanka = \beta_0 + \beta_1 lnfaiz + \beta_2 lnaltın + \beta_3 lndöviz + +\beta_4 lnpara + \beta_5 lntufe + \beta_6 lnkonut + \varepsilon$$

Denklemde ε modelin hata terimini ifade etmektedir. Testler sonucunda hangi makroekonomik değişkenlerin BİST Banka Endeksi üzerinde etkili olduğu ve etki boyutu belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. FMOLS Regresyon Sonuçları

FMOLS				
Değişkenler	**Katsayı**	**Standart Hata**	**t-istatistiği**	**Olasılık**
lndoviz	-1.832436	0.503543	-3.639088	0.0004***
lnaltın	0.063796	0.218933	0.291393	0.7714
lnfaiz	-0.637160	0.197126	-3.232247	0.0017***
lnkonut	3.502589	1.433630	2.443162	0.0163**
lnpara	0.704101	0.897327	0.784666	0.4345
lntufe	6.428543	1.477053	4.352277	0.0000***

C	-49.33725	22.95211	-2.149574	0.0340**
@Trend	-0.063149	0.022555	-2.799791	0.0061***

Not: Tablodaki *, ** ve *** değerleri sırasıyla %10, %5 ve %1 anlam seviyelerinde değişkenlerin anlamlılıklarını göstermektedir.

Tablo 5'da yer alan FMOLS regresyon sonuçları incelendiğinde BIST Banka Endeksi ile makroekonomik değişkenler arasında kurulan modelde endeksi uzun dönemde döviz kuru, faiz oranı, konut fiyat endeksi ve tüketici fiyat endeksinin anlamlı düzeyde etkilediği görülmektedir. Döviz kurunda meydana gelen % 1'lik bir artış banka endeksinin % 1,83 oranında azalmasına, faiz oranında meydana gelecek % 1'lik bir artış ise yine banka endeksinin değerinin % 0,64 oranında azalmasına neden olacaktır. Diğer yandan banka endeksi üzerinde pozitif etkiye sahip olan konut fiyat endeksinde meydana gelen % 1'lik artış endeksin % 3,5 yükselmesine, tüketici fiyat endeksinde meydana gelen %1'lik artış ise endeksin % 6,4 dolaylarında yükselmesine neden olacaktır. Altın fiyatı ve para arzı değişkenlerinin katsayılarının anlamlı bulunmamış olması ise ilgili dönemde bu değişkenlerin banka endeksi üzerinde yeteri düzeyde etkisi olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

SONUÇ

Çalışmada bazı makroekonomik değişkenlerin BİST Banka Endeksi üzerine etkisi incelenmektedir. FMOLS regresyon yöntemi sonucunda, BIST Banka Endeksini uzun dönemde döviz kuru, faiz oranı, konut fiyat endeksi ve tüketici fiyat endeksinin anlamlı düzeyde etkilediği görülmektedir. Bu değişkenlerden döviz kuru ve faiz oranının, BİST Banka Endeksini negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Literatürde yer alan pek çok çalışma ile elde edilen bu sonuçlar örtüşmektedir. Konut fiyat endeksi ve tüketici fiyat endeksinin ise BİST Banka Endeksini pozitif yönde ve oransal olarak diğer değişkenlere göre yüksek düzeyde etkilediği söylenebilir. Bu sonuçlar da literatürde yer alan pek çok çalışma ile örtüşmektedir.

BIST Banka Endeksi ya da BIST-100 Endeksi üzerinde makroekonomik faktörlerin etkilerinin araştırıldığı çalışmalarda zaman zaman ortaya çıkan farklılıkların temel sebebi çalışmaların kapsadıkları dönemlerdir. Makroekonomik faktörler ülkenin içinde bulunduğu ekonomik konjonktürdeki dalgalanmalardan hızla etkilenmekte ve bu etkiler yatırımcıların davranışlarına ilgili dönemde yansımaktadır. Ancak bu etkiler dönemsel olmakla birlikte uzun vadede etkileri görmek zordur.

Çalışmanın genişletilmesi noktasında eşbütünleşik ilişkilerinin olduğu değişkenler arasında model kurmak amacıyla kullanılan farklı yöntemlerde yer almaktadır. Bu yöntemler üzerinde de analizler yapılarak ilgili yöntemle aynı sonuçların gözlemlendiği teyit edilip çalışmanın güvenilirliği daha da artırılabilir.

KAYNAKLAR

ALBAYRAK A. S., ÖZTÜRK N., TÜYLÜOĞLU Ş. (2012). "Makroekonomik Değişkenler ile Sermaye Hareketlerinin İMKB-100 Endeksi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi" Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Güz 2012, Cilt:8, Yıl:8, Sayı:2, 8:1-22.

ALBENİ M., DEMİR Y. (2005). "Makro Ekonomik Göstergelerin Mali Sektor Hisse Senedi Fiyatlarına Etkisi (İMKB Uygulamalı)" Muğla Universitesi SBE Dergisi Bahar 2005 Sayı 14.

BELEN M., KARAMELİKLİ H. (2016). "Türkiye'de Hisse Senedi Getirileri ile Döviz Kuru Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: ARDL Yaklaşımı", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt: 45, Sayı:1, Mayıs 2016, 34-42, ISSN: 1303-1732.

BERKE B. (2012). "Döviz Kuru ve İMKB100 Endeksi İlişkisi: Yeni Bir Test", Maliye Dergisi, Sayı 163, Temmuz-Aralık 2012, 243-257.

BOYACIOĞLU ACAR M., ÇÜRÜK D. (2016). "Döviz Kuru Değişimlerinin Hisse Senedi Getirisine Etkisi: Borsa İstanbul 100 Endeksi Üzerine Bir Uygulama", Muhasebe ve Finansman Dergisi, Nisan 2016, 143-156.

CHEN, J.H. VE HUANG, Y.F. (2013), "The Study of the Relationship between Carbon Dioxide (CO2) Emission and Economic Growth'', Journal of International and Global Economic Studies, 6(2), 45-61.

CHEUNG, Y.W. VE LAI, K. S. (1993), "Fractional Cointegration Analysis of Purchasing Power Parity", Journal of Business and Economic Statistics, 11(1), 103-112.

COŞGUN Y., ÜMİT A. Ö. (2016). "Türkiye'de Hisse Senedi ile Döviz, Mevduat, Altın, Konut Piyasaları Arasındaki Eşbütünleşme İlişkilerinin Analizi", Business and Economics Research Journal, Volume 7, Number 1- 2016, pp. 47-69.

DAĞIDIR C. (2010). "Türk Bankacılık Sektöründe Karlılık ve Makro Ekonomik Değişkenlerle İlişkisi", Ekonomi Bilimleri Dergisi Cilt 2, Sayı 1, 2010 ISSN: 1309-8020 (Online)

DICKEY, D.A. VE FULLER, W.A. (1981), "Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root", Econometrica, 49, 1057-1072.

ENGLE, R.F. VE GRANGER, C.W.J. (1987),"Co-integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing", Econometrica, 55, 251-276.

GENÇTÜRK M. (2009). "Finansal Kriz Dönemlerinde Makroekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Fiyatlarına Etkisi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Yıl:2009, Cilt:14, Sayı:1, S: 127-136.

GÖZEN M. (2017). "Şirket Değerini Etkileyen Faktörlere Sistematik Bir Yaklaşım", Social Sciences Studies Journal (SSSJournal) Vol:3 Issue:8 pp:425-435.

GÜNGÖR, B., YERDELEN KAYGIN, C. (2015). "Dinamik Panel Veri Analizi İle Hisse Senedi Fiyatını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi". KAÜ İİBF Dergisi, 6(9), 149-168.

HANSEN, B.E. (1992). "Tests for Parameter Instability in Regressions with I(1) Processes", Journal of Business and Economic Statistics, 10(2), 321-35.

KAYA V., ÇÖMLEKÇİ İ., KARA O. (2013). "Hisse Senedi Getirilerini Etkileyen Makroekonomik Değişkenler 2002-2012 Türkiye Örneği", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi – Sayı 35 – Ocak 2013.

PHILLIPS, P., HANSEN, B. (1990), "Statistical Inference in Instrumental Variables Regression with I(1) Processes", Review of Economic Studies, 57, 99-125.

TOPALOĞLU E.E., KARAKOZAK Ö. (2018). "Makroekonomik Faktörler ve Pay Senedi Getirisi: BIST Banka Endeksi Firmaları Üzerine Panel Veri Analizi", Muhasebe ve Finansman Dergisi, Nisan 2018, 199-216.

www.borsaistanbul.com

www.tcmb.gov.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Assessment of innovation efficiency in the EECA countries via DEA

Assoc. Prof. Dr. Rustem Baris YESILAY, Ege University

Assoc. Prof. Dr. Umut Halac, Yasar University

In recent years, there has been a growing interest in innovation not only in developed countries but also developing countries. However, there has been limited literature for the developing countries. This paper aims to measure efficiency of national innovation systems (NIS) via data envelopment analysis (DEA) method. The method is used to consider country samples of twenty-seven Eastern European and Central Asian countries (EECA). One of the main issues was to determine the input and output variables because the available data for some of the EECA countries was limited. Therefore, research and development expenditure (% of GDP), government expenditure on education, total (% of GDP), imports of goods and services (% of GDP) and foreign direct investment, net inflows (% of GDP) were determined as input variables. Output variables were as follows; patent applications both residents and nonresidents, high-technology exports (% of manufactured exports) and scientific and technical journal articles. Based on the key findings it can be expressed that Russia, Hungary, Poland, Tajikistan, Kazakhstan, Turkey and Latvia has efficient NIS compared to other EECA countries.

Keywords: İnnovation Efficiency, National Innovation System, Data Envelopment Analysis

İnfaz ve Koruma Memurlarının İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Özden GÜNEŞ[1], Ayşe ASLAN[2]

Günümüz çalışma hayatını olumsuz yönde etkileyen unsurlardan birisi de tükenmişlik sendromudur. Tükenmişlik sendromu ilk kez 1974 yılında Freudenberger tarafından tanımlanmıştır. Freudenberger (1974) tükenmişliği "başarısız olma, yıpranma, enerji ve gücün azalması veya tatmin edilemeyen istekler sonucunda bireyin iç kaynaklarında meydana gelen tükenme durumu" şeklinde ifade etmiştir. Sonraki yıllarda farklı iş alanları ile ilgili olarak bu kavram üzerine pek çok araştırma yapılmıştır. Tükenmişlik sendromu hem bireysel hem de örgütsel açıdan olumsuz etkilere yol açan bir olgudur. ***Amaç:*** *Bu araştırmada amaç ceza infaz kurumlarında çalışan infaz koruma memurlarının cinsiyet, yaş, kıdem, çalışılan kurum tipi, çalışma şekli ve öğrenim düzeyi gibi bağımsız değişkenlerinin iş doyumu ve tükenmişlik düzeylerine etkisini incelemektir.* ***Yöntem:*** *Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evreni Sakarya Denetimli Serbestlikte görev yapan infaz koruma memurlarıdır.* ***Bulgular:*** *Araştırmaya katılan infaz ve koruma memurlarının genel iş doyum düzeyleri ile beraber içsel ve dışsal doyum düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tükenmişlik düzeyleri ile ilgili yapılan analizlerde; infaz ve koruma memurlarının duygusal tükenmişlik düzeylerinin yüksek, duyarsızlaşma düzeylerinin düşük ve kişisel başarı hislerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu; iş doyumu ile tükenmişliğin duygusal tükenme ve duyarsızlaşma alt boyutları arasında negatif, kişisel başarı hissi alt boyutu arasında pozitif bir ilişki olmasıdır.*

Anahtar Kelimeler*: İş doyumu, tükenmişlik, infaz ve koruma memurları*

Investigation of RelationshipBetween Job Satisfaction and Burnout Levels of Guardians in Prisons

Abstract

Burnout is one of the component, that effect the work life negatively. It is first defined by Freudenberger in 1974. Freudenberger (1974) defined burnout as "exhaustion of energy, power or sources caused by excessive demands; progressing stress process; and the loss of idealizm". Today, there are a lot of study about this subject. Burnout syndrom is a fact that has

[1] *Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Türkiye, ozdengunes @sakarya.edu.tr*

[2] *Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Türkiye, aslanayse1903@gmail.com*

negative effects on both personnel and organizational dimensions. ***Aim.:*** *The aim of this study is to investigate the effects of independent variants such as gender, age, seniority, type of institution, working style and level of education to the job satisfaction burnout levels of execution and protection officers who work in penal execution institutions. Mehhod :The screening model will be used in the research. The universe of the study is the Sakarya Probation Officers.* ***Findings:*** *Results revealed that the guardians have low levels of both intrinsic and extrinsic job satisfaction and low levels of general job satisfaction. In terms of analyses regarding burnout levels, the results showed that guardians have high levels of emotional exhaustion, low levels of depersonalization and high levels of personal accomplishment. Another finding of the current study is general job satisfaction is negatively related with emotional exhaustion and depersonalization subscales of Burnout Inventory and positively related with personal accomplishment subscale of Burnout Inventory.*

Key Words : Job satisfaction, burnout, guardians

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türk Eximbank Kredi Taleplerinin Promethee Yöntemi İle Belirlenmesi

Full Text / Tam Metin

Füsun Küçükbay[1], İsmail Metin[2]

Özet

Giriş*: Türkiye 1980 sonrası dış dünyaya açılmayı başarı ile tamamlamış ve Türk ekonomisi dünya pazarlarında hem ihracatçı hem de ithalatçı olarak yer almaya başlamıştır. Türk firmaları tarafından gerçekleştirilen ihracat faaliyetleri Türk Eximbank yardımı ve desteği ile de sağlanmıştır. Türk Eximbank Türkiye'nin uluslararasılaşmasında finans desteği sağlayan en önemli kamu kuruluşudur. Türk Eximbank firmaların projelerini finanse ederken, kredilerin geri ödenmeme riski ile karşı karşıyadır. Bu nedenle Türkiye'nin uluslararasılaşmasını desteleyecek doğru firmaların seçilmesi için kredi başvurularının değerlendirilmesi çok önemlidir.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı Türk Eximbank için kredi başvurularının değerlendirilmesine yardımcı olacak bir model önermektir.* ***Yöntem:*** *Model hem finansal hem de finansal olmayan performans ölçütlerini, çok kriterli karar verme yöntemlerinden olan Promethee yardımı ile bir arada ele almaktadır.* ***Bulgular:*** *Yeni modelde mali yapı oranları, dış ticaret yapısı ve yönetsel yapı olmak üzere 3 ana ölçüt dikkate alınmaktadır.*

Anahtar Kelimeler: *Turk Eximbank, kredi başvuru, değerlendirme, Promethee, çok kriterli karar verme*

Evaluation of credit applications for Turk Eximbank with the help of promethee method

Abstract

Introduction: *Turkey has succeeded in opening itself since 1980, an economy that started to serve the world market as both an exporter and an importer. The exporting efforts made by Turkish firms has been assisted and supported by also Turk Eximbank. Turk Eximbank is the most important public-sector financier of Turkey' s multinationalism. Turk Eximbank takes a risk while financing the projects of firms as the credits may be non-performing loans. Therefore, evaluation of credit application is very important in order to select the right firms that promote Turkey's multinationalism.* ***Aim:*** *The purpose of this study is to propose a model that helps to evaluate the credit applications of Turk Eximbank.* ***Method:*** *The model takes into consideration both financial and non-financial criteria with the help of Promethee which is one of the multi criteria decision making model.* ***Findings:*** *The new model consist of 4 main criteria, which are financial criteria, export-import structure and managerial structure.*

Key Words: *Turk Eximbank, evaluation, credit application, Promethee, multi criteria decision making*

JEL Classification Codes: *F37, G24, C38, F40*

[1] Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ekonomi ve Finans Bölümü, Türkiye, fusun.kucukbay@cbu.edu.tr
2 Dr. Öğretim Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ekonomi ve Finans Bölümü, Türkiye, İsmail.metin@cbu.edu.tr

1. GİRİŞ

Uluslararası ticaret ile ülke ekonomilerinin gelişimine katkı sağlandığından ülkeler arasında ticaret hacmi artmış ve yıllar itibariyle ticareti artırmaya yönelik finansal araçların da sayısında artış gözlemlenmiştir (Yeşilyaprak, 2018). Ülkeler arasında ticareti artırmaya yönelik finansal araçların arasında ticari banka kredileri, Eximbank kredileri, özkaynak finansmanı, forfaiting, faktöring ve leasing yer almaktadır. Bu yöntemler arasında ihracatçı firmalar için maliyet açısından en avantajlı finansman yöntemi Eximbank kredileridir.

Literatür incelendiğinde (İç ve Yurdakul, 2000; Atan ve arkadaşları, 2004; Atan ve Maden, 2005; İlter, 2006; Girginer, 2008; Akkaya ve Demireli, 2010; Kök ve Aksu, 2013; ve Büyükçelebi ve Coşkun, 2015) mevduat-katılım bankalarının, özel-kamu bankalarının ticari ve / veya bireysel müşterilerin kredi taleplerini değerlendirmede göz önüne aldıkları kriterleri ve ağırlıkları belirlenmeye çalışıldığı görülse de Eximbank kredi taleplerinin belirlenmesine yönelik bir çalışmaya rastlanılmaması bu çalışmanın yapılmasında motive edici unsur olmuştur. Çalışma bu açıdan özgün değere sahiptir.

Bu çalışmanın amacı Türk Eximbank için kredi başvurularının değerlendirilmesine yardımcı olacak bir model önermektir. Model hem finansal hem de finansal olmayan performans ölçütlerini, çok kriterli karar verme yöntemlerinden olan Promethee yardımı ile bir arada ele almaktadır. Modelde mali yapı oranları, sektörel ayrım, dış ticaret yapısı ve yönetsel yapı olmak üzere 4 ana ölçüt dikkate alınmaktadır.

2. Türk EXIMBANK

Türkiye'de ihracatın finansmanı ve ihracat bedelinin sigortalanmasına yönelik çalışmalar 1950'li yılların başlarında başlamıştır. 1980'lere kadar 5 yıllık kalkınma planlarında ihracatın desteklenmesi ile ilgili kararlar alınsa da o dönemlerde ithal ikameci politikalar uygulanıldığından ihracatın geliştirilmesi ve ihracatçıların desteklenmesine yönelik adımlar atılamamıştır (Öztürk vd., 2007). 1980'li yıllarla birlikte Türkiye ihracata yönelik sanayileşme stratejisini benimsemiş ve dışa açılma ile uluslararası rekabete maruz kalan ihracatçı firmaların desteklenme ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, 21 Ağustos 1987 tarihinde Devlet Yatırım Bankası yeniden düzenlenerek Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (kısaca Türk Eximbank) halini almıştır. Bu noktada Türk Eximbank'ın nihai amacı, ihracatı geliştirmek için ihracatçı firmalara kredi vermek ve ihracat alacaklarını sigorta etmektir. Bu amaca ulaşabilmek için Türk Eximbank ihracatçılara üç çeşit kredi olanağı sunmaktadır; Kısa Vadeli İhracat Kredileri, Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredileri ve Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler. Türk Eximbank'ın 2003 yılında kullandırdığı kısa, orta ve uzun vadeli ihracat kredisi toplamı 3,3 Milyar ABD Doları iken, bu rakam 2018 yılına gelindiğinde yaklaşık 8 kattan daha fazla artarak 26,9 Milyar ABD Dolarına ulaşmıştır (Eximbank, 2019). Türk Eximbank'ın toplam kredi kullandırım rakamı Bir Önceki Yıla Göre %12 artarken, kredi kullanan toplam firma sayısındaki artış oranı %15 olmuştur.

Türkiye 2018 yılında 168 Milyar ABD Doları ihracat yaparken Türk Eximbank'ın 2018 yılı performansı değerlendirildiğinde 27,3 Milyar ABD Doları kredi desteği ve 16,9 Milyar Dolar sigorta desteği olmak üzere 44,2 milyar dolarlık tutar ile toplam ihracatın %26,3'ü Türk Eximbank tarafından finanse edilmiştir. Türk Eximbank 2018 yılında bankacılık sektöründeki ihracat kredilerinin %53'ünü sağlayarak ihracatçı firmaların finansmana ulaşmasında en önemli kurumlardan biri olmuştur. Yine

Eximbank verilerine göre kredi/aktif oranında bankacılık sektöründe ilk sırada yer alan Türk Eximbank, 2018 yılında kredi büyüklüğü açısından da sistemin en büyük 8'inci bankası konumundadır.

3. UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Türk Eximbank için kredi başvurularının değerlendirilmesine yardımcı olacak bir model önermektir. Model hem finansal hem de finansal olmayan performans ölçütlerini, çok kriterli karar verme yöntemlerinden olan Promethee yardımı ile bir arada ele almaktadır. Modelde mali yapı oranları, sektörel ayrım, dış ticaret yapısı ve yönetsel yapı olmak üzere 4 ana ölçüt dikkate alınmaktadır

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada kredi başvuranlarının değerlendirilmesi amacı ile firmaların finansal ve finansal olmayan performanslarını tek bir puana dönüştürülmesine ve firmaların sıralanmasına imkan veren Promethee yöntemi kullanılmıştır. Promethee yöntemiilk olarak 1982 yılında Brans tarafından sunulmuş ve daha sonra Brans ve Vincke tarafından geliştirimiş bir ÇKKV yöntemidir. Promethee yöntemi ikili karşılaştırmalara dayalı bir yöntemdir.

3.3. Araştırmanın Uygulama Bölümü

Türk Eximbank Türkiye ihracatının geliştirilmesi amacıyla firmalara çok uygun maliyetli krediler sağlamaktadır. Verilen kredilerin doğru firmalara tahsis edilmesi Türkiye ihracatının artması ve gelişmesi için çok önemlidir.

Bu çalışmada kredilerin doğru firmalara verilmesi aşamasında kullanılabilecek bir yöntem önerilmektedir.

Araştırmada Türk Eximbank kredilerinin tahsis sürecinde yardımcı olacak bir model geliştirilmeye çalışılmıştır. Modelin uygulanması amacıyla gerçek bir örneklem kullanılmıştır. İzmir ilinde faaliyet gösteren 16 firmanın finansal verisi yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır.

Türk Eximbank yetkilisi ile görüşülerek kredi taleplerinin belirlenmesinde dikkate alınan kriterler ve önem dereceleri telefon görüşmesi yapılarak öğrenilmiştir.

Son aşamada firmalar belirlenen kriterler çerçevesinde performansları değerlendirilmiş ve Promethee yöntemi kullanılarak firmalar belirlenen kriterler bazında sıralanmıştır.

Çalışma da kredilerin tahsisi sürecinde firmaların değerlendirilmesi amacı ile toplam 12 kriter belirlenmiştir. Mali yapı oranları, dış ticaret yapısı ve yönetsel yapı olmak üzere 3 ana ölçüt seçilmiştir. Faaliyet Karı/Satışlar, Satış Tutarı, Borç/Özermaye Oranı, Aktif Toplamı mali yapı ana ölçütünün alt ölçütleridir. İhracat tutarı, ithalat/ihracat oranı dış ticaret yapısı ana oranlarının alt ölçütleridir. Dış Ticaret bölümün olup olmaması ve firma geçmişi yönetsel yapı anaölçüünün alt ölçütleridir.

Çalışmada firmaların Promethee yöntemi kullanılarak sıralanması Visual PROMETHEE programında çözülmüştür. Tercih fonksiyonları ve parametreler karar verici tarafından belirlenmiştir. Tercih fonksiyonu, kriterlerin tercih yönü ve kriterlerin ağırlıkları tablo 1'de görülmektedir.

Firmaların finansal verilerini verebilmeleri için firma isimlerinin gizli olması taahhüttü verilmiştir. Bu nedenle firmalar A-O arasındaki harflerle isimlendirilmiştir. Firmaların belirlenen kriterlere göre Phi^+, Phi^- ve net akış sonuçları tablo 1'de görülmektedir. Tam sıralamada net akışı en yüksek olan firma L birinci sırada yer almaktadır. L firmasını sırası ile O, P, J, H, A, F, I, E, M, , D, B, N, C, G firmaları izlemektedir.

İlk firmanın ikili kıyaslamalarına bakıldığında diğer bir ifade ile yani kısmi sıralamalarına baktığımızda (Phi^+ ve Phi^- değerlerine göre) Firma L'nin Firma O'dan pozitif üstünlükte (Phi^+ değerinde) daha iyi (büyük) ve negatif üstünlükte (Phi^- değerinde) de daha iyi (küçük)tür. Sonuç olarak net akımda da diğer alternatiflere göre Firma L daha iyi durumdadır.

Tablo 1. Promethee Yöntemine Göre Firmaların Sıralanması

	Net Akıma Göre Sıralama	Net Akım	Phi^+	Phi^-
Firma L	1	0,4879	0,6603	0,1724
Firma O	2	0,4479	0,6356	0,1876
Firma P	3	0,3956	0,6144	0,2188
Firma J	4	0,2524	0,5435	0,2912
Firma H	5	0,2471	0,5456	0,2985
Firma A	6	0,1482	0,5003	0,3521
Firma F	7	0,03	0,4362	0,4062
Firma I	8	0,0241	0,4421	0,4179
Firma E	9	0,0082	0,4097	0,4015
Firma M	10	-0,0103	0,4426	0,4529
Firma K	11	-0,0215	0,4097	0,4329
Firma D	12	-0,0782	0,3665	0,4447
Firma B	13	-0,2521	0,3315	0,5835
Firma N	14	-0,2615	0,3674	0,6288
Firma C	15	-0,3324	0,2638	0,5962
Firma G	16	-0,5826	0,1612	0,7438

Türk Eximbank kredi tahsis sürecinde kredileri en iyi firmadan başlayarak dağıtmaya başlayabilir. Kendi belirlediği net akım puanının altında kalan firmalara da kredi başvurularını ret edebilir.

SONUÇ

Türk Eximbank Türkiye ihracatının geliştirilmesi amacıyla firmalara çok uygun maliyetli krediler sağlamaktadır. Verilen kredilerin doğru firmalara tahsis edilmesi Türkiye ihracatının artması ve gelişmesi için çok önemlidir. Bu çalışmada kredilerin dağıtımı sürecinde kullanılabilecek bir yöntem önerilmektedir. Daha önce yapılan çalışmalarda ticari bankaların kredi başvuru değerlendirme süreçlerin yardımcı olacak çeşitli öneriler sunulmuştur. Ancak ticari bankalardan farklı kriterlerin de dikkate alındığı Türk Eximbank'ın kredi başvuru taleplerinin değerlendirildiği bir çalışma bildiğimiz kadarı ile mevcut değildir.

Firmalar maliyet avantajı nedeniyle ihracat finansmanında Türk Eximbank kredisini kullanmayı çok istemektedir. Türk Eximbank kredisi de firmalar tarafından çok tercih edilmesine rağmen yeterli limit bulunmamasından dolayı Türk Eximbank kredi tahsisi için zorlu bir seçim sürecinin içine girmek zorundadır. Limitin az olmasının dışında verilen kredilerin doğru firmalara tahsis edilmesi ülke ekonomisi ve ihracatı için de çok önemlidir. Bu nedenlerle Türk Eximbank'ın kredi taleplerinin değerlendirilmesi önemli bir süreçtir.

Çalışmada Türk Eximbank'ın kredi tahsis seçim sürecine yönelik bir uygulama yapılmıştır. Uygulamada çok kriterli karar verme yöntemlerinden Promethee kullanılmıştır. Bu yöntem ile alternatiflere ilişkin kısmi ve tam sıralamalar elde edilmesine imkan vermektedir. Bu üstünlükler sayesinde kredi tahsis seçim sürecinin doğruluğu artmaktadır. Ayrıca seçim sürecini daha kolay hale getirmektedir. Uygulamacılarında rahatlıkla kullanabileceği ve ihtiyaçlar doğrultusunda kriterleri arttırabileceği ve geliştirebileceği bir yöntem önerisi sunulmuştur.

KAYNAKLAR

AKKAYA, G.C. ve DEMİRELİ, E. (2010). "Analitik Hiyerarşi Süreci İle Kredi Derecelendirme Analizi Üzerine Bir Model Önerisi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(1), 319-335.

ATAN, M., MADEN, U. Ve AKYILDIZ, E. (2004). "Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Kullanımı İle Bir Bankada Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi", 8. Ulusal Finans Sempozyumu, 26-28 Ekim, İstanbul Teknik Üniversitesi, İTÜ Maçka Kampüsü İşletme Fakültesi.

ATAN, M., ve MADEN, U. (2005). "Bireysel ve Kurumsal Kredibilitenin Analitik Hiyerarşi Süreci İle Çözümlenmesi", 4. İstatistik Kongresi, 8-12 Mayıs, Belek, Antalya.

BRANS, JEAN-PİERRE, (1982) "L'ingenierie de la decision: Elaboration d'instruments d'aide a la decision. La Methode PROMETHEE", Universite Laval, Colloque d'aide a la Decision, Quebec, Canada, ss.183- 213.

BRANS, J.P., VİNCKE, P., "A Preference Ranking Organization Method: The PROMETHEE Method for MCDM", Management Science, Cilt 31, No 6, 647-656, 1985.

BÜYÜKÇELEBİ, B. ve COŞKUN, M. (2015). "Ticari Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi Açısından Mevduat Bankaları ile Katılım Bankalarının Karşılaştırılması", Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(21), 1004-1024.

EXIMBANK, (2019), "Bankamız Hakkında", Erişim Tarihi: 01.04.2019 https://www.eximbank.gov.tr/tr/hakkimizda/kurumsal/bankamiz-hakkinda

EXIMBANK, (2019), "Kredi Kullandırım Tutarları", Erişim Tarihi: 01.04.2019 https://www.eximbank.gov.tr/tr/rakamlarla-biz#krediler, (23.03.2019).

GİRGİNER, N. (2008). "Ticari Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesine Çok Kriterli Yaklaşım: Özel ve Devlet Bankası Karşılaştırılması", Muhasebe ve Finansman Dergisi, 37, Ocak/2008, 132-142.

İÇ, Y.T. ve YURDAKUL, M. (2000). "Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemini Kullanan Bir Kredi Değerlendirme Sistemi", Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 15(1), 1-14.

KÖK, D. ve AKSU, G. (2013). "Müşteri Kredi Değerliliğinin Belirlenmesinde Analitik Ağ Süreci Kullanımı: Bir Model Önerisi", Muhasebe ve Finansman Dergisi, Temmuz/2013,167-186.

İLTER, O.C. (2006). Analitik Ağ Süreci İle Ticari Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

ÖZTÜRK, S., SÖZDEMİR, A. ve KOÇBULUT, Ö. (2007). "Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ'ye Uygunluğu", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(2), 179-197.

YEŞİLYAPRAK, M. (2018). "Yurt Dışı Ticari Alacak Sigortasının Firma İhracatına Etkisi: Türk Eximbank Yurtdışı Alacak Sigortası Üzerine Bir Araştırma", Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 10 (19), ISSN:1309-1123, 358-383.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bakım Kartlarından Üreyen Rutin Olmayan İşlerin Adam Saat Tahmini: Türk Hava Yolları Teknik Üzerinde Bir Uygulama

Halim KAZAN[1], Hatice Anıl DEĞERMEN ERENKOL [2], Zehra Binnur AVUNDUK[3]

Özet

Giriş*: Bir rutin uçak bakımının toplam iş yüküne karşılık gelen adam-saat miktarı bu bakım içerisinde gerçekleştirilecek rutin işler ve bu rutin işler neticesinde oluşabilecek rutin olmayan (non-routine) işlerden oluşmaktadır. İçeriği oluşturan bakım kartlarının rutin olarak adlandırılan adam-saat karşılıkları standartlaştırılabilen ve bu standartlar üzerinden önceden öngörülmesi daha mümkün gözüken değerler iken rutin olmayan olarak adlandırılan işlerin adam-saat karşılıkları bu işlerin doğası itibariyle öngörülmesi daha zor değerler olarak düşünülmektedir.* ***Amaç****: Bu çalışmada geçmiş uygulamalardan yola çıkarak rutin olmayan işlerin adam-saat miktarları incelenmiş ve bu değerlerden yola çıkarak gelecek bakımların adam-saat değerlerinin tahmin edilebilirliği analiz edilmiştir.* ***Yöntem:*** *Bu amaçla çalışma kapsamında çeşitli tahmin yöntemleri denenmiş ve bunlar arasından en uygun olanı seçilmeye çalışılmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırmanın neticesinde tespit edilen kontrol dışı sapmaların analiz edilerek, süreçlerin kontrol altına alınması ve gerçekleşen değerlerin daha dar bir aralıkta toplanmasının sağlanması, tahminlerin de doğruluğunu arttırabilecektir.*

Anahtar Kelimeler— *Toplam kalite yönetimi, hava taşımacılığı, rutin olmayan işler, bakım kartı, adam-saat, üretim yönetimi, tahmin.*

Man-Time Forecasting of Non-Routine Works Generated from Maintenance Cards: A Case Study on Turkish Airlines Technique

Abstract

Introduction: *The amount of man-hours corresponding to the total workload of a routine aircraft maintenance consist of routine works and non-routine works that may occur as a result of these routine works. While the man-hour equivalents of the maintenance cards which constitute the content, can be standardized and these values are more likely to be predicted in advance, the man-hour provisions of the non-routine works are considered to be more difficult to predict because of the nature of these works.* ***Aim****: In this study, the amount of man-hours of non-routine works were examined based on past practices and the predictability of man-hour values of future maintenance were analyzed.* ***Method:*** *For this purpose, various estimation methods have been tried within the scope of the study and the most suitable one among them has been tried to be chosen.* ***Findings:*** *As a result of the research, it is possible to increase the accuracy of the estimations by analyzing the determined noncontrollable*

[1] Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi A.D., İstanbul, Türkiye, halim.kazan@istanbul.edu.tr
2 Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü, Pazarlama A.D., İstanbul, Türkiye, degermen@istanbul.edu.tr
3 Arş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, avundukz@istanbul.edu.tr

deviations, taking the processes under control and ensuring that the actual values are gathered in a narrower range.

Keywords— *Total quality management, air transportation, non-routine, maintenance card, man-hours,operations management, prediction.*

JEL Classification Codes: *C44, M11, L15, L93, R42*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bağımsız Denetimde Denetçi Bağımsızlığı İle ilgili Yapılmış Makaleler Üzerine Bir İnceleme

Hakan Şahin [1]

Özet

Giriş*: Küreselleşen dünya pazarında muhasebe ve denetim faaliyetlerinin önemi yaşanan denetim skandalları ile birlikte ortaya çıkmıştır. Skandallar üzerine denetim firmalarının yapılarını güçlendirmesi ve denetlenmesi gündeme gelmiştir. Bu sebeple bağımsız denetim standartları ve faaliyetleri, denetçi bağımsızlığı kavramları önem kazanmıştır.* ***Amaç****: Bağımsız denetim ve denetçi bağımsızlığının gelişimindeki son durumun ortaya konulması ve gelecekteki gelişmelere fikir vermek amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Araştırma kapsamında bağımsız denetim ve bağımsız denetçi ile ilgili yayın yapan on dokuz derginin son 12 yıl içerisinde yayınladıkları toplam 107 makale belge incelemesi yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmada incelenen makaleler; konu, yıl, ülke, yayınlandıkları dergi, çalışılan endüstri ve analiz yöntemi açısından değerlendirilmiştir.* ***Bulgular:*** *Bağımsız denetim alanı ve denetçi bağımsızlığı ile ilgili 25 ülkede, 282 alanda, 19 dergide çalışma yapılmıştır. 2014 yılından itibaren konu ile ilgili yapılan çalışmalarda azalma görülmüştür. Gelecekteki çalışmalarda konu, daha geniş bir kodlama listesi doğrultusunda incelenerek gelişimi, eksiklikleri ve yapılan hatalar ile ilgili daha iyi sonuçlar elde edilebilir.*

Anahtar Kelimeler— *Denetçi Bağımsızlığı, Bağımsız Denetim, Makale incelemesi*

A Review Of The Articles Published On Auditors Independence In Independent Audit

Abstract

Introduction: *Importance of accounting and auditing activities in global market has emerged with the audit scandals.After those audit scandals, strengthening the constructions of the firms and audit on audit firms have become necessary. Therefore, such concepts as independent auditing standards and activities , auditor independence have gained importance.* ***Aims:*** *The aim of this study is to present the final situation of the evolution of independent auditing and auditor independence and to give suggestions to future accounting developments.* ***Method:*** *In this study, total 107 articles of nine journals on independent audit and independent auditor which were published in the last 12 years were analyzed via document review method. The articles reviewed in this study were evaluated in terms of subject, year, country, the journal in which they were published, the industry and the analysis method.* ***Findings:*** *Studies related to independent audit and independence auditor were conducted in 282 subjects, in 19 journals in 25 countries. There has been a decrease in the studies on this subject since 2014. In the future studies, better results on the development, deficiencies and errors made can be obtained by the investigation of the subject in accordance with a wider coding list.*

Keywords— ***A****uditor Independence, Independent Audit, Article Review*

JEL Classification Codes: *M41, M42, Y40*

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türkiye, hakanshn@hotmail.com.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kadın İstihdamının Ekonomik Büyümeye Etkisi: İslam İşbirliği Teşkilatı Üyesi Ülkeler Üzerine Bir Panel Veri Uygulaması

Emine Nurgül Barın[1], Vildan Saba Cenikli [2]

Özet

Giriş*: Ocak 2016'da yürürlüğe giren ve Birleşmiş Milletler çatısı altında faaliyetlerini yürüten Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından finanse edilerek yürütülen 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden birisi olan Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ekonomik kalkınma açısından oldukça önemlidir. Kalkınma hedeflerinin tümü birbiriyle bağlantılı olup kadın istihdamı ve politikaları büyüme ve kalkınmanın önemli bir yönünü oluşturmaktadır. Kadınların çalışma hayatında erkeklerle eşit fırsatlara sahip olması amacıyla ulusal ve uluslararası alanda birçok çalışma ve düzenleme yapılmaktadır. Kadın işgücünden ülke ekonomisi içinde yeterli derecede yararlanılamaması, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomik ve sosyal göstergelere olumsuz şekilde yansımaktadır. Kadınların kendilerini çok yönlü geliştirmeleri, işgücü piyasalarına aktif katılımları, sosyal ve ekonomik olanaklardan daha fazla yararlanmaları ülkelerin kalkınmalarında temel etkenlerden birisidir.* ***Amaç****: Bir ülkede çalışabilir durumdaki tüm nüfusun istihdama katılması ve ulusal gelire katkıda bulunması önemlidir. Bu bağlamda İslam İşbirliği Teşkilatına Üye ülkelerdeki kadın işgücünün istihdamının desteklenmesi, kalkınma ve büyüme içindeki payının ortaya konulabilmesi önem kazanmaktadır. Bu çalışmada İslam İşbirliği Teşkilatı üyesi ülkelerdeki kadınların işgücüne katılımının ekonomik büyümeye etkisinin araştırılması amaçlanmaktadır.* ***Yöntem****: Kadın istihdamının büyüme üzerindeki etkisi incelenirken Panel data analiz yöntemi kullanılacaktır.* ***Bulgular:*** *Bu çalışmada İslam İşbirliği Teşkilatı'na üye ülkeler açısından kadın istihdamı ve bunun ekonomik büyümeye etkisi incelenecektir.*

Anahtar Kelimeler— *Kadın işgücü, büyüme, istihdam*

The Effects of Female Employment on Economic Growth: An Application of Panal Data on the Member Countries of the Organization of Islamic Cooperation

Abstract

Introduction: Gender Equality is one of the 17 Sustainable Development Goals and very important for economic development. It is funded by the United Nations Development Program (UNDP) which became effective in January 2016, and it has carried out its activities under the umbrella of the United Nations. All development goals are interrelated with each other, and female employment and policies are an important aspect of growth and development. There are many national and international studies and arrangements in order to ensure equal

[1] Doktor Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İşletme, Yönetim-Organizasyon Anabilim Dalı, Türkiye, nkeskin@aku.edu.tr
2 Araştırma Görevlisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İktisat, İktisat Teorisi Anabilim Dalı, Türkiye,saktop@aku.edu.tr

opportunities for women in working life. Inadequate utilization of female labor force within the national economy reflects in economic and social indicators especially in developing countries. Women's self-development, active participation in labor markets, and social, and economic opportunities are the main factors in the development of countries. **Aim:** It is important that all working population in a country participate in employment and contribute to the national income. In this context, it is important to support the employment of female labor force and to show its share in development and growth in the member countries of the Organization of Islamic Cooperation. In the Present study, we aim to investigate the effects of female work force participation of the member countries of the Organization of Islamic Cooperation on economic growth. **Method:** While analyzing the effect of female employment on growth, the panel data analysis method will be used. **Findings:** In this study, the effect of female employment and its effects on economic growth according the member countries of the Organization of Islamic Cooperation will be examined.

Keywords— Female workforce, Growth, Employment, Panel Data Analyzing

JEL Classification Codes: J16, F43, C33

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Theories of Economic Growth Models

PhD Student, DOINA DRĂGOI

University of Craiova, Doctoral School of Economics

Faculty of Economics and Business Administration, Economy, Romania, doina.dragoi08@gmail.com

Abstract

Introduction*: The goal of this article is the presentation of the theoretical models of economic growth and their evolution over time and its implications for economic development and quality of life. The research will be based on the revision of the specialized economic literature using the scientific observation method. The main factors that drive economic growth will be reviewed, its social benefits and implications reflected in quality of life and human development. Choosing an economic model of adequate economic growth and its application in economic practice is conditioned by the particularities existing at the level of each economy and we can not formulate generally valid economic growth theories.*

Key Words: *economic growth, economic development, theoretical models of economic growth.*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Temel Tasar Elemanlarini Mekân Tasarimina Yansıtma Deneyimleri

Çiğdem BOGENÇ[1], Banu BEKCİ[2], Merve ÜÇOK[3]

ÖZET

Tüm sanat dallarındaki eğitimlerde olduğu gibi peyzaj mimarlığı eğitiminde de tasarım için ilk adım olarak görülen temel tasarım dersinin yetkinliği mimarlık eğitim sürecinde de kabul edilerek diğer tasarım derslerinin de ortak noktasını oluşturmaktadır. Temel tasarım özellikle zihinde canlandırılan formun ya da bir fikrin bir fonksiyona hizmet edecek şekilde yaratıcı özelliği ile ifade edilmektedir. Bu çalışma ile peyzaj mimarlığı eğitimine yeni başlayan öğrencilerin temel tasarım eğitim öncesi ve eğitim sonrasındaki algılarındaki değişimler sorgulanarak eğitimlerinin mekânsal tasarımlara yansımaları irdelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Tasarım, mimarlık eğitimi, temel tasarım, algı, öğrenci

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Planlama ve Tasarım Ana Bilim Dalı, Türkiye, cigdem.bogenc@erdogan.edu.tr
2 Doçent Doktor, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Planlama ve Tasarım Ana Bilim Dalı, Türkiye, banu.bekci@erdogan.edu.tr
3 Araştırma Görevlisi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Planlama ve Tasarım Ana Bilim Dalı, Türkiye, merve.ucok@erdogan.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kurumsal Pazarlama Perspektifinden Sponsorluk Reklamlarıyla Sürdürülebilirlik Farkındalığının Oluşturulmasına Yönelik Bir Değerlendirme

Tülin Çakır[1]

Özet

Giriş*: Kurumlar bir marka olarak paydaşlarının gözünde kendi üstlerine düşen sorumlulukları farklı araçlarla gerçekleştirme çabası içerisinde olup, imajlarını güçlendirme ve itibarlarını artırma yönünde hareket etmektedirler. Özellikle dünya gündeminde giderek artan bir öneme sahip olan sürdürülebilirlik, kurumlar tarafından sadece kendi bünyeleri kapsamında konuya yaklaşılmasıyla değil, aynı zamanda toplumsal bir rol üstlenme boyutuyla farkındalık oluşturma bağlamında değerlendirilmektedir. Sponsorluk faaliyetlerini yansıtmada kullanılan reklamlar ise sürdürülebilirlik farkındalığını hedef kitlede oluşturmaya yarayan önemli araçlardan sadece birisidir. Ancak kullanılan bu sponsorluk reklamları, kurumsal pazarlama açısından kurumun kendi çevre duyarlılığını da yansıtan bir araç konumundadır.* ***Amaç****: Bu çalışma ile kurumsal markaların sponsorluk reklamlarıyla sürdürülebilirlik farkındalığını hem konu olarak hem de kendi kurumlarının sürdürülebilirlik hassasiyetlerini yansıtmada bir iletişim aracı olarak nasıl kullandıkları incelenmektedir. Ayrıca kurumsal pazarlama karması açısından bu reklam çabalarının önemi ile hedef kitle üzerindeki etkileri değerlendirilecektir.* ***Yöntem:*** *Çalışmada, keşifsel bir araştırma bağlamında nitel araştırma yöntemlerinden çoklu durum deseni kullanılmış olup, seçilen örnek dergi reklamları üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır.* ***Bulgular:*** *Farklı sponsorluk reklamları kapsamında Türkiye'de sürdürülebilirlik farkındalığına yönelik çabaların bulunduğu görülmüştür. Yapılan bu reklamlar ile kurumsal pazarlama karması (8C) kapsamında olan iletişim kısmının kurumsal iletişim boyutuyla çevre hassasiyetine sahip kurum algısının oluşturulmaya çalışıldığı tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Kurumsal Pazarlama, Sponsorluk, Sürdürülebilirlik*

JEL Sınıflandırma Kodları: *M00, M30,Q56*

[1] Dr. Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Pazarlama Programı, Türkiye, tcakir@aku.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Pablo Picasso'nun Ballet Russes Kostüm Tasarımına Modernist Yaklaşımı

Arş. Gör. Memet Ali ZEREN[1], Dr. Öğr.Üyesi Selda KOZBEKÇİ AYRANPINAR [2]

Özet

Pablo Picasso, 20. Yüzyıl'ın popüler öncü sanatçılarından biridir. Sanata disiplinler arası yaklaşımıyla birlikte kendi çağına ve sonrasına oldukça etkide bulunmuştur. Daha çok ressam yönüyle bilinen Picasso, giysi tasarımı, seramik, heykel, sahne dekor kostüm tasarımı dışında yazınsal anlamda da çalışmalar üretmiştir. 20. Yüzyılın başlarında Picasso'nun avangart bir sanatçı olarak parlaması, kendisine yönelik ilginin artmasını sağlamıştır. Özellikle sahne ve gösteri sanatları alanında oldukça ilgi görmüştür. Gerek Picasso'nun kullandığı dilde teatralliğe olan yatkınlığı gerekse işlerinde sirk-kabare ve melodramlara yönelmesi ve oyunlara afiş tasarımı yapmasıyla birlikte 1915 yılında Jean Cocteau'yla tanışması, onun Ballet Russes'la çalışmasını sağlamıştır. Picasso'nun yarattığı yeni dil anlayışı, resim sanatı ve gösteri sanatları arasında modern bir bağ oluşturmuştur. Bu bildiride kostüm tasarımına getirdiği avangart yaklaşımla gösteri sanatlarında önemli bir etki yaratmış olan Picasso'nun kostüm tasarımı ve sanata yaklaşımı incelenecektir. Picasso'nun Ballet Russes için yaptığı kostüm tasarımları örneğinde günümüz gösteri ve kostüm tasarımına etkisi, kendinden sonra gelen kostüm tasarımcılarına yansıması üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda Picasso'nun tasarım ürünleri incelenecek, sanat ve tasarım ilişkisi geniş literatür araştırmasıyla irdelenerek aktarılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Tasarım, Kostüm Tasarımı, Picasso, Avangart

Abstract

THE MODERNIST APPROACH OF PABLO PICASSO ON BALLET RUSSES' COSTUME DESIGN

Pablo Picasso is one of the popular pioneer artists of 20th century. He had an impact on his own era and future with his interdisciplinary approach on art. Picasso who most known as his painter side, produced works on literary apart from his works on costume design, ceramic, sculpture, stage décor and costume design. Glinting of Picasso as an avant-garde artist in the early 20th century has enabled the interest towards him to be increased. More specifically he attracted attention on stage and performance arts fields. Both his tendency on theatral language he used and his approach to circus-cabarets and melodrama on his works and meeting with Jean Cocteau just after designing posters for plays ensured him to work with Ballet Russes. The new language

[1] Arş.Gör,, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Temel Eğitim,Türkiye, memzeren@gmail.com
2 Dr.Öğr.Üyesi Dokuz Eylül Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarımı,, Türkiye, skozbekci@gmail.com

understanding Picasso created made a modern connection between painting and performance arts. In this report the approach on costume design and art of Picasso, who made an important impact on performance arts with his avant-garde attitude on costume design, will be investigated. The impacts on nowadays performance and costume design within the example of Picasso's costume designs for Ballet Russes and the reflection on his successors will be discoursed. In this context Picasso's design products will be examined and relationship of art and design will be conveyed through scrutinizing extensive literature research.

Keywords: Art, Design. Costume Design, Picasso, Avantgarde

JEL Classification Codes: *M31, M39*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Sürdürülebilir Tekstil Tasarımında Atık Yönetimi ve 6R Prensibinin Uygulanması

Full Text / Tam Metin

Elif Kurtuldu[1]

Özet

Günümüzde sanayileşme ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte tekstil sektöründe hammaddenin hızlı tüketilmesi ve seri üretim sonucunda fazla atık ortaya çıkmış ve atığın yok edilmesi ekosistem için giderek büyüyen bir tehdit haline gelmiştir. Ekonomik, çevresel ve sosyal perspektifteki Sürdürülebilir Kalkınma Modeli'nde tekstil atıkları ekolojik açıdan tüketici öncesi ve sonrası olmak üzere incelenmektedir. Özellikle hızlı moda kavramı ile birlikte, tekstillerin kullanım ömrünü tamamlamadan 'atık' olarak nitelendirilmesi sonucu ekonomik ve çevresel bir tahrip söz konusu olmuştur. Tüketici öncesi üretimde; geri dönüştürülemeyen hammadde kullanımları, zararlı kimyasal kullanımları, tüketici sonrasında ise geri dönüşümün yetersiz kalması gibi pek çok sebep buna örnek olarak gösterilebilir. Bu nedenler ile Sürdürülebilir Kalkınma Modeli doğrultusunda, 6R prensibi ile tekstil sektöründe de atığın azaltılması amaçlanmaktadır. Bu çalışmada; üretim sürecinde, tüketim süreci ve tüketim sonrasında ortaya çıkan tekstil atıklarının azaltılması, dönüştürülmesi, yok edilmesi konusunda benimsenmesi gereken yaklaşımlar ve gerçekleştirilen çalışmalardan bahsedilmiştir. Tasarımcının ve üreticinin sürdürülebilir bir ürün ortaya koymasında ve ekonomik olarak sürdürülebilirliğini sağlamasında günümüz sorunlarının üzerinde düşünmesi ve uygulaması neredeyse zorunlu hale gelmiştir. Bu doğrultuda sadece tasarımcı ve üreticinin değil tüketicinin de çevreci yaklaşımları benimsemesi önemlidir. Bu çalışmada; ekolojik bir yaklaşımın sonucu olarak geliştirilen ve ürün tasarımında benimsenen ve gittikçe de yenileri eklenen altı kavram/prensibin (reduce, recycle, reuse, rethink, repair, refuse, replace, recover, reject, rot, upcycle) tekstil tasarımında uygulanabilirliği araştırılmış ve bu doğrultuda gelecek nesiller için bir farkındalık oluşturulması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler— *Sürdürülebilirlik, Atık Yönetimi, Çevreci Yaklaşımlar, Tekstil.*

Application of Waste Management and 6R Principles in Sustainable Textile Design

Abstract

Nowadays, excess waste has emerged with industrialization and technological development as a result of the rapid consumption of raw materials and mass production in the textile sector. The destruction of these wastes has become a growing threat to the ecosystem. Textile wastes are examined ecologically as pre-consumer and post-consumer in the Sustainable Development Model in economic, environmental and social perspectives. In particular, with the concept of fast fashion, textiles are considered to be 'waste' before completing their lifespan, resulting in economic and environmental destruction. Non-recyclable usage of raw materials, usage of harmful chemicals before the consumer in other words in production, and insufficient recycling after consumer are some examples of this destruction. For these reasons, 6R principles aim to reduce waste also in the textile sector in line with the Sustainable Development Model. In this study, the approaches which are adopted and the studies carried out about reducing, recycling and refusing of textile wastes that emerged the production process, consumption process are mentioned. It has become almost imperative to thinking and practicing problems of today to provide a sustainable product and ensure its economic sustainability by designers and manufacturers. In this respect, not only the designers' and the manufacturers' but also the consumers' adoption for environmentalist approaches are significant. In this study, the application of six principles which is added to new ones in time (reduce, recycle, reuse, rethink, repair, refuse, replace, recover, reject, rot, upcycle) developed as a result of an ecological approach and adopted in product design was investigated in textile design and, in this direction, aimed to create awareness for future generations.

Keywords— *Sustainability, Waste Management, Environmentalist Approaches, Textile.*

JEL Classification Codes: *L67, Q53, Q56*

[1] Araştırma Görevlisi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, İzmir, Türkiye, deu.elifkurtuldu@gmail.com

1. GİRİŞ

İnsanlığın varoluşundan bugüne, insanın gelişimi ile birlikte malzeme ve teknik de sürekli olarak değişmiş ve gelişmiştir. Bu değişimlerin en önemli ilk kırılma noktası, M.Ö. 3000'de yerleşik hayat geçilip tarım yapılması ile malzeme çeşitliliği ve malzemenin tüketimindeki artış olmuştur. Ardından üretimin makineleşmesi (Endüstri 1.0), üretimin sanayileşmesi (Endüstri 2.0) özellikle tekstil açısından büyük gelişimlere sebep olmuştur. Üretimin sanayileşmesi yani Sanayi Devrimi ile birlikte hem üretim hem de tüketim büyük bir ivme kazanmıştır. Sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan bu 'hızlı üretim toplumu' kendi ihtiyacını karşılamak için pek çok yeni teknik geliştirirken, dünya nüfusundaki artış, yaşam standartlarındaki beklenti ve değişimler ve bu iki koşula bağlı olarak talep artışı, malzeme ihtiyacının da artmasına sebep olmuştur ve buna bağlı olarak 'hızlı üretim toplumu' ortaya çıkmıştır.

Hızlı üretim ve hızlı tüketim toplumunun nasıl oluştuğu konusu aslında çevre sorunlarının oluşmasının sebebini açık bir şekilde göstermektedir. Sanayi Devrimi sonrasında üretim ile birlikte tüketim de artmıştır. Ancak, bu dönemde üretilen ürünlerin kaliteli olması, tüketicinin ihtiyacı olanı satın alması; aşırı tüketim olarak nitelendirilemez. O dönemde aşırı üretimin karşısında aşırı bir tüketim bulunmamaktadır. Yani arz, talebi geride bırakmaktadır. Örneğin "Amerika'da iç savaş sonrasında üretimin 14 kat artması ile 1927 yılında tekstil imalathaneleri yılın sadece altı ayı çalışarak tüm yıl yetecek kadar kumaş üretebilmektedir" (Wallman, 2015:82). Bu aşırı üretim; ayakkabı, tarım, otomotiv, demir gibi tüm sanayiler için de geçerlidir. 1920'lerin sonunda aşırı üretim sadece Amerika'da değil, Avrupa'da da bir sorun haline gelmiştir. Bu nedenle ülke politikaları gereği ya üretimi azaltmak ya da halkın daha fazla tüketmesini sağlamak arasında seçim yapılması gerekmiştir. Yönetimler de, daha fazla vergi geliri elde edebilmek, daha yüksek yaşam standardı oluşturmak gibi sebepler ile düzenli ve fazla alışveriş yapan bir tüketici kitlesi oluşturulmasını planlanmıştır. Bu doğrultuda, "1930'larda artık sanayi daha kaliteli ürünler üretmek yerine, kısa ömürlü, bozulmak üzere yapılan, *kullan-at* ürünler üretmeye başlamıştır" (Wallman, 2015:85). O zamana kadar tüm geleneksel değerlerde halka işlenen tasarruflu olma düşüncesi, yavaş-yavaş reklamlar aracılığı ile aşırı tüketim ve gösterişe dönüşmüştür.

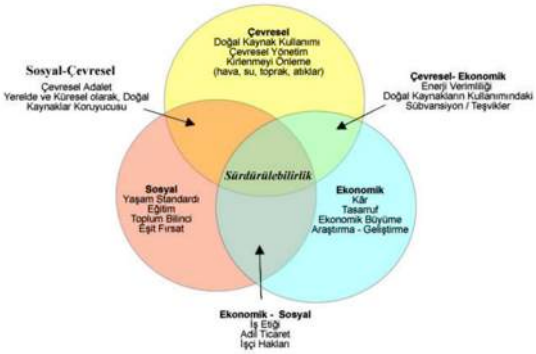
Kullan-at kültürü; 1872'lerdeki kullan-at yaka ve manşetlere dayansa da, 20. yüzyılda sadece eskiyen ürünlerin yerine pratik bir çözüm olarak değil, modern olmadığını düşündükleri, başkasında olup onlarda olmayan her şey için geçerli bir kültüre dönüşmüş, sonucunda da aşırı tüketimin doğmasına sebep olmuştur. Bu kullan-at, hızlı tüket kültürü ile çevre problemleri de artış göstermiş, giderek büyüyen bir sorun haline gelmiştir. 1930'lu yıllarda sentetik liflerin bulunuşu ile tekstildeki hammadde ihtiyacı giderilmiş olsa da, çevre açısından bakıldığında problemin büyümesine sebep olmuştur. Çünkü kullanılan bu yapay hammaddelerin doğada uzun süre yok olmayışı, üretim sürecinde ekolojik önlemlerin alınmaması ve kaynakların yanlış kullanılması, atıkların doğru şekilde değerlendirilememesi ve çöplüklere gönderilmesi gibi pek çok yanlış üretim, tekstil sanayisi kaynaklı çevre sorunlarının artmasına yol açmıştır. Çevresel sorunların bir bölümü, kaynakların tükenmesinden, bir bölümü ise atıklardan dolayı ortaya çıkmaktadır. Özellikle 'insan yapımı atık' olarak adlandırılan atıklar, çevresel kirliliğin asıl sorunları olarak nitelendirilebilirler (Hengeveld, 2019:1-140).

"Kapitalist sanayi devrimi ile birlikte, doğanın yaygın biçimde yağmalanmış ve buna karşı bir ölçüde toplumsal kaygılar oluşmaya başlamıştır. Doğa üzerindeki yoğun ve yıpratıcı baskısından dolayı sanayileşmenin 'sürdürülemez' olduğuna dair ilk teori coğrafyacı ve düşünür Peter Kropotkin (1889)'in çalışmaları ile ortaya konmuştur" (Roussopoulos, 2017:16). 1949'da Scientific Conference on the Conservation and Utilization of Resources (Kaynakların Korunması ve Kullanımı Üzerine Birleşmiş Milletler Bilimsel Konferansı, 1952 yılında Resources fort he Future (Gelecek için Kaynaklar) gibi önemli konferanslar düzenlenmiştir. 1962'de Murray Bookchin (Lewis Herber takma adıyla)'in Our Synthetic Environment (Sentetik Dünyamız) ve Rachel Carson'ın The Silent Spring (Sessiz Bahar) adlı

kitapları, 1972'de Jay Forrester'in Massachusetts Institute of Technology'de 1940'lara dayanan araştırmalarının olduğu The Limits to Growth (Büyümenin Sırları) raporu 'sürdürülemez' sanayi ve teknolojinin 'sürdürülebilir' boyuta dönüşebilmesi için yapılan önemli girişimlerdir. 1970 yılında üretimin otomasyonu (Endüstri 3.0) ile üretimin daha da artması, hızlı üretim ve tüketim, kısa süreli 'moda ürün' kullanımlarını desteklemesi gibi pek çok nedeni de beraberinde getirmiştir. 1972 yılında Stockholm'de düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre Konferansı ile birlikte uluslararası çevre koruma programları başlatılmış ve pek çok açıdan 'yaşanabilir ve miras bırakılabilir temiz bir dünya' felsefesi ile 'Sürdürülebilirlik Kavramı' ortaya çıkmıştır. *World Commision of Environment and Development* (Dünya Çevre Gelişme Komisyonu) olarak da bilinen Brundtland Raporu'nda "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yetenekleri ile uygunsuzluk oluşturmaksızın, bugünün ihtiyaçlarının karşılanması" sözleri ile 'ilk sürdürülebilir kalkınma hareketi' başlatılmıştır (United Nations, 1987; Vadicherla ve Saravanan, 2014). Stockholm Konferansı ve Brundtland Raporu ile gelen 'ekolojik çağ' ile çevre sorunlarının giderilmesine yönelik örgütsel bağlantılar oluşmaya başlamış, hemen hemen tüm sanayi alanlarında farkındalık artmaya başlamıştır.[1] Bu doğrultuda tekstil sanayisinde de tasarım ve üretimde çeşitli öneriler getirilmiştir. Gerçekleştirilen pek çok stratejiden biri "hammadde-üretim-tüketim-atık akışını kapalı bir çevrime dönüştürerek atıkların geri kazanılmasını sağlamaktır (Yıldırım, 2017:485).

2. TEKSTİL'DE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

Tekstilde Sürdürülebilirlik Kavramı'na bakıldığında, pek çok konuda iyileştirme çalışmalarının yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalar çevresel, sosyal ve ekonomik olmak üzere üç başlıkta toplanmaktadır. Kimyasal madde kullanımı, yüksek su ve enerji tüketimi, su kirliliği, hava kirliliği, karbon ayak izi, tarım arazilerinin verimsizleşmesi ve kirliliği, tekstil atıklarının fazlalığı ve toplum sağlığı gibi pek çok konuda tekstil atıklarının yönetimi ile ilgili çalışmalar çevresel sürdürülebilirlik başlığı altında incelenmektedir (Resim 1).



Resim 12: Sürdürülebilirliğin sınıflandırılması.

Kaynak: http://benkoltd.com/suyapo/surdurulebilir/surdurulebilirlik.asp 31.03.2019

1930'larda daha da hızlanan giysi tüketimi, endüstriyel alanda kısa raf ömrü kavramının benimsenmesi, Feminizm ile 1970'lerde hazır giyim kavramının yerleşmesi, kısa süreli moda düşüncesinin yaygınlaşması gibi sebepler tekstilde atık olarak nitelendirilebilecek pek çok malzemenin

[1] Dimitri Roussopoulos, *Politik Ekoloji: İklim Krizi ve Yeni Toplumsal Gündem* adlı kitabında çevresel örgütlenme girişimlerinin kabul edilebilirliğini ve uygulanabilirliğini "Stockholm Raporu, doğanın korunmasına tahsis edilebilecek insani, finansal ve maddi kaynakları israf ettiği fikrini yeniden canlandırdı. Tahmin edilebileceği üzere, raporun önerileri büyük oranda göz ardı edildi zira bu önerilerin uygulanması durumunda sanayi kapitalizminin ve onun bağdaşığı siyası yapıların oluşturduğu uluslararası ekonomik düzen muhtemelen tehlikeye atılacaktı" (2017:40-41) sözleri ile ifade etmiştir.

varlığını arttırmıştır. Bu da tekstil üretim ve tasarımında 'sürdürülebilir' niteliği salt bir düşünce/yaşam biçimi değil zorunluluk haline getirmiştir.

1970'lerde Stahel'in ilk defa adını duyurduğu 'Cradle to Cradle' Beşikten Beşiğe ilkesi, 21. yüzyılda McDonough ve Braungart (2002) tarafından gündeme getirilerek pek çok ürünün yaşam döngüsü değerlendirmesinde yeniden gözden geçirilmesini sağlamış ve pek çok sürdürülebilir yaklaşım gerçekleştirilmiştir. "Sürdürülebilirlik kapsamında, ürünle ilgili; kapalı çevrime dâhil olabilecek sökülebilen, uzun ömürlü, kullanma isteği uzun süre devam edecek, dayanıklı, kullanım sonrası geri dönüşüme gidebilecek/tekrar kullanılabilecek, yerel kaynaklardan üretilmiş, geleneksel özellikler taşıyan vb. birçok strateji ortaya çıkmıştır (Sherburne, 2009:3-32, akt. Yıldırım, 2017:485).

2.1. Tekstil Atıklarının Yönetimi Konusunda Yapılan Çalışmalar

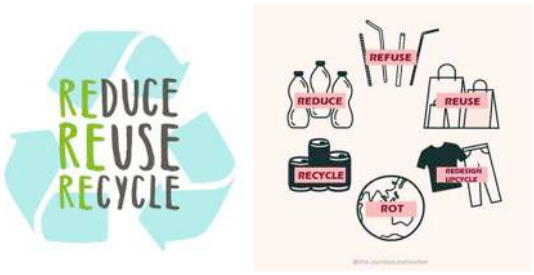
Bu doğrultuda tekstilde yapılan çalışmalardan en önemlisi şüphesiz atık yönetimidir. Özellikle 21. yüzyılın 'hızlı moda' anlayışının getirdiği ihtiyaç dışı tüketim, her ne kadar çevreci yaklaşımlar ile üretilmiş tekstiller de olsa, fazla tüketim sonucunda hammaddenin yok olmasına, çevrenin üretim sistemleri ile daha uzun süre meşgul edilerek yıpranmasına sebep olmuştur. Bu nedenle tekstilde sadece üretim atıkları değil, tüketici atıklarının da değerlendirilmesi kaçınılmaz olmuştur. "Bir giysinin, elyaf ham maddesinin hasadı, giysi üretim süreci, tasarımı, kullanımı ve kullanım ömrü dolduktan sonraki tüm yaşamı boyunca sürdürülebilirliğinin gelişmesini amaçlayan 'Sürdürülebilir Giysi Yol Haritası' İngiltere'de ilk olarak 2007 yılında hazırlanmıştır" (Yıldırım, 2017:485). 2011 Birleşik Krallık Raporu'na göre her yıl yaklaşık 2 milyon ton yeni giysinin satın alındığı, Dünya genelinde ise bu sayının 80 milyon olması göz önünde bulundurulursa azımsanmayacak derecede büyük zararlar oluşturan bir 'hızlı moda' hastalığının varlığından söz etmek mümkündür. Bu hızlı üretim ve tüketim toplumunda; tekstil üretim ve tasarımının 'sürdürülebilir' niteliği salt bir düşünce/yaşam biçimi değil, artık bir zorunluluk haline gelmiştir.

3. TEKSTİL'DE 6R PRENSİBİ VE UYGULANMASI

Tekstilde liften ürüne kadar ortaya çıkan pek çok atık/artık bulunmaktadır. Bunların bir kısmı üretimde meydana gelirken bir kısmı tüketimde ve tüketim sonrasında oluşmaktadır. Tekstilde atıklar oluştuğu süreç açısından tüketici öncesi artıklar (pre-consumer wastes) ve tüketici sonrası atıklar (post-consumer wastes) olarak ikiye ayrılmaktadır (Caulfield, 2009), (akt. Ahmad vd. 2016:526). Tüketici öncesi atıklar; lif, iplik, kumaş üretim sürecinde oluşan atıklar ve ürün üretiminde oluşan atıklar olmak üzere tekrar ikiye ayrılmaktadırlar. Bu çalışma, tüketici sonrası atıklar üzerinden 6R prensibinin uygulanmasını kapsamaktadır.

SMART (Secondary Materials and Recycled Materials Association)'ın 2018 yılı verileri bakıldığında her yıl bir yetişkin 81 kilo tekstil atığı oluşturmaktadır. Bu tekstillerin %95'i geri kazanım özelliğine sahip iken, sadece %15'i geri kazanım kapsamında değerlendirilebilmiş, %85'inin ise çöplüklere gittiği tespit edilmiştir (https://www.smartasn.org/ 27.03.2019). Tüketici atıklarının azaltılması/ yok edilmesi ve yaşam döngüsü değerlendirmesi kapsamında kapalı çevrime dâhil olması amacı ile pek çok çalışma yapılmaktadır. Bu çalışmalardan en önemlileri "Recycle (Geri Dönüşüm), Reuse (Tekrar Kullanım), Redesign (Yeniden Tasarım) ve Upcycle (İleri Dönüşüm) kavramları tekstil atıklarının yönetiminde ve çevrime dâhil olmasında uzun yıllardır üzerinde durulan konulardır. 1976'da Kaynakların Korunması ve İyileştirilmesi Hareketi ile 3R 'Reduce (Tüketimi Azaltma), Reuse (Yeniden Kullanım), Recycle (Geri Dönüşüm)' sloganı doğmuştur. Öyle ki bu kavramlardan pek çok kaynakta sürdürülebilirliğin en önemli 3R'si olarak bahsedilmektedir. Ancak sürdürülebilirlik bilincinin artması ve daha fazla ne yapılabilir konusunun sorgulanması; günümüzde 3R kavramının 6R olarak

güncellenmesini sağlamıştır (Resim 2). Refuse (Kullanımı Reddetme), Reduce (Tüketimi Azaltma) ve Rot (Çürütme/Yok Etme/Bozunum) kavramları ile sürdürülebilirlik, daha da geniş bir alanda uygulanabilir hale gelmiştir. Bu altı prensip, çalışma dâhilinde tüketici öncesi ve sonrasında ortaya çıkan atıkların değerlendirilmesi üzerine yapılan çalışmalar örneklendirilerek açıklanmış ve yapılması gereken çalışmalardan bahsedilmiştir.



Resim 2: Sürdürülebilir Üretim ve Tasarımda 3R Modeli (solda) ve güncellenen 6R Modeli (sağda).
Kaynak: www.thecuriousconsumer.com 21.03.2019

3.1. Recycle/ Geri Dönüşüm

Tekstilde geri dönüşüm denildiğinde, üretimden tüketime ve tüketim sonrasına geniş bir çalışma alanından söz etmek mümkündür. Üretimde oluşan pek çok lif, iplik ve kumaş atıkları geri dönüşüm fabrikalarında dolgu malzemesi, endüstriyel keçe gibi geri dönüştürülmüş ürünlere, ardından da farklı endüstriyel ürünlere dönüşebilmektedir (Resim 3). Günümüz teknolojisi sayesinde karışım liflerden oluşan bir tekstil de kolayca ayrıştırılarak dönüşüm sürecinden daha verimli bir şekilde fayda sağlanabilmektedir.



Resim 3: 'Sobi', %100 Geri dönüştürülmüş liflerden üretilmiş alışveriş torbası ve laptop çantası.
Kaynak: https://medium.com/unleash-lab/fashion-waste-as-a-resource-with-added-value-of-200-kg-dc0e5a05ac9 23.03.2019.

3.2. Reuse/ Yeniden Kullanım (Replace)

Tüketim sonrasındaki atıklar, sadece kullanım ömrü bitmiş, kullanılmayacak durumdaki tekstillerden değil, 'demode' olarak nitelendirilen, kullanım ömrü devam eden ancak tüketici tarafından raf ömrünün bittiği düşünülen, kullanılabilecek, kullanıma kazandırılabilecek tekstillerden oluşmaktadır. Tekstillerin geri kazanımında akla ilk gelen çalışma 'ikinci el giysi' kullanımının bireysel veya kurumsal olarak değerlendirildiği platformlardır. Bu kapsamda giysiler, üzerinde yenilikçi bir uygulama yapılmamış, gerektiği durumlarda tadilat görmüş giysilerden oluşmaktadır. İkinci el giysi dükkânları, ikinci el giysilerin satıldığı veya takas edildiği sosyal platformlar, bireysel takas/değişim girişimleri gibi pek çok uygulamadan nu noktada söz etmek mümkündür. Tekstillerde 'ikinci el' kavramının uygulanmasında sadece ekolojik olarak bir sürdürülebilirlik değil, 'geleneğin sürdürülebilirliği', büyükten küçüğe aktarım, bireysel anlamda ekonomik sürdürülebilirlik de söz konusudur. Moda kavramının on yılda bir köklü değişime gitmesi, geçmiş yıllara damgasını vurmuş moda eğilimlerinin yeniden gündeme gelmesini sağlamakta ve dönem giysilerini yeniden moda haline getirmektedir. Bu gibi nedenlerden dolayı 'hızlı moda' kavramına karşı 'yavaş moda' anlayışının

benimsenmesi, raf ömrü biten giysilerin başka bireylere ulaşmasının sağlanması veya gelecek nesillere aktarılması sürdürülebilirlik açısından büyük önem taşımaktadır.

Öncelikle ikinci el giysiler dünyanın pek çok yerinde sokaklara yerleştirilen giysi kumbaraları sayesinde ihtiyaç sahiplerine ulaştırılabilmektedir. Ayrıca bu kutular ayakkabı, çanta, oyuncak gibi diğer tekstil ürünler için de kullanılmaktadır (Resim 4). İkinci el giysiler, sadece bireysel bağışlar sonucu değil, uluslararası platformlarda pek çok şirket tarafından da desteklenen projelere dönüşmüştür. Örneğin, bundan 8 yıl önce Cape Town'da kurulan ve Woolworths, Edcon, MRP, Pick 'n Pay Clothing, Clicks, TFG, Truworths and Checkers gibi önemli giyim üreticileri tarafından da desteklenen 'Clothing Bank' ikinci el ve hiç kullanılmamış giysilerden oluşan bir giysi bankasıdır. 2018 yılında yapılan ikinci el giysi bağışlarının satışından toplamda yaklaşık 236 Bin Dolar kazanarak Afrika'da aktif olarak 760 kadının istihdamını sağlamışlardır (Resim 5).



Resim 4: Giysi kumbarası örneği.

Kaynak: http://www.charitybags.org.uk/clothing_banks_clothing_containers.shtml 31.03.2019



Resim 5: The Clothing Bank, ikinci el giysi mağazası,

Kaynak: http://www.theclothingbank.org.za/theclothingbank/ 26.03.2019.

İkinci el giysi mağazaları özellikle Amerika ve Avrupa'da oldukça yaygındır. ThredUp, eBAY, Poshmark, Swap, The Rest, The Real Real, Tradesy, Vestaire Collective, Grailed, Vinted, Depop (https://www.goingzerowaste.com, 26.03.2019) gibi uluslararası çevrimiçi/online ikinci el giysi platformları oldukça popüler bir hale gelmiştir. Türkiye'de de ikinci el online mağaza olarak Dolap ve Gardrops uygulamaları örnek verilebilir (Resim 6). Kullanıcıların bu platformlarda aradıkları ürüne ait ipucu kelimeleri yazması, beden, renk gibi özellikleri belirtebilmesi ile oluşan filtreleme sayesinde aradığı ürüne daha hızlı bir biçimde ve istediği zaman diliminde ulaşabilmesi de tercih edilme sebepleri arasındadır. Ayrıca bu uygulamalar sayesinde tüketiciler takas ile giysi alışverişi de gerçekleştirebilmektedirler.



Resim 6: İkinci el giysi satış platformlarına örnekler.

Kaynak: https://dolap.com/ , https://www.gardrops.com/ , https://www.modacruz.com/ 27.03.2019

3.3. Redesign/Yeniden Tasarım (Reinvent)

Tekstillerin atık yönetimi kapsamında yeniden değerlendirilmesinde bir diğer prensip Redesign/ Yeniden Tasarım'dır. Giysilerin ikinci el gibi kullanılmasından farklı olarak bu giysiler üzerinde birtakım değişiklikler yapılmaktadır. Bu değişiklikler kullanıcının fiziksel özelliklerine ya da talebi doğrultusunda uyarlanabilmekte, başka bir ürüne dönüşüp yeni bir işlev kazanabilmektedir. Yeniden tasarımın aslında en bilinen örneği Patchwork/ Kırkyama'dır. Yokluk zamanlarında ortaya çıkan kırkyama atıkların yeniden tasarlanmasında en önemli örneklerdendir (Resim 7).



Resim 7: Patchwork/Kırkyama tekniği atık değerlendirme örneği.

Kaynak: https://www.notonthehighstreet.com/ 27.03.2019

3.3.1 Upcycle/ İleri Dönüşüm

Ürün, birey tarafından yeniden tasarlanarak yeni bir ürüne, yeni bir işleve ya da orijinalinden daha iyi bir değer kazandığında ise İleri Dönüşüm kapsamında değerlendirilmektedir. Örneğin; atık giysilerin veya kumaşların şeritler halinde kesilerek kalın ipliklere dönüştürülmesi, ardından örülmesi ya da dokunması ile oluşan 'cacala'lar bir yeniden tasarım örneğidir (Resim 8). Bu kapsamda, yavaş moda kavramının el emeğini desteleyen üretim süreci ve giyilebilir sanat kavramının estetik bakış açısıyla bir ürün önerisi getirilerek, atıklar sadece atık olarak kullanıma geri dönmekle kalmamış, yeniden tasarlanarak başka bir forma dönüşmüştür (Kurtuldu ve Acar, 2018: 585). Günümüzde bu teknik sadece yer yaygısı olarak değil yastık, döşemelik hatta dış giyim olarak bile değerlendirilmesi ürünün estetik değerinin artmasını sağlamakta ve Upcycle/ İleri dönüşüm adını almaktadır.



Resim 8: 'Cacala' tekniğinin güncel uyarlanmasına örnekler.

Kaynak: http://www.gypsyyaya.com/2016/06/rag-rug-recycle.html 27.02.2019.

3.4. Refuse/ Kullanımı Reddetme

Tekstilde sürdürülebilirlik konusunda yapılan çalışmalardan bir diğeri de kimyasal kullanılmış, doğada yok olmayan, etik şekilde üretilmemiş ürünlerin kullanımının reddedilmesi ve Etik şekilde üretilen, insan, doğa ve diğer canlılara zarar vermeyen, işçi haklarını önemseyen ekolojik, organik, geri dönüşümlü ve uzun ömürlü ürünlerin tercih edilmektedir. Bu prensipte, tek kullanımlık kahve filtresi, kağıt peçeteler, pamuklu hijyenik malzemeler yerine, keten, kenevir veya pamuk kumaştan yapılmış uzun ömürlü kağıt filtreler, mutfak bezleri, uzun ömürlü hijyenik malzemeler tercih edilmektedir. Etik üretim açısından ipek kumaş, hayvan kürkleri kullanımı da reddedilmektedir (Resim 9).



Resim 9: %100 keten yeniden kullanılabilir uzun ömürlü kahve filtresi, peçete, alışveriş poşeti ve hijyenik ürün örnekleri.

Kaynak: https://www.etsy.com/ca/listing/ 28.03.2019

Teknolojik gelişmeler ile birlikte sosyal medyanın da etkisi ile çevreye zararlı ürünlerin yerine birden fazla kullanılabilen uzun ömürlü ürünlerin kullanımı tüketiciler arasında yaygınlaşmıştır. Öyle ki sürdürülebilir ürün kullanımı konusunda telefon uygulamaları da geliştirilmiştir. Örneğin, JouleBug isimli uygulama ile tüketiciler, sürdürülebilirlik konusunda dünyadaki tüm gelişmelerden haber almakta, kullandığı yeniden kullanılabilir ürünlerin görsellerini platform üzerinden paylaşarak puan toplayabilmekte, kaynakların kullanımı ile ilgili belirli kısıtlama/reddetme yarışmalarına katılmaktadır. Program ayrıca, bir sosyal medya platformu gibi çevrenizdeki kişiler ile de etkileşimde bulunmanıza izin vermektedir (Resim 10). Ülkemizde de özellikle aktivistler ve gençler tarafından kullanılan program giderek yaygınlaşmaktadır.



Resim 10: JouleBug, Sürdürülebilirlik aplikasyonu.

Kaynak: https://joulebug.com/ 25.04.2019.

3.5. Reduce/ Tüketimi Azaltma

Tekstilde sürdürülebilirlik kapsamında tüketici atıklarının değerlendirilmesinde bir diğer prensip ise tüketimin azaltılmasıdır. Daha az yeni eşya satın almak, takas, ikinci el, ekolojik üretim yöntemlerinin yanında ihtiyacı olandan fazlasını almamak, fazla olanı atık değerlendirme döngüsüne dahil etmek gibi tüketim bilinci oluşması hedeflenmektedir. Aslında minimalizm ile de bütünleşen bu ekolojik yaşam biçimi, *kapsül gardırop* örneğinde olduğu gibi sadece 25 parça giysi, aksesuar, ayakkabı, çanta gibi tekstil ürünleri ile ekonomik, şık ve çevreye duyarlı olunabileceğine dair pek çok örnek bulunmaktadır (Resim 11). Bu doğrultuda hızlı moda anlayışının yerine yavaş moda kavramından söz etmek mümkün olabilecektir.



Resim 11: Kapsül gardırop ile tekstil tüketiminin azaltılmasına bir örnek.

Kaynak: http://shesbabely.com 31.03.2019

3.6. Rot/ Çürütme-Yok Etme-Bozunum (Compost)

Ürünlerin geri dönüştürülebilmesinin yanında doğada kendi kendine yok olabilme özelliği de önemli bir sürdürülebilirlik çalışmasıdır. Bu kapsamda organik, ekolojik hammaddeye sahip tekstiller kullanımakta, raf ömrü biten ve diğer atık değerlendirme prosesleri ile artık işlevselliğini kaybetmesi muhtemel ürünlerin çürümesi, bozunması ve yok olması sağlanmaktadır. Bazı markalar artık ürünlerini kompostlama ile bozunacak ve yok olacak şekilde tasarlayıp üretmektedirler. Örneğin Margreth Freitag %100 biyobozunur kenevir, keten, pamuk, yün gibi lifler ile ürettiği giysilerde düğme gibi aksesuarlarda da bozunur malzemeler tercih etmektedir (Resim 12).



Resim 12: 'F-abric', %100 biyozobuzur denim, Margreth Freitag.

Kaynak: https://www.freitag.ch/en/fabric/compost 30.03.2019

Kompostlama olarak adlandırılan bu sistemde öncelikle kullanılamayacak durumda olan organik hammaddeli tekstil ürünü, küçük parçalara bölünür, ardından kumaşlar toprak ile 2/1 oranında harmanlanır, kompostlanması istenen kumaş bir saksı ile bitki yetiştirmekte kullanılabileceği gibi, içinde bozunmaya yardımcı olacak canlıların da olduğu bir kompostlama kutusuna, yiyecek artıkları da eklenerek kapatılır. Kompostlama kutusu olmadığı durumlarda ise hammaddesinin doğal olduğundan emin olunduğu sürece bahçe gibi doğrudan toprağa da gömülmesi uygundur. Böylece kullanılamayacak durumda olan giysiler, zamanla bozunarak yok olmaktadırlar. Doğal hammaddeye sahip tüm lifler karbondioksit ile birlikte 180 günde %60-90 oranında yok olmaktadırlar (Resim 13).



Resim 13: Kompostlama kutusu (solda), kompostlamaya uygun olan ve olmayan liflerin sınıflandırılması (sağda).
Kaynak: https://www.1millionwomen.com.au/blog/how-compost-fabrics/ 28.03.2019

SONUÇ

Sanayileşme ile birlikte başlayarak günümüzde oldukça önemli ve zorunlu bir kavrama dönüşen atık yönetimi konusunda, tekstil atıklarının sadece üreticiler tarafından değil, tüketici tarafından da benimsenmesi ve uygulanması; gelecek nesillere temiz bir çevre bırakabilmek, tüm canlı nesillerin devamlılığı, sağlık gibi açılardan önem taşımaktadır. Yapılan bu çalışmalarda önemli bir gelişme olarak; 2018 yılında 18 Mart'ın Dünya Geri Dönüşüm Günü olarak ilan edilmesi, (https://www.globalrecyclingday.com/about/ 20.03.2019), dünyanın en büyük Uluslararası Tekstil ve Giyim Teknolojisi Fuarı (ITMA) da her yıl sürdürülebilirlik alanında çalışan gençlere sergi mekânları oluşturması ve ödüller vermesi, plastikten yapılan hızlı tüketim ürünlerinin yasaklanması, atık karşılığında ulaşım ücreti, içecek, bez çanta verilmesi gibi teşviklerin artması da toplum bilincinin artmasında ve üretici-tüketici tarafından uygulanmasında etkili olacağı öngörülmektedir.

Tüketiciler ve üreticiler olarak sadece tekstil değil diğer tüm materyalleri de 6R prensibi kapsamında değerlendirerek çevreci bir yaklaşımı benimsemek, özümsemek ve gelecek nesillere hem bu felsefeyi hem de doğamızı doğru biçimde aktarabilmek artık bir gönüllülük değil zorunluluk haline gelmiştir.

KAYNAKLAR

AHMAD, S. S., MULYADI I. M. M., IBRAHIM N., OTHMAN A. R. (2016). "The application of Recycled Textile and Innovative Spatial Design Strategies for a Recycling Centre Exhibition Space", AMER International Conference on Quality of Life, AicQoL2016Medan 25 – 27 February 2016, Medan, Indonesia, Procedia - Social and Behavioral Sciences 234 (2016) 525-535.
CAULFIELD, K. (2009). Discussion paper: Sources of textile waste in Australia.
HENGEVELD, R. (2019). Atık Küre, (Çev: Nafiz Güder), İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
KURTULDU, E., ACAR, S. (2018). 'Tekstil Mirasının Yaşatılması Kapsamında Çağdaş Bir Yorum: Cacala Dokumalarından Giysi Uyarlaması', III. Uluslararası Akdeniz'de Güzel Sanatlar Sempozyumu ve Kültür Sanat Çalıştayı, 20-23 Nisan 2018, ss. 585-593.
ROUSSOPOULOS, D. (2017), Politik Ekoloji: İklim Krizi ve Yeni Toplumsal Gündem (Çev. Fuat Dara Elhüseyni), Sümer Yayıncılık: İstanbul.
SHERBURNE, A. (2009). "Achieving sustainable textiles: a designer's perspective", Sustainable Textiles Life Cycle and Environmental Impact, (Ed. R. S. Blackburn), Woodhead Publishing.
UNITED NATIONS (1987), Report of the World Commission on Environment and Development Our Common Future, Erişim tarihi: 08.03.2019. http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf
WALLMAN, J. (2015). İstif Çağı (Çev. Senem Karagözoğlu, Aytaç Özgören), İstanbul: Doğan

Egmont Yayınları.
VADICHERLA, T., SARAVANAN, D. (2014), Textiles and Apparel Development Using Recycled and Reclaimed Fibers, in―Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing Ecofriendly Raw Materials, Technologies, and ProcessingMethods, (Ed: Muthu S.S.), Springer Science-Business Media, Singapore.
YILDIRIM L. (2017), *Geri Dönüşüm/İleri Dönüşüm/Tekrar Kullanım Kapsamında İkinci El Giysiler Ve Sürdürülebilirlik,* SDÜ Art-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, Aralık 17, Cilt:10 Sayı:20 ISSN 1308-2698 ss. 484-503.
https://www.smartasn.org/ (27.03.2019).
https://www.goingzerowaste.com (26.03.2019).
https://www.globalrecyclingday.com/about/ (20.03.2019).

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Informative Earnings Management: Evidence from Turkey

Hakan Özkaya[1]

Abstract

Introduction: *Earnings management is defined as the act of managers' using judgment in preparing financial statements to mislead stakeholders about the true performance of the company. If managers distort or conceal information to mask their poor performance, this type of earnings management is called "opportunistic". However, some previous research (Verrecchia (1986), Demski (1998), Arya (2003)) suggest that managers' engaging in earnings management is not solely opportunistic but is sometimes "informative" which can be beneficial to shareholders even by concealing information.* ***Aim:*** *This paper examines whether the earnings management practices in Turkey are considered as informative or opportunistic by the outside investors. Namely; the effect of earnings management on stock liquidity will be examined.* ***Method:*** *Earnings management is proxied by two different measures of discretionary accruals which are calculated by two different competing methods. The dependent variable, stock liquidity, is also proxied by two different measures. Namely, stock liquidity is measured by illiquidity measure of Amihud (2002) which indicates firms' daily price responses associated with the trading volume and by the turnover ratio indicates how many times a stock changes its owner in a year. Relevant control variables based on the previous literature are also employed in the models. A positive association between earnings management and stock liquidity implies informative earnings management and vice versa.* ***Findings:*** *Earnings management is found to be positively associated with stock market liquidity. Results favor the informative earnings management view for Turkish firms and are robust to alternative specifications of earnings management and stock liquidity measures.*

Keywords— *Earnings Management, Stock Liquidity*

JEL Classification Codes: *M41*

Bilgilendirici Kazanç Yönetimi: Türkiye Örneği

Özet

Giriş*: Kazanç yönetimi, yöneticilerin finansal tabloların hazırlanmasında kendi yargılarını kullanarak şirket paydaşlarını, şirketin gerçek performansı hakkında yanlış yönlendirmesi olarak tanımlanmaktadır. Eğer yöneticiler kendi kötü performanslarını örtmek için bilgileri saptırıyor ya da saklıyorlarsa bu tip kazanç yönetimi "fırsatçı" kazanç yönetimi olarak adlandırılmaktadır. Buna karşın literatürde bazı çalışmalar (Verrecchia (1986), Demski (1998), Arya (2003)) kazanç yönetimi uygulamalarının sadece "fırsatçı" değil, bazen bilgilerin saklanması durumunda bile hissedarların faydasına olabileceğini ortaya koymaktadır.* ***Amaç****: Bu çalışmada, kazanç yönetiminin hisse senedi likiditesine olan etkisi ölçülerek, Türkiye'deki kazanç yönetimi uygulamalarının, dış yatırımcılar tarafından "fırsatçı" olarak mı yoksa "bilgilendirici" olarak mı değerlendirildiği incelemektedir.*

[1] Assistant Prof. Dr., Dokuz Eylül University, Fevziye Hepkon School of Applied Sciences, International Trade, Turkey, hakanozkaya@gmail.com"

Yöntem: *Kazanç yönetimi, iki farklı şekilde hesaplanan ihtiyarı tahakkuklar ile ölçülmektedir. Çalışmanın bağımlı değişkeni olan hisse senedi likiditesi de, birincisi firmaların hisse senetlerinin günlük işlem hacmine göre gösterdikleri fiyat tepkilerini ölçen Amihud (2002)'nin formülü, ikincisi ise bir hissenin bir yılda kaç defa el değiştirdiğini ölçen devir oranı formülü olmak üzere iki farklı değişken ile ölçülmektedir. Ayrıca literatürde bulunan ilgili kontrol değişkenleri de modellerde kullanılmıştır. Kazanç yönetimi ile hisse senedi likiditesi arasındaki pozitif bir yönlü ilişki bilgilendirici kazanç yönetimine, negatif yönlü bir ilişki ise fırsatçı kazanç yönetimine işaret etmektedir.* ***Bulgular:*** *Kazanç yönetiminin hisse likiditesi ile pozitif yönlü bir ilişki içinde olduğu bulunmuştur. Bulgular kazanç yönetiminin Türk firmaları için bilgilendirici olduğu görüşünü desteklemektedir ve bu bulgular kazanç yönetimi ve hisse senedi likiditesinin farklı ölçüm şekillerinden etkilenmemektedir.*

Anahtar Kelimeler— *Kazanç Yönetimi, Hisse Senedi Likiditesi*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Self-Congruity Theory in Tourism Research

Serhat Adem Sop[1]

Abstract

Introduction*: Self-congruity theory has been applied in numerous research related to consumer behaviors and marketing for more than 50 years. The theory was utilized in research toward automobiles, cigarettes, alcoholic beverages, cosmetics, toothpastes, shoes and stores to understand "if consumers choose brands which reflect who they are". Meanwhile in the beginning of 1990s, self-congruity theory was started to discuss in terms of tourist behaviors.* ***Aim****: The aim of the study is to discover how self-congruity theory has been applied in tourism research so far.* ***Method:*** *Twenty top-tier tourism journals ranked by "Scimago" were examined and 53 articles applying self-congruity theory were content analyzed. "Considered self-congruity dimensions, applied methods for measuring self-congruity, research designs (qualitative, quantitative or conceptual research), research contexts (destination, hotel, etc.), sampling methods and sample size, linked research variables, the prominent journal in publishing self-congruity research" were determined as the parameters for content analysis.* ***Findings:*** *The findings reveal that self-congruity in tourism research was deemed widely within last 5 years, because 56.6% of the self-congruity related articles were published between 2015-2019. Almost 36% of the relevant articles were published in Journal of Travel and Tourism Marketing, and Tourism Management. Content analysis demonstrated that most of the articles are quantitative research and the new method of measuring self-congruity has been commonly utilized. Besides that, actual and ideal self-congruity dimensions are the most considered dimensions in tourism research and the dominant research context is destination. Furthermore, the total number of sample size in research applying self-congruity theory has been 47296 so far.*

Keywords: *Self-Congruity, Tourist Behaviors, Top-Tier Tourism Journals, Content Analysis.*

[1] Assist. Prof. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy University, School of Tourism and Hotel Management, Department of Hospitality Management, Turkey, sasop@mehmetakif.edu.tr or serhatademsop@gmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Karl Popper'in Platon Eleştirisinin Epistemolojik ve Politik Kökenleri

Ekin Erdem[1]

Özet

Giriş: Karl Popper (1902-1994), bilim felsefesine kazandırdığı yanlışlanabilirlik kuramı ve siyaset felsefesinde geliştirdiği açık toplum kavramıyla 20. Yüzyıl'ın en etkili düşünürleri arasında yer almaktadır. Popper'in epistemoloji alanında Hegel'in diyalektik idealizmine, siyaset felsefesinde ise sosyalizme ve kolektivizme yaptığı eleştiriler, kendisinin ilk alanda neo-pozitivizmin, ikinci alanda ise neo-liberalizmin önemli bir temsilcisi olarak algılanmasına neden olmuştur. **Amaç:** Ne var ki Popper'in idealizme yönelttiği eleştirilerin temeli La Mettrie tarzı bir materyalizme, David Hume tipi bir ampirisizme ya da Comte-Durkheim ekolünden bir pozitivizme dayanmadığı gibi, sosyalizm ve kolektivizme yönelttiği eleştiriler de kaynağını John Locke, Adam Smith ya da Friedrich von Hayek gibi klasik liberal teorisyenlerden almamaktadır. Popper'in her iki alandaki eleştirilerinin hedefinde bulunan düşünür, ilk büyük sistematik filozof olan Platon'dur (M.Ö.427-347). **Yöntem:** Popper, geniş anlamlarıyla idealizme ve sosyalizme cephe almaktan çok, Platon'un sisteminden kaynaklandığını düşündüğü objektif idealizme ve toptancı müdahaleciliğe karşı çıkmıştır. **Bulgular:** Buna karşılık düşünürün temel görüşlerinin, Platon'un da içinden çıkmış olduğu Sokratik geleneğin eleştirel ve bireyci bir yorumuna dayandığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Karl Popper, Platon, Epistemoloji, Siyaset Felsefesi*

The Epistemological and the Political Roots of Karl Popper's Critical of Plato

Abstract

Introduction: *Karl Raimund Popper (1902-1994), took part among the most effective intelectuals of the 20th Century, by developing the concept of falsification in the philosophy of science and developing the concept of open society in political philosophy. Popper's epistemological criticism of Hegel's dialectical idealism and the political criticism of socialism and collectivism made him recognized as one of the most significant represantatives of neo-positivism and neo-liberalism in both fields.* ***Aim:*** *However Popper's criticism on idealism doees not base upon a La Mettrie-type materialism, a Hume-ish empiricsm, neither follows the Comte-Durkheim ecole of positivisim. Likewise his critisism on socialism does not find its basics in the classical liberal theoreticians like John Locke, Adam Smith or Friedrich von Hayek. The main thinker that falls into the focus of Popper's criticism is Plato (427-347 BC), the first grand systematic philosopher.* ***Method:*** *Instead of rejecting idealism and socialism directly, Popper had more likely opposed the objective idealism and holistic interventionism of Plato.* ***Findings:*** On the other hand, it is seen that Popper's main thought is based upon a critical and individualistic interpretation of the same Socratic school, from which the philosophy of Plato also brought forth.

Keywords: *Karl Popper, Plato, Epistemology, Political Philosophy*

[1] Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Demokrasi Üniversitesi, İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Parasal Aktarım Mekanizmasının Faiz Kanalı İşleyişinin 2003-2018 Dönemi Ekonometrik Analizi

Berna KAÇAR[1], H. Gonca DİLER[2]

Özet

Merkez bankalarının para politikası kararları, faiz değişkeni ile ekonomide etkili olmaktadır. Keynesyen iktisat yaklaşımı faizi, iktisat politikası kararlarında ana belirleyici olarak ele almıştır. Bu sebeple parasal aktarım mekanizması içinde faizin yeri önemlidir. Özellikle sıkı para politikası uygulamasında para arzının azaltılması, reel faiz oranını yükselterek yatırımların, toplam talebin ve nihayetinde milli gelirin düşmesine neden olmaktadır. Çalışma, para politikası uygulayıcısı olan TCMB'nın parasal aktarım mekanizmasının faiz kanalı ile makroekonomik değişkenler üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğunu tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçtan hareketle, TCMB gecelik faiz oranları, sabit sermaye yatırımları ve GSYİH değişkenleri parasal aktarım mekanizmasının faiz kanalı işleyişini ortaya koymaya yardımcı olacak değişkenler olarak belirlenmiştir. Araştırma konusunu temsil edecek değişkenler için veriler, 2003Q1-2018Q3 dönemini kapsamaktadır. Çalışmada değişkenler arasındaki ilişki, ARDL koentegrasyon ve Toda-Yamamoto nedensellik testleri kullanılarak incelenmiştir. Yapılan analizler, Keynesyen yaklaşımdaki faiz kanalı işleyişinin ele alınan dönemde Türkiye'de geçerli olduğunu ortaya koymuştur. Değişkenler arasında ARDL koentegrasyon analizi, bir ilişki tespit etmiştir. Bu ilişkinin yönü Toda-Yamamoto nedensellik analizi ile faiz oranından sabit sermaye yatırımlarına, sabit sermaye yatırımlarından da reel gayrisafi yurtiçi hasılaya doğrudur.

Anahtar Kelimeler— *Parasal Aktarım Mekanizması, ARDL, Toda-Yamamoto Nedensellik Testi*

JEL Kodu: *E43, E52*

2003-2018 Period Econometric Analysis of The Functioning of The Interest Rate Channel of Monetary Transmission Mechanism in Turkey

Abstract

The monetary policy decisions of the central banks are effective in the economy with the interest variable. The Keynesian approach to economics deems interest as the main determinant of economic policy decisions. For this reason, the place of interest is important in the monetary transmission mechanism. Reducing the money supply, especially in the tight monetary policy implementation, raises the real interest rate, leading to a decline in investments, total demand and, ultimately, national income. The study aims to determine the effect of the monetary transmission mechanism, which is a monetary policy implementer, on the macroeconomic variables through the interest rate channel. For this purpose, CBRT overnight interest rates, fixed capital investments and GDP variables are determined as variables that will help to determine the interest channel operation of monetary transmission mechanism. Data for the variables to represent the research topic cover the period 2003Q1-2018Q3. In this study, the relationship between variables was examined using ARDL cointegration and Toda-Yamamoto

[1] Yükseklisans öğrencisi, AKÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD, Türkiye, b.kacar003@gmail.com
[2] Dr. Öğr. Üyesi, AKÜ, İİBF, İktisat, Türkiye, hgdiler@aku.edu.tr

causality tests. The analysis, in the period under review the functioning of the interest rate channel has revealed that the Keynesian approach is valid in Turkey. ARDL cointegration analysis among the variables identified a relationship. The direction of this relationship is from the interest rate to fixed capital investments through the Toda-Yamamoto causality analysis and from the fixed capital investments to the real gross domestic product.

Keywords— *Monetary Transmission Mechanism, ARDL, Toda-Yamamoto Causality Test*

JEL Classification Codes: *E43, E52*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Konaklama İşletmelerinin İşitme Engelli Tüketiciler İçin Sunduğu İmkanların Tespiti: Belek Bölgesi Sessiz Turizm İmkanları

Esat SAÇKES[1], Hilal BAŞTÜRK [2]

Özet

Giriş*: Teknoloji ve sağlık alanındaki gelişmelere rağmen halen bazı tüketiciler doğuştan ya da sonrasında bir engele sahip olabilmektedir. Bu tüketiciler de diğer sağlıklı bireyler gibi kendilerine sunulan hizmetleri en iyi şekilde kullanabilme hakkına sahiptir. Gelişen teknoloji ve inovasyonlar ile engelli tüketiciler için ürün ve hizmetlere ulaşmak kolaylaşmış ve ucuzlaşmıştır. Turizm sektöründe engelli tüketicilerin sayısının gün geçtikçe artmasına bağlı olarak, turizm sektörü içerisinde 'Engelli Turizmi' çeşidi oluşmuştur. Engelli turizmi içerisinde yer alan ve 'Sessiz Turizm' olarak literatürde tanımlamaları yapılan kavram, işitme ve konuşma kaybı yaşayan tüketicilerin yer aldığı grubu temsil etmektedir.* ***Amaç****: İşitme ve konuşma kaybı olan ve bu şekilde hayatını devam ettirmek zorunda olan tüketicilerin, konaklama işletmelerinde yaşadıkları problemleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.* ***Yöntem:*** *Türkiye' nin önemli turizm destinasyonlarından biri olan Antalya' nın Side İlçesine bağlı olan Belek' teki beş yıldızlı konaklama işletmeleri incelenerek bölgenin "Sessiz Turizm" imkanları işletmeler ile görüşülerek tespit edilmiştir.* ***Bulgular:*** *Belek bölgesi beş yıldızlı otellerinin, çalışanlar ve imkanlar bakımından "Sessiz Turizm" için hazır olmadığını göstermektedir.*

Anahtar Kelimeler— *İşitme Engelli Turizmi, Sessiz Turizm, Engelli Turizmi*

Determination of opportunities offered by accommodation companies for hearing impaired consumers: Quiet Tourism opportunities in Belek region

Abstract

Introduction: *Despite advances in technology and health, some consumers may still be a disabled person by congenital or later. These consumers, like other healthy individuals, have the right to make the best use of the services provided to them. With the developing technologies and innovations, reaching products and services has become easier and cheaper for disabled consumers. Due to the increasing number of disabled consumers in the tourism sector, "Disabled Tourism" type has been formed in the tourism sector. The concept defined in the literature as "Silent Tourism", which is included in disabled tourism, represents the group of consumers who have lost their hearing and speech ability.* ***Aim:*** *It is aimed to reveal the problems of consumers who have hearing and speech loss and have to continue their life in this way.* ***Method:*** *Turkey's one of the most important tourism destinations in Antalya's Belek district which depends on the Side 'only five-star accommodation businesses have been examined and "Silent Tourism" facilities of the region have been determined by discussing with theese businesses.* ***Findings:*** *Belek region shows that five-star hotels are not ready for "Silent tourism" in terms of staff and facilities.*

Keywords— Hearing Impaired Tourism, Silent Tourism, Disabled Tourism **Jel Codes:** L83

[1] Öğr. Gör. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve Ağırlama Hizmetleri Bölümü, Türkiye, esackes@balikesir.edu.tr

2 Y. Lisans Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, Türkiye, hilal_ba10@hotmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye İçin Çıkış Yolları

Erhan UĞURLUKOL[1], N.Mine TÜKENMEZ[2]

Özet

Giriş: *Günümüz ekonomisinde gelişmekte olan ülkelerin temel sorunu kişi başına düşen milli gelirini belirli bir seviyenin üstüne çıkartılamamasıdır. Bu durum orta gelir tuzağı olarak ifade edilmektedir. Türkiye'nin kişi başına düşen gayri safi milli hasılasının uzun yıllardır aynı noktada kalmış olmasından dolayı orta gelir tuzağına düşüp düşmediği tartışılmaktadır.* ***Amaç****: Orta gelir tuzağı kavramı açısından Türkiye'nin durumunu değerlendirmek ve tuzaktan çıkış için öneriler sunmaktır.* ***Yöntem:*** *Orta gelir tuzağı kavramı tanımlanacak, konuyla ilgili literatüre yer verilecek, Türkiye'nin bu tuzak içinde olup olmadığına ilişkin değerlendirmeler ışığında literatürde getirilen çıkış stratejileri Türkiye'nin güncel verileri ile birlikte sunulacaktır.* ***Bulgular:*** *Orta gelir tuzağında olsa da olmasa da Türkiye'nin gelişmiş ülke ekonomisi olabilmek için atması gereken önemli adımlar bulunmaktadır: Bunlar tasarruf oranlarının arttırılması, Ar-Ge ve inovasyona yatırımlarının arttırılması, eğitimin kalitesinin iyileştirilmesi, gelir dağılımında adaletin sağlanması ve özellikle imalat sanayiinde kullanılan teknoloji düzeyinin yükseltilmesi olarak sıralanabilir.*

Anahtar Kelimeler— *Türkiye, Orta Gelir Tuzağı, Kişi Başına Düşen Gelir, Ekonomik Büyüme*

Middle Income Trap and Turkey: Ways of Getting Out

Abstract

Introduction: *.* **:** *The main problem of developing countries in today's economy is that they cannot increase their per capita income above a certain level. This situation is expressed as middle income trap. Being stuck at a certain level of gross domestic product per capita for long years, raised the question of whether Turkey is caught in 'the middle income trap.* ***Aim:*** *To assess the situation in Turkey in terms of middle income trap concept and to provide recommendations .****Method****: The concept of middle-income trap will be defined, relevant literature will be presented, exit strategies brought in the literature will be presented in conjunction with Turkey's current data.* ***Findings:*** *Whether or not in the middle income trap, there are important steps to be taken by Turkey in order to become a developed country economy: These can be listed as increasing the savings rate and investment in R & D and innovation, improving the quality of education, ensuring fairness in income distribution and in particular raising the level of technology used in the manufacturing industry*

Keywords:*, Middle Income Trap, GDP Per Capita, Economic Growth, Turkey*

[1] Bilim Uzmanı, Türkiye, erhan.ugurlukol@hotmail.com
2 Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, mine.tukenmez@deu.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Pazarlama Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Analitik İncelemesi (2013-2018)

Elif Tuğba Şahin[1], Funda Karaaslanoğlu[2], Mert Akınet[3]

Özet

Bu çalışmada, 2013-2018 yılları arasında Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi'nde kayıtlı ve pazarlama alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezler içerik analizi yöntemi ile çok boyutlu olarak incelenecektir. Çalışma kapsamına 236 doktora, 914 yüksek lisans tezi olmak üzere toplamda 1150 adet lisansüstü tez dâhil edilecektir. Bu çalışma neticesinde, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Ulusal Tez Merkezi'nde yer alan ve pazarlama alanında hazırlanmış olan lisansüstü tezler; konu dağılımı, analiz türü, çalışma yöntemi, üniversite, şehir ve bölge dağılımı, tez yayım dili ve kaynakça ağırlığı gibi çeşitli boyutlarda incelenerek mevcut durumun ortaya konulması, var olan boşluk ve eksikliklerin belirlenmesi ve gelecekteki çalışmalara yol gösterici olması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Pazarlama, lisansüstü tezler, trend analizi, içerik analizi*.

AN ANALYTICAL INVESTIGATION OF POSTGRADUATE THESES IN MARKETING FIELD IN TURKEY (2013-2018)

Abstract

In this study, the postgraduate theses, registered in the National Thesis Center of Higher Education Council of Turkey prepared in marketing field and between the years of 2013-2018, will be examined multidimensional with content analysis method. A total of 1150 master's theses, including 236 PhD and 914 master thesis, will be included in the study. As a result of this study, it is aimed to determine the current situation, the existing gaps and deficiencies and to guide future studies by examining the postgraduate theses in the field of marketing included in the National Thesis Center of the Council of Higher Education, in the context of subject distribution; type of analysis, method of study, university, city and region distribution, dissertation language and weight of bibliography.

Keywords: *Marketing, graduate theses, trend analysis, content analysis.*

Gel Classification Codes: *M10, M31, I21, I23.*

[1] Araştırma Görevlisi, THK Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Havacılık Yönetimi, Türkiye, etsahin@thk.edu.tr
[2] Öğretim Görevlisi, THK Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme, Türkiye, fundaer@thk.edu.tr
[3] Araştırma Görevlisi, THK Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Havacılık Yönetimi, Türkiye, makinet@thk.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kaz Eti Tüketim Tercihleri ve İkame Ürünlerle Duyusal Analiz

Selim GÜNDÜZ[1], Celile DÖLEKOĞLU[2], Dilek SAY[3]

Özet

Giriş: *Dünyada ve Türkiye'de kaz yetiştiriciliği, diğer kümes hayvanlarına nazaran üreme seviyelerinin düşük olması sebebiyle geride kalmıştır. Ancak, kaz etinin önemli düzeydeki besleyici değeri, yüksek protein seviyesi, düşük kolesterol içeriği, karaciğerinin zengin vitamin değerine sahip olması ve kaz tüyünün de oldukça kıymetli olması kaz yetiştiriciliğinin önemini de son yıllarda artırmıştır. Birçok ülkede kaz eti tüm bu özellikleri nedeniyle tüketilmesine rağmen Türkiye'de sadece belirli bölgelerde yöresel kültürün bir parçası olarak tüketilmekte ve ülke genelinde yeterince tanınmamaktadır.* ***Amaç:*** *Bu çalışmada, geleneksel ve arka bahçe yetiştiriciliği ile Doğu ve Orta Anadolu bölgelerinde üretilen ve tüketilen kazın son yıllarda farklı bölgelerde de talep edilmesi ile özellikle iç ve dış piyasada önemli bir pazar yaratacağı öngörüsüyle, kaz eti tüketimi ile ilgili duyusal analiz ve tüketim araştırması yapılması amaçlanmıştır.* ***Materyal ve Yöntem:*** *Çalışmanın materyalini Kars, Ardahan ve Iğdır illerinden katılımcıların oluşturduğu, Adana'da organize edilen "Geleneksel Kaz Gecesi" etkinliğine katılanlar arasından kolayda örnekleme tekniği ile seçilen 363 kişiye yüz yüze görüşme tekniği ile gerçekleştirilen anket formlarından elde edilen veriler oluşturmaktadır. Anketler, kaz etinin kırmızı et, tavuk eti ve hindi etine göre görünüş, koku, doku, tat ve genel kabul edilebilirlik kriterlerinin karşılaştırılarak duyusal açıdan kişilerin tercihlerinin belirlenmesi ve sonucunda da ikame ürünlere göre tüketimde tercih edilebilirliğinin daha net ölçülebilmesi için, katılımcılara kaz eti ikramından sonra uygulanmıştır.* ***Bulgular:*** *Elde edilen verilere normallik varsayımı sağlanmadığından dolayı parametrik olmayan istatistiksel testler uygulanmış ve katılımcıların cinsiyetleri, eğitim durumları ve gelir seviyelerinin et tercihleri ve özelde kaz eti tercihi üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Kaz Eti, Tüketici Tercihi, Duyusal Analiz*

Bu çalışma Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından kabul edilen 18113008 nolu BAP projesi kapsamında desteklenmektedir.

Sensory Analysis with Goose Consumption Preferences and Substitute Products

Abstract

Introduction: *Goose breeding in the World and Turkey, remained behind the growth levels due to low relative to other poultry. However, the significant nutritional value of goose meat, the high protein level, low cholesterol content, the rich vitamin value of the liver and the fact that the goose feather are also highly valuable have also increased the importance of goose breeding in recent years. Although in many countries goose meat is consumed due to all these characteristics it is consumed as a part of the local culture in Turkey only in certain regions and across the country are not recognized enough.* ***Aim:*** *Goose is produced and consumed in the Eastern and Central Anatolia regions with its traditional and backyard cultivation. In recent years, it is expected to create an important market especially in the domestic and foreign markets due to demand in different regions. In this study it is aimed to conduct sensory analysis and consumption research related to goose meat consumption.* ***Method:*** *The study was carried out with the participants of Traditional Goose Night Event organized in Adana, where participants from Kars, Ardahan and Iğdır provinces. The data obtained from the questionnaire forms, which were conducted by face to face interview technique, consisted of 250 people selected with the sampling technique. The questionnaires are based on comparison of the appearance, odor, texture, taste and general acceptability criteria of red meat, chicken meat and turkey meat. In order to determine the preferences of the people from the sensory point of view and as a result of the preference of the products in the consumption according to the substitution products, it was applied to the participants after the goose meat catering.****Findings:*** *As the normality assumption was not obtained, non-parametric statistical tests were applied. It was determined that the participants' gender, educational status and income levels did not make a significant difference on meat preferences and in particular goose meat preference.*

Keywords— *Goose Meat, Consumer Preference, Sensory Analysis*
JEL Classification Codes: *Q13, E21*

[1] Araştırma Görevlisi, THK Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Havacılık Yönetimi, Türkiye, etsahin@thk.edu.tr
2 Öğretim Görevlisi, THK Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme, Türkiye, fundaer@thk.edu.tr
3 Araştırma Görevlisi, THK Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Havacılık Yönetimi, Türkiye, makinet@thk.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

The Impact of Brand and Price on Consumer Behaviour During the Economic Recession by Using Panel Data Analysis: A Case of Clothing Market in Turkey

Gizem Hepkavalalı[1]

Abstract

Introduction*: Consumers are influenced by many psychological and social factors that influence their preference of a brand. Brand is a powerful tool to attract more consumers to buy particular products and, has become important in the clothing market. A very important factor that influences consumer's perceptions of a brand is strong brand image.* ***Aim****: The main purpose of this paper is to study and analyze the role of brand and price on consumer behaviour during the economic recession. This study examines how brands and prices affect consumer behaviour from a consumer's perspective. Benefit from a more practical approach, the study concerned case study of clothing market in Turkey.* ***Method:*** *The methodology for this study was the panel data analysis.* ***Findings:*** *The findings suggest that the well-known brand name should be positioned in the upper acceptable price range and the not so well known brand names in the lower acceptable price range. This brand positioning strategy, in turn, will determine the product's position in the product line, the market place, its competition, and its use patterns. Price is very much a part of the product and branding policy.*

Key Words: *Consumer Behavior, Panel Data Analysis, Brand, Price.*

[1] Master in Economics Candidate, Yaşar University, Social Sciences Institute, Economics, Master in Economics with Thesis Program, Turkey, gizemhepkavalali@gmail.com.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Banka Müşterilerinin Dijital Okuryazarlik Düzeylerinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştirma

Onur TERZİ[1], Ayşe Gülgün İŞLİ [2]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş*: Teknolojinin insan hayatındaki yeri ve önemi her geçen gün biraz daha artmaktadır. Özellikle son dönemlerde bireysel internet kullanımı artış göstermiş ve buna bağlı olarak da dijital araçlar günlük yaşamdan eğitime, iş hayatından sağlığa ve eğlenceye kadar farklı alanlarda/sektörlerde yaygınlaşmıştır. Dijitalleşen dünyada bireylerin hayatını kolaylaştırması ve çevreye uyum sağlayabilmesi için, teknolojiyi nasıl kullanacaklarını bilmesi büyük bir önem arz etmektedir. Farklı teknolojileri doğru şekilde kullanmak ve doğru bilgiye ulaşmak için de yüksek dijital okuryazarlığa sahip olmak gerekmektedir. Bankaların teknolojik gelişmelere ayak uydurması, hizmet maliyetlerinde düşüş sağlamanın yanı sıra çok çeşitli ürünlerin müşteriye en hızlı ve etkin biçimde ulaşmasını sağlayacaktır. Müşteri açısından ise dijital bankacılığın kullanılması, yararlarının yanında bazı riskleri de içermektedir. Her müşteri aynı bilgi düzeyine sahip olmadığı için bu hizmetlerin doğru kullanılamadığı ya da yardıma ihtiyaç duyulduğu noktalar olmaktadır. Müşterilerce yapılan işlem hatalarının bankalar ve müşteriler açısından bir takım sorunları da beraberinde getiriyor olması, bu kanalların müşteriyle buluşturulmasında dijital okuryazarlık becerisine sahip olunmasının önemini ortaya koymaktadır.* ***Amaç****: Buradan hareketle bu çalışmanın genel amacı; banka müşterilerinin dijital okuryazarlık düzeyini saptamak ve farklı değişkenlere göre karşılaştırmalı olarak incelemektir.* ***Yöntem:*** *Araştırma bulgularının test edilmesi amacıyla ikili (binary) lojistik analizinden yararlanılmıştır. Çalışmada Ng, (2012) tarafından geliştirilen ve Hamutoğlu, vd. (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan 17 soruluk dijital okuryazarlık ölçeğinden faydalanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Kurulan lojistik (binary) regresyon modeli sonucunda; yaş ve eğitim durumu değişkenlerinin banka müşterilerinin dijital okuryazarlık düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ve genç bireylerin dijital okuryazar olma eğiliminin daha fazla olduğu görülmüştür.*

Anahtar Kelimeler— *Dijital okuryazarlık, dijital bankacılık, lojistik regresyon*

A RESEARCH ON THE MEASUREMENT OF DIGITAL LITERACY LEVELS OF BANK CUSTOMERS

Abstract

Introduction: *The place and importance of technology in human life is increasing day by day. Especially in recent years, the use of individual internet has increased and the digital tools have become widespread in different fields / sectors ranging from daily life to education, from business life to health and entertainment. In the digitalized world it is very important it is very important for individuals to know how to use technology in order to facilitate their lives and to adapt to the environment. It is necessary to have high digital literacy to use the different technologies correctly and to get the right information. Banks' keep pace with technological developments, will enable a wide variety of products to reach the customer in the fastest and most effective manner as well as providing a reduction in service costs. For the customer, the use of digital banking also includes some risks besides its benefits. Because of each customer does not have the same level of knowledge, there are the points where these services cannot be used or help is needed. The fact that the operation errors made by the customers brings some*

[1] Öğretim Görevlisi, Yalova Üniversitesi, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Türkiye, onur.terzi@hotmail.com
2 Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İşletme ABD, Türkiye, ayse-isli@hotmail.com

*problems for the banks and customers, it also demonstrates the importance of having digital literacy skills in bringing these channels together with the customers.**Aim:** The general aim of this study is; to determine the level of digital literacy of bank customers and to compare them according to different variables.**Method:** In order to test the research findings, binary logistics analysis was used. In this study was used 17-question digital literacy scale that was developed by Ng, (2012) and adapted to Turkish by Hamutoğlu. **Findings:** As a result of the logistic regression model; It was observed that age and education variables had a significant effect on the level of digital literacy of bank customers and the tendency of young individuals to have digital literacy was higher.*

***Keywords*—** Digital literacy, digital banking, logistic regression

JEL Classification Codes: *M31, M3*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

The Contagion of European Debt Crisis to the Western Balkans in the Process Accession in line with Europeanization, Neoliberalism, and Financialization

Halil SERBES[1]

Abstract

The Western Balkans, which are in the process of accession to the European Union, are Albania, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, Kosovo, Macedonia, and Serbia. These six countries are expected to make arrangements in their political, economic, fiscal and social structures to comply with the European Union acquis-communautaire. These arrangements take place depending on a specific process. The transformation of these countries in line with the principles and policies of the European Union is explained by the term of Europeanization. This term is embodied by the Copenhagen Criteria for the countries in the accession process. These criteria include the political and economic restructuring of the candidate countries, the adoption of democracy and the rule of law, and the fact that they have a well-functioning market economy that is resistant to the competitive forces of the European Union. The same criteria apply to the Western Balkans. These criteria include principles that are compatible with the theoretical framework of neoliberal economics, especially in economic and fiscal terms. Because in the transition period of the Western Balkans, market-oriented policies such as reduction of public scale, fiscal discipline, fiscal management reform, privatization, and financialization are used. However, in these six countries with structural problems, the rapid and irregular implementation of neoliberal policies has made them even more vulnerable to crises. The study examines the impact of the European debt crisis on the Western Balkans in line with the market-oriented principles of Europeanization and neoliberal economics. Besides, the measures taken against the crisis are evaluated in the same vein. Because, in the reconstruction process of the Western Balkans, the current account deficit and indebtedness rates have increased due to the privatization and financialization, and thus the countries in the region have been significantly affected by the crisis. It is possible to observe the effect from the growth, unemployment, public deficit and public debt rates of the countries. The contractionary fiscal policy measures taken to improve public fiscal discipline against the crisis did not provide sufficient solutions.

Key Words: *Europeanization, Neoliberalism, Economies in Transition, Western Balkans, Fiscal Discipline.*

JEL Classification Codes: *H63, O52, P10, P20.*

[1] Research Assistant, Bursa Uludag University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Public Finance, Turkey, hserbes@uludag.edu.tr, 2211-A National Doctorate Scholarship Programme Scholar.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Neo-Gramşiyan Yaklaşım Çerçevesinde Türkiye'de Çevreci Hareketler: Akkuyu Ve Fındıklı Örnekleri

İlke TAŞDEMİR[1], Marella BODUR ÜN[2], Sevgi BALKAN ŞAHİN[3]

Özet

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de enerji ihtiyacı, ekonomik kalkınma ve istihdam söylemleriyle ile desteklenen enerji politikalarına karşı ortaya çıkan çevreci hareketleri incelemektir. Bu çerçevede çalışmada, Akkuyu Nükleer Santral karşıtı hareket ve Fındıklı'da kurulması planlanan hidroelektrik santrallerine karşı ortaya çıkan HES karşıtı hareket incelenecektir. Literatürde yapılmış olan çalışmaların çoğunda nükleer santral karşıtı ve hidroelektrik santral karşıtı hareketler, Yeni Toplumsal Hareketler teorisi çerçevesinde tartışılmıştır. Bu çalışmada ise, bu hareketlerin hegemonya karşıtı hareketler olduğu ve aydınlar tarafından oluşturulan ortak değerlerle desteklendiği ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu çerçevede çalışmada Türkiye'nin neoliberal politikalara geçişine ve enerji politikalarındaki değişimlere yer verilecek, ortaya çıkan hareketlerin amaçları, eylemleri ve söylemleri analiz edilecektir. Çalışmanın teorik çerçevesi oluşturulurken Antonio Gramsci'nin hegemonya, karşı hegemonya, aydınlar kavramlarından ve Robert Cox'un hegemonyanın fikirlerle desteklendiği savından faydalanılacak ve bu hareketlerin karşılaştırılması yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Akkuyu-Fındıklı Santralleri, Toplumsal Hareketler, Hegemonya, Karşı Hegemonya, Neo-Gramşiyan Yaklaşım.*

ENVIRONMENTAL MOVEMENTS IN TURKEY WITHIN THE FRAMEWORK OF THE NEO-GRAMSCIAN APPROACH: AKKUYU AND FINDIKLI EXAMPLES

Abstract

This study focuses on environmental movements in Turkey, which have emerged against an energy policy that has been supported by an energy demand, economic development and employment discourses. It examines the anti-nuclear and anti-hydroelectric power plants movements that have emerged as a result of neoliberal energy policy in Turkey. Most studies analyze anti-nuclear and anti-hydroelectric movements within the framework of the New Social Movements theory. This study argues that these movements are supported by common values and anti-hegemony groups built by organic intellectuals. In this study, New Social Movement theory and concepts developed by Antonio Gramsci such as hegemony, counter hegemony, organic intellectuals and Robert Cox are employed to build a theoretical framework.

Keywords: *Akkuyu-Fındıklı Power Plants, Social Movements, Hegemony, Counter Hegemony, Neo-Gramscian Approach.*

[1] Araştırma Görevlisi, Çağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Türkiye, ilkeulutass@gmail.com.
2 Dr. Öğretim Üyesi, Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü, Türkiye, marbodur gmail.com
3 Dr. Öğretim Üyesi, Çağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Türkiye, sevgibalkan@yahoo.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Guinness Rekorlar Kitabı'nda Bir Festival: Selçuk-Efes Deve Güreşleri

Gamze ÖZOĞUL[1], Günseli GÜÇLÜTÜRK BARAN[2]

Özet

Giriş*: Organizasyon büyüklüğü ve katılımcı sayısı ile Guinness Rekorlar Kitabı'na giren Selçuk Efes Deve Güreşleri, sosyal ve ekonomik etkileri ile bir kültürün yansıması olarak uzun soluklu bir festival niteliğine kavuşmuştur. Seyahat acentalarının tur programında destekleyici bir turistik ürün, devecilikle ilgili el sanatlarında kültürel bir paylaşımın öncüsü olarak Selçuk-Efes deve güreşleri festivalinin çekimyeri temelinde turizm faaliyetinin 12 aya yayılması bakımından desteklenmesi önem arz etmektedir.* ***Amaç****: Bu anlamda çalışmanın amacı 37.si düzenlenen Selçuk Efes deve güreşleri festivalinin farklı yönleriyle irdelenmesi olarak belirlenmiştir.* ***Yöntem:*** *Çalışma, katılımlı gözlemle rol alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı kimliği açığa çıkarılmamış, festival sürecinde en süslü deve yarışması ve kortej haricinde, 20 Ocak 2019 tarihinde gerçekleştirilen deve güreşleri gözlemlenmiştir. Deve güreşleri festivali ile ilgili gözlemler, gözlem anı ve hemen sonrası yazılı olarak kaydedilmiştir.* ***Bulgular:*** *Buradan hareketle uluslararası nitelikte sempozyum ile desteklenmesi, organizasyon sürecinde görevli kişiler arasında koordinasyon eksikliği olmadan sorumlulukların yerine getirilmesi, konaklama ünitelerinde çeşitlilik, ulaşım kolaylığı ve kontrollü giriş noktalarının Selçuk Efes deve güreşlerinin güçlü yönlerini oluşturduğu ifade edilebilir. Diğer taraftan çeşitli engeli bulunan bireylere yönelik düzenlemelerde eksiklik, yetersiz tuvalet sayısı, seyir alanı ile güreş alanı arasında yetersiz güvenlik tedbirleri ve sağlık hizmetlerinde eksikliğin ise festival özelinde geliştirilmesi gereken unsurlar olduğu gözlenmiştir. Çalışmada, çevre koruma bilincinin düşük olması ve kapalı alan olmaması nedeni ile olumsuz hava koşullarında deve güreşlerinin iptal edilebilmesi tehdit unsuru olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca Selçuk Efes deve güreşlerinin Guinness Rekorlar Kitabında yer alması, çeşitli yöresel ürünlerin ve el sanatlarının gelecek nesillere aktarımının sağlanması, seyahat acentalarının paket tur programına dâhil edilmesi ise fırsat olarak değerlendirilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Festival, Deve Güreşleri, Selçuk-Efes, Festival Turizmi, Katılımlı Gözlem*

A Festival that Entered the Guinness Book of Records: Selçuk-Ephesus Camel Wrestling

Abstract

Introduction: *The Selçuk-Ephesus Camel Wrestling entered the Guinness Book of Records because of the size of its organization and number of participants. It has now become a longstanding festival reflecting a culture with its social and economic effects. As a touristic feature in the tour program of travel agencies and a pioneer of cultural sharing in the traditional handicrafts related to camel wrestling it is important to support the Selçuk-Ephesus Camel wrestling to spread tourism activity for 12 months on the basis of destination.* ***Aim:*** *In this sense, the aim of the study is to examine the different aspects of the 37th Selçuk-Ephesus Camel Wrestling festival.* ***Method:*** *The study was conducted through participant observation. The identity of the researcher was not*

[1] Sorumlu Yazar, Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, Türkiye, gamze.ozogul@deu.edu.tr
2 Dr., Muğla, Türkiye, gunseli-8148@hotmail.com

revealed. During the festival on January 20th, 2019 except for the "fanciest camel" contest and the parade, camel wrestling was observed by the author. Observations made during the camel wrestling festival were recorded immediately after the event. ***Findings:*** *The strength of the Selçuk-Ephesus Camel Wrestling festival lies in its international symposium, fulfilling responsibilities effectively, the diversity of accommodation units, and its accessibility to the city and in safe entry points. On the other hand there were inadequate arrangements for disabled people, inadequate toilet facilities, insufficient security measures between the spectators and the wrestling area, and deficiency of medical services, which are elements of the festival that need to be improved. In the study, the low environmental awareness and cancellation of camel wrestling due to adverse weather conditions were observed as threatening elements. Its entrance into the Guinness Book of Records, extension of regional products and handicrafts to future generations, and inclusion of the festival in the package tour program were evaluated as opportunities.*

Keywords— *Festival, Camel Wrestling, Selçuk-Ephesus, Festival Tourism, Participant Observation*

JEL Classification Codes: *L80, Z31, Z32*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Çalışan ve Emekli Banka Müşterilerinin Bekleme Zamanlarının Karşılaştırılması

Binnaz ÇİNAR[1], Görkem AKGÜL[2], Erdoğan KORKMAZ[3], Erdoğan KOÇ[4]

Özet

Giriş*: Müşterilerin bekleme süresi algısı, genel hizmet kalitesi algısını, hizmet kalitesi değerlendirmelerini ve satın alma niyetini etkiler. Bekleme süresi algısı, demografik faktörlere (cinsiyet, yaş, eğitim ve çalışma durumu vb.), müşterinin içinde bulunduğu duruma, bekleme ile ilgili bilgi verilip verilmemesine, diğer insanlar ile birlikte beklenilmesine, duygusal reaksiyonlara (gerginlik, stres ve hayal kırıklığı vb.) ve hizmet alınan işletmenin fiziksel özellikleri gibi faktörlere göre değişebilmektedir. Müşterilerin bekleme süresi veya müşterilere hizmet vermedeki gecikmeler, hizmet hatalarının ana kaynağı olarak kabul edilmektedir.* ***Amaç****:Bu çalışma hizmet alınan bankalardaki bekleme süresinin emekli ve çalışan müşteriler arasında farklı algılanıp algılanmadığının belirlenmesi amacıyla hazırlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Araştırmanın örneklemi Balıkesir'in Bandırma ilçesinde bankacılık hizmetlerinden yararlanan genel nüfus içindeki, 196 emekli ve 241 çalışan olmak üzere, toplam 437 kişiden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Katılımcıların bekleme zamanı algısını ölçmek amacıyla, Maister (1985) (5), Hornik (1984) (1), Davis ve Heineken (1994) (1) ve Peppiatt 'ın (1995) (1) ileri sürdüğü toplam 8 önerme bankacılık sektörüne uyarlanmıştır. Araştırmanın verileri anket tekniğiyle toplanmış ve verilere doğrulayıcı faktör analizi ve t testi uygulanmıştır.* ***Bulgular:*** *Elde edilen bulgulara göre, araştırmada kullanılan önermelerin toplanan verilerle uyumlu olduğu ve bekleme süresinin emekli ve çalışan müşteriler arasında anlamlı olarak farklı algılandığı sonucuna ulaşılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *Hizmet Hataları, Bekleme Zamanı, Güvenilirlik*

The Comparison of Waiting Times of Working and Retired Bank Customers

Abstract

Introduction: *Customer waiting time perception affects overall service quality perceptions, service quality assessments and purchase intention. Waiting time perception may differ based on factors such as; demographic factors (gender, age, education and working status, etc.), situation of customer, information expected to be given or not, waiting together with other people, emotional reactions (tension, stress and frustration etc.) and physical characteristics of enterprise from which service is provided. Customers waiting times or delays in providing services to customers is accepted as the main source of service failure.* ***Aim:*** *This study is prepared to determine*

[1] Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, binnazcinar62@gmail.com
2 Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, akgulgrkm@gmail.com
3 Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, erdogankorkmaz23@gmail.com
4 Prof. Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, ekoc@bandırma.edu.tr

whether waiting period in the banks receiving service is perceived differently between retired and working customers. ***Method:*** *The sample of the study was selected from a total of 437 people, 196 retired and 241 working customers, in general population benefiting from banking services in Bandirma district of Balikesir. In order to measure waiting time perceptions of participants, a total of 8 suggestions by Maister (1985) (5), Hornik (1984) (1), Davis and Heineken (1994) (1) and Peppiatt (1995) (1) were adapted to the banking sector. The datas of the study were collected by questionnaire technique and confirmatory factor analysis and t test were applied to datas. Findings: According to findings, it was concluded that propositions used in the study were consistent with datas collected and waiting time was significantly different between retired and working customers.*

Keywords— *Service Failure, Waiting Times, Reliability*

JEL Classification Codes: M10, M31, M39

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Bankacılıkta Müşteri Bekleme Zamanının Güvenilirlik Üzerine Etkisi

Erdoğan KORKMAZ[1], Binnaz ÇİNAR[2], Görkem AKGÜL[3], Erdoğan KOÇ[4]

Özet

Giriş*: Müşteriler hizmetin her aşamasında ve karşılaştıkları her süreç ve faaliyette değer/fayda beklerler. Bu katma değer/fayda, çoğunlukla daha fazla şeyin daha az fiyatla elde edilmesi, daha kaliteli ve daha iyi bir hizmet alınması, hizmetin müşteriye daha fazla kontrol olanağı sunması, sürecin daha kolay ve daha hızlı bir şekilde ilerlemesi ile ilgilidir. Bekleme zamanı, müşterileri hizmet kalitesi algısını ve hizmet değerlendirmesini önemli ölçüde etkilemektedir. Hizmetlerde süreç tasarımları yapılırken müşterilerin fiili bekleme süresinden çok algıladıkları bekleme süresinin önemli olduğuna dikkat edilmelidir.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı, bankalarda algılanan müşteri bekleme süresinin hizmet güvenirliği üzerindeki etkisini belirlemektir.* ***Yöntem:*** *Araştırmanın örneklemi Balıkesir'in Bandırma ilçesinde bankacılık hizmetlerinden yararlanan genel nüfus içindeki toplam 437 kişiden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Katılımcıların bekleme zamanı algısını ölçmek amacıyla, Maister (1985) (5), Hornik (1984) (1), Davis ve Heineken (1994) (1) ve Peppiatt 'ın (1995) (1) ileri sürdüğü toplam 8 önerme bankacılık sektörüne uyarlanmıştır. Hizmet güvenilirliği ölçmek amacıyla da SERVQUAL ölçeği uygulanmıştır. Araştırmanın verileri anket tekniğiyle toplanmış, verilere doğrulayıcı faktör analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır.* ***Bulgular:*** *Elde edilen bulgulara göre, araştırmada kullanılan ölçeklerin toplanan verilerle uyumlu olduğu ve algılanan müşteri bekleme süresinin hizmet güvenilirliğini anlamlı olarak %2 açıklama gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Hizmet Kalitesi, Bekleme Zamanı, Güvenilirlik.*

The Impact of Customer Waiting Time on Reliability in Banking

Abstract

Introduction: *Customers expect value / benefit in every stage of the service and in every process and activity they face. This value-added is mostly about getting more things conrast to less prices, getting better quality and better service, giving in service more control to customer, and making process progress easier and faster. Waiting time significantly affects customer service quality perception and customer service evaluation. It is noted that perceived customer waiting time rather than actual waiting time is important when designing process designs in services.* ***Aim:*** *The aim of this study is to determine the effect of perceived customer waiting time on service reliability in banks.* ***Method:*** *The sample of study was selected from a total of 437 people in general population benefiting from banking services in Bandirma district of Balikesir. In order to measure waiting time perception of participants, a total of 8 suggestions by Maister (1985) (5), Hornik (1984) (1), Davis and Heineken (1994) (1) and Peppiatt (1995)*

[1] Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, binnazcinar62@gmail.com
2 Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, akgulgrkm@gmail.com
3 Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, erdogankorkmaz23@gmail.com
4 Prof. Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme, Türkiye, ekoc@bandırma.edu.tr

(1) were adapted to the banking sector. SERVQUAL scale was applied to measure the service reliability. Datas of the study were collected by survey technique and confirmatory factor analysis and regression analysis were applied to datas. ***Findings:*** *According to findings, it was determined that scales used in study were consistent with datas collected and perceived customer waiting time had a significant % 2 power to explain the service reliability.*

Keywords— *Service Quality, Waiting Time, Reliability.*

JEL Classification Codes: ***M10, M31, M39***

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Gamification in a marketing context: implications

Burcu Kantarcıoğlu[1]

Abstract (150-200 words)

Introduction: *Gamification, "the use of game design elements in non-game contexts", emerged as a powerful tool to create desirable customer experiences and value creation in order to increase customer engagement by addressing customers' motivational needs. Gamification can be beneficial to marketing in motivating, engaging, activating consumers' behaviors and creating loyalty. Throughout this study we explored the concept of gamification and summarized the recent implications of gamification; a powerful marketing strategy used in different fields from healthcare to education.* ***Aim:*** *The present study mainly focuses on the recent implications of gamification in the field of marketing.* ***Method:*** *As a survey methodology, we leveraged google scholar that has the keywords gamification and marketing; selected top cited and the most relevant papers particularly published in the marketing journal.* ***Findings:*** *The goals and the means of gamification and marketing have a significant overlap. From a marketing perspective whether it is product or services marketing, three major concepts in brand and relationship marketing is relevant in the gamification literature; brand engagement, brand loyalty and brand awareness. Throughout digitalization and with the rise of the postmodern customers; "interest", "engage" and "motivate" the customers became the major issues in the field of marketing and the use of gamification is gaining momentum as brands reap the benefits of gamification such as Nike, Foursquare, Akbank Akademi etc.*

Keywords*— games, gamification, marketing, customer engagement, customer loyalty, brand loyalty, motivation*

[1] Öğretim Görevlisi, Antalya Bilim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, burcu.kantarcioglu@antalya.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Mimari Proje Sunumlarının Render Ve Post Production Uygulamaları Bağlamında İrdelenmesi

ERCAN GÜLER[1]

Özet

Giriş*: Fiziksel olarak mimarlık, henüz herhangi bir mekan yokken mimarın el çizimi ya da teknolojik araçlar vasıtasıyla tasarladığı mekan ile ilişki kurması ve sonrasında bu ilişkiyi anlatmaya çalışmasıdır. Yeryüzünün var olduğu günden beri en iyi anlatım yöntemlerinden bir tanesi olan resim bu noktada mimarın en büyük yardımcısı pozisyonundadır. Proje sunumları, mimarların üretim öncesinde duygu, düşünce ve tasarımlarını müşterilerine aktarabilmek için kullandığı önemli bir ifade biçimi olarak adlandırılabilir. Bu ifade biçiminin temelinde ise resim yatmaktadır. Günümüz şartlarında bu anlatımı kolaylaştırmak, sonuca odaklı başarılı bir sunum gerçekleştirmek ve olumlu sonuçlar alabilmek teknolojinin gelişimi ile birlikte çok daha kolaylaşırken, insanların üzerinde bıraktığı etki ise hayli artmaktadır.*

Teknolojinin gelişimine bağlı olarak günümüzde, sunum öncesi hazırlanan görselleri hazırlayabileceğimiz bir çok bilgisayar destekli görselleme, tasarım ve sunum programı mevcuttur. Birbiriyle ilişkili ya da bağımsız hareket edebilen bu programlar sunum tekniklerinin çalışma alanlarını oldukça genişletmiş ve çeşitlendirmiştir. ***Amaç****: Araştırmanın temel amacı mimari proje sunumları için hazırlanacak görsellerin daha kaliteli hale getirilmesine ve projenin niteliklerinin ön plana çıkartılmasına katkı sağlamak, tasarımı yapılan bir mimari objenin daha etkili hale getirilmesinde önemli rol oynayan bileşenlere ve uyulması gereken temel kurallara vurgu yapmaktır.* ***Yöntem:*** *Araştırma kapsamında nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma verileri doküman incelemesi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında dünyada mimari alanda önde gelen yerli ve yabancı mimarların eserleri incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bazı mimarlar proje sunumlarını oluştururken sadece eskizlerden, katı modellerden ve render motorlarından faydalanırken, bazı mimarların ise katı model, render motoru ve render görseli sonrasında Photoshop programında düzenleme yaptıkları ve photomach yöntemine başvurdukları görülmüştür.* ***Bulgular:*** *Bu araştırmanın ileride yapılacak olan çalışmalara rehberlik edebileceği düşünülmektedir.*

Anahtar Kelimeler— *Mimari, Render, Post Production, Teknoloji, 3D*

INVESTIGATION OF ARCHITECTURAL PROJECT PRESENTATIONS IN THE CONTEXT OF RENDER AND POST PRODUCTION APPLICATIONS

Abstract

Introduction: *Physically, architecture is the attempt of the architect to relate to the space he or she has designed through hand-drawn or technological means and to try to explain this relationship. The painting, which is one of the best methods of expression since the day of the earth, is at this point the architect's greatest assistant. Project presentations can be called as an important form of expression used by the architects to transfer their emotions, thoughts and designs to their customers before production. The basis of this expression is the picture. In today's conditions, to facilitate this narration, to make a successful presentation with a result oriented result and to get*

[1] Öğr. Gör., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt MYO, İç Mekan Tasarımı Programı,
- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisanüstü Eğitim Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlik Programı ercan.guler@bilecik.edu.tr

positive results becomes much easier with the development of technology, while the effect it has on people is increasing considerably.

Depending on the development of technology, there are many computer aided visualization, design and presentation programs that can be prepared before the presentation. These programs, which are related to each other or can act independently, have expanded and diversified the working areas of presentation techniques. ***Aim:*** *The main aim of the research is to make the visuals that will be prepared for the architectural project presentations to be made more qualified and to emphasize the qualifications of the project, to emphasize the components that play an important role in making a designed architectural object more effective and the basic rules to be followed.*

Method: *Qualitative research design was used within the scope of the research. Scanning model was used as data collection method. Research data were analyzed by document analysis method. Within the scope of the research, the works of the leading local and foreign architects in the architectural field in the world were examined. According to the results of the research, some architects benefited from sketches, solid models and rendering engines while creating some project presentations.* ***Findings:*** *It is thought that this research can guide future studies.*

Keywords— Architecture, Rendering, Post Production, Technology, 3D

JEL Classification Codes: *Z11,* Z110

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

The Importance of Cooperatives in Agricultural Development in Turkey and in the World

Dr. Bekir Pakdemirli[1]

Abstract

Introduction*: Cooperatives are important institutions that have existed for nearly two hundred years to strengthen the economic and social position of farmers all over the world, including social responsibility, civil society values and free enterprise. The main function of cooperatives is to strengthen producers' position in the market and to reduce costs and thus to increase the welfare of the members (Kalaitzis, 2015). Agricultural producers are price takers in terms of their structures. As a result, individual producers realize loss of income in the declining level of production due to various reasons.* ***Aim****: In this context, the aim of this study is to evaluate the role of cooperatives in agricultural development both in Turkey and in the World.* ***Method:*** *Descriptive statistics regarding the share of cooperatives in agricultural production and markets presents the importance of them.* ***Findings:*** *Agricultural cooperatives have grown to become successful economic organizations in the world. According to World Cooperative Monitor 2016, the world's 300 largest cooperatives have reached sales of about $ 2.53 trillion, and one third of these cooperatives are agricultural cooperatives. The market share of agricultural cooperatives in the European Union, where cooperatives play an important role in the economic field (Bijman, 2016). As of 2019, there are 11,892 agricultural cooperatives with a total number of 4 million partners in Turkey.*

Key Words: *Agriculture, Agricultural Development, Cooperatives, Turkey*

[1] Dr., Ministry of Agriculture and Forestry, Turkey, Country, bekir@pakdemirli.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Stratejik Bilgi Yönetiminin İşletme Başarısındaki Önemi ve Google Örneği

Mesut ATASEVER[1]

Özet

Giriş*: Bilgi çağı tüm hayatı, özellikle de işletmeleri, ivmesi giderek artan bir şekilde etkilemekte, yalnız bilgi ile ilgili olmayan işletmeler bile önemli ölçüde bilgi ile uğraşmak ve güncel bilgiyi işletmelerinde kullanmak durumunda kalmaktadırlar. Mal üreten, hizmet üreten, bunları pazarlayan işletmeler, rekabet edebilmek, ayakta kalabilmek için, gittikçe daha bilgi yoğun olarak çalışmak zorunda kalmakta, bunu başaramayan işletmeler ise faaliyetlerinde başarısız olmaktan dolayı, kısa ömürlü olmaktadırlar. Bilgi ihtiyacı, işletmenin kuruluş aşamasındaki fizibilite çalışmasında başlayıp, ürün ve hizmet üretiminde, pazarlamasında, işletmenin uzun ömürlü olacak şekilde faaliyetini sürdürebilmesine yarayan yönetim ve organizasyonunda, müşterileri kazanmada, elinde tutabilmesinde, halkla ilişkilerinde, rakiplerle olan ilişkilerinde, dış ticaretinde olduğu gibi, en önemlisi de geleceği planlamasında, stratejik olarak bilgiyi kullanabilmesinde kendisini fark ettirmektedir.*

Problem*: Geleneksel işletmeler, bilgiyi genellikle ihtiyaç olarak ve ihtiyaç olduğu kadar kullanma eğilimde olmakla, stratejik olarak kullanmanın avantajlarını kaçırmaktadırlar. Bu durum işletmeler için önemli bir problem olarak görünmektedir.*

Amaç*: Bu çalışmada bilginin stratejik olarak kullanılmasının işletmeleri, tahmin edilemeyecek biçimde elindeki maddi varlıkların ötesine taşıyabileceğinin gösterilmesi ve yorumlanması amaçlanmaktadır.*

Önem: *Bu çalışmanın, bir işletmede bilginin nitelikli ve stratejik olarak kullanılabiliyor olmasının, kısa ve orta vadede işletmeyi diğer bütün kaynakların kullanımından elde edilecek faydalardan kat kat fazla ileriye taşıyabilecek olması bakımından önemli olduğu belirtilmelidir.*

Bulgular: *Amaca yönelik olarak veri toplama, kategorize etme, kıyaslama ve yorumlama tekniği aracılığı ile nitel araştırma yöntemi kullanılacaktır. Ayrıca çalışmanın yöneticilere, akademisyenlere ve bu alanda çalışanlara yararlı olması beklenmektedir.*

Anahtar Kelimeler— *Stratejik Yönetim, Bilgi Yönetimi, Google*

The Importance of Strategic Information Management in Business Success and Google Case

Abstract

Introduction: *The information age is increasingly affecting all life, especially businesses, and even non-information-related businesses have to deal with significant information and use up-to-date information in their businesses. Businesses that produce goods, produce services and market them are forced to work more and more intensively in order to compete and survive, and enterprises that fail to do so are short-lived due to failure in their activities. The need for information begins in the feasibility study of the establishment of the enterprise, in*

[1] Assist.Prof.Dr., University of Uşak, School of Applied Sciences, Department of International Logistics and Transportation, Turkey, mesut.atasever@usak.edu.tr

the production and marketing of products and services, in the management and organization that enables the business to sustain its activities in a long-lasting manner, in gaining, retaining the customers, in public relations, in relations with competitors and in the foreign trade. future planning, the strategic use of information makes itself aware.

Problem: *Traditional businesses often miss the advantages of using information strategically, although they tend to use information as needed and as needed. This situation seems to be an important problem for businesses.*

Objective: *In this study, it is aimed to show and interpret that the strategic use of information can carry businesses beyond their tangible assets in an unpredictable way.*

Importance: *It should be noted that the quality and strategic use of information in an enterprise is important in the short and medium term in order to carry the business far beyond the benefits of all other resources.*

Results: *Qualitative research method will be used for data collection, categorization, comparison and interpretation techniques. In addition, the study is expected to be useful for managers, academicians and employees in this field.*

Keywords *- Strategic Management, Information Management, Google*

The Importance of Strategic Information Management in Business Success and Google Case

Abstract

The age of information has been affecting all life, especially businesses, with increasing momentum. Even businesses that are not only related to the information need to deal with a considerable amount of information and use current information in their businesses. Enterprises that produce goods, services, market them, have to work more and more intensively to be able to compete and survive. The companies that fail to do so are short-lived due to failing in their activities.

Information needs, starting from the feasibility study in the establishment phase of the enterprise, in the production and marketing of products and services, in the management and organization of the enterprise to sustain its long-term operation, in the acquisition of the customers, in the hands of the public relations, relations with competitors, as in foreign trade, the most important In the planning of the future, it becomes aware of its ability to use information strategically.

Traditional enterprises often miss the advantages of using information strategically as they tend to use information as needed and in the amount needed. This situation seems to be an important problem for businesses.

It should be noted that the fact that this study is qualified and strategically used in a company is important in the short and medium term so that it can carry the enterprise many times more than the benefits derived from the use of all other resources.

In this study, it is aimed to show and interpret that the strategic use of information can carry the enterprises beyond the material assets in their hand in unpredictable terms. For this purpose, qualitative research method will be used through data collection, categorization, comparison and interpretation technique. It is also expected that the study will be beneficial for administrators, academicians and employees in this field.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Halk Tarafından Seçilen Devlet Başkanlarının Yürütme Yetkileri (Karşılaştırmalı Anayasa İncelemesi)

M.Fatih Çınar[1]

Özet

Devletin yasama, yürütme ve yargıdan oluşan üç fonksiyonu bulunmaktadır. Hiç kuşkusuz devlet yönetiminin ulusal ve uluslararası zeminde en aktif öğesini yürütme organı oluşturmaktadır. Çağdaş devlet yapılanmalarında devlet başkanları ya halk tarafından seçilmekte ya da parlamentolar bu yetkiyi kullanmaktadır. Halk tarafından seçilen devlet başkanlarının yürütmeye ilişkin yetkilerinin parlamentolar tarafından seçilen devlet başkanlarına nazaran daha geniş olduğu görülmektedir. Türkiye, kuruluşundan itibaren meclis tarafından seçilen devlet başkanı modelini uygulanmaktayken, ilk kez 2014 yılında "çok adaylı halk tarafından seçilen devlet başkanı modeline" geçiş yapmıştır. Devlet başkanlarının halk tarafından seçilmeleri beraberinde hukuki ve fiili bağlamda daha geniş görev, yetki, sorumluluklar getirmektedir. Dünya genelinde uygulanmakta olan benzer modellerin incelenmesi, Türkiye'nin devlet başkanının karşılaştırmalı anayasa hukukuna göre konumunun belirlenmesi hukuki çözümlemeler yapılması açısından faydalı olacaktır. Başkanlık ve Yarı Başkanlık hükümet sistemlerinin ayırt edici özelliği devlet başkanlarının halk tarafından seçilmesidir. Dünya genelinde oldukça fazla uygulaması olan bu modellerin tamamının incelenmesi çalışmanın amaç ve kapsamına uygun olmayacağı için temel emsallerin ele alınması konunun anlaşılması (omni et solis definitum) için yeterli ve gerekli görünmektedir. Öyleyse devlet başkanlarının halk tarafından seçilmesinin en eski düzenlemesini içeren ABD Anayasası üzerinde çalışılması bir zorunluluk olarak karşımızda durmaktadır. Bunun yanı sıra Kıta Avrupası Hukuk Sistemi içinde yer alması ve üniter devlet modeli olması nedeniyle Türkiye'ye benzerlik gösteren Fransa Devlet Başkalığının ele alınması faydalı olacaktır. Nihai olarak geniş yetkiler ile donatılmış olması nedeniyle diğer bir açıdan benzerlik gösteren Rusya Devlet Başkanının anayasal bağlamda görev ve yetkilerinin incelenmesi karşılaştırmalı incelememizin çerçevesini oluşturmaktadır. Araştırmanın temel inceleme alanını, anılan devletlerin anayasalarındaki devlet başkanına dolayısıyla yürütme organına ilişkin düzenlemeler oluşturmaktadır. Karşılaştırmalı olarak devlet başkanlarının seçilme süre ve yöntemleri, tarafsızlıkları, görev ve yetkileri, hukuki sorumlulukları ele alınarak yürütme modellerinin olumlu yönleri tespit edilmeye çalışılacaktır. Yapılan tespitler çerçevesinde Türkiye için anayasal yönden çeşitli öneriler getirilmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler— *Devlet Başkanı, Halk Tarafından Seçim, Yürütme Organı, Anayasal Görev Yetki*

Executive Powers of the Presidents Elected by the Public

(Comparative Constitutional Review)

Abstract

The state has three functions, namely legislative, executive and judicial. Undoubtedly, the most active element of a state administration on national and international grounds is the executive body. In contemporary state structures, heads of state are elected by the public or parliaments use this power. It is seen that the powers of the heads of state elected by the people are much wider than the presidents elected by the parliaments. In Turkey presidents were elected from the establishment of the state until 2014 by parliaments, transition made to "multi-candidate presidential model chosen by the people" in this year. The election of heads of state by the public brings along broader duties, powers and responsibilities in the legal and de facto context. Investigation of similar models

[1] Dr. Öğr.E., İstinye Üniversitesi Adalet Programı, Türkiye, fatih.cinar@istinye.edu.tr

being implemented all over the world, according to comparative constitutional law determining the position of the president of Turkey will be useful in statutory analysis. The distinguishing feature of the Presidential and Semi-Presidential government systems is the electing of heads of state by the people. As the examination of all these models, which have a lot of application in the world, is not suitable for the purpose and scope of the study, the consideration of the basic peers seems to be sufficient and necessary for the understanding of the subject (omni et solis definitum). So, it is a necessity to work on the US Constitution, which includes the oldest regulation of the election of the heads of state by the people. In addition of this, France is a part of Continental European Law System and is a unitary state, because of these similarities with Turkey, examining to the French Presidency model will be useful. The examination of the duties and powers of the Russian President in the constitutional context, which is similar in another respect because it is endowed with broad powers, constitutes the framework of our comparative analysis. The main subject of the study is the legal arrangements related to the executive body due to the presidents of the constitutions of the mentioned states. It will be tried to determine the positive aspects of the executive models by taking into consideration the duration and methods of the election of presidents, their impartiality, duties and powers, their legal responsibilities. Offering several recommendations for Turkey's constitutional aspect within the framework of investigations is the objective of the research carried out.

Keywords— *Head of State, Election by the People, Executive Body, Constitutional Duty and Authority*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Öğrenenler sürdürebilir ve yapılabilir bilgiyle nasıl donatılır? Kendini tersine çevir yeter

Atila Yüksel[1]

Özet

Sayısı sürekli olarak azalmakta olan eski filozofların çağlarından beri biz bilim insanları, sözde bilgi fenerleri, topluma öncülük etme ve rehberlik etme sorumluluğunu köle vari bir şekilde omuzlamaya kalkmaktayız. Bu "topluma öncülük etme ve rehberlik etme" sorumluluğunu yerine getirme biçimi şimdilerde yerini, statüko talimatlarının ezberlenmesi ve taşınmasının çok merkezi bir yer tuttuğu medrese biçiminde "kurak öğretime" bıraktı. Sakat temellerini ve zayıf yeteneklerini göz önünde bulundurursak, kendi yaşamına bile yön veremeyen özellikle tutkusu kaçmış bilim insanları için biçilen bu sorumluluk haksız ve ulaşılamaz bir hedef. Yani, üniversitelerde eğitim ile geleceğin iş dünyasını veya liderlerini yetiştirmek, orta çağlardan kalma sert, yaratıcı olmayan, sıkıcı pedagojik teknikler aracılığıyla çok uzak bir hayal. Dinlemeye hazır mısınız?

Anahtar Kelimeler— *insana yatırım, eğitim, sürdürebilir ve uygulanabilir bilgi, öğretici kimdir*

How to equip students with sustainable and applicable knowledge? Simply, turn yourself upside down

Since the times of ancient philosophers whose number has been in a constant decline we, scholars, the so-called beacons of knowledge have been slavishly shouldering a huge responsibility of pioneering and guiding the community. This inherited responsibility of "pioneering and guiding the community" has now astonishingly left its place to "arid teaching" in a madrasah manner in which memorizing and transportation of *status quo* instructions occupies the very central place. Considering their crippled foundations and feeble abilities, the assigned responsibility for particularly dispassionate scholars who is unable to give direction to even his own life is unfair and unachievable. That is, raising business or community leaders of the future with education at universities through rigid, uncreative, drab pedagogic techniques dating back to medieval times is a far-fetching dream.

The curiosity, the propeller of scientific development, has been sacrificed to standardization and the majority of classrooms have been turned into public worship sites where prays in the form of standardized courses are read loud and coherently with others from the bible-like single book. With due respect, the students are there to listen to compulsory elective sermons, and they are expected to refrain from asking burning questions since this would humiliate and irritate the human God. But remember we are no longer graduating rhetoricians.

[1] Profesör Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, atilayuksel@gmail.com

Learning is a personal matter. If there exists a passion for learning, all sorts of obstacles are easily overcome. If the flare of the learning passion is put out, even the smartest methods crafted for teaching is doomed to fail. Not only one of the legs but many of them are missing in “pioneering and guiding the community” by scholars. This was very succinctly put into words in 1359 by Lady Clare who stated that "through their study and teaching at the university, the scholars should discover and acquire the precious pearl of learning so that it does not stay hidden under a bushel but is displayed abroad to enlighten those who walk in the dark paths of ignorance". This advice has long been forgotten and a new type of scholars emerged who prioritize seeking funds, gaining prestige, and greedily publishing inconclusive but bubbled research findings to peril.

While I was considering the theme of this recent conference that I will attend to I vividly remembered an encounter which had changed my perceptions on teaching. “I came across an incident during a visit to the math village situated close to my hometown. I heard voices in an amphitheater, under the quay. I looked up to the one standing in red silk shirt on the podium, with a baggy trousers and holding a coffee mug in his hands while scribbling on the blackboard and frequently entertaining the audience with what he says. He is teaching math. I looked back at the audience. They are obviously fixed. There's no door. The moment one wants comes in and goes out, no nonsense rules. The student, he knows what she wants. The narrator is obviously volunteered there. His coffee is sometimes accompanied by his cigarette. That's when I woke up. It is necessary for the learner and the teacher to meet voluntarily.”

From my point of view, we are better switch our focus from what is to be taught to ways to become a teacher again. “Ethos, pathos, logos” can be handy. Just think about for a moment. As a lecturer, “what is your mission, if there is a mission?”

Is it to teach so-called “very advanced management, marketing, business knowledge, concepts, models excerpted from the best-promoted, and hence sold, exaggerated book (or research) contents” that are by and large written by others or to prepare prospective graduates for challenges that they are bound to face in life?

Is “teaching” our mission, and if yes, who we are to teach anyway? “To be able to teach” is a very pretentious mission, it smells “ego”. The mission should not be “to teach”. The mission should be “to take the students to the fountain of life. Then, it will be his/her choice whether to drink water from there, or to rinse his/her mouth and spit it.

Are we raising prospective graduates according to realities of business life?" My guess it is a big "NO". "Unable to recognize oneself" is one of the biggest problems that would trigger millions of other problems to submerge. Are we attending to this ever-widening lacuna in anyway? Are such "divine" courses as "Introduction to Business", "International marketing", "Hospitality management" etc., dealing with this at all? Nope.

The second problem that our prospective graduate is likely to experience in any foot of life is "unable to understand the others". Are our present glorious courses are designed for this? Nope.

Last but not least, "unable to realize one's own potential" is another major hollow that would result in incurable problems in business life. Any course developed for this yet? Nope!

Bireysel Yenilikçiliğin Gelişmesinde Örgüt Kültürünün Önemi

Özlem Tuna[1]

Özet

Giriş: *Çalışma biçimi, ücret politikası, yöneticilerin çalışanlara karşı tavrı, çalışanlar arasındaki ilişkiler, yönetimin yenilik ve gelişmelere karşı tutumu, yaratıcılık ve risk almaya teşvik gibi birçok boyutu içeren örgüt kültürü, bir işletmede işlerin nasıl yapıldığını tanımlamaktadır. Kısaca örgüt kültürü çalışanların tutumlarını, duygularını, davranışlarını, işe yönelik performanslarını ve motivasyonlarını etkilemektedir.* ***Amaç:*** *Çalışan üzerinde bu denli öneme sahip örgüt kültürünün, bireysel yenilikçiliğe etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Araştırmanın amacı doğrultusunda ulusal bir çimento şirketinin Afyon'da faaliyet gösteren işletmesinde toplam 102 beyaz ve mavi yakalı çalışan ile bir anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Örgüt kültür tipi ve bireysel yenilikçiliğe ilişkin çalışan algılarının çeşitli demografik değişkenlere göre fark gösterip göstermediği t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile çözümlenmiştir. Ayrıca örgüt kültür tipi ve bireysel yenilikçilik ilişkisinin belirlenebilmesi için korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır.* ***Bulgular:*** *İstatistiksel analizler sonucunda baskın örgüt kültürü tipinin hiyerarşi kültürü olduğu tespit edilmiş, örgüt kültürü ve bireysel yenilikçilik arasında pozitif ve orta düzeyde bir korelasyon bulunmuştur. Aynı zamanda katılımcıların bireysel yenilikçilik düzeylerinin, yönetsel görevin olma durumu, meslek, eğitim ve gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur.*

Anahtar kelimeler- *Örgüt kültürü, örgüt kültürü tipleri, bireysel yenilikçilik, bireysel yenilikçiliğin boyutları.*

Importance of Organizational Culture in the Development of Individual Innovation

Abstract

Introduction: *Organizational culture, which includes many aspects such as working style, wage policy, attitude of managers towards employees, relations among employees, attitude of management towards innovation and developments, creativity and incitement to take risks, explains how a business is done. In short, organizational culture affects employees' attitudes, feelings, behaviors, performance and motivation.* ***Aim:*** *The aim of this study is to determine the effect of organizational culture on individual innovation.* ***Method:*** *For the purpose of the study, a survey was conducted with a total of 102 white and blue collar employees in a company operating in Afyon, a national cement company. T-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were used to determine whether employee perceptions of organizational culture and individual innovation differed according to various demographic variables. Correlation and regression analyzes were applied to determine the relationship between organizational culture and individual innovation.* ***Findings:*** *As a result of statistical analyzes, it was found that the dominant organizational culture type was a hierarchical culture, and a positive and moderate correlation was found between organizational culture and individual innovation. At the same time, it was found that the individual innovation levels of the participants showed a significant difference according to the status of being a managerial task, occupation, education and income level.*

Keywords *- Organizational culture, types of organizational culture, individual innovation, dimensions of individual innovation.* **JEL Classification Codes:** *M14, M19*

[1] Dr. Ögr. Gör., Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Türkiye, ozltuna@hotmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Stratejik Bilgi Yönetimi Bağlamında Sanal Ortamlarda Bilgi Güvenliği

Mesut ATASEVER[1]

Özet

Giriş*: Bilginin paylaşımında sınırsız bir kolaylık ve hızlılık yaşanırken, bilginin güvenliği kavramı ortaya çıkmış, aşılması gereken bir engel ve çözülmesi gerekli bir problem olarak gündemde yerini almıştır. Bilgi güvenliği bakımından güçlü stratejiler belirleyip, bu stratejileri istikrarlı bir şekilde takip etmeyen işletmelerin başarılı olmalarını beklemek akılcı olmayacaktır. İşletmelerin, ürün, personel, üretim, pazarlama dahil tüm bilgilerini sanal ortamlarda saklamak ve paylaşmak ve bu bilgilerin güvenliğini sağlamak zorunlulukları vardır. Güvenliği sağlanmamış bilgiden kaynaklanan zararlar, işletmelere tahminlerin üzerinde zarar verebileceklerdir.*

Amaç*: Bu çalışmada işletmelerde stratejik bilgi güvenliğinin sanal ortamlarda niçin daha önemli olduğu konusuna açıklık getirme amaçlanmıştır.*

Önem: *Bilginin işletmeler için önemli bir güç olması durumu, teknoloji yoğun işletmelerde önemli olmanın yanında tüm işletmelerde hayati önem taşımaktadır. Güçlü, rekabetçi, başarılı olmak isteyen işletmeler bilgi güvenliğini hem teknik açıdan sağlamak hem de insan kaynakları bakımından sağlamak durumundadırlar.*

Bulgular: *Bilgiyi üretmek, depolamak, paylaşmak ne kadar önemli ise, tüm bunları güvenilir bir biçimde yapmak daha çok önem arz etmektedir. Güçlü bir işletme, bilgi stratejileri ve güvenliği ile ilgili bir birim oluşturmak, önemli bir maliyete katlanmak, bunun için para, zaman, enerji gibi alanlarda harcamalar yapmak zorundadır.*

Anahtar Kelimeler— *Stratejik Yönetim, Bilgi Güvenliği, Sanal Ortam*

Information Security in Virtual Environments in the Context of Strategic Information Management

Abstract

Introduction*: While there is an unlimited ease and speed in sharing information, the concept of information security has emerged, and it has taken its place as an obstacle to be overcome and a problem to be solved. It would not be rational to anticipate the success of enterprises that identify strong strategies for information security and do not follow these strategies consistently. Businesses are obliged to store and share all information including product, personnel, production and marketing in virtual environments and to ensure the security of such information. Damages resulting from unsecured information can cause businesses to exceed their estimates.*

Objective*: In this study, it is aimed to clarify why strategic information security is more important in virtual environments.*

Importance: *The fact that information is an important power for businesses is important in all enterprises as well as being important in technology intensive enterprises. Companies that want to be strong, competitive and successful have to provide information security both technically and in terms of human resources.*

Findings: *The more important it is to produce, store and share information, the more important it is to do all these things reliably. A strong business has to create a unit related to information strategies and security, bear a significant cost, and spend money, time, energy in such areas.*

Keywords *- Strategic Management, Information Security, Virtual Environment*

[1] Assist.Prof.Dr., University of Uşak, School of Applied Sciences, Department of International Logistics and Transportation, Turkey, mesut.atasever@usak.edu.tr

Sanal Para Birimlerinde Oynaklik Modellemesi: Bitcoin Örneği

N.SerapVURUR[1]

Teknolojik gelişmeler hayatımızın her alanında değişiklikleri de beraberinde getiriyor. Kripto para olarak da adlandırılan sanal para birimleri de dünya çapında parasal sistemlerinde köklü değişikliğe yol açmıştır. Sanal para birimlerinin ilk örneği olan Bitcoin 2009 yılından beri en bilinen ve en çok kullanılan sanal para birimidir. Bir para birimi değişim aracı, hesap birimi ve yatırım tasarruf aracı gibi tipik işlevlere sahip olacak şekilde tasarlanmıştır. Bu işlevlerin her biri para biriminin oynaklığından olumsuz yönde etkilenir. Bitcoin'nin bir para birimi olup olmadığı tartışılmaktadır. Aynı zamanda bitcoin'in yenilikçi özellikleri, şeffalığı ve artan popülitaresi araştırmacılarında konuya ilgisini çekmektedir.Pek çok sanal para birimi olmasına rağmen Bitcoin sanal para birimlerinin %41'ini temsil etmektedir(Katsiampa,2017). Bitcoin'in muhtemelen bugune kadar ki en başarılı ve en tartışmalı para birimi olması nedeniyle aÇalışmada bitcoin'in volatilitesi modellenerek ortaya konması amaçlanmaktadır.Bu amaçla Bitfinex'den elde edilen 02.02.2012- 23.12.2018 tarihleri arasındaki dolar cinsinden günlük veriler kullanılarak otoregresif koşullu değişen varyans (ARCH, GARCH,EGARCH) modelleri ile Bitcoin volatilitesi modellenmiştir. Bitcoin volatilitesine en uygun model olarak EGARCH (2,2) modeli bulunmuştur.

VOLATİLITY MODELLING IN VIRTUAL CURRENCY UNITS:BITCOIN CASE

Abstract

Technological developments bring about changes in every aspect of our lives. Virtual currencies, also known as crypto money, have also led to radical changes in monetary systems worldwide. Bitcoin, the first of its virtual currencies, is the most known and most widely used virtual currency unit since 2009. It is designed to have typical functions such as a currency exchange tool, account unit and investment savings tool. Each of these functions is negatively affected by the volatility of the currency. It is discussed whether Bitcoin is a currency or not. At the same time, Bitcoin's innovative features, transparency and increasing popularity attract the attention of researchers. Although there are many virtual currencies exits, Bitcoin represents 41% of virtual currencies on it is own. (Katsiampa, 2017). As the bitcoin is probably the most successful and arguably accepted the most controversial currency in the study. It is aimed to determine with this aim, daily data of bitcoin prices in terms of dollar exchange rates are between 02.02.2012 and 23.12.2018.(www.bitfinex.com). Bitcoin volatility is modelled through auto regressive models with changingconditional variances.(ARCH,GARCH,EGARCH). As a result the most suitable model is found as EGARCH(2,2).

Keywords— Bitcoin, Volatility, ARCH **JEL Classification Codes:** C5 , G1, *C 58,*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, BUBYO,Muhasebe, Türkiye, serapvurur@aku.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Beata Świecka

University of Szczecin, Poland

beata.swiecka@usz.edu.pl

Impact of financial knowledge on consumers payments in Poland

Abstract

Poland is one of the European countries in which the development of cashless payment has big dynamic, which indicates the need to investigate determinants of the choice of consumers payment methods, both in face-to-face and remote transactions. The impact of factors may various from country to country, and also it changes over time and is dependent on the consumer's socio-demographic characteristics. For these reasons, it is important to study the determinants of the choice of payment method. This article analyzes the impact of financial knowledge as one of the factors on the type of payments chosen by consumers in Poland. Therefore, the purpose of the article is to show the importance of financial knowledge in the context of other factors in the selection of payment methods by consumers in Poland. The analysis is based on primary research. The empirical data presented in article are a part of primary survey entitled "The key factors in the selection form of consumer payments" carried out for the Foundation for the Development of Cashless Transactions under the scientific leadership of prof. J. Harasim and prof. B. Świecka, in cooperation with the central bank (Narodowy Bank Polski/ National Polish Bank) and the Foundation Polska Bezgotówkowa (Poland Cashless) and the Ministry of Infrastructure. The survey was implemented using the Computer-Assisted Personal Interview (CAPI) method in first quarter of 2019 and was completed using a questionnaire. The subjects of the survey were the Polish nationals aged 15 or more. The total number of interviews were 1000. To ensure the representativeness of the collected data, edge weighting was applied in accordance with the structure of the Polish population, using the rim weighting.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Assessing the Implications of Bioeconomy-Intellectual Capital Determinants upon Economic Development: Evidence from Selected CEE Countries

Mirela Cristea[1], Graţiela Georgiana Noja [2] Nicu Marcu [3], Marian Siminică[4], Diana Mihaela Ţîrcă[5]

Abstract

Introduction: *In the light of global confrontation with food support, climate change and resources shortage, bioeconomy becomes nowadays one of the most important strategies for modern economic development of all countries. The bioeconomy approach has been widely debated in literature, especially within bioeconomy - economic development frame of reference, but the jointly impact of the bioeconomy and intellectual capital upon welfare (economic development) have been less considered, especially for the new EU countries, mainly, Central and Eastern European (CEE) countries.* ***Aim:*** *On this frame of reference, the general objective of our paper is to search into bioeconomy and intellectual capital (education, research, development and innovation activities) implications upon economic development for the selected CEE countries (the EU-13 new MS).* ***Method:*** *These impacts are analysed by applying the following econometric procedures: (i) a complex set of multifactorial macro-econometric models, in order to assess the direct impact of bioeconomy processes and intellectual capital on economic development; (ii) Structural Equations Modelling (SEM), in order to evaluate the direct, indirect and total interlinkages between the bioeconomy, intellectual capital and economic development; (iii) and Gaussian graphical models (GGM).* ***Findings:*** *The intellectual capital and the main bioeconomy outcomes greatly influence the economic development, more visible for the tertiary education, innovation patents, biomass transformation process and increased resource productivity. Therefore, enhancing bioeconomy strategies for the EU-13 countries can overwhelm the geographical disparities and heighten unexploited potential, which will contribute to the overall EU long-term economic development and stronger relationships among other EU MS.*

Key Words: *Bioeconomy, Intellectual Capital, Economic Development, Econometric Models, CEE Countries*

[1] Professor PhD, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, Department of Finance, Banking and Economic Analysis, Craiova, Romania, Email: mirelas.cristea@gmail.com
2 Associate Professor PhD, West University of Timisoara, Faculty of Economics and Business Administration, Department of Marketing and International Economic Relations, Timisoara, Romania, Email: gratiela.noja@e-uvt.ro
3 Professor PhD, The Bucharest University of Economic Studies, Bucharest, Romania, Email: marcu.nicu@yahoo.com
4 Professor PhD, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, Department of Finance, Banking and Economic Analysis, Craiova, Romania, Email: msiminica@yahoo.com
5 Professor PhD, Center of Fundamental and Applied Economic Studies, Faculty of Economics "Constantin Brancusi", University of Targu-Jiu, Targu-Jiu, Romania, Email: dianamihaela.tirca@gmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

İstihdam Edilebilirlik Becerilerinden İletişim ve Duygusal Empatinin Müfredat Dışı Eğitim Faaliyeti ile Kazandırılması Denemesi -Bir Meslek Lisesi Örneklemi-

Pelin Çalışkan[1], Cemile Çetin[2]

Özet

Genel Bakış

İstihdam edilebilirlik; temel akademik, mesleki ve sosyal becerileri de kapsayan, bireyin çalışma hayatına girmesini, ilerlemesini ve gerekirse işinden ayrılıp yeniden iş bulabilmesini sağlayan önemli bir kavramdır. Bu çalışmada, Anlaşmazlık Çözümü, Müzakere ve Akran Arabuluculuk Eğitim Programının, çalışma hayatı için önemli olduğu düşünülen iletişim ve empati beceri düzeyleri üzerindeki etkisi, orta öğretim meslek lisesi öğrencileri örnekleminde ele alınmıştır.

Literatür ve Çalışmanın Mantığı

İstihdam edilebilirlik; yeni dünya düzeninde, küreselleşme ile birlikte iş gücü piyasasında yaşanan değişimler sonucunda ortaya çıkmış kavramdır. Kavram gündeme geldiği andan itibaren çalışanlardan beklenen becerilerin sayısında ve niteliğinde değişmeler görülmüş tek başına teknik beceriler çalışma hayatı için yetersiz kalmıştır. Bunun sonucunda çalışanlar için yeni becerilerin elde edilmesi oldukça önemli ve öncelikli hale gelmiştir. Bu becerilerin okul eğitiminde kazandırılması mevcut müfredat dışındaki çalışmalara ve eğitimlere ihtiyaç duymaktadır. Bu kapsamda, istihdam edilebilirlik becerilerinin kazanılması ve ötesinde içselleştirilerek yaşam boyu kullanılmasındaki süreklilik ile sürdürülebilirliğin sağlanmasının özellikle okul sürecindeki müfredat dışı eğitim-öğretim ve uygulamaları ile mümkün olabileceği düşünülmektedir. Çalışma bu kapsamda gerçekleştirilmiş olan bir denemeyi ve sonuçlarını yapılandırmaktadır.

Yöntem

Çalışma, özellikle eğitim sisteminde doğrudan istihdam odaklı eğitim veren İzmir'de bulunan Meslek Liselerinden birinin öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. İstihdam Edilebilirlik Becerilerinden İletişim ve Duygusal Empatinin müfredat dışı bir eğitim faaliyeti olan Anlaşmazlık Çözümü, Müzakere ve Akran Arabuluculuk Eğitim Programı ile öğrencilere

[1] Sosyolog ve İnsan Kaynakları Uzmanı, pelinncaliskann@hotmail.com, 19 Mayıs İlköğretim Okulu, Özel Eğitim Öğretmeni, İzmir/Türkiye
[2] Dr.Öğretim Üyesi, cemilegurcay@gmail.com, Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, İzmir/Türkiye

aktarımına dair veriler analiz edilerek ve karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Uygulaması, 2014-2015 eğitim-öğretim yılında gerçekleştirilmiş olan çalışmada, ön test ve son test kontrol gruplu yarı deneysel desen kullanılmıştır. Bu kapsamda, deney grubunda yer alan öğrenciler 15 hafta boyunca, haftada bir gün ve günde iki ders saat olmak üzere toplam 30 ders saatlik kişiler arası anlaşmazlıkların doğasının anlaşılması, iletişim becerileri, öfke yönetim becerileri ve kişiler arası anlaşmazlık çözüm becerileri başlıklarını içeren Anlaşmazlık Çözümü, Müzakere ve Akran Arabuluculuk Eğitimi almışlardır. Kontrol grubuna ise herhangi bir eğitim verilmemiştir. 9. ve 10. sınıfta okuyan 151 öğrenciden oluşan örneklem ile gerçekleştirilen anket çalışmasında Anlaşmazlık Çözümü, Müzakere ve Akran Arabuluculuk eğitimi alan ve almayan 9. ve 10 sınıf meslek lisesi öğrencilerinin iletişim ve empati becerileri üzerinde etkisinin olup olmadığı test edilmiştir. Bu kapsamda, eğitim öncesinde ve sonrasında deney ve kontrol gruplarına İletişim Becerileri Envanteri ile Duygusal Empati Ölçeği uygulanmıştır.

Sonuç

Çalışmada, oluşturulan hipotezleri destekleyen ve desteklemeyen sonuçlar elde edilmiştir. Bunlar arasında yer alan sonuçlardan biri, eğitim alan kız öğrencilerin deney ve kontrol grupları arasında fark (kazanç) puanları değerlendirildiğinde deney grubu lehine istatistikî düzeyde anlamlı bir fark saptanmıştır. Bunun yanı sıra benzer şekilde eğitim alan erkek öğrencilerin deney ve kontrol grupları arasındaki fark (kazanç) puanları değerlendirildiğinde de deney grubu lehine istatistiki düzeyde anlamlı bir fark saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İstihdam Edilebilirlik, İstihdam Edilebilirlik Becerileri, Meslek Lisesi, Anlaşmazlık Çözümü, Müzakere ve Akran Arabuluculuk Eğitim Programı, İletişim, Empati

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Amatör Türk Sanat Müziği Korolarında Ses Açma Egzersizleri İçin Yazılan Etütlerin Kanun Sazına Uyarlanarak Uygulanması

Harun BAKİ[1], Özkan ÖZKOÇ [2]

Özet

Günümüzde amatör Türk sanat müziği korolarının artması ile birlikte, koro elemanlarının ses sağlığı ve ses eğitimlerine yönelik yöntemler önem kazanmıştır. Koro çalışmalarının başında ses sağlığı açısından önem arz eden ve mutlaka olması gereken ses açma egzersizlerinin yetersiz kaldığı hatta çoğu zaman yapılmadığı gözlemlenmektedir.

Bu çalışmada, önerilen ses açma egzersizleri aracılığıyla; koro elemanlarına hem ses sağlığı açısından hem de makamsal duyumlarına yönelik işitsel ön hazırlık açısından faydalı olmak amaçlanmaktadır.

Ses eğitiminde kullanılan tampere (majör) sistemde bestelenmiş ses açma egzersizlerinin, ses sınırlarını genişletme ve ses açma açısından faydalı olduğu ancak; amatör Türk sanat müziği korolarında icra edilen makamsal eserlere yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Tampere sistemdeki ses egzersiz kaynaklarından alınan etütler, makamsal olarak yeniden kanun çalgısı için uyarlanmıştır. Bu uyarlamada; Arel Ezgi-Uzdilek 24'lü perde sistemindeki dörtlü ve beşli dizilerden faydalanılmıştır.

Tampere sistemdeki egzersizler ile birlikte önerilen makamsal ses açma egzersizleri de kullanıldığında; amatör korolardaki koristlerin daha sağlıklı ve temiz sesler vermesinin yanı sıra; koronun entonasyonunun da düzeldiği gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Türk Sanat Müziği, Amatör Koro, Ses Açma Egzersizleri, Kanun Sazı*

Adaptation of Studies Written for Vocal Warm Up Exercises to the Qanun Instrument in Amateur Turkish Classical Music Choirs

Abstract

Nowadays, with the increase of amateur Turkish classical music choirs, vocal health and training methods of choir members have gained importance. At the beginning of the choir studies, it is observed that the vocal warm up exercises which are important in terms of vocal health and which are absolutely necessary are mostly insufficient or they are generally not performed.

In this study, by means of the recommended vocal warm up exercises, it is aimed to be useful for the choir members in terms of vocal health and auditory preparation for their modal sensations.

It was found that the vocal warm up exercises composed in the major system used in vocal training are useful in terms of expanding the vocal limits and warm up, however, it is insufficient in the maqam compositions performed in the amateur Turkish classical music choirs. Studies from the vocal exercise sources in the major system were

[1] Öğr. Gör., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Müzik Bölümü, Türkiye, harun.baki@cbu.edu.tr
2 Öğr. Gör., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Müzik Bölümü, Türkiye, ozkan.ozkoc@cbu.edu.tr

adapted for the qanun instrument in terms of maqam. In this adaptation, quartet and quintet scales in Arel Ezgi-Uzdilek's 24-fret system were used.

When the exercises in the major system are used together with the proposed vocal warm up exercises, besides the healthy and clean voices of the chorists in the amateur choirs; the intonation of the choir was observed to be improved.

Keywords: *Turkish Classical Music, Amateur Choir, Vocal Warm Up Exercises, Qanun Instrument*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Çalışma Hayatında Cinsiyet Eşitsizliği

Dr. Öğr. Üye. Banu ÖZBUCAK ALBAR[1]

Özet

Kadının toplumsal hayatta kendini kabul ettirme süreci yüzyıllardan beri süre gelmektedir. Ücretli çalışan olarak kendini emek piyasası içerisinde bulan kadın, istihdam edilmenin yanı sıra birçok zorluk ve engellere karşı durabilme savaşı vermektedir. Ataerkil toplum yapısının getirisi olan erkek egemenliği kadınların iş yaşamına girişinden ücretlendirilmesine, terfiden işten ayrılmasına kadar birçok durumda birkaç adım geride kalmasına sebep olmuştur. Kadının ve erkeğin sosyal olarak belirlenen rol ve sorumluluklarına toplumsal cinsiyet adı verilmekte olup, cinsiyet olgusu toplumdan topluma ve zaman içinde farklılık göstermektedir. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği nedeniyle kadınlar daha az sağlıklı, daha düşük eğitimli, daha az işgücüne katılan, daha az gelir getiren işlerde çalışan pozisyondadır. Yaşanan bu eşitsizlik kadının iş bulamamasına ya da erkeklerle eşit düzey bir işte çalışmasına rağmen daha düşük ücret almasına neden olabilmektedir. Normal şartlarda erkeklerle eşit düzeyde işi icra etmesine rağmen kadınların erkek çalışanlarla arasında görünmez bir "cam tavan" oluşmakta ve kadın çalışanlar bu sendromu aşamamaktadır. Erkeklerin yanı sıra hemcinslerinin de baskı ve "psikolojik taciz (mobbing)" 'ine maruz kalan kadın çalışan iş hayatında zorluklarla başa çıkmaya çalışmaktadır. Bu çalışmada kadına yakışır işin genel özelliklerinden yola çıkılarak küreselleşme sürecinde Türkiye'deki boyutları incelenmektedir

Anahtar Kelimeler: Cinsiyet Eşitsizliği, Kadın İstihdamı, Çalışan Kadın Sorunları

GENDER INEQUALITY IN WORKING LIFE

Abstract

The process of accepting women in social life has been going on for centuries. The woman who finds herself in the labor market as a wage laborer gives a fight to stand against many difficulties and obstacles in addition to being employed. Male sovereignty, which is the result of patriarchal social structure, has caused women to be a few steps behind in many situations from wage to entry into work life, from promotion to leave. The socially defined roles and responsibilities of women and men are called gender and the gender phenomenon differs from society to society and over time. Because of gender inequality, women are in a position to work in less healthy, less educated, less labor force, less income. This inequality can cause women not to find a job or to work at an equal level with men. Despite the fact that women perform equally well with

[1] Bülent Ecevit Üniversitesi, İ.İ.B.F., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri ilişkileri Bölümü, ozbucak1@hotmail.com

men, there is an invisible ”glass ceiling” between women and men and women cannot overcome this syndrome. In addition to men, women who are exposed to oppression and kadın mobbing m of their fellow workers are trying to deal with the difficulties in working life. In this study, the basis of the general characteristics of decent work dimensions of globalization on women in Turkey in the process of being examined

Keywords: Gender Inequality, Women's Employment, Women's Problems

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Tourism Destination Branding: The Niagara Region, Ontario, Canada

Mazurek Marica, MSc., PhD. candidate

University of Žilina

Slovakia

mail: marica.mazurekova@fhv.uniza.sk

Abstract

The growing number of new tourism destinations in the globalizing world and the changing preferences of visitors are forcing tourism destinations to change their management and marketing strategies. One of the most effective marketing strategies, used for the strengthening of tourism destination competitiveness, is branding.

The presentation will refine and enhance the basic concepts of destination branding, summarize the impact of branding and innovations on destinations, and shed light on the importance of creation of partnerships in destinations by envisioning new concepts of co-operation in tourism destinations. The case study of Niagara Region, Ontario, Canada, will be used as an example, which has been studied during the research study period at the Brock University and University of Waterloo, Ontario, Canada.

The presentation will focus on some concepts of destination branding and impacts of new approaches to branding. Communication process through selling "image" of destinations could be more powerful through co-operation. Marketing strategy, combining the offer of tangible products and predominantly intangible services by using strong segmentation and communications' means, and especially by creating emotional attachment with visitors, forms strengths of successful destinations. Branding is like choosing a friend, it is based on everybody's choice and expectations, and many destinations become friends for the whole life. Canada is a country, which can become a friend for the whole life and one of such experience will be presented as the personal experience from Niagara Region as well as the assessment of Canadian approach to Tourism destination branding in one of the most attractive regions of the country.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

VZA-AHP Bütünleşik Yöntemiyle Türkiye'deki Üniversitelerin Etkinliğinin Ölçülmesi

Neylan Kaya

Özet

Giriş*: Üniversiteler, geleceğimiz olan gençleri yetiştirmekte olup ülkemizdeki sistemin düzgün işlemesine katkı sağlamaktadır. Kaynaklarını ise en etkin şekilde kullanmalıdırlar.* ***Amaç****: Bu çalışmada, devlet ve vakıf üniversitelerinin göreceli etkinliklerinin ölçülmesi, etkin olan/olmayan üniversitelerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında; bulunduğu ilde hem devlet hem vakıf üniversitesi olan, URAP(Akademik Performansa Göre Üniversite Sıralaması) ve GYUE (Girişimci ve Yenilikçi Üniversite Endeksi) endeksine girmiş, kurumsal iç değerlendirme ve faaliyet raporu bulunan üniversiteler değerlendirilmiştir.* ***Yöntem:*** *Bu amaçla, 32 üniversite için 4 girdi 4 çıktı değişkeni kullanılarak iki farklı VZA modeli ile etkinlik ölçümü yapılmıştır. İlkinde girdi ve çıktılarında ağırlık kısıtlaması olmayan VZA modeliyle, ikincisinde ise AHP yardımıyla elde edilen ağırlıkların kullanıldığı VZA modeliyle etkinlik ölçümü gerçekleştirilmiştir. Ayrıca süper etkinlik modelleri ile üniversitelerin etkinlik sıralamaları belirlenmiştir.* ***Bulgular:*** *Analize giren 32 üniversiteden 20'si vakıf 12'si devlet üniversitesidir. Ağırlık kısıtlaması olmayan girdi yönelimli CCR modele göre 19, girdi yönelimli BCC' ye göre 22, bütünleşik modelin çözülmesi sonucunda ise 17 üniversite etkin bulunmuştur. Çalışmada, devlet üniversitelerinin kendi illerindeki vakıf üniversiteleriyle etkinlikleri karşılaştırılmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, ülkenin eğitim politikasını belirleyenler ve üniversiteler için yol gösterici olabilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, girdiler ve çıktılar değiştirilerek farklı etkinlik yöntemleriyle değerlendirmeler yapılabilir.*

Anahtar Kelimeler— *Etkinlik Ölçümü, Veri Zarflama Analizi, Analitik Hiyerarşi Süreci(AHS), Üniversite*

The Measurement of the Efficiency of the Universities in Turkey via DEA-AHP Integrated Method

Abstract

Introduction: *Universities train the youth who are the future of the society and enhance the process of the system in the country. They are supposed to utilize their sources in the most efficient way.* ***Aim: :*** *The aim of this study is to measure the relative efficiencies of state and private foundation universities and to determine the efficient/inefficient universities. The universities which are located in the cities where both a state university and a private foundation university are present, which are listed in the index of URAP(University Ranking by Academic Performance) and GYUE (The Entrepreneurial and Innovative University Index) and which have institutional self-evaluation and activity reports are evaluated in this study.* ***Method:*** *For this purpose, efficiency measurement was carried out via two different DEA models by utilizing 4 input and 4 output variables for 32 universities. In the first one, the efficiency measurement was carried out via DEA model which did not have any weight restrictions in inputs and outputs whereas in the second one the DEA model in which the weight that was obtained with the help of AHP was utilized. Furthermore, the efficiency rankings of the universities were determined vie super efficiency models.* ***Findings:*** *20 of the universities which went under analysis were private foundation universities while 19 of them were state universities. According to input oriented CCR model which did not have any weight restrictions 19 universities, according to input oriented BCC 22 universities, and as a result of the solution of the integrated model 17 universities were determined as efficient. In this study the efficiency of state universities was compared*

to the efficiency of private foundation universities located in the same city as them. The results of this study might be a guide to the decision makers of the country's educational policy and to the universities. Further evaluations might be carried out by changing the inputs and outputs in the future studies.

Keywords— *Efficiency measurement, Data Envelopment Analysis, Analytical Hierarchy Process (AHP), University*

JEL Classification Codes: *C67, C44, C14*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Emzirme Danışmanlarının Emzirme Ve Anne Sütünün Teşviki Politikasına İlişkin Görüşlerinin Nitel Bir Analizi

Zeynep TEKİN BABUÇ[1]

Günümüzde emzirmenin anne ve bebeğin fiziksel ve psikososyal sağlığı açısından önemi sağlık otoriteleri tarafından güçlü bir şekilde vurgulanmakta ve birçok ülke emzirme oranlarının artırılmasını hedefleyen emzirmeyi teşvik politikaları uygulamaktadır. Türkiye de UNICEF ile işbirliği halinde, emzirme ve anne sütünün teşviki ve bebek dostu hastane politikasını hayata geçiren ülkelerden biridir. Bu politikanın bir hedefi de etkin bir emzirme danışmanlığı ve eğitimi sağlanması yoluyla, annelerin emzirme konusunda desteklenmeleri ve güçlendirilmeleridir. Bu çalışmada, emzirme danışmanlarının emzirme ve anne sütünün teşviki politikası çerçevesinde yürütülen uygulamaların etkinliğine ilişkin bakış açılarının ortaya konulması ve bu yolla politika ile amaçlanan hedeflerin ne ölçüde gerçek yaşam deneyimlerine yansıdığının bir analizinin yapılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda, özel olarak veya bir kamu hastanesi bünyesinde emzirme danışmanlığı yapan 5 emzirme danışmanı ile gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış görüşmeler nitel analiz yöntemleri ile incelenmiştir. Çalışmanın bulguları, emzirme ve anne sütünün teşviki politikası doğrultusunda annelere sağlanan emzirme danışmanlığı ve eğitiminin yeterince etkin şekilde uygulanmadığını, politikanın hedef ve uygulamaları arasında deneyimlenen bir farklılık olduğunu ortaya koymaktadır.

[1] Dr. Öğr. Üyesi Zeynep TEKİN BABUÇ
Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Psikoloji Bölümü
E-posta: zeyneptekinbabuc@gmail.com Tel: 05533949588

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Otomobil Servislerinin Çevre Dostu Faaliyetleri Ve Çevre Maliyetlerinin Bobi Frs Kapsamında Değerlendirilmesi

Tülay TELLİOĞLU[1], Naciye GÖKÇE [2],

Özet

Giriş*: Günümüz şartlarında artan nüfusla birlikte, ekonomik ve kültürel yapıda oluşan hızlı bir takım değişimler, her sektör gibi otomobil sektörünü de etkilemiştir. Sektördeki otomobil üretimindeki artışlar, çevre kirliliğinin artmasına neden olmuştur. Çevrenin yaşanılmaz hale geleceği endişesi çevreyi koruma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu durum, çevre duyarlığının bir ifadesi olarak otomobil üretiminde "çevre dostu" yaklaşımıyla kendini göstermeye başlamıştır. Ancak sektörün satış sonrası hizmetleri veren servislerinde de çevreci hassasiyetin sağlanması sürdürülebilirlik açısından üzerinde durulması gereken bir konudur. Kurumsal sosyal sorumluluk gereği, servislerde ortaya çıkan atıkların değerlendirilmesi, bertaraf ve telafi edilmesine ilişkin konular işletmelerin çevreye ait ek maliyetlere katlanmaları gerekliliğini gündeme getirmiştir.* ***Amaç****: Bu çalışmada amaç, otomobil servislerinin çevreyi korumaya yönelik faaliyetlerinin anlaşılırlığını sağlamak ve Büyük ve orta ölçekli işletmelerdeki finansal raporlama standartları (BOBİ FRS) açısından muhasebeleştirilmesini incelemektir.* ***Yöntem:*** *Bir örnek işletme üzerinde BOBİ FRS kullanılarak muhasebe kayıtları yapılmıştır.* ***Bulgular:*** *Otomobil servislerinin bayi olarak bir markayı temsil etmeleri, bayilik veren işletmenin sürdürülebilirlik politikalarına da uyumluluk ve muhasebeleştirilmesi konusunda bir bakış getirmiştir.*

Anahtar Kelimeler—*Çevre muhasebesi, BOBİ FRS, Otomobil servisleri, Çevre dostu faaliyetler, Sürdürülebilirlik.*

THE ENVIRONMENTALLY FRIENDLY ACTIVIES OF THE AUTOMOBILE SERVICES AND THE EVALUATION OF ENVIRONMENTAL COSTS WITHIN THE SCOPE OF FRS FOR LMES

Abstract

Introduction: *Together with the increasing population in today's conditions, rapid changes in economic and cultural structure have affected the automobile sector like others. Increment in automobile production caused the environmental pollution to increase. The concern that the environment will become uninhabitable has highlighted the need to protect the environment. This situation started to show itself with the production of environmentally friendly automobile production as an expression of environmental sensitivity. However, providing environmental sensitivity in the pospurchase services of the sector is an issue that should be considered with regards to sustainability. In terms of corporate social responsibility, the issues related to the evaluation, disposal and compensation of the wastes generated in the services brought the necessity of the enterprises to bear the additional costs related to the environment.* ***Aim:*** *The aim of this study, the correct and effective actions which have taken by automobile services in order to protect the environment have been accounted for in accordance with the Large and Medium Enterprises Financial Reporting Standards (CMB FRS).* ***Method:*** *A case study has been accounted for in accordance with the Large and Medium Enterprises Financial Reporting Standards (CMB FRS).* ***Findings:***

[1] Dr. Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme, fidanci@aku.edu.tr
2 Dr. Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme, ngokce@aku.edu.tr

As a dealer of services to represent the brand automobile dealership in the business of providing an overview of the topic of the compatibility of sustainability policies and accountinghas brought.

Keywords— *Environmental accounting, FRS for LMEs, Auto services, Environmentally friendly actions, Sustainability.*

JEL Classification Codes: *M10,M40, M41*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kamusal Siber Güvenliğin Sağlanması Ve Dijital Dönüşüm Ofisinin Rolü

Kürşad Emrah YILDIRIM[1]

Özet

Gelişen teknoloji ile birlikte yaygınlaşan internet kullanımı ile birlikte toplum artık birçok hizmeti mobil cihazlar aracılığı ile gerçekleştirmektedir. Bu gelişmelerin gerisinde kalmamak için kamu kurum ve kuruluşları yürüttüğü hizmetleri internet üzerinden sağlamak zorunda kalmıştır. Sunulan hizmetlerin sağlıklı yürütülebilmesi için gerekli alt yapının ve hizmet araçlarının hazırlanması kadar kullanılan hizmet araçlarının güvenilir olması da oldukça önemlidir. Son yıllarda artış gösteren siber suçlar ve siber saldırılar göz önüne alındığında siber güvenlik kavramının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Kişisel bilgilerin ele geçirilmesi, kamusal bilgilere ulaşma çabaları bu saldırılara örnek olarak verilebilir. Siber saldırılar kişilere, topluma hatta ülkeye yönelik olabilir. Uluslararası düzeyde değerlendirildiğinde siber saldırıların bir savaş alanı olarak kullanılabileceğini gösteren örnekler de mevcuttur. Kuşkusuz siber saldırıların hedefinde olan kamu kurum ve kuruluşları da gerekli tedbirleri almak zorundadır. Gerekli tedbirlerin alınmasında ve e-hizmetlerin sağlıklı olarak sunulmasında sorumluluk hizmetleri sunun kurum ve kuruluşlarla birlikte Dijital Dönüşüm Ofisine aittir. Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminin getirdiği yeniliklerden birisi olan Dijital Dönüşüm Ofisinin kuruluş amaçları arasında, siber güvenliğin ve bilgi güvenliğinin sağlanması için projeler geliştirmek gibi önemli bir amaç yer almaktadır. Dijital Dönüşüm Ofisinin bu görevini sağlıklı bir şekilde yerine getirmesi siber caydırıcılığa ve e-hizmetleri kullanan vatandaşlarda güven algısının oluşmasına olanak sağlayacaktır. Güvenlik alt yapısının sağlanması ülkede yaşayan tüm vatandaşları ve kuruluşları ilgilendiren bir sorundur. Bu nedenle siber güvenliğin sağlanmasında Dijital Dönüşüm Ofisinin bilişim alanında faaliyet yürüten sivil toplum kuruluşları ile birlikte hareket etmesi ve onların bilgilerinden faydalanması gerekmektedir. Çalışmada kamusal alanda siber güvenliğin sağlanabilmesi ve bunun gerçekleştirilmesinde görev yapacak olan Dijital Dönüşüm Ofisinin önemi hakkında değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler— *Kamu Yönetimi, Kamusal Güvenlik, Dijital Dönüşüm Ofisi, Siber Güvenlik*

Ensuring The Cyber Safety In The Public And The Role Of Digital Transformation Office

Abstract

With the use of internet, which is becoming widespread together with the developing technology, society now carries out many services through mobile devices. In order not to fall behind these developments, public institutions and organizations had to provide their services through the internet. As well as the preparation of the infrastructure and service tools required for the healthy execution of the services provided, it is very important to be reliable in these service tools used. Considering the increasing cybercrime and cyber attacks in recent years, the importance of the concept of cyber security is once again revealed.. The seizure of personal information and efforts to reach public information are examples of these attacks. Therefore, cyber attacks can be directed towards people, society or even country. There are also examples showing that cyber attacks can be used as a battlefield when evaluated at the international level. Obviously, the public institutions and organizations that target cyber attacks must take the necessary measures. The responsibility for taking these measures and delivering e-services in a healthy manner belongs to the Digital Transformation Office together with the institutions and organizations that provide these services. The establishment of the Digital Transformation Office, one of the innovations brought by the presidential government system, has an important aim to develop projects to ensure cyber security and

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Yönetim ve Çalışma Sosyolojisi, Türkiye, keyildirim@anadolu.edu.tr

information security. The fact that the Digital Transformation Office fulfills this task in a healthy manner will enable both cyber deterrence and the perception of trust in citizens who use e-services. Providing security infrastructure is a problem that concerns all citizens and organizations living in the country. For this reason, in order to ensure cyber security, the Digital Transformation Office should act together with the non-governmental organizations operating in the field of informatics and benefit from their knowledge. In this study, it has been evaluated about the importance of the Digital Transformation Office which will be able to provide cyber security in the public sphere and serve for this purpose.

Keywords— *Public Administration, Public Security, Digital Transformation Office, Cyber Security.*

JEL Classification Codes: H10, H56, H83

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

21nci Yüzyılda Çok Merkezli Dünya Düzeni ve Devlet Dışı Aktörler

[1]Dr. Saffet Akkaya

Avrasya Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi

Özet

Bu çalışmada sayıları ve güçleri gün geçtikçe artan Devlet Dışı Aktörlerin (DDA) 21nci yy.ın "Çok Merkezli Dünya Düzeni" içerisindeki olası rolleri ile aralarındaki işbirliği ve çatışma alanları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Küresel ölçekte, DDA'ların sayıları ve etkileri hızla artmaktadır. Bugün 212 devlete karşın devlet dışı aktörlerin sayısı 50.000 den fazladır. Literatürde bu aktörleri; Uluslararası Organizasyonlar, Uluslararası Rejimler, Hükümet Dışı Organizasyonlar, ve Şiddet Yanlısı Gruplar olarak gruplandırmak mümkündür. DDA'lardan özellikle 2nci Dünya Savaşından sonra başat güçler tarafından ulusal çıkarlar doğrultusunda faydalanılmış ancak küresel sistemi şekillendiren iki kutuplu dünya düzeni içerisinde DDA'lara karşı devletlerin yaklaşımı farklılıklar göstermiştir. Örneğin batı dünyası DDA'ların kuruluşunu ve faaliyetlerini desteklerken otoriter devletler ve demir perde ülkeleri bunları sınırlamak, kontrol altında tutmak veya tamamen yasaklamak gibi bir yol izlemişlerdir. DDA'ların artan önemine paralel olarak bu aktörlerin ekonomik-finansal-sosyal faaliyetleri birçok ülke kapasitesinin üzerine çıkmış ve geleneksel tek-iki-çok kutuplu dünya düzenlerinden daha karmaşık bir uluslararası ortam yaratmışlardır. 2010 yılından itibaren eski çok kutuplu dünya düzeninden içerik, biçim ve karakter olarak daha farklı yeni bir çok merkezli düzen oluşmaya başlamıştır. Geleneksel çok kutuplu dünyada askeri hâkimiyet ağır basarken, çok merkezli dünyada ise ekonomik hâkimiyetin ön plana çıkacağı değerlendirilmektedir. Çok merkezli dünya düzeni, çok kutupluluğa nazaran daha liberal ve demokratik bir görüntü vermektedir ve pozitif taraflarından birisi de bu düzenin hükümet dışı örgütlerin, uluslararası şirketlerin aktör olarak faaliyetine daha geniş ve elverişli imkânlar yaratmasıdır. Bu sunumda DDA'ların klasik aktörler olan devletlerle birlikte ikiden çok güç merkezli, demokrasi coğrafyası geniş, aktör sayısı çeşitlenmiş bir küresel düzene geçiş sürecinde aktif roller oynayacağı varsayımı üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler— *devlet dışı aktör, çok merkezlilik, küresel, çok kutupluluk, demokrasi*

Multiple-Centered World Order and Non-State Actors in 21st Century

Abstract

In this study, it has been tried to reveal the possible role of non-State Actors (DDA) in the Multi-centred World Order of the 21st century and the areas of cooperation and conflict between them. On a global scale, the numbers and impacts of DDAs are increasing rapidly. Today, the number of non-state actors is more than 50,000. It is possible to group these actors as; International Organizations, International

[1] Dr. Öğr.Üyesi, Avrasya Üniversitesi, Uluslar arası İlişkiler Bölümü, Trabzon, sakkaya1983@yahoo.com, saffet.akkaya@avrasya.edu.tr

Regimes, Non-Governmental Organizations, and Pro-Violence Groups. The DDAs were mainly used by the main powers after the 2nd World War in the direction of the national interests, but in the bipolar world order that shaped the global system, the approach of the states against the DDAs varied. For example, while the western world supported the establishment and activities of DDAs, authoritarian states and iron curtain countries followed a way to limit, control or completely prohibit them. In line with the increasing importance of the DDAs, the economic-financial-social activities of these actors have exceeded the capacity of many countries and have created a more complex international environment than the traditional one-two-multiple pole world orders. Since 2010, a new multi-centered order has begun to emerge from the old multipolar world order in terms of content, form and character. In the traditional multi-polar world order, the military dominance prevails but economic dominance in the multi-center world is considered to come to the forefront. The multi-centered world order gives a more liberal and democratic view than multipolarity, and one of its positive sides is that this order creates wider and more favorable opportunities for non-governmental organizations and international companies to act as actors. In this presentation, I will focus on the assumption that together with the states the DDAs will play an active role in the transition process to a globalized, diversified, multi-centered, and democratic multi-centered world order.

Keywords— : non-state actor, multiple center, global, multiple polarity, democracy

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Suitability of Entertainment Tax to Financial Anesthesia: A Research on University Students

Murat AYDIN[1]

One of the factors facilitating tax compliance is that taxpayers do not feel the their paying. Indirect taxes are known to be more suitable for financial anesthesia. Entertainment tax is an indirect tax which paid by entertainment companies operating within municipal boundaries. The taxpayers of the entertainment tax are natural or legal persons who operate the entertainment. However, economic taxpayers are the people who entertain the entertainment. The aim of this study is; to investigate the suitability of entertainment tax to financial anesthesia. Questionnaire and document scanning methods have been used in the study. In addition to the Municipal Revenues Law No. 2464, 10 special cases and 6 Council of State decisions have been examined. The questionnaires were distributed to 300 university students who are considered to be economic taxpayers of the entertainment tax. At the end of the study, the subject, taxpayers, exceptions, exemptions, amounts and rates of the entertainment tax have been put forward. It has been determined that a significant majority of the students who attended the survey went to the businesses that paid entertainment tax but never heard the entertainment tax. It has been seen that the entertainment tax is not felt by university students and it is a tax type suitable for financial anesthesia.

Key Words: entertainment tax, financial anesthesia, tax payers, university students

[1] Assistant Professor, Uşak University, Collage of Applied Sciences, Department of Accounting Information Systems, murat.aydin@usak.edu.tr - https://orcid.org/0000-0002-7211-5208

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Diğer Dinlerde Zekât Benzeri Mali Yükümlülükler[1]

Murat AYDIN[2]

Özet

İnsanlık tarihi boyunca yardımlaşma, zaman ve mekândan bağımsız olarak erdemli bir davranış olarak görülmüştür. Aynı şekilde yardımlaşma bütün dinlerin insanlığa kazandırdığı ortak değerlerden birisi olarak kabul edilmektedir. İslam dininin en önemli şartlarından olan zekât ise yardımlaşmanın sembolü olmuştur. Zekât İslam'a mahsus mali bir yükümlülüktür. Bu kapsamda diğer din ve öğretilerde de zekât benzeri mali yükümlülük veya yardımlaşmaların olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada diğer ilahi ve ilahi olmayan dinlerde zekât benzeri mali yükümlülükler araştırılmıştır. İslam dininde zekât vermek zorunluluk iken, anlamca daha geniş olan sadaka ise kişilerin inisiyatifine bırakılmıştır. Bu nedenle çalışmada zekât ve sadakanın yakın anlamlı olduğu varsayılmış araştırma bu yönde yapılmıştır. Bu kapsamda Türkiye Diyanet Vakfına ait İslam Ansiklopedisi ve din sosyolojisi alanında yapılmış bazı çalışmalar incelenmiştir. Özellikle iki büyük ilahi din olan Yahudilik ve Hristiyanlıkta farklı isimlerle zekât benzeri mali yükümlülüklerin olduğu görülmüştür. Ayrıca Hinduizm, Budizm ve Mecusilik'te de benzer uygulamaların varlığı dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler**: mali yükümlülük, mali yardım, zekât, diğer dinlerde zekât**

Financial Liabilities in Other Religions Like Zakat

Abstract

Helping each other has been seen as a virtuous behavior throughout the human history, regardless of time and place. Similarly, helping each other is considered to be one of the common values that all religions bring to humanity. Zakat, which is one of the most important conditions of Islam, has become the symbol of cooperation. Zakat is a financial obligation for Islam. So, in other religions and teachings, it is considered that there is a wage-like financial obligations or cooperations. In this study, other non-divine religions have been investigated such as zakat-like financial obligations. While it is imperative to give zakat in Islamic religion, the alm is left to the initiative of individuals. Therefore, in this study, it has been assumed that zakat and alm are close meaningful. In this context, Encyclopedia of Islam and religion sociology studies have been examined. Especially in the two great divine religions which are Judaism and Christianity, there are different kinds of financial obligations like zakat. In addition, there are similar practices in Hinduism, Buddhism and Zoroastrian.

Key Words: financial obligation, financial support, zakat, zakat in other religions

[1] Bu çalışma 08.02.2018 tarihinde tamamladığımız "Makro-Ekonomik Ve Sosyal Yönleriyle Zekât Müessesesi: Türkiye İçin Malezya Modeli Örneği" başlıklı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır. Uşak Üniversitesi, Uşak / Türkiye, 2018

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Anabilim Dalı, murat.aydin@usak.edu.tr, https://orcid.org/0000-0002-7211-5208

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

European Labour Market Mobility: Patterns, Outcomes and Specific Policies

Graţiela Georgiana Noja [1], Mirela Cristea[2], Atila Yüksel [3]

Abstract

Introduction: *The amplitude of migration flows in Europe and recent challenges brought by the Brexit decision and humanitarian dimension of the migration phenomena entail the need for better immigration and integration policies within the host countries' labour markets.* ***Aim:*** *On this frame of reference, the general objective of our paper is to develop a two-fold analysis, which grasps the economic features essential for migrants' labour market integration, along with feasible ways and specific policies for immigrants' labour market success (with favourable impacts upon the employment rates of the foreign population). Since, EU Member States are basically grouped into sending and receiving countries, our analysis is made for ten host economies with large inflows of labour immigrants (EU-10), respectively Spain, Italy, Belgium, Denmark, Finland, France, United Kingdom, Germany, Austria and Sweden.* ***Method:*** *For our analysis we have applied the following econometric procedures: (i) immigration clusters analysis through the Ward method, based on the interlinkages between economic welfare at destination, employment opportunities for the foreign population, migrant integration policies and associated governmental efforts, educational background; (ii) spatial analysis models and other three econometric procedures, respectively the robust regression (RREG), Panel Corrected Standard Errors (PCSE) and Arellano-Bond Dynamic Generalized Method of Moments (GMM). The analysed timespan is 2000–2015.* ***Findings:*** *The impact of the proposed research is reflected through a set of new specific tailored ways, policies and strategies that can be adopted and implemented by policy makers across Europe to enhance a proper labour market integration of the foreign population.*

Key Words: *International Migration, Employment, Integration, Policies, Macro-econometric Models*

[1] Associate Professor PhD, West University of Timisoara, Faculty of Economics and Business Administration, Department of Marketing and International Economic Relations, Timisoara, Romania, Email: gratiela.noja@e-uvt.ro
2 Professor PhD, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, Department of Finance, Banking and Economic Analysis, Craiova, Romania, Email: mirelas.cristea@gmail.com
3 Professor PhD, Adnan Menderes University, Tourism Faculty, Kusadasi Aydin, Turkey, Email: atilayuksel@gmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Üniversite öğrencilerinin İngilizce konuşma kaygısını etkileyen faktörler

Tuğba Elif Toprak Yıldız[1]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş*: Yıllardır ikinci ve yabancı dil öğrenme bağlamlarında gerçekleştirilen ampirik araştırmalar, dil öğreniminin yabancı dil kaygısı (FLA) adı verilen bir kaygı çeşidine yol açabileceğini ve bu kaygının yabancı dil öğrenme sürecini ve sonuçlarını önemli ölçüde etkileyebileceğini ortaya koymuştur. Yabancı dil kaygısının niteliği ve bu kaygının dili anlama, işleme ve kullanma süreçleri üzerindeki etkileri birçok çalışmada ele alınmasına rağmen, yabancı dil konuşma kaygısını kendi başına bir olgu olarak incelemeyi ve bu kaygının başlıca nedenlerini belirlemeyi amaçlayan çalışma sayısı nispeten sınırlı kalmıştır.* ***Amaç****: Bu çalışma, yetişkin dil öğrencilerinin yaşadığı yabancı dil konuşma kaygısını incelemeyi ve bu olguya yol açan faktörleri saptamayı amaçlamaktadır.* ***Yöntem:*** *Bu çalışmada, yükseköğretim bağlamında eğitim gören ve İngilizce konuşma dersine devam eden lisans öğrencilerinin yabancı dil konuşma kaygısını daha iyi anlayabilmek için nitel araştırma dizaynı kullanılmıştır. Nitel veri, yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile toplanmış ve analiz edilmiştir.* ***Bulgular:*** *Çalışmanın bulguları, bir dizi eğitimsel, kişisel ve bağlamsal faktörün katılımcıların yaşadığı konuşma kaygısını tetikleyebileceğini göstermiştir.*

Anahtar Kelimeler—*Yabancı Dil Eğitimi, Yabancı Dil Kaygısı, Konuşma Kaygısı*

Factors associated with EFL university students' speaking anxiety

Abstract

Introduction: *For decades, research conducted in second/foreign language learning contexts has revealed that second/foreign language learning may lead to a situation-specific type of anxiety named foreign language anxiety (FLA) and this anxiety may impact language learning process and outcomes to a considerable extent. Although the nature of FLA and its effects on second/foreign language comprehension, processing and production have been explored in a significant number of studies, relatively limited attention has been paid to examine foreign language speaking anxiety as a construct and determine its main causes.* ***Aim:*** *This study aimed to examine foreign language speaking anxiety occurring in adult English language learners and determine the factors which might lead to such a phenomenon.* ***Method:*** *The study used the qualitative design to gain more profound insights into participants' speaking anxiety. The participants were undergraduate students enrolled in an English speaking class in a higher education setting. The data were collected through semi-structured interviews.* ***Findings:*** *The findings indicated that a set of educational, personal and contextual factors might trigger speaking anxiety experienced by the participants. The findings are discussed, and implications are made.*

Keywords—Foreign Language Education, Foreign Language Anxiety, Speaking Anxiety

JEL Classification Codes:

[1] Dr.Öğrt.Üyesi, İzmir Bakırçay Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Yabancı Diller Bölümü, Türkiye, toprak@bakircay.edu.tr

Tutumsal Sadakat Öncülleri: Sigortacılık Sektörüne Yönelik Bir Uygulama

Fatma DEMİRAĞ[1]

Giriş*: Sigorta pazarlaması literatüründe verimli iki yönlü iletişim kanalları kurarak ve koruyarak sigorta şirketleri güven oluşturmak ve ortak üretimi teşvik etmek için memnuniyet ve tutum sadakatini olumlu yönde etkileyen sık ve dürüst iletişim kullanılmalıdır. Bu makale sigorta şirketleri için çok önemli bir kavram olan tutumsal sadakati tanımlamaktadır*.

Amaç*: Bu yazının amacı sigorta endüstrisi için kritik öneme sahip sadakat öncüllerini incelemek ve müşteri sadakatinin nasıl arttırılabileceğini tartışmaktır.*

Yöntem: *Sigorta müşterileri arasında araştırma gerçekleştirilmiştir. Verileri analiz etmek için ve sadakat öncüllerinin etkisini tahmin etmek için regresyon analizi kullanılmıştır.*

Bulgular: *Sonuçlarda sigorta endüstrisi için birlikte üretim, güven ve memnuniyet tutumsal sadakati olumlu yönde etkilemektedir.*

*.**Anahtar Kelimeler—** Birlikte üretim, Güven, Memnuniyet, Tutumsal Sadakat*

Attitudinal loyalty antecedents: An Application for the Insurance Sector

Abstract

Introduction: *Frequent and honest communication should be used that positively affects the satisfaction and attitude loyalty in the insurance marketing literature by establishing and maintaining efficient two-way communication channels and building trust in insurance companies and encouraging joint production. This article describes the attitude concept which is a very important concept for insurance companies.*

Aim: *The aim of this paper is to examine the pioneering loyalty pioneers for the insurance industry.*

To discuss how to increase customer loyalty.

Method: *Research was conducted among insurance customers. Regression analysis was used to analyze the data and to estimate the effect of loyalty antecedents.*

Findings: *In conclusion, co-production, confidence and satisfaction for the insurance industry positively affect attitudesal loyalty.*

Keywords— Co-production, Confidence, Satisfaction, Attitudinal Loyalty

JEL Classification Codes: *M31, M39*

[1] Araştırma Görevlisi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Sigortacılık ve Risk Yönetimi, Türkiye, Fatma.demirag@dpu.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Turistik Tüketicilerin Kişilik Tiplerinin Yiyecek Neofobisine Etkisi Var mıdır?

Burçin Boz[1], Eda Fındık [2], Bayram Şahin[3]

Özet

Giriş*: Yeme içme faaliyeti insanların hayatta kalmaları için hayati bir öneme sahiptir. Ağırlama ve yiyecek içecek endüstrisi de tüketicilerin hayati öneme sahip olan bu ihtiyacını karşılayan sektörlerin başında gelmektedir. Yeme içme faaliyeti son yıllarda hayatta kalmak için gerekli bir fonksiyondan çok daha fazlasını barındıran bir deneyime dönüşmüştür. Tüketiciler farklı lezzetler deneyimlemek için çeşitli yeme içme organizasyonlarına katılmaktadırlar. Gastronomi turizmi de bu değişen talebin organize olduğu yeni bir turizm çeşidi olarak ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar tüketiciler farklı lezzetler tatmak amacıyla farklı yiyecekleri deneyimleseler de yeni yiyeceklerin benimsenmesi bazı tüketiciler tarafından kolay olmayabilmektedir. Tüketicilerin yiyecekleri ürünleri deneyimleyememesinde etkili olabilecek faktörlerden biri de kişilik olarak düşünülebilir. Kişilik, bireyin algılama, yorumlama ve harekete geçme bakımından olayları farklı değerlendirmesine neden olabilmektedir. Kişiler bazen farklı nedenlerle, yeni yiyecek deneme konusunda isteksiz olabilmektedirler. Kişilerin yeni veya yabancı yiyecekleri kabullenememesi ya da bu yiyecekleri denemekten kaçınması veya korkması neofobi olarak ifade edilmektedir.* ***Amaç****: Bu çalışma kişilik tiplerinin turistik tüketicilerinin yiyecek neofobisi üzerinde nasıl bir etkisinin olduğunu belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.* ***Yöntem:*** *Araştırma deseni olarak nicel araştırma deseni kullanılmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde anket kullanılmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemi ile online (internet üzerinden) olarak toplanmıştır.* ***Bulgular:*** *Araştırma kapsamında 103 kişiden veri toplanmıştır. Veriler SPSS 19 yazılımı aracılığıyla elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre tüketicilerin yaşı arttıkça yeni yiyeceklere karşı neofobi eğilimi azalmaktadır. Kadın ve erkek tüketiciler arasında yeni yiyeceklere karşı neofobi eğilimi açısından farklılık olmadığı görülmektedir. Son olarak kişilik tiplerinin tüketicilerin yiyeceklere karşı neofobi eğilimine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır.*

Anahtar Kelimeler— *Neofobi, Kişilik Tipleri, Turizm, Gastronomi*

JEL Kodlar: *L83*

[1] Öğretim Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı,Türkiye, burcin.sonmez@bilecik.edu.tr
2 Öğretim Görevlisi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Türkiye, eda.findik@iste.edu.tr
3 Doçent Doktor, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Türkiye, bsahin@balikesir.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

BİST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde Yer Alan Şirketlerin Sürdürülebilirlik Önceliklerinin İncelenmesi

Ayşegül Özbebek Tunç[1]

Özet

Giriş*: Borsa İstanbul (BİST), 4 Kasım 2014 tarihi itibariyle bünyesinde işlem gören şirketlerin sürdürülebilirlik performansını ölçerek sürdürülebilirlik konusunda anlayış geliştirmek, bilgi sağlamak ve uygulamaları teşvik etmek amacıyla Sürdürülebilirlik Endeksi'ni faaliyete geçirmiştir. Kasım 2018-Ekim 2019 döneminde endekste yer alan elli şirket, endeks seçim kriterlerini karşılayan ve belirli dönemlerde sürdülebilirlik raporlarını yayınlayan şirketlerdir. Endeks seçim kriterleri; çevre kriterleri (çevre, biyoçeşitlilik, iklim değişikliği), kurumsal yönetim kriterleri (yönetim kurulu yapısı, rüşvetle mücadele) ve sosyal kriterlerden (insan hakları, sağlık ve güvenlik) oluşmaktadır.* ***Amaç****: Bu çalışmada söz konusu elli şirketin sürdürülebilirlik raporları incelenecek, özellikle altı çizilen sürdürülebilirlik hedeflerinin neler olduğu ve hangi endeks kriterlerinin ve konuların önceliklendirildiği belirlenecektir. Ayrıca bu önceliklendirmenin şirketlerin çevre politikalarına ne derecede yansıdığı ve bu amaçla dahil olunan girişimlerin neler olduğu tespit edilecektir.* ***Yöntem:*** *Nitel bir araştırma desenine sahip olan bu çalışma için BİST, Kamuyu Aydınlatma Platforumu (KAP) ve şirketlerin websitelerinden sağlanan ikincil veriler kullanılacak ve bu veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilecektir.* ***Bulgular:*** *Verilerin kodlanması ve analiz süreci devam etmekte olup bulgular tam metinde sunulacaktır.*

Anahtar Kelimeler— Borsa İstanbul (BİST), Sürdürülebilirlik Endeksi, Sürdürülebilirlik Raporları, Öncelikler

An Examination of the Sustainability Priorities of Companies in the BIST Sustainability Index

Abstract

Introduction: *Borsa Istanbul (BIST) has launched the Sustainability Index to develop an understanding of sustainability, to provide information and to encourage practices by measuring the sustainability performance of the companies traded within BIST since 4th November 2014. Fifty companies included in the index during the period of November 2018-October 2019 are companies that meet the index selection criteria and publish sustainability reports at specific periods. Index selection criteria; environmental criteria (environment, biodiversity, climate change), corporate governance criteria (board structure, anti-bribery) and social criteria (human rights, health and security).* ***Objective:*** *In this study, the sustainability reports of these fifty companies will be examined and especially the underlined sustainability targets and which index criteria and issues are prioritized will be determined. In addition, the extent to which this prioritization is reflected in the company's environmental policies and what are the initiatives involved to realize these policies are identified.* ***Method:*** *For this study, which has a qualitative research design, secondary data obtained from BIST, Public Disclosure Platform and companies'*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, aozbebek@istanbul.edu.tr

websites will be used and these data will be analyzed by content analysis method. ***Findings:*** *The findings will be presented in the full text version of the study because of proceeding of coding and analysis of the data.*

Keywords— Borsa Istanbul (BIST), Sustainability Index, Sustainability Reports, Priorities

JEL Classification Codes: *M14, M19*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Muhasebe Meslek Mensubu Eğitiminde Uluslararası Muhasebeci Eğitimi Standartları (UMES)'nın (International Education Standards for Professional Accountants-IESs) Önemi ve Lisans Düzeyinde Entegrasyonu

Ayşenur ALTINAY[1]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş*: Muhasebe mesleği insanlık tarihinin en eski zamanlarından beri varolmuştur. İnsanların ve toplulukların mali nitelikli olayları kaydetme ihtiyacından doğan muhasebe sistemi ve muhasebecilik mesleği, gelişen ve değişen koşulara uyum sağlayarak günümüze kadar ulaşmıştır. Her ne kadar ülkemizde meslek olarak kabul edilmesi 1990'lı yılara rastlasa da kurumsal oluşumunu hızlı bir şekilde tamamladığı görülen muhasebe sistemi ve muhasebecilik mesleği günümüzde de önemli dönüşümlere ihtiyaç duymaktadır. Bunun altında yatan en önemli neden doğru, güvenilir ve anlaşılabilir bilgiye duyulan ihtiyacın giderek artan önemidir.* ***Amaç****: Bu amaçla çalışmada, muhasebe mesleğinin tarih boyunca yaşadığı dönüşüm hakkında bilgi verilerek muhasebe meslek mensubu olma hakkı tanınan lisans bölümlerinin müfredatları ve sınavların içerikleri incelenerek Uluslararası Muhasebeci Eğitimi Standartları (UMES)'nın Türkiye'de yürütülmekte olan müfredatlara entegrasyonu incelenecektir.* ***Yöntem:*** *Çalışmada tarihsel gelişimin ve mevcut durumun ortaya konulabilmesi amacıyla yöntem olarak sosyal bilimlerde araştırma yöntemlerinden içerik analizi ve bibiliyometrik veri analizi yöntemi kullanılacaktır. Lisans düzeyinde verilen eğitimlerin yeterliliğinin ölçülebilmesi ve Uluslararası Muhasebeci Eğitimi Standartları (UMES)'nın uygulanabilirliğinin ortaya konulabilmesi amacıyla Lojistik Regresyon Yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntemin tercih edilmesinin altında yatan en önemli neden yöntemde bağımlı değişkenin kategorik olması ve normal dağılım göstermesi şartının aranmamasıdır.* ***Bulgular:*** *Çalışma kapsamında içerik analizi ve bibliyometrik veri analizi yöntemiyle ortaya konulan bulgular incelendiğinde uluslararası muhasebe standartlarının, uluslararası finansal raporlama standartlarının ve uluslararası denetim standartlarının eğitim müfredatlarında henüz yaygın olarak yer almadığı dikkat çekmektedir. Uluslararası Muhasebeci Eğitimi Standartları'nın uygulanabilirliğine ilişkin olarak lojistik regresyon yöntemi ile yapılan analizin sonucunda, entegrasyonun sağlanmasının eğitim kalitesini ve muhasebe meslek mensuplarının mesleki bilgi ve becerilerinin düzeyine olumlu yansıyacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular literatürle uyumludur.*

Anahtar Kelimeler— *Muhasebe Eğitimi, Muhasebe Meslek Mensubu Eğitimi, Uluslararası Muhasebeci Eğitimi Standartları (UMES)*

JEL Sınıflandırması: *M40, M41, M49*

The Importance of International Accounting Standards for Professional Accountants (IESs) and Bachelor's Degree in International Professional Accountant Education

Abstract

Introduction: *The accounting profession has existed since the earliest times in human history. The accounting system and accountancy profession, which arises from the need of people and communities to record financial events, has reached today by adapting to the changing and changing conditions. Even though it was seen as a*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, İİBF, İşletme, Türkiye, aysenur.altinay@usak.edu.tr

profession in our country in the 1990s, the accounting system and accountancy profession, which seems to have completed the institutional formation rapidly, still needs significant transformations. The most important reason behind this is the growing importance of the need for accurate, reliable and understandable information. ***Aim:*** *For this aim, accounting provide information about transformations that throughout the history of the profession accounting profession of the licensing department recognized the right to be members of examining the curriculum and the content of the exam International Education Standards for Professional Accountants (IESs) which will examine the integration of the curriculum being carried out in Turkey.* ***Method:*** *In the study, content analysis and bibiliometric data analysis method will be used as a method in order to reveal the historical development and the current situation in research methods in social sciences. Logistic Regression Method was preferred in order to measure the adequacy of the trainings given at the undergraduate level and to demonstrate the applicability of the International Education Standards for Professional Accountants (IESs). The most important reason underlying this method is that the dependent variable is categorical and does not require a normal distribution.* ***Findings:*** *When the findings of the content analysis and bibliometric data analysis are examined, it is noteworthy that international accounting standards, international financial reporting standards and international auditing standards are not yet widely used in the education curricula. As a result of the analysis conducted with logistic regression method in relation to the applicability of the International Education Standards for Professional Accountants (IESs), it was concluded that the integration will reflect the quality of education and the level of professional knowledge and skills of professional accountants. The findings are consistent with the literature.*

Keywords— Accounting Education, Accounting Profession Education, International Education Standards for Professional Accountants (IESs)

JEL Classification Codes: *M40, M41, M49*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Yapay Zeka Ve Dijitalleşmenin Muhasebe Mesleğine Yansımaları

Ahmet COŞKUN*

Dilek ÖNGÜL**

ÖZ

İnsanın yaşamını kolaylaştıran ve zaman tasarrufu sağlayan elektronik ürünlerin çoğalması ile beraber yapay zeka uygulamaları da ayrı bir önem kazanmıştır. Tarihçesi 1940'lı yıllara dayanan yapay zeka çalışmalarının özü insan hayatını kolaylaştıran robotik uygulamaların insan davranışlarından çıkarımlarda bulunarak onlar gibi düşünüp işlemleri yapması ve görevleri yerine getirmesidir. Son yıllarda yapay zeka uygulamaları, bir çok sektörde yer edinmiş ve kullanılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmamızda yapay zekanın uygulama alanları ile birlikte muhasebe işlemlerine etkisi irdelenmeye çalışılacaktır. Bu bağlamda, muhasebe de belge düzenlenmesinden belgenin işlenip muhasebe sürecinde rapora dönüşmesi aşamalarına kadar tüm aşamalarda uygulanabilirliği avantaj ve dezavantajları gibi durumlar açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Yapay Zeka, Dijitalleşme, Muhasebe Mesleği

* Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Bankacılık ve Finans Bölümü
** Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Öğrencisi

Ücretli Poşet Sisteminin Uygulanması Ve Muhasebeleştirilmesi

Ahmet COŞKUN*

Nazlı Hande SEZGİN**

ÖZ

Tüm canlıların ortak yaşam alanı olan yeryüzünün korunması ve sonraki nesillere daha güzel, temiz ve yaşanabilir bir çevre bırakmak tüm insanlığın ortak hedefi olmalıdır. Türkiye'de bu bağlamda çevreyi korumak ve kullanılan plastik poşet miktarını azaltmak, aynı zamanda çevresel zararlarından ve ekonomik maliyetlerinden tasarruf etmek amacıyla 10.12.2018 tarihinde 30621 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Çevre Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun yürürlüğe girmiştir. Bu yasa ile 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren alışverişlerde kullanılacak olan plastik poşetler tüketicilere ücret karşılığında verilmeye başlanmıştır.

Yukarıda belirtilen yasanın yürürlüğe girmesiyle birlikte muhasebe uygulamalarında yeni prosedürler ortaya çıkmıştır. Yaptığımız çalışmada ücretli poşet satış beyannameleri, geri kazanım katılım payı, gecikme zammı, taban fiyat, KDV oranları, ücretli poşet satışı muafiyeti gibi özellikli durumlarda, ücretli poşet satışı yapan işletmelerin yapacağı muhasebe uygulamalarına katkı sunmak hedeflenmiştir. Bu amaçla yapılan çalışmada hayatımıza çok yeni girmiş olan bu yasanın uygulamasında tereddütlü durumlara ışık tutarak, örnek muhasebe uygulamaları ile meslek mensuplarının işlerini yapmada rehberlik etmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ücretli Poşet Sistemi, Geri Kazanım Katılım Payı, Beyannameler

* Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Bankacılık ve Finans Bölümü
** Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Öğrencisi

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Faiz Marjlarının Bankaların Risk Üstlenmesinde Etkisi Var mı?- Türkiye Örneği

Adalet Hazar[1], Şenol Babuşcu [2], M. Oğuz Köksal[3], M. Agah Tekindal[4]

Özet

Giriş: Finansal piyasalardaki değişiklikler bankacılık sektörünün her türlü faaliyetini doğrudan etkilemektedir. Etkilenen konular arasında faiz gelirleri ve giderleri arasındaki fark olarak adlandırılan faiz marjı en temel konuların başında gelmektedir. Piyasada faiz marjındaki daralma bankaların gelir seviyelerini korumak üzere risk iştahında ve dolayısıyla kredi hacminde artış yaratırken, faiz marjlarının arttığı dönemlerde risk iştahının azalması beklenen bir durumdur. 2000 Kasım-2001 Şubat Krizlerinden sonra köklü bir yeniden yapılanma ve yapısal reformların söz konusu olduğu Türk Bankacılık Sektöründe, 2004 yılı sonundan itibaren iyileşme belirtilerinden bahsedilebilir. **Amaç**: Çok önemli yapısal değişikliklerin olduğu bir ortamda Türk bankalarının hacimsel risk üstlenme eğiliminde de buna bağlı bir değişiklik olup olmadığını sorgulanması bu konunun temasını oluşturmaktadır. **Yöntem:** Bu çalışmada Türk Bankacılık Sektörünün en büyük mevduat bankalarından çok şubeli 15 bankanın verileri panel veri analizi yöntemi ile incelenmektedir. Bağımlı değişken olarak sektörün risk göstergeleri alınmaktadır. Bağımsız değişkenler ise literatürde yer alan değişkenlerin yanı sıra faiz marjı olmaktadır. **Bulgular:** Faiz marjındaki azalmanın hacimsel risk üstlenme eğiliminde olumlu etkisinin olması beklenmektedir. Ancak analiz sonucunda sahiplik yapısı ve ölçek açısından farklı bulgulara rastlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler— *faiz marjı, risk üstlenme, bankacılık sektörü*

Does Interest Margin Have An Effect On Banks' Risk Assumption? - The Case of Turkey

Abstract

Introduction: Changes in financial markets directly affect all activities of the banking sector. The interest margin, which is called the difference between interest income and expenses, is among the most important issues. While the contraction in the interest margin in the market creates an increase in the risk appetite and hence the credit volume in order to maintain the income levels of the banks, it is expected that the risk appetite will decrease in the periods when the interest margins increase After the crises of November 2000-February 2001, it can be said that the Turkish Banking Sector, which underwent a fundamental restructuring and structural reforms, has improved since the end of 2004. **Aim**: In an environment with very important structural changes, the question of whether there is a change in the volumetric risk assumptions of Turkish banks is the theme of this issue **Method**: In this study, the data of 15 banks with multiple branches from the largest deposit banks in the Turkish Banking Sector are analyzed by panel data analysis. Risk indicators of the sector are taken as dependent variable. The independent variables are the interest margin as well as the variables in the literature. **Findings**: The decrease in interest margin

[1] Doç. Dr., Başkent Üniversitesi TBF Bankacılık ve Finans Bölümü, Türkiye, adalethazar@gmail.com
[2] Doç. Dr., Başkent Üniversitesi TBF Bankacılık ve Finans Bölümü, Türkiye, babuscu@baskent.edu.tr
[3] Dr., TC Ziraat Bankası Şube Müdürü, Türkiye, mokoksal@gmail.com
[4] Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Veteriner Fakültesi Zootekni ve Hayvan Besleme Bölümü Veterinerlik Biyoistatistik, Türkiye, matekindal@gmail.com

is expected to have a positive effect on the tendency to assume volumetric risk However, as a result of the analysis, different findings were found in terms of ownership structure and scale.

***Keywords*—** interest margin, risk taking, banking sector

JEL Classification Codes: *G10, G21*

Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Ders Programlarının Muhasebe Meslek Sınavlarına Katkısı: Ege Bölgesi Örneği

Mehtap Karakoç[1], Simge Çekmen[2]

Özet

Günümüzde muhasebe eğitimi alan öğrenciler, eğitim hayatları boyunca aldıkları teorik eğitimler sayesinde mesleğe adım atmaktadırlar. İş yaşamlarını muhasebe mesleği üzerine kurmayı hedefleyen öğrenciler, mezun olduklarında bazı meslek sınavlarını geçmek zorundadırlar. Bu anlamda üniversitelerden aldıkları teorik eğitimler, meslek yaşamlarına geçiş sürecinde önemli rol oynamaktadır. Muhasebe alanında hem teorik hem pratik temel eğitimin verildiği eğitim kurumları olan Uygulamalı Bilimler Yüksekokulları, mezunlarına meslek yaşamlarında ihtiyaçları olan eğitimi lisans düzeyinde vermeyi hedeflemektedir. Bu amaçla bu çalışmada, Ege Bölgesinde eğitim veren Uygulamalı Bilimler Yüksekokullarının ders programlarının Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) Staj Başlatma, SMMM Yeterlilik Sınavı, Kamu Personeli Seçme Sınavı ve Bağımsız Denetçilik Sınavı açısından uyumu araştırılmaktadır. Bu amaçla söz konusu üniversitelerde verilen derslerin sınav konularını karşılama durumları, zorunlu ve seçmeli derslerin sayıları, haftalık ders saatleri ile sınav içerisindeki oranları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, Muhasebe Eğitimi, Mali Müşavirlik Sınavı, Bağımsız Denetçi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

[1] Dr. Öğretim Üyesi, erdemmehtap@hotmail.com, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü
[2] semikulak@gmail.com, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Ahilik değerleri başarının sırrı olabilir mi? Uşak- Ulubey İlçesi Esnaf ve sanatkârları üzerinde inceleme

Kenan Sakallı[1], Ozan Çatır[2]

Özet

Giriş*: Selçuklu ve Osmanlı döneminde sosyal ve ekonomik hayatı felsefesi ve faaliyetleriyle düzenleyen Ahilik anlayışı özelde esnaf ve sanatkârların, genelde ise tüm toplumun gelişmesine katkı sağlayan önemli kurumlardan biridir. Günümüz esnaf ve sanatkârlarının uyguladığı birçok uygulama Ahilik geleneğinin devamı şeklinde kendini göstermektedir. Ama zamanla Ahilik anlayışının ilkeleri terk edilmiş ve kapitalist düzenin getirmiş olduğu ilkeler benimsenmiştir. Esnaf ve sanatkârların zamanla işlerini kaybetmelerinin nedeni Ahilik değerlerinde uzaklaşmaları olabilir mi? Bu problemin belirlenmesi ve hangi ahilik değerlerine sahip olduğunun tespit edilmesi esnaf ve sanatkârların işlerine devam edebilmeleri için çözüm yolları sunabilir.* ***Amaç****: Belirtilen durumların incelenmesi için yapılan çalışmanın amacı, Esnaf ve Sanatkârlarının ahilik değerlerinin, Uşak Ulubey ilçesi yerel halk tarafından nasıl algılandığını tespit etmektir.* ***Yöntem:*** *Çalışmada örneklem yöntemi olarak, kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu kapsamda örneklem, ana kütleyi oluşturan ilçe merkezinin farklı kesimlerinden belirlenmiş ve 400 kişi ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada frekans analizi, t testi ve Anova testleri yapılmıştır.* ***Bulgular:*** *Ulubey Esnaf ve sanatkârlarının Ahilik değerlerine sahip olma konusunda bazı problemlerin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *Esnaf ve Sanatkârlar, Yerel Halk, Ahilik Değerleri, Ahilik*

The Akhi Values may is the secret of success: Examination on tradesmen and craftsmen in Ulubey- Uşak

Abstract

Introduction: *The Seljuk and Ottoman period, the social and economic life of the philosophy and activities that regulate the understanding of Ahi in particular craftsmen and craftsmen, in general, is one of the important institutions that contribute to the development of the entire society. Today, many practices implemented by tradesmen and artisans show itself as a continuation of Ahi tradition. But in time, the principles of the understanding of Akhism were abandoned and the principles brought by the capitalist order were adopted. Can tradesmen and craftsmen lose their jobs in time because they move away from their values? Identifying this problem and determining which values it has can offer solutions for tradesmen and craftsmen to continue their work.* ***Aim:*** *The purpose of the study to examine the stated situations is to determine how the tradesmen and craftsmen 's values are perceived by the local people in Usak-Ulubey.* ***Method:*** *Sampling method was preferred as the sampling method in the study. In this context, the sample was determined from different sections of the*

[1] Öğr. Gör. , Uşak Üniversitesi, Ulubey Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi, Türkiye, kenan.sakalli@usak.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, Ulubey Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Türkiye, ozan.catir@usak.edu.tr

district center which constitutes the main body and a survey study was conducted with 400 people. In the study, frequency analysis, t test and Anova tests were performed. ***Findings:*** *As a result of the study, it was found that there were some problems regarding the ownership of the Akhism values of Ulubey Tradesmen and craftsmen.*

***Keywords*—** Tradesmen and Craftsmen, Local People, Akhism Values, Akhism

JEL Classification Codes: *M31, M39*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Finansal Fair Play ve Türk Futbolu

Doç. Dr. Adnan SEVİM[1]

Özet

Giriş*: Günümüzde futbol artık yalnızca bir spor olmanın çok ötesinde, büyük kitleleri arkasından taşıyan, hızla gelişen büyük bir endüstri haline gelmiş ve çok büyük bir ekonomik potansiyel yaratmıştır. Bu hızlı gelişmeler karşısında kulüplerin sportif faaliyetleri ile kurumsal sürdürülebilirliğinin aynı paralelde olmadığı görülmektedir. Spor kulüpleri ekonomik yapılarını geliştirmek ve sürdürülebilirlikleri sağlamak konusunda futbol branşına bel bağlamışlardır. Ancak, tüm ülkelerde sportif faaliyetlerdeki hızlı ve sürekli gelişme, kulüplerin finansal yapıları ile aynı paralelde olmamıştır. Aksine kulüplerin finansal yapıları bozulmuş ve kulüpler borç batağına saplanmış, halka arz veya zengin işadamlarına satılarak bu sorunlarına çözüm üretmeye çalışmışlardır. Bu çabalarda zamanla soruna çare olmamıştır. Soruna çözüm üretmek amacıyla Avrupa Futbol Federasyonları Birliği (Union of European Football Associations-UEFA)2000 yılında çalışmalar başlamıştır. UEFA'nın 2004 yılında ilk kez uygulamaya çalıştığı o zamanki ismiyle UEFA mali kriterleri bugünkü Finansal Fair Play Kuralları haline gelmiştir. Bu amaçla 2009 yılında UEFA İcra Kurulu tarafından UEFA Toplumsal Sorumluluk ve Finansal Fair Play Komitesini kurmuştur. Bu Komitenin temeldeki amacı, Avrupa Futbolunda rekabeti yeniden düzenlemek, kulüpleri sağlıklı ve istikrarlı bir maliye kavuşturmak, zayıf kulüpler ile güçlü kulüpler arasındaki rekabete finansal yönden de düzenlemek ve sürdürülebilirliği sağlamaktır. Bu amaçla UEFA futbolun doğasını koruyarak ve finansal sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla, "UEFA Kriterleri" olarak bilinen standartları yayınlamıştır. "Finansal Fair Play Kuralları", UEFA' nın mali kriterlerini oluşturmaktadır. Finansal Fair Play Kriterleri (FFPK), esas itibariyle; başa baş kuralı (denk bütçe) uygulaması, futbolcu, ve teknik adamlara yapılacak tüm ücret, maaş ve transfer ödemelerinin kulübün toplam gelirlerinin yüzde yetmişbeşinden daha az olması ve futbol dışı fonların kaynaklarına iade edilmesi ve rekabetin bu koşullarda devamının sağlanmasını hedeflemektedir. UEFA FFP Kuralları yürürlüğe girdikten sonra sürekli geliştirilmiş ve bu çerçevede kulüplere çeşitli yaptırımlar uygulanmıştır. Özellikle Türk Futbolu bu konuda sınıfta kalmış ve yaptırımlara maruz kalan en çok Türk takımları olmuştur. Bu nedenle Türkiye Futbol Federasyonu'da (TFF) Ocak 2016 yılında Kulüp Lisans ve Fair Play Talimatını yayınlamıştır. Bu talimatın amacı, "Türkiye Futbol Federasyonu Kulüp Lisans Kurulu'nun çalışma usul ve esasları ile kulüp lisans sisteminin bileşenlerini, işleyişini, lisans ana sürecini, UEFA Kulüp Lisans ve Finansal Fair Play Talimatı ve amaçları doğrultusunda UEFA müsabakalarına katılacak kulüplerin sağlamaları gereken asgari kriterleri, ulusal kulüp lisans sistemi kriterlerini, kriterleri yerine getirmeyen kulüplere uygulanacak yaptırımları ve Finansal Fair Play esaslarını düzenlemektir"(TFF). Bu çalışmada; FFP Kuralları çerçevesinde Türk Futbolundaki gelişmeler irdelenecektir.*

Anahtar Kelimeler— *UEFA Finansal Fair Play, Finansal Fair Play Kuralları, Türkiye Futbol Federasyonu*

Financial Fair Play and Turkish Football

Abstract

Introduction: *Today, football is now more than just a sport, it has become a rapidly growing industry with huge masses behind it and has created a huge economic potential. In the face of these rapid developments, it is seen that the sport activities of the clubs and corporate sustainability are not in the same parallel. Sports clubs have*

[1] Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı, Türkiye, asevim@anadolu.edu.tr

relied on the football sector to improve their economic structures and ensure sustainability. However, the rapid and continuous development of sporting activities in all countries has not been in line with the financial structures of the clubs. On the contrary, the financial structures of the clubs have deteriorated and the clubs have been stuck in debt, sold to the public or rich businessmen and tried to find solutions to these problems. In these efforts, the problem has not been remedied. In order to find a solution to the problem, the Association of European Football Associations (UEFA) started work in 2000. UEFA's financial criteria, which was then tried to be applied by UEFA for the first time in 2004, has become the current Financial Fair Play Rules. In 2009, the UEFA Executive Committee established the UEFA Social Responsibility and Financial Fair Play Committee. The main purpose of this Committee is to reorganize competition in European Football, to bring clubs to a healthy and stable finance, to regulate the financial aspects of competition between weak clubs and strong clubs and to ensure sustainability. To this end, UEFA published standards known as UEFA Criteria in order to protect the nature of football and to ensure financial sustainability. "The Financial Fair Play Rules" constitute the financial criteria of UEFA. Financial Fair Play Criteria (FFPK), mainly; The implementation of the head rule (equivalent budget) aims to ensure that all wages, salaries and transfer payments to the footballer and the technicians are less than seventy-five percent of the club's total revenues and that non-football funds are returned to their resources and that competition will be maintained in these conditions. The UEFA FFP Rules have been continuously developed after the entry into force and various sanctions have been imposed on the clubs. In particular, Turkish football has been the most experienced Turkish team in this class. Therefore, Turkish Football Federation (TFF) in January 2016 has published the Club Licensing and Fair Play Instructions. The purpose of these instructions, "Turkey Football Federation Club Licensing Committee's operating procedures and principles with the club licensing system components, operation, licensing the main process, the UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Instructions and purposes of the minimum criteria required to provide the clubs participating in UEFA competitions, national club to regulate the criteria of the licensing system, the sanctions to be applied to clubs that do not meet the criteria and the Financial Fair Play guidelines"(TFF). In this study; developments in Turkish Football within the framework of FFP Rules.

***Keywords*—** UEFA Financial Fair Play, Financial Fair Play Rules, Turkish Futbol Federation

JEL Classification Codes: *G32, M41, P68*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Deneyimsel Pazarlama Kapsamında Destinasyonlar İçin Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma

Full Text / Tam Metin

Ebru Avcı[1] Bilsen Bilgili[2] Emrah Özkul[3] Selda Uca[4]

Özet

Giriş*: Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler ve bilginin etkin kullanılmasına yönelik yenilikler, farklı bilgi teknoloji uygulamalarını yaygınlaştırmıştır. Konumlandırmada geleneksel tutundurma uygulamalarının yerini yeni bilgi teknolojisi uygulamaları almıştır. İşletmeler, bilgi teknolojilerinin getirdiği hızlı değişime ayak uydurabilmek, dijital dünyada etkin olan yeni nesil tüketici kitlelerine ulaşabilmek için artırılmış gerçeklik gibi teknolojik yöntemler kullanmaktadırlar. Gerçek dünya görüntüsünün zenginleştirilmesine olanak sağlayan artırılmış gerçeklik teknolojisi, pek çok alanda kullanıldığı gibi turizmde de kullanımı yaygınlık kazanan yeni bir deneyimsel pazarlama aracıdır. Turistlere/tüketicilere hoş duygular ve eşsiz deneyimler yaşatabilecek önemli bir potansiyele sahiptir. Bunun yanı sıra,turistik destinasyonların başarılı bir şekilde tanıtılmasında kullanılabilen bir tutundurma aracıdır.* ***Amaç****: Buradan hareketle bu araştırmada, Antalya ilindeki bir destinasyona ait olan artırılmış gerçeklik mobil uygulamasına yönelik olarak turistlerin/tüketicilerin deneyimsel pazarlama boyutları açısından tutumlarını ve geleneksel tanıtım araçlarından katalog ile karşılaştırılarak mobil uygulamanın etkinliğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Bu amaçla araştırma verileri, 394 tüketiciye yapılan anket çalışması ile derlenmiş, regresyon analizi, bağımsız örneklem t-testi ve frekans analizi teknikleri kullanılarak değerlendirilmiştir.* ***Bulgular:*** *Analizler sonucunda, her iki tutundurma aracının da destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, tutundurma araçlarına göre deneyimsel pazarlama boyutlarının, destinasyona yönelik tutumun ve satın alma niyetinin istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda çeşitli pazarlama stratejisi önerileri sunulmuştur.*

Anahtar Kelimeler—*Deneyimsel pazarlama, Artırılmış gerçeklik, Turistik Destinasyonlar, Turizm Sektörü*

A Research on Augmented Reality Applications for Destinations in the Scope of Experiential Marketing

Abstract

Introduction: *Developments in computer technology and innovations for effective use of information have spread different information technology applications. New information technology applications have been replaced traditional promotion applications in positioning. Enterprises use technological methosd such as augmented reality in order to keep up with the rapid changes brought by information technologies and to reach new generation consumer masses active in the digital world. Augmented reality technology, which enables the real*

[1] Yüksek Lisans Öğrencisi, ebruavci397@hotmail.com, Kocaeli Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Kocaeli, Türkiye.
2 Doç.Dr., bilsenbilgili@hotmail.com, Kocaeli Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Kocaeli, Türkiye.
3 Doç.Dr., emrahozkul@hotmail.com, Kocaeli Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Kocaeli, Türkiye.
4 Doç.Dr., seldauca@gmail.com, Kocaeli Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Kocaeli, Türkiye.

world image to be enriched, is a new experiential marketing tool which is widely used in tourism as it is used in many fields. It has a significant potential to provide tourists and consumers with pleasant feelings and unique experiences. It is also a promotional tool that can be used to successfully promote tourist destinations. ***Aim:*** *In this study, it is aimed to determine the attitudes of tourists / consumers in terms of experiential marketing dimensions for the augmented reality mobile application belonging to a destination in Antalya and to compare the effectiveness of the mobile application with the catalog of traditional promotional tools.* ***Method:*** *For this purpose, the data of the research were compiled with a survey of 394 consumers and evaluated using regression analysis, independent sample t-test and frequency analysis techniques.* ***Findings:*** *As a result of the analysis, it was determined that both promotional vehicles had an effect on the attitude towards the destination and purchase intention. In addition, it was found that experiential marketing dimensions, attitude towards destinations and purchase intention showed statistically significant differences according to promotion tools. In line with the results obtained, various marketing strategy suggestions were presented.*

Keywords *— Experiential marketing, Augmented reality, Destinations, Tourism Sector*

JEL Classification Codes: *M31, M37, L83*

1. GİRİŞ

Gelişen teknolojinin farklı deneyimler yaşanmasına olanak sağlaması, yeni neslin bu yöndeki beklentisi ve işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edebilmek için ürün farklılaştırmaya yönelişi deneyim ekonomisinin ön plana çıkmasında etkili olmuştur (Pine ve Gilmore, 1999). Deneyimsel pazarlama, sunulan ürün ya da hizmetin sağlayacağı fonksiyon ya da faydadan ziyade müşteriye yaşatacağı hoş duygular ve hatırlanabilir eşsiz anılara vurgu yapan bir yaklaşımdır. Yaratılmış görüntünün gerçek dünya görüntüsü üzerine eklenerek zenginleşmesine katkı sağlayan AG teknolojisi de bu yaklaşım çerçevesinde, tüketicilere farklı deneyimsel değerler sunabilmekte vehem ürün hem de hizmet sektöründe yaygın olarak kullanılmaktadır.

Hizmet sektörünün öncülerinden olan turizm, ülkelerin kalkınmasında önemli rol oynayan, ekonomik açıdan büyük getirileri olan ve hızla büyüyen, ülkelerin bu pazardan pay almak için rekabet ettiği önemli bir sektördür. İletişim teknolojilerinin gelişmesi, tüketici bilincinin artması ve pek çok ülkenin benzer çekiciliklere ve turizm ürünlerine sahip olması, turizm pazarındaki rekabeti artırmıştır. Bu bağlamda, birbirine benzer şehirler çeşitli pazarlama stratejileri aracılığıyla farklılaşarak markalaşmaya çabalamaktadırlar. Dolayısıyla, destinasyonun ilgi çekici olması kadar reklam ve tanıtımlarının iyi yapılmış olması da destinasyon tercihini etkileyen önemli etmenlerdendir (Çelik ve Gökçe, 2015: 29). Tüketicilerin bilgi düzeylerinin artması, zor beğenen bir yapı kazanmaları, geleneksel medya reklamlarına daha az hoşgörü ile yaklaşmaları (Erdil ve Uzun, 2010: 147) ve değişime hızlı bir şekilde uyum sağlayarak var olan teknolojiyi yeterli bulmayıp daha iyisini beklemelerinedeniyle (Topsakal ve diğerleri, 2018: 9; Köse ve Yengin, 2018) destinasyon tanıtımlarında yalnızca seyahat katalogları, broşürler, dergiler, web siteleri, sosyal medya platformları değil, aynı zamanda pek çok işletme tarafından kullanılan ve tüketicilerinilgi odağı olmaya başlayan artırılmış gerçeklik uygulamaları da kullanılabilmektedir.

Turistik deneyim seyahat öncesi, esnası ve sonrası olmak üzere üç aşamayı içermektedir. Her bir aşamada yaşanan deneyim, turistik ürünün zenginleşmesini sağlamaktadır(Alıntılayan Altay ve Çeti, 2018: 558 Aktaran Rızaoğlu, 2003: 170). Seyahat ihtiyacını ortaya çıkmasıyla birlikte bilgi arayışına giren

turistler, çok sayıda benzer ve çekici seçeneğin olması, değer-maliyet ilişkisi, bilgilerin niceliği ve niteliği, olası riskler, ürünün değeri, güvenilir olması gibi çoklu kriterleri göz önünde bulundurarak seyahat kararı alırlar(Bayazıt Hayta, 2008: 40).Kolay gibi görünen bu zorlu süreç, artırılmış gerçeklik uygulaması ile hızlı düşünme ihtiyacını karşılama, destinasyonlar ve turistik çekicilikler hakkında daha geniş bilgi sağlayabilme (Akkuş ve Akkuş, 2018),turizm deneyimini zenginleştirme ve memnuniyeti arttırma (Cehovin ve Ruban, 2017; Özgüneş ve Bozok, 2017; Yovcheva ve diğerleri, 2012) gibi imkânlar sunarak karar alma sürecini daha eğlenceli ve keyifli hale getirmektedir.Ayrıca, tüketme arzusunun bu teknoloji ile harmanlanması sonucu reklamlar ilgi çekici hal alarak tüketme istekliliğini artırmakta, tanıtılan markanın güvenilir ve kaliteli olduğu algısı daha rahat bir şekilde yaratılabilmektedir ve karar aşamasında seçim yapmakta zorluk yaşayan tüketicilere ürünü birebir deneyimleme açısından büyük avantajlar sağlamaktadır (Köse, 2017).

Artırılmış gerçekliğin turizm sektöründe kullanımı çeşitlilik kazanarak genişlediği söylenebilir. Yeni nesil tüketicinin teknoloji kullanımının yüksek olması sebebiyle giderek daha da önemli bir yer edinmesi muhtemeldir (Bilgili ve diğerleri, 2018(b): 295).

Yukarıda ifade edilen tüm bilgiler ışığında bu araştırmada,tutundurma araçlarından geleneksel katalog ve artırılmış gerçeklik uygulamasının deneyimsel pazarlama boyutları, destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyeti üzerindeki etkisinibelirlemekve bu etkinin araçlara göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Antalya ilinde bir bölgeye ilişkin hazırlanmış artırılmış gerçeklik uygulaması kullanılmıştır. 394 tüketiciye deneysel bir çalışma ile anket uygulanmıştır. Katılımcıların bu deneyime yönelik deneyimsel pazarlama boyutları, destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyetleri incelenmiştir. Böylece, artırılmış gerçeklik uygulamalarının geleneksel seyahat kataloglarına yönelik tutundurma çabalarına göre, deneyimsel pazarlama boyutları, destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyeti oluşturmadaki etkisive araçlara göre bu etkide farklılık olup olmadığı araştırılmıştır.

Araştırmadasonuçları, katalog ve artırılmış gerçeklik uygulamasıyla sunulan deneyimde, deneyimsel pazarlama boyutlarının destinasyona yönelik tutum üzerinde ve destinasyona yönelik tutumunda satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Katalog ve artırılmış gerçeklik uygulamalarına yöneliktutumların araçlar açısından birbirinden farklılık gösterdiği görülmüştür.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. DENEYİMSEL PAZARLAMA ve DENEYİMSEL PAZARLAMA BOYUTLARI

Deneyimsel pazarlama,müşterinin satın almış olduğu bir ürün veya hizmetin,kendi yaşamında yaratmasını beklediği farklılığı anlayabilme ve bu doğrultuda sunulmaya çalışılan deneyimsel çabalar şeklinde açıklanabilir (Güney ve Karakadılar,2015:133). Deneyimsel pazarlama ürün veya hizmetin sağladığı yarar ve fonksiyonellikten sıyrılıp sunulan deneyimleri ön plana çıkarması noktasında önem kazanmaktadır. Çünkü, tüketicilerin satın almalarında yalnızca rasyonelliğin değil aynı zamanda duygularında önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır (Schmitt,2010:63; Güney ve Karakadılar,2015:133). İşletmeler ise bu durumun farkında olarak rekabet avantajı elde edebilmek için hedeflerine ‘deneyimlerle hizmet’ şeklinde ulaşmaya çalışmaktadırlar (Kabadayı ve Alan,2014:213).

Duyguların daha fazla dikkate alındığı deneyimsel pazarlama, doğru bir şekilde kullanıldığı takdirde tarafları tatmin edecek bir strateji olarak kullanılabilmektedir (Çelik ve Gökçe,2015:31). Dolayısıyla işletmeler, tüketim öncesi, esnası ve sonrasında müşterilere unutulmaz ve sürekli hatırlanabilir deneyimler yaşatarak farklılaşabilmektedirler (Günay, 2008: 65; Varinli, 2012: 149).Bu duruma,Dubai'de gökdelen bir otel içerisinde eğlence olanaklarıyla donatılmış tropikal bir yağmur ormanı ve hatta Jurassic'den esinlenilmiş bir bataklık yaratılarak misafirlerine benzersiz deneyimler sunalabilecekbir otel projesi (https://edition.cnn.com) ya da Florida'da bir tema parkında Harry Potter serisindeki bazı sahnelerin artırılmış gerçeklik ile sunularak büyücülük dünyasının birebir deneyimleme şansının yaratılmaya çalışıldığı AG projesi(https://augmented.reality.news) örnek olarak verilebilir.Bu tür projeler, yalnızca işletmeleri değil aynı zamanda küresel boyutta birbirine benzer destinasyonları rakiplerine göre daha tercih edilebilir kılarak rekabet üstünlüğü elde eder konuma getirmektedir.

Yaşanan olumlu ya da olumsuz deneyimler,seçimler üzerinde hayati bir rol oynamaktadır. Olumlu deneyimler aynı seçimleri tekrarlatabilirken, olumsuz deneyimler farklı seçeneklere yöneltmektedir (Yıldız, 2016; Taş Gürsoy, 2016). Daha da önemlisi yaşanan deneyimler başka kişilerin tercihlerine de etki edebilmektedir. Bu durum kendini gerek ağızdan ağıza gerekse her bir tüketicinin birer pazarlamacı rolüne büründüğü sosyal medya mecrasında kendini göstermektedir.

Tüketicinin, karar esnasında yalnızca rasyonel şekilde değil aynı zamanda, ürün ve hizmetin vaat ettiği deneyimleri de dikkate alarak duygusal bir şekilde davranış sergilemesi sonucu, geleneksel pazarlama uygulamaları işletmelerin başarıya ulaşmasında yeterli olmamaktadır (Özmen, 2016: 300). Schmitt, deneyimi farklı kategorilere ayırarak sınıflandırmıştır. Bunlar; duyusal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel deneyimdir (Nagasawa ve Otsu, 2015: 74).

Duyusal Deneyim: Duyusal deneyimde görme, duyma, koku alma, dokunma ve tatma yolu ile duyulara hitap edilir (Schmitt, 1999: 61). Genellikle, ilk olarak deneyimlenen modüldür. Bununla birlikte, duygu durumunu etkilemesiyle pozitif veya negatif bir duyguya sebep olabilmekte, müşteriye zevk ve heyecan sağlayarak motive etmekte, satın alma davranışını etkilemekte ve ayrıca, işletmelere ürün farklılaştırma olanağı sunmaktadır (Deligöz, 2014: 54-57). Müşteri ile temasa geçilebilecek her bir noktada algı deneyimlerini artırabilmek için pazarlama yöneticilerinin bu yönde uğraşlarda bulunması gerekmektedir. Dikkat edilmesi gereken bir başka nokta ise, müşterilerin algı eşiklerinin tespiti ve bu eşiklerin artırılması gerekliliğidir. Aşırı reklam ve uyarıcının müşterileri rahatsız edebileceği de göz önünde bulundurulmalıdır (Varinli,2012: 156).

Duygusal Deneyim: Duygusal deneyim, tüketicilerde daha güçlü duygular oluşturmayı amaçlayan deneyimleri ifade etmektedir (Grundey, 2008: 139).Richins (1997: 137) ise, bir ürün yada hizmetin tüketimi sırasında yaşanan deneyim ile açığa çıkan duyguları, hisleri ve ruh hallerini tüketim duyguları olarak ele almaktadır. Güçlü duyguların oluşturulabilmesi müşteri üzerinde hangi uyarıcının nasıl bir duyguya neden olduğunun tespit edilmesine bağlıdır. Birçok reklamda duygusallığın yer alması sebebiyle tüketiciler bu tarz reklamları daha az dikkate almaktadır. Bu nedenle duygusallık yaratılırken basit mesajlardan ziyade yaratıcı mesajlara yer verilmelidir (Varinli,2012:156).

Düşünsel Deneyim: Düşünsel deneyimde, müşterilerin bilişsel ve problem çözme deneyimin yaşadığı ve yaratıcılığa yönlendirilmektedir. Müşterilereulaştırılan mesajlar konusunda düşünmelerinin

sağlanması ve işletmenin farklılıklarının ortaya konulması bu boyut içerisinde gerçekleşmektedir (Uygur ve Doğan, 2013: 35).

Davranışsal Deneyim: Davranışsal deneyimde, tüketicinin fiziksel deneyimlerine odaklanılır, davranışları değiştirilmeye çalışılır, tutumları etkilenir ve yaşam tarzını öğrenmeyi hedefler (Kailani ve Ciobotar, 2015: 285). Davranışsal değişimler rasyonel, motivasyonel, ilham verici ve duygusal olabilmektedir ve genelde rol modelleri içerir (Schmitt, 1999: 62). Tüketicilerin yaşamlarına renk katmada başarılı olabilmenin koşulu onların yaşamlarına dair bilgi sahibi olmaya bağlıdır. Bu durumu bir örnek ile açıklamak gerekirse, spor otomobil kullanmayı tercih eden bir tüketici, bu tercihiyle bağımsızlığa, özgürlüğe ve bireysel yaşama düşkün olduğu ile ilgili bilgi vermektedir (Varinli, 2012: 157). Tüketicilerin aynı zamanda ürün ya da hizmete ilişkin hatıralarında yer eden yaşamış olduğu tecrübelerle birlikte, yaşamayı arzuladığı hayat tarzı da stratejiler geliştirilirken dikkate alınmalıdır (Güney ve Karakadılar,2015:137).

İlişkisel Deneyim: İlişkisel deneyim, bireylerin kendilerini geliştirerek ulaşmayı hedefledikleri ideal benlik ile ürün arasındaki ilişki olarak değerlendirilebilir (Schmitt, 1999:62).Diğer boyutlarla da ilgili olmakla birlikte, müşterilerin bir grubun parçası olduklarını hissetmelerini sağlamak ve ait olma duygusunu oluşturmak amaçlanmaktadır (Özmen, 2016: 300). Yapılan tüketim, kişilerin kimliklerine dair sembolik bilgiler sunmaktadır. Günümüzde tüketiciler kendi kişiliklerini yaratma ve olmak istediği kimliği ifade edebilme ihtiyacı duymaktadır. Dolayısıyla, bu ihtiyacı karşılamada deneyimsel pazarlama önem kazanmaktadır (Deligöz, 2014: 63-65).

Olağanüstü bir tatile katılmak ve şaşırmak isteyen turistin, tatil deneyiminin zenginleştirilmesinde ve farklılaştırılmasında modern teknolojinin kullanım oranı her geçen gün artmaktadır. Turist memnuniyetini artırmada en etkili yöntem ise artırılmış gerçekliktir (Stasiak, 2013: 31-32).

2.2. DENEYİMSEL PAZARLAMA ARACI OLARAK ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK ve TURİZMDE KULLANIMI

Literatürde kavramın zenginleştirilmiş gerçeklik, geliştirilmiş ve eklenmiş gerçeklik gibi farklı şekillerde ifade edildiği ancak en yaygın kullanımının artırılmış gerçeklik olduğu görülmektedir (Karal ve Abdüsselam, 2015: 153).

Azuma ve diğerleri (2001:34) artırılmış gerçeklik nedir? sorusuna,*gerçek dünya görüntüsünü ile birlikte bilgisayar tarafından üretilen sanal nesneleribir arada gibi sunan sistemdir*şeklinde yanıt vermişlerdir. Milgram ve Kishino (1994: 1321) artırılmış gerçekliği, "bir ortamın gösteriminin sanal (bilgisayar grafiği) nesneler vasıtasıyla aktarılması" olarak ele alırken; Zhou, Duh ve Billinghurst (2008: 193) "bilgisayar tarafından oluşturulan sanal görüntülerin gerçek zamanlı olarak fiziksel nesneleri tam olarak kaplamasını sağlayan bir teknoloji" şeklinde tanımlamıştır. Yapılan tanımların özü itibariyle söz konusu kavramın, gerçek bir olgunun teknolojik donanımlar aracılığıyla zenginleştirilerek sunulduğu ortamlarıifade ettiği söylenebilir.

Artırılmış gerçekliğe ilişkin ilk düşüncenin 1901 yılında ele alınan "Ana Anahtar" (The Master Key) adlı romanda geçen, kişilerin karakterlerine yönelik işaretlemeler yapan,gözlükler olduğu düşünülmektedir (www.abebooks.com).Ancakartırılmış gerçekliğe dair ilk çalışmalara 1950'lerde rastlanmaktadır. Filmlerdeki görüntü ve seslere ilişkin titreşim ve kokunun ulaştırılmaya çalıştığı ilk Artırılmış Gerçeklik ürünlerinden biri olan Sensorama, 1962'de M. Heilig tarafından tasarlanmıştır. 1966'da Ivan sutherland tarafından başa monte edilen cihaz geliştirilmiştir. 1999 yılında Hirokazu Kato

tarafından ARToolKit uygulaması oluşturulmuştur. 2000 yılında, ilk artırılmış gerçeklik mobil uygulaması Bruce Thomas tarafından geliştirilmiştir. 2008 yılında Wikitude uygulaması ve 2010 yılı itibariyle de telefonlarda artırılmış gerçeklik uygulamaları kullanılmaya başlamıştır (Yılmaz ve Göktaş, 2018: 512).Son yıllarda, işletmelerin ürün ve hizmetlerinin tanıtımında ve pazarlanmasında akıllı cihazlar aracılığıyla kullanılabilen bir form kazanmasıyla insan yaşamında daha fazla yer edinmeye başlamıştır.

Bir şekilde insan yaşamına sızan vevazgeçilemez bir konuma gelen teknoloji, hayatı kolaylaştırma, daha eğlenceli ve zevkli bir hale getirme noktasında bu boyutuyla da kendine yer edinmektedir. İlk olarak askeri alanda kullanılan artırılmış gerçeklik, daha sonra sağlık, tasarım, eğlence ve eğitim gibi diğer alanlara doğru yayılım göstermiştir (www.regisapp.com; İçten ve Bal,2017:113). Turizm organizasyonları ve destinasyonlara ilişkin AG uygulamalarının ziyaretçilerin deneyimini pozitif bir şekilde etkileyerek katkı sağlayacağı (Dieck ve Jung, 2018: 155) düşünülmesi sebebiyle, söz konusu bu teknolojinin değerlendirilebileceği bir başka önemli alan olarak turizm karşımıza çıkmaktadır.

Dünya'da Marriot Hotels, City Hub Otel, Omni Hotels and Resorts, Premier Inn gibi konaklama işletmelerinde Artırılmış gerçeklik uygulamaları kullanılmaktadır (İlhan ve Çeltek, 2016: 590). Türkiye'de ise Belek'te faaliyette bulunan Rixos Sungate Otel, müşteri şikayetleri ve memnuniyetsizliğinin önüne geçmek için Rixos mobil uygulamasını kullanmaktadır. Müşteri şikayetlerinin sebebi ise, otelin çok büyük olması sebebi ile misafirlerin odasını bulamamasından kaynaklanmaktaydı. Bu sorunu yön tarif eden levhalar çözemeyince artırılmış gerçeklik uygulamasına başvurulmuştur.Söz konusu bu girişim hedefine ulaşmakla birlikte, Tripadvisor'da 17 puan artışına neden olmuştur (Bayram Dede,2011).

Sertalp (2018) zaman içerisinde yıkılan veya tahrip olan tarihi yapıların zarar görmemiş, orijinal hallerini görebilmeyi mümkün hale getirme, çocukların tarihi yerlere olan merakını artırma ve rehberli gezilerde gruba yetişmekte zorluk yaşayan engelli ziyaretçilere kolaylık sağlama anlamında artırılmış gerçeklik teknolojisine dikkat çekmektedir. Bu anlamda, ören yerlerine kurulacak ARtur standlarının tarihi alanların ziyareti sırasında yaşanacak dezavantajlı durumları azaltacağını ifade etmektedir. Dolayısıyla bu gelişme, kültürel miras alanlarının korunması ve sürdürülebilirliği açısından da önem taşımaktadır (Akkuş ve Akkuş, 2018: 97). Ayrıca, tarihi yapı ya damekânın zaman içerisinde değişimi de gösterilerek alternatif çekim noktaları yaratmak mümkün olabilir (Sertalp, 2016).

Turlar için geliştirilmiş artırılmış gerçeklik uygulaması da bulunmaktadır. Özellikle tarihi yerlere yönelik önemli bilgilerini ön plana çıkarma ve mevcut görüntüler üzerinde savaş gibi tarihi olayları canlandırmaya imkân sağlayabilmektedir (Bartie ve Mackaness, 2006: 64).

Teknolojik donanımlar ile desteklenerek çeşitli sesler ve titreşimler aracılığıyla yemek deneyiminin zenginleştirilmesine katkı sağlayan teknolojik masaların restoranlarda kullanımı da artış göstermektedir (Spence ve Piqueras-Fiszman, 2013: 3).

Otele ait genel alanları gezebilme, az bilinen destinasyonların bu ortamlarda tanıtılması, uçaklarda koltuk aralıklarını görebilme, turist rehberlerinin hologram görüntü ile destinasyonlara ve tarihi-turistik mekânlara ilişkin bilgileri aktarabilmesi gibi imkânlar artırılmış gerçekliğin gelecekteki kullanımına verilebilecek örnekler arasındadır (Ersu, 2018: 584).

3.Deneyimsel Pazarlama Kapsamında Destinasyonlar İçin Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma

3.1. AraştırmanınAmacı ve Önemi

Bilgi teknolojilerinin gelişimiyle birlikte pazarlama iletişimi de şekillenmektedir. Ürün ve hizmetlerin sahip olduğu özellikler ve sağladığı yararların ötesinde sıra dışı deneyim arayışında olan tüketiciler, özellikle de yeni nesil tüketiciler, dijital ortamlarda daha fazla zaman geçirme eğilimindedirler. Bir deneyimsel pazarlama aracı olan ve tüketicilere benzersiz deneyimler sunabilen artırılmış gerçeklik teknolojisi,bu anlamda pek çok sektörde kullanılmaktadır. Ülkeye sıcak para girişi sağlama, ekonomik anlamda zayıf bölgelerin gelişimine katkıda bulunma ve istihdam gibi katkıları gereği turizm sektöründe de kullanımı önem kazanmaktadır. Bu nedenle araştırmada, Antalya ilindeki bir destinasyona ait olan AG mobil uygulaması ve geleneksel katalog yöntemi kullanılarak, bu araçlara yönelik olarak turist/tüketicilerin deneyimsel pazarlama boyutları açısından tutumlarının satın alma niyeti üzerindeki etkisi ve tutumların kullanılan araçlara göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.Bu bağlamda birbirine benzer ve rekabet halinde olan destinasyonlarınhem pazarlama faaliyetlerininve tanıtımlarının daha etkili bir şekilde yapılabilme hem de karar aşamasında olan turistlerin çok sayıdaki çekici seçeneği elemesinde kolaylık sağlamave seyahat öncesi sürecin daha keyifli ve eğlenceli bir şekilde deneyimlenmesine katkı sağlama açısından AG mobil uygulamalarının etkinliğinin belirlenmesi önem taşımaktadır.

3.2. Araştırmanın Örneklemi

Bu araştırmada, Türkiye'de yaşayan 18 yaş üzerinde olan turistler/tüketiciler ana kütle olarak belirlenmiştir. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Çalışmanın örneklemi, deneysel çalışma ve ankete katılmaya gönüllü 394 katılımcıdan oluşmaktadır. Araştırmada, Antalya iline ait bir destinasyon için hazırlanmış artırılmış gerçeklik uygulaması kullanılmıştır. Artırılmış gerçeklik destekli video ve anket, online destekli bir şekilde hazırlanmış ve katılımcıların, AG destekli videoyu deneyimledikten hemen sonra ankete katılımı gerçekleşecek şekilde düzenlenmiştir.Daha sonra, link bir seyahat bloğunda paylaşılmıştır.

3.3. Veri Toplama Tekniği ve Ölçüm Aracı

Araştırma, anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir.Gözatım araştırmalarının en önemli aracı olarak, katılımcılardan bilgi toplamak amacıyla biçimlendirilmiş veri formlarına *Anket* denilmektedir (Nakip ve Yaraş, 2017:163). Görüşmeci önyargısını önleme, zaman ve maliyet kısıtlığı, uygulama ve tablolaştırma gibi hususlarda sağladığı kolaylıklar (Altunışık, 2008: 5) nedeni ile internet ortamında anket tekniği kullanımı tercih edilmiştir.

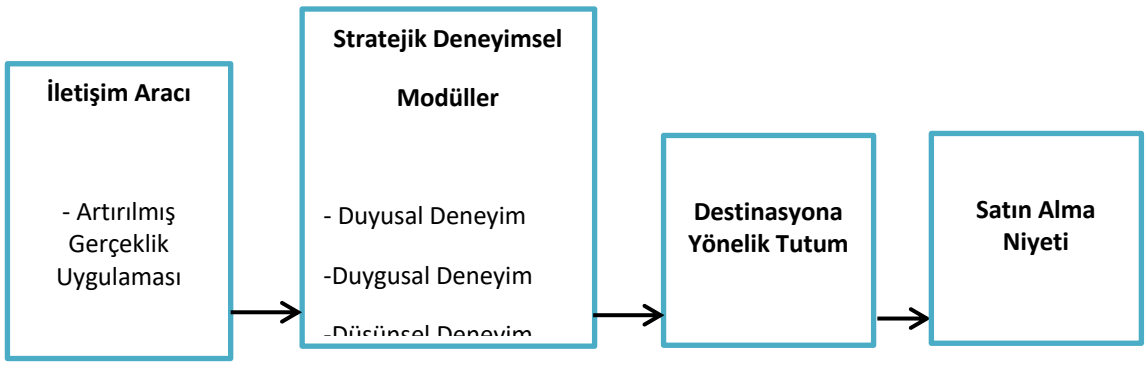
Genelden özele doğru hazırlanan anket formu, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde deneyimsel pazarlama boyutlarını içeren 30 ifade yer almaktadır. Bu ifadeler, Holbrook ve Hirschman (1982), O'Sullivan ve Spangler (1998) ve Schmitt (1999) çalışmalarından yararlanılarak hazırlanmıştır.İkinci bölümde, 10 ifade içeren "destinasyona yönelik tutum" ölçeği Chung ve diğerleri (2018)'den alınarak araştırmaya uyarlanmıştır. Üçüncü bölümde yer verilen ve 4 ifade içeren "satın alma niyeti" ölçeği ise, Chaudhuri (1999) ve Johnson ve diğerleri (2006)'den alınmıştır. Son bölümde cevaplayıcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 4 adet kapalı uçlu ve 1 adet açık uçlu soru bulunmaktadır. Anket içerisinde yer alan ifadeler 5'li likert tarzında (1: Kesinlikle katılmıyorum, 5:

Kesinlikle katılıyorum şeklinde) derecelendirilmiştir. Deneyimsel pazarlama, destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyetini ölçen her bir ifadenin hem klasik turizm seyahat kataloğu hem de artırılmış gerçeklik mobil uygulaması açısından değerlendirilebilecek şekilde anket düzenlenmiştir.

3.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada deneysel uygulama yapılmıştır. Katılımcılar, bir seyahat bloğunda paylaşılan link ile araştırmaya ilişkin anket ve AG videosunun yer aldığı platforma erişim sağlayabilmişlerdir. Cevaplayıcılar,katalog incelemesi ve artırılmış gerçeklik deneyimi yaşadıktan sonra ilgili anketegeçilebilmiştir.Ankette yer alan ifadeler,bu iki araç açısından, turistlerin/tüketicilerin deneyimsel pazarlama boyutlarına, destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyetine yönelik değerlendirmelerini içermektedir. %'li Likert ölçeğinden yöneltilen ifadelere yönelik cevaplayıcılardan elde edilen verilere göre,deneyimsel pazarlama boyutları, destinasyona yönelik tutumların satın alma niyeti üzerindeki etkisi ve tutumların kullanılan araçlara göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırma modeli *Şekil 1*'de gösterilmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Araştırma amacına göre test etmek için oluşturulan hipotezlere aşağıda yer verilmiştir. Hipotezler şu şekildedir:

H1: Artırılmış gerçeklik uygulaması (ve/veya katalog uygulaması) açısındandeneyimsel pazarlama boyutlarının destinasyona yönelik tutum üzerindeki etkisivardır.

H2: Artırılmış gerçeklik uygulaması (ve/veya katalog uygulaması) açısından destinasyona yönelik tutumun satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

H3: Artırılmış gerçeklik uygulaması, deneyimsel pazarlama boyutları açısından klasik katalog aracına göre farklılık göstermektedir.

H4: Artırılmış gerçeklik uygulaması, destinasyona yönelik tutumlar açısından klasik katalog aracına göre farklılık göstermektedir.

H5: Artırılmış gerçeklik uygulaması, satın alma niyeti açısından klasik katalog aracına göre farklılık göstermektedir.

3.5. Analiz ve Bulguların Yorumlanması

3.5.1. Demografik Özellikler

Araştırmada 394 kişiden oluşan katılımcıların demografik özelliklerine yönelik verilerinfrekanslarına ve ortalamalarınabakılmıştır ve *Tablo 1*'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

Sayı/Oran / **Demografik Özellikler**		**Sayı**	**Yüzde**
Cinsiyet	Kadın	259	65,7
	Erkek	135	34,3
Yaş	18-27	230	37,3
	28-37	67	31,3
	38-47	49	22,9
	48-57	37	8,5
	58 ve üzeri	11	2,8
Gelir	2000 TL ve Altı	56	14,5
	2001-4000 TL	205	52,0
	4001-6000 TL	93	23,6
	6001-8000 TL	25	6,3
	8001+	15	3,8
Eğitim	İlköğretim	54	13,7
	Orta Öğretim	127	32,2
	Üniversite	196	49,7
	Lisans Üstü	17	4,4
TOPLAM		**394**	**100,0**

Tablo 1'e göre katılımcıların (%65,7) 259'u kadın, (%34,3) 135'i erkektir. Yaş durumları değerlendirildiğinde (%37,3) 230'u 18-27 yaş grubu, (%31,3) 67'si 28-37 yaş grubu, (%22,9)'u 49'u"38-49 yaş grubu" ve (%8,5) 37'si "48-57 yaş grubu", (%2,8) 11'i ise "58 ve üzeri" yaş grubunu oluşturmaktadır.Katılımcıların, (%14,5) 56'sı "2000 TL ve altı" gelire, (%52,0) 205'i "2001-4000 TL" gelire, (%23,6) 93'ü "4001-6000 TL" gelire, (%6,3) 25'i "6001-8000 TL" gelire ve (%3,8) 15'i ise "8001 TL

ve üzerinde" bir gelire sahiptir. Eğitim durumuna göre dağılıma bakıldığında, (%13,7) 54'ü "İlköğretim", (%32,2) 127'si "Orta Öğretim", (%49,7) 196'sı "Üniversite" ve (%4,4) 17'si ise "Lisans Üstü"dür.

3.5.2. İletişim Araçlarına Göre Deneyimsel Pazarlama Boyutları veDestinasyona Yönelik Tutum Arasındaki Etkiler

Artırılmış gerçeklik ve katalog uygulaması açısından deneyimsel pazarlama boyutlarının destinasyona yönelik tutum üzerindeki etkisi basit doğrusal regresyon analizi ile test edilmiştir. Sonuçlar *Tablo 2* ve *Tablo 3*'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Katalog Uygulaması ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Deneyimsel Pazarlama Boyutları ile Tutum Arasındaki Regresyon Katsayıları

	Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t-değeri	Anlamlılık	TIF	VIF
		B	Standart Hata	Beta				
Katalog	**(Sabit)**	,571	,185		3,082	,002		
	Duyusal	,215	,070	,182	3,080	,002	,385	2,598
	Duygusal	,138	,060	,147	2,299	,022	,329	3,041
	Davranış	,146	,063	,150	2,330	,020	,325	3,081
	Düşünsel	,161	,058	,170	2,788	,006	,360	2,778
	İlişkisel	,215	,042	,264	5,166	,000	,515	1,941
Artırılmış Gerçeklik	**(Sabit)**	,029	,085		,347	,729		
	Duyusal	,129	,054	,127	2,413	,016	,251	3,985
	Duygusal	,067	,058	,071	1,153	,250	,185	5,407
	Davranış	,343	,069	,321	4,973	,000	,166	6,023
	Düşünsel	,247	,057	,249	4,357	,000	,212	4,720
	İlişkisel	,219	,053	,194	4,163	,000	,317	3,158

Katalog uygulaması açısından regresyon analizi sonuçları incelendiğinde deneyimsel pazarlama boyutlarının destinasyona yönelik tutum üzerinde etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre, destinasyona yönelik tutum üzerinde deneyimsel pazarlama boyutlarından duyusal deneyimin %21.5, duygusal deneyimin %13.8, davranışsal deneyimin %14.6, düşünsel deneyimin %16.1 ve ilişkisel deneyimin ise %21.5 oranında etkisi bulunmaktadır. *Tablo 2* artırılmış gerçeklik uygulaması açısından incelendiğinde benzer şekilde deneyimsel pazarlama boyutlarının destinasyona yönelik tutum üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Ancak, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etki derecesi

farklılık göstermektedir. Bu bağlamda, bağımlı değişken üzerinde deneyimsel pazarlama boyutlarından duyusal deneyimin %12.9, davranışsal deneyimin %34.3, düşünsel deneyimin %24.7 ve ilişkisel deneyimin ise %21.9'luk bir etkisi vardır. Duygusal deneyimin destinasyona yönelik tutum üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır (p<0,05). Katalog uygulaması ile yaşanılan duyusal ve duygusal deneyimin artırılmış gerçeklik ile sunulan deneyimden yüksek olduğu gözlemlenirken; davranışsal, düşünsel ve ilişkisel deneyimin etkisi beklenildiği gibi artırılmış gerçeklik uygulamasında daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. Deneyimsel Pazarlama Boyutlarının Destinasyona Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi

	Model	**R**	**R2**	**Düzeltilmiş R2**	**ANOVA F**	**ANOVA significant**	**Durbin-Watson**
Katalog	Deneyimsel Pazarlama Boyutları	,762	,581	,574	86,644	,000	1,869
Artırılmış Gerçeklik	Deneyimsel Pazarlama Boyutları	,888	,788	,784	227,896	,000	1,771

Tablo 3 katalog uygulaması açısından incelendiğinde R değerinin %76,2, determinasyon katsayısının %58,1 ve düzeltilmiş katsayısının da %57,4 olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre, deneyimsel pazarlama boyutlarına ilişkin regresyon katsayısının açıklama oranı %76.2'dir. Hata terimleri arasında Durbin Watson katsayısı 2'ye yakın bir değer (1,869) olduğundan otokorelasyonun olmadığı söylenebilir. Deneyimsel pazarlama boyutları ile destinasyona yönelik tutuma ilişkin model p<0,01 önem düzeyinde anlamlıdır. Benzer şekilde, *Tablo 3* artırılmış gerçeklik uygulaması açısından incelendiğinde R değeri %88,8, determinasyon katsayısı %78,8 ve düzeltilmiş katsayısı ise %78,4 şeklindedir. Buna göre, deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik regresyon katsayısının açıklama oranı %88.8'dir. Durbin-Watson katsayısı oranı (1,771) ise, otokorelasyonun bulunmadığını göstermektedir. Ayrıca, modelin anlamlı olduğu belirlenmiştir (p<0,01).

3.5.3. İletişim Araçlarına Göre Destinasyona Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Arasındaki Etkiler

Artırılmış gerçeklik ve katalog uygulaması açısından destinasyona yönelik tutumun satın alma niyeti üzerindeki etkisi basit doğrusal regresyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçlarına *Tablo 4* ve *Tablo 5*'te yer verilmiştir.

Tablo 4. Destinasyona Yönelik Tutum ile Satın Alma Niyeti Arasındaki Regresyon Katsayıları

	Model	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t-değeri	Anlamlılık	TIF	VIF
		B	Standart Hata	Beta				
Katalog	(Constant)	,886	,188		4,712	,000		
	Destinasyona Yönelik Tutum	,659	,048	,583	13,742	,000	1,000	1,000
Artırılmış Gerçeklik	(Constant)	,605	,083		7,268	,000		
	Destinasyona Yönelik Tutum	,735	,029	,769	25,059	,000	1,000	1,000

Tablo 4'e gösterildiği üzere, hem katalog hem de artırılmış gerçeklik uygulaması açısından bakıldığında destinasyona yönelik tutumun satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir (p<0,01). Bu etki katalog uygulamasında %65.9 iken, artırılmış gerçeklik uygulamasında %73.5'tir. Elde edilen sonuçlar, H2 hipotezini destekler niteliktedir.

Tablo 5. Destinasyona Yönelik Tutumun Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi

	Model	R	R2	Düzeltilmiş R2	ANOVA F	ANOVA significant	Durbin-Watson
Katalog	Destinasyona Yönelik Tutum	,583	,340	,339	188,834	,000	2,036
Artırılmış Gerçeklik	Destinasyona Yönelik Tutum	,796	,633	,632	627,959	,000	1,924

Tablo 5'te yer alan analiz sonuçları katalog uygulaması açısından incelendiğinde R değerinin %58.3, determinasyon katsayısının %34, düzeltilmiş katsayısının ise %33.9 olduğu görülmektedir. Buna göre, destinasyona yönelik tutuma ilişkin regresyon katsayısının açıklama oranı %58.3'tür. Ayrıca, Durbin-Watson istatistik değeri 2,036'dır ve otokorelasyon bulunmayıp yapılan analizin doğruluğunu ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, yapılan regresyon analizi artırılmış gerçeklik uygulaması açısından incelendiğinde R değerinin %79.6, determinasyon katsayısının %63.3 ve düzeltilmiş katsayısının ise %63.2 olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, destinasyona yönelik tutuma ilişkin regresyon katsayısının açıklama oranı %79.6'dır. Durbin Watson Katsayısı 1,924 tür ve otokorelasyon bulunmamaktadır.Her iki tutundurma aracı içinde destinasyona yönelik tutum ve satın almaya ilişkin modelin p<0,01 önem düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir.

3.5.4. Cevaplayıcıların Deneyimsel Pazarlama Boyutlarına İlişkin Farklılıklar

Artırılmış gerçeklik ve geleneksel katalog uygulamasının deneyimsel pazarlama boyutları açısından farklılıkları Paired Samples t-testi ile analiz edilmiştir ve *Tablo 6*'da analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 6. Cevaplayıcıların Destinasyon Tanıtımında Artırılmış Gerçeklik ve Geleneksel Katalog Tekniğinin Deneyimsel Pazarlama Boyutlarına Yönelik Tutumlar Açısından Karşılaştırılması

Değişkenler	t-Değeri	Sd	Anlamlılık (2-tailed)	Ortalama	Cronbach's Alfa Katsayısı
DUYUSAL DENEYİM					
Artırılmış Gerçeklik	25,634	384	,000	4,1807	0,922
Geleneksel Katalog				2,7857	0,915
DUYGUSAL DENEYİM					
Artırılmış Gerçeklik	21,598	384	,000	3,9838	0,920
Geleneksel Katalog				2,7028	0,913
DAVRANIŞSAL DENEYİM					
Artırılmış Gerçeklik	21,692	384	,000	3,6862	0,920
Geleneksel Katalog				2,5096	0,912
DÜŞÜNSEL DENEYİM					
Artırılmış Gerçeklik	20,909	384	,000	3,9019	0,920
Geleneksel Katalog				2,7029	0,914
DAVRANIŞSAL DENEYİM					
Artırılmış Gerçeklik	14,436	384	,000	3,1613	0,919
Geleneksel Katalog				2,4533	0,914

Tablo 6'ya göre, cevaplayıcıların deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik tutumları açısından artırılmış gerçeklik ve klasik katalog uygulaması arasında $p<0,01$ önem düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Deneyimsel pazarlama boyutlarına yönelik tutumların ortalaması her iki uygulama açısından değerlendirildiğinde, artırılmış gerçeklik uygulaması ile ilgili değerlerin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, bulgular H3 hipotezini destekler niteliktedir. Öne çıkan deneyimsel pazarlama boyutları sırasıyla duyusal, duygusal ve düşünsel deneyim şeklindedir.

3.5.5.Cevaplayıcıların Destinasyona Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyetine İlişkin Farklılıklar

Artırılmış gerçeklik ve geleneksel katalog uygulamasına ilişkin destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyeti açısından farklılıkları Paired t-testi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar *Tablo 7*'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Cevaplayıcıların Destinasyon Tanıtımında Artırılmış Gerçeklik ve Geleneksel Katalog Tekniğinin Destinasyona Yönelik Tutum ve Satın Alma Niyeti Açısından Karşılaştırılması

Değişkenler	t-değeri	Sd	Anlamlılık. (2-tailed)	Ortalama	Cronbach's Alfa Katsayısı
TUTUM					
Artırılmış Gerçeklik	25,634	384	,000	4,1807	0,918
Geleneksel Katalog				2,7857	0,913
SATIN ALMA NİYETİ					
Artırılmış Gerçeklik	21,598	384	,000	3,9838	0,921
Geleneksel Katalog				2,7028	0,915

Tablo 7'de artırılmış gerçeklik ve geleneksel seyahat kataloğu uygulamaları arasında destinasyona yönelik tutum açısından p<0,01 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık bulgulanmıştır. Ortalamalara göre Artırılmış gerçeklik uygulamalarının destinasyona yönelik tutum ortalamaları daha yüksek bulunmuştur ve H4 hipotezi kabul edilmiştir.

Artırılmış gerçeklik ve geleneksel seyahat kataloğu uygulamaları arasında satın alma niyeti açısından p<0,01 önem düzeyinde anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ve ilgili analiz sonuçlarına *Tablo 7*'de yer verilmiştir. Elde edilen verilere göre, satın alma niyeti ortalamalarının artırılmış gerçeklik uygulamasında daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda, H5 hipotezi doğrulanmıştır.

SONUÇ

İletişim araçlarından katalog ile artırılmış gerçeklik uygulamasına dair değerlendirmeler deneyimsel pazarlama boyutları, destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyeti değişkenleri açısından incelenmiştir.Yapılan analiz sonucundahem katalog hem de artırılmış gerçeklik uygulamasına yönelik deneyimsel pazarlama boyutlarının destinasyona yönelik tutum üzerindeki etkisi olduğu görülmüştür. Katalog uygulaması açısından deneyimsel pazarlama boyutlarının tamamının tutum üzerinde etkisi tespit edilirken, artırılmış gerçeklik uygulaması açısından yalnızca duygusal boyutun etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Boyutlar etki derecesi açısından kıyaslandığında, katalog uygulamasında duyusal ve duygusal boyutun; artırılmış gerçeklik uygulamasında ise düşünsel, davranışsal ve ilişkisel boyutlarının daha yüksek bir etkisi olduğu görülmektedir. Her iki iletişim aracı açısından destinasyona yönelik tutumun satın alma niyeti üzerinde etkisi bulunmakla birlikte, artırılmış gerçeklik uygulamasının etki derecesinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Araştırmanın bir diğer önemli sonucu ise, artırılmış gerçeklik uygulaması katalog uygulamasına göre deneyimsel pazarlama boyutları, destinasyona yönelik tutum ve satın alma niyeti açısından istatistiksel olarak daha yüksek bir farklılık gösterdiğidir. Buna göre, deneyimsel pazarlama boyutlarından duyusal, duygusal ve düşünsel deneyim boyutlarının en yüksek ortalamaya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda geleneksel bir yöntem olan katalog uygulamasına ilişkin deneyimsel pazarlama boyutlarının halen etkili olmasının nedenin, araştırma kapsamında seçilen Antalya ilinin popülerliği yüksek bir destinasyon olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Artırılmış gerçekliğin, destinasyona yönelik tutum (Chung ve Han, 2015; Lacka, 2018) ve satın alma niyetini(Bilgili ve diğerleri, 2018a); Pastırmacı, 2018; Poushneh ve Vasquez-Parraga, 2017; Keller ve diğerleri, 2015) güçlendirdiğiçeşitli araştırma sonuçları ile desteklenmektedir.Buna göre, destinasyon tanıtımlarının artırılmış gerçeklik uygulaması ile desteklenmesi tüketicilere duyusal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel deneyimler yaşamalarına daha fazla olanak sağlayarak destinasyona yönelik olumlu tutum geliştirme ve satın alma yönünde teşvik edecektir. Bu bağlamda, artırılmış gerçeklik uygulamalarının planlanmasında, tüketicilere benzersiz deneyim yaşatmanın önemli olduğunu göz önünde bulundurulması yararlı olacaktır.

Yeni nesil tüketiciler,dijital ve fijital ortamlarda daha fazla vakit geçirmektedir. Dolayısıyla,artırılmış gerçeklik gibi teknolojik uygulamalaryeni nesil tüketicilere ulaşabilme, beklentilerini karşılama, yaşayacağı deneyimi zenginleştirme, şikayetleri azaltma, memnuniyeti artırabilmenin yanı sıra, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin farklılık yaratabilme ve rekabet avantajı sağlayabilmesi noktalarında sunduğu fırsatlar hayati önem taşımaktadır. Bu bakımdan, hızla adapte olamayanın elendiği bu yarışta turizm işletmeleri teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeli ve sunulan ürün ve hizmetleri bu tür teknolojiler ile desteklemelidir(Ersu, 2018; Köse ve Yengin, 2018; Kayıkçı ve Bozkurt, 2018; Bayram Dede, 2011; Özgüneş ve Bozok, 2017). Örneğin, seyahat acenteleri ve otel işletmeleri broşürlerini veya web sitelerini bu teknolojiye elverişli bir şekilde düzenleyebilirler.

Araştırma sürecinde yapılan taramalar sonucunda,turistik mekanlar, destinasyonlar ve otellerin tanıtımı ile ilgili az sayıda artırılmış gerçeklik mobil uygulamasının bulunması dikkat çekmektedir. Bu durumun, söz konusu teknolojinin yeni tanınırlık kazanmaya başlamasından kaynakladığı düşünülmektedir.Tüketicinin bilinçlenmesi, teknolojinin ilerlemesi ve farklı destinasyonların benzer çekiciliklere sahip olması nedeniyle, turizmde rekabet artış göstermektedir. Dolayısıyla, yoğun rekabet ortamında destinasyonların başarılı bir şekilde tanıtılabilmesiiçin destinasyonların markalaştırılması ve turizmde öne çıkmasındaki karar vericilerin, artırılmış gerçeklik teknolojisi konusunda uzman şirketlerleiş birliğinegiderek çeşitli AG mobil uygulamaları ve oyunlarının geliştirilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.Böylece, destinasyon konusunda iletilmek istenilen mesajlarınturiste/tüketiciye ulaştırılması, destinasyonların tanınırlık kazanması ve markalaşması açısından kolaylık sağlayacaktır.Aynı zamanda, bilgi arayışında olan turist/tüketici keyifli ve eğlenceli bir vakit geçirmiş olacaktır.

Araştırmada, kolayda örnekleme yöntemi kullanıldığından araştırma sonuçları sadece örnek grubu için geçerlidir. Dolayısıyla, araştırma sonuçları genellenememektedir.

Antalya iline yönelik hazırlanmış olanartırılmış gerçeklik uygulamasının destinasyonu kapsamlı bir şekilde ele almaması, arka planındakiseslendirmenin İngilizce olması ve internetin bazı noktalarda çekim gücünün yetersiz olması araştırmanın kısıtları arasındadır.Bu araştırmada, klasik katalog uygulaması ve artırılmış gerçeklik uygulaması karşılaştırılmıştır. Farklı bir iletişim aracıüzerinde araştırma yapılması durumunda farklı sonuçların ortaya çıkması beklenmektedir. Diğer bir deyişle, araştırmacıların farklı iletişim araçlarını da dikkate alması diğer iletişim araçlarının artırılmış gerçeklik uygulaması ile karşılaştırılarak etkinliğinin tespit edilmesi açısından önemlidir.Örneğin;sosyal medya, destinasyonların tanıtımlarında sıklıkla kullanılan bir mecradır. Gelecek araştırmalarda, sosyal medya platformlarında yer alan reklamlar ve artırılmış gerçeklik uygulamasıyla desteklenmiş reklamlar kıyaslanarakdestinasyonların tanıtımı içinetkili iletişim aracının belirlenmesine yardımcı olacaktır.

Bunun dışında, bu araştırmada popüler bir destinasyon olan Antalya iline yönelik olarak geliştirilmiş bir artırılmış gerçeklik mobil uygulaması ve katalogdan yararlanılmıştır. Popülerliği daha az ve farklı bir destinasyon kapsamında söz konusu araştırma modeli ele alınabilir. Böylece, araştırma sonuçlarında destinasyonların popülerliğinin etkisinin olup olmadığı belirlenebilir. Ayrıca, seyahat ile ilgili dışsal bilgi aramada öncelik sırası kültürlere göre farklılık göstermektedir (Alıntılayan Ulama, 2015: 237 Aktaran Gürsoy ve Chi, 2008). Bu sebeple, araştırma modelinin kültürler açısından ele alınmasının da literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

AKKUŞ, G., AKKUŞ, Ç. (2018). "Tarihi Turistik Alanlarda Kullanılan Mobil Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Değerlendirilmesi", Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 6 (1): 83-104.

ALTUNIŞIK, R. (2008), "Anketlerde Veri Kalitesinin İyileştirilmesi İçin Öntest (Pilot Test) Yöntemleri", Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, (2): 1-17.

ANDRZEJ S. (2013), Tourist Product in Experıence Economy. DOI 10.2478/tour-2013-0003.

ATAY, L. ve ÇETİ, B. (2018), "Temalı Otellerde Konaklayan Turistlerin Deneyimlerinin Belirlenmesi: Botel Örneği", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (1): 555-572.

AZUMA, R., BAILLOT, Y., BEHRINGER R., FEINER, S., JULIER, S., MACINTYRE, B. (2001), "Recent Advances in Augmented Reality", IEEE Computer Graphics and Applications, http://www.cs.unc.edu/~azuma/cga2001.pdf.

BARTIE, P., MACKANESS, W. (2006), "Development of a Speech - Based Augmented Reality System to Support Exploration of Cityscape‖", Trans, GIS, 10(1): 63–86.

BAYAZIT HAYTA, A. (2008), "Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar", Kastamonu Eğitim Dergisi, 16 (1): 31-48.

BİLGİLİ, B., CANDAN, F.B., ÖZKUL, E. (2018b). "Augmented Reality Practices in Tourism Sector", 17. Uluslararası Katılımlı İşletmecilik Kongresi, İzmir: 291-297.

BİLGİLİ, B., ÖZKUL, E., KOÇ, E., ÂDEMOĞLU, M.O. (2018a). "An Investigation of Augmented Reality Applications from the Perspectives of Brand Trust and Purchase Intentions of Customers", IASOS International Applied Social Sciences Congress, Antalya: 811-812.

CHAUDHURI, A. (1999), "Does Brand Loyalty Mediate Brand Equity Outcomes?" Journal of Marketing Theory and Practice, 7(2): 136-146.

CHUNG, N., HEEJEONG, H. (2015), "Tourists' Intention to Visit a Destination: The Role of Augmented Reality (AR) Application for a Heritage Site", Computers in Human Behavior, 50: 1-34.

CHUNG, N., Lee, H., KIM, J., KOO, C. (2018), "The Role of Augmented Reality for Experience-Influenced Environments: The Case of Cultural Heritage Tourism in Korea", Journal of Travel Research, 57 (5): 627–643.

Çelik, S., Gökçe F. (2015), "Destinasyon Pazarlamasında Deneyimsel Pazarlama Uygulamalarının Kullanımına İlişkin Kavramsal Bir Çalışma". https://www.researchgate.net/publication/291166411.

Deligöz, K. (2014), "Deneyimsel Pazarlama Uygulamalarının Marka Tercihi Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Kahve Dünyası ve Starbucks Örneği)", Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

DIECK, M. C., JUNG, T. (2018), "A Theoretical Model of Mobile Augmented Reality Acceptance in Urban Heritage Tourism", Current Issues in Tourism, 21 (2): 154-174.

ERSU, Ö. (2018), "Profesyonel Turist Rehberliğinde Dijital Dönüşüm: Mesleğin Yakın Geleceği Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Uygulamaları", Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi, 2(2): 578-586.

GÜNAY, G. N. (2008). "Hizmet Pazarlamasından Deneyim Pazarlamasına: Bir Güzellik Merkezinde Uygulama",13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir, 64-72.

GÜNEY, H., KARAKADILAR, İ. S. (2015), "Starbucks Firmasının Deneyimsel Pazarlama Uygulamalarının İncelenmesi", İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Yönetim Dergisi, 26 (79):131-155.

HOLBROOK, M. B., HIRSCHMAN, E. C. (1982). "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun", Journal of Consumer Research, 9(2), 132-140.

http://edition.cnn.com/travel/article/dubai-rosemont-hotel-rainforest/index.html, (20.03.2019).

http://www.regisapp.com/augmented-reality-kullanim-alanlari/, (13.03.2019).

https://augmented.reality.news/news/harry-potter-might-be-flying-you-soon-with-universals-ar-goggles-0178476/, (20.04.2019).

İÇTEN, T., BAL, G. (2017), "Artırılmış Gerçeklik Üzerine Son Gelişmelerin ve Uygulamaların İncelenmesi", Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Part C: Tasarım ve Teknoloji, 5(2): 111-136.

JOHNSON, M. D., HERRMANN, A., HUBER, F. (2006), "The Evolution of Loyalty İntentions", Journal of Marketing, 70(2): 122-132. Retrieved [10.06.2019], from Cornell University, School of Hospitality Administration site: http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/435/.

KAILANI, C., CIOBOTAR, N. (2015), "Experiential Marketing: An Efficient Tool to Leverage Marketing Communication Impact on Consumer Behaviour", International Conference on Marketing and Business Development Journal, 1(1): 281-287.

KARAL, H., ABDÜSSELAM, M. S. (2015), Eğitim Teknolojileri Okumaları, Tojet, Ankara: 149-170.

KELLER, B., SCHMIDT, R., MOHRING, M., BAYER, C. R. (2015), "Augmented Reality in the Travel Industry: A Perspective How Modern Technology Can Fit Consumer's Needs in the Service İndustry". https://www.researchgate.net/publication/275463273.

KÖSE, N. (2017), "Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Reklam Kampanyalarına Etkisi", Yeni Medya Elektronik Dergi, 1 (1): 53-59.

KÖSE, N. YENGİN, D. (2018), "Dijital Pazarlamadan Fijital Pazarlamaya Geçişe Örnek Olarak Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Uygulamalarının Pazarlama Üzerindeki Katkılarının İncelenmesi". İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 10 (1): 77-111.

LACKA, E. (2018), "Assessing the Impact of Full-Fledged Locationbased Augmented Reality Games on Tourism Destination Visits", Current Issues in Tourism, DOI: 10.1080/13683500.2018.1514370.

MILGRAM, P., KISHINO, F. (1994), "A Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays", IEICE Transactions on Information Systems, (12): 1321-1329.

NAKİP, M., YARAŞ, E. (2017), SPSS Uygulamalı Pazarlamada Araştırma Teknikleri, Seçkin, Ankara.

NAWAGASA, S., OTSU, S. (2015), "Experience Differentiation Strategy (1): Concepts of Consumer Experiences", Science Journal of Business and Management, 3(2-1): 73-77.

O'SULLIVAN, E., SPANGLER, K. (1998), "Experience Marketing: Strategies for the New Millennium", State College, ABD: Venture Publishing Inc.

ÖZGÜNEŞ, R. E., BOZOK, D. (2017), "Turizm Sektörünün Sanal Rakibi(Mi?): Arttırılmış Gerçeklik", Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 2 (2):146-160.

ÖZMEN, A. (2016), "Şehir Markalamasında Duygusal Yaklaşım: Deneyimsel Pazarlama", International Conference on Eurasian Economies. https://www.avekon.org/papers/1753.pdf

PASTIRMACI, C. (2018), "Effect Of Augmented Reality Advertising on Purchase Intention", Master Thesis, Istanbul Bilgi University Institute Of Social Sciences, İstanbul.

PINE II, B. J., GILMORE, J. H. (1999 (a)), İş Hayatı Bir Tiyatro. Boyner Holding Yayınları, İstanbul.

POUSHNEH, A., VASQUEZ-PARRAGA, A. Z. (2017), "Discernible IMPACT of Augmented Reality on Retail Customer's Experience, Satisfaction and Willingness to Buy", Journal of Retailing and Consumer Services 34: 229–234.

RICHINS, M. L. (1997), "Measuring Emotions in Consumption Experience", Journal of Consumer Research, 24: 127-146.

SCHMITT, B. (1999(b)), "Experiential Marketing", Journal of Marketing Management, 15: 1-3, 53-67.

SERTALP, E. (2016), "Artırılmış Gerçeklik (AG) Uygulamalarının Turizm Alanında Kullanımı", 21. Türkiye'de İnternet Konferansı, TED Üniversitesi, Ankara:1-7.

SERTALP, E. (2018), "Ören Yerlerinde Artırılmış Gerçeklik Standlarının Kullanımı: Ankara Roma Hamamı ARtur Örneği".

SPENCE, C., PIQUERAS-FISZMAN, B. (2013), "Technology at the Dining Table", Flavour Journal, 2: 1-13. DOI: 10.1186/2044-7248-2-16.

TAŞ GÜRSOY, İ. (2016), "Küreselleşme ve Yerelleşme Ekseninde Gastronomi ve Turizmin Etkisi", Gastronomi ve Turizm, (Ed. H. Kurgun, D. Bağıran Özşeker), Detay Yayıncılık, Ankara.

TOPSAKAL, Y., YÜZBAŞIOĞLU, N.,ÇELİK, P., BAHAR, M. (2018), "Turizm 4.0 - Turist 5.0: İnsan Devriminin Neden Endüstri Devrimlerinden Bir Numara Önde Olduğuna İlişkin Bakış", Journal Of Tourism Intelligence and Smartness, 1 (2): 1-11.

TÜMER KABADAYI, E., KOÇAK ALAN, A. (2014), "Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi", İşletme Araştırmaları Dergisi, 6(1): 203-217.

ULAMA, Şevki (2015), "Turizm Tanıtım Broşürlerinde Destinasyon İmajı Analizi: Türkiye Örneği", Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 6(11): 231-246.

UYGUR, S. M., DOĞAN, S. (2013), "Deneyimsel Pazarlamanın Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Restoranlar Üzerine Bir Araştırma", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (37): 33-48.

VARİNLİ, İ. (2012), Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar, Detay Yayıncılık, Ankara.

YALÇIN KAYIKÇI, M., KUTLUK BOZKURT, A. (2018), "Dijital Çağda Z ve Alpha Kuşağı, Yapay Zekâ Uygulamaları ve Turizme Yansımaları", Sosyal Bilimler Metinleri (1): 54-64.

YILDIZ, Ö. E. (2016) "Turistik Ürün Olarak Gastronomi", Gastronomi ve Turizm (Ed. H. Kurgun, D. Bağıran Özşeker,), Detay Yayıncılık, Ankara.

YOVCHEVA, Z., BUHALIS, D., GATZIDIS, C. (2012), "Overview of Smartphone Augmented Reality Applications for Tourism", E-Review of Tourism Research, 10(2): 63-66."

ZHOU, F., DUH, H. B., BILLINGHURST, M. (2008), "Trends in Augmented Reality Tracking, Interaction and Display: A Review of Ten Years of ISMAR", IEEE/ACM International Symposium on Mixed and Augmented Reality, 2: 193-202.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

What hides behind unemployment spells of higher educated women in Romania?

Daniela-Emanuela Dănăcică[1]

Abstract

***Introduction**: The aim of this research is to estimate the effect of factors which cause some higher educated women from Romania to have longer unemployment spells and different exit destinations than others. Using a large micro-dataset gathered from the National Agency of Employment Romania and a competing-risks approach, we analyzed the impact of different covariates for the unemployment spells and exit destinations of this particular social group. The results can be useful for policy-makers.*

Key Words: *unemployment, probability, higher-education, job*

[1] PhD student, Faculty of Economics and Business Administration, Craiova University, Romania, danadde@yahoo.com, Faculty of Economics, Constantin Brâncuși University of Târgu-Jiu, Romania

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Analysis of the effects of birth-rate and fertility on Romania's labour market

Sala Adrian Lucian[1]

Introduction*: Romania traversed in the past decades a multitude of social and economic changes reflected in the increasing efficiently of its labour market in utilising and integrating young employees between the ages of 15 and 24 years old. This age group represents, in a broad economic view, the future generations that will populate the labour market in the coming decades. Due to the effect of declining birth rates and lower fertility numbers, this group is projected to shrink gradually. Thus, weakening over time, the total mass of adults that comprise the effective core of employees active on the labour market will decline at one time or another. This decline is a direct result of population aging through a decline in birth rates and fertility rates.* ***Aim****: The aim of this paper is to explore the correlation and influences through a linear regression model between birth rates, employment and unemployment rates on the current status of Romania's labour market.* ***Method:*** *The method used to present the links and influences is a linear regression model coupled with correlation analysis.* ***Findings:*** *The expected results are that, with the decline in birth and fertility rates, a decline in the share of employees between the ages of 15 and 25 years old will occurs.*

Key Words: *Population Aging, Employment Rate, Crude Birth Rate, Fertility Rate, Unemployment Rate*

[1] PhD Student, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, Romania, Email: sala_lucian@yahoo.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Endüstri 4.0 Etkisiyle Muhasebede Yeni Yaklaşımlar

Full Text / Tam Metin

Mithat RASGEN[1], Seçkin GÖNEN [2]

Özet

Endüstri 4.0 canlı ve cansız her varlığın internet bağlantısı sayesinde diğer nesnelerle iletişime geçebileceği, yapay zekaların üretim sürecinde kullanıldığı bir sanayi devrimini ifade etmektedir. Üretimin dijitalleşmesi ile birlikte sistemler birbirlerine entegre olmakta ve ürünler ile makineler internet üzerinden haberleşebilmektedirler. Bu devrim sonucunda üretimin birçok alanıyla birlikte muhasebe fonksiyonu da değişecektir. Geleneksel bir muhasebe bilgi sisteminin kurulması için gerekli olan en önemli unsur personeldir. Ancak Endüstri 4.0 ile birlikte veri alışverişleri otomasyonu tamamlayan ve internet bağlantısı bulunan nesneler ile gerçekleştirileceği için bilgi sistemlerinin en önemli unsuru olan personel ihtiyacı ortadan kalkmaktadır. Bununla birlikte muhasebe bilgi sisteminde bilgi akışını sağlayan kaydetme, sınıflandırma ve özetleme fonksiyonları da anlık olarak sistem içerisinde veri alışverişi sırasında oluşturulmaktadır. Çalışmanın amacı; endüstri 4.0 kavramını açıklayarak nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve siber fiziksel sistemleri tanıtmak ile birlikte muhasebe bilgi sisteminde endüstri 4.0 sonrası beklenen değişiklikleri tespit etmek ve entegrasyonun gerçekleştirilebilmesi için uygulanması gereken politika ve stratejileri ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler— Endüstri 4.0, Muhasebe Bilgi Sistemi, Dijital Muhasebe

JEL Sınıflandırması: M40, M41, M49

New Approaches in Accounting with the Effect of Industry 4.0

Abstract

Industry 4.0 refers to an industrial revolution where all living and non-living things can communicate with other objects thanks to the internet connection, where artificial intelligence is used in the production process. With the digitalization of production, the systems integrate with each other and the products and machines can communicate over the internet. As a result of this revolution, the accounting function will change with many areas of production. The most important element required for the establishment of a traditional accounting information system is the personnel. However, since data exchange with Industry 4.0 is accomplished with the objects that complete the automation and have internet connection, the need for personnel, which is the most important element of information systems, is eliminated. In addition, recording, sorting and summarizing functions that provide information flow in the accounting information system are created instantly during data exchange in the system. Purpose of the study; The aim of this course is to introduce the internet 4.0, internet of services, internet of services and cyber physical systems by introducing the concept of industry 4.0 and to determine the expected changes after accounting 4.0 in the accounting information system and to put forward the policies and strategies to be implemented in order to realize the integration.

Keywords— *Industry 4.0, Accounting Information System, Digital Accounting*

JEL Classification Codes: *M40, M41, M49*

[1] Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, mithatrasgen@gmail.com
2 Prof. Dr. , Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, seckin.gonen@deu.edu.tr

1.GİRİŞ

Endüstri 4.0 ile birlikte yeni bir sanayi devrimi başlamış, bundan önceki sanayi devrimlerinde olduğu gibi üretim süreçlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Teknolojide yaşanan gelişmeler, tüketicilerin tercihlerinin dönemler itibariyle farklılık göstermesi ve küreselleşme ile birlikte buhar gücünün birinci sanayi devriminde kullanılmaya başlanması ile toplamda üç farklı sanayi devrimi yaşanmıştır. Dokuma fabrikalarında kullanılan buhar gücü, ikinci sanayi devriminde yerini elektriğe bırakmış, Ford şirketinin yaptığı öncülükle beraber büyük seri üretim kavramı ortaya çıkmış ve büyük miktarlarda üretim yapılmaya başlanmıştır. Transistörün icadıyla ise üçüncü sanayi devrimi gerçekleşmiş ve otomasyon sistemleri üretimde kullanılmıştır.

Dördüncü sanayi devrimi olarak adlandırılan Endüstri 4.0 kavramı ise 2011 yılında Hannover'deki sanayi fuarında ortaya çıkmış ve üretim süreçlerinden emek gücünün çekilmesi amaçlanmıştır. Oluşturulan bu yapı ile birlikte üretimdeki hata ve hileler ya da organizasyon hataları ortadan kalkmakta, işgücü rekabetinin kaybedildiği ülkelerde tekrar rekabet gücü oluşturulmaya çalışılmaktadır.

İşletme fonksiyonlarının faaliyet türlerini değiştiren Endüstri 4.0, muhasebe fonksiyonu içinde birçok değişiklik ortaya koymaktadır. Özellikle süreçlerin dijitalleşmesi ve personel ihtiyacının ortadan kalkması endüstri 4.0'ın en önemli çıktısını oluşturmaktadır. İşlenen veri kapasitesine bakılmadan muhasebe bilgi sistemini oluşturan kaydetme, sınıflandırma ve özetleme fonksiyonları tamamı ile akıllı robot ve sistemlere devredilerek muhasebede kayıt fonksiyonunu gerçekleştiren personel ihtiyacını ortadan kaldırmaktadır. Bu çalışmada endüstri 4.0 kavramı tanıtılmış ve muhasebede ortaya çıkan yeni yaklaşımları incelemiştir.

2. ENDÜSTRİ 4.0 KAVRAMI

İnsanlık tarihinin ilk devrimi tarım devrimi ile başlamış ve avcı toplayıcı bir toplumdan üreten toplumlara dönüş başlamıştır. Yerleşik hayata geçen toplumlar üretimde verimliliği sağlamak için çeşitli yöntemler kullanmaya başlamış, bilim, kültür ve sanat alanında bazı gelişmeler yaşanmıştır. Birinci sanayi devrimi olarak tanımlanan bu dönemde buhar makinası icat edilmiş ve dokuma tezgahlarında kullanılmaya başlanmıştır. Bu devrim ile birlikte demiryolları inşa edilmiş, küçük atölyeler yerini fabrikalara bırakmıştır. 19. Yüzyılın sonlarında yaşanan ikinci sanayi devrimi ile birlikte üretimde elektrik kullanılmaya başlanmış ve Ford Motor fabrikalarında seri üretime geçilmiştir. Bu dönemde gerçekleşen seri üretimle birlikte maliyetler ve fiyatlar düşmüştür. Üçüncü sanayi devrimi ise 1968 yılında geliştirilen programlanabilir makineler ile başlamıştır ve üretimde bilgisayar teknolojilerinin kullanılması üretimdeki insan emeğinin azalmasını sağlamıştır (Özkan vd., 2018; 128).

Şekil 1. Sanayi Devrimleri



Kaynak: (Tübitak, 2016; 1)

Şekil 1'de görüleceği üzere üç temel sanayi devrimi gerçekleşmiş, ilk olarak buhar gücü üretimde kullanılmaya başlanmış, ikinci sanayi devriminde elektrik gücü sayesinde seri üretime geçilmiş ve üçüncü sanayi devriminde bilgisayarlar ve robotlar ile birlikte otomasyon sistemleri kurulmuş ve üretimde emek gücü azaltılmıştır. Dördüncü sanayi devriminde ise üretimde siber fiziksel sistemler kullanılmaya başlanmıştır.

Endüstri 4.0 olarak tanımlanan bu değişim, bilgi teknolojilerinin operasyonel teknoloji ile entegrasyonunu ifade etmektedir. Bu entegrasyon ile birlikte ürünlerin yaşam döngüleri ve üretim imkanları sayısal olarak planlanabilecek ve simülasyonu gerçekleştirilebilecektir. İş süreçlerinin otomasyonunun sağlanması ile maliyetleri izlemek, denetlemek ve yönlendirmek otomatik bir şekilde yapılarak işletmenin tamamında bilişim ve yazılım sistemleri hakim olacaktır (Banger, 2017; 18).

Endüstri 4.0 kavramı tüketici taleplerinin tamamen değiştiği 21. yüzyıldaki pazar ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde kişiselleştirilmiş ve esnek üretim imkanı sağlamaktadır. Bilgi teknolojilerinin ve yazılım sistemlerinin endüstriyel süreçlere entegrasyonu ile birlikte birçok yeni iş süreci ve iş modeli ortaya çıkmakta, değer zinciri üzerinde yaratılan yatay ve dikey entegrasyon ile birlikte tedarik zincirinin tüm unsurları arasında uçtan uca dijital bir entegrasyon yaratılmaktadır. Dolayısıyla üretim süreçleri ve üretim lojistiği önemli değişikliklere uğramaktadır (Bartodziej, 2017; 49). Endüstri 4.0 ile beklenen bu değişimler (Fırat ve Fırat, 215);

- Esneklik ve Hareketlilik

- Sabit makinalar hareketli makinalarla değiştirilerek üretimde esneklik sağlanacaktır. Bununla birlikte yapay zeka, iş süreçlerinde karmaşıklığı gidermede yardımcı olacak.

- Daha fazla Modülerlik ve Özerklik

- Siber Fiziksel sistemler her seviyedeki otomasyon süreçlerinde kullanılarak üretimin pazar ihtiyaçlarına göre planlanmasını sağlayacak.

- En Yüksek Üretkenlik

- Kaynak optimizasyonu sağlanacak ve tak ve üret özelliği ile geliştirme maliyetleri önemli ölçüde düşecektir.

- Yeni İş Modelleri

- Bulut bilişim yeni bilgi yönetimini sağlayacak. Prosumer olarak tanımlanan üreketiciler ile kendi ihtiyaçlarını kendi üreten kişiler var olacaktır. Büyük Verilerin işlenmesi önemli bir görev haline gelecektir. Bununla birlikte açık kaynaklı yaklaşımlar yeni fırsat alanları sağlayacaktır.

2.1 Endüstri 4.0 Sisteminin Temel Unsurları

Endüstri 4.0 sistemi birden çok unsurun bir araya gelerek entegrasyonunu sağladığı bir süreci ifade etmektedir. Nesnelerin interneti, hizmetlerin interneti ve siber fiziksel sistemler endüstri 4.0'a geçişteki en önemli etkenlerdir. Bununla birlikte otonom robotlar, üç boyutlu yazıcılar, büyük veri ve bulut bilişim sistemin etkinliğini arttıran unsurları oluşturmaktadır.

- ***Siber Fiziksel Sistemler***

Siber ve fiziksel sistemlerin ağ bağlantısı üzerinde etkileşimli olarak entegrasyonunu sağlayan ve fiziksel cihazların gömülü sistemler yardımı ile endüstriyel ortamlarda esneklik, kişiselleştirme ve işlevselliğini sağlayan bu süreç, otomasyon sistemlerinin birlikte çalışabileceği bir yapı oluşturmaktadır (Leitao, 2016; 12).

- ***Otonom Robotlar***

Otonom robotlar, sahip oldukları donanım ve yazılım ile birlikte yapay zeka uygulamalarını kullanmakta ve üretim süreçlerinde karar alabilmektedir. Aldıkları bu kararı uygulayabilen robotlar, diğer robotlarla iletişim kurabilmekte ve veri akışını sağlamaktadır. Endüstri 4.0 devrimini üçüncü sanayi devriminden ayıran en önemli özellik, otomasyonu sağlayan robotların karar verem yeteneğinin olmasıdır. Dolayısıyla robotlar yerel bir ağ üzerinden internet bağlantısı sayesinde üretim süreçlerinin tüm aşamalarında birbirleriyle iletişim kurabilmekte ve diğer tedarik zinciri unsurlarıyla iletişim kurabilmektedir. Otonom robotların bir diğer özelliği, kendi sistemlerini kontrol edip önleyici tespit edici ve düzeltici kontrolleri gerçekleştirebilmesidir. Üretim sürecinde herhangi bir arıza oluştuğunda operatöre değişim için haber vermekte, düzenli bakı ve onarım saatlerini belirleyebilmektedir. Bu süreç üretim aşamalarındaki hata ve hileleri ortadan kaldırmakta, zaman kayıplarını önlemekte ve üretim kalitesine katkı sağlamaktadır.(Banger, 2018; 46)

- ***Üç Boyutlu Yazıcılar***

Kullanılan malzeme ve teknikte farklılık gösteren, bilgisayar verisini herhangi bir kalıp kullanmadan sert, dayanıklı baskılar haline getiren bir katkı maddesi üretim şeklidir. Bilgisayar ortamında çizilen tasarım sonrasında yazıcıya ulaştırılan bilgiler doğrultusunda üretim katmanlar şeklinde gerçekleştirilir (Koch vd. 2018; 97).

- ***Nesnelerin İnterneti***

Nesnelerin interneti platformu, internet üzerinden birbirleri ve diğer kullanıcılar ile iletişim kurulmasını sağlayan canlı ve cansız varlıkları ifade etmektedir. Sensörlerin kullanılmasıyla oluşturulan bu yapı, bilgi işleme ve ağ üzerinden iletişim kurma yeteneklerini içermektedir (Van Der Zeeuw vd., 2019; 2). Nesnelerin interneti muhasebe bilgi sistemi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu durumun

temel sebebi bilgi akışının anlık olarak sensörlerden gelen verilerle oluşması ve herhangi bir personele ihtiyaç duymamasından kaynaklanmaktadır. Nesnelerin interneti ile gerçekleştirilen uygulamalara örnekler aşağıda sıralanmıştır (Ergüden vd. 2018; 142);

- Üretim hattı üzerinde bulunan makinaların internet bağlantısı sayesinde üretim adetleri, üretim saatleri, duruşlar, planlı ve plansız bakımlar, arıza bilgileri, maliyetler gibi üretimle ilgili tüm bilgiler ERP sistemine anlık olarak aktarılmaktadır.
- Akıllı makina ve sistemler birbirleri ile haberleşebildiği için üretim kapasitesi otomatik olarak kontrol edilmekte ve depo ve sevkiyat maliyetlerinin belirlenmesi ile üretimdeki makinaların üretim kapasitesi otomatik olarak ayarlanmaktadır.
- Üretim sürecindeki tüm makine ve cihazlar büyük veriyi kullanarak bilgi sistemine bilgi sağlamakta ve parça ömürleri, bakım onarım süreleri, dayanıklılık ve yıpranma analizleri ve servis planlamaları otomatik olarak hesaplanarak maliyet muhasebesi sistemine aktarılmaktadır.
- Akıllı makine ve cihazlar, üretim için gerekli olan hammaddeyi ve yarı mamulü tahmin ederek üretim sırasında otomatik olarak tedarik süreçlerini işletecek ve gerekli depolama hareketlerini yönetecektir.
- Paketleme aşamaları akıllı makinalar tarafından yönetilen otonom robot forklift ve taşıyıcılar ile hızlı bir şekilde gerçekleştirilecektir.
- Otonom robot forklift ve taşıyıcılar akıllı raf ve depo sistemleri ile haberleşip üretim hattındaki ürünleri otomatik olarak raf ömrü, depo maliyet optimizasyonu gibi faktörleri dikkate alarak yerleştirecektir.
- Muhasebe bilgi sistemi için gerekli olan mutabakatlar ve faturalar ile raporlama işlemleri robotlar tarafından gerçekleştirilecektir.

- ***Büyük Veri***

İnternetin hızlı bir şekilde büyümesi ile her gün büyük miktarda veri üretilmekte ve toplanmaktadır. Bu verilerin işlem ve analizleri geleneksel araçlar tarafından yapılamamaktadır. Sürekli büyüyen bu veri tabanını hızlı ve verimli bir şekilde işlemek ve kullanmak ise işletmelerin rekabet güçlerini arttıracağı için farklı veri analizi yöntemleri oluşturulmaktadır. Büyük veri dört boyuttan oluşmaktadır (Witkowski, 2017; 768);

- **Hacim**: Veri miktarının çok büyük boyutlara ulaşması, toplama, depolama, yönetim ve analiz için sıradan araçların kapasitesini aşmaktadır.
- **Çeşitlilik**: Büyük veri işletim sistemlerinin, sosyal ağ sitelerinin ve internetten elde edilen dinamik ve yapılandırılmamış birçok veriyi ifade etmektedir. Dolayısıyla videolardan elde edilen görüntüler, ağ sistemlerinden elde edilen bilgiler ve sosyal medya içerikleri geleneksel yöntemlerle analiz edilememektedir.
- **Hız**: Büyük veri üzerinde gerçek zamanlı, sürekli akan ve değişen bir veri üretimi bulunmaktadır ve verilerin doğru sonuçlarına ulaşabilmek için eş zamanlı analiz gerçekleştirilmelidir.
- **Değer**: Büyük veriden elde edilen tüm bilgiler değerli değildir. Dolayısıyla bilgi kitlesinin içerisinden işletme için önemli olan verilerin ayrıştırılması ve uygun kullanım birimine yönlendirilmesi gerekmektedir.

Oluşan büyük veri otomatik olarak muhasebe verisine dönüştürülmekte ve bilgi sistemine yeni veri alanları eklenmektedir. Sensörlerden, RFID (Radyo Frekanslı tanıma) ve GPS sistemi ile elde edilen veriler veri akışı aracılığıyla otomatik olarak yakalanmakta ve muhasebe süreçlerinin denetlenmesi açısından önemli denetim kanıtı kaynağı oluşturmaktadır. Örneğin stok maliyetlerinin belirlenmesi için kullanılan LİFO ve FİFO gibi yöntemler yerine RFID ve barkod sistemi aracılığıyla oluşturulan Big Data kaynakları ile stok maliyetleri gerçek zamanlı olarak muhasebe bilgi sistemine aktarılmakta ve anlık olarak görülebilmektedir (Aslan ve Özerhan, 2017; 869).

- ***Bulut Bilişim***

Bulut bilişim, en az yönetim çabası veya hizmetle hızlı bir şekilde elde edilebilen, ağlar, sunucular, depolama, uygulama veya hizmetler gibi paylaşılabilir bir bilgi kaynağına internet bağlantısının bulunduğu her an ve her yerden ulaşılabilen bir hizmet modelidir (Mell ve Grace, 2011; 3).

Görüleceği üzere endüstri 4.0 sisteminin kurulması ve organizasyon içerisinde entegrasyonun sağlanması için birçok unsurun sürece dahil edilmesi gerekmektedir. Birbirleri ile haberleşen cihazların siber fiziksel ortamda simülasyonun yapılması, otonom robotlarla üretimin tamamlanması ve elde edilen büyük verinin işlenmesi ile muhasebe bilgi sistemine verilerin otomatik olarak kaydedilmesi ve sınıflandırılması sistemin etkinliğini sağlamaktadır.

3. ENDÜSTRİ 4.0 SİSTEMİNİN MUHASEBEYE ETKİSİ

Üretim yöntemlerinde yaşanan teknolojik gelişmeler işletmelerin fonksiyonlarını da büyük oranda etkilemiş ve dijital süreçler muhasebe sisteminin de önemli bir parçası olmuştur. Geleneksel veri toplama ve bilgi sisteminin oluşturulması, büyük veri ile birlikte imkansız hale gelmiş, bu veriyi hızlı bir şekilde işleyecek önemli araçlara ihtiyaç duyulmasına sebep olmuştur.

3.1 Akıllı Muhasebe Sistemleri

Üretim sistemlerinin dijitalleşmesi, endüstriyel üretim cihazlarının hammadde sürecinden mamul sürecine kadarki dönüşümü kapsamamakta, bununla birlikte stokların makinalarla iletişim kurarak görev ve sorumluluk dağılımlarınında da bilgi aktarımlarının sağlanmasını ifade etmektedir. Bu yeni sistemler ile birlikte akıllı fabrikalar ve üretim sistemleri geleneksel üretimin yerini almakta, oluşturulan bir ağ aracılığıyla tüm fabrika içerisinde nesnelerin haberleşmeleri sağlanmaktadır. Dolayısıyla bu şekilde oluşturulan bir sistem kendi kendini organize etme becerisine sahip olmaktadır. Böyle bir yapının üreteceği bilgiyi depolamak için ise bulut bilişim sistemlerine ihtiyaç duyulmakta ve yüksek hızda internet erişimi gerekmektedir. Tablo 1'de akıllı muhasebe sistemlerinin işlem akışları gösterilmektedir (Erturan ve Ergin, 2018; 159).

Tablo 1. Akıllı Muhasebe Sistemleri

- Stok siparişlerinin depodan teslim alınması ile birlikte otomatik olarak kayıt altına alınacak ve raflara robotlar tarafından yerleştirilen stoklar stok kartlarına işlenecektir.
- Üretime gidecek olan hammadde akıllı depoların ürün barkod sistemi aracılığıyla muhasebe stok kartlarına işlenecek ve süreç otomatik olarak gerçekleştirilerek muhasebe bilgi sistemi oluşturulacaktır.
- Ürün siparişleri sanal ortamda alınacak ve müşteri ihtiyaçlarını karşılayan kişiselleştirilmiş ürün oluşturulabilecektir.
- Ödemeler sanal ortamda alınacak ve kayıtlar anlık olarak bilgi sistemine iletilecektir.
- Teslimat personel bulunmayan depolardan ya da mağazalardan yapılabilecektir.
- Sipariş süreci ve üretim aşaması ile malzeme planlaması akıllı makinalar tarafından gerçekleştirilecektir.
- Üretim için gerekli olan hammaddeler sistem tarafından tespit edilecek ve hammadde istek fişi direkt olarak muhasebe kayıtlarına aktarılacaktır. Stok kartları ise sipariş ile birlikte oluşacaktır.
- Ticari hayatta kullanılmak üzere oluşturulan finansal araçlar ile sanal paralar kullanılabilecek ve sanal vadeli işlemler yapılabilecektir.

Kaynak: (Erturan ve Ergin, 2018; 160).

Tablo 1'de görüleceği üzere muhasebe bilgi sisteminin oluşturulması için ihtiyaç duyulan personel gideri ortadan kalmakta, tüm süreçler akıllı robotlar ve internete bağlı nesneler tarafından oluşturularak muhasebe bilgi sistemine aktarılmaktadır. Bu sayede üretim, paketleme ve transfer süreçlerinde emek gücü oldukça azalmakta, işçilik maliyetleri minimize edilmektedir.

Endüstri 4.0 ile birlikte yaşanacak olan bu dijital dönüşüme işletmelerin uyum sağlayabilmeleri yapay zeka teknolojilerinden faydalanma ve sisteme uyum sağlama derecelerine göre belirlenmektedir. İşletmeler, sisteme uyum sağlayabilmek için önemli derece yatırım bütçelerine ihtiyaç duyacaktır. İşletmeler ihtiyaç duyduğu finansmanı sağlayabilmek için kaynak yaratmalıdır. Bununla birlikte gerekli kaynakların bulunması sistemin etkinliğinin sağlanmasında yeterli değildir. Kullanılan sistemlere uygun teknik alt yapının geliştirilmesi gerekmektedir. Son olarak bu teknolojiyi kullanabilecek yeterlilikte personelin istihdam edilmesi ya da mevcut personelin eğitilmesi büyük önem taşımaktadır. Özellikle büyük veri ile üretilen bilginin yüksek hızda hareketliliği içerisinde ihtiyaç duyulan bilginin muhasebe meslek mensupları tarafından ortaya çıkartılması ve analize hazır bir şekilde raporlanması endüstri 4.0 devriminin uygulamadaki zorluklarını oluşturmaktadır. (Serçemeli, 2018; 383).

3.2 Dijital Denetim Süreci

Yakın gelecekte internet bağlantısı, tüm nesne ve sensörlerde bulunarak akıllı nesnelerin kullanım oranını arttıracaktır. Üreticiler, müşterilerin ürün kullanımı hakkında büyük verilere ulaşacak ve müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla bilgi akışı gerçekleşecektir. Üretim ve satış süreçlerinde yaşanan her gelişme, denetim faaliyetlerini de önemli derecede etkilemekte ve değiştirmektedir. Dijitalleşme sonrası denetim faaliyetleri de sürekli olarak yapılabilecek, anlık veri akışı ile hata ve hileler büyük oranda tespit edilecektir. Ayrıca denetim süreci ile birlikte danışmanlıklar da önem kazanacaktır. Akıllı robotlar sadece üretim ve yönetim aşamalarında değil, denetim faaliyetlerinde de nesnelerin interneti aracılığıyla

derin öğrenme yapabilecek, sorunlara karşılık en uygun çözümü karar alıp uygulayacaktır. Denetim sürecinin dijitalleşme sürecinde yaşanacak değişimler (Erturan ve Ergin, 2018; 820);

- Denetim sürecindeki ilk aşama, derin öğrenme ile yapay zekâ tarafından yapılacaktır. Akıllı makineler daha önce öğrenilen ve sisteme yüklenen büyük verileri bilgiye dönüştürüp analiz edecek ve isin alınmasının ya da alınmaması durumunda olabilecekler hakkında kısa süreler içerisinde karar verecek ve kararın nesnelliği tartışılmayacaktır. İşin alınması durumunda sisteme erişim yetkisi verilerek sözleşme elektronik ortamda taraflara gönderilecektir.
- Dijital denetim sürecinde sürekli denetim yapılacak, veriler kaydedildiği an aynı zamanda denetlenecektir. Akıllı işletmeler zaman, iş gücü ve maliyet tasarrufu sağlayarak denetimi günlük iş akışı içerisinde gerçekleştirmiş olacaktır. Ayrıca denetçi kaynaklı riskler de ortadan kalkacaktır.
- İç kontrolün etkinliği sağlanacak, akıllı fabrika olarak adlandırılan insansız fabrikalar aracılığıyla denetim riskinin ortaya çıkış türlerinden biri olan kontrol riski sıfıra yaklaşacaktır. Bu durumun temel sebebi oluşacak risklerin sistem tarafından önceden tespit edilerek düzeltilmesi veya ortadan kaldırılmasıdır.
- Büyük veri ile oluşturulan bilgi sistemi kısa süre içerisinde taranarak müşteri ilişkileri değerlendirilecek ve olası risklere karşı önleyici önlemler alınabilecektir.
- Denetim faaliyetlerinin makul bir zaman ve maliyetle tamamlanmasına ilişkin yapılan örnekleme işlemlerine gerek duymayarak veri tabanının tamamı denetlenecektir.
- Denetim dönemine ait denetim raporu anlık olarak hazırlanacaktır. Ancak, sürekli denetlenen işletme verileri için bu dönemsel raporun önemi kalmayacaktır. Bilgi kullanıcıları gerekli bilgilere yetki ve ilgi alanları doğrultusunda anlık olarak zaten ulaşabilecektir.

Denetimin dijitalleşmesi denetim riskini büyük oranda azaltarak önemli yanlışlıkların finansal tablo içerisinde tespit edilememe riskini ortadan kaldırmakta, hata ve hilelerin ortaya çıkartılmasını kolaylaştırmaktadır. Bununla birlikte süreç içerisinde iç kontrol ve iç denetim süreçlerinin etkinliğini de önemli düzeyde arttırmaktadır.

3.3 Endüstri 4.0 ve Muhasebe Meslek Mensupları

Muhasebe mesleği endüstri 4.0 ile birlikte büyük bir değişime girecek, görev tanımlamaları ve etki alanları değişecektir. Üretim teknolojilerinin endüstri 4.0 ile birlikte farklı bir yapıya dönüşmesi, küreselleşme sürecini de hızlandırıp sermaye ve para piyasalarının beklentilerini düzenleyecektir. Dolayısıyla meslek mensuplarının yakın gelecekte karşılaşacakları dönüşüm, yeterliliklerini arttırmak ve uyum sağlamak gibi gereklilikleri ortaya çıkartmıştır. Dijitalleşmenin meslek mensuplarına etkisi aşağıdaki tabloda özetlenmiştir (Türker, 2018; 224-225);

Tablo 2. Dijitalleşmenin Meslek Mensuplarına Etkisi

- Muhasebe meslek mensupları, otomasyon süreçlerinin hızlı değişimlerine uyum sağlamak için sahip oldukları yeterliliklerini arttıracaktır.
- Müşterilerinin uyum sağlamaları için gerekli olan danışmanlık hizmetlerini verecektir.
- Kayıt fonksiyonun ortadan kalkması ile birlikte büyük verinin akıllı sistemler tarafından işlenmesi, muhasebenin operasyonel ve yorumlayıcı yönünü ortaya çıkartacak, veri madenciliği ve tahmin yöntemleri önem kazanacaktır.
- Siber güvenlik önlemleri meslek mensupları tarafından alınmalı ve dikkatli bir şekilde uygulanmalıdır.
- Muhasebe departmanının örgütsel yapısı değişecek, meslek mensuplarının strateji yönetim yetenekleri ön plana çıkacak ve yeni iş modelleri tanımlanacaktır.
- Meslek mensupları üzerindeki baskı artacak, karar mekanizmasının önemli bir paydaşı olacaktır.
- Kurumsal yönetişimin güçlenmesi ile birlikte muhasebe mesleği hile, yolsuzluk, kara para aklanma gibi etik olmayan uygulamaları önlemede etkin bir rol oynayacaktır.
- Büyük verinin yorumlanması ve işletme hakkında bilgi edinilmesi konusunda hükümetler meslek mensuplarının yardımına daha fazla ihtiyaç duyacaktır.
- Küreselleşmenin genişleme hızı sebebiyle mesleğin sınır ötesi faaliyetlerinin artması teknik, dil ve kültürel zorlukları arttıracaktır.

Kaynak: (Türker, 2018; 225).

Dijitalleşme ve Endüstri 4.0 devrimi muhasebe meslek mensupları üzerinde de büyük değişimlere sebep olmaktadır. Meslek mensuplarının görev tanımları değişmekte, büyük verinin işlenmesi ile otomatik olarak oluşturulan muhasebe bilgi sisteminin analiz ve yorumlanması meslek mensuplarına bırakılmaktadır. Bu noktada gerekli eğitimlerin ve yeterliliklerin sağlanması ve müşterilerin sürece uyumu için gerekli danışmanlık faaliyetlerinin yerine getirilmesi önem kazanmaktadır.

3.4 Blok Zinciri ve Muhasebe

Blok zinciri tabanlı muhasebe sisteminde nesneler internete bağlı olarak oluşturdukları tüm bilgileri zincirin birer parçası haline getirmekte ve bilgi güvenliğini sağlayarak hata ve hilelerin önlenmesine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte muhasebe meslek mensupları işletmenin finansal durumunu ve performansını anlık olarak gözlemleyerek yapısal risklere karşı işletmelere danışmanlık yaparak değişen koşullarda risklere verilecek karşılıkları belirlemektedir. Özellikle denetim faaliyetlerinde kağıt kullanımı azalmakta ve örneklem yerine tüm verinin denetlenmesi mümkün olmaktadır (Uysal ve Kurt, 2018; 480).

Geleneksel muhasebe ve finans uygulamalarında organizasyon yapıları merkez otoritelerine bağlı departmanlar olarak kurulmaktadır. Blok zincirinde ise muhasebe defterleri tek bir yapıdan dağınık defter teknolojisine dönüşmekte, üçlü kayıt sisteminin temelleri atılmaktadır. Bu noktada herhangi bir değer değişiminin tüm paydaşlardan tarafından işlenebilmesi ve entegrasyonu sağlanmaktadır. Dolayısıyla muhasebe ve finans uygulamalarında etkinlik, şeffaflık ve yüksek güvenilirlik sağlanmaktadır. Bununla birlikte yasal boşlukların doldurulması ve bilgi güvenliğinin sağlanması da gerekmektedir (Özdoğan ve Karğın, 2018; 172).

Teknolojik gelişmeler insanların etik algılarını beklendiği şekilde olumlu yönde etkilememekte, sistem içerisinde bulunan açıklarla güvenlik boşluklarının kötü amaçlarla kullanılması mümkün olmaktadır. Bu açıdan bilgi teknolojilerinin gelişimi ile birlikte güvenliğin sağlanması için yasal düzenlemelerinde kısa sürede hazırlanması ve uygulanması gerekir. Dönemin temel sorunlarını verilerin saklanması ve gizliliği oluşturmaktadır (Esmeray, 2018; 306).

SONUÇ

Endüstri 4.0 devrimi işletmelerin organizasyon yapılarını değiştirmekte, üretim süreçlerinde teknolojik gelişmelerin entegrasyonunu sağlayarak emek gücünü büyük oranda üretim aşamalarından çıkartmaktadır. Siber fiziksel sistemlerin oluşturulması ve üretimden önce simülasyonunun yapılarak üretim sırasında ortaya çıkabilecek sorunların tespit edilmesi, hataları ve fireleri ortadan kaldırarak maliyet kayıplarını engellemektedir. Üretimde birbirleri ile iletişim kurabilen ve tedarik zinciri ile haberleşen akıllı robotlar, stok, üretim, tedarik ve depolama süreçlerini operatöre ihtiyaç duymadan yapay zeka uygulamaları ile gerçekleştirmektedir.

Dördüncü sanayi devrimi ile birlikte değişen bu süreç, işletmenin temel fonksiyonlarından olan muhasebe birimini de değiştirmiş, yapay zeka uygulamalarının kullanıldığı yeni bir yapıya dönüştürmüştür. Bu yapı içerisinde muhasebe sistemi, denetim süreci, muhasebe meslek mensupları da değişime uğramıştır. Özellikle üretim sürecinin kaydedilmesi ve üretim aşamalarında ortaya çıkan muhasebe işlemleri akıllı robotların internet bağlantısı ile kurduğu iletişim doğrultusunda gönderdikleri verilerin otomatik olarak işlenmesi ile oluşmakta ve kayıt sistemine eklenmektedir.

Muhasebe süreçlerinin dijitalleşmesi ve anlık veri kaydı, denetim faaliyetlerinin de değişmesine sebep olmaktadır. Geleneksel denetim yöntemlerinde veri tabanın çok büyük olması ve zaman kısıtının bulunmasından dolayı örneklem yöntemi kullanılarak ana kütleyi temsil eden örnekler kullanılarak denetim gerçekleştirilmektedir. Ancak muhasebe sisteminin dijitalleşmesi ile verilerin anlık olarak kaydedilmesi ve ulaşılabilir olması ile birlikte artık denetim faaliyetleri yazılımlar sayesinde sürekli olarak denetlenmekte, veri tabanının tamamı incelenmektedir. Bu süreç işletmede üretilen finansal bilginin güvenilirliğini ve şeffaflığını da arttırmaktadır.

Muhasebenin uygulayıcıları olan meslek mensupları da bu dönüşümün bir parçası olmakta, kaydetme, sınıflandırma ve özetleme fonksiyonlarını yerine getiren personelden büyük veride oluşan muhasebe bilgisini yorumlayan ve analiz eden kişi konuma dönüşmüştür. Bu dönüşümün gerçekleşmesi için de gerekli mesleki eğitimlerin sağlanması ve yeterliliklerin sürdürülmesi için sürekli eğitim uygulamalarına katılımın sağlanması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

ASLAN, ÜMMÜHAN, YILDIZ ÖZERHAN, 2017, Big Data, Muhasebe Ve Muhasebe Mesleği, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 19(4), 862-883.

BARTODZIEJ, CHRISTOPH JAN, 2017, The Concept Industry 4.0, Springer Gabler, Almanya.

ERGÜDEN, ENGİN, CAN TANSEL KAYA, BEGÜM TANYER, METE TÜRKYILMAZ, 2018, Endüstri 4.0'ın Getirdiği Devrimsel Değişimler Işığında Muhasebe Sistemlerinin Yeniden Yapılandırılması, Muhasebe ve Denetime Bakış, 54, 139-148.

ERTURAN, İLKAY, EMRE ERGİN, 2018, Dijital Denetim ve Dijital İkiz Yöntemi, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 20(4), 810-830.

ERTURAN, İLKAY, EMRE ERGİN, 2018, Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşme: Endüstri 4.0 Etkisi, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(72), 153-165.

ESMERAY, AZİZE, 2018, Bilişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Muhasebe Denetimine Katkısı, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi; 20, 294- 309.

FIRAT, OKTAY ZİHNİ SENİYE ÜMİT FIRAT, 2017, Endüstri 4.0 Yolcuğunda Trendler ve Robotlar, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 46(2), 211-223.

KOCH, G., JAMES, B., GALLUCCI, G., & HAMILTON, A. 2018. Surgical Template Fabrication Using Cost-Effective 3D Printers. The International Journal of Prosthodontics, 32(1), 97–100.

LEITÃO, P., COLOMBO, A. W., KARNOUSKOS, S. 2016. Industrial automation based on cyber-physical systems technologies: Prototype implementations and challenges. Computers in Industry, 81, 11–25.

MELL, PETER, TIMOTHY GRANCE, The NIST Definition of Cloud Computing, National Instituta of Standards and Technology, Special Publication 800-145.

ÖZDOĞAN, BURAK, SİBEL KARĞIN, 2018, Blok Zinciri Teknolojisinin Muhasebe Ve Finans Alanlarına Yönelik Yansımaları Ve Beklentiler, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 80, 161-176.

ÖZKAN, MEHMET, ARZU AL, SERKAN YAVUZ, 2018, Uluslararası Politik Ekonomi Açısından Dördüncü Sanayi- Endüstri Devrimi'nin Etkileri ve Türkiye, Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, 6(2), 126-156.

SERÇEMELİ, MURAT, 2018, Muhasebe Ve Denetim Mesleklerinin Dijital Dönüşümünde Yapay Zekâ, 13(30), 369-386.

TÜBİTAK, 2016, Yeni Sanayi Devrimleri Akıllı Üretim Sistemleri Yol Haritası.

TÜRKER, MASUM, 2018, Dijitalleşme Sürecinde Küresel Muhasebe Mesleğinin Yeniden Şekillenmesine Bakış, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 20(1), 202-235.

UÇMA UYSAL, TUĞBA, GANİTE KURT, 2018, Muhasebede Ve Denetimde Blok Zinciri Teknolojisi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(2), 467-481.

VAN DER ZEEUW, A., VAN DEURSEN, A. J., & JANSEN, G. 2019. Inequalities in the social use of the Internet of things: A capital and skills perspective. New Media & Society, 1-18.

WITKOWSKI, KRZYSZTOF, 2017, Internet of Things, Big Data, Industry 4.0 – Innovative Solutions in Logistics and Supply Chains Management, Procedia Engineering, 182, 763 – 769.

BANGER, GÜRCAN, 2017, Endüstri 4.0 Ekstra, Dorlion Yayınları, Ankara.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Analysis of Turkish Owned Ship Fleet

Full Text / Tam Metin

Ersin Firat AKGUL[1] , Ismail Bilge CETIN[2]

Abstract

Introduction*: The only viable way for transporting large quantities of goods has been maritime transport. Due to the increase in international trade over the last 20 years, the demand for maritime transport has also increased. Since freight income is considered to be an important source for balance of payments especially for developing countries like Turkey, it is useful to examine the structure of Turkish shipowners thoroughly.* ***Aim****: In this study, it is aimed to analyze Turkish owned fleet consisting of Turkish and foreign flags.* ***Method:*** *Turkish owned fleet is analyzed by using secondary data obtained from IHS seaweb, equasis and ISTFIX databases.* ***Findings:*** *According to the findings, it is determined that the Turkish owned fleet consists mainly of small tonnage general cargo ships called "coaster" with a carrying capacity of 1.000-12.000 dwt.*

Key Words: *Ship, Turkish Ship Fleet, Coaster*

INTRODUCTION

Transportation is one of the most important criteria in understanding the economic structure of today. A transport system capable of fulfilling the requirements of the current conjuncture increases countries' competitiveness and the level of welfare of people.

The fact that many of the developed countries are also known as maritime nations, is an indicator of how maritime is related to the country's economies and the level of development. Most of the cargoes, which are used nowadays throughout the world, are transported by sea, ranging from oil and coal to grain, from many industrial raw materials to project loadings. In this sense, maritime transport, which connects countries with combined transport, can be regarded as the main backbone of international economic activities.

Freight revenues obtained from maritime transport activities are important income source in foreign currency for countries especially for developing countries with a current account deficit, such as Turkey in ensuring the balance. In this context, maritime transport is one of the strategic issues for Turkey. Even though technology is advancing rapidly and new rules are being introduced, economic, modern and younger ships will continue to generate freight revenue regardless of the conditions of the day.

Within the scope of this study, Turkish owned merchant fleet consisting of both Turkish and foreign flags ships is analyzed on the global and regional scale by using various databases. Accordingly, international maritime trade is investigated in the following chapter. Afterward, the world merchant fleet is analyzed in detail in the third chapter. Then, Turkish-owned merchant trade fleet consisting of

[1] Res.Asst., Bandırma Onyedi Eylul University, Maritime Faculty, Maritime Business Administration, Izmir, Turkey, eakgul@bandirma.edu.tr

2 Assoc.Prof.Dr., Dokuz Eylul University, Maritime Faculty, Dept. of Maritime Business Administration, Izmir, Turkey, ismail.cetin@deu.edu.tr

Turkish and foreign flagged vessels is analyzed in the fourth chapter. The study ends with the conclusion.

INTERNATIONAL MARITIME TRADE

In the international economy, no country is self-sufficient. Each country is in commercial relations with other countries in supplying the products to be produced, selling the products it produces and providing the products that is not produced.

As indicated by traditional economic theory, international trade appears to be a factor to increase economic efficiency in terms of offering product variety in favorable conditions and prices. Trade routes dating back centuries, such as the Silk Road, prove that international trade has taken an important role in the economic activities of nations and regions throughout history. Maritime trade has a significant leverage role in the fulfillment of international commercial activities. This is mainly the result of the increase in container transportation which makes the combined transportation between different modes faster and more efficient.

Political and geopolitical transformations, liberalization of commercial activities, private sector involvement especially in the establishment of transportation infrastructure and services, shocks in energy markets and prices, containerization, use of information and communication technologies, diversification of labor, globalization of production and distribution processes, the introduction of advanced logistics services, and the decrease in transportation costs can be given as key developments in international maritime transportation in a different direction especially after the 1970s (Valentine et al., 2013: 227). As a result of these developments, global GDP, international trade and seaborne trade for the period after 1975 are shown in Figure 1.

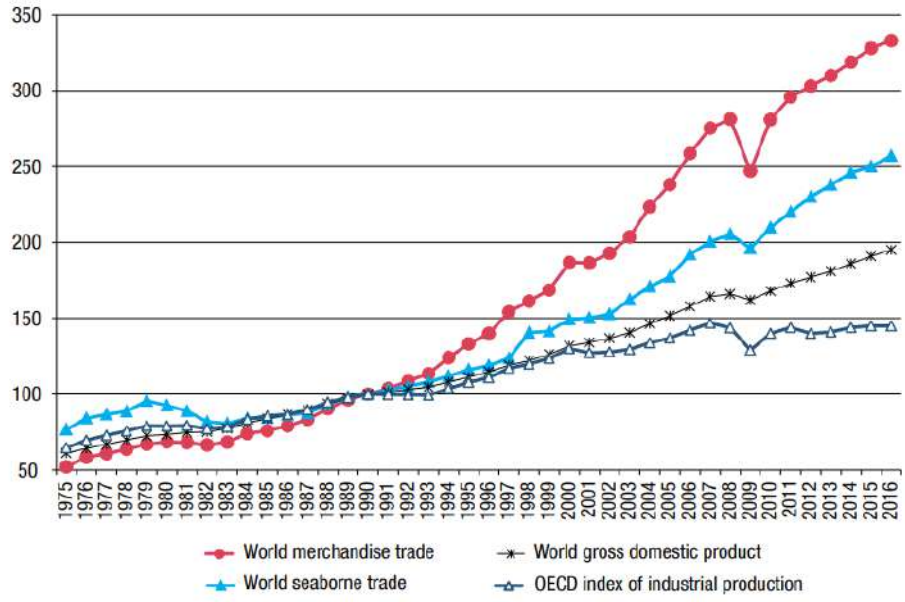


Figure 1: Annual percentage growth in world gross domestic product, world merchandise trade and world seaborne trade 1975-2016 (1990=100)

Source: Unctad, Review of Maritime Transport, 2017

As it can be seen from the Figure 1, world seaborne trade and other parameters have increased due to the significant increase in international trade as of 1990 and there is a high positive correlation between these parameters.

The trend of annual maritime transport according to the types of cargo is shown in Figure 2. In this sense, there is not much increase in the transportation of crude oil, petroleum products and gas products by sea. On the other hand, there a sharp increase in transportation of general cargo and dry bulk cargoes by sea.

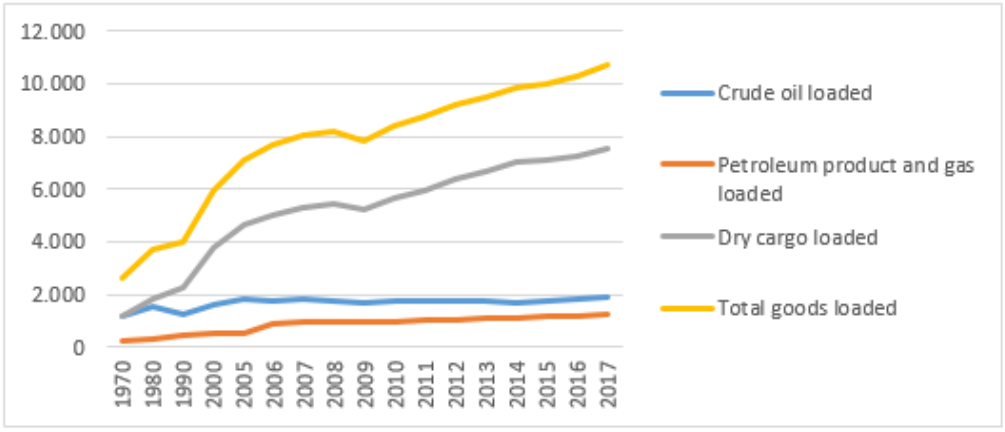


Figure 2: Growth in International Maritime Trade, millions of tons

Source: Adapted by authors from UnctadStat

The regional distribution of the goods subject to international trade is given in Figure 3 by total goods loaded. The shipments are distributed in Asia, Europe, Oceania, Latin America and Caribbean, North America and Africa respectively. On the other side, the shipments are distributed in Asia, Europe, North America, Latin America and the Caribbean, Africa and Oceania respectively considering the total goods unloaded as illustrated in Figure 4.

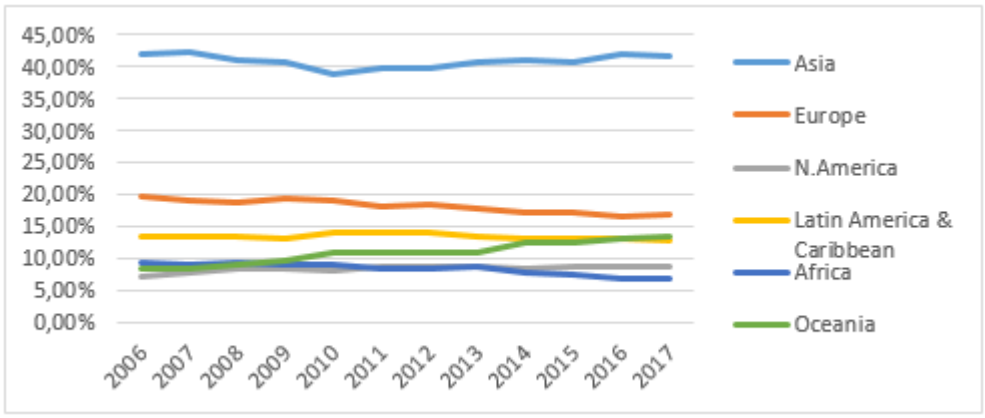


Figure 3: Annual percentage change of the regions in share of maritime trade by total goods loaded

Source: Adapted by authors from UnctadStat

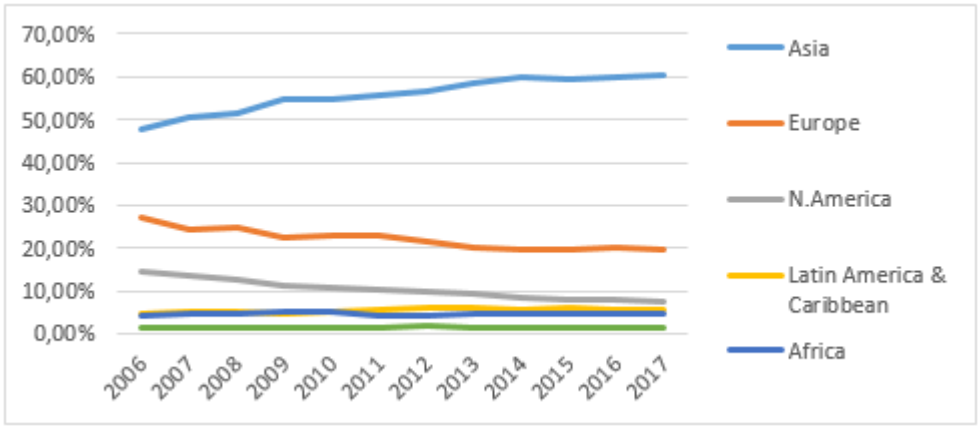


Figure 4: Annual percentage change of the regions in share of maritime trade by total goods unloaded

Source: Adapted by authors from UnctadStat

WORLD MERCHANT FLEET

Supply of world fleet varies depending on the delivery of new built vessels, ownership transfer to second-hand sales, ship tonnage and utilization of the ships (Angelopoulos et al., 2016: 229-230). As the economic activities increases, demand for maritime trade and freight revenues also increase. In particular, the rise in freight rates is one of the leading factors in increasing ship supply. (Chiste and van Vuuren, 2014: 1). As seen in Figure 4, there has been a rapid increase in world fleet capacity as a result of increasing international commercial activities since 2000. According to Figure 5, while total capacity was around 790 million dwt in 2000, it reached 1.9 billion dwt by the end of 2018.

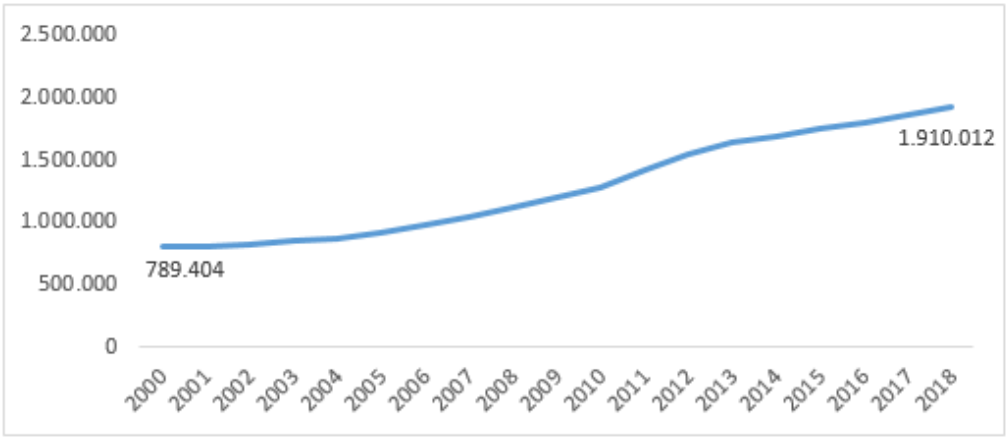


Figure 5: World merchant fleet, by dwt in thousands

Source: Adapted by authors from UnctadStat

Ship structure and transportation systems are designed to meet the need of transporting different types of goods efficiently (Panayides et al., 2011: 681). Although there are many different types and tonnage ranges of ships subject to maritime trade around the world, Equasis provided a picture of the world's merchant fleet by the end of 2017 as illustrated in Table 1.

Table 1: World Merchant Fleet, total number of ships, by type and size

Ship Type	Small[1]		Medium[2]		Large[3]		Very Large[4]		TOTAL	
General Cargo Ships	4.317	12,79%	11.691	29,87%	238	2,02%	0	0,00%	16.246	17,91%
Specialized Cargo Ships	8	0,02%	237	0,61%	68	0,58%	5	0,08%	318	0,35%
Container Ships	19	0,06%	2.256	5,76%	1.527	12,96%	1.400	23,18%	5.202	5,73%
Ro-Ro Cargo Ships	29	0,09%	648	1,66%	581	4,93%	235	3,89%	1.493	1,65%
Bulk Carriers	313	0,93%	3.786	9,67%	5.945	50,45%	1.704	28,22%	11.748	12,95%
Oil and Chemical Tankers	1.904	5,64%	7.043	17,99%	2.642	22,42%	1.842	30,50%	13.431	14,81%
Gas Tankers	36	0,11%	1.128	2,88%	351	2,98%	464	7,68%	1.979	2,18%
Other Tankers	388	1,15%	663	1,69%	11	0,09%	0	0,00%	1.062	1,17%
TOTAL	**7.014**	**20,78%**	**27.452**	**70,14%**	**11.363**	**96,44%**	**5.650**	**93,56%**	**51.479**	**56,75%**
Others *	26.738	79,22%	11.689	29,86%	420	3,56%	389	6,44%	39.236	43,25%

[1] GT<500 [2] 500≤ GT < 25.000 [3] 25.000 < GT < 60.000 [4] GT > 60.000

* Others includes Passenger ships, offshore vessels, service ships and tugs

Source: Adapted by authors from Equasis

According to the data in Table xx by number of ships, the world merchant fleet is composed of 51,479 ships and these ships constitute approximately 57% of the total ship supply. When the type of ships is examined, it is seen that the majority of fleet consists of general cargo ships, oil and chemical tankers and bulk carriers respectively. Furthermore, 67% of total world merchant fleet consist of small and medium sized ships up to 24.999 GT by number.

As of the end of 2017, the world merchant fleet is shown by gross tonnage in Table xx. Accordingly, 16% of the world merchant fleet is composed of small and medium-sized vessels, while a majority consists of large and very large tonnage vessels. Besides, it is seen that the largest tonnage vessels consist of dry bulk carriers, crude oil and chemical tankers and container ships, respectively.

Table 2: World Fleet, gross tonnage (in 1000 grt), by type and size

World Fleet, gross tonnage (in 1000 grt), by type and size

Ship Type	Small[1]		Medium[2]		Large[3]		Very Large[4]		TOTAL	
General Cargo Ships	1.457	16,29%	49.183	21,59%	7.789	1,76%	0	0,00%	58.429	4,48%
Specialized Cargo Ships	3	0,03%	1.896	0,83%	2.564	0,58%	371	0,06%	4.834	0,37%
Container Ships	8	0,09%	26.403	11,59%	57.909	13,06%	148.557	23,80%	232.877	17,85%
Ro-Ro Cargo Ships	10	0,11%	6.418	2,82%	27.599	6,22%	15.788	2,53%	49.815	3,82%
Bulk Carriers	123	1,38%	56.597	24,85%	220.764	49,79%	170.408	27,30%	447.892	34,34%
Oil and Chemical Tankers	612	6,84%	42.941	18,85%	94.975	21,42%	196.210	31,43%	334.738	25,66%
Gas Tankers	14	0,16%	7.068	3,10%	15.150	3,42%	51.356	8,23%	73.588	5,64%
Other Tankers	115	1,29%	1.907	0,84%	324	0,07%	0	0,00%	2.346	0,18%
TOTAL	**2.342**	**26,19%**	**192.413**	**84,48%**	**427.074**	**96,32%**	**582.690**	**93,35%**	**1.204.519**	**92,35%**
Others *	6.601	73,81%	35.361	15,52%	16.324	3,68%	41.500	6,65%	99.786	7,65%

[1] GT<500 [2] 500≤ GT < 25.000 [3] 25.000 < GT < 60.000 [4] GT > 60.000

* Others includes Passenger ships, offshore vessels, service ships and tugs

Source: Adapted by authors from Equasis

TURKISH OWNED MERCHANT FLEET

Turkey is located in the center of Black Sea, Mediterranean and Continental Europe in which one of the most intense commercial activity is conducted around the world. As mentioned previously, Europe stands out as the second most active region by maritime trade in the world, as shown in Figure 6.

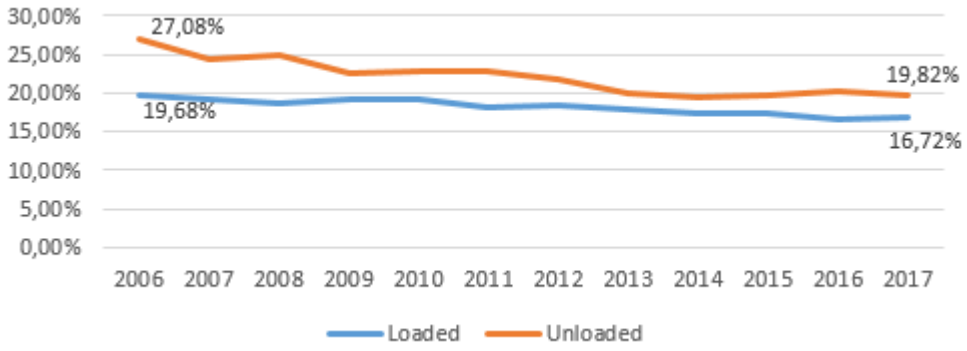


Figure 6: Share of maritime trade in Europe

Source: Adapted by authors from UnctadStat

After the global economic crisis faced in 2008, there was a decrease in international trade activities, which reduced the demand for maritime trade. However, in this period, ship supply increased in the opposite direction, and the number of players trying to gain a share from the market increased despite the shrinking market. This situation has increased the competition, especially the freight rates have decreased considerably. In recent years, developing technologies and changing regulations as well as the reduction of funding sources have conceive a threat to the current ship supply. Turkish-owned merchant fleet has been highly influenced by these developments like other stakeholders in the sector. Especially, the high age average of the current ship fleet, the low diversification, problems in the funding channels are among the top problems of the Turkish owned merchant fleet.

Table 3: Turkish Owned Merchant Fleet

Number of Ship Type	**Total Fleet, by number**	**Total Deadweight (dwt)**	**Total Gross Tonnage (grt)**
73	2.801	33.567.676 dwt	21.620.230 grt
37[1]	2.008	32.809.377 dwt	20.842.196 grt

Source: Adapted by authors from IHS Seaweb, January 2018 via ISTFIX

In order to determine the picture of the Turkish owned merchant fleet, IHS Seaweb data was provided through ISTFIX (Istanbul Freight Index). The analysis, as of January 2018, on Turkish owned merchant fleet is given in Table 3.

[1] Offshore vessels, passenger ships, service ships, tugs and yachts are excluded.

Table 4: Breakdown of Turkish Owned Merchant Fleet

Ship Type (Main Category)	**by numbers**	**by dwt**
General Cargo Ships	857	4.111.463
Bulk Carrier	309	15.648.955
Container Ships	92	2.293.013
Ro-Ro Cargo Ships	155	531.467
Specialized Cargo Ships	91	575.598
Oil and Chemical Tankers	341	8.911.726
Gas Tankers	18	212.128
Other Tankers	145	525.027
TOTAL	**2.008**	**32.809.377**

Source: Adapted by authors from IHS Seaweb, January 2018 via ISTFIX

The breakdown of Turkish owned merchant fleet is given in Table 4. According to the table, approximately 43% of the fleet consists of general cargo ships by numbers. If bulk carriers are added, the share reaches to %58 of the fleet. Considering the total capacity of ships; bulk carriers, oil and chemical tankers and container ships are found as leading categories in which Turkish ship owners mainly operate.

Table 5: Breakdown of Turkish Owned Merchant Fleet in the range of 1.000-12.000 dwt

Ship Type (Main Category)	**by numbers**	**by dwt**
General Cargo Ships	765	3.438.325
Oil and Chemical Tankers	204	1.260.547
Other Tankers	79	289.585
Ro-Ro Cargo Ships	74	366.092
Specialized Cargo Ships	37	98.988
Bulk Carrier	19	155.415
Container Ships	19	133.436
Gas Tankers	13	71.585

TOTAL	**1.210**	**5.813.973**

Source: Adapted by authors from IHS Seaweb, January 2018 via ISTFIX

As shown in Table 3 previously, Turkish merchant fleet consists of 37 different types of ships. When the IHS Seaweb data obtained from ISTFIX was analyzed, it was determined that Turkish owned merchant fleet is predominantly in the range of 1,000-12,000 dwt. The distribution of these vessels is shown in Table 5. Approximately %60 of the fleet consists of small tonnage vessels, which is called "coaster ships" with a capacity of 1,000-12,000 dwt. The majority of these vessels are used for short distance maritime transport in Black Sea-Mediterranean and Continental Europe. In this respect, the coaster ships are the backbone of Turkish owned merchant fleet.

CONCLUSION

Considering the geographic structure of the Mediterranean basin and its surroundings, maritime transport is mostly carried out with small tonnage vessels, which are called "coaster ships". Coaster ships are the most preferred ship type in the region because they have less operational and financial risk compared to large tonnage vessels and they have more flexible structure. The current status of the Turkish merchant fleet, which is one of the leading fleets of the region, has been analyzed within the scope of this study. Various databases are used to collect and analyze the data for understanding the structure of world and Turkish owned merchant fleet. As a result of the findings, it was determined that the main backbone of the Turkish-owned maritime fleet is composed of coaster ships between 1.000-12.000 dwt. Additionally, it is seen that small tonnage vessels are mostly composed of general cargo ships.

Most of the data used for the analysis of the Turkish owned merchant fleet were obtained from the IHS database. However, the only way to access the data is signing up to the database for a certain fee. In this context, the data was obtained through ISTFIX who is already a member of the database, and data for 2018 and later may be relatively different. This can be expressed as the limitation of the study.

ACKNOWLEDGMENT

This work was supported by Scientific Research Projects Coordination Unit of Bandırma Onyedi Eylül University. Project Number: BAP-19-1009-004

We are using this opportunity to express our gratitude to Engin KOÇAK, Head of Research of ISTFIX (Istanbul Freight Index) for providing IHS Seaweb data and for his valuable comments.

REFERENCES

ANGELOPOULOS, J., DURU, O., CHLOMOUDIS, C. (2016), "Spectral Dynamics of Dry Cargo Shipping Markets Theory of Long Waves - Fact or Artifact?", International Journal of Transport Economics, 43(3), 227-246.

CHISTE, C., van VUUREN, G. (2014), "Investigating the cyclical behaviour of the dry bulk shipping market", Maritime Policy & Management, 41(1), 1-19.

EQUASIS. (2018), "The World Merchant Fleet", http://www.emsa.europa.eu/equasis-statistics/download/5459/472/23.html , Date of Access: 15.03.2019

PANAYIDES, P.M., LAMBEERTIDES, N., SAVVA, C.S. (2011), "The relative efficiency of shipping companies", Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, 47(5), 681-694.

UNCTAD. (2017), "Review of Maritime Transport", https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/rmt2017_en.pdf , Date of Access: 10.03.2019

UNCTAD Data Center, UnctadStat, https://unctadstat.unctad.org/EN/ , Date of Access: 15.03.2019

VALENTINE, V.F., BENAMARA, H., HOFFMANN, J. (2013), "Maritime Transport and International Trade", Maritime Policy & Management, 40(3), 226-242.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiyede Ticari Bankacılık Sektörünün Mali Yapısının Değerlendirilmesi

Doç.Dr.Pınar PEHLİVAN [1]

Giriş

Bankacılık sektörü, finansal sektör içerisinde sahip olduğu önem ve yerine getirdiği işlevler bakımından büyük özellik arzetmektedir. Finansal aracılık faaliyetlerinin vazgeçilmez unsuru olan bankalar, ülkemizdeki finansal piyasalarda da ciddi öneme sahiptir. Özellikle fon arz ve fon talebini bir araya getiren bankacılık sektörü, kaynak dağılımını belirleme ve sermayeyi tabana yayma noktasında önemli roller üstlenmektedir. Ülke ekonomisinin büyümesine ve kalkınmasına önemli ölçüde katkısı bulunan bankaların mali yapıları ve performansları sadece kendileri için değil aynı zamanda müşterileri ve ülke ekonomisi açısından da çok önemlidir.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat bankalarının yapısının 2006 yılından itibaren analiz edilmesidir. Bu amaçla çeşitli bilanço ve gelir tablosu göstergeleri ve oranlar yardımı ile mevduat bankalarının 2006, 2010, 2015 ve sonraki yıllardaki performansları analiz edilmiştir. Katılım bankaları analize dahil edilmemiştir. Veriler için Türkiye Bankalar Birliği (TBB) ile Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)'nun web sayfalarından yararlanılmıştır.

2. Yöntem

Çalışmada, ülkemizde faaliyet gösteren bankaların yıllar itibariyle performanslarının ve mali bünyelerinin değerlendirilmesi amacıyla 2006 yılından 2018 yılına kadar izledikleri gelişme incelenmiştir. Bu bağlamda sektörün performansının gelişiminin izlenmesi ve yapısal analizinin ortaya konulabilmesi amacıyla genel kabul görmüş rasyolardan ve çeşitli mali tablo büyüklüklerinden yararlanılmıştır. Katılım bankaları analize dahil edilmemiştir.

3.Bulgular

Türk bankacılık sektörünün 2006-2018 dönemindeki mali yapılarının ve performanslarının analizinden önce sektörü tanımak amacıyla banka, şube ve personel sayılarındaki gelişmelere yer verilmiştir. 2006-2018 döneminde banka sayısında herhangi bir değişme olmazken, şube ve personel sayılarında 2015 yılına kadar artış, sonraki dönemde düşüş olduğu gözlenmiştir.

[1] Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Demirci Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi, pinar.pehlivan@cbu.edu.tr, pinarpehlivan1974@yahoo.com

Ardından sektörün toplam aktifleri, krediler ve diğer alacakları, mevduatı, özkaynakları, net kârları ve sermaye yeterlilik rasyoları incelenmiştir. Sektöre ait bahsedilen bu göstergelerin tamamında artış yönünde bir hareket gerçekleşmiş iken, sermaye yeterlilik rasyosunda inceleme döneminin sonunda dönem başına göre önemli ölçüde azalma görülmüştür.

Ayrıca 2018 yılı itibariyle varlıkların ve yükümlülüklerin, kredilerin ve diğer alacakların, takipteki kredilerin ve mevduatın türleri ve para birimleri açısından dağılımları irdelenmiştir. Ayrıca yıllar itibariyle sektörün özkaynak büyüklükleri ve toplam yükümlülükler içindeki payı da değerlendirilmiş ve bu payın artma eğiliminin sürdüğü belirlenmiştir.

Sektörün net kârının kamu bankaları, yerli özel bankalar ve yabancı bankalar ayrımıyla gelişimi izlendiğinde, dönem sonunda (2018 yılında), inceleme döneminin başına göre yaklaşık 5 kat bir büyüme olduğu gözlenmiştir. Yine aynı tasnifle incelenen özkaynak kârlılığı ve aktif kârlılığında ise tersine bir hareketle düşüş olduğu görülmektedir.

4.Sonuç

Çalışmada Türk bankacılık sektörünün yapısı 2006-2018 yılları için analiz edilmiştir. Bu amaçla sektörün mali yapısı çeşitli finansal oranlar ile bazı bilanço ve gelir tablosu göstergeleri kullanılarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada bankacılık sektörünün şube ve personel sayısının azaldığı, temel göstergelerinde artış olmasına karşın, özkaynak ve aktif kârlıklarının düştüğü, sermaye yeterlilik rasyosunun da azaldığı ortaya konulmaktadır. Elde edilen sonuçların, son yıllarda ekonomide yaşanan nisbi durgunluğa işaret ettiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler **:** Bankacılık Sektörü, Yapısal Analiz, Mali Bünye

Jel Kodu **:** G21, G29

Kaynakça

-Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim*, Yenilenmiş 7. Baskı, Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 65, Avcıol Basım, İstanbul, s. 20-22.

-Altunbaş, Y. ve Molyneux, P. (1995). "Gümrük Birliğine Giriş Sürecinde Türk Bankacılık Sisteminin Değerlendirilmesi", *Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi***,** Sayı: 11.

-Aysan, A.F. ve Ceyhan, Ş.P. (2008). "What Determines the Banking Sector Performance in Globalized Financial Markets? The Case of Turkey", *Physica A,* Vol:387, s.1593-1602.

-Bumin, M. (2009). "Türk Bankacılık Sektörünün Karlılık Analizi 2002-2008", *Maliye Finans Yazıları*, Yıl:23, Sayı:84, Temmuz, s.39-60.

-Canbaş, S., Çabuk, A. ve Kılıç, S.B. (2005). "Prediction of Commercial Bank Failure Via Multivariate Statistical Analysis of Financial Structures: The Turkish Case", *European Journal of Operational Research*, Vol:166, s.528-546.

-Çabuk, A. ve diğerleri. (2013). *Finansal Tablolar Analizi,* Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı, Eskişehir.

-Şenver, B. (1988). *Banka Bilançolarının Tahlil Yöntemleri*, Yayın No:143, İstanbul, s.13-14.

-Tufan, E., Hamarat, B., Cristea, M. ve Vasilescu, L.G. (2006). "Evaluation of Turkish Domestic and Foreign Banks By Using Financial Ratios", *11th International Conference on Finance and Banking* (Future of the European Monetary Integration), Karvina, Czech Republic.

-Ünsal, A. ve Duman, S. (2005). "Türkiye'deki Bankaların Performanslarının Temel Bileşenler Yaklaşımı ile Karşılaştırmalı Analizi", *VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, İstanbul, Mayıs.

-Yıldırım, C. (1999). "Evaluation of the Performance of Turkish Commercial Banks: A Non-Parametric Approach in Conjunction with Financial Ratio Analysis", *International Conference in Economics III*, ODTÜ, Ankara.

-BDDK (2019): "Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergeleri Aralık 2018.

-BDDK (2018): "Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergeleri Aralık 2017.

-BDDK (2017): "Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergeleri Aralık 2016.

-BDDK (2016): "Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergeleri Aralık 2015.

-BDDK (2011): "Türk Bankacılık Sektörü Genel Görünümü Aralık 2010, Sayı:2011/1.

-www.tbb.org.tr

Halkin Edebiyatı Aşık Tarzında Yüksek Zümrenin Edebiyatı Divan Etkisi Üzerine Tespitler

Zekiye ÇAĞIMLAR[1]

Türk halk edebiyatı kadim dönemlerden günümüze kadar varlığını korumuştur. Orta Asya'da "Ozan" isminin verildiği kopuz eşliğinde yuğ töreninde ağıt, şenliklerde neşeli ezgiler eşliğinde türküler söyleyen halkın edebiyatçısı Anadolu'da 15. Yy sonunda "Aşık" adını almıştır. Aşık tıpkı Orta Asya'da olduğu gibi yine acıda ağıt, neşeli günde mutlu türküler söylerken dilini korumuş Türkçe söylemiştir. Kadının güzelliğinden bahsederken gözü ceylana, yanağı elmaya, boynunu sunaya, göğsünü şeftaliye benzetmiştir. Okuma yazma bilmeyen, usta-çırak eğitimi ile yetişen aşık ancak gördüğü, duyduğu ile biçimlenen dil dünyası ile duygu dünyasını dile getirmiştir. Hece ile dörtlükler halinde söylediği genel ad olarak türkü denilen ezgiler halkın sosyal durumunu, eğitim durumunu, yaşam tarzını halkın kendi dili ortaya koymuştur. Yine de aynı toprağın ortaya çıkardığı sanatçıların başka bir sanat dalından etkilenmemesi söz konusu değildir. Osmanlı İmparatorluğu'nun kurulmasi ve imparatorluğun büyüme, gelişme döneminde bilim ve sanat da gelişmiştir. Fakat dil ve tarz olarak özellikle eğitimli kesimin oluşturduğu edebiyatta eğitim dilinin de etkisiyle Arapça ve Farsça yoğun olarak görülmüştür. Beyit esasine ve aruz veznine dayalı edebiyat halkın anlayacağı dil ve içerikten uzaktır. Eğitimli sanatçıların eserlerini eğitimli kişiler okuyup, anladığından yüksek zümrenin edebiyatı olmuştur. Fakat her ne kadar aşık edebiyatı okuma yazma durumu düşük ya da olmayan sanatçılar tarafından oluşturulsa da etkilenmesi mümkün değildir. Dil ve biçim olarak aşık tarzı sanatçılarında da divan edebiyatı biçim ve içerikte etkisini göstermiştir. Çalışmamızın amacı aynı toprağın, aynı milletin iki edebiyatının birbiri üzerindeki etkisini Aşık Ömer, Karacaoğlan ve Köroğlu'nun eserlerini inceleyip bulunan örneklerle tespit oluşturmaktır. Bu tespitlerle de edebiyatın birbirlerini etkileyerek anlam ve biçim olarak nasıl zenginleştiğini ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Halk Edebiyatı, Aşık Edebiyatı, Etki,

[1] Dr.Öğretim Üyesi, Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, ADANA, TÜRKİYE, czekiye@hotmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Sürdürülebilir Yaklaşımlara Bir Örnek Olarak Biyoesaslı Malzemelerin Tekstil ve Moda Tasarımı Alanlarında Kullanımı

Derya Meriç[1]

Özet

Günümüzde; yeni buluşlar, gelişen teknolojiler, hızlanan yaşam şekilleri gibi dinamiklerin etkisiyle ihtiyaç kavramının tanımı farklılaşmıştır. Bunun etkilerini ise tüketim hızındaki artış ve tüketim alışkanlıklarındaki değişimlerde gözlemlemek mümkündür. Öte yandan, yeryüzündeki doğal kaynakların azalması, türlerin yok olma tehlikesi, giderek artan atık birikimleri gibi nedenler sürdürülebilir bir yaşam ihtiyacının önemini gündeme getirmiş ve sürdürülebilirlik kavramının farkındalığının artmasına yol açmıştır. Tekstil ve moda tasarımı alanları ise sahip oldukları dinamikler ile tüketim açısından önemli bir yere sahiptir. Bu noktada, sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımların ve çözümlerin gündeme gelmesi olası bir sonuç olmakla birlikte aynı zamanda bir gerekliliktir. Biyoesaslı malzemelerin tekstil ve moda tasarımı alanlarında kullanımını ise bu bağlamda değerlendirmek mümkündür. Bu çalışmada, erişilebilen kaynaklar doğrultusunda tekstil ve moda tasarımı alanlarında kullanılan biyoesaslı malzemelerin neler olduğu, sahip oldukları potansiyeller, avantaj ve dezavantajları ile mevcut ve olası kullanım alanlarına değinilmektedir. Bununla birlikte, bu malzemelerin tekstil ve moda tasarımı alanlarında sunacağı alternatif tasarım yaklaşımları ve çözümleri üzerinde durulmakta ve mevcut tasarım örneklerin üzerinden değerlendirme yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler— *Biyoesaslı malzemeler, Biyo-atık, Biyobozunurluk, Sürdürülebilirlik, Tekstil ve Moda Tasarımı*

The Use of Biobased Materials in Textile and Fashion Design Fields as an Example of Sustainable Approaches

Abstract

Today, the definition of the concept of need is differentiated due to the dynamics such as new inventions, developing technologies and accelerating lifestyles. It is possible to observe the effects of these in the increase in consumption rate and changes in consumption habits. On the other hand; the reasons such as the decrease in natural resources on earth, the danger of extinction of species and the increasing waste accumulation have brought the importance of a sustainable life need to be raised and the awareness of the concept of sustainability has increased. Textile and fashion design areas have an important place, in terms of consumption with their dynamics. At this point; sustainability-oriented approaches and solutions are not also possible outcomes but also necessities. In this context; the biobased materials used in the textile and fashion design also can be evaluated. In this study, with the direction of the reachable sources, biobased materials used in the field of textile and fashion design, their potential, advantages and disadvantages, and current and possible uses are mentioned. In addition; alternative design approaches and solutions that these materials will present in the fields of textile and fashion design are emphasized and evaluation is made over the existing design examples.

Keywords— Biobased materials, Biowaste, Biodegradability, Sustainability, Textile and Fashion Design

JEL Classification Codes: L67, Q53, Q56

[1] Research Assistant, Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts, Textile and Fashion Design Department, Turkey, deu.deryameric@gmail.com

3.Sınıf Öğrencilerinin Sorumluluk Algıları

Yasemin SAYAN[1]

Özet

Amaç*: Bu araştırmanın amacı; ilkokul 3.sınıf öğrencilerinin günlük yaşantısı içinde yer aldığı ev, okul, sokak, sınıf ve ders gibi ortamlardaki sorumlulukları konusundaki algılarını belirlemektir.* ***Yöntem:*** *Çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılacaktır. Çalışma grubu, Balıkesir'deki bir ilkokulda öğrenim gören 21 üçüncü sınıf öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda, öğrencilerden sokak, ev, okul, sınıf ve ders, ortamlarında yapmaları gerekli olan sorumluluklardan 5'er tanesini listelemeleri istenmiştir. Daha sonra bu öğrenciler ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılacaktır. Veri analizinde içerik analiz ve betimsel analiz teknikleri kullanılacaktır.* ***Bulgular:*** *Araştırma sonunda elde edilen bulgular frekans ve doğrudan alıntılar şeklinde verilecektir.*

Anahtar Kelimeler— *İlkokul, 3.sınıf, sorumluluk*

RESPONSIBILITY PERCEPTIONS OF 3rd GRADE STUDENTS

Abstract

Aim: *The aim of this study is to determine the perceptions of primary school 3rd grade students about their responsibilities in the environments such as home, school, street, class and course where they are included in daily life.* ***Method:*** *Qualitative research approach will be used in the study The study group consisted of 21 third grade students attending a primary school in Balıkesir. In line with the purpose of the research, students will be asked to list 5 of their responsibilities in street, home, school, classroom and lesson, environments. Then a semi-structured interview will be held with these students. Content analysis and descriptive analysis techniques will be used in data analysis.* ***Findings:*** *The findings obtained at the end of the research will be given as frequency and direct quotations.*

Keywords— *Primary school, 3rd grade, responsibility*

JEL Classification Codes: *M31, M39*

[1]

Espor Oyuncularının Oyun Oynama ve Seyretme Motivasyonları

Yiğit Yurder[1]

Özet

Espor olarak bilinen büyük bilgisayar oyunu yarışma organizasyonları günümüzde büyük bir hızda popülerlik kazanmaya başlamıştır. En üst düzeydeki espor turnuvaları, geleneksel spor organizasyonları kadar seyirci çekmekte, stadyumları doldurmaktadır. Günümüzde, espor olarak sunulan oyunlar milyonlarca kişi tarafından da oynanmakta ve daha da yaygın hale gelmeye devam etmektedir. **Amaç:** Bu çalışmanın amacı, tamamen dijitalleşen çağda genç tüketicilerin internet ortamında yapılan bu takım bazlı espor oyunlarını seyretme ve oynama motivasyonlarını etkileyen faktörleri belirlemektir. **Yöntem:** 80'ler ve 90'lardan günümüze kadar uzanan tüketicilerin bilgisayar oyunu oynama ihtiyaç ve motivasyonlarını araştıran çalışmalardan yola çıkılarak, eğlence, bilgi, rekabet, süreklilik, zaman geçirme, hayal kurma, sosyal etkileşim, duyguların uyarılması, yetenek ve akran baskısı gibi değişkenlerin yeni neslin espor oyunlarını seyretme ve oynama motivasyonlarını ne kadar etkilediğini ölçmek amacıyla 3 ayrı çalışmadan alınan değişkenlerin ölçekleri bir araya getirilmiştir. Oluşturulan anketi İstanbul'daki üniversite öğrencisi, espor oyuncularına uygulayarak, espor oyun tüketim motivasyonlarını etkileyen faktörler regresyon analizi ile tespit edilmeye çalışılacaktır. **Bulgular:** Çalışma için anket oluşturulmuş ve şu anda hala paylaşılma aşamasındadır. Buna bağlı olarak çalışmanın bulguları sunum sırasında paylaşılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Espor, Motivasyon, Tüketim

Esports Players' Game Playing and Watching Motives

Abstract

Esports which are known as organized video game competitions, are growing in popularity. The top tournements of esports drawing crowds of fans and spectators as much as traditional sporting events. In our day, the games offered as esports games are played by millions of people and continue to become more widespread. **Aim:** The aim of this study is to determine the factors that affect the motivation of playing and watching these team based esports games on the internet. **Methodology:** Studies investigating the need and motivation of consumers playing computer games from the '80s and' 90s to the present were screened. The scales of variables from 3 different studies were gathered to measure how the variables such as entertainment, knowledge, competition, permanence, to pass time, fantasy, social interaction, arousal, skill and peer pressure affect the motivation of watching and playing the new generation of esports games. The questionnaire, which is created by using the gaming consumption literature, will be applied to the university students in Istanbul and the motivation of esports games consumption motivation will be determined. A survey was created for the study and is currently in the process of being shared. Accordingly, the findings of the study will be shared during the presentation.

Keywords: Esports, Motivation, Consumption

[1] Araş. Gör. Dr., Istanbul University, Faculty of Economics

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Marka sadakati: En çok hangi ürün ya da hizmetlere sadığız?

Merve Samioğlu[1]

Giriş: Marka sadakati, bir markanın en önemli silahlarından biridir. Firmalar müşterilerinin kendilerine bir sadakat besleyerek kendilerine bağlılık hissetmelerini ve onların diğer markaları düşünmeden kendi markalarını satın almalarını isterler. Bunun en önemli sebeplerinden biri, yeni bir müşteriyi kazanmak için yapılan pazarlama faaliyetlerinin maliyetinin, sadık bir müşteriyi elde tutmak için yapılan harcamalardan kat be kat fazla olmasıdır. **Amaç:** Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin hangi ürün veya hizmetlere karşı daha fazla sadakat duyduklarının araştırılarak betimsel bir durum saptaması yapmaktır. **Yöntem:** Öncelikle bir ön çalışma yapılmış olup, araştırmaya hangi ürün ve hizmet gruplarının dahil edilmesi gerektiği belirlenmiştir. Bunlar da "cep telefonu, havayolu şirketi, bankacılık (mobil/internet), kredi kartı, kozmetik, GSM operatörü, akaryakıt ve internet sağlayıcı" olarak saptanmıştır. Daha sonra çeşitli eğitim ve gelir grubundaki 153 katılımcıya, bu ürün ve hizmet gruplarından hangilerine daha fazla sadakat besledikleri sorulmuştur. **Bulgular:** Araştırmanın sonucunda tüketicilerin kendilerini en sadık hissettikleri ürünün cep telefonu olduğu görülmüştür. En az sadakat gösterilen ürünün ise akaryakıt olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Pazarlama Araştırmaları, Marka, Marka Sadakati

Brand Loyalty: What product or service are we more loyal to?

Introduction: Brand loyalty is one of the most important weapons of a brand. The firms want that the consumers become committed to them and continuously purchase their brands, by developing a loyalty for them. They also want that their loyal customers buy their products without considering other brands. One of the most important reasons of that is that the cost of the marketing activities of gaining new customers is much more higher than the cost of the marketing activities of the existing, loyal customers. **Aim:** The aim of this descriptive study is to research what product or service the consumers feel more loyal to. **Method:** In this research, firstly we conducted a pilot study to determine which product and service groups should be included in the survey. These are found as "mobile phone, airline company, banking applications (mobile/internet), credit cards, cosmetics, GSM operators, fuel brand, and internet service provider". Then, we ask 153 participants to measure their loyalty degrees. **Findings:** We found that *consumers feel the most loyalty to their mobile phones and the least loyalty to their fuel brand.*

Keywords: Marketing, Marketing Research, Brand, Brand Loyalty

[1] Araş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi samioglu@istanbul.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Suriyeli Küçüklerin Türk Hukukunda Evlat Edinilmesi

Canan Havva SOLMAZ[1] Selen ORHAN[2]

Giriş: *Suriyeliler ülkemizin de arasında bulunduğu ülkelere sığınmacı olarak Nisan 2011'den itibaren yerleşmeye başlamışlardır. Çoğu Suriyeli çocuk ana ve babalarını ülkelerindeki şiddete maruz kalmaları sebebiyle kaybetmiş ya da göç esnasında ana ve babalarından ayrı kalmışlardır. Mağdur olan bu çocuklar, Türkiye'deki Çocuk Esirgeme Kurumlarına sevk edilerek koruma altına alınmışlardır. 2011 yılından bu yana Suriyeliler, Türkiye halkı ile birlikte yaşamlarını devam ettirmektedirler ve korumasız çocukların varlığı da somut bir gerçektir.* ***Amaç:*** *Bu çalışma ile Türkiye'de Suriyeli küçüklerin evlat edinilmesi hukuki açıdan irdelenmiştir. Öncelikle bu çalışmada Türk Hukukunda küçüklerin evlat edinilme konusuna ve Suriyeli küçüklerin yabancılık unsuru taşıması sebebiyle milletlerarası hukukta evlat edinme konularına değinilmiştir. Ardından Suriyelilerin ülkemizdeki hukuki statüsünden bahsedilerek Suriyeli küçüklerin evlat edinilmesi konusu hukuki açıdan irdelenmiştir.* ***Yöntem****: Bu çalışma literatür tarama yöntemi ile hazırlanmıştır.* ***Bulgular:*** *Suriyeli küçüklerin Türk Hukukuna göre evlat edinilemediği sonucuna ulaşılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *Küçüklerin Evlat Edinilmesi, Suriyeli Küçükler, Suriyelilerin Hukuki Statüsü*

JEL Classification Codes: *K33, K15, K36*

[1] Avukat, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Hukuk Müşavirliği, Türkiye, canan.solmaz@bilecik.edu.tr
2Öğretim görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt Meslek Yüksekokulu, Türkiye, selen.orhan@bilecik.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

CAMLS Değişkenleri ile Karlılık Arasındaki İlişkinin Tespiti; BIST Banka Endeksinde Yer Alan Bankalar Üzerine Bir Uygulama

Hasan Hüseyin YILDIRIM[1], Bahadır İLDOKUZ [2]

Özet

Giriş*: Bankacılık sektörü, finansal sistemin en önemli yapı taşlarından birisidir. Bankacılık sektöründe ortaya çıkacak bir başarısızlık, ülke ekonomisinde ciddi sorunlara neden olabilir. Ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerine ulaşabilmeleri için bütün sektörleri önemli ölçüde etkileyen bankacılık sektörünün güçlü bir yapıda olması gerekmektedir. Sağlam ve güvenilir bir bankacılık sistemine sahip olan ülkelerin kredi notu yüksektir. Yüksek kredi notu sonucunda yabancı sermayenin ülkeye olan ilgisi artmaktadır. Böylelikle bankaların kredi hacmi genişlemekte ve yatırımlar için daha uygun oranlarda kredi sağlanmaktadır. Bu açıdan bankaların performansı ve karlılıkları önem arz etmektedir. CAMELS performans modeli, bankaların genel durumunun belirlenmesinde kullanılan bir değerleme sistemidir. CAMELS modeli 6 bileşenden oluşmaktadır. Buna göre; C sermaye yeterliliğini, A aktif kalitesini; M yönetim yeterliliğini; E kazanç durumunu; L likiditeyi; S ise piyasa risklerine olan duyarlılığı temsil etmektedir.* ***Amaç****: Bu çalışmada, CAMLS değişkenlerinin, E değişkeni üzerindeki etkisi ortaya konulacaktır.* ***Yöntem:*** *Çalışmanın uygulama kısmında 2010-2018 yılları arasında BIST Banka Endeksinde yer alan bankaların verileri kullanılacaktır. Çalışmanın analiz kısmında panel veri analizi yönteminden yararlanılacaktır.*

Anahtar Kelimeler: *Bankacılık Sektörü, Performans, CAMELS Analizi, Karlılık, Panel Veri Analizi*

JEL Sınıflandırması: *C23, G17, G21*

Determining the Relationship Between CAMLS Variables and Profitability; An Application on Banks in the BIST Bank Index

Abstract

Introduction: *The banking sector is one of the most important building blocks of the financial system. A failure in the banking sector can cause serious problems in the country's economy. In order for countries to achieve economic growth and development goals, the banking sector, which affects all sectors significantly, needs to be strong. Countries with a robust and reliable banking system have a high credit rating. As a result of the high credit rating, the interest of foreign capital in the country is increasing. Thus, the credit volume of banks is expanding and loans are provided at a more appropriate rate for investments. In this respect, the performance and profitability of banks are important. CAMELS performance model is a valuation system used to determine the general status of banks. CAMELS model consists of 6 components. According to this; C capital adequacy; A asset quality; M management adequacy; E earnings; L liquidity; also S represents sensitivity to market risks.* ***Aim:*** *In this study, the effect of CAMLS variables on variable E will be demonstrated.* ***Method:*** *In the implementation part of the study, the data of banks in the BIST Bank Index will be used between 2010-2018. In the analysis part of the study, panel data analysis method will be used.*

Keywords: *Banking Sector, Performance, CAMELS Analysis, Profitability, Panel Data Analysis*

JEL Classification Codes: *C23, G17, G21*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, BUBYO, Bankacılık ve Finans, Türkiye, hhyildirim@balikesir.edu.tr
2 Dr., Türkiye Emlak Katılım Bankası, Hazine Departmanı, Türkiye, bagadurhan@gmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Küresel Pazarlarda Yükselen (Büyüyen) Ekonomilerin Yeni Oyuncuları Ve Pazarlama Stratejileri

Reyhan BAHAR[1], Bilge VİLLİ [2]

Özet

Giriş: *Küresel pazarlamanın içinde yer alan, işletmeler, çalışanları ve müşterileri küreselleşmenin getirdiği birtakım avantajlardan faydalanmaktadır. Ancak küreselleşme karşıtı bazı görüşler bu avantajların dağılımının eşit olmadığını, küresel pazarlamanın bazı çıkar gruplarının faydasını arttırırken bazı grupların adil olmayan bir şekilde haklarının sömürülerek bu durumdan zarar görmelerine neden olduğunu savunmaktadır. Ancak küresel rekabette önemi giderek artan yükselen ekonomilerin sessiz ilerleyişi bu görüşü yıkabilecek nitelikte bir seyir izlemektedir. Öyle ki, küresel arenaya geç gelen oyuncular olan yükselen ekonomilerin bazı başarılı çokuluslusları, global markaların hegemonyası için tehlike teşkil etmektedirler. Ekonomilerini yeniden yapılandırma ve piyasa ekonomisine geçiş sancılarını atlattıktan sonra, son yıllarda hızlı bir atılım yaparak küresel pazarda güçlü birer çekim merkezi haline gelen yükselen ekonomilerden çıkan firmaların başarılı uluslararasılaşma stratejilerini incelemek küresel pazarlamanın gidişatını anlamak açısından faydalı olacaktır.* ***Amaç:*** *Bu çalışmada, küresel pazarlamanın dengelerini değiştiren yükselen ekonomilerin pazarlama stratejilerini belirlemek amaçlanmıştır.* ***Yöntem:*** *Bu çalışmada, yükselen ekonomiler, özellikleri ve küresel pazarlamada kullandıkları stratejiler kuramsal bir çerçevede ele alınarak incelenmiştir.* ***Bulgular:*** *Konu ile ilgili yapılmış çalımalar detaylı bir şekilde incelenerek konuya ilişkin kuramsal çerçeve oluşturulmuştur.*

Anahtar Kelimeler— *Yükselen Ekonomi, Küresel Pazarlama, Satın Almalar*

NEW PLAYERS OF GLOBAL MARKETING EMERGING ECONOMIES and MARKETING STRATEGIES

Abstract

Introduction: *Businesses, employees and customers in global marketing benefit from a number of advantages brought by globalization. However, some anti-globalization views argue that the distribution of these advantages is not equal and that global marketing increases the benefit of some interest groups, while some groups unfairly exploit their rights to exploit this situation. However, the silent progression of the emerging economies, which are becoming increasingly important in global competition, is capable of destroying this view. Thus, some successful multinationals of emerging economies, who are late players in the global arena, pose a danger to the hegemony of global brands. After overcoming the pains of restructuring their economies and shifting to the market economy, analyzing the successful internationalization strategies of the emerging economies emerging from emerging economies, which has become a powerful center of attraction in the global market in recent years, will be useful to understand the course of global marketing.* ***Objective:*** *In this study, it is aimed to determine marketing strategies of emerging economies that change the balances of global marketing.* ***Method:*** *In this study, the emerging*

[1] Öğretim Görevlisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Gönen Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Programı, Türkiye, reyhanbahari@gmail.com
2 Öğretim Görevlisi, Balıkesir Üniversitesi, Sındırgı Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Programı, Türkiye, bilgevilli@hotmail.com

economies, their properties and the strategies they use in global marketing are examined in a theoretical framework. ***Findings:*** *The studies about the subject were examined in detail and a theoretical framework for the subject was established.*

Keywords— *Emerging Economies, Global Marketing, Acquisitions*

JEL Classification Codes: M31

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kullanıcıların Sosyal Medya Sistemlerine Adaptasyonu

Orkun YILDIZ[1]

Özet

Giriş*: İnternetin yaygınlaşmasının ve mobil iletişim araçlarının erişilebilirliğinin hızla artmasıyla birlikte, sosyal medya sistemleri kullanıcıların günlük yaşamalarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde sosyal medya sistemleri sadece eğlence ve iletişim kurma kanalı olarak görülmemektedir. Sosyal medya sistemleri elektronik ticaret ve çevrimiçi reklam servis sağlayıcıları için özellikle Z jenerasyonunda yer alan hedef müşteri kitlesiyle direkt bağlantı kurulabilen bir mecra olarak görülmektedir.* ***Amaç****: Z jenerasyonunda yer alan bireylerin sosyal medya sistemlerine adaptasyonlarını etkileyen faktörleri tespit etmek için Teknoloji Kabul Modeli 3 kullanılarak bir model analizi yapılmıştır.* ***Yöntem:*** *Analiz yöntemi olarak yapısal eşitlik modeli ile açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Bu analiz sonucunda, teknoloji kabul modeli 3'te yer alan sosyal medya sistemlerinin tasarım karakteri, kullanım katılımı, üst desteği, teşvik, kullanım sonrası müdahaleler, eğitim, kurumsal destek ve akran desteği gibi faktörler ile bireylerin sosyal medya sistemlerine yönelik kullanım adaptasyonu sağlamaları arasındaki ilişkiler bulunmuştur.*

Anahtar Kelimeler— *Sosyal Medya Sistemleri, Kullanıcı Adaptasyonu, Teknoloji Kabul Modeli 3*

USERS' ADAPTATION TO SOCIAL MEDIA SYSTEMS

Abstract

Introduction: *With the increasing availability of internet and accessibility of mobile communication tools, social media systems have become an important part of daily life. Today, social media systems are not only seen as channels of entertainment and communication. Social media systems are regarded as a medium for electronic commerce and online advertising, which can provide a direct link to the target audience, especially to the Z generation.* ***Aim:*** *A model analysis was conducted based on the Technology Acceptance Model 3 for determining the factors that affect the adaptation to social media systems by individuals in the Z generation.* ***Method:*** *Structural equation modelling and exploratory factor analysis were used in order to determine the factors that affect users' adaptation to social media systems.* ***Findings:*** *The analyses demonstrated relationships between factors (i.e., design character of social media systems, user participation, management support, incentive, post implementation interventions, training, institutional support and peer support) and individuals' adaptation to social media systems.*

Keywords— *Social Media Systems, User Adaptation, Technology Acceptance Model 3*

JEL Classification Codes:

[1] Dr.Öğrt.Üyesi, İzmir Bakırçay Üniversitesi, İ.İ.B.F, Yönetim Bilişim Sistemleri, Türkiye, yildiz@bakircay.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Firmaların Ar-Ge Harcamaları ile Finansal Performansı Arasındaki İlişkinin Analizi

Ömer Serkan Gülal[1], Duygu Altuntaş [2], Ersan Ersoy[3]

Araştırma ve geliştirme yatırımları, firmaların büyümeleri ve hayatta kalabilmeleri için stratejik bir öneme sahiptir. Günümüzde, özellikle bilişim ve teknoloji alanlarında faaliyet göstermekte olan firmaların, ürün ve hizmetleri ile fark yaratarak faaliyet gösterdikleri pazarda kendilerine yer edinebilmeleri için etkin bir araştırma ve geliştirme sürecine ihtiyaçları vardır. Bu bağlamda, Borsa İstanbul Bilişim ve Teknoloji endekslerinde listelenmiş olan firmaların 2009-2018 yılları arasında gerçekleştirmiş olduğu araştırma ve geliştirme harcamaları ile finansal performansları arasındaki ilişki, piyasa performansını değerlendirmede kullanılan fiyat/kazanç ve piyasa değeri/defter değeri oranı gibi veriler aracılığı ile analiz edilecektir. Çalışmanın sonucunda araştırma ve geliştirme harcamalarının firmaların piyasa performansları üzerinde olumlu bir etkiye sahip olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler— *Ar-Ge Harcamaları, Finansal Performans, Borsa İstanbul*

[1] Arş. Gör., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Türkiye, serkangulal@nevsehir.edu.tr
[2] Yüksek Lisans Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, SBE, Bankacılık ve Finans ABD, duygualtnts35@gmail.com
[3] Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü, eersoy1@yahoo.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türev Ürün Kullanımının Türk Bankacılık Sisteminin İstikrarına Etkisi

F.Dilvin Taşkın[1], Görkem Ataman [2]

Özet

Giriş*: Vadeli İşlemler Opsiyon Borsası'nın (VİOB) kurulumu ile birlikte özellikle bankalar tarafından türev ürün kullanımı artmıştır.* ***Amaç****: Bu çalışma Türk Bankalarının türev ürün kullanımının banka istikrarına etkisini incelemektedir. Risk göstergesi olarak, bankanın iflas etme ihtimalini ifade eden Z-endeksi kullanılmıştır.* ***Yöntem:*** *Türev ürün kullanımının istikrara etkisini ölçmek için panel regresyon yöntemi kullanılmıştır. Modelde sabit etkiler ya da rassal etkiler modelleri arasından seçim yapmak adına Hausman test istatistiğine bakılmıştır.* ***Bulgular:*** *Sonuçlara göre türev ürün kullanımı bankaların riskini arttırmıştır. Öte yandan, banka riskinin türev ürünü kullanımı üzerinde herhangi anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.Türev portföyünün belirleyicilerine bakıldığında, kredi portföyü büyük daha büyük bankaların ve yabancı bankaların ve likit varlığa sahip bankaların daha çok türev ürün bulundurduğu ve varlıklarına oranla yüksek faiz geliri olan bankaların geleneksel bankacılık faaliyetlerine daha çok yöneldiği görülmüştür.*

Anahtar Kelimeler— *Türev ürün kullanımı, Türk Bankacılık Sistemi, Z-endeksi*

The Impact of Derivatives Usage on the Stability of Turkish Banking System

Abstract

Introduction: *With the establishment of Turkish Derivatives market (Turkdex), usage of derivatives increased rapidly, mainly by banks.* ***Aim:*** *This paper investigate the impact of the derivatives usage of the Turkish Banks on their stability. The proxy of risk is the Z-index which is defined as the probability of default that is calculated for each bank.* ***Method:*** *In order to investigate the impact of derivatives usage we ran panel regressions. Hausman test statistics is also applied to select among the fixed effect or random effect models.* ***Findings:*** *The results show that derivative instruments significantly increase the risks of the banks. On the other hand, when we analyze the impact of risk on derivative usage we cannot find a significant impact. When the determinants of derivative portfolio is analyzed it is clear that larger banks and foreign banks and banks with larger loan portfolio and liquid assets hold more of derivative products and banks which have higher interest revenues to total assets are more likely to engage in traditional banking activities.*

Keywords— Derivatives usage, Turkish Banking System, Z-index

JEL Classification Codes: *G-20*

[1] Doç.Dr., Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, dilvin.taskin@yasar.edu.tr
2 Dr.Öğr.Ü., Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, gorkem.ataman@yasar.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Alışveriş Merkezi Çalışanlarının İş Stresi Ve İş Doyumu Ölçümü

Fatma Feyza Gündüz[1], Selim Gündüz [2]

Özet

Giriş: *Alışveriş merkezleri sundukları ileri teknoloji uygulamaları ile rekabet gücünü sürekli canlı tutmaya çalışan, hem hizmet sektörü hem de sosyal yaşam alanı olarak faaliyet gösteren mekânlardır. Genel olarak hizmet sektörlerinde rekabet üstünlüğünü korumak adına sürdürülen yoğun iş temposuna ek olarak alışveriş merkezlerinde teknolojik cihazların yaydığı elektromanyetik radyasyonun da etkisinin olabileceğinden bahsetmek mümkündür. Dolayısıyla çalışanlar yoğun çalışma temposundan ve çalıştıkları ortamın fiziksel koşullarından kaynaklanan farklı faktörlerden etkilenmektedirler.* ***Amaç****: Bu çalışmada da iş yoğunluğu ve elektromanyetik kirliliğin fazla olduğu öngörülen alışveriş merkezlerinde çalışanların iş stresi ve iş doyumu düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.* ***Yöntem:*** *Adana ilinde bulunan alışveriş merkezleri içerisinde çalışan 174 personel kolayda örnekleme yöntemiyle seçilerek bu çalışmanın örneklemine dâhil edilmiştir. Çalışmaya katılan bu kişilere Örgütsel Stres Ölçeği-D (VOS-D) ile birlikte demografik soruların da yer aldığı bir anket formu uygulanmıştır.* ***Bulgular:*** *Çalışanların iş stresi ve iş doyumu düzeylerinin belirlenmesine yönelik alt boyutların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi vb. sosyo-demografik özelliklere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık teşkil edip etmediği Mann Whitney U ve Kruskal Wallis testleri ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler neticesinde ölçeğin hiçbir boyutunun cinsiyete göre farklılık arz etmediği, "Görev belirsizliği" boyutunun medeni duruma göre ve "Görev çatışması" boyutunun ise öğrenim durumuna göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca alt ölçeklerin arasındaki ilişki düzeyleri de korelasyon analizi sonucunda belirlenmiştir.*

Anahtar Kelimeler—*İş Stresi, İş Doyumu, Alışveriş Merkezi Çalışanları*

Bu çalışma Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından kabul edilen 18113003 nolu BAP projesi kapsamında desteklenmektedir.

Measurement of Job Stress and Job Satisfaction of Shopping Center Employees

Abstract

Introduction: *Shopping centers are the places that operate both as a service center and as a social living area, trying to keep their competitiveness alive with the advanced technology they offer. In general, it is possible to mention the effect of electromagnetic radiation emitted by technological devices in shopping malls in addition to the intensive work pressure in order to maintain competitive advantage in service sectors. Therefore, the employees are affected by the intense work pressure and the different factors arising from the physical conditions of the work places.* ***Aim:*** *In this study, it is aimed to determine the level of work stress and job satisfaction of the employees in the shopping centers, where work intensity and electromagnetic pollution are estimated to be high.* ***Method:*** *174 employees working in shopping centers in Adana province were selected with the sampling method*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finans Bölümü, Türkiye, ffgunduz@adanabtu.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, Türkiye, sgunduz@adanabtu.edu.tr

and included in the sample of this study. A questionnaire including demographic questions was applied to the employees with Organizational Stress Questionnaire-D (VOS-D). ***Findings:*** *It was analyzed by Mann Whitney U and Kruskal Wallis tests whether there was a statistically significant difference of sub dimensions according to gender, age, education level, income level etc. and socio-demographic characteristics for determining the job stress and job satisfaction levels of the employees. As a result of the analyzes, no dimension of the scale varies according to gender. It was determined that the dimension of "role indefferences" differs according to marital status and the dimension of "role conflicts" varies according to educational status. In addition, the relationship between the subscales was determined by the correlation analysis.*

Keywords— *Job Stress, Job Satisfication, Shopping Center Employees*

JEL Classification Codes: *M10, J28*

This study was supported by the BAP project No. 18113003, which was adopted by the Unit of Scientific Research Projects Coordination con-nected to Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University.

Yeni Bir Kamusal Alan Sosyal Medya Ve Muhasebe

Gönül Alkan İPEK[1]

Teknolojinin gelişmesi ve internet süreciyle başlayan, zaman ve mekan kavramlarını yok sayan sosyal medya ağları toplumsal hayatın yeniden yorumlanmasına neden olmuştur. Sosyal medya paylaşımları bireysel ve özel paylaşımların dışında bilgi alışverişinin yapıldığı kamusal alanlar olarak yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Facebook, Twitter ve Instagram Türkiye'de bilgi paylaşımı ve sosyalleşme amacıyla en çok kullanılan sosyal ağlardır.

Günümüzde bireyler günün her saatinde ve her platformda sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu bağlamda bilgiye ulaşmayı kolaylaştıran sosyal ağlar aynı zamanda mesleki alanda paylaşılan bilgininin niteliğinin de sorgulanmasını gerekli kılmaktadır.

Bu çalışmada sosyal medya ağlarından "Facebook" da bulunan Muhasebe ile ilgili sayfalar içerik analizi yöntemiyle incelenerek yapılan paylaşımların mesleki yansımaları incelenmiştir. Muhasebe ile ilgili en yaygın sayfalar Facebook'da bulunduğu araştırma Facebook ile sınırlandırılmıştır. Araştırma yöntemi olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinde birbirine benzeyen veriler, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenlemekte ve yorumlanmaktadır. . Facebookta bulunan ve adında Muhasebe geçen sayfalar sınıflandırılarak bu sayfalardaki içerikler ve paylaşımlar değerlendirilmiştir

[1] Doç.Dr.Gönül İpek Alkan (Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu)

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Portföy Yatırımları İle CDS Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği

Muaz SAKIZCI[1], Hasan Hüseyin YILDIRIM[2]

Özet

Giriş*: Dünya ticaretinin genişlemesi ile birlikte ülkelerin birbiriyle olan etkileşimi artmıştır. Artan etkileşim, ülkeler arasında ekonomik serbestleşmenin ve sermaye hareketinin artmasına ve finansal piyasalarda yatırım araçlarının çoğalmasına yol açmıştır. Yatırım alternatiflerindeki genişleme beraberinde bir takım riskleri de getirmiştir. Yatırımcılar sistematik ve sistematik olmayan riskleri dikkate alarak yatırım yaparlar. Yatırımcılar finansal kararlarında gösterge niteliğinde olan bir takım parametrelere bakarlar. CDS yatırımcıların ekonomik durum hakkında bilgi sahibi olmak için baktıkları parametreler arasında yer almaktadır. Kredi Temerrüt Takası (CDS), kredi veren bir kuruluşun (alacaklının), karşı tarafın (borçlunun) temerrüt olasılığından korunmak amacıyla yaptırmış olduğu bir sigorta işlemi olarak düşünülebilir.* ***Amaç****: Bu çalışmada CDS risk primleri ile net portföy yatırımları arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır.* ***Yöntem:*** *Çalışma kapsamında Ocak 2010 - Eylül 2018 dönemleri arasında kredi temerrüt takaslarının 3 aylık çeyrek verileri ile bu dönemdeki net portföy yatırımları arasında bir ilişki olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada yöntem olarak ARDL Sınır Testi Yaklaşımı ve Nedensellik Analizi kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Çalışmanın bulgularında CDS primleri ile portföy yatırımları arasında eş bütünleşme ilişkisi ve CDS'in Portföy Yatırımlarının nedeni olduğu ortaya çıkmıştır.*

Anahtar Kelimeler: *Portföy Yatırımları, CDS (Kredi Temerrüt Takası), ARDL, Granger Nedensellik*

JEL Sınıflandırması: C32, F21, P33

The Relationship Between Portfolio Investment and CDS: The Case of Turkey

Abstract

Introduction: *The interactions between countries have increased with the expansion of world trade. Increased interaction has led to an increase in the economic liberalization and capital movement among countries and the growth of investment instruments in financial markets. The expansion in investment alternatives has brought with it some risks. Systematic and unsystematic risks are taken into consideration in investment decisions. Investors look at a number of indicative parameters in their financial decisions. The Credit Default Swap (CDS) is among the parameters that investors look at to know about the economic situation. (CDS) can be considered as an insurance transaction that a lending institution (the creditor) has done to protect the counterparty (the debtor) from the probability of default.* ***Aim:*** *In this study, we investigated whether there is a relationship between CDS risk premiums and net portfolio investments.* ***Method:*** *Within the scope of the study, it is tried to determine whether there is a relationship between the 3-month data of credit default swaps and the net portfolio investments in this period between January 2010 and September 2018 period. ARDL Bound Test Approach and Causality Analysis*

[1] Mali Analist, Vakıflar Bankası TAO, Ankara Bölge Finansal Değerlendirme Müdürlüğü, Türkiye, muazsakizci@gmail.com
2 Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi, BUBYO, Bankacılık ve Finans, Türkiye, hhyildirim@balikesir.edu.tr

were used as methods in the study. ***Findings:*** *In the findings of the study, it was found out that the CDS premiums and portfolio investments are the cointegration relationship and CDS is the cause of portfolio investments.*

Keywords: *Portfolio Investments, CDS (Credit Default Swap), ARDL, Granger Causality*

JEL Classification Codes: C32, F21, P33

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Mucizelere Yerküreden Bakış İklim Değişikliği Karşısında Vergi Çözümü

Full Text / Tam Metin

Dr.Öğr.Üye.Gamze Yıldız ŞEREN KURULAR[1]

Özet

Mali araçlar arasında yer alan vergiler dün olduğu gibi bugün de devletlerin sorun çözümünde başvurdukları temel politika araçlarından birisidir. Çevre konusu ise gün geçtikçe daha fazla önem kazanan bir sorun haline gelerek devletlerin küresel çapta üzerinde çözüm üretmeye gayret ettikleri bir hususdur. İklim değişikliği işte bu hususun en önemli parçalarından bir tanesidir. Bilhassa günümüzde doğal afetler, orman yangınları, toprak kaymaları gibi felaketlerle iklim değişikliği ciddi politika demeti oluşturulması gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Karbon salınımının azaltılması, düşük karbonlu yeni iş sahalarına yer açılması adına vergi aracının bir teşvik politikası olarak uygulanması gerekmekteyse de dünyada karbon salınımı noktasında beklenen/istenen sonuç elde edilememiştir. Vergi elbette alınacak önlemler arasında etkin bir politika aracı olarak görülse de diğer sorunlar gibi bu sorunun çözümünde de tek boyutlu bir yaklaşım beraberinde çözümsüzlüğü getirebilmektedir. Toplum düzeyinde çevreye duyarlı bir yaklaşım ve algının gelişebilmesi namına sivil toplum kuruluşları gibi süreçte önemli rol oynayacak diğer aktörleri de denkleme dahil etmek gerekmektedir. Neticede insan faaliyetlerinin bir sonucu olarak doğan çevre sorunlarında, yine insan faaliyetleri ile (eskiye döndürmek mümkün olmasa da), tahribatların minimuma indirilmesi bir zaruriyettir. Bunun için tek yönlü bir politika değil, çok yönlü bir politika; çevreye duyarlı bir toplum ve devlet; politika aktörlerinin küresel çaptaki işbirliği sorunun çözümünde rolü olabilecek temel unsurlardır.

Anahtar Kelimeler— *Çevre Vergileri, Karbon Salınımı, Küresel Kamusal Mal, Mali Çözüm*

Abstract

Being among the financial instruments, tax has always been one of the policy support instruments that governments apply to solve problems. The issue of environment, on the other hand, is a notion which has gain more importance day by day and governments struggle to create solutions to the problems about environment on the global scale. Climate change is one of the most important parts of this issue. Especially in our modern day, as a result of disasters such as natural disasters, forest fires, and landslides, climate change has become a field on which serious political measures should be taken. Although it is necessary to implement tax tool in order to decrease carbon emission and to open new fields for works with less carbon emission, the expected/desired results about carbon emission has not been obtained throughout the world. Though tax is indeed considered an effective political tool among the precautions to be taken, one-dimensional approach might bring along deadlock in the solution of this problem as it does for other solutions as well. In order to improve an approach and a perception towards environment across the society, it is necessary to include other actors that can play important role in this process such as CSOs. Consequently, in order to solve environmental problems which have occurred as a result of human activities, it is essential to minimize the destruction caused by human activities (although it is not possible to restore it completely). In order to achieve this, a multidimensional policy instead of a one-dimensional policy, an environmentally conscious society and state, and cooperation of policy actors on a global scale are basic elements which can play an important role in the solution of the problem.

Keywords— Environmental Taxes, Carbon Emission, Global Public Goods, Financial Solution

JEL Classification Codes: *H2, H0, Q5*

[1] Dr.Öğr.Üyesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, İİBF, Maliye, Türkiye, serengamze@windowslive.com

"Karbon kirliliğine bir fiyat koymak, emisyonları azaltmanın en güçlü ve etkili yoludur"

Jim Yong Kim

"Hayatta vergiler ve ölüm kesindir"

Benjamin Franklin

1. GİRİŞ

Maliye politikası çeşitli sebepler ve şekillerle ekonomiye müdahale için araçlarını devreye sokmaktadır. Dışsallıklara haiz bir çevre hususu da söz konusu sebeplerden bir tanesidir. Küresel kamusal mal olarak nitelenen çevre ile ilgili sorunlar çözümün kamudan gelmesi durumunda vergi literatürde kendisine genişçe tartışma alanı bulan alanlardan bir tanesidir. Çevre sorunlarına vergi kanalı ile müdahale ya teşvikler yolu ile ya da caydırma amaçlı konulan vergilerle mümkün olmaktadır. Buna göre çevreye zarar veren bir faaliyetin vergilendirilmesi ilave maliyet yükleneceğinden beklentiler söz konusu faaliyetin azalacağı yönünde gelişmekte, diğer ihtimalde yani çevreye karşı duyarlı bir faaliyet söz konusu ise teşvik edilerek bunun çevreye daha da duyarlı faaliyetlerin üretilmesine vesile olması beklenmektedir. Ancak ne yazık ki her şey cümlelere veya modellere döküldüğü kadar basit olmamakta "insan" faktörü devreye girdiğinde senaryolar değişebilmektedir.

Bu makalede amaçlanan iklim değişikliği karşısında başvurulan vergi olan karbon vergilerini incelemek ve küresel çevre sorunları karşısında çoklu politika yaklaşımına dikkati çekmektir. Betimleyici öğelerin yer aldığı bu çalışma üç ana bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde çevre sorunlarına yol açan iklim değişikliğinin ne demek olduğu kavram ve kapsam temelinde incelenmiştir. İkinci bölümde var olan/var olacak çevre sorunları karşısında vergi aracının nasıl kullanıldığı ile ilgili detaylar bulunmaktadır. Son bölümde ise yerküreden mucizelere bakmanın vergiler yolu ile mümkün olup olmadığı karbon vergisi özelinde incelenmiştir.

2. KÜRESEL BİR MAL, KÜRESEL BİR SORUN: İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ

İklim değişikliği hususunu iki temel perspektiften ele almak mümkündür. Bunlardan birisi atmosferdeki belirli gazların ultraviyole ışığına karşı şeffaf olması ancak kızılötesi radyasyonu da emmesidir. Söz konusu gazlardan en bilineni karbondioksit olsa da su buharı, metan, azot oksit, kloroflorokarbonlar ve diğer çeşitli gazlar da aynı özelliğe sahip bulunmaktadır. Güneşten gelen enerjinin ultraviyole ışık şeklinde geçmesiyle yerde bulunan nesneler tarafından emilimi sağlanır. Bu ısınma esnasında nesneler enerjiyi kızılötesi radyasyon şeklinde serbest bırakmaktadırlar. Karbondioksit bunu yüzeye döndürerek tıpkı camın bir serayı sıcak tutması gibi o da dünyada küresel sıcaklıkları yükseltmektedir. Karbondioksitle beraber diğer gazlar da bu sebepten sera gazı olarak adlandırılmaktadır. İkinci perspektif ise bu noktadaki "insan faaliyetlerinin" payıdır. Buna göre fosil yakıt kullanımı atmosfere yaklaşık olarak 6 milyar ton karbondioksit eklemektedir ki sanayileşmiş ülkelere bakıldığı vakit emisyonların en fazla bu bölgelerde olduğu görülmektedir (Mckibbin ve Wilcoxen, 2002). Örneğin Çin en fazla sera gazını salan ülkedir ve onu ABD takip etmektedir (Amadeo, 2019).

Sanayi devriminden bugüne karbondioksit seviyelerinin astronomik değerlere yükselme sebepleri arasında şu unsurları saymak mümkündür (Ecotality):

- Sera gazı emisyonlarında artış
- Küçük kirlilik parçacıkları (aerosoller)
- Güneş ışınımı dalgalanmaları
- Volkanik patlamalar
- Mevcut arazi ve ağaç miktarındaki değişiklikler

Dünya üzerindeki karbon emisyon miktarının kontrolünün sağlanması bundan sonra atılması gereken adımlar için hiç kuşkusuz ortak bir bilimsel yoldur. Ancak son yayımlanan Birleşmiş Milletler (BM) raporu emisyon azaltma hedeflerine henüz ulaşamadığına işaret etmektedir. Emisyonlarla ilgili sınırlamalar gerek 1997 Kyoto Protokolü gerek 2016 Paris anlaşmasının ana mekanizmasıdır (Gleckman, 2018). Uluslararası enerji ajansına göre dünyada yer alan fosil yakıt rezervlerinin üçte birinden fazlası 2050 yılına kadar yakılmamalıdır. Aksi halde atmosfer 2 derece santigrat seviyesindeki tehlikeli seviyeye kadar ısınacaktır (Amadeo, 2019). Bahsi geçen hususlardan hareketle denilebilir ki iklim değişikliği günümüzün en önemli sorunudur. İklim değişikliğinin etkilerinin kapsamı küreseldir. Bu etkiler ise hava koşullarının gıda üretimini tehdit etmesinden, deniz seviyelerinin yükselerek su basma riskini ortaya çıkarmasına kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu bağlamda bugün alınmayan sert önlemler yarın dünyayı daha maliyetli ve etkiler karşısında uyumun güç gerçekleşeceği bir konjonktüre sürükleyecektir (UN).

Çevre sorunları karşısında devletler iki temel politika aracı ile müdahalede bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi mali araçlardır diğeri kumanda kontrol araçları olarak da geçen hukuki araçlardır. Çevre vergileri, emisyon veya kullanıcı harçları, ürün vergileri, emisyon ticareti, geri ödemeli depozito sistemi ve teşvikler mali araçlardır. Hukuki araçlar ise kirletme yasakları, çevre standartları, atıkların atılmasını düzenleme, ruhsat uygulamaları, çevresel etki değerlendirmesi gibi araçlardır. Bu çalışmanın da ana konusunu oluşturan çevre sorunları karşısında mali araçların kullanılmasındaki amaç üreticinin sebep olduğu maliyeti üstlenmesini gerçekleştirmektir (Mutlu, 2002). Vergi hukuku, hem devletin hem de kişi ve kurumların vergi ilişkisini incelemektedir. Bunun altında ise devletin vergilendirme yetkisi vardır ve vergiler gerek ekonomik gerek sosyal yaşama müdahale araçlarından bir tanesidir. Dolayısıyla vergiler ekonomik faaliyetlere yön verebilmektedir. Ancak sözü geçen çevreye yönelik tasarlanmış vergilerin öncelikli amacı gelirden öte insan tercihlerinin değiştirilmesidir (Organ ve Çiftçi, 2013). BM Çerçeve Kongresi'nin hazırladığı Kyoto Protokolünde de küresel ısınma neticesinde iklim değişikliğine sebep olan gazların sınırlandırılması adına düzenlemeler öngörülmüştür. Bilhassa karbondioksit emisyonunun vergilendirilmesi bu kapsamdadır ve unutulmamalıdır ki sera etkisi küresel bir çevre sorunudur. Ülkeler karbondioksit emisyonlarıyla sınırlarının da ötesine geçerek iklim değişimlerine sebep olmaktadır (Mutlu, 2006). Hiç kuşkusuz iklim değişikliğinin önüne geçebilmek de (azaltabilmek) küresel bir kamu yararıdır. Dünyada yaşayan bütün insanlar bu durumdan bir fayda elde eder bununla beraber bir kişinin fayda elde etmesi bir başka kişinin faydası üzerinde azalma gerçekleşeceği anlamı taşımaz. Küresel bir kamu malı olarak iklim değişikliğini diğer kamu mallarının "büyükbabası" olarak görmek mümkündür. Çünkü hiçbir küresel kamu yararı, iklim değişikliğini hafifletmenin sağlama zorluğunu vurgulayamamaktadır (Chander, 2017).

Kamu mallarını küresel kamu malları ve ulusal kamu malları olarak iki temel ayrımda incelemek mümkündür. Küresel kamu malları ülkeler ve bölgeler arasında yayılan faydaları/zararları ifade

etmektedir. Örneğin nükleer silahsızlanma bu kapsamda değerlendirilebilir. Çünkü bir ülkenin elinde nükleer silahın olması diğer ülke vatandaşlarının korku içerisinde yaşamasına sebep olmaktadır, bu kapsamda nükleer silahsızlanma da küresel bir kamu yararıdır. Hiçbir ülkenin nükleer silahı bulunmadığı takdirde herkes daha az korkacaktır. İklim değişikliği de bu grupta yer alan bir kamu malıdır ve kontrol edilmesi durumunda bütün dünyanın yararına bir durum ortaya çıkarmaktadır (Chander, 2017). 1999 senesinde BM gelişim programının yapmış olduğu çalışma ile gündeme gelen küresel kamusal mal kavramı; faydasından kimsenin dışlanamadığı, faydası ülkelere, insanlara, gelecek nesillere yayılan, tüketimde bireyler arasında bir rekabetin söz konusu olmadığı mallardır ((Kaul,Grunberg,Stern, 1999). Karbon vergileri de ulusal ya da küresel bağlamda iki ana grupta değerlendirilebilir. Ulusal karbon vergilerinde ülke sınırlarında tek taraflı uygulamalar söz konusu iken küresel karbon vergilerinde küresel düzeyde uygulanacak bir dolaylı vergi öngörülmektedir. Bu durum da ülkeler arasında vergi uyumlaştırmasını zorunlu kılmaktadır (Vural). Örneğin Kyoto Protokolü ile OECD ve geçiş ülkelerinde sera gazı emisyonlarının öngörülen hedeflere indirilmesi zorunluluğu getirilmiştir. Böylece hem karbondioksit emisyonu azaltılarak ozon tabakası, atmosfer, hava kalitesi gibi küresel malların korunması hem de kamu gelirlerinin artırılarak çevreyi koruyacak küresel kurumların finanse edilmesi amaçlanmıştır (Tekin ve Vural). Bunu sağlamak ne var ki görüldüğü kadar kolay değildir. Küresel kamu mallarının sunumunda gönüllülük söz konusu olduğundan BM'nin bu konuda kuralları ülkeler üzerinde uygulama anlamında yetersiz olduğu söylenebilir. Egemenlik, ulus devletlerin ve de vatandaşların bağımsızlığını tıpkı diğer alanlarda olduğu gibi bu alanda da korumaktadır. Baskı yapılabilse de bu süreçte küresel bir kamu malının teminine katkıda bulunmaya zorlanması söz konusu değildir. Dünyanın iklim değişikliğiyle mücadelede bir dünya ülkesinin dahi eksik olması çabaları eksik kılmaktadır. Burada tüm ülkelerin bir anlaşmaya varması elbette yavaş ve zor bir süreçtir. Burada dünya ülkeleri açısından yapılacak anlaşmanın iklim değişikliğini azaltmanın maliyetlerini ve faydalarını dengelemesi ve adil bir sürecin söz konusu olması gerekmektedir (Chander, 2017).

3. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ KARŞISINDA KARBON VERGİSİ ÇÖZÜMÜ

İklim değişikliği karşısında yeşil vergiler ilk akla gelen mali çözümlerdir ve temelde iki esasa dayanmaktadır. Bu iki esas vergi artışları ve vergi indirimleridir. Çevreye zarar veren faaliyetler veyahut mallar karşısında vergilerin artırılması yolu izlenirken, çevreye yarar sağlayan hususlara yönelik vergi teşvikleri söz konusu olmaktadır. Her iki durumda da geleneksel vergi ilkeleri dikkate alınır ancak bu geleneksel ilkelere ek olarak verginin çevresel etkisi de artık göz önünde bulundurulacak bir ilke haline gelmektedir (Milne, 2007). Karbon vergilerinin temelinde Arthur C. Pigou'nun ortaya koyduğu Pigouvian vergiler vardır. Buna göre çevreye ne kadar zarar veriliyorsa ona göre bir vergi konulması söz konusudur. A.C.Pigou; Alfred Marshall'ın dışsallıklar kavramını geliştirmiş, çevre kirliliğinin vergilendirilerek içselleştirilmesi düşüncesini ortaya koymuştur[1]. Bu doğrultuda kamu müdahalesi için dışsallıkların olması temel bir gerekçedir. Dolayısıyla çevre kirliliği gibi negatif dışsallıklar için vergilendirmeyi, pozitif dışsallık yaratan faaliyetler için de sübvansiyonları savunmuştur. Bunlara pigouvian vergiler ve sübvansiyonlar denmektedir. Pigouvian vergiler bugün de çevre kirliliğiyle mücadele etmenin etkin bir yolu olarak görülmektedir (The Library of Economics and Liberty). Karbon vergisi de bir pigovian verginin (negatif dışsallıkların fiyat sisteminde içselleştirilmesini sağlayacak bir verginin) sınıflandırılması altında değerlendirilmektedir. Bu amaç doğrultusunda fosil yakıtlar-kömür,

[1] Ayrıntılı bilgi için bkz: A.C.Pigou, The Economics of Welfare, 1920, Macmillan, London.

petrol ve doğal gazın enerji üretiminde kullanımıyla ortaya çıkan karbon emisyonunun çevresel olmayan kirliliğinin piyasa dışı ya da sosyal maliyetine bir fiyat koymaktadır (Herber ve Raga, 1995)

· Karbon vergisi de çevre üzerinde olumsuz etkilere sahip küresel ısınma –iklim değişikliği- karşısında kullanılan bir vergi olup amacı söz konusu ısınmaya yol açan emisyon miktarının azaltılmasıdır. Bu zincir etki şu şekilde gerçekleşmektedir. Dünya atmosferindeki sera gazı konsantrasyonlarının artış göstermesi tüm dünyanın ısınmasına yol açarak iklim değişikliğine sebep olur ve de ısıyı hapseder. Söz konusu gazlardan en önemlisi fosil yakıtların yanmasıyla ortaya çıkan karbondioksittir. Sera gazı emisyonlarının azaltılması, bu tür değişimleri sınırlandırmanın veya önlemenin en güvenilir yoludur. Bu tür emisyonlar üzerine konulacak bir karbon vergisi (karbondioksitten daha geniş bir gaz yelpazesine uygulanmasına rağmen, genellikle bir karbon vergisi olarak adlandırılmaktadır) bu tür emisyonları azaltmanın uygun maliyetli bir seçeneği olarak görülmektedir (Williams, 2016). İşte bir karbon vergisinin amacı da yanan karbonun gerçek maliyetini yansıtarak, şirketlerin ve tüketicilerin topluma uyguladıkları dış maliyetleri ödemelerini sağlamaktır. Çünkü karbon bakımından zengin yakıtlar yakıldığı vakit sera gazları üretirler. Karbondioksit ve metan gibi gazlar atmosferi ısıtarak küresel ısınma yaratmaktadırlar. Bu vergi üreticilere küresel ısınma maliyetini geri getirdiği için bir Pigouvian vergidir (Amadeo, 2019). Karbon vergisi bu amaçla ancak farklı adlarla da uygulanabilmektedir, enerji ürünleri üzerindeki bu tip vergilere gizli karbon vergileri denilebilir (Vural).

Karbon fiyatlandırmasının iki türü bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi karbon vergileridir, bir diğeri ise emisyon ticaret sistemleridir (ETS). ETS'de düşük emisyonlu endüstriler, izinlerini daha büyük emisyon yaratan endüstrilere satmaktadır, böylece gereken emisyon azaltımının sağlanması beklenmektedir. Karbon vergisi ise fosil yakıtların veyahut sera gazı emisyonlarının karbon içeriği üzerine bir vergi oranı tanımlamaktadır. ETS'den onu ayıran nokta emisyon azaltma sonucunun vergide tanımlanmamış ancak ETS'de tanımlanmış olmasıdır. Hangi aracın seçilmesi ise bir ülkenin ekonomik ve ulusal şartlarına göre değişim sergileyebilmektedir (The World Bank). İklim değişikliği karşısında devletin yapacağı müdahalelerin de düşük karbon emisyonlu yolların teşvik etmesi beklenmektedir. Zira karbon azaltılması adına karbon vergileri umut veren bir politik müdahale olarak tartışılmaktadır. Bu kapsamda 1990 senesinde Finlandiya, ilk karbon vergisini uygulayan ülkedir. Burada biyoyakıtlar hariç turbo dahil yakıtlar üzerinde ufak bir vergi uygulanmıştır. Finlandiya'nın akabinde Norveç, İsveç ve Danimarka 1991 ve 1992 yıllarında karbon vergilerini hayata geçiren diğer ülkeler olmuştur. 1999 senesinde ise Almanya konut ısınmasında kullanılan yakıt, doğalgaz, benzin, elektrik üzerine ekolojik bir vergi uygulamıştır. Japonya ise çevreci araçların satışının teşviki adına düşük kirliliğe yol açacak araçlar üzerindeki vergiyi düşürmüş bunun yanı sıra enerji vergilerini de yeniden yapılandırmıştır. İngiltere ise 2001 senesinde elektrik maliyetine %15 eklenecek bir iklim değişikliği vergisi uygulamıştır (Diğer ülke örnekleri ve detaylı bilgi için bkz:Tablo1). Karbonu fiyatlandırmanın diğer dolaylı yolları ise fosil yakıt sübvansiyonlarının kaldırılması, sosyal karbon maliyetini içeren düzenlemeler, yakıt vergileri gibi dolaylı yollar da söz konusudur. Günümüzde 40 ülke ve 20'den fazla şehir, eyalet, il karbon fiyatlandırma mekanizmalarını kullanmaktadır (The World Bank).

Tablo 1: Karbon Vergisi Oranı/Geliri/Kapsamı Bakımından Seçilmiş Ülkeler [1]

Ülke	**Vergi Oranı**	**Yıllık Gelir**	**Gelir Dağılımı**	**Kapsamı**
Finlandiya (1990)	Metrik ton CO2 başına 40 $	750 milyon dolar	Hükümet bütçesi; gelir vergilerinde bağımsız indirimler	Isı, elektrik, ulaşım, ısıtma yakıtları
Norveç (1991)	Metrik ton CO2 için 4- 69 $	900 milyon dolar (1994 tahmini)	Kamu bütçesi	Mineral yağ, benzin, doğal gaz
İsveç (1991)	Standart oran: 168 $ / metrik ton CO2 başına Endüstri oranı: metrik ton CO2 başına 23.04 $	3.665 milyar dolar	Başlangıçta hükümet bütçesi.2000'den sonra ise emek vergilerini dengelemek için kullanılan gelir	Isıtma ve motor yakıtlar için fosil yakıtlar
Danimarka (1992)	Metrik ton CO2 başına 31 $	905 milyon dolar	Çevresel sübvansiyonlar ve sanayiye iade	Fosil yakıtların tüketimi (istisnalar hariç)
Birleşik Krallık (2001)	Elektrik için 0.0078 $ / kWh; Doğal gaz şirketi tarafından sağlanan doğal gaz için 0,0027 ABD doları; Sıvılaştırılmış petrol gazı veya sıvı halde tedarik edilen diğer gaz halindeki hidrokarbonlar için 0,0175 $ / kg; ve katı yakıt için 0,0213 Dolar / kg	1.191 milyar dolar	Diğer vergilerdeki indirimler	Elektrik üretmek için kullanılan fosil yakıtlar
İsviçre (2008)	68 $ / mt ton CO2	-	İklim dostu bina yenileme fonları; geri kalan, faydalar sistemi aracılığıyla yeniden dağıtıldı	Enerji için kullanılmayan veya AB ETS kapsamındaki fosil yakıtlar

Kaynak: C2ES, 2013 & Marron, Toder, Austin, 2015'ten derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

[1] Türkiye'de henüz bir karbon vergisi söz konusu olmamakla beraber olası bir karbon vergisine dair tasarımların nasıl yapılabileceği ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz: Gökşin Bavbek, Design Options for Employing a Carbon Tax in Turkey, EDAM Energy and Climate Change Climate Action Paper Series 2016/5, http://edam.org.tr/wp-content/uploads/2016/10/EDAM_CarbonTaxDesign_October2016-1.pdf

Küreselleşme süreciyle beraber ulusal vergi sistemleri de dolaylı vergilere dayanan bir yapı arz etmektedir. Bu kapsamda karbon vergisi ve benzer çevre vergileri de ulus devletler için mühim gelir kaynakları olmaktadır (Vural). Gelir kaynağı olmasının yanı sıra karbon vergileri, miktar tabanlı karbon fiyatlaması düzenlemesi ve komut/kontrol düzenlemeleri karşısında iyi birer politika aracı olarak görülmektedir. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma üzerinde de en güçlü etkiye sahip politika aracı olduğu iddia edilmektedir. Aşağıda bu doğrultuda karbon vergisinin ülkeler tarafından desteklenmesinin sebepleri sıralanmıştır (Acosta, 2015):

- Kamu geliri elde etmeye imkan tanıması
- Çevresel etkililik sağlaması
- Şeffaf ve sade olması
- Ekonomik verimliliği olması
- Maliyetlerin kesin olması

Karbon vergisi, kömür-petrol ve sera gazi gibi karbon bazlı yakıtların yakılmasına uygulanan bir ücrettir. Burada iklime zarar veren ve küresel ısınmaya yol açan fosil yakıt kullanımının azaltılması amaçlanmaktadır. Karbon vergisi bu noktada atmosferdeki karbondioksit salınımının sebep olduğu iklim zararının ödenmesinin tek yolu olarak görülmektedir. Yeteri kadar yüksek bir değere ayarlanan karbon vergisi söz konusu yakıtları kullanmayanları ekonomik manada ödüllendirir, dolayısıyla temiz enerji kullanımını motive eden bir unsur haline gelir (CTC). Sera gazı emisyonları için uygulanacak olan verginin gerek verimlilik gerek adalet ilkeleri bağlamında geniş bir kapsamda ele alınması gerekmektedir. Örneğin ev ısıtma sistemleri, fabrikalar, uçaklar, elektrik santralleri, otomobiller aynı karbon fiyatına sahip olmalıdır. Fakat bu durum da şu güçlüklerle karşı karşıya kalmaktadır (Marron, Toder, Austin, 2015):

- Karbondioksit haricinde sera gazlarının varlığı
- Emisyonların takibinin zorluğu
- Karbon emisyonu meydana getirmenin birden fazla yolunun olması
- Karbon salınımlarının atmosferden kaldırılma gayesi için kredi verme ihtiyacı

Sonuç olarak yapılan analizlere göre karbon vergisi temiz enerjiye yönelik yapılacak olan yatırımları teşvik etmekte bunun yanı sıra karbon kirliliğinin de azaltılmasına yol açmaktadır. Fakat bu olumlu özelliklerin yanı sıra sosyal refah üzerinde yarattığı olumsuz etkiler dolayısıyla düşük gelirli toplulukların karbon vergisi karşısında ne şekilde etkileneceği hususunda tereddüt yaşanmaktadır (Carbon Tax Forum& Chi, Ma, Zu, 2012). Ayrıca siyasi direnç, fayda belirsizliği ve koordinasyon güçlüğü gibi dezavantajları söz konusudur (Avi-Yonah, Uhlmann, 2009).

4. KÜRESEL ISINMA, DENGELİ İKLİM VE YAŞANABİLİR BİR DÜNYA ARASINDA KARBON VERGİLERİ: MUCİZELERE BAKIŞ

Karbon vergileri ile ilgili yapılan analizlerin geneli, karbon vergisinin hem karbon kirliliğini azalttığı hem de temiz enerjiye yapılacak yeni yatırımları teşvik ettiği yönündedir. Bununla beraber kimi yapılan analizler de bu tip bir karbon vergisinin düşük gelirli toplumları olumlu etkilemeyeceği yönünde neticeler ortaya koymaktadır (Carbon Tax Forum). Örneğin Williams'a göre (2016) uygulamaya

konulacak bir karbon vergisi, sera gazı emisyonlarını azaltmanın uygun maliyetli bir yolunu temsil etmektedir. Bununla beraber bu tip bir vergiden elde edilecek gelirlerin diğer vergilerin marjinal oranlarını düşürmek, bütçe açıklarını azaltmak, ekonomik büyümeyi teşvik edecek kamu mallarının finansmanı gibi ekonomik büyümeyi teşvik edecek şekillerde kullanılması halinde ekonomik büyümeyi yavaşlatma etkisi de çok düşük olacaktır. Gelişmiş ülkeler açısından karbon vergileri işgücü vergileri gibi vergilerin yerine geçerek işsizlik oranlarının azalmasında rol oynayarak ekonomik koşulların iyileşmesine katkıda bulunabilir. Gelişmekte olan ülkeler (GOÜ) açısından bakıldığında ise karbon vergileri yoksulluğu azaltma önlemlerini finanse etmek için kullanılabilir. Buna göre uygulamaya konulacak mali araçlar hem iklim değişikliğini hafifletmekte hem de ekonomik büyüme ve kalkınmayı teşvik etmektedir (UN,2010).

Hükümetler Karbon vergisi ile yayılan her bir ton sera gazı emisyonu için ödemek zorunda oldukları bir fiyat belirlemektedir. Tüketici ve işletmeler emisyonlarını azaltmak dolayısıyla da vergi ödemekten kaçınmak adına yakıtları değiştirmek/yeni teknolojiler kullanmak gibi adımlar atacaklardır (C2ES). Bunun yanı sıra çevresel dışsallıkların ele alınmasında önemli fırsatlar sunan karbon vergileri aynı zamanda hükümetleri güç durumda da bırakabilmektedir. Zira karbon vergileri belirli nüfus gruplarının gelirleri üzerinde istenmeyen etkilerde bulunabileceği gibi firmaların rekabet edebilirliği ile ilgili hususlarda da olası etkileri söz konusu olabilmektedir (Acosta, 2015).

Karbon vergisi ile ilgili görüldüğü üzere hem olumlu hem de olumsuz unsurlar söz konusudur. Bu çalışmada fırsat ve tehditler başlığı altında derlenen söz konusu unsurların bir arada görülebilmesi vasıtasıyla daha net bir değerlendirme sunabilmek amaçlanmış, bu kapsamda aşağıda yer alan tabloda durum karşılaştırmalı perspektiften ortaya konulmuştur.

Tablo 2: Fırsatlar ve Tehditler Ekseninde Karbon Vergisi

FIRSATLAR	**TEHDİTLER**
Karbon bazlı yakıt maliyetinin artması, şirketleri temiz enerjiye (güneş, rüzgar, hidro enerjili kaynak) geçmeye teşvik edebilir	Neredeyse hiç kimse düzenli olarak herhangi bir şekilde yenilenebilir enerji kullanmamaktadır. Çoğu tedarik karbon bazlı yakıtlar tarafından sağlanmaktadır. Bu, karbondaki vergilerin maliyetlerinin toplum tarafından karşılandığı anlamına gelebilir
Karbon vergisi aracını kullanmanın maliyeti diğer nicel emisyon hedeflerinden daha şeffaftır	
Karbon vergisi benzin ve elektrik fiyatını artıracağından tüketiciler sera gazı emisyonlarını azaltır çünkü enerjiyi verimli kullanır	İşletmelerin ve tüketicilerin vergiyi onaylamaları zaman almaktadır. Örneğin British Columbia'da karbon vergisi on yıldır uygulansa da, çoğunluğun desteği yoktur
Endüstrilerin karbon emisyonlarını azaltmanın en uygun maliyetli yollarını bulmalarını sağlar bu durum regülasyonlardan daha tercih edilebilirdir	Gelecek nesillere ve çevreye yansıyacak karbon emisyonlarının gerçek maliyetini bilmek zordur
Bir karbon vergisi de ekonomik büyümeyi artırabilir. Örneğin, İsveç'in karbon vergisi son 25 yılda emisyonlarını %23 oranında azaltmıştır. Aynı dönemde, ekonomisi% 55 büyüdü.	Ne kadar karbon üretildiğini ölçmek zor olabilir dolayısıyla ne düzeyde karbon vergisi uygulayacağınızı bilmek de güçleşecektir
Bir karbon vergisi önemli bir gelir getirebilir.	Tüketici ve ekonomiye büyük bir yük getirebilir
Vergiden elde edilen gelir, iklim değişikliğinin etkileriyle ilgilenen resmi kurumlara geri ödeme yapmak için kullanılabilir.	Karbon vergileri vergi kaçakçılığına neden olabilir. Örneğin, firmalar gerçek kirlilik seviyesini maskelemeye çalışmaktadır. Alternatif olarak, üretimi daha az katı vergi sistemleri olan ülkelere dış kaynak olarak sağlanabilir. Bu durum da fakir ülkelere kirlilik ihraç etmektedir. Dolayısıyla karbon vergileri küresel anlaşmalara ihtiyaç duyabilir.
Karbon vergisi aracını kullanmanın maliyeti diğer nicel emisyon hedeflerinden daha şeffaftır	
Petrol şirketleri dahi karbon vergisini desteklemektedir. Exxon Mobil, Shell ve BP vergi çağrısında bulunmuş, hatta BP'nin genel müdürü emisyonları azaltmaya söz vermiştir	Karbon vergileri, yatırımları teşvik etmeyerek, karlılığı azaltabilir

Kaynak: Amadeo, 2019& Ayres, 2019& Pettinger, 2016& Litman, 2010& Aldy, Ley ve Parry, 2010'dan derlenerek yazar tarafından oluşturulmuştur

İklim değişikliği, diğer kirlilik sorunlarının aksine kazananların da söz konusu olduğu bir olasılık ortaya koyduğundan eylemsizlikle neticelenebilmektedir. Örneğin daha yüksek enlemlerde yaşayanlar için küresel ısınmanın artması bazı çiftçilerin daha sıcak ve daha uzun bir büyüme mevsimi elde etmesine yol açabilir. ABD, emisyonların azaltılması noktasında elde edilecek faydaların maliyetlerinin üzerinde olacağı gerçeğine ikna olmamaktadır. Kısacası iklim değişikliği tam olarak anlaşılamamış olduğundan bir yerde eylemsizliği de teşvik etmektedir (Sandler, 2001).

Bu üzerinde durulan gerek fırsatlar gerek tehditle sonrasında hayata geçirilen/geçirilecek karbon vergileri için önerileri şu şekilde sıralamak mümkündür (Acosta, 2015& Steier, 2018):

- Karbon vergilerinin ekonomik ve sosyal anlamda faydalarının gerçekleşmesi adına gelirin geri dönüşümü gibi politika desteği gerekmektedir. Örneğin karbon vergi gelirleri; çevre temizleme programlarına, yeşil enerjiye, sosyal yardımlara yeniden yatırılabilir
- Karbon vergilerine karşı gelişecek muhalefet karşısında kimi çıkar gruplarıyla görüşmeler gerçekleştirecek güçlü bir liderlik gerekmektedir
- Karbon vergisinin toplum nezdinde kabul edilebilirliğinin sağlanması adına halkın verginin sosyal faydalarıyla ilgili bilgilendirilmesi gerekmektedir.
- Günümüzde karbon vergilerini kabul eden ülkelerde kamu, özel, sivil toplum örgütleri arasında fikir birliği sağlansa da bu hususta çıkarların çatışması bölgesel ve küresel arenanın kullanıldığı lobi eylemlerine yol açabilir. Dolayısıyla karbon vergisine yönelik fikir birliğinin sağlanması oldukça önemli bir husustur

Tablo 2'de yer alan fırsatlar dikkate alınıp, tehditlere karşı tutarlı politikaların izlenmesi halinde bir karbon vergisi temiz ve verimli bir ekonominin oluşumuna vesile olabilir. Bununla beraber karbon vergisini de "beyaz tahtadan" gerçek yaşama taşımak güç görünmektedir. Zira prensipte problemli olmayan, iyi işleyen bir vergi pratikte başka bir form alabilir. Verginin tasarım zorluklarından dolayı gerçek bir karbon vergisinin kimi ideallerin gerisinde kalacağını söylemek mümkündür (Marron, Toder, Austin, 2015). Elbette vergilerin uygun şekilde tasarlanması, yeterli bir oranının olması çevresel sorunların ele alınmasında mühim bir rol oynayabilmektedir. Kaldı ki bu tip vergilerden elde edilecek gelirler mali konsolidasyonun sağlanması ve başka vergi oranlarının azaltılmasında rol de oynayabilmektedir. Bir çevre vergisinin halkın kabul etmesi ve etkin olabilmesi adına şu unsurlar dikkate alınmalıdır (OECD, 2011):

- Şeffaflık
- Halkın bilgilendirilmesi
- Kesinlik
- Çakışan araçların etkisinin dikkate alınarak, uygulanacak konjonktürel ortam ışığında vergilerin başka araçlarla birleştirilmesi

Karbon vergisi tasarlanırken vergi gelirinin nasıl kullanılacağı ve verginin ne şekilde uygulanacağının tasarımların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu noktada fiyat etkisi dikkate alındığında vergi oranı yüksek kalabilir, fiyat etkisi dikkate alınmadığında vergi oranı düşük kalabilir. Çevre vergilerinin ekonomik, sosyal, politik koşullara bağımlı olması dolayısıyla ortaya konulacak politika karışımlarının çevre vergileri ve diğer araçlarla beraber dikkate alınması gerekmektedir

(Kavakatsu, Lee ve Rudolph, 2017). Karbon vergisi tasarımındaki temel problem, sera ısınmasının azaltılması adına diğer mali araçlarla uyumunun sağlanamamış olmasıdır. Bunun sağlanması, gerek üretim-tüketim kararlarındaki sapmaların önüne geçmek gerek kloroflorokarbonlar ve fosil yakıtların vergi oranlarının karşılaştırılabilirliğinin mümkün olması bakımından önem arz etmektedir (Poterba, 1991). Uyumlaştırılmış bir vergi sistemi ile mevcut karbon vergilerinin bir arada olacağı anlaşmalar ilgili uzmanlar tarafından tasarlanmalıdır. Bu kapsamda Dünya Ekonomik Forumu veya Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün (OECD) işbirliği ile GOÜ'lerin de dahil olduğu bir kulüp oluşturulabilir. Sisteme karşı çıkan ülkeler için de tarifeleri kolaylaştırmak amacıyla değiştirilen Dünya Ticaret Örgütü kuralları önerilebilir, küresel emisyonların azaltılması adına vergi kademeli olarak artırılabilir (Carattini, Kallbekken ve Orlov, 2019)

Çalışmanın en başında da belirtildiği gibi "insan" faktörü sosyal bilimlerde öncü bir rol oynamaktadır. Politika yapıcıların da çoğunun gelecek nesiller için alturistik bir tavır takınmaması ve yeterince öngörü sahibi olmaması iklim değişikliğine/küresel ısınmaya karşı ilerleme noktasındaki bir başka eksikliktir (Sandler, 2001). Bakıldığı vakit iklim değişikliklerinin sel, orman yangınları, sıcak hava dalgası, kuraklık gibi istenmeyen olumsuz hava koşullarına yol açtığı noktasında bilim insanları aynı görüşleri benimsemektedir. Bu durumların her biri ise bir takım ekonomik maliyetlerin doğmasına yol açmaktadır. Söz konusu maliyetler ise hükümet, ev sahipleri ve çiftçiler tarafından karşılanmakta, sera gazlarının meydana gelmesine yol açan enerji şirketleri ise bu maliyetleri ödememektedir (Amadeo, 2019). Hotunluoğlu ve Tekeli'nin (2007) yapmış oldukları çalışma bu noktada dikkat çekicidir. Buna göre söz konusu çalışmada 18 Avrupa ülkesi için yapılan ekonometrik analiz doğrultusunda karbon vergisinin etkisi analiz edilmiştir. Buna göre yaygın kanının aksine emisyonların azatlımı noktasında karbon vergisinin yeterince etkin olmadığı neticesine varılmıştır. Her ne kadar emisyonları azaltmanın en uygun yolunun kömür yakma, gaz ve petrol maliyetlerinin yükseltilmesi olarak görülse de uygulamaya bakıldığı vakit birçok ülkenin indirimi teşvik edici yüksek fiyatlar belirlemekten imtina ettiği görülmektedir. Çünkü bu, ülkeler bakımından politik olarak güç bir tercihtir. Örneğin Fransa ve Avrupa'da enerji fiyatlarında meydana gelen artış seçmenlerin öfkeli tepki vermesine yol açmış bunun neticesinde de karbon vergilerini artırma gayretleri rafa kaldırılmıştır. Bu sebepten küresel ısınma karşısında karbon fiyatlandırmasının sadece destekleyici bir rolü olduğunu ifade etmek mümkündür (Plumer ve Popovich,2019).

Gelişmiş ülkelerde ve GOÜ'lerde karbon vergilerinin gerek oran gerek kapsam bakımından tasarımına yönelik tesirlerde bulunabilmek adına küresel endüstriyel oyuncular güçlerini kullanmaktadır. Burada üzerinde durdukları nokta rekabet edebilirliktir bir başka deyişle ekonomik çıkarlardır. Nüfusun küçük bir kısmını oluşturmalarına karşın onların iddiaları, istihdamın azalması ve fiyat artışı gibi argümanlara dayanmaktadırlar. Az sayıdaki işletmenin gücünü dengelemek, halkın sesini duyurabilmek için gereken çabalar sivil toplum kuruluşlarının (STK) karar alma sürecine dahil olmalarıyla beraber amacına ulaşabilir. Bu noktada STK'ların da sürecin içerisinde yer almasına olanak tanıyan kurumsal yapılar oluşturulmalıdır (Acosta,2015).

Küresel uygulanacak bir karbon vergisine yönelik Carattini, Kallbekken ve Orlov (2019) yaptıkları çalışmada karbon üzerinde küresel bir vergi oluşturmanın mümkün olduğuna dikkat çekmişlerdir. Buna göre karbon vergisi sisteminin uyumlu hale getirilmesi küresel bir karbon fiyatı oluşturabilmenin en kolay yolu olarak görünmektedir. Yapılan ankette katılımcılara uygulanacak bir karbon vergisini destekleyip desteklemeyecekleri sorulmuş, ankete katılanların çoğunluğu konulacak vergiden elde edilecek gelirlerin iklim projelerine harcanması ve insanlara geri verilmesi senaryolarında vergiyi destekleyeceklerini ifade etmişlerdir. Bilhassa GOÜ'lerde karbon vergilerine verilen destek

hususunda daha fazla çalışma yapmak gerekmektedir. Bu yaklaşım beraberinde ekonomi, psikoloji, siyaset bilimi gibi çoklu bir bakış açısını da zaruri kılmaktadır. Uygulamaya konulacak olan karbon vergisinin sosyal, çevresel ve ekonomik etkilerine dair gerekli bilgilerin seçmene iletilmesinin en etkili yolun belirlenmesi gerekmektedir. Çünkü gerek emisyonları indirebilecek kadar yüksek bir küresel karbon fiyatı belirlemek gerek iklim değişikliği ile mücadele adına halkın neyi destekleyip neyi desteklemeyeceğini bilmek gerekmektedir (Carattini, Kallbekken ve Orlov, 2019).

SONUÇ

İklim değişikliği günümüzde bütün dünyayı negatif etkileyebilecek bir küresel çevre sorunudur. Küresel çevre sorunu karşısında küresel çözüm üretmenin zaruriyeti ortadadır. Karbon emisyon miktarının dünyada kontrolünün sağlanması gerekmektedir fakat BM raporları doğrultusunda da söz konusu kontrolün sağlanamadığı ve azaltma hedeflerine henüz ulaşılmadığı görülmektedir.

Bu çalışmada iklim değişikliği karşısında akıllara gelen ve literatürde kendisine geniş yer edinen karbon vergisini incelemek gaye edinilmiştir. Karbon vergisinin altında yatan felsefe esasında tüketicilerin ve firmaların fazla vergi ödemek istemediklerinden başka alternatiflere yönelmesinin sağlanmasıdır. Burada iki alternatif söz konusudur. Bunlardan birisi farklı bir kaynağa yönelmeleri, bir diğeri de yeni ve çevreye duyarlı teknolojileri kullanmalarıdır.

Vergisel önlemlerle iklim değişikliğinin önüne geçmek hiç kuşkusuz faydasız bir yaklaşım değildir. Ancak görünen o ki tek başına çok anlamlı da görünmemektedir. Bakıldığı vakit insanlar düzenli olarak yenilenebilir enerji kullanmamaktadır, bu durum vergi maliyetinin toplum tarafından karşılandığını düşündürmektedir. Bununla beraber insanların çevre bilincinin gelişmediği bir ortamda vergiler bir noktaya kadar istenilen neticeleri verebilmektedir. Bu noktada kamu spotları toplumun çevreye duyarlı yaklaşımlar geliştirmesinde etkili bir çözüm yolu olarak düşünülebilir.

Bugün atılmayan adımların gelecekte toplumu daha kötü bir seviyeye çekeceğini tahmin etmek güç olmasa da küresel bir çözüm geliştirmek ne yazık ki çok kolay olmamaktadır. Çünkü küresel kamusal malların sunumunda gönüllülük esastır, baskı olsa dahi zorlama söz konusu değildir. Ancak bu süreçte bir ülkenin dahi eksik kalması ortaya konulan gayretleri de boşa çıkarabilmektedir. Dolayısıyla küresel bir yaklaşımın geliştirilerek her ülkenin hassasiyetle ciddi adımları atması gerekmektedir. Sonuç olarak küresel bir sorun olarak iklim değişikliği karşısında küresel ve çoklu bir bakış açısı geliştirebilmek adına şu bileşenleri ortaya çıkarmak mümkündür (Bkz: Şekil 1).

Şekil 1: Karbon vergisi için çoklu politika yaklaşımı



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Bu çalışmada özellikle insan faktörüne dikkat çekilmek istense de yukarıdaki şekilden de görülebileceği üzere karbon vergisi gibi diğer çevre vergilerinin de pek çok bileşeni olduğu, sürecin gelişimine de her bileşenin etki edeceği unutulmamalıdır.

KAYNAKLAR

ACOSTA, L. A. (2015). Political Economy in Climate Change Mitigation: The Case of Carbon Taxes, German Development Institute, Bonn, http://www.practitioners-dialogue.de/files/assets/Klimainvestitionen/Downloads/Publications%20in%20cooperation%20with%20PDCI/DIE%20(2015)%20Case%20Stuy%20on%20Political%20Economy%20of%20Carbon%20Taxes.pdf (18.04.2019)

KAUL, I., GRUNBERG,I., STERN,A,M. (ed.). (1999). Global Public Goods: International cooperation in the 21st century, Oxford University Press. (Kaul,Grunberg,Stern, 1999)

ALDY,J., LEY,E. ve PARRY,I. (2010). What is the role of carbon taxes in climate change mitigation?, The World Bank, http://www1.worldbank.org/prem/PREMNotes/Note2_role_carbon_taxes.pdf, (10.04.2019)

AMADEO, K. (2019). "Carbon Tax, Its Purpose, and How It Works", The Balance, https://www.thebalance.com/carbon-tax-definition-how-it-works-4158043 (27.04.2019)

AYRES, C. (2019). Advantages and Disadvantages of Carbon Tax, Vittana, https://vittana.org/14-advantages-and-disadvantages-of-carbon-tax (28.04.2019)

BAVBEK, G.(2016). "Design Options for Employing a Carbon Tax in Turkey", EDAM Energy and Climate Change Climate Action Paper Series 2016/5, http://edam.org.tr/wp-content/uploads/2016/10/EDAM_CarbonTaxDesign_October2016-1.pdf (18.04.2019)

C2ES, Carbon Tax, https://www.c2es.org/content/carbon-tax-basics/ (18.04.2019)

C2ES. (2013). Options And Considerations For A Federal Carbon Tax, https://www.c2es.org/site/assets/uploads/2013/02/options-considerations-federal-carbon-tax.pdf (20.04.2019)

CARBON TAX CENTER (CTC). What's a carbon tax?, https://www.carbontax.org/whats-a-carbon-tax/ (21.04.2019)

CARBON TAX FORUM. Recent Carbon Tax Developments, https://www.carbontaxforum.com/on-co2 (18.04.2019)

CARATTINI, S., KALLBEKKEN, S. ve ORLOV,A. (2019). "How to win public support for a global carbon tax?", Nature, V.565, 289-291

CHANDER, P. (2017) "Growing Importance of Global Public Goods: The Case of Climate Change", RSIS, No. 174

CHI, C., MA, T., ZHU,B. (2012). "Towards a low-carbon economy: Coping with technological bifurcations with a carbon tax", Energy Economics, 34, 2081–2088

ECOTALITY. Climate Change Report and How the Advantages of Solar Energy Can Help Global Warming, https://ecotality.com/climate-change-report-how-advantages-of-solar-energy-help/ (20.04.2019)

GLECKMAN, H. (2018). "Bill Nordhaus, The Nobel Prize, And Carbon Taxes", TaxVox, October https://www.taxpolicycenter.org/taxvox/bill-nordhaus-nobel-prize-and-carbon-taxes (04.04.2019)

HERBER,B.,RAGA,J,T. (1995). "An International Carbon Tax to Combat Global Warming: An Economic and Political Analysis of the European Union Proposal", The American Journal of Economics and Sociology, 54(3), https://www.jstor.org/stable/pdf/3487089.pdf?refreqid=excelsior%3Af133073f0fd64756a7aadfab61f880c1 (15.04.2019), 257-267

HOTUNLUOĞLU, H. ve TEKELİ,R. (2007). "Karbon Vergisinin Ekonomik Analizi ve Etkileri: Karbon Vergisinin Emisyon Azaltıcı Etkisi Var Mı?", Sosyoekonomi / 2007-2 / 070206. 107-125.

LITMAN, T. (2010). Carbon Taxes "Tax What You Burn, Not What You Earn", VTPI, https://www.vtpi.org/carbontax.pdf (18.04.2019)

MARRON, D., TODER,E ve AUSTIN, L. (2015). Taxing Carbon: What, Why, And How, Tax Policy Center, https://biotech.law.lsu.edu/blog/2000274-Taxing-Carbon-What-Why-and-How.pdf, 1-27.

MCKIBBIN, W.J. ve WILCOXEN, P. J. (2002). "The Role of Economics in Climate Change Policy", Journal of Economic Perspectives, 16(2), 107–129,

MILNE, J. E. (2007). Green Taxes and Climate Change: Theory And Reality, Forum, CESifo DICE Report, https://www.cesifo-group.de/DocDL/dicereport407-forum2.pdf (15.04.2019)

MUTLU, A. (2002). Çevre Ekonomisi, Politikalar, Uygulamalar ve Türkiye. İstanbul: Maliye Araştırma ve Uygulama Merkezi.

MUTLU, A. (2006). "Küresel Kamusal Mallar Bağlamında Sağlık Hizmetleri ve Çevre Kirlenmesi: Üretim, Finansman ve Yönetim Sorunları", Maliye Dergisi, Sayı:150, 53-78.

OECD. (2011). Environmental Taxation A Guide for Policy Makers, https://www.oecd.org/env/tools-evaluation/48164926.pdf (23.04.2019)

ORGAN, İ ve ÇİFTÇİ, T,E. (2013). "Karbon Vergisi", Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2013, 6(1), 81-95.

PETTINGER, T. (2016). Carbon Tax- Advantages and Disadvantages, https://www.economicshelp.org/blog/glossary/carbon-tax/, (28.04.2019)

PIGOU. A.C. (1920). The Economics of Welfare, Macmillan, London.

PLUMER, B. ve POPOVICH, N. (2019). These Countries Have Prices on Carbon. Are They Working?, The New York Times, https://www.nytimes.com/interactive/2019/04/02/climate/pricing-carbon-emissions.html, (18.04.2019)

POTERBA, J. M. (1991). "Tax Policy to Combat Global Warming: On Designing a Carbon Tax", NBER Working Paper No. 3649, 1-40.

SANDLER, T. (2001). Understanding global public goods, OECD Observer No 228, http://oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/540/Understanding_global_public_goods.html (18.04.2019)

STEIER, G. (2018). "The Carbon Tax Vacuum and the Debate about Climate Change Impacts: Emission Taxation of Commodity Crop Production in Food System Regulation", Pace Environmental Law Review, 35(2), 345-374.

TAKESHI K., LEE,S. ve RUDOLPH,S. (2017). The Japanese Carbon Tax And The Challenges To Low-Carbon Policy Cooperation in East Asia, Kyoto University, Graduate School of Economics Discussion Paper Series, Discussion Paper No. E-17-009.

TEKİN, A. ve VURAL.İ.Y. Global Kamusal Malların Finansman Aracı Olarak Global Vergi Önerileri. http://debis.deu.edu.tr/userweb//hilmi.coban/%C3%B6devler/k%C3%BCresel%20%C4%B1s%C4%B1nma%20ve%20vergi/01global%20vergi%20%C3%B6nerileri.pdf (20.04.2019), 323-337.

THE LIBRARY OF ECONOMICS AND LIBERTY. Arthur Cecil Pigou. http://www.econlib.org/library/Enc/bios/Pigou.html (20.04.2019)

THE WORLD BANK. What Is Carbon Pricing?, http://www.worldbank.org/en/programs/pricing-carbon (18.04.2019)

UN. Climate Change, https://www.un.org/en/sections/issues-depth/climate-change/index.html

UN. (2010). Tax Cooperation on Climate Change, E/C.18/2010/CRP.12, https://static.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2014/10/6STM_CRP12_Draft.pdf (18.04.2019)

VURAL,İ.Y. Karbon Vergilerinin Gelir Potansiyeli Ve Mevcut Uygulama, http://www.canaktan.org/ekoloji-cevre/karbon/uygulama.htm (20.04.2019)

WILLIAMS, R. C. (2016). "Environmental Taxation", Nber Working Paper Series, 22303 http://www.nber.org/papers/w22303, s.11, 1-39.

YONAH, R. S. A., UHLMANN D,M. "Combating Global Climate Change: Why a Carbon Tax is a Better Response to Global Warming than Cap and Trade", Stanford Environmental Law Journal, 28/3, 3-50.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Consumers' Nostalgia Proneness and Their Attitude Towards Nostalgic Packaging

Full Text / Tam Metin

Prof. Dr. Süphan Nâsır[1], Hande Polat[2]

Abstract

Introduction: Brands use nostalgic elements in their marketing communications to evoke nostalgia in consumers which make them remember nice memories from the past. 'Nostalgia' is used in marketing communications with visuals, colours, music, advertisements, designs, cast of the commercials and packages of the products. Nostalgic visuals used in communications campaigns can be effective to engage with consumers which leads to brand attachment and loyalty. Today many brands aim to increase their sales by evoking nostalgia with nostalgic packaging. Aim: The aim of this study to examine the nostalgia proneness of consumers, their attitude towards nostalgic packaging and the effect of nostalgic packaging on perceived quality and purchase intention. Method: A survey was conducted with 368 respondents. Nostalgia Proneness is measured with a five point Likert-type scale which is adapted from the Holbrook's Nostalgia Index (Holbrook and Schindler, 1994) as well as from the study of Marchegiani and Phau (2011a). While Product Judgment scale is adapted from Keller and Aaker (1992), Evoked Nostalgia scale is adapted from Pascal, Sprott, and Muehling (2002). Within the scope of the questionnaire, Tamek fruit juice and Sana margarine brands were chosen. At first, respondents were asked whether they would purchase these products and what they think about these products' quality. Then nostalgic and new packages of these two brands were shown to the respondents and they were asked to indicate their package preferences, purchase intention and perceived quality. Findings: Findings of the study indicate that respondents are prone to nostalgia. Nostalgic packaged products reminded the respondents of the past, developed a nostalgic feeling in them, and helped them recall sweet and enjoyable memories. The results show that respondents are evoked by nostalgia. Moreover, respondents prefer to buy nostalgic packaging instead of new package of these two brands.

Keywords— Nostalgic Marketing , Nostalgia Proneness, Nostalgic Packaging,

INTRODUCTION

The main focus of this study is 'nostalgic marketing'. Some products which were popular in the past are sold with redesigned packages. However nowadays some companies sell the products with nostalgic packages along with new ones, besides companies use nostalgic themes in their campaigns and this is called 'nostalgic marketing'. These activities help companies increase sales by reminding the customers about pleasant memories from their childhood times. The purpose of this study was to examine the impact of nostalgic marketing on perceived quality & purchase intention and to analyse the effect of nostalgia proneness and evoked nostalgia on marketing activities.

[1] Prof. Dr., İstanbul University, Faculty of Economics, Department of Business Administration, Turkey, suphan@istanbul.edu.tr
2 PhD Student, İstanbul University, Faculty of Economics, Department of Business Administration, Turkey, hande.polat@gmail.com

What is nostalgia? A study by Holak, Havlena & Matveev (2005) classifies nostalgia into 4 categories, shown in Table 1:

• Personal nostalgia (direct individual experience)

• Interpersonal nostalgia (indirect individual experience)

• Cultural nostalgia (direct collective experience)

• Virtual nostalgia (indirect collective experience)

Personal nostalgia refers to the nostalgia based on direct experience that has been the subject of most psychological and sociological analysis. It is an emotional experience based on personal memories and is peculiar to the individual. *Interpersonal nostalgia* refers to nostalgic experience based on the memories of other individuals. A child's interpersonal nostalgia may include the parent's recollections as well as the child's own memories of the parent and the retelling of the story. Interpersonal nostalgia may evoke less intense feelings and may produce a less complex emotional profile with regard to the original stimulus than personal nostalgia. *Cultural nostalgia* involves direct experience, but the memories encompass experiences that exhibit considerable commonality across members of the group. The fourth class is the nostalgic equivalent of "virtual reality," with nostalgia creating its own "virtual unreality" based upon fantasy and indirect experience. *Virtual nostalgia* may be based on books, video materials or conversations with experts and scholars (who themselves have no direct experience with the object of the nostalgia). (Holak, Havlena & Matveev, 2005)

TABLE 1
Categories of Nostalgia

		Social Experience	
		Personal	Collective
Nature of Experience	Direct	Personal nostalgia	Cultural nostalgia
	Indirect	Interpersonal nostalgia	Virtual nostalgia

Within the scope of this study, we have conducted literature review of Cui (2015), Kessous, Roux & Chandon (2015), Shields & Johnson (2016), Schifferstein et. al. (2013), Joutsela (2010), Steenis et. al., (2017), Abdollahbeigi, Salehi & Shahidisadr (2013), Hodgson (2013), Upadhyaya & Makarand (2016)

and Chen (2014) articles about *nostalgic marketing*, Holak & Havlena (1998), Zhao, Muehling & Kareklas (2014), Muehling & Sprott (2013), Muehling, Sprott & Sultan (2014), Muehling (2013), Chou & Singhal (2017), Reisenwitz, Iyer & Cutler (2004), Pieterse (2012), Russell (2015), Lammersma & Wortelboer (2017) and Sachse & Gierl (2009) articles about *evoked nostalgia*, Motive, Rutherford & Shaw (2011), Chen, Yeh & Huan (2014), Rose et. al. (2016), Sierra & McQuitty (2014), Loveland, Smeesters & Mandel (2010), Kazlauske & Gineikiene (2017), Lasaleta, Sedikides & Vohs (2014) and Betti & Dad (2016) articles about *nostalgia effect on purchase intention* and Seehusen et. al. (2013), Jowsey, Wei & Rahman (2014) and Schindler & Holbrook (2003) articles about *nostalgia proneness*.

LITERATURE REVIEW

2.1. Nostalgic Marketing

Some companies use nostalgic elements in their marketing communications to evoke nostalgia in consumers which make them remember nice memories from the past. 'Nostalgia' is used in marketing communications with visuals, colours, music, advertisements, designs, cast of the commercials and packages of the products. Nostalgic visuals used in communications campaigns can be effective to engage with consumers which leads to brand attachment and loyalty. Nostalgic marketing can increase sales of the products and loyalty of the customers in case that the strategy is right. Several studies examine the nostalgic theme effects in marketing. According to a paper by Cui (2015), nostalgia marketing as a new marketing tool, used properly can not only bring considerable income to the business, but also could establish and maintain a stable of loyal customer base which can make an important contribution to the enterprise or business. This requires companies and businesses develop nostalgic marketing strategies, select proper nostalgic mode, and focus on the analysis of their products and optimizing the product and nostalgic points. Only in this way nostalgic marketing mistakes can be avoided and nostalgia strategies can play an important role in the marketing field. (Cui, 2015) The effect of nostalgic marketing will differ according to the loyalty of the individuals. A research conducted by Kessous, Roux & Chandon (2015) examined how consumer–brand relationships change between nostalgic and non-nostalgic brands. The results showed that a brand's nostalgic status has a positive effect on attachment, self-brand connections, and storytelling. Furthermore, the nostalgic status of a brand has positive effects in terms of intention to purchase the brand as a gift and collect brand-derived products. Results illustrate that consumer relationships with nostalgic brands are systematically stronger than with non-nostalgic brands. (Kessous, Roux & Chandon, 2015) A research about nostalgic brands conducted by Shields & Johnson (2016) tests the moderating effect of consumers' brand nostalgia on their responses to changes to a brand. Across four studies, the authors find that when the change to the brand is perceived to be large, individuals who are highly nostalgic for a brand show a significantly sharper decrease in reported attitude and behavioral intentions toward the changed brand than do their less nostalgic counterparts. (Shields & Johnson, 2016)

Package of a product is an important factor to catch the attention of the consumers. Schifferstein et. al. (2013) paper investigated how a dehydrated food product was experienced at different stages of product usage: choosing a product on a supermarket shelf, opening a package, cooking and eating the food. At the buying stage, vision was the most important modality, followed by taste. (Schifferstein et. al., 2013) Joutsela (2010) paper indicates that packaging is a unique marketing medium in the sense that it can be used to impact all consumers' senses. Packaging can communicate information about the brand values, product features, use, origin and quality in various ways; visual appearance is just one of them. Packaging engages the consumer with the product and the brand. A message that is appealing to several senses stands a better chance of breaking through and makes a stronger connection between the sender and receiver of the message. (Joutsela, 2010) Steenis et. al. (2017) research demonstrates the power of packaging in shaping perceptions of food products. Particularly, it shows that altering packaging materials affect not only sustainability perceptions but also several other benefits, such as perceived taste and quality. It is shown that packaging has consistently powerful effects on product-level expectations and, by extent, sustainable packaging is most likely to be accepted when it enhances perceptions of product quality and taste. (Steenis et. al., 2017) Abdollahbeigi, Salehi & Shahidisadr (2013) paper explains that the idea of a product upon a consumer is prejudiced by the physical contact made with the package; therefore an effective and efficient packaging will boost sales. When Sunkist packaging was changed to a beautiful blue color, the sales was greater than before. (Abdollahbeigi, Salehi & Shahidisadr, 2013)

Some companies use nostalgic packages to increase the sales of the product. When the articles are examined, we can say that the impact of nostalgic packaging differ according to products. Hodgson (2013) study investigated consumer perceptions of retro packaging vs. modern packaging. A survey was administered to different groups of people around Cal Poly asking participants which packages they preferred in terms of design and perceived quality. The results of this study indicated that consumers had a strikingly high favor to modern packaging design over retro in terms of design and perceived quality. There was no difference across generations. Although retro packaging may look appealing, customers are not likely to purchase it. According to this study, consumers associated retro packaging with being "tacky, outdated, and old". Packaging companies considering changing their current package and bringing back one of the past need to consider other implications that their designs may bring. (Hodgson, 2013) However Upadhyaya & Makarand (2016) study indicates that nostalgic packaging refers to designers taking advantage of people's memory of the past and it consciously creates a "sense of history" or "original sense" on the product packaging. Sixties and seventies of the last century, people were using brown paper bag book with an earthy feel. Some businesses now pack notebooks with craft paper. This package has been widespread among consumers, sales have increased significantly. For the purpose of stimulating consumers to buy the product, nostalgic packaging design companies may grab the consumer with the elements of a common memory. (Upadhyaya & Makarand, 2016) Chen (2014) study also explored the impact of nostalgic emotions on

consumer satisfaction with rice packaging design. The questionnaire survey was conducted to gather the consumers' emotion evaluations and overall satisfaction on nostalgic packaging. The empirical results support that the varied relationships between a nostalgic emotion performance and customer satisfaction exist. (Chen, 2014)

2.2. Evoked Nostalgia

"Evoked nostalgia" is becoming nostalgic and remembering memories from the past by the effect of different nostalgic factors in the environment. An indivual can become nostalgia evoked just by a word, music or a visual. The feelings caused by and the emotional components of nostalgia are examined in a study by Holak & Havlena (1998) and the results reveal the complexity of the emotions elicited in nostalgic experience. Positive emotions such as warmth, joy, affection and gratitude are linked with sadness and desire to produce a mixed response. (Holak & Havlena, 1998)

We have also examined the studies which include nostalgic communications and its impact on consumers' behaviour. Nostalgic themed advertisements have different effects on consumers. A study by Zhao, Muehling & Kareklas (2014) examines the moderating role of consumer affective state on individuals' responses to nostalgic and nonnostalgic advertising. The findings indicate that when consumers are in a positive affective state they respond more favorably (i.e., report more positive memories and favorable brand-related responses) to nostalgic (versus nonnostalgic) ads. In contrast, one's negative affective state appears to play a limited role in affecting responses between ad types. (Zhao, Muehling & Kareklas, 2014) Muehling & Sprott (2013) study was prepared to explore thoughts and attitudinal responses of consumers exposed to nostalgic (versus non-nostalgic) advertisements. The results of the study also suggest that nostalgic cues in advertising do indeed influence the type of thoughts consumers have during ad exposure, and that these thought processes appear to have an influence on attitudes toward the advertisement and advertised brand (Muehling & Sprott, 2013). The consumers' attitude towards the advertisements and brand might also be different from each other. A research conducted by Muehling, Sprott & Sultan (2014) examines the differential influence of past brand associations on consumers' reactions to nostalgia-themed advertisements. Results support the expectation that the effect of nostalgia on brand-focused outcomes (purchase intentions and brand attitude) will be most pronounced for those who have had some past personal association with the advertised brand. However, this effect was not observed for ad-focused responses (ad involvement and attitude toward the ad); as hypothesized, the nostalgic ad produced more favorable responses than the non-nostalgic ad, irrespective of participants' past association with the brand (Muehling, Sprott & Sultan, 2014). Muehling (2013) examines the impact of two types of nostalgia (Personal and historical nostalgia) on the formation of consumer brand attitudes. Findings suggest that, irrespective of whether individuals are exposed to a personally nostalgic or historically nostalgic ad, responses of a personally nostalgic nature tend to predominate and are more influential in shaping brand attitudes. For personal nostalgia, the connections individuals make between themselves and brand offerings are likely to be based upon traces of memory from events in one's own life. Historical nostalgia thoughts are believed to be comprised of an 'imagined' past – often from a time before one's birth (Muehling, 2013). A research by Chou & Singhal (2017) indicates that old songs can evoke different

nostalgic feelings, historical nostalgia songs generate better ad effects on young Indian consumers, especially songs sung by female singers, are gender mismatched, and used to promote high involvement products and personal nostalgia songs lead to better ad effects only for low involvement products (Chou & Singhal, 2017).

Respondents in Reisenwitz, Iyer & Cutler (2004) study were exposed to ads with nostalgia and to those with no nostalgia or contemporary ads. The study first examined the influence of individuals' nostalgia proneness upon the nostalgia intensity toward the ad and the nostalgia intensity toward the brand/company that sponsored the ad. Second, age, and its relationship to nostalgia proneness, was assessed. Finally, nostalgia proneness and its affect on gender was considered. Findings indicated that nostalgia proneness was influential on most of the variables examined in the study (Reisenwitz, Iyer & Cutler, 2004). Pieterse (2012) paper summarised a sample of the South African population's responses and evaluated them to determine whether a relationship existed between the demographic traits of respondents and the relevance of nostalgic ads to them. The results indicated that insufficient evidence existed to predict the relevance of nostalgia in advertising by gender or population group. However, evidence was found that the relevance of nostalgia does vary depending on the consumers' age (Pieterse, 2012). In addition, Russell (2015) study has also shown that using visual cues to evoke feelings of historical nostalgia in print ads is not as effective as predicted at connecting with Millennials. Millennials were shown to be not very nostalgia prone, and in general responded negatively to vintage style colors and fonts (Russell, 2015). Lammersma & Wortelboer (2017) study was also conducted among millennials which examined the effect of nostalgic advertising on brand attitude and purchase intention among millennials. This research showed that millennials are nostalgic towards their own personal past. The nostalgic video advertisement is more attractive and generates a more favourable attitude towards the advertisement. Hence, this did not result in a more positive brand attitude or enhanced purchase intention compared to the non-nostalgic video advertisement (Lammersma & Wortelboer, 2017). However Sachse & Gierl (2009) paper analyzes the effects of nostalgic versus non-nostalgic advertising through elicited emotions and the intensity of evoked mental images on consumers' attitudes and purchase intentions. The results show that nostalgic advertisements evoke more positive emotions and more intensive mental images than non-nostalgic advertisements which in turn affect consumers' attitudes toward the ad and toward the product and their purchase intentions (Sachse & Gierl, 2009).

2.3. Nostalgia Effect on Purchase Intention

The main focus of the nostalgia theme is to make the consumer to purchase the product. Motive, Rutherford & Shaw (2011) study indicates that nostalgia creates strong positive or negative emotions and also influences preference formation. Based on the historical analysis, the study concludes that nostalgia is indeed a powerful buying motive in consumption behavior (Motive, Rutherford & Shaw, 2011). Chen, Yeh & Huan (2014) study indicates that during the last few years, "nostalgic" restaurants are becoming common in Taiwan and tests the hypotheses relating to nostalgia affecting consumption. The results indicate that nostalgia has both direct and indirect impacts on consumption intention; consumption affected by nostalgia varies depending on the individual; and younger customers'

predisposition to want cheap prices is an important consideration in marketing nostalgia to younger customers (Chen, Yeh & Huan, 2014). The findings of Rose et. al. (2016) study indicate that brand heritage positively impacts purchase intention, especially for consumers with a low promotion focus, and that brand heritage inspires positive emotions, engenders trust, and facilitates brand attachment and commitment (Rose et. al., 2016). Using a structural equation model of Social Identity Theory, empirical results of Sierra & McQuitty (2014) study shows that consumers' intentions to purchase nostalgic products are affected by a yearning for and attitudes about the past (Sierra & McQuitty, 2014). Loveland, Smeesters & Mandel (2010) research examines the conditions under which consumers experience an increased preference for nostalgic products, such as previously popular movies, television programs, foods, or automobiles. Specifically, participants for whom the need to belong is an active goal experience a significantly stronger preference for nostalgic products than do participants for whom this is not an active goal (Loveland, Smeesters & Mandel, 2010). Kazlauske & Gineikiene (2017) paper examines the links between consumer age identity, nostalgia and preferences for nostalgic products. The study provides initial evidence that the younger a consumer feels compared to his or her actual age, the more he or she buys nostalgic products. Moreover, age identity is a better predictor than consumer nostalgia for the actual purchase of nostalgic products. Therefore, consumers tend to choose nostalgic products more because of their age identity than because of their sentiments for the past. The results of the empirical research confirmed that consumer nostalgia is an important factor in consumer behavior – it is positively related with nostalgic product judgment and the actual purchase of nostalgic products (Kazlauske & Gineikiene, 2017). According to Lasaleta, Sedikides & Vohs (2014) study in the Journal of Consumer Research, we're more likely to spend money when we're feeling nostalgic. Six experiments demonstrated that feeling nostalgic decreased people's desire for money. Nostalgia may be so commonly used in marketing because it encourages consumers to part with their money (Lasaleta, Sedikides & Vohs, 2014). The results of an article about nostalgic shopper written by Betti & Dad (2016) showed a positive relationship between nostalgia proneness and desire for uniqueness, with both variables being further connected to several shopping traits of the Generation Y consumer. According to the findings of the study, nostalgia proneness showed significant Pearson´s coefficients with habitual shopping. The study states that nostalgic consumers are most likely related with habitual shopping patterns, thus they might prove to be loyal and repetitive long-term customers once a product enters their consumption routine. Habitual shopping, represents a type of shopping behavior that describes a consumer, who prefers brands that are well known to him. This behavior suggests that highly nostalgic individuals could represent a profitable segment for marketers willing to gain a more loyal and stable customer base in the shopping context (Betti & Dad, 2016).

2.4. Nostalgia Proneness

Who is the nostalgia-prone person? A study by Seehusen et. al. (2013) defines a nostalgia-prone person as an emotionally unstable & neurotic individual and indicates that nostalgic individuals frequently recall meaningful memories rich in social content. The authors of the same study hypothesized that the link between neuroticism and nostalgia proneness arises because (a) neuroticism is associated with the need to belong and (b) the need to belong triggers nostalgia, with its abundant social content (Seehusen et. al., 2013). A research by Jowsey, Wei & Rahman (2014) investigated several determinants potentially influencing consumer sensitivities towards nostalgia sentiment in Malaysia. It was revealed in the study that factors such as ageing effect, past childhood experience and event repetition frequency in the past

has positive and significant influence over nostalgia sentiment sensitivity of consumers (Jowsey, Wei & Rahman, 2014). As an illustrative example, the study by Schindler & Holbrook (2003) investigates the effects of early experience on consumer preferences for automobile styles. When the genders are compared, consistent with expectations, the study finds out that men do but women do not show evidence of nostalgic attachment to the styles experienced in their youth. Also, as expected, individual differences in the psychographic variable of nostalgia proneness play a role in moderating these effects (Schindler & Holbrook, 2003).

RESEARCH METHODOLOGY

The purpose of this research was to examine the consumer behaviour in terms of nostalgic marketing. For this research, a survey was conducted online with 368 participants in 2 weeks. The data was collected from social media and web sites. The questionnaire included 5 sections. First section included the questions of nostalgia proneness. Second section included questions regarding the participants' shopping behaviour of chosen brands. The questions in third section were about nostalgic and new packaging of the products. Fourth section was about evoked nostalgia, Fifth section included the questions of demographics.

Within the scope of the questionnaire, participants were asked questions about their nostalgic package preferences. In terms of nostalgia marketing, Tamek fruit juice and Sana margarine brands were chosen. At first, respondents were asked whether they would purchase these products and what they think about these products' quality. Then nostalgic and new packages were shown to the respondents of the survey and they were asked for their preferences and perceived quality of the package. They also stated if they find these brands better than the others or not.

Descriptive statistics, frequency analysis and reliability analysis were conducted. The Statistical Package for Social Science (SPSS) was used to analyse data.

Explanation of Scales

Nostalgia is measured with a Five point Likert-type scale (1.Strongly Disagree, 2.Disagree, 3.Undecided, 4.Agree, 5.Strongly Agree), which is adapted from Holbrook's Nostalgia Index (Holbrook and Schindler, 1994) and Adapted Nostalgia Scale (Marchegiani and Phau, 2011a). Product Judgment is measured with a Five point Likert-type scale (1.Strongly Disagree, 2.Disagree, 3.Undecided, 4.Agree, 5.Strongly Agree), which is adapted from Keller and Aaker (1992). Evoked Nostalgia is measured with a Five point Likert-type scale (1.Strongly Disagree, 2.Disagree, 3.Undecided, 4.Agree, 5.Strongly Agree), which is adopted from Pascal, Sprott, and Muehling (2002).

Data Analysis

Demographics

The distribution of gender groups are quite fairly distributed. Among the 368 respondents, 226 were female; while 142 were male. 41.6% of the respondents were between the ages of 25-34, 37.2% of them were between the ages of 35-44 and 9.8% of them were between the ages of 45-54. 50.8% of the respondents were single and 49.2% of them were married. Regarding the occupations, 61.1% of them were private sector employees, 9.8% of them were public sector employees while 6.8% of them were students. The majority of the respondents (62.2%) had bachelor's degree and 25.5% had master's degree.

Table 1: Demographics

Gender	Number	Percent
Male	142	38.6
Female	226	61.4

Age	Number	Percent
Below 18	0	0
18-24	29	7.9
25-34	153	41.6
35-44	137	37.2
45-54	36	9.8
55-64	12	3.3
65 or above	2	0.5

Marital Status	Number	Percent
Single	187	50.8
Married	181	49.2

Occupation	Number	Percent
Private Sector Employee	225	61.1
Public Sector Employee	36	9.8
Student	25	6.8
Housewife	16	4.3
Self-employed	35	9.5
Unemployed	11	3
Other	20	5.4

Highest Educational Level	Number	Percent
High school	20	5.4
Bachelor's degree	229	62.2
Master's degree	94	25.5
Doctorate degree	22	6
Primary	3	0.8
Other	0	0

Reliability Analysis

Table 2: Reliability Analysis

	Cronbach's Alpha
Nostalgia Proneness	0,758
Evoked Nostalgia	0,950

The results of reliability statistics are between 0,758 - 0,950 which shows that the reliability of the tests is between 76%-95%. The reliability of the scales that measure nostalgia proneness and evoked nostalgia are 0.76 and 0.95 respectively. As it can be seen from Table 1, all of the scales achieved acceptable reliability.

Descriptive Statistics of Nostalgia Proneness

Table 3: Descriptive Statistics of Nostalgia Proneness

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Products from my childhood are pleasant reminders of my past.	368	1	5	4,38	,843
I often recall memories of good times from my past.	368	1	5	4,14	1,006
Things used to be better in my childhood days.	368	1	5	3,90	1,206
I recall pleasant memories from my childhood.	368	1	5	3,65	1,100
Products are getting worse.	368	1	5	3,64	1,223
I often think about my childhood.	368	1	5	3,46	1,097
Companies do not make products like they used to.	368	1	5	3,31	1,267
Valid N (listwise)	368				

	Average Mean
Nostalgia Proneness	3,782857

Descriptive statistics about consumers' nostalgia proneness can be seen in the Table 2. According to the results, products from the respondents' childhood are pleasant reminders of their past. (μ =4.38) They often recall memories of good times from their past. (μ =4.14) Things used to be better in their childhood

days. (μ =3.90) Average mean of 7 nostalgia proneness questions is 3,782857 which is equal to "Agree". The respondents agree that they are prone to nostalgia.

Descriptive Statistics of Evoked Nostalgia

Table 4: Descriptive Statistics of Evoked Nostalgia

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nostalgic brands and nostalgic packaged products reminded me of the past.	368	1	5	4,39	,841
Nostalgic brands and nostalgic packaged products developed a nostalgic feeling in me.	368	1	5	4,21	1,000
Nostalgic brands and nostalgic packaged products helped me recall sweet and enjoyable memories.	368	1	5	4,18	1,003
Nostalgic brands and nostalgic packaged products are a pleasant reminder of my past.	368	1	5	4,12	1,047
Nostalgic brands and nostalgic packaged products caused me to remember a time section of my past.	368	1	5	4,06	1,069
Valid N (listwise)	368				

	Average Mean
Evoked Nostalgia	4,192

Descriptive statistics about evoked nostalgia can be seen in Table 4. According to the results, nostalgic brands and nostalgic packaged products reminded the respondents of the past. (μ =4.39) Nostalgic brands and nostalgic packaged products developed a nostalgic feeling in them. (μ =4.21) Nostalgic brands and nostalgic packaged products helped them recall sweet and enjoyable memories. (μ =4.18) Average mean of 5 evoked nostalgia questions is 4,192 which is equal to "Agree". The respondents agree that they are evoked by nostalgia.

Tamek fruit juice is sold with its nostalgic bottle in the markets and Sana margarine was also on sale with its nostalgic package some time ago. Within the scope of nostalgic marketing, nostalgic and new packages of these two products were shown to the respondents of the survey and they were asked for their preferences of the package. In terms of purchase intention, the results of the research show the participants' preference regarding the packages of these products. In addition, the purchase intention of the respondents is also analysed. Tables 5, 6, 7, 8, 9 & 10 show the results of the analysis for nostalgic marketing.

Descriptive Statistics of Tamek Preference

Table 5: Descriptive Statistics of Tamek Preference

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tamek fruit juice is good quality.	368	1	5	3,24	1,105
Tamek fruit juice is better than other fruit juice brands.	368	1	5	3,00	,978
I prefer to buy Tamek fruit juice with nostalgic bottle which is on the left.	368	1	5	3,71	1,269
I prefer to buy Tamek fruit juice with new bottle which is on the right.	368	1	5	2,52	1,251
Tamek fruit juice with nostalgic bottle which is on the left is better quality.	368	1	5	2,95	1,234

Tamek fruit juice with new bottle which is on the right is better quality.	368	1	5	2,46	1,035
Valid N (listwise)	368				

	Average Mean
Tamek Preference	2.98

Descriptive statistics about Tamek preference can be seen in Table5. According to the results, the respondents prefer to buy Tamek fruit juice with nostalgic bottle which is on the left. (μ =3.71) Tamek fruit juice is good quality. (μ =3.24) Average mean of 6 Tamek preference questions is 2.98 which is equal to "Undecided". The respondents are undecided about purchasing and the quality of Tamek fruit juice. If the respondent had to purchase Tamek fruit juice, he/she would definitely prefer the nostalgic bottle. There is a big gap between the results of the mean. (3.71>2.52) The respondents also think that the nostalgic bottle is better quality. (2.95>2.46)

Descriptive Statistics of Sana Preference

Table 6: Descriptive Statistics of Sana Preference

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sana margarine is good quality.	368	1	5	2,68	1,312
Sana margarine is better than other margarine brands.	368	1	5	2,80	1,228

I prefer to buy Sana margarine with nostalgic package which is on the left.	368	1	5	2,77	1,350
I prefer to buy Sana margarine with new package which is on the right.	368	1	5	2,61	1,316
Sana margarine with nostalgic package which is on the left is better quality.	368	1	5	2,45	1,203
Sana margarine with new package which is on the right is better quality.	368	1	5	2,37	1,153
Valid N (listwise)	368				

	Average Mean
Sana Preference	2.6133

Descriptive statistics about Sana preference can be seen in Table6. According to the results, the respondents prefer to buy Sana margarine with nostalgic package which is on the left. (μ =2.77) They prefer to buy Sana margarine with new package which is on the right. (μ =2.61) Average mean of 6 Sana preference questions is 2.6133 which is equal to "Undecided". The respondents are undecided about purchasing and the quality of Sana margarine. If the respondent had to purchase Sana margarine, he/she would prefer the nostalgic package. (2.77>2.61) The respondents also think that the nostalgic package is better quality. (2.45>2.37)

Frequency Analysis of Tamek Purchase Intention

Table 7: Frequency Analysis of Tamek Purchase Intention

		Number	Percent
Valid	YES	196	53,3
	NO	172	46,7
	Total	368	100,0

The respondents were asked if they would purchase Tamek Fruit Juice, 54% said they would purchase.

Frequency Analysis of Tamek Nostalgic Bottle Awareness

Table 8: Frequency Analysis of Tamek Nostalgic Bottle Awareness

		Number	Percent
Valid	YES	304	82,6
	NO	64	17,4
	Total	368	100,0

The respondents were asked If they had seen the nostalgic bottle of Tamek before, 82% said they had seen the bottle.

Frequency Analysis of Sana Purchase Intention

Table 9: Frequency Analysis of Sana Purchase Intention

		Number	Percent
Valid	YES	120	32,6
	NO	248	67,4
	Total	368	100,0

The respondents were asked If they would purchase Sana margarine, 32% said they would purchase.

Frequency Analysis of Sana Nostalgic Package Awareness

Table 10: Frequency Analysis of Sana Nostalgic Package Awarenes

		Number	Percent
Valid	YES	257	69,8
	NO	111	30,2
	Total	368	100,0

The respondents were asked If they had seen the nostalgic package of Sana before, 70% said they had seen the package.

CONCLUSION

In the first section of the survey, nostalgia proneness of the respondents was analysed. According to the results, most of the respondents have nostalgic feelings about the past. They indicate that they think about their childood often and the products are getting worse.

As an example Tamek fruit juice and Sana margarine's nostalgic marketing activities were analysed. In the second section, we asked the respondents if they bought Tamek fruit juice and Sana margarine. 53% said they bought Tamek fruit juice and 33% said they bought Sana margarine. 43% said they thought Tamek is good quality and 41% said they thought Sana is bad quality. Most of the people think the margarine is bad quality because it is thought of as unhealthy. Therefore not too many people are willing to buy it. There were also respondents who don't prefer buying fruit juice because of the same reason.

When the respondents were asked whether they prefered the nostalgic or the new package of these products, nostalgic package had a higher percentage of preference. Tamek's nostalgic bottle preference is 60% whereas new bottle preference is 22%. Sana's nostalgic package preference is 30% whereas new bottle preference is 24%. There is a big difference especially in the percentage results of Tamek.

In the last section, we asked the respondents if the nostalgic packages had evoked any nostalgic feelings. Nearly all of the respondents think these nostalgic products are pleasant reminders of their childhood.

To conclude, we can say that nostalgic packaging evokes nice feelings on consumers and a nostalgic packaged product with a good nostalgic communications strategy can be successful. The campaign should be effective in terms of nostalgic music, voice, cast, design and visuals. People are in search of the package that they know from their childhood time. So even though the new packaged product is purchased by consumers, to enhance the sales results, nostalgic package can be used in the markets.

VISUALS IN THE SURVEY:

Nostalgic Packaging vs New Packaging:



REFERENCES

Holak, S., Havlena, W., & Matveev, A. (2005). Exploring nostalgia in Russia: Testing the index of nostalgia-proneness. ACR European Advances. http://www.acrwebsite.org/volumes/13747/eacr/vol7/E-07

Holak, S. L., & Havlena, W. J. (1998). Feelings, fantasies, and memories: An examination of the emotional components of nostalgia. *Journal of Business Research, 42(3), 217-226.* http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00119-7

Seehusen, J., Cordaro, F., Wildschut, T., Sedikides, C., Routledge, C., Blackhart, G. C., Epstude, K. & Vingerhoets, A. J. (2013). Individual differences in nostalgia proneness: The integrating role of the need to belong. Personality and Individual Differences, 55(8), 904-908. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886913003061

Kessous, A., Roux, E., & Chandon, J. L. (2015). Consumer–brand relationships: A contrast of nostalgic and non-nostalgic brands. Psychology & Marketing, 32(2), 187-202. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/mar.20772/full

Guangzhi Zhao, Darrel D. Muehling & Ioannis Kareklas (2014). Remembering the Good Old Days: The Moderating Role of Consumer Affective State on the Effectiveness of Nostalgic Advertising, Journal of Advertising, 43:3, 244-255, DOI: 10.1080/00913367.2013.853633

Schindler, R. M., & Holbrook, M. B. (2003). Nostalgia for early experience as a determinant of consumer preferences. Psychology & Marketing, 20(4), 275-302. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/mar.10074

Betti, M., & Dad, I. J. (2016). The Unique Nostalgic Shopper: Nostalgia proneness and desire for uniqueness as determinants of shopping behavior among Millennials. http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:932930

Darrel D. Muehling, David E. Sprott & Abdullah J. Sultan (2014). Exploring the Boundaries of Nostalgic Advertising Effects: A Consideration of Childhood Brand Exposure and Attachment on Consumers' Responses to Nostalgia-Themed Advertisements, Journal of Advertising, 43:1, 73-84, DOI: 10.1080/00913367.2013.815110

Silke Bambauer-Sachse and Heribert Gierl (2009). "Effects of Nostalgic Advertising Through Emotions and the Intensity of the Evoked Mental Images", in NA - Advances in Consumer Research Volume 36, eds. Ann L. McGill and Sharon Shavitt, Duluth, MN: Association for Consumer Research, Pages: 391-398. http://www.acrwebsite.org/volumes/14191/volumes/v36/NA-36

Hafeez, M., Jowsey, B. M., Chong, C. W., & Rahman, M. S. (2015). Determinants of nostalgia sensitivity in nostalgic driven advertising. International Journal of Academic Research in Psychology, 2(1), 556-580. http://irep.iium.edu.my/42842

Lammersma, M. & Wortelboer, A. (2017). "Millennials purchasing the good old days: The effects of nostalgic advertising on brand attitude and purchase intention among millennials", Retrieved from http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hj:diva-35641

Russell, K. (2015). SELLING THE PAST: INVESTIGATING THE EFFECTIVENESS OF NOSTALGIA CUES IN PRINT ADS TARGETING MILLENNIALS. https://repository.tcu.edu/bitstream/handle/116099117/7271/Katie_Russell_Thesis_Final_.pdf?sequence=1

Pieterse, D. (2012). Old school: the relevance of nostalgia in advertising (Doctoral dissertation, University of Pretoria). https://repository.up.ac.za/handle/2263/25202

Shields, A. B., & Johnson, J. W. (2016). What Did You Do to My Brand? The Moderating Effect of Brand Nostalgia on Consumer Responses to Changes in a Brand. Psychology & Marketing, 33(9), 713-728. http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/mar.20912/full

Reisenwitz, T. H., Iyer, R., & Cutler, B. (2004). Nostalgia Advertising and the Influence of Nostalgia Proneness. Marketing Management Journal, 14(2). https://www.researchgate.net/publication/283997401_Nostalgia_advertising_and_the_influence_of_nostalgia_proneness

Darrel D. Muehling, David E. Sprott & David E. Sprott (2013) THE POWER OF REFLECTION: An Empirical Examination of Nostalgia Advertising Effects, Journal of Advertising, 33:3, 25-35, DOI: 10.1080/00913367.2004.10639165

Muehling, D. D. (2013). The relative influence of advertising-evoked personal and historical nostalgic thoughts on consumers' brand attitudes. Journal of Marketing Communications, 19(2), 98-113. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527266.2011.560613

Kazlauske, D., & Gineikiene, J. (2017). Do you feel younger enough to choose nostalgic products? Exploring the role of age identity in nostalgic purchasing behavior. Baltic Journal of Management, 12(3), 292-306. http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/BJM-08-2016-0185

Chen, J. C. C. (2014). The impact of nostalgic emotions on consumer satisfaction with packaging design. Journal of Business and Retail Management Research, 8(2). http://search.proquest.com/openview/7e2e6fc95e368742b5945c17bae6c268/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035949

Cui, R. (2015). A review of nostalgic marketing. Journal of Service Science and Management, 8(01), 125. https://file.scirp.org/pdf/JSSM_2015022813192528.pdf

Jeremy J. Sierra & Shaun McQuitty (2014). Attitudes and Emotions as Determinants of Nostalgia Purchases: An Application of Social Identity Theory, Journal of Marketing Theory and Practice, 15:2,99-112, DOI: 10.2753/MTP1069-6679150201

Katherine E. Loveland, Dirk Smeesters, Naomi Mandel; Still Preoccupied with 1995: The Need to Belong and Preference for Nostalgic Products, Journal of Consumer Research, Volume 37, Issue 3, 1 October 2010, Pages 393–408, https://doi.org/10.1086/653043

Rose, G. M., Merchant, A., Orth, U. R., & Horstmann, F. (2016). Emphasizing brand heritage: Does it work? And how?, Journal of Business Research, 69(2), 936-943. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296315002520

Lasaleta, J. D., Sedikides, C., & Vohs, K. D. (2014). Nostalgia weakens the desire for money. Journal of Consumer Research, 41(3), 713-729. https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/41/3/713/2907535

Motive, B., Rutherford, J., & Shaw, E. H. (2011). What Was Old Is New Again: The History of Nostalgia as a Buying Motive in Consumption Behavior. http://charmassociation.org/CHARM%20proceedings/CHARM%20article%20archive%20pdf%20format/Volume%2015%202011/What%20was%20old%20is%20new%20again.pdf

Steenis, N. D., van Herpen, E., van der Lans, I. A., Ligthart, T. N., & van Trijp, H. C. (2017). Consumer response to packaging design: The role of packaging materials and graphics in sustainability perceptions and product evaluations. Journal of Cleaner Production, 162, 286-298. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652617312052

Joutsela, M. (2010). Multisensory Persuasion and Storytelling through Packaging Design. http://file.scirp.org/pdf/21-1.55.pdf

Abdollahbeigi, B., Salehi, F. & Shahidisadr (2013). M. PACKAGING INNOVATION EFFECTS IN ENHANCE SALES. http://ijbel.com/wp-content/uploads/2014/06/Packaging-Innovation-Effects-Bentolhoda-Abdollahbeigi-Farhang-Salehi-Mina-Shahidisadr.pdf

Upadhyaya, Makarand, Assessment of Nostalgic Promotion (March 26, 2016). International Journal of Marketing and Technology, Vol. 6, Issue 3. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2890391

Hodgson, A. (2013). Is retro packaging making a comeback? Is old the new "new"? https://works.bepress.com/andrea_hodgson/1/download/

Chou, H. Y., & Singhal, D. (2017). Nostalgia advertising and young Indian consumers: The power of old songs. Asia Pacific Management Review, 22(3), 136-145. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1029313215200450

Schifferstein, H. N., Fenko, A., Desmet, P. M., Labbe, D., & Martin, N. (2013). Influence of package design on the dynamics of multisensory and emotional food experience. Food Quality and Preference, 27(1), 18-25. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095032931200105X

Chen, H. B., Yeh, S. S., & Huan, T. C. (2014). Nostalgic emotion, experiential value, brand image, and consumption intentions of customers of nostalgic-themed restaurants. *Journal of Business Research*, *67*(3), 354-360. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296313000040

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Hanehalkı Tasarruflarının Demografik Belirleyicileri: Türkiye için Bir Uygulama

Ahmet Eren Yıldırım[1]

Özet

Tasarruflar bir ekonomide yatırımlara dönüşmesi bakımından önemli bir kaynak niteliğindedir. Temel makroekonomik göstergelerin sürdürülebilir yapıya kavuşması için tasarruf eğilimlerinin yüksek olması gerekir. Tasarruflar arttığında yatırımlar ve üretim artmakta, böylece işsizlik azalmaktadır. Aksi durumda yatırım için gereken finansman çoğunlukla dış borç ile sağlanabilmektedir. Bu ise cari açığın giderek artmasına yol açmaktadır. Toplam tasarruflar kamu ve özel kesim tasarrufları şeklinde ikiye ayrılabilmektedir. Özel kesim tasarruflarının önemli bir kısmı ise hanehalkı tasarruflarından oluşmaktadır. Türkiye ekonomisinde hem hanehalkı tasarrufları hem de dolayısıyla toplam tasarruflar son yıllarda giderek azalmaktadır. Toplumda eğitim seviyesinin yükselmesi, çalışma koşulları, cinsiyet gibi bazı demografik özellikler tasarruf eğilimi etkileyebilmektedir. Bu anlamda, hanehalkı tasarruflarını etkileyen bazı demografik faktörlerin belirlenmesi, tasarruf eğiliminin artırılmasına yönelik politikalar için yol gösterici olabilmektedir. Bu çalışmada Türkiye ekonomisinde hanehalkı tasarruflarının demografik belirleyicilerinin saptanmasında yatay kesit verileri kullanılarak ekonometrik tahmin gerçekleştirilmektedir. Çalışmada Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'ndan alınan mikro veriler kullanılmaktadır. İlk bulgular özellikle eğitim, cinsiyet ve gelirin tasarruflar üzerinde belirgin bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler— *Tasarruf, Hanehalkı, Kesit Veri Analizi*

Demographic Determinants of Household Savings: An Application for Turkey

Abstract

Savings are an important resource because they turn into investments in an economy. Savings propensities should be high in order to achieve sustainable macroeconomic indicators. When savings increase, investments and produciton increase, so unemployment decreases. Otherwise, the necessary financing for investment can be provided mostly by external debt. This leads to an increase in the current account deficit. Total savings can be divided into public and private sector savings. A significant portion of private sector savings is composed of household savings. In Turkish economy, both household savings and total savings are declining in recent years. Some demographic characteristics, such as increased education, working conditions, gender, may affect the propensity of savings in community. In this context, the determination of some demographic factors that affecting household savings can be a guide for policies aimed at increasing the saving propensity. In this study, econometric estimation is performed by using cross-sectional data in determining the demographic determinants of household saving in Turkish economy. Micro data, which are taken from the Turkish Statistics Institute (TÜİK), used in this study. The preliminary findings show that education, gender and income have a significant impact on savings.

Keywords— Saving, Household, Cross-Sectional Data Analysis

JEL Classification Codes: *E21, H31, C21*

[1] Araştırma Görevlisi Dr., Hitit Üniversitesi, İİBF, İktisat, Türkiye, aerenyildirim@hitit.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Adremytteion antik kenti arkeojeofizik araştırmaları: Bergaz Tepe çalışma alanı

Fatih Sünbül[1]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş*: Arkeolojik alanlarda kazıya başlamadan önce olası gömülü yer altı yapıların fiziksel özelliklerinin belirlenmesinde jeofiziksel yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler kazıya başlanılmadan önce yüzeyden yapıya zarar vermeden uygulanabilmesi, hızlı ve çözünürlüğü yüksek görüntüleme sonuçlarının elde edilmesi, ayrıca maliyetinin az olması sebebiyle tercih edilirler.* ***Amaç****: Bu çalışmada Balıkesir ili Ören Mahallesinde gömülü olduğu düşünülen Adremytteion antik kenti kalıntılarının tespiti amacıyla jeofizik yöntemler kullanılmıştır. Çalışma alanı Bergaz Tepe kıyı şeridinin hemen bitiminde sular altında kalan antik liman kalıntılarının doğusunda yer almaktadır.* ***Yöntem:*** *Antik limana çok yakın olan bu tepenin antik çağda önemli bir yerleşim yeri olacağı düşünülerek, yapının yer içi tespiti için elektrik ve manyetik görüntüleme metotları kullanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Arkeojeofizik yöntemlerle elde edilen sonuçlara göre, çalışma alanında gömülü halde bulunan antik yapı modellenmiştir. Bunu takiben yapının köşe noktalarından sondaj çalışmaları yapılarak arkeolojik kazılara geçilmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Adremytteion Antik Kenti, Balıkesir İli, Arkeojeofizik, Elektrik Özdirenç ve Manyetik Yöntemi*

Archaeogeophysics reserach in the ancient city of Adremytteion: Bergaz Hill study area

Abstract

Introduction: *Geophysical methods are used to determine the physical properties of possible buried structures before starting excavation in archaeological sites These methods are preferred due to its non-destructive applicable from the surface, acquisition of fast and high resolution imaging results, have low cost.* ***Aim:*** *In n this study, geophysical methods were used to determine the remains of the ancient city of Adremytteion, which is thought to be buried in Balıkesir city Ören district. The study area is located to the east of the ancient harbor ruins that are flooded at the end of the Bergaz Tepe coastline.* ***Method:*** *Considering that this hill, which is very close to the ancient harbor, would be an important settlement in ancient times, electric and magnetic imaging methods have been used for the localization of the structure.* ***Findings:*** *According to the results obtained by archaeogeophysical methods, the ancient structure buried in the study area was modeled. Following this, drilling works were carried out from the corner points of the structure and archaeological excavations were started.*

Keywords— Adremytteion ancient city, Balikesir city Archaeogeophysics*, Electric Resistivity and Magnetic Method*

JEL Classification Codes: *M31, M39*

[1] Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Bakırçay Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya, Türkiye, fatih.sunbul@bakircay.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Türkiye'de Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, Yeni Firma Doğum Oranları ve Genç İşsizlik İlişkilerinin Analizi

Full Text / Tam Metin

Hasan Basri İPEK[1], Halil ibrahim GÖKGÖZ [2]

Özet

Giriş*: : İşsizlik problemi hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için önemli bir meseledir.Girişimcilik kavramı ise günümüz küresel ekonomisinde,kalkınma ve büyümenin anahtarı olan önemli bir destekleyici güç haline gelmiştir.Girişimlerle oluşan yeni pazarlar hem toplam çıktıyı artırmakta hem de işgücüne yönelik talebi de yükselterek işsizlik sorununa çözüm alternatifi olabilmektedir.* ***Amaç****:Bu amaçla çalışmada Türkiye'de Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri ve Yeni Firma Doğum Oranlarının Genç İşsizlik üzerine etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.****Yöntem:****Çalışmada öncelikle genç işsizliğin boyutlarını ortaya koymak amacıyla istihdam ve işsizlik kavramları incelenecektir. Daha sonra ise genç işsizlik ile girişimcilik eğitimleri ve yeni firma doğum oranları ilişkisini açıklamaya yönelik zaman serisi analizleri yapılmıştır.* ***Bulgular:****Sonuç olarak genç işsizlik oranının yeni açılan işletme sayısı ve girişimcilik eğitim programı sayısı ile ilişkili olduğu gözlemlenmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *genç işsizlik, girişimcilik, yeni firma doğum oranları,zaman serisi analizi*

An Analysis of The Relationship betweenApplied Entrepreneurship Trainings,New Firm Birth Ratesand Youth Unemployment in Turkey

Abstract

Introduction: *Unemployment is an important issue for both developed and developing countries. The concept of entrepreneurship has become an important supportive power, which is the key to development and growth in today's global economy.The new markets created by the enterprises increase the total production and at the same time increase the labor demand and be an alternative to the unemployment problem.* ***Objective:*** *This study aimed Applied Entrepreneurship Education in Turkey and the youth unemployment rate was aimed to investigate the effect of the new company, the birth rate.****Method:*** *In this study, the concepts of employment and unemployment will be examined to determine the dimensions of youth unemployment. Then, time series analyzes were conducted to explain the relationship between youth unemployment and entrepreneurship education and new firm birth rates.****Findings:*** *The unemployment rates of young people were found to be related to the number of newly opened enterprises and the number of entrepreneurship education programs.*

Keywords— *youth unemployment, entrepreneurship, new firm birth rates, time series analysis*

JEL Classification Codes: *E24, M13, O32*

[1] Öğr.Grv, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin M.Y.O, Bankacılık ve Sigortacılık, Türkiye,hbipek@aku.edu.tr
2 Arş.Grv.,Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme, Muhasebe-Finansman, Türkiye, hgokgoz@aku.edu.tr

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Ülkelerin gelişmişlik mertebeleri farklı olsa da birçoğunun ortak sorunu genç işsizlik meselesidir. Bir kişinin işsiz olarak nitelendirilebilmesi için çalışabilecek güç ve yeterliliğe sahip olduğu halde çalışmayıp iş arayışında olması gerekmektedir. İşsizlik meselesinin en dikkate değer kısmını ise geleceğimizi şekillendirecek olan genç kesimin işsizliği oluşturmaktadır.

Bir ülkede genç işsizlik oranlarında artış gerçekleşiyorsa o ülke açısından bu durum iktisadi büyümenin geleceğini tehdit etmektedir. Ayrıca genç işsizliğin sosyal zararları çok daha fazla olabilen önemli sorunları da beraberinde getirdiği de bir gerçektir (Çondur ve Şimşir, 2017,44-59).

Girişimcilik uğraşları sonucunda ortaya çıkan yeni firmalar istihdam sorununa çözüm üretmek için önemli bir mücadele aracı olmaktadır. Bu bağlamda girişimciliği artırmak için düzenlenen girişimcilik eğitimleri ve yine girişimciliğin sonucu olan yeni firma doğum oranlarının genç işsizlik ile ilişkisinin irdelenmesi de bu açıdan önem arz etmektedir.

Yıldan yıla artış trendi sergileyen genç işsizlik oranlarının oluşturduğu sorunları ve bu sorunların nedenlerini araştıran birçok rapor ve araştırma bulunmaktadır. Ayrıntılı bir literatür taraması yapıldığında tüm bu çalışmaların meseleye çare bulmak adına farklı perspektiflerden katkı sağladığı görülmektedir. Bu çalışmada da genç işsizlik sorunu çeşitli boyutlarıyla ele alınarak,genç işsizlik kavramının uygulamalı girişimcilik eğitimleri ve yeni firma doğum oranları ile ilişkisinin analiz edilmesi yoluyla bu alanda katkı sağlanması amaçlanmıştır.

2. İŞSİZLİĞİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1.İşsizlik Kavramı

İşsizlik ülkeler tarafından uygulanan ekonomik ve sosyal tedbir politikalarına rağmen etkisini sürdürerek artıran ve ekonomik sisteme negatif etkiyle tesir eden önemli bir problemdir. İşsizlik sorununun fazla olduğu ülkelerde kişisel ve toplumsal açıdan ciddi huzursuzluklar ve sorunlar yaşanmakla birlikte bu sorunlar ülke yönetimleri açısından da ciddi anlamda tehdit unsurudur (Şentürk,2018,2).
Değerlendirmeye alınan dönem içerisinde çalışmak üzere işe alınmamış yani herhangi bir ücret türünde (ücretli, ücretsiz,yevmiyeli vb.) hiç bir işte çalışmamış yahut iş bağlantısı kurmamış kişilerden iş bulmak maksadıyla iş bulma yollarından birini son dört hafta içinde denemiş ve 14 gün içinde işe başlayabilecek olan 15 ve daha yukarı yaştaki bireyler işsiz nüfusa dahildirler. Ayrıca, 90 gün içinde çalışmaya başlayabileceği bir iş bulmuş veya girişimcilik yaparak işini kurmuş ancak çeşitli eksikliklerini tamamlayıp ondan sonra işe başlamak amacıyla bekleyenler de işsiz nüfus kapsamına dahildirler. 15-24 yaş grubundaki işsizlik genç işsizlik olarak adlandırılmaktadır (TÜİK 2016).

2.2. Genç İşsizlik Kavramı

Genç işsizlik kavramı da genel işsizlik tanımı üzerinden açıklanabilmektedir. Bu tanım üzerinden yola çıkıldığında 15-24 yaş grubundaki işsizlik genç işsizlik olarak adlandırılmaktadır (TÜİK 2016). Genç işsizlik oranlarının hesaplaması da belirli bir yönteme göre yapılmaktadır, ilgili yaş grubunda yer alan iş sahibi olmayan fertlerin sayısı yine aynı yaş grubu aralığındaki çalışabilir iş gücüne bölündüğünde elde edilen oran genç işsizlik oranıdır ve önemli bir göstergedir.

3. GENÇ İŞSİZLİĞİN NEDENLERİ

Genç İşsizlik sorununu ortaya çıkaran birden fazla etken bulunmaktadır. Bu etmenlerin başında Ülkelerin iktisadi, sosyal ve demografik yapıları gelmektedir. Ayrıca bu etkenler kadar ülkelerin uygulamış oldukları eğitim, istihdam ve sosyal politikalar da genç işsizliğini etkilemektedir. Ülkelerin iç yapılarından kaynaklanan sorunlara ek olarak küreselleşmenin de etkisiyle etkisinden kurtulamadıkları konjonkturel gelişmeler,uluslararası finansal krizler gibi iktisadi olaylar, artan göçler gibi sosyolojik faktörler ülkelerin genç işsizlik problemlerini daha da artırmaktadır. Genç işsizliğe yol açan yapısal ve konjonkturel faktörlere bağlı bu nedenler şöyle sıralanabilir (Çondur ve Cömertler Şimşir, 2016: 790-791,akt.: Çondur ve Cömertler Şimşir, 2017:45)

- İşgücü piyasasındaki Talep ve Eğitim uyuşmazlığı:Uygulanan istihdam politikalarının eğitim faaliyetleri ile koordineli planlanmaması sonucunda uyuşmazlıklar soruna neden olmaktadır. Sektörün ihtiyaç duyduğu ve talep ettiği niteliklerde kalifiye eleman yetişmemesi ya da talebin çok üstünde eğitimli personel yetişmesi durumu genç işsizliği artırıcı etki yapmaktadır.

- İşgücü piyasasında nitelik ve ücret uyuşmazlığı: İş gücü piyasasına giriş yapan iyi ve yüksek eğitimli bireylerin piyasada genel olarak uygulanan ücret tariflerinin üstünde bir ücret talep etmesi ya da mevcut ücretinden memnuniyet duymaması halinde iş bırakmalar artmaktadır. Bu durumda genç işsizliği artırmaktadır.

-İşgücü piyasa performansı: İşgücü piyasasının etkin bir çalışma yürütmediği durumlarda iş arayan kişiler işverenler ile kolay bir şekilde bir araya gelememekte bu da işsizliği artırmaktadır.

- İşgücü piyasası yasal düzenlemeleri:İşgücü piyasasına yönelik uygulanan düzenlemeler, yasal zorunluluklar genç işsizliği artırmaktadır. Bu uygulamalara örnek olarak asgari ücretin düşük tutulması, yüksek emeklilik yaşı vb. uygulamalar verilebilir.

- Genç nüfus ile onlara sağlanan istihdam olanaklarının uyumsuz artış göstermesi:Genç nüfusta artış meydana gelirken iş gücü piyasasında onlara sağlanacak olan istihdam olanaklarının aynı oranda artmaması genç işsizliğe neden olmaktadır.

- Ekonomik krizler:İktisadi alanda yaşanan krizler beraberinde getirdiği belirsizlikler nedeniyle genelde işsizliği artırıcı etki yaparlar. Ekonomik kriz dönemlerinin yaşattığı olumsuz süreçler imalat, inşaat, bankacılık gibi sektörlere çok fazla olumsuz etki yaparak bu sektörlerde istihdam edilen gençlerin işsiz kalmalarına neden olmaktadır.

- Büyümenin istihdama dönüşememesi:Teknolojik gelişime, katma değer üretmeye ve verimlilik artışı sağlamaya bağlı olarak gerçekleşen ekonomik büyüme beraberinde fırsatlar getirmektedir. Fakat bir ülkede iktisadi büyüme bu etkenlere bağlı gelişmiyorsa beraberinde istihdam sorunlarını doğurmaktadır.

- Kayıt dışı ekonomi: İş gücü istihdamına yönelik olarak uygulanan vergiler ve sigorta ücretlerinin yüksek olması işverenleri kayıt dışılığa itmektedir. Bu durumda kayıt dışı genç istihdamına sebep olmaktadır.

- Dezavantajlı olmak: Bir ülkede fakirlik, engellilik, eğitim imkanlarının yetersizliği,göç ve etnik kimliklerden dolayı insanlara yönelik dışlanma gençleri dezavantajlı duruma düşürerek iş gücü piyasasından uzaklaştırmaktadır.

4. GENÇ İŞSİZLİK SORUNUNU İNCELEYEN ÇALIŞMALARA YÖNELİK LİTERATÜR TARAMASI

Genç işsizlik problemi gelişmişlik düzeyleri ne olursa olsun tüm ülkeler açısından önemli bir sorun olduğundan dolayı bu problemi farklı yönleriyle ele alan bir çok çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar soruna dikkat çekerken aynı zamanda bu sorunun çözümüne yönelik olarak alternatif önerileri de sunmaktadır. Yapılan literatür çalışması sonucunda konuyla ilgili aşağıda yer alan konulara değinilmiştir;

- Genç yaş grubunda yer alan kişilerin çalışma hayatına dahil olma veya eğitimlerine devam etme kararları ile genç işsizlik arasında yakın bir ilişki vardır. Bu tanım üzerinden yola çıkılarak yapılan örneklerde iş gücüne katılımın yüksek olduğu durumlarda gençlerin okulu bitirip bitirmez iş hayatına başlamaya yönelik beklentilerinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Kavak,1997:24).
- İşsizlik gibi olumsuz bir süreç beraberinde psikolojik ve sosyolojik bir çok etkiyi beraberinde getirmektedir,sürecin uzamasına bağlı olarak insanların bu süreci içselleştirdiği ,kabullendiği ve buna bağlı olarak da bu soruna karşı mücadele zorlaşmaktadır **(**Savcı,2007:95).
- (Çondur ve Şimşir, 2017, 2(6), s.44-59) tarafından yapılan «**Türkiye'de Eğitim Harcamaları, Ekonomik Büyüme ve Genç İşsizlik İlişkilerinin Analizi»** isimli çalışmada 2000-2016 yılları arasında, Türkiye'de eğitim harcamaları ve ekonomik büyüme ile genç işsizlik arasındaki ilişkilerin incelenmesi yapılmış ve eğitim harcamalarının GSYH' ya oranındaki bir artışın genç işsizliği artırdığı, GSHY'daki büyümenin işsizliği azalttığı ortaya koyulmuştur.
- (Çelikay, 2017, s. 206-219) tarafından yapılan « **İşsizlik, Kamu Harcamaları ve İç Göçler Arasındaki Nedensellik İlişkileri: Türkiye Üzerine Bir İnceleme»** isimli çalışmada 2008-2015 yılları arasındaki veri seti üzerinden yapılan analizlerde işsizlikten kamu harcamalarına doğru hem kısa hem de uzun dönemde bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Ayrıca uzun dönemde kamu harcamaları da işsizliği etkilemektedir.
- (Özer ve Topal, 2017, s.50-63) tarafından yapılan **«Genç İşsizliği, Suç, Göç, İntihar ve Boşanma Düzeyleri İle İlişkili Midir? Türkiye'den Ampirik Bir Kanıt**» başlıklı çalışmada yapılan korelasyon ve regresyon analizi sonuçlarına göre, genç işsizliği ile suç, göç, intihar ve boşanma olguları arasında güçlü ve anlamlı bir istatistiksel ilişki olduğu, incelenen dönemlerde genç işsizliğinin bu sorunları daha da derinleştirdiği belirlenmiştir. Bu çalışmada genç işsizliğin sosyal etkilerini ortaya koymaktadır.

5.İSTİHDAMIN ARTIRILMASINDA GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Küreselleşmenin etkisiyle birlikte Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş başlamış ve buna bağlı olarak da girişimcilik kavramı önemini artırmıştır. Girişimcilik, insanların düşüncelerini ve hayallerini oluşturan tüm noktalarda tüm riskleri üstlenerek,iş kurmaya yönelik planlamalar yapılan bir süreçtir (Güner ve Korkmaz, 2011)

Piyasada rekabet avantajı sağlamanın en önemli yolu,istihdam oluşturan büyüme sağlama,pazarda sürdürülebilirliği sağlama ve buna bağlı olarak gelişimi artırmaktır. Bunun gelişimi hem verimliliği artırmakta hem de sürdürülebilirliği uygulanabilir kılmaktadır.Verimlilik artışı ise ekonomik büyümeye bağlı olarak istihdamda artış sağlamaktadır.

Küresel krizler sonrasında istihdam sorununa daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda da istihdamda öncü politikalar üretilmeye başlanmıştır.Bu bağlamda, girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesini bir sosyal misyon olarak gören "kapsayıcı girişimcilik" politikaları, işsizlik sorununun mücadelesine yönelik önemli bir adım ve AB temelli bir politika olarak dünyaya yayılmaktadır.AB'nde işsizlik oranının son 4 yılda yüzde 10,5'dan, Ekim 2017 itibariyle yüzde 7,4 oranına gerilemesinde, söz konusu iş modeli uygulamanın da payı olmuştur (www.aydinlik.com.tr).

Aynı şekilde, IMF'nin tahminlerine göre işsizlik oranı 2020 yılına kadar yüzde 11'in altına inmeyeceği öngörülen Türkiye yönünden de, bu "kapsayıcı girişimcilik" politikalarına yönelik uygulamanın özenle ele alınmasında yarar bulunmaktadır. Bir başka deyişle, bu tür girişimciliği destekleyen politikaların geliştirilmesi (bireylerin kendi kendini istihdam etmeleri) ve daha yoğun olarak uygulanması, Türkiye gibi işsizlik oranının uzun süreli olarak yüksek seviyede tutunduğu ülkelerde, işsizliğin azaltılmasında önemli düzeyde destek sunabilecektir (www.aydinlik.com.tr).

.VERİ SETİ VE YÖNTEM

Analiz için kullanılan veriler Ocak 2011- Aralık 2017 dönemi aylık veri setinden oluşmaktadır.Aylık genç işsizlik oranları TÜİK'in (Türkiye İstatistik Kurumu) sitesinden elde edilmiş olup; İŞKUR aylık Girişimcilik Eğitim Programı (GEP) sayısı İŞKUR'un faaliyet raporundan edinilmiştir. Aylık olarak yeni kurulan işletme sayıları; aylık kurulan şirket sayısı, kooperatif sayısı ve gerçek kişiler tarafından kurulan işletme sayıları toplanarak elde edilmiştir. İşletme sayılarına ilişkin bilgilere TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) resmi internet sitesinden ulaşılmıştır.

Çalışmada zaman serisi analizleri yapılması maksadıyla ilk olarak birim kökö ve durağanlık analizleri yapılmıştır. Daha sonra değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik olarak VAR (Vektör Auto Regressive) analizi yapılmış ve sonrasında ilişkinin anlaşılabilmesi için etki-tepki fonksiyon testleri ile varyans ayrıştırma yapılmıştır. Sonrasında serilerin kısa vadede genç işsizlik oranına etkisini tespit etmek için Granger Nedensellik analizi uygulanmıştır. Testlerin yapılabilmesi için E-Views 10.0 programı kullanılmıştır.

6.1. Bulgular

Tablo 1. Birim Kök ve Durağanlık Testleri

Değişken	Model	Seviye		1. Fark	
		ADF	KPSS	ADF	KPSS
Genç işsizlik	Sabit	-3,159086**	0.478688*	-6.505827***	0.079902***
	Sabit ve Trend	-4.052163**	0.106608***	-6.457911***	0.047030***
Yeni doğan işletme	Sabit	-6.515391***	0.035369***	-13.38582***	0.109485***
	Sabit ve Trend	-6.471589***	0.032512***	-13.30452***	0.092095***
GEP	Sabit	-2.734492*	0.935540	-10.95020***	0.088979***
	Sabit ve Trend	-4.204492***	0.198003**	-10.89803***	0.062092***

Not: ADF testinde maksimum gecikme uzunluğu 12 olarak belirlenmiş olup oto korelasyon kontrolü için Schwarz bilgi kriterinden yararlanılmıştır. KPSS testinde oto korelasyon kontrolü için BarletKernel yöntemiyle Newey-West-Bandwith kullanılmıştır. ADF testinde sabit modeli için kritik değerler %1, %5 ve %10 düzeylerinde sırasıyla; -3.513344, -2.897678 ve -2.586103'dür; sabit ve trend modeli için kritik değerler %1, %5 ve %10 düzeylerinde sırasıyla; -4.075340, -3.466248 ve -3.159780'dir.KPSS testinde sabit modeli için kritik değerler %1, %5 ve %10 düzeylerinde sırasıyla; 0.347, 0.463 ve 0.739'dur; sabit ve trend model için %1, %5 ve %10 düzeylerinde kritik değerler sırasıyla; 0.119, 0.146 ve 0.216'dır. '***', '**' ve '*' işaretleri sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeylerinde anlamlılığı göstermektedir.

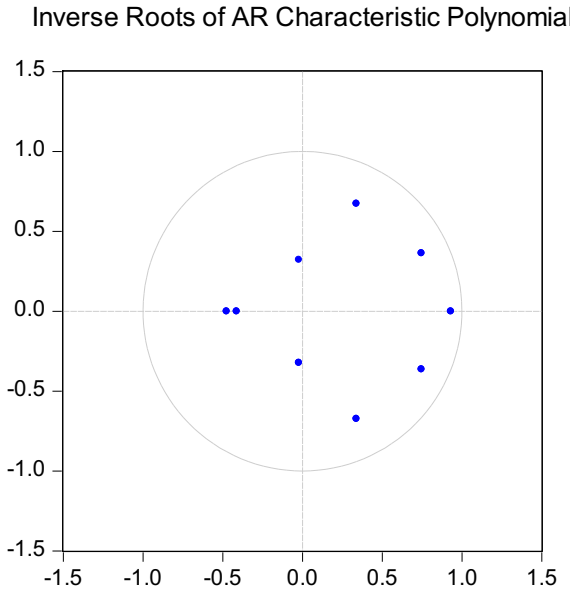
Birim kök analizlerine ilişkin tablo incelendiğinde her üç değişkenin de seviyede durağan olduğu gözlenmiştir.

Seviyede durağan olan serilerle (I_0) uygun VAR modeli kurabilmek için öncelikle uygun gecikme uzunluğu belirlenmelidir. Uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi için bilgi kriterleri metotuyla test edilecektir.

Tablo 2. Bilgi Kriterleri Yoluyla Uygun Gecikme Uzunluğunun Tespiti

Lag	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	NA	15202067	25.05057	25.14121	25.08685
1	218.2184	1003575.	22.33244	22.69501	22.47758
2	53.49631	595741.4	21.80974	22.44424*	22.06374
3	25.05047*	520604.5*	21.67212*	22.57855	22.03498*
4	11.63428	551108.2	21.72390	22.90226	22.19562
5	8.884600	606494.5	21.81137	23.26165	22.39194
6	12.40780	626678.3	21.83184	23.55405	22.52127

Tablo 2 incelendiğinde 5 bilgi kriterinden 4'üne göre 3 gecikme en uygun gecikme olarak gözlenmiştir. Buna ek olarak diğer gecikme uzunlukları da denenmiş olup otokorelasyon problemi içerdikleri gözlenmiştir. Kurulan VAR modelinin uygun olup olmadığını test etmek maksadıyla istikrar koşulu ve Lagrange Çarpanı test edilecektir.



Şekil 1. VAR Modelinin İstikrar Grafiği

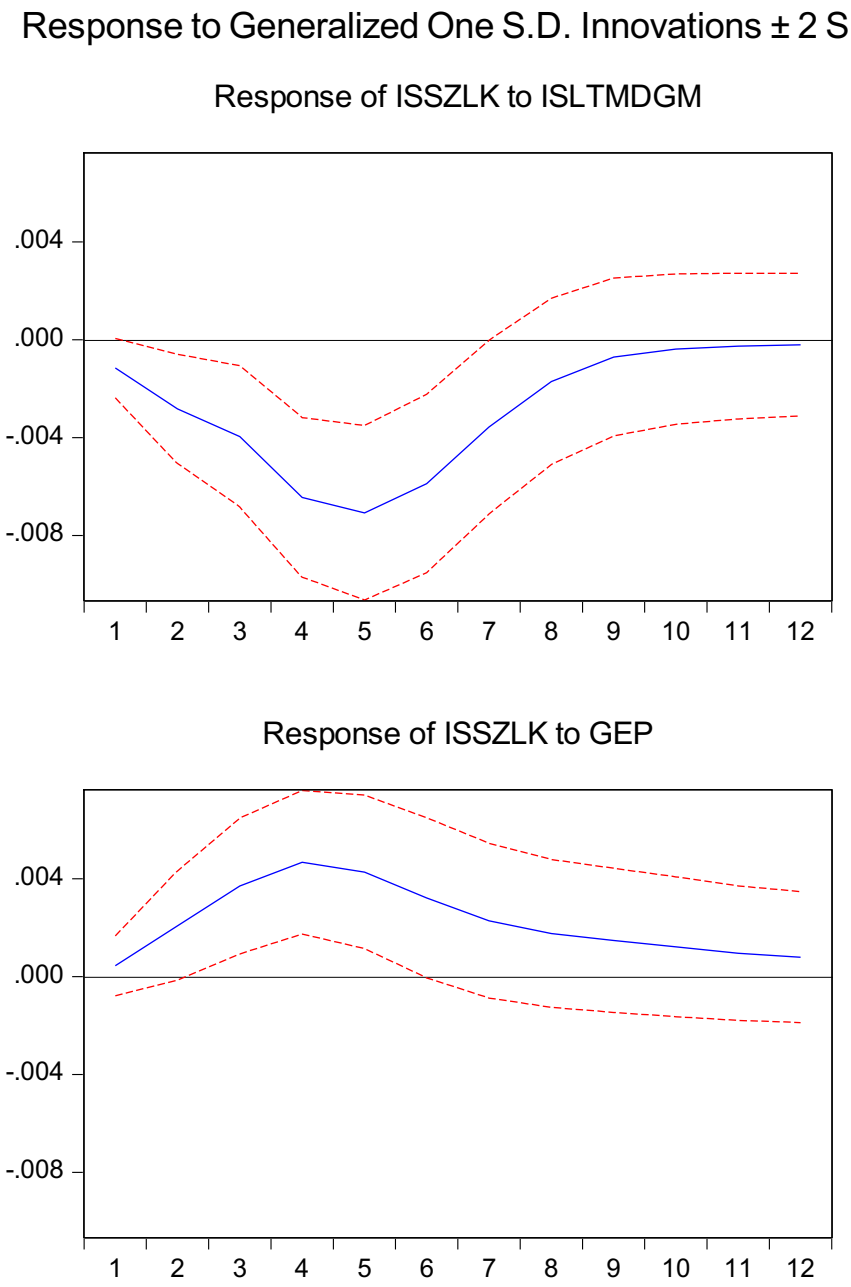
İstikrar koşulunun sağlanması için ters köklerin birim çember içerisinde bulunması gereklidir. Şekil 3 incelendiğinde 6 ters kökün de çember içinde olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Lavrange Çarpanı (Otokorelasyon LM) Testi

Gecikme	LM İstatistiği	Olasılık
1	10.28129	0.3284
2	14.59372	0.1028
3	8.300036	0.5044
4	8.206084	0.5137
5	7.334297	0.6025
6	10.70979	0.2963
7	4.207539	0.8973
8	11.33262	0.2538
9	10.44041	0.3162
10	3.163625	0.9575
11	13.15158	0.1560
12	15.65095	0.0746

Lavrange çarpanı testi sonuçlarına göre 12 gecikme uzunluğu için de otokorelasyon probleminin olmadığı görülmektedir (*tüm gecikmeler için p>0,05*).

Kurulan VAR modelinden sonra varyans ayrıştırma ve etki-tepki fonksiyon analiziyle yeni doğan işletme sayısının ve açılan girişimcilik eğitim program sayısının genç işsizlikle ilişkisi incelenecektir.



Şekil 2. Değişkenlere Verilen Bir Şokun Genç İşsizlik Üzerindeki Etkisi

Etki tepki analizi sonuçlarına göre; 'yeni doğan işletme sayısı' değişkenine verilen bir standart sapmalık şok genç işsizlik oranına negatif yönde etki yapmaktadır ve etki 12 dönem sonra kaybolmaktadır. 'GEP' değişkenine gelen bir standart sapmalık şok işsizlik oranına pozitif yönde etki etmektedir. Sonucun bu şekilde çıkması girişimcilik eğitimlerinin yılın belirli dönemlerinde yoğunluk kazanmasına bağlanabilir. Çünkü girişimcilik eğitim programlarıyla birlikte işsiz gençlerin yeni iş kurarak ya da iş fikrini bir yatırımcıyla değerlendirerek iş sahibi olmaları beklenir.

Tablo 4. Genç İşsizliğin Varyans Ayrıştırması

Dönem	S.E.	ISSZLK	ISLTMDGM	GEP
1	0.005526	100.0000	0.000000	0.000000
2	0.010078	97.55800	1.240389	1.201612
3	0.012970	91.41009	4.356041	4.233869
4	0.015196	77.77848	16.29363	5.927894
5	0.016935	65.52276	28.42552	6.051716
6	0.017971	58.88750	35.26346	5.849040
7	0.018356	56.57335	37.45528	5.971368
8	0.018480	55.81510	37.83348	6.351417
9	0.018551	55.44796	37.74160	6.810447
10	0.018604	55.23211	37.60444	7.163449
11	0.018633	55.09210	37.51962	7.388284
12	0.018650	54.99387	37.45978	7.546350

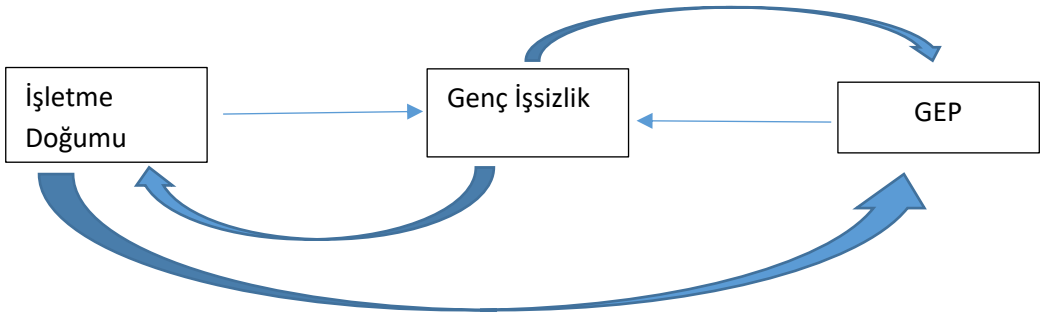
Genç işsizliğin 12 dönemlik varyans ayrıştırması incelendiğinde genç işsizliğin hata varyansının yaklaşık yarısı (%55) kendisi tarafından açıklanırken; %37,46'lık kısmı yeni doğan işletme sayısıyla ve kalan kısmı (%7,55) GEP tarafından açıklandığı gözlenmektedir.

Seriler arasındaki kısa vadeli ilişkilerin incelenmesinde Granger Nedensellik Analizi uygulanacaktır.

Tablo 5. Granger Nedensellik Özeti

Bağımsız değişiken: ISSZLK			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
ISLTMDGM	16.24146	3	0.0010
EGTM	6.968184	3	0.0729
Bağımsız değişiken: ISLTMDGM			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
ISSZLK	6.307146	3	0.0976
EGTM	1.268737	3	0.7366
Bağımsız değişiken: EGTM			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
ISSZLK	18.18825	3	0.0004
ISLTMDGM	9.941754	3	0.0191

Tablo incelendiğinde işletme doğum sayısı ve girişimcilik eğitim program sayısından işsizlik oranına doğru nedensel ilişki olduğu; işsizlik oranından işletme doğum sayısına doğru; işsizlik oranı ve işletme doğum sayısından girişimcilik eğitim programına doğru nedensel ilişki tespit edilmiştir.



Şekil 3. Nedensellik Analizi Özetlenmiş Sonuç

SONUÇ VE ÖNERİLER

Genç İşsizlik oranı bir çok faktörün etkisiyle açıklanabilen ve ülkenin genel ekonomik performansının da çok etkili olduğu önemli bir göstergedir. Bu yönüyle bu çalışmada genç işsizlik oranına tümüyle bir açıklama getirilmemiş bu oranın açılan yeni firma sayıları ve girişimcilik eğitimleriyle olan ilişkisi incelenmiştir**.** Sonuç olarak genç işsizlik oranının yeni açılan işletme sayısı ve girişimcilik eğitim programı sayısı ile ilişkili olduğu gözlemlenmiştir.

Yapılan zaman serisi analizleriyle birlikte girişimcilik çalışmalarının artırılması için önemli bir etken olan uygulamalı girişimcilik eğitimleri,yeni firma doğum oranları ve genç işsizlik oranları incelenmiştir. Etki tepki analizi sonuçlarına göre; 'yeni doğan işletme sayısı' değişkenine verilen bir standart sapmalık şok genç işsizlik oranına negatif yönde etki yapmaktadır ve bu etki 12 dönem sonra kaybolmaktadır.'GEP' değişkenine gelen bir standart sapmalık şok işsizlik oranına pozitif yönde etki etmektedir. Sonucun bu şekilde çıkması girişimcilik eğitimlerinin yılın belirli dönemlerinde yoğunluk kazanmasına bağlanabilir. Çünkü girişimcilik eğitim programlarıyla birlikte işsiz gençlerin yeni iş kurarak ya da iş fikrini bir yatırımcıyla değerlendirerek iş sahibi olmaları beklenir

Devlet tarafından yönetilen istihdam politikaları, girişimcilik destek mekanizmaları, eğitim kurum ve kuruluşları ve birçok piyasa aktörü genç işsizlik sorununun çözümünde önemli bir aktör olmaktadır. Bu nedenle tüm bu mekanizmalar ile sanayinin işbirliği sağlanmalıdır.

Sektörün ihtiyacı olan ara eleman yetiştirilmesine önem verilmelidir. Eğitim kademelerinde yönlendirilmeler yapılırken işgücü talebinin hangi sektörlerde olduğu dikkate alınmalıdır**.**

Gençlere kariyer planlaması, iş arama yardımları, eşleştirme ve danışmanlık hizmetleri sağlanmalıdır. İşgücü eğitimleri verilmelidir.

Girişimcilik desteklenerek kayıt dışılık ile mücadele edilmelidir. İşgücü uyum programları, istihdam fuarları, İŞKUR ve KOSGEB tarafından verilen girişimcilik eğitimleri artırılmalıdır.

Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farkındalığın artırılması ve uygulanması sağlanmalıdır. Gençlerin girişimcilik destek hizmetlerine eşit ve sürekli erişimi sağlanmalıdır. İlgili kuruluşlarla işbirliği içinde gençlere yönelik teşvikler artırılmalıdır

KAYNAKLAR

ÇELİKAY,F.(2017),S.205-219,"İşsizlik, Kamu Harcamaları ve İç Göçler Arasındaki Nedensellik İlişkileri: Türkiye Üzerine Bir İnceleme", Maliye Araştırmaları Dergisi, 2017

ÇONDUR, F. Ve CÖMERTLER ŞİMŞİR, N. (2017), 2(6), s.44-59, "Türkiye'de Eğitim Harcamaları, Ekonomik Büyüme ve Genç İşsizlik İlişkilerinin Analizi" Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi 2017, 2(6)

DİCKEY, D. A. ve FULLER, W. A. (1981), Likelihood Ratio Statistics for autoregressive Time Series with a UnitRoot. Econometria. 4, 1057-1072.

GÜNER, H. ve KORKMAZ, A. (2011),2(1),s.42-65, "İstihdamın Arttırılmasında Girişimciliğin Önemi:Girişimcilik Destekleme Modeli Olarak İŞGEM'LER" Çalışma İlişkileri Dergisi, 2011

KAVAK, Y. (1997). Eğitim, İstihdam ve İşsizlik İlişkileri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*(13), 21-26.

KWIATKOWSKI, D., PHILLIPS, C. B., SCHMIDT, P., SHIN, Y. (1992), Testing The Null Hypothesis of Stationary Against The Alternative of A Unit Root. Journal of Econometrics. 54, 159-178.

ÖZER,U.,TOPAL,M.H, (2017), "Genç İşsizliği, Suç, Göç, İntihar ve Boşanma Düzeyleri İle İlişkili Midir? Türkiye'den Ampirik Bir Kanıt",Kırklareli Universitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakultesi Dergisi,2017

SAVCI, İ. (2007). Genç İşsizliği: Eğitim ve İstihdam da Sorunlara Çözüm Arayışları. *TİSK Akademi, 2*(1), 87-108 .

ŞENTÜRK,D.,(2018), "Türkiye'de 2000-2015 Dönemi Genç İşsizlik Sorunu: İşkur'un İstihdam Sorununun Çözümüne İlişkin Rolü Ve Etkisi",Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

TÜİK (2016), Gençlerin İşgücü Piyasasına Geçişi
TÜİK, www.tuik.gov.tr

https://www.aydinlik.com.tr/issizlige-bir-cozum-onerisi-kapsayici-girisimcilik-ersin-dedekoca-kose-yazilari-ocak-2018,Erişim Tarihi: 20.04.2019

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Motivasyon Faktörlerinin Satış Personelinin Performansı Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması*

Umut EROĞLU[1], İbrahim KIRAY [2]

İşletmeler arası rekabetin her geçen gün artmasıyla birlikte ürün ve hizmetlerin satış ve pazarlama süreci giderek zor bir hal almıştır. Bu nedenle satış, işletmeler açısından önemi giderek artan bir pazarlama faaliyeti haline gelmiştir. Bu zorlu görevi işletme adına üstlenen satış personellerinin performansı ise işletmeler için çok kıymetlidir. Çok sayıda araştırma, satış personelinin performansıyla motivasyon arasında ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Satış literatüründe motivasyonun amacı, satış personellerini satışa yönelik amaç ve hedeflere ulaşmada daha çok çaba harcamaya yöneltmektir. Bunu sağlayabilmek için pek çok işletme, çeşitli motivasyon araçları/faktörleri kullanmaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı motivasyon faktörlerinin, satış personelinin performansı üzerindeki etkisini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan anket formu Çanakkale ve Bursa illerinde satış personeli olarak görev yapan 315 çalışana uygulanmış ve veriler analiz edilmiştir.

Çalışma sonucunda, motivasyon faktörlerine ilişkin; memnuniyet, imaj, ilişkiler, ürün ve hizmet bilgisi, reklam olmak üzere beş boyuttan; İmaj ve ilişkiler boyutlarının satış personelinin görev performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Satış personelinin bağlamsal performansı üzerinde ise memnuniyet, imaj, ürün ve hizmet bilgisinin anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Satış personeli, motivasyon, motivasyon faktörleri, performans*

A FIELD STUDY OF THE EFFECT OF MOTIVATION FACTORS ON PERFORMANCE OF SALESPERSON

Together with the increasing competition between businesses each day, sales and marketing process of products and services have become increasingly difficult. For this reason, sale has become a marketing activity with an ever-growing importance to businesses. The performance of salespeople who undertake this challenge on behalf of the business are highly valuable for firms. Many researches have presented that there is a relationship between the performance of salesperson and motivation. The purpose of motivation in sales literature is to direct salespeople to exert more effort in reaching the sales-oriented goals and aims. In order to ensure this, many businesses use various motivation tools/factors.

In this regard, the aim of this study is to analyze the effect of motivation factors on performance of salesperson. The questionnaire prepared in line with this aim was applied to 315 employees working as salesperson in Çanakkale and Bursa provinces and data were analyzed.

The study found out that the dimensions of image and relations among five dimensions namely satisfaction, image, relations, knowledge of product and service and advertisement

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İİBF, İşletme Bölümü, , erogluumut@hotmail.com
2 Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, ibrahimkiray17@gmail.com

*Bu bildiri, İbrahim KIRAY tarafından yazılan "Motivasyon Faktörlerinin Satış Personelinin Motivasyonu ve Performansı Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

related to motivation factors have a significant effect on the task performance of salesperson. Furthermore, satisfaction, image, knowledge of product and service have a significant effect on the contextual performance of sales personnel.

Keywords: *Salesperson, motivation, motivation factors, performance.*

JEL Classification Codes: *M12, M31*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

The role of bankruptcy risk prediction in assuring the financial performance of Romanian industrial companies

Full Text / Tam Metin

Olimpia Livia Preda Buzgurescu[1] , Negru Elena[2]

Introduction*: The Romanian industry was one of the most important traditional branches and in the context of the integration of the country into the European Union, the Romanian industry has made progress in the development of several types of industrial branches, attracting in this sector investors with foreign capital that have determined economic growth by branch having a major impact on the achievement of gross domestic product. The progress and sustainable development of a country is interdependent on both macroeconomic and microeconomic development, and the development of a branch of the economy leads to the creation of a stable environment for attracting new investors and implicitly to the upward evolution of the economy by branch.* ***Aim****: This article identifies models of bankruptcy risk analysis that have as variables relevant performance indicators to examining the bankruptcy risk of Romanian industrial companies so that it is verified how predictable and significant it is to avoid their potential bankruptcy.* ***Method:*** *By using performance indicators such as liquidity, profitability and insolvency, the analysis aims to be a benchmark for the Romanian industrial companies' research in terms of bankruptcy risk, but also the accuracy of the models chosen to diagnose a potential bankruptcy.* ***Findings:*** *It appears the question: Could financial performance be ensured by controlling the bankruptcy risk?*

Key Words: *risk, performance, bankruptcy, industry, rate,*

INTRODUCTION

This article examines the role of bankruptcy prediction on the basis of discriminatory analysis in ensuring the financial performance of Romanian companies in the industrial branch. Thus, bankruptcy risk analysis models are identified that have as variables performance indicators relevant to the assessment of the economic and financial situation of the selected firms in the analyzed sample in order to take the best decisions in the managerial risk situations.

Bankruptcy risk analysis is of interest to a wide range of stakeholders, such as creditors, suppliers, employees, shareholders, and stock investors who are directly interested in taking decisions based on the likelihood of firms going bankrupt. In this regard, methods of assessing the risk of permanent bankruptcy have been developed.

The anticipation of the bankruptcy risk allows the premature identification of the causes and disturbing factors affecting the firm's activity, errors in the management of the enterprise and the adoption of appropriate measures for their elimination or reduction.

The prediction of bankruptcy and the understanding of the causes of economic failure are based on financial considerations. Bankruptcy involves direct costs of legal fees, fees of accountants and lawyers, bailiffs, but they are reduced compared to the losses incurred by investors (shareholders and creditors) due to the decrease in the company's value and its impossibility to repay debts and pay interest on them. At the same time, bankruptcy also entails indirect costs, such as losses for managers, employees,

[1] PhD Student, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, Romania, livia.preda@gmail.com
2 PhD Student, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, Romania, elena.bonescu@gmail.com

financial institutions, country, which in turn can reach considerable dimensions. All these costs justify efforts to identify the causes of bankruptcy and its prediction.

Also we can answer questions such as: What is the most relevant prediction model of bankruptcy risk? Can financial performance be ensured through the prediction of bankruptcy risk?

The hypothesis from which we started to realize the article refers to the existing relation between the financial performance indicators and the bankruptcy risk prediction for the companies in the industrial branch listed on the Bucharest Stock Exchange, thus emerging the hypothesis according to which there is a direct and a significant correlation between indicators of economic and financial performance (economic profitability rate, financial profitability rate, operating profit, net profit, turnover index) and bankruptcy risk prediction.

This hypothesis will be verified and analyzed on the basis of a study at the level of 11 companies in the Romanian industrial branch listed on the Bucharest Stock Exchange.

LITERATURE REVIEW

Bankruptcy is one of the biggest threats to companies and arises as a result of the company's inability to honor its payments on time. This concept is found in various areas such as literature, law, technology, economics.

The study of the problem of bankruptcy risk allowed the design of prediction models, useful both for economic theory and for practical activity.

Among the evaluation methods recommended by the literature for bankruptcy risk assessment, it has been found that statistical methods are the most used in practice and provide the most relevant results.

Statistical methods provide an improvement in empirical methods for determining bankruptcy risk. Statistical methods are also divided into one-dimensional methods and multidimensional methods.

The multidimensional approach implies, in fact, the classification of a set of n subjects, respectively of enterprises, belonging to a particular sample and which are characterized by m variables (for example rates). In terms of risk analysis, discriminatory analysis is essential and was created by E.I. Altman.

In the literature, discriminatory analysis is most often used, on the basis of which numerous tools and models for analyzing and predicting bankruptcy of enterprises have been developed. The most common such models are the Z scores, which involve a linear combination of a set of financial ratios considered to be representative of the disparity of failed firms by non-food firms.

The author M. Niculescu (2005): defined an enterprise in difficulty according to the following criteria:

insolvency - available assets did not allow debts to be settled;

over-indebtedness - the high level of debt made it difficult to pay off debts;

existence of facts that compromised the continuity of the exploitation activity.

On the other hand, C. Szathmary-Miclea (2003) distinguished between the notion of bankruptcy and the bankruptcy risk, considering that the bankruptcy represented the probability that a debtor (trader, industrialist, banker) for some reason at some point would go bankrupt, instead bankruptcy referred to a state of affairs.

As an evolution over time, we are exemplifying some predictive bankruptcy risk models based on discriminatory analysis.

In 1966, following a study of a sample of 79 bankruptcies and 79 non-food firms, Beaver published in Empirical Research in Accounting: Selected Studies, Supplement to Journal of Accounting Research, No.4, "Financial Ratios as Predictors of Failure, "a forecasted bankruptcy risk model based on five financial ratios.

In 1968, Altman analyzed the activity in the period 1946 -1965, of 33 industrial companies with financial problems and 33 firms smoothly in terms of 22 indicators and created a model based on five rates considered which he published with comments in 1968 in 'Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy'. Since this model was applicable only to listed companies, the author replaced the indicator that was related to market value and recalculated the weight of all indicators. To extend the application of the model to other business areas (not only in the industry), he reconsidered the score function and retained 4 rates.

J. Argenti (1976) analyzed the bankruptcy risk and found out that the financial indicators did not have the same value, they varied from one case to another.

Conan and Holder published in 1979 a model based on research findings on a sample of 95 industrial companies (1970-1975). The authors also collaborated on the development of specific models for other fields of activity.

Keasey and Watson showed in 1987, through the study of 73 failed firms and 73 non-bankruptcy firms, that the inclusion of non-financial variables increased the prediction power of the model.

In Romania there was also interest in the development of a tool for prediction models of bankruptcy risk for banks and companies.

Gheorghe Băileşteanu (2005), based on the Altman, Argenti, Conan and Holder models, proposed in 1998 for Romanian companies a model consisting of four variables: current liquidity, debt service coverage, customer loan rotation rate and profit rate.

I. Anghel (2002) proposed a score for the Romanian economy, starting from a sample of 276 companies belonging to 12 branches of the economy, which were divided into 60% healthy companies and 40% bankruptcy. Thus, by applying the discriminatory analysis, four financial ratios and a constant were retained.

D. Cîrciumaru (2013) elaborated in 2007, taking as a sample 152 industrial companies listed on the Stock Exchange, for the construction of the model, six financial rates with discriminatory power were retained.

In 2012, D. Cîrciumaru developed another model, taking into account the financial bankruptcy connotation instead of the legal one, thus diagnosing the financial difficulties of a firm with a high probability of achieving net loss for consecutive years and with a high probability of going bankrupt in the future, triggered an alarm before the traditional score functions, built on legal bankruptcy.

For the construction of the score function, 18 financial ratios were tested. Applying the discriminatory analysis, four financial ratios have been retained as having the highest discriminating power, and the accessibility of entry data and the ease with which a company is ranked among bankrupt firms.

In 2014, an econometric prediction model was developed by Brédart, which showed a prediction accuracy of more than 80%, using three correlated financial ratios as variables.

Another study on the effect of financial rates in bankruptcy prediction was conducted by Alkhatib and Bzour (2011) for companies in Jordan using the Altman and Kida models. Industrial and non-financial services companies for the years 1990-2006 were analyzed. The model that outlined the possibility of bankruptcy in the analyzed years was the Altman model with an average prediction capacity of 93.8% compared to the average of the Kida model of 69%.

Also, in the article *Financial Failure Estimation of Companies in BIST Tourism Index by Altman Model and its Effect on Market Prices* (2017), the tourism sector companies listed on the Istanbul Stock Exchange with the Altman Z score model were analyzed in period 2009-2016 in order to show the evolution of the negative effects of the tourism sector in Turkey on the financial failures of the listed companies. The results showed that the problems occurred in the period 2015-2016 increased the risk of bankruptcy of tourism companies.

We can draw the conclusion on the prediction of bankruptcy risk and, at the same time, we can increase the prediction capacity of the developed score functions to announce the bankruptcy risk, being also a sensitive area in which the specialists have proposed to investigate, develop and improve the prediction of a mathematical model that answers questions such as:

"What is the probability of the company going bankrupt or not?"

"How predictable and easy to apply by stakeholders is the model?"

RESEARCH METHODOLOGY

Among the score functions developed in the foreign and Romanian literature, useful in predicting the bankruptcy risk and for testing the predictive capacity of the score functions, a statistical study was carried out on a sample of 11 companies from the Romanian industrial branch listed on the Stock Exchange Bucharest, for the period 2015-2017. Although the analysis included only Romanian companies, foreign score functions have been used, due to their relevance to economies other than those for which they were developed. For the case study, three score functions were chosen: Altman 1968, Conan & Holder and Cîrciumaru 2012.

Data and methodology description

The 1968 Altman model was developed on the basis of a representative sample of 66 businesses, of which 33 companies were healthy and 33 firms had financial difficulties. For the construction of the

model, 22 financial ratios were tested, of which five were retained as having significant discriminating power. The Altman's score function in 1968 had the following form:

$Z = 1.2\ X_1 + 1.4\ X_2 + 3.3\ X_3 + 0.6\ X_4 + 1.0\ X_5$ where:

X_1 = Working capital / Total assets;

X_2 = Retained earnings / Total assets;

X_3 = Earnings before interest and taxes (EBIT) / Total assets;

X_4 = Market value of equity / Book value of total debt;

X_5 = Sales / Total assets.

The ranges of values of the function are:

if $Z < 1.81$ – the firm is bankrupt;

if $1.81 < Z \leq 2.90$ – the company is in distress;

if $Z > 2.90$ – the company might be considered economically healthy.

Analyzing the companies with financial difficulties, Altman identified five phases of bankruptcy in an enterprise:

the emergence of first signs of financial difficulties (slight decrease in profitability, turnover, reduction in cash availability) but ignored by the company's management;

the clear manifestation of financial difficulties, which are not followed by the adoption of resolution measures in the hope that they will disappear on their own;

the strong deterioration of the financial situation, the disturbing factors affecting the entire activity of the firm;

the collapse or the inability of management to take adequate measures to remedy the situation;

intervention, either by recovery measures or by declaring bankruptcy.

Conan and Holder have developed several score functions, differentiated on the sectors of activity of the studied companies, namely the industrial domain, the wholesale trade sector, the transport sector. For industrial companies, the score function is as follows: $Z = 0.24X_1 + 0.22X_2 + 0.16X_3 – 0.78X_4 – 0.10X_5$

where:

X_1 = Gross operating surplus / Total debts;

X_2 = Long term capital / Total capital;

X_3 = (Cash + Receivables) / Total assets;

X_4 = Financial charges / Turnover;

X_5 = Personnel expenses / Value added.

According to this function, the companies enterprises can fall into one of the following categories:

good situation, when Z> 0.9 and the probability of failure is less than 30%;

caution, when $0.04 \leq Z < 0.09$ and the probability of bankruptcy is between 30% and 65%;

danger, when Z <0.04 and the probability of bankruptcy is more than 65%.

The **2012 Cîrciumaru model** brought novelty to the consideration of bankruptcy instead of the legal one for companies that had a net loss of at least two years out of the four analyzed before the legal insolvency proceedings are triggered, by the will of the creditors. The calculated score function has four highest financial rates and is as follows:

$Z = 0.041R_1 + 0.055R_2 + 0.924R_3 + 0.493R_4 + 0.249$

where:

R_1 = Total Debt Ratio (Total Debt / Total Capital);

R_2 = Financial Return Rate (Net Profit / Equity);

R_3 = Economic Return Rate (Operating Profit / Total Assets);

R_4 = Permanent fixed capital ratio (Permanent fixed capital / Total capital)..

According to this score, companies can fall into one of the following categories:

Z < 0.506 - firms have financial difficulties;

0.506 < Z < 0.546 - uncertainty area;

Z > 0.546 - firms are healthy;

In order to test the predictive capacity of the selected scores, Altman 1968, Connan & Holder and Cîrciumaru 2012, a statistical study will be carried out on a number of eleven chosen Romanian companies listed on the Bucharest Stock Exchange in the industrial branch for the period 2015-2017.

Case study

Based on the financial statements for the years covered by the study and the financial ratios applicable to the function functions, the bankruptcy risk prediction for the 11 companies in the Romanian industrial branch will be determined: Tmk Artrom, Alum Tulcea, Turbomecanica, OMV Petrom, Transgaz, Transelectrica, Alro SA, Rompetrol Well Services, Dafora, Altur, Bucovina SA Scheia. They are part

of several sectors of activity, such as the oil, food, oil extraction, aluminum processing, manufacture of machine parts, aeronautical and energy industries.

The study will determine the possibility of testing the hypothesis according to which score functions can predict the occurrence of bankruptcy, correlated with the gradual degradation of the financial rate and, implicitly, the calculated score for each function.

The results of the score functions calculated based on the three methods are described in the following table:

Table 1: Values of score functions for the analyzed companies

The name of company	**Altman 1968**			**Conan & Holder**			**Circiumaru 2012**		
	2015	**2016**	**2017**	**2015**	**2016**	**2017**	**2015**	**2016**	**2017**
TMK Artrom	23.64	23.07	20.68	0.10	0.09	0.09	0.67	0.60	0.57
Alum Tulcea	985.85	512.89	397.21	-0.01	-0.14	0.05	0.52	0.48	4.85
Turbomecanica	4.19	6.32	6.27	-0.03	0.06	0.13	0.70	0.76	0.80
OMV Petrom	14.30	22.07	24.48	216.91	112.78	87.28	0.65	0.71	0.75
Transgaz	2.06	2.26	2.31	1.62	0.79	0.69	0.82	0.84	0.83
Transelectrica	13.93	15.74	18.63	0.26	0.25	0.18	0.69	0.67	0.63
Alro SA	8.18	7.45	7.26	73.66	-81.13	1.10	0.57	0.72	0.68
Rompetrol Well Services	63.24	45.83	39.64	-0.65	0.04	0.25	0.49	0.65	0.71
Dafora	0.01	-0.75	9.75	-0.72	-0.68	0.45	-0.57	-0.66	1.33
Altur	34.89	36.18	37.82	0.03	0.05	-0.10	0.60	0.63	0.62
Bucovina SA Scheia	1.84	1.64	1.59	0.03	-0.01	-0.11	0.19	0.15	0.01

Source:calculated by the authors

For TMK Artrom, the Altman Score values for the entire timeframe analyzed showed that the situation of the company could be considered economically good (Z> 2.90). Also, Conan & Holder scores highlighted a good financial situation recorded by the company over the three years under review, with the lowest bankruptcy risk ((Z> 0.09), although in 2016 and 2017 the likelihood of bankruptcy risk was over 30%. According to the Cîrciumaru model, the economic entity had in all years taken into account a financial situation without difficulty.

For Alum Tulcea, the Conan & Holder and Cîrciumaru models best described the poor financial situation in the three years in correlation with economic and financial ratios such as total indebtedness, net profit and constantly employed capital. According to the Cîrciumaru model, in 2015 the company was in the uncertainty area, and in the coming years it would be experiencing great financial difficulties. In this case, the Altman function did not render the company's financial reality.

The Turbomecanica firm, which is part of the aeronautical industry had overall a good situation financial according to the values Z calculated using methods of predicting risk of bankruptcy, although in 2015 the probability of bankruptcy was high, greater than 65% according to the model Conan & Holder.

A company with excellent results according to economic indicators and score functions is OMV Petrom, which had a tremendously good financial situation for the period 2015-2017, this being reflected by the functions calculated using the three chosen models.

For Transgaz, the coefficients for the Z function of the Conan & Holder and Cîrciumaru models showed a good financial situation compared to the Altman model, which stated that the firm had a difficult situation (Z <2.90) in the years under review.

For Transelectrica, all score points indicated the same thing, namely that this company had a good and healthy financial situation over the 3 years analyzed without encountering any economic difficulties in this respect. This was also supported by the company's financial indicators.

Scoring functions based on the three different methods of bankruptcy risk assessment showed differences between them. Thus, for Alro SA, the Altman model showed that the company did not face financial difficulties, with Z score higher than 2.90. In the same way, according to the Cîrciumaru model, this firm was in a financially safe area. But a better rendering of economic reality is given by the Conan & Holder function, according to which the company was in the bankruptcy area in 2016 and recovered in the next year, reaching the value of the Z function of 1.10, which meant it succeeded to overcome bankruptcy.

According to the Altman model, Rompetrol Well Services recorded a good financial situation in the period under review, but the score had a slight downward trend due to the increase in current assets. The score functions of Conan & Holder and Cîrciumaru showed in 2015 a high likelihood of bankruptcy. Also, the two methods of assessing bankruptcy point out that in the following years the situation had improved considerably.

The economic and financial situation and the calculated scores indicated a very high probability of bankruptcy for Dafora in the first two years analyzed under all bankruptcy risk assessment models. But the following year, it could be appreciated that the company had emerged from the risk area, having a better evolution, as demonstrated by the profitability rates.

At Altur, the three models revealed a different situation, so the Altman and Cîrciumaru score functions put the company out of the uncertainty. The Conan & Holder model showed financial difficulties, in 2015 the company was in danger of bankruptcy, in 2016 there was a slight recovery and 2017 was a year under a probability of bankruptcy risk. It should be noted that there has been a significant decrease in turnover from year to year, so that the deterioration of the financial situation was also evidenced by the economic profitability rate, which had a constant depreciation, the company's profitability was deficient with a poor efficiency of the activity. The same results can be observed with regard to the rate of financial return, as a conclusion can be appreciated a poor efficiency in the use of equity and the risk must be assumed by the shareholders.

At Bucovina SA Scheia, the economic and financial situation and the scores calculated on the basis of the chosen methods indicated a very high probability of insolvency. Thus, in all three years of analysis there was no good development of the financial situation. Thus, the Altman score placed Bucovina S.A Scheia in the uncertainty zone, with some financial difficulties (Z <1.81). The Conan & Holder and Circiumaru models showed an imminent bankruptcy risk through the calculated scores, the company going on a loss in the three years under review, unable to recover its economic situation.

Therefore, the three rating models for bankruptcy risk can fit financial statements of companies based on financial and economic indicators in the three areas: uncertainty, risk, uncertainty area and bankruptcy.

Based on the rating analysis of the 11 companies included in the sample, eight companies were identified that recorded values of the score functions that placed companies outside the uncertainty area, thus determining a good financial situation reflected in the positive evolution of performance indicators. Thus, the heterogeneity of the models is observed in the assessment of the financial situation of the companies.

CONCLUSION

From the analysis we can estimate the heterogeneity of the models in the diagnosis of the bankruptcy risk prediction of the companies, out of the 11 companies included in the study, 9 companies are outside any bankruptcy risk having a positive evolution and a good financial situation given by the performance indicators, and two companies were in a situation of financial difficulty and a high probability of bankruptcy risk in all three years under review.

The scores calculated using the three models had a fairly accurate assessment of the situation that the 11 companies surveyed crossed the three years of analysis.

The depreciation of the financial situation of Dafora and Bucovina SA Scheia in the period of time analyzed 2015 - 2017 was highlighted both in the deterioration of profitability indicators and other performance indicators as well as in the scores obtained for each function that indicated a bankruptcy risk prediction. From this point of view, the score functions used in the study, even if they did not predominantly have financial ratios reflecting profitability, had a similar prediction of the financial situation, but the best risk assessment could not be identified. But on the other hand, it was shown that the rating functions created for other economies indicated the real situation of the Romanian companies.

At the same time, the influence of financial indicators on the Z score functions was demonstrated, being a relationship of dependence between them and the results of the functions. Thus, the financial position of the companies is influenced by the liquidity and solvency indicators, therefore the score functions may vary depending on the component elements.

Therefore, the case study demonstrated the previously announced hypothesis that there is a relationship between the economic and financial performance indicators, namely those of solvency and liquidity, on the basis of which are calculated the scores of the bankruptcy risk assessment methods, which are of particular importance for company management so that it takes the right decisions to prevent financial difficulties.

REFERENCES

Alkhatib, K., Al Bzour, A.E. (2011), Predicting corporate bankruptcy of Jordanian listed companies: Using Altman and Kida Models. International Journal of Business and Management, Vol. 6, issue3, p. 208–215.

Altman, E. I. (1968), "Financial ratios, discriminant analysis, and the prediction of corporate bankruptcy", Journal of Finance, Vol. 23, September, p. 589–609.

Anghel, I. (2002). Falimentul. Radiografie şi predicţie, (Ed. Economica), Bucharest.

Argenti, J. (1976), Corporate collapse: The causes and the symptoms. Berks: McGraw-Hill, Maidenhead.

Băileșteanu, D. (2005). Diagnostic, risc şi eficienţă în afaceri, (Ed. Mirton), Timişoara.

Bărbuță-Mișu, N., Stroe, R. (2010), The adjustment of the Conan & Holder model to the specificity of Romanian enterprises – a local study for building sector. Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research, p. 123–140.

Beaver, W.H. (1966), Financial ratios as predictors of failure. Blackwell Publishing, Journal of Accounting Research, Vol. 4, Empirical Research in Accounting-Selected Studies, p. 71–111.

Beaver, W.H., Clarke, R, Wright, W. (1979), The associations between unsystematic security returns and the magnitude of the earning forecast. Journal of Accounting Research, autumn.

Bordeianu, G.D., Radu, F., Paraschivescu, D.M., Păvaloaia, W. (2011), Analysis models of the bankruptcy risk. Journal of Economy Transdisciplinarity Cognition, Vol. IV, Issue 1, p. 248–259.

Borlea, S.N., Achim, M.V. (2014), Assessing bankruptcy risk for Romanian metallurgical companies. Metalurgija, Vol. 53, issue 2, p. 279–282.

Bredart, X. (2014), Bankruptcy prediction model: The case of the United States. International Journal of Economics and Finance, Vol. 6, issue. 3, p. 1–7.

Cîrciumaru, D. (2013), Analiza riscului firmei, (Ed. Universitaria), Craiova.

Clark, C. E., Foster, P. L., Hogan, K. M., Wehster, G. H. (1997 Summer), Judgemental approach to forecasting bankruptcy. Journal of Business Forecasting, Vol. 16, issue 2, p. 14–18.

Conan, D., Holder, M. (1979), Variables explicatives de performances et controle de gestion dans les P.M.I., These d'Etat, CERG, Université Paris Dauphine.

Keasey, K., Watson, R. (1991), Financial distress prediction models: A review of their usefulness. British Journal of Management, Vol. 2, p. 89–102.

Niculescu, M. (2005), Diagnostic financiar, (Ed. Economică), Bucureşti.

SIMINICĂ, M. (2013), Diagnosticul Financiar al firmei, (Ed. Universitaria) Craiova.

Stroe, R., Bărbuță-Mișu, N. (2010), Predicting the □nancial performance of the building sector enterprises – case study of Galati County (Romania). Review of Finance and Banking, Vol. 2, Issue 1, p. 29–40.

Szathmary – Miclea, C. (2003), Evaluarea şi gestionarea riscului în întreprinderile mici şi mijlocii, (Ed. Universităţii de Vest), Timişoara.

Samuray Karaca, Ercan Özen, BRAND. Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution, E-ISSN 2067-8177, volume 8, issue 2, 2017

Olimpia Livia Preda Buzgurescu received her BSc in Faculty of Mathematics and Informatics, Department of Informatics (2013), MSc in e-Business Administration Department (2014) from University of Craiova, Romania. She is Ph.D. Student in Accounting at the University of Craiova. Her current research interests include aspects of Finance and Accounting. She has participated in many international conferences.

Elena Negru is Ph.D. Student in Accounting at the University of Craiova, Romania. She received his BSc in Finance (1999) from University of Craiova and MSc in Management of European Public Affairs (2004) from Bucharest University of Economic Studies. Now she is working in the finance domain in the local government.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

The volatility spillover from oil prices to precious metals under different regimes

Full Text / Tam Metin

Ayşegül Kırkpınar[1]

Abstract

Introduction*: Increases in prices of commodity markets may be associated with increased volatility in financial markets. That's why, analyzing time varying co-movements of commodity prices can be of great importance for investors who take into consideration optimal asset allocation.* ***Aim****: The aim of this study is to investigate the volatility spillover from oil to precious metals under high volatility and low volatility regimes.* ***Method****: The data covered daily closing prices of assets such as oil, palladium, and platinum for the period January, 2010 – December, 2018. GARCH models were analyzed in order to determine the most appropriate volatility structure, and it was determined that GARCH (1,1) model was the most suitable model for all commodities. Markov Switching model was used to analyze the volatility spillover from oil to precious metals.* ***Findings****: According to the analyses, the results showed that there were volatility spillovers from oil to palladium and platinum in low volatility regimes and from oil to platinum in high volatility regimes. On the other hand, there was no volatility spillover from oil to palladium in high volatility regimes. The findings of the analyses can be beneficial for investors, market participants and portfolio managers to make an accurate portfolio management.*

Key Words: *Volatility Spillover, Markov Switching Model, Commodity Markets, Portfolio Management*

JEL Classifications: *G11, G15, C22*

1. INTRODUCTION

Developments in international policies and crises in international financial markets may increase the volatility in stock markets, derivatives and international bonds. In order to minimize the portfolio risks, investors make portfolio diversification by using negative correlated assets with each other in the same portfolio. The main purpose of this strategy is to reduce risk by diversifying the portfolio. The benefit of international portfolio diversification is to eliminate the risks of investing in only one market. In this manner, the risk or volatility of portfolio diminishes by diversifying in other markets' financial assets. While the financial assets in the same market tend to move together, international assets tend to lower movement when together. The theory of international diversification grounds in the study of Grubel (1968). Grubel (1968) extended the modern portfolio theory of Markowitz (1959) and indicated that investors were likely to reduce risk by holding international rather than individual assets. Later, Levy and Sarnat (1970) demonstrated the fact that co-movements among different national assets were low. That's why the correlation coefficient between the financial assets (such as stocks, bonds, commodities, and more complicated financial instruments, such as stock options or currency options) is an important issue of the international diversification theory. Even though the correlation coefficients between any two of these markets vary in time, they are always far from unity. The low correlation between these markets indicates a successful risk diversification. Makridakis and Wheelwright (1974) and King, Sentana, and Wadhwani (1994) found that international correlation was changeable over time. In a similar vein, Longin and Solnik (1995) observed that international correlation and covariance matrices were not stable over the period between 1960-1990, for seven stock markets, including Germany,

[1] Dr., Dokuz Eylül University, Business Faculty, Turkey, aysegul.dumlu@gmail.com

France, England, Canada, United States, Japan, and Switzerland. They stated that market volatility had changed dramatically during that period. These studies used unconditional correlations over periods by comparing conditional correlations with time variance.

In the periods of uncertainty within the economy, commodities can be seen as a safe haven against risk. Increases in prices of commodity markets may be associated with increased volatility in financial markets. Especially after the 2008 global financial crisis, the risk spillover between these markets has increased. Therefore, it may be crucial to examine the effects of volatility spillover among commodities. This is why, analyzing time varying co-movements of commodity prices can be of great importance for portfolio managers or investors who take into consideration optimal asset allocation.

Commodity markets can be divided into three main groups. These are energy assets, such as natural gas, gasoline, heating oil, and crude oil; precious and industrial assets, such as gold, silver, palladium, platinum, and copper; and finally agricultural assets, such as corn, wheat, cocoa, cotton, etc. It has generally been noted that precious metals like platinum, palladium, silver, and gold can be as safe havens in periods of financial crises.

Palladium is mainly used in the automobile industry and also in the production of white gold. Due to the increased automotive demand, palladium prices may increase due to the reduction in the supply of this metal. Besides, platinum and palladium are very close to each other in terms of their physical and chemical properties and they have similar usage areas. Therefore, their correlations can be generally very high. In addition to these metals, this study also considers crude oil. For many years, oil still has the highest share in the world's total energy consumption. It is used by many industries as the main input product for production as well as the so-called precious metals. That's why, precious metals volatility may be affected negatively by an increase in oil prices (Hammoudeh and Yuan, 2008).

The aim of this study is to analyze volatility spillover from crude oil prices to the selected two precious metals such as palladium and platinum under different regimes using the Markov Switching Model. This study takes into consideration two different regimes. These are the high volatility (crises) regime and the low volatility (tranquil) regime.

The study is organized as follows. Section 2 gives a brief literature review. Section 3 illustrates the methodology and data. Section 4 gives empirical results. Lastly, section 5 presents concluding remarks.

2. LITERATURE REVIEW

There are various studies about analyzing volatility spillover of different markets over time. Different methods were used to analyze volatility spillover in the literature. Nicola, Paceb, and Hernandez, (2016); Malik and Ewing, (2009); Mensi, Hammoudeh, Nguyen, and Yoon, (2014); Kang, Mciver, and Yoon, (2017); Sensoy, (2013); and Haesen, Houweling, and Van Zundert, (2017) used Multivariate GARCH models. On the other hand, there are some studies that analyze volatility spillover by using Markov Switching model. Akkaya and Koy (2018) analyzed regime switching behavior in eleven equity markets. They used three regimes including recession regime, expansion regime, and moderate growth regime. They found the highest correlation among the indices in moderate growth regime whose volatility was lower than other regimes. They also concluded that the market's possibility of staying the longest in average was for moderate growth regime.

Chkili and Nguyen (2014) investigated the impact of stock markets of BRICS countries on exchange rates by using MS-VAR model and two regimes such as a low and high volatility regimes. They found positive effects of stock markets on exchange rates in both regimes.

Chan, Treepongkaruna, Brooks, and Gray (2011) analyzed relationship among Treasury bonds, the U.S. stocks, commodities such as gold and oil, and real estate assets by implementing Markov Switching model and two regimes such as economic expansion and economic decline. Their results indicated the evidence of contagion among real estate, oil, and stocks.

Medhioub (2015) examined Markov Switching model in industrial production index and growth rates of Tunisia by using three regimes such as high growth regime, a moderate growth regime and a recession regime. He found that Tunisian business cycle performed well in the three regimes.

Furthermore, some studies used energy and precious metals to analyze volatility spillover between these markets. Antonakakis and Kizys (2015) examined the relation among palladium, platinum, silver, gold and four exchange rates by using the generalized VAR method of Diebold and Yilmaz (2012). Their results showed that in the period of global financial crisis, gold was the leader role as a net transmitting in commodities. They also added that after the global financial crisis, the return shocks of platinum, silver and gold got weaker, whereas the net transmitting role of platinum, silver and gold got stronger.

Mensi et al., (2014) analyzed volatility spillover between four oil markets and cereal markets (Wheat, Corn, Sorghum, Barley) by using VAR DCC-GARCH and VAR-BEKK-GARCH models. They found strong relationships between these markets.

Nicola et al., (2016) investigated volatility spillover among food commodities, agricultural, and energy price returns by using Multivariate DCC GARCH and a rolling regression procedure. They found that agricultural and energy returns were highly correlated and after 2007, stock market volatility was positively related with co-movement of returns of these markets.

Kang et al., (2017) also analyzed volatility spillover among some commodity futures markets such as agriculture, precious metal, and oil by using Multivariate DECO-GARCH model. Their results showed bidirectional volatility spillovers across commodity futures markets. These spillovers had a strong effect in the crisis period. They also found silver and gold were informative metals to other commodities.

Sensoy (2013) investigated volatility spillover among some precious metals such as gold, silver, platinum and palladium by using consistent dynamic conditional correlation. He found a strong correlation with each other.

Kırkulak and Lkhamazhapov (2014) analyzed volatility spillover among palladium, platinum, gold, and silver by implementing DCC-MGARCH approach. They found strong correlation among precious metals. They also noted that because silver had a low correlation with other metals, it might be used as a diversification tool in a portfolio.

Balcılar, Hammoudeh and Asaba (2015) examined the relationship among some precious metals, oil, and dollar exchange rate by using Markov-switching VEC model. They confirmed low and high volatility regimes. They found gold was the most informative metal in high and low volatility regimes. Platinum and palladium were also the most informative metals in low volatility regimes.

3. METHODOLOGY AND DATA

3.1. Methodology

The study seeks to analyze volatility spillover from crude oil prices to the selected two precious metals such as palladium and platinum under different regimes by using Markov Switching Model.

First, GARCH models were analyzed in order to determine the most appropriate volatility structure. GARCH (p, q) model was developed by Bollerslev (1986). It is a model for modeling the dynamic structure of time-varying conditional variances. It can be viewed as follows:

$$e_t/\psi_{t-1} \sim N(0, h_t)$$

$$h_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{q} \alpha_i \, e_{t-i}^2 + \sum_{i=1}^{p} \beta_i h_{t-i} = \alpha_0 + A(L)e_t^2 + B(L)h_t$$

ε_t presents stochastic process and ψ_t demonstrates information set in time t. In GARCH (p, q) model, conditional variance is expressed as a function of both time delayed error terms and time delayed conditional variances.

Secondly, Markov Switching models were adopted to analyze the volatility spillover from oil to precious metals in this study. This model with time-varying parameters reflects regime switching. This model was first implemented by Hamilton (1989). Markov Switching models can capture the business cycle asymmetries of assets (Medhioub, 2015). An autoregressive model of order p with first order K-state Markov-switching mean and variance is shown in general as follows:

$$y_t = \mu_{s_t} + \beta_{s_t} y_{t-1} + \varepsilon_t$$

The transition probabilities between the states are derived from transition probabilities matrix of p.

$$p = \begin{bmatrix} p_{11} & p_{12} \cdots p_{1K} \\ p_{21} & p_{22} \cdots p_{1K} \end{bmatrix}$$

$$p_{ij} = \Pr\{S_t = j | S_{t-1} = i\}; \quad i, j = 1, 2, \ldots, K.$$

$$\sum_{j=1}^{K} = 1$$

$S_{Kt} = 1$ if $S_t = K$, and $S_{Kt} = 0$, otherwise.

3.2. Data

In this study, daily close spot prices of West Texas crude oil, palladium and platinum commodities were used. The period covered was that between January 5, 2010 and December 12, 2018 and consisted of 2234 observations. The data about precious metals was obtained from Global Financial Data Database. The data regarding West Texas crude oil prices were collected from the official website of the U.S. Energy Information Administration. E-Views and Ox Metrics programs were used.

Oil, palladium, and platinum indices are shown in Figure 1. The prices of oil, palladium, and platinum decreased in 2016. After 2016, palladium increased faster, while oil showed a relatively slow increase. On the other hand, platinum decreased again after a small rise.

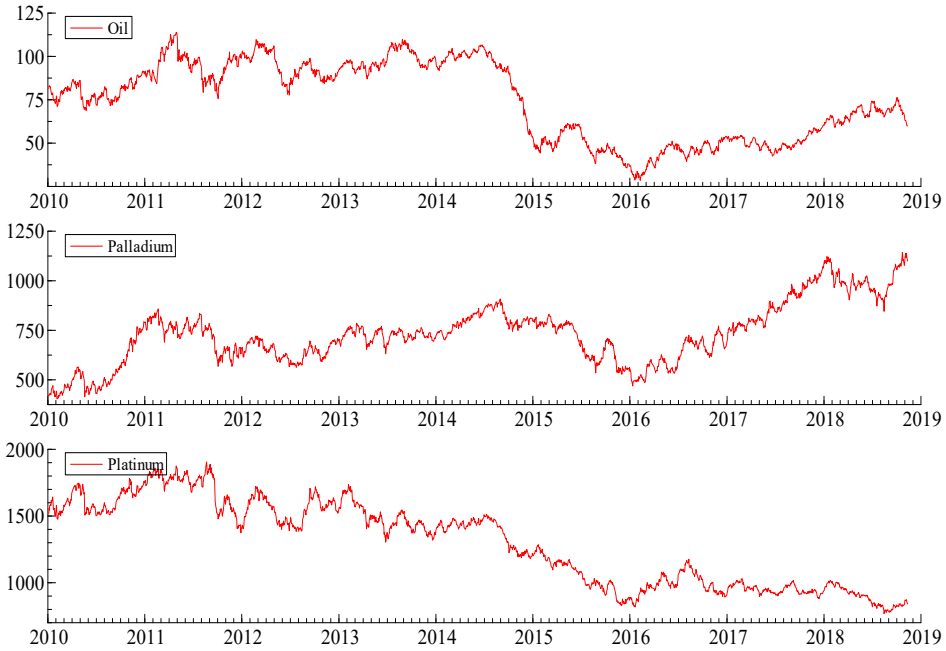


Figure 1: Series of Oil, Palladium, Platinum

4. EMPIRICAL RESULTS

Table 1 depicts descriptive statistics of the log levels of oil, palladium, and platinum series. According to Table 1, the lowest standard deviation was for platinum, whereas the highest standard deviation was for oil as viewed by its standard deviation (0.019). This fact may be due to the fact that oil is used by many industries as the main input for production as well as the precious metals. It has also the highest share in the world's total energy consumption. As for skewness and kurtosis, all series were negatively skewed and all series provided excess kurtosis. According to the Jarque-Bera test, oil, palladium, and platinum series rejected null hypothesis of normality with the significance level of 1%.

Table 1: Descriptive Statistics

	Oil	Palladium	Platinum
Mean	-0.000138	0.000431	-0.000264
Median	0.000734	0.001137	0.000000
Maximum	0.093125	0.062894	0.044184
Minimum	-0.090379	-0.106325	-0.064518

Std. Dev.	0.019340	0.017398	0.011908
Skewness	-0.026324	-0.422651	-0.248105
Kurtosis	4.911203	5.039003	4.339256
Jarque-Bera	340.2631	453.5086	189.8743
Probability	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	-0.307548	0.962356	-0.589239

Table 2 illustrates the correlation matrix of the returns of oil, palladium, and platinum series. Palladium and platinum have the highest positive correlation among them (64.50%) and they were followed by the positive correlation between oil and palladium (33.60%). The reason for the high correlation between palladium and platinum may be that they are used for the same industry, especially the automobile industry. As mentioned earlier, platinum and palladium are very close to each other in terms of their physical and chemical properties and they have similar usage areas. Therefore, their correlations can be generally very high. The lowest correlation in the group was for the relation between oil and platinum (30.48%). Due to the lowest correlation of platinum with oil, portfolio managers or investors may consider incorporating platinum in their portfolios as a hedge asset.

Table 2: Correlation Matrix of the Returns of Oil, Palladium, Platinum Series

	Oil	Palladium	Platinum
Oil	1.000		
	-		
Palladium	0.3360	1.000	
	(0.0000)	-	
Platinum	0.3048	0.6450	1.000
	(0.0000)	(0.0000)	-

Note: ***, **, * show the significance levels at 1%, 5%, 10% respectively. The values in parenthesis are p values.

Table 3 shows unit root test results of the series. All indices were stationary in accordance with the significance level at 1%.

Table 3: Unit Root Tests of Oil, Palladium, Platinum Series

	Oil	Palladium	Platinum
ADF	-49.13113***	-44.42887***	-45.45330***
PP	-49.13093***	-44.43057***	-45.53271***

Note: ADF for Dickey and Fuller (1979), PP for Phillips and Perron (1988). *** represents the significance level at 1%.

First, GARCH models were analyzed in order to determine the most appropriate volatility structure. As a result of that, it was determined that GARCH (1,1) model was the most suitable model for all commodities. Table 4 depicts the variance equations of GARCH (1,1) model for each series. According to this table, it can be stated that the volatilities of oil, palladium, and platinum series were high and the shocks in these series were permanent.

Table 4: Results of GARCH (1,1) Model for Each Series

	Oil	Palladium	Platinum
α	0.059535	0.080676	0.046147
	(0.0009) ***	(0.0484) **	(0.0188) **
β	0.935152	0.881101	0.925858
	(0.0000) ***	(0.0000) ***	(0.0000) ***
Akaike	-5.234025	-5.349269	-6.060434
Schwarz	-5.200789	-5.298136	-6.022084
ARCH (1-2)	5.5585	1.7459	5.1390
Q (50)	35.7330	34.0817	33.8238
Alpha[1]+Beta[1]	0.99469	0.96178	0.97200

Note: ***, **, * show the significance levels at %1, %5, and %10, respectively. α presents ARCH parameter, whereas β represents GARCH parameter. The values in parenthesis are p-values.

After the determination of the volatility structure for each series, Markov Switching model was used to analyze the volatility spillover from oil to palladium and platinum. Estimation results for Markov Switching model regarding volatility spillover from oil to palladium are shown in Table 5. According to Table 5, sigma (1) represented high volatility regime, whereas sigma (0) represented low volatility regime because sigma (1) is bigger than sigma (0). When the economy was in a low volatility regime, there was volatility spillover from oil to palladium at a significance level of 1%. On the other hand, there was no volatility spillover from oil to palladium, when the economy was in a high volatility regime.

Table 5: Volatility Spillover from Oil to Palladium

	Coefficient	Std.Error	t-value	t-prob
CondOil(0)	0.129118	0.02519	5.12	0.000
CondOil(1)	0.226289	0.3036	0.745	0.456
sigma(0)	7.44747e-005	1.382e-005	5.39	0.000
sigma(1)	0.000176697	9.112e-006	19.4	0.000

As can be seen from Figure 2, regime (0) represents high volatility regime and regime (1) means low volatility regime. The high volatility regime generally represents a crises period for the oil and palladium series, whereas the low volatility regime presents generally a tranquil period for these series.

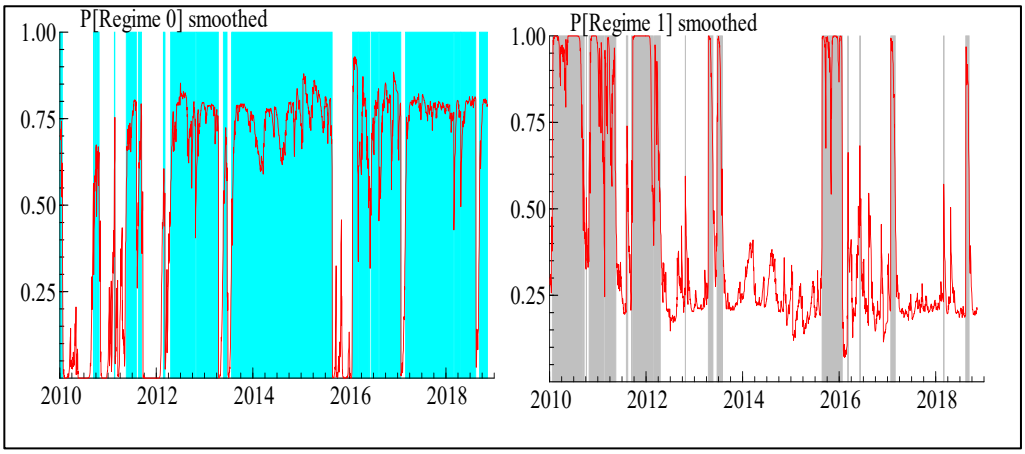


Figure 2: Smoothed Probabilities of Regimes for Oil and Palladium

Table 6 shows transition probabilities of regimes for oil and palladium. The transition probability of taking part in low volatility regime (regime 0) was 0.49951, whereas the transition probability of taking part in high volatility regime (regime 1) was 0.50049, indicating that both regimes were not permanent. According to these results, it can be stated that they may switch between themselves.

Table 6: Transition Probabilities of Regimes for Oil and Palladium

	Regime 0	Regime 1
Regime 0	0.49951	0.49951
Regime 1	0.50049	0.50049

Table 7 represents estimation results for Markov Switching model regarding volatility spillover from oil to platinum. Because sigma (1) is bigger than sigma (0), sigma (1) represented a high volatility regime and Sigma (0) represented a low volatility regime. When an economy was both in a low and high volatility regimes, there was volatility spillover from oil to platinum at a significance level of 1%.

Table 7: Volatility Spillover from Oil to Platinum

	Coefficient	Std.Error	t-value	t-prob
CondOil(0)	0.0642338	0.01003	6.41	0.000
CondOil(1)	0.0788990	0.009402	8.39	0.000
sigma(0)	2.69832e-005	4.420e-006	6.10	0.000
sigma(1)	4.46602e-005	7.261e-006	6.15	0.000

Figure 3 illustrates smoothed probabilities of regimes for oil and platinum. The regime (0) represents high volatility regime and the regime (1) means low volatility regime and one can note the similar patterns for oil and palladium series.

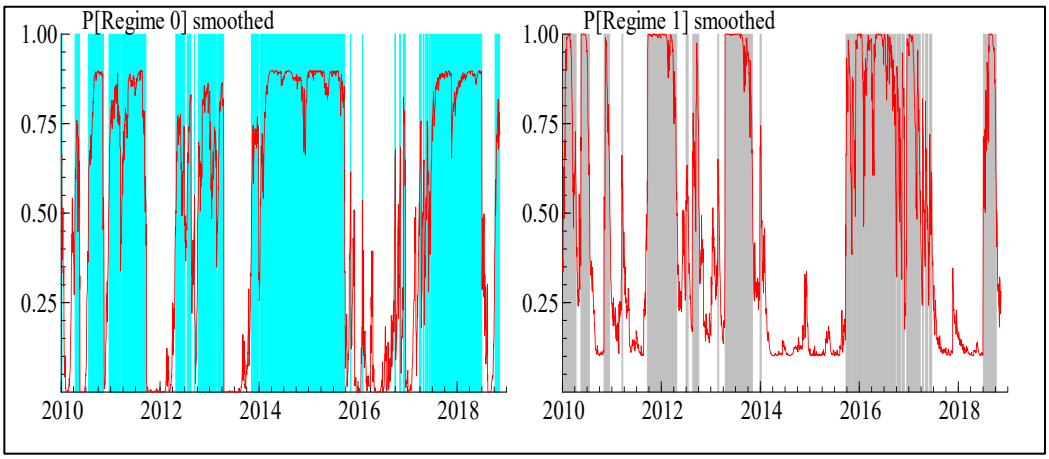


Figure 3: Smoothed Probabilities of Regimes for Oil and Platinum

Table 8 depicts transition probabilities of regimes for oil and platinum. Transition probability of low volatility regime (regime 0) was 0.49976, whereas the transition probability of taking part in high volatility regime (regime 1) was 0.50024, indicating that both regimes were not permanent. These findings are the same as the results of transition probabilities of regimes for oil and palladium series.

Table 8: Transition Probabilities of Regimes for Oil and Platinum

	Regime 0	Regime 1
Regime 0	0.49976	0.49976
Regime 1	0.50024	0.50024

5. CONCLUSION

In this study, the author investigated the volatility spillover from oil to some precious metals such as palladium and platinum under high and low volatility regimes by using Markov Switching model. The data covered from January 5, 2010 to December 12, 2018. As far as correlations of these series are concerned, palladium and platinum have the highest positive correlation among them. The reason for this may be the fact that they are used for the same industry, especially the automotive industry. Besides, platinum and palladium are also very close to each other in terms of their physical and chemical properties and they have similar usage areas. Therefore, their correlations can be generally very high. The lowest correlation in the group was for the relation between oil and platinum. Due to the lowest correlation of platinum with oil, investors may consider platinum in their portfolios as a hedge asset.

GARCH models were analyzed in order to determine the most appropriate volatility structure for each series in the study. As a result of that, it was determined that GARCH (1,1) model was the most suitable model for all series. The volatilities of oil, palladium, and platinum series were high and the shocks in these series were permanent. According to the findings of the Markov Switching Model, there were significant volatility spillovers from oil to palladium and platinum in low volatility regimes; and from oil to platinum in high volatility regimes. There was no volatility spillover from oil to palladium in high volatility regimes. These results of volatility spillovers are consistent with the studies of Balcılar et al., (2015) and Antonakakis and Kizys (2015), who found a relationship between oil and platinum in the literature.

These findings have significant policy implications for asset allocation and diversification. Investing into oil and palladium in the same portfolio may not provide diversification benefits for investors or portfolio managers in low volatility regimes. On the other hand, investing into oil and palladium in the same portfolio can provide diversification benefits for investors in high volatility regimes. Investing into oil and platinum in the same portfolio might not provide diversification benefits for investors or portfolio managers in both regimes. Investors of precious metals should watch oil prices carefully especially in relation to platinum prices because it can reflect sufficient information that may lead the changes in platinum prices.

REFERENCES

Akkaya, M., Koy, A. (2018), "Mutual Switching Behavior between High Growth and Low Growth Economies' Stock Markets", *Journal of Business Research-Türk*, (10/1), 45-60.

Antonakakis, N., Kizys, R. (2015), "Dynamic spillovers between commodity and currency markets", *International Review of Financial Analysis*, 41, 303–319.

Balcilar, M., Hammoudeh, S., Asaba, N.A.F. (2015), "A regime-dependent assessment of the information transmission dynamics between oil prices, precious metal prices and exchange rates", *International Review of Economics and Finance*, 40, 72–89.

Bollerslev, T. (1986), "Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity", *Journal of Econometrics*, 31(3), 307-327.

Chkili, W., Nguyen, D. K. (2014), "Exchange rate movements and stock market returns in a regime-switching environment: Evidence for BRICS countries", *Research in International Business and Finance,* 31, 46–56.

Chan, K. F., Treepongkaruna, S., Brooks, R., Gray, S. (2011), "Asset market linkages: Evidence from financial, commodity and real estate assets", *Journal of Banking & Finance,* 35, 1415–1426.

Dickey, D. A., W. A. Fuller (1979). 'Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root', *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 74: 427-431.

Diebold, F. X., Yilmaz, K. (2012), "Better to give than to receive: Predictive directional measurement of volatility spillovers", *International Journal of Forecasting*, 28, 57–66.

Grubel, H. G. (1968). Internationally diversified portfolios: welfare gains and capital flows. *The American Economic Review*, 58(5): 1299-1314.

Haesen, D., Houweling, P., and Van Zundert, J. (2017). Momentum spillover from stocks to corporate bonds. *Journal of Banking & Finance*, 79: 28-41.

Hamilton J. D. (1989). "A New Approach to the Economic Analysis of Nonstationary Time Series and the Business Cycle", *Econometrica*, Vol. 57, No. 2, 357-384.

Hammoudeh, S., Yuan, Y. (2008). Metal volatility in presence of oil and interest rate shocks. *Energy Economics*, 30(2), 606–620.

Kang, S. H., Mciver, R., Yoon, S.M. (2017), "Dynamic spillover effects among crude oil, precious metal, and agricultural commodity futures markets", *Energy Economics*, 62, 19–32.

Kirkulak-Uludağ, B. Lkhamazhapov, Z. (2014), "Volatility Dynamics of Precious Metals: Evidence from Russia", *Finance a úvěr-Czech Journal of Economics and Finance,* 67 (4), 300-317.

King, M., Sentana, E., Wadhwani, S. (1994). Volatility and the links between national stock markets. *Econometrica*, 62, pp. 901-934

Levy, H., and Sarnat, M. (1970). International diversification of investment portfolios. *The American Economic Review*, 60(4), 668-675.

Longin, F., and Solnik, B. (1995). Is the correlation in international equity returns constant: 1960–1990?. *Journal of international money and finance*. 14(1): 3-26.

Makridakis, S. G., and Wheelwright, S. C. (1974). An analysis of the interrelationships among the major world stock exchanges. *Journal of Business Finance & Accounting*, 1(2): 195-215.

Malik, F., Ewing, B.T. (2009), Volatility transmission between oil prices and equity sector returns. *International Review of Financial Analysis,* 18: 95–100.

Markowitz, H. (1959). Efficient diversification of investments. John Wiley and Sons. 12: 26-31.

Medhioub, I. (2015), "A Markov switching three regime model of Tunisian business cycle", *American Journal of Economics*, 5(3), 394-403.

Mensi, W., Hammoudeh, S., Nguyen, D. K., Yoon, S.M. (2014), "Dynamic spillovers among major energy and cereal commodity prices", *Energy Economics,* 43, 225–243.

Nicola, F., Paceb, P., Hernandez, M. A. (2016), "Co-movement of major energy, agricultural, and food commodity price returns: A time-series assessment", *Energy Economics,* 57, 28–41.

Phillips, P. C. B., P. Perron (1988), 'Testing for a unit root in time series regressions', *Biometrika*, Vol. 75: 335-346.

Sensoy, A. (2013), "Dynamic relationship between precious metals", *Resources Policy,* 38, 504–511.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Sürdürülebilirlik Ve Şirket Performansı: Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi'nden Ampirik Bulgular

Araş. Gör. Dr. Ayşegül ÇİMEN[1]

Özet

Giriş*: Sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda oldukça tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Aynı tartışma, finansal piyasalara da yansımış ve çeşitli borsalarda Sürdürülebilirlik Endeksleri yer almaya başlamıştır. Borsa İstanbul 4 Kasım 2014'ten bu yana, hem bireysel hem de kurumsal yatırımcılara, çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) konularını yüksek performansla yönetme konusunda fikir vermeyi amaçlayan Sürdürülebilirlik Endeksi'ne sahiptir.* ***Amaç****: Çalışmanın amacı, 2016, 2017 ve 2018 yıllarında Sürdürülebilirlik Endeksi'ne giren 25 şirketin, endekse girmeden önce ve sonraki şirket performanslarını karşılaştırmaktır.* ***Yöntem:*** *Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan şirketlere olay çalışması uygulanarak, Sürdürülebilirlik Endeksi'ne dahil olmanın şirket performansına etkisi ölçülmüştür.* ***Bulgular:*** *Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer almak şirketlerin performansında artışa sebep olmuştur. Endekse dahil olduğu günün öncesi ve sonrasında anormal pozitif ve anormal negatif getiri elde edildiği gözlemlenmiştir.*

Anahtar Kelimeler— *Sürdürülebilirlik Endeksi, Sürdürülebilirlik, Şirket Performansı*

SUSTAINABILITY and FIRM PERFORMANCE: EMPIRICAL EVIDENCE from BORSA ISTANBUL SUSTAINABILITY INDEX

Abstract

Introduction: *The concept of sustainability has become one of the most debated issues in recent years. The same discussion is also reflected in the financial markets and various stock exchanges has started to have Sustainability Indices. Since November 4, 2014, Borsa Istanbul has Sustainability Index which aims to provide insight to both individual and institutional investors about managing environmental, social and governance (ESG) issues with high performance.* ***Aim:*** *The aim of this paper is to find out and compare the firm performance of 25 firms before and after the inclusion of Sustainability Index for 2016, 2017 and 2018.* ***Method:*** *Event study has used in order to measure the impact of inclusion in Sustainability Index on the firms that are the constituents of Sustainability Index* ***Findings:*** *Inclusion in Sustainability Index have had an increase in firm performance. Before and after the inclusion of the firm to the Index, abnormal positive and abnormal negative returns are observed.*

Keywords— *Sustainability Index, Sustainability, Firm Performance*

[1] Dr. Araş. Gör, Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, aysegul.cimen@deu.edu.tr

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Tüketicilerin FoMO Eğilimlerin Anlık Satın Alma ve Alışveriş Sonrası Pişmanlık Üzerine Etkisi

Işıl Karapınar Çelik[1], Oya Eru [2], Ruziye Cop [3]

Özet

Giriş*: Günümüzde internet ve sosyal medya yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bireyler vakitlerinin büyük bir kısmını sürekli sosyal medya hesaplarını kontrol ederek geçirmektedirler. Başkalarının deneyimlerine bakarak kendilerinde sürekli bir geride kalma korkusu yaşayan bireyler FoMO eğilimi göstermektedirler. Bu geride kalmışlık korkusu, bireylerin satın alma davranışlarını da etkilemektedir. Bireyler satın alma davranışını her zaman rasyonel amaçlar için gerçekleştirmemektedir. Anlık satın alma davranışı gerçekleştiren bireyler ise zaman zaman alışveriş sonrası pişmanlık yaşayabilirler.* ***Amaç****: Çalışmanın amacı, bireylerin foMo eğiliminin anlık satın alma ve satın alma sonrası pişmanlık üzerine etkisini araştırmaktır.* ***Yöntem:*** *Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılıp veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiştir. Hazırlanan anket kolayda örnekleme yöntemi kullanularak belirlenen örnekleme uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.* ***Bulgular:*** *Çalışmada elde edilen bulgulara göre, katılımcıların demografik özellikleri ile FoMO eğilimi, anlık satın alma ve alışveriş sonrası pişmanlık faktörleri arasında yapılan farklılık testlerinde anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Yine yapılan hipotez testleri sonucunda, bireylerin FoMO eğiliminin, anlık satın alma davranışını etkilerken, alışveriş sonrası pişmanlığı etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.*

Anahtar Kelimeler— *FoMO eğilimi, Anlık Satın Alma, Alışveriş sonrası pişmanlık*

The Influence of Consumers' FoMO Tendency on Impulse Purchasing Behaviour and Post-Shopping Repentance

Abstract

Introduction: *Today, the internet and social media have become an indispensable part of life. Individuals spend a great part of their time constantly checking their social media accounts. Individuals who have a fear of being left behind by looking at the experiences of others show a FoMO tendency. This fear of backwardness also affects the buying behavior of individuals. Individuals do not always conduct their purchasing behavior for rational purposes. Individuals who perform impulse purchasing behavior may occasionally experience regret after shopping.* ***Aim:****The aim of this study is to investigate the effect of individuals' foMo tendency on impulse purchasing behaviour and regret after purchase.* ***Method:*** *In this study, a quantitative research method was used. And the survey method was chosen for data collection. The prepared questionnaire was applied to respondents who chosen by using convenience sampling method. The data were analyzed by using SPSS package program.* ***Findings:*** *According to the findings obtained in the study, significant results were obtained in demographic characteristics of participants and discrimination tests made between FoMO tendency, instant purchasing and post-shopping regret factors. Again, as a result of hypothesis testing, it was concluded that individuals' FoMO tendency affected the impulse purchasing behavior and did not affect the regret after shopping.*

Keywords— FoMO tendency, Impulse buying behaviour, Post-shopping repentance

JEL Classification Codes: *M31, M39*

[1] Ar.Gör., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, GUBYO, Pazarlama, Türkiye, isilkarapinar@ibu.edu.tr
2 Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, GUBYO, Pazarlama, Türkiye, oyaeru@ibu.edu.tr
3 Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme, Türkiye, ruziyecop@hotmail.com

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Sosyal Medya ve Mahremiyet Algısının Dönüşümü: Y Kuşağına Yönelik Bir Durum Çalışması

Gizem Ergülşen Başlar[1], E. Pelin Baytekin[2]

Özet (150-250 Kelime)

Giriş: *Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı ve hızla gelişimi bireylerin gündelik yaşam pratiklerini ve dinamiklerini etkilemiştir. Sosyal medyanın bireylerin mahremiyet algılarını dönüştürdüğü, yeniden yarattığı düşünülmektedir.* ***Amaç:*** *Araştırmanın amacı literatürde 'dijital yerliler' olarak adlandırılan Y kuşağına dahil olan bireylerin mahremiyet kavramına yönelik bakış açılarını ve sosyal medya kullanımlarına bağlı olarak mahremiyet algılarının nasıl bir dönüşüm geçirdiğini incelemektir. Aynı zamanda, sosyal medya bağlamında mahremiyet algısının dönüşümü Y kuşağı çerçevesinde ele alınırken, Y kuşağı içerisinde de dönemsel bakımdan mahremiyet algılarında farklılık olup olmadığı araştırmanın amacı kapsamında ele alınan diğer bir hususdur.* ***Yöntem:*** *Bu araştırmada "durum çalışması" desenlerinden "bütüncül tek durum deseni" kullanılmıştır. Konuya yönelik bir durum betimlemesi yapılmak amaçlandığından durum çalışması deseninin araştırma konusu ve problemine uygun olduğu görülmektedir. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçlar çerçevesinde araştırmada temel alınan Y kuşağına dahil 8 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak "yarı yapılandırılmış görüşme formu"ndan yararlanılmıştır.* ***Bulgular:*** *Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgulara göre sosyal medya bireylerin yaşamında önemli bir araçtır. Katılımcıların hemen hemen hepsi sosyal medya platformlarında hem aktif olarak paylaşımlarda bulunmakta, hem de diğer kişilerin paylaşımlarını sürekli olarak takip etmektedirler. Katılımcıların tümü sosyal medyanın yaygınlaşması ile mahremiyet kavramına yönelik algıların önemli değişim geçirdiğini belirtmişlerdir. Hatta eskiden –yani sosyal medya hayatımıza girmeden önce- neyin mahrem olduğu ile bugün gelinen noktada neyin mahrem olduğu arasında ciddi farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Bireyler artık kamuya açık bir şekilde, güvenlik hususunu göz önünde bulundurmadan evlerini, bedenlerini, sahip olduğu eşyaları, özel günlerini, sofralarını, vs. sürekli olarak paylaşmaktadırlar. Bu noktada en önemlisi de, 'mahrem' ve 'mahremiyet' kavramlarının ve sınırlarının yeniden tanımlanmasının gerekliliğidir.*

Anahtar Kelimeler— *Sosyal Medya, Mahremiyet, Y Kuşağı, Mahremiyet Algısındaki Dönüşüm*

Social Media and Transformation of Privacy Perception: A Case Study for Generation Y

Abstract

Introduction: *The emergence of information and communication technologies and its rapid development have affected the daily life practices and dynamics of individuals. It is thought that social media transforms and recreate the individuals' perceptions of privacy.* ***Aim:*** *The aim of the study is to examine to perspectives of individuals in the Y generation called the "digital natives" in the literature towards the concept of privacy and how the perceptions of privacy change depending on their use of social media. Moreover, the transformation of the perception of privacy in the context of social media is handled by the Y generation as well as analyzing whether there is a difference in the perceptions of*

[1] Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD., E-mail: gizembaslar@gmail.com
2 Prof. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğretim Üyesi, Email: pelin.baytekin@ege.edu.tr

privacy within the Y generation periodically will be argued in this study. ***Method:*** *This study uses "single case- holistic design" among case study patterns as it is appropriate for the research subject and problem, since the intention was to describe a situation. In this study, in-depth interview method was used as data collection method. Within the framework of these aims, in-depth interviews were conducted with 8 individuals from Y generation. "Semi-structured interview form" was used as data collection tool.* ***Findings:*** *According to the findings of the interviews, social media is an important tool in the life of individuals. Almost all of the participants are actively sharing on social media platforms and continuously monitoring the sharing of other people. All of the participants stated that the perceptions of the concept of privacy have changed significantly due to the spread of social media. In fact, it was observed that there were serious differences between what was before and when social media was entering our lives and what was private and what was at the point of today. Individuals are now open to the public, without regard for safety, homes, bodies, possessions, special days, tables, etc. they share continuously. At this point, the most important is the necessity of redefining the concepts and limits of "private" and "privacy" concepts.*

Keywords— *Social Media, Privacy, Y Generation, Transformation in the perception of privacy*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Katılım Ve Konvansiyonel Hisse Senedi Endeksleri Arasındaki Oynaklık Yayılımı: Türkiye Örneği

Doç.Dr Sezer Bozkuş Kahyaoğlu, İzmir Bakırçay Üniversitesi,sbozkus@gmail.com.

Öğr.Gör.Hilmi Akkuş,Balıkesir Üniversitesi,tunaakku@hotmail.com.

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; Türkiye'deki konvansiyonel hisse senedi endeksleri ile yine Türkiye'de bulunan ve İslami kriterlere göre oluşturulan katılım endeksleri arasındaki oynaklık yayılımının varlığının araştırılmasıdır. Bu amaçla BİST-30, BİST-50 ve BİST-100 konvansiyonel hisse senedi endeksleri ile Katılım-30, Katılım-50 ve Katılım Model Portföy endeksleri arasındaki ilişkiler, dynamic equicorrelation (DECO) yöntemi ile analiz edilmektedir. Çalışma Temmuz 2014-Ekim 2018 dönemini kapsayan günlük verilerle gerçekleştirilmiştir. Buna göre ilgili teorik ve kavramsal çerçeveye dayalı olarak elde edilen ampirik bulgular üzerinden oynaklık yayılımının varlığı ortaya konmakla birlikte, Türkiye üzerine politika önerileri sunularak literatüre katkı sağlanmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Katılım endeksleri, oynaklık yayılımı, dynamic equicorrelation (DECO) yöntemi

VOLATILITY SPILLOVER BETWEEN STOCK INDEX AND PARTICIPATION INDEX: THE TURKISH CASE

ABSTRACT

The major aim of this work is to analyze the existence of volatility spillover between stock index and participation index based on the indexes in Turkish Capital Markets, namely BIST 30, BIST 50 and BIST 100 against Participation 30, Participation 50 and Participation Model Portfolio Indexes. The Dynamic Equicorrelation (DECO) methodology is applied to the daily data for the period of July 2014-October 2018. Based on the theoretical and conceptual framework, empirical findings are discussed and policy recommendations are made to contribute relevant literature.

Keywords: Participation index, volatility spillover, dynamic equicorrelation (DECO) method

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Kültür Ve Ekonomi İlişkisi Kapsamında Kültürel Mirasın Yönetimi

Murat AKTEN[1] Sibel AKTEN [2] Mert AKOĞLU[1]

Turizm, birçok bölgenin gelişiminde ve rekabetçiliğinde kilit rol oynamaktadır. Kültürel miras ve bölgesel rekabet edebilirlik için turizm temelli kümelenmeler hakkındaki literatürdeki artan tartışmaya rağmen, kültürel miras ve rekabet edebilirlik arasındaki ilişki, özellikle turizmin oynadığı aracılık rolüyle ilgili olarak büyük ölçüde keşfedilmeyi sürdürmektedir. Sosyo-ekonomik kalkınma için kültür ve ekonomi arasındaki işbirliği ve karşılıklı ilişkinin ayrıntılı bir şekilde açıklanması zorunludur. Bundan dolayı miras yönetimi ve kültür sektörleri uzmanlarının bir arada ve işbirliği içinde çalışmaları gerekmektedir. Ülkeler, kültürel miraslarını toplamak ve geliştirmek için yeni program ve mali kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu kapsamda kültür turizmini, öz sanatları, kültürel ve yaratıcı endüstrileri içeren kültür sektörleri, temel kaynaklar olarak değerlendirilmelidir.

Bu çalışmada, kültür ekonomisi ve kültür endüstrileri ile kültürel miras yönetimi arasındaki ilişki incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler— *Kültürel Ekonomi, Kültürel Miras, Yönetim*

CULTURAL HERITAGE MANAGEMENT IN THE SCOPE OF CULTURE AND ECONOMY RELATIONS

Abstract

Tourism plays a key role in the development and competitiveness of many regions. Despite the increasing debate in literature on cultural heritage- and tourism-based clusters for regional competitiveness, the relation between cultural heritage and competitiveness remains vastly unexplored, especially with respect to the mediating role played by tourism. For socio-economic development, cooperation and mutual relations between culture and economy must be explained in detail. Therfore, it's emphasized that the experts of cultural sectors and cultural heritage management should cooperate closely and tightly. Countries beginning to improve their cultural heritage need new programmes and approaches and also founds. In this scope, cultural sectors including cultural tourism, core arts, cultural industries and creative industries must be accepted as the main sources.

In this study, the relations between cultural economy and cultural industries with cultural heritage management are studied carefully.

Keywords— *Cultural economy, Cultural Heritage, Management*

[1] Doç.Dr, Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Türkiye Email: muratakten@sdu.edu.tr

2 Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Eğirdir Meslek Yüksek Okulu, Park ve Süs Bitkileri Programı, Türkiye, Email: sibelakten@isparta.edu.tr

Arş.Gör, Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Türkiye Email: mertakoglu@sdu.edu.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Stratejik Maliyet Ve Performans Yönetim Sistemlerinin Kurumsal Karne Modeli İle Entegrasyonu: Bir İçecek İşletmesi Örneği[1]

Hakan VARGÜN[2]

Özet

Bu çalışmada Kurumsal Karne (KK) modeli ile Ekonomik Katma Değer (EKD) modeli, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM) sistemi ve Faaliyet Tabanlı Yönetim (FTY) modeli entegrasyonunun işletme performansının geliştirilmesi açısından fayda sağlayıp sağlamayacağı ve ayrıca söz konusu entegrasyonun işletme yöneticilerinin alacakları stratejik kararlar üzerinde etkili olup olmayacağı araştırılmıştır. Bu doğrultuda yönetsel modeller öncelikle teorik olarak açıklanmış, daha sonra söz konusu entegrasyon perspektifinde örnek bir sanayi işletmesinde uygulamaya yer verilmiştir. Yapılan uygulama ile öncelikle yönetsel modellerin birlikte kullanılmasının mamül maliyetlerinin daha doğru analiz edilmesine ve işletme performansının daha doğru ölçülmesine imkân verdiği görülmüştür. Ayrıca söz konusu entegrasyon aracılığıyla sağlanan bilgilerin yöneticilerin alacakları stratejik kararlar üzerinde etkili olduğu ve işletme performansı hedeflerinin daha doğru şekilde belirlenmesini mümkün kıldığı anlaşılmıştır. Özetle işletmelerde değer yaratma, stratejik amaçlara ulaşma ve rekabet avantajı kazanma konusunda KK modelinin stratejik maliyet ve performans yönetim modelleri ile entegre bir şekilde kullanılması işletme başarısının daha sağlıklı okunmasına katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler— *Stratejik Maliyet Yönetimi, Stratejik Performans Yönetimi, Ekonomik Katma Değer (EKD), Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (FTM), Faaliyet Tabanlı Yönetim (FTY) ve Kurumsal Karne (KK)*

INTEGRATION OF STRATEGIC COST AND PERFORMANCE MANAGEMENT MODELS WITH BALANCED SCORECARD MODEL: A BEVERAGE ENTERPRISE SAMPLE

Abstract

In this study, whether integration of Balanced Scorecard (BSC) with Economic Value Added (EVA), Activity Based Costing (ABC), and Activity Based Management (ABM) models is useful for improving business performance and whether this integration has an effect on strategic decisions taken by business administrators are examined. Accordingly, administrative models are explained theoretically and then it is decided to apply it to a sample industry enterprise from the mentioned integration perspective. As a result of this application, it is seen that combined use of administrative models lead to better evaluation of product costs and business performance. Moreover, it is understood that the information provided by this integration has an effect on strategic decisions and makes it possible to set better aims for business performance. To sum up, the use of Balanced Scorecard (BSC) integrated with strategic cost and performance management models contributes for more accurate evaluation of business performance in terms of value creating, achieving strategic aims and taking competitive edge.

[1] Bu çalışma Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı yayımlanmamış doktora tezinden türetilmiştir.

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası İşletmecilik Bölümü, Türkiye, hakanvargun@karabuk.edu.tr

Keywords— *Strategic Cost Management, Strategic Performance Management, Economic Value Added (EVA), Activity Based Costing (ABC), Activity Based Management (ABM) and Balanced Scorecard (BSC).*

JEL Classification Codes: *M1, M4*

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Borsa İstanbul'da Zombi Firmaların Varlığının Araştırılması

Emre KAPLANOĞLU[1], Canan YÜKÇÜ [2]

Özet

Giriş*: Zombi kelimesi korku filmlerinden aklımızda "yaşayan ölü" olarak kalan bir kavramdır. Son zamanlarda bu kavramın, uzun zaman önce kapanmış olması gerekirken halen ayakta duran firmaları tanımlayabilmek için sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Zombi firmalar görünüşte faal olan, ancak nakit akışlarının büyük bir kısmını sadece borçlarının faizini ödemek için kullanan firmalardır. Bankalar, bu firmaların borçlarını takibe düşürmek ve banka bilançolarının dışına çıkarmak yerine bu firmaların yeniden borçlanmalarını ve batık kredilerini yeniden yapılandırmayı tercih etmektedirler. Ancak bu verimsiz ve üretkenlikten yoksun firmalar daha üretken firmalara aktarılabilecek sermayeyi de tüketmektedirler. Dolayısıyla bu firmalar bir nevi yaşayan ölü-zombi gibi kendileri için taze kan sayılan nakit girişi devam ettiği müddetçe yaşamakta ve diğer yaşayan sağlıklı firmaların kaynaklarını tüketmektedirler.* ***Amaç****: Bu çalışmanın amacı, Borsa İstanbul imalat sanayinde faaliyet gösteren firmalar arasında zombi firma varlığının araştırılmasıdır.* ***Yöntem:*** *Borsa İstanbul imalat sanayi firmalarının 2008-2018 yılları arası araştırma dönemi olarak alınmış, faiz karşılama oranı ve Tobin Q oranından yararlanılarak araştırma yapılmıştır.* ***Bulgular:*** *Borsa İstanbul-İmalat sanayi firmalarının araştırma döneminde faiz karşılama oranlarının ve Tobin Q oranlarının farklılaştığı bulunmuştur.*

Anahtar Kelimeler— *Zombi firmalar, Borsa İstanbul, İmalat Sanayi*

The Investigation of Zombie Firms Existence in Borsa İstanbul

Abstract

Introduction: *The word "zombie" is a concept that remains "living dead" in our minds from horror movies. Recently, this concept has been used frequently in order to identify the companies that are still standing while they should be closed long ago. Zombie firms are apparently active, but only a large part of their cash flows are used to pay the interest of their debts. Instead of following the debts of these firms and moving them out of the bank's balance sheets, banks prefer to re-borrow these firms and restructure their sunken loans. However, these inefficient and unproductive firms also consume the capital that can be transferred to more productive firms. Therefore, these firms live as long as the cash inflow, which is considered as fresh blood and meat for the living dead-zombie, and they consume the resources of other living healthy firms.* ***Aim:*** *The aim of this study is to investigate the presence of zombie companies which is listed in Borsa İstanbul-Manufacturing Industry.* ***Method:*** *The research period was taken between the years of 2008-2018, interest coverage ratio and Tobin Q ratio are used for Borsa İstanbul-Manufacturing Companies.* ***Findings:*** *It has been found that interest coverage ratios and Tobin Q ratios differ in the research period of Borsa İstanbul-Manufacturing industry firms.*

Keywords— Zombie firms, Borsa İstanbul, Manufacturing Sector

JEL Classification Codes: *D22, D24, G33, E43*

[1] Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Bergama Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, İzmir/Türkiye, emre.kaplanoglu@ege.edu.tr
2 Öğr. Gör., Ege Üniversitesi, Ege Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, İzmir/Türkiye, canan.yukcu@ege.edu.tr

Scientific Research: Tips And Techniques

Prof. El Thalassinos

University of Piraeus, Greece

Affiliate Prof. University of Malta

What and How-

Try to find and read carefully all the relevant literature on the issue. Focus mainly on 15-20 papers and try to make clear WHAT the scholars found and HOW they did their study.

Select only recent research don't include articles older that 10 years unless they are pioneer articles or well known textbooks.

Start reading statistics and focus on Correlation, Regression, Structural Equation Modelling (SEM) and other relevant statistical methods.

Remember articles without empirical research is not eligible for publication except it is a literature review.

Make a copy of all the articles you have included in your research.

It is a good idea to provoke, if you have the knowledge, an article sending your research to the same journal where this article is coming from.

Be careful which journal you will select. If your article is rejected at once you loose the courage to make corrections. However if your article is accepted with revisions we could make it by trying more. Follow the template of this journal from the very beginning, style, fonds, page margins, tables, figures, references etc.

Literature Review

Start focusing on the literature review (perhaps you find more material) and write section 2 – Literature Review.

Keep in mind that in section 2 we mainly explain the basic concepts of the issue and moreover, we present WHAT the other scholars found (just the results).

Summarise the section by indicating the main studies you're going to employ for the methodology development.

Try to link the summary of section 2 with the introduction of section 3 which is the methodology.

Section 2 – Literature Review is now ready.

Be careful when you make a reference in your text to be in this section as well.

Section 2 cannot be too short neither too long. A 20-25% of the research as literature review is considered quite good for a research article except it is an article reviewing others.

Section 2 has no tables, figures, appendices. It summarizes what other scholars have done. You are aloud to make comments at the end introducing your ideas what method you are going to follow and why.

Methodology

Section 3 – Methodology. Start with an introduction linked with the summary of section 2. Present HOW the other scholars conducted their studies and select the most important parts of each methodology to develop your own. Try to develop the Research Model and clearly present the Hypotheses. Explain how you're going to test them and in case you'll develop a questionnaire please discuss it here and fully present it in the appendix. Keep in mind that this section is the most important in your research. Everything else from this point depends on the methodology used.

You don't have to be very analytical on simple issues. You present the proposed methodology based on your assessment and your comments regarding the results of the other scholars as presented in section 2.

On the other hand don't take everything given. Readers may need more explanation on certain parts of the proposed methodology.

Explain why this methodology fits well to your data set, or the questionnaire, or the time series we have selected.

Having decided about the methodology go on and conduct your research. If it is based on a market research distribute the questionnaires or retrieve the financial data.

Evaluate the answers (from the questionnaires) or the data (from primary sources).

Make the statistical tests, present them on tables and figures, make comments, comparisons and critics and write section 4 – Empirical Results.

Section 4 – Empirical Results.

The most important part of your article. Compare your results with other studies mentioned in section 2. You must explain why your results are not similar with others. A different methodology or a different dataset may lead to different results however you have to support it. Good econometric (quantitative) techniques are required for high quality results able to contradict existing theories or empirical evidence. This section can be presented in sub-sections if it is possible to classify the results in several sets.

Concluding Remarks and Recommendations

Review sections 2 – 4 and write section 5 - Concluding Remarks and Recommendations. (see next page)

Then write section 1 – Introduction. Here you will:

(a) Clearly present the Aims and Objectives of your study;

(b) Give a brief hint on the main issues of your study (what they are, how they have been evolved during the past years, etc.);

(c) Describe what you did (and not what you're going to do) in the following sections 2-5 and clearly explain the main steps;

(d) Summarise the section by making clear to the reader what he/she is going to see in your study.

Section 5 is the overall picture of your article. Make concreate conclusions based on your results, the methodology used, the limitations regarding the method, dataset, market research, availability of data etc. In this section it is also important to present recommendations for future research and possible ways for the practical use of your study whenever is possible.

Limitations are considered an interesting part in this section especially if your intention is to criticize similar studies with different results.

Before you submit your work for publication spent some time to find the correct journal. Make sure this journal has the requirements to accommodate your research with the formalities you are looking for. Read carefully the instructions for authors and try to make your manuscript exactly the same as the template used by the journal. Correct the article in terms of grammar, language, style, fonts, tables, figures etc. Apply and be patient. Evaluation usually takes time.

Bibliography

How to write the Bibliography

Journals

Black, F. 1972. Capital Market Equilibrium with Restricted Borrowing. Journal of Business, 45(3), 444-455.

Biddle, G.C., Bowen, M.R. and Wallace, G.H. 1997. Does EVA Beat Earnings? Evidence on Associations with Stock Returns and Firm Values. Journal of Accounting and Economics 24(3), 301-336.

Books

Evibar, A. 1998. Economic Value Added: The Real Key to Creating Wealth. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Fisher, I., Stown, F. 1930. The Theory of Interest. London: The MacMillan Company.

Chapters in books

Devis, F., Fisher, G. 2017. The Cost of Transaction in Mergers. In R. Robinson and H. Harris (eds) Mergers and Acquisitions, NY: MacMillan Company.

III. Congress of International Applied Social Sciences
Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi
C-iasos 2019 – Çeşme-İzmir-Turkey
04th-06th April 2019

Will Fintech Will Shape Our Future?

Coşkun KÜÇÜKÖZMEN[1]

Good morning,

I feel very honoured and privileged talking to a distinguished group of academicians and finance experts.

Before starting to my speech, I would like to thank Dr Ercan Ozen, Dr Hakan Boz and their organizing committee members for their valuable efforts organizing this exceptional congress here in Çeşme, the most famous holiday resort in western Turkey.

In his famous paper entitled "The Ten Commandments for Organizing a Conference", McAleer (2001) underlines the importance of location, and refers to Oxley's (2001) paper entitled "Hawai'i Conference on Business or Hawai'i Conference Business?", implying that while location is important, the quality of the work submitted is the key to success. I have no doubt today that you all have made your best efforts to submit and present highest quality and most valuable research findings.

Today, I will share my thoughts on the current and future of Financial Technology, known as FinTech. Let me start by adopting the definition given by the Basel Committee –the global regulatory and supervisory hub for banking. They define FinTech as the "technologically enabled financial innovation that could result in new business models, applications, processes, or products with an associated material effect on financial markets and institutions and the provision of financial services".

I would like to follow this with a question: Why FinTech? The concept of *demand-pull* is central to understanding the major transformation that the financial sector is undergoing now.

Currently:

- Three and a half billion (maybe more) in the world are either unbanked or underbanked, meaning they absolutely lack sufficient access to mainstream financial services and products (no financial inclusion),
- Underbanked individuals are restricted in terms of the kind of loans they can access, often paying much higher interest rates (and also vulnerable to being cheated or deceived due to lack of financial literacy),
- Finally, the remaining? two billion are not part of any formal banking system (no inclusion at all)

[1] Prof.Dr.,University of İzmir Economy, Turkey.

These numbers indicate the need, or *demand-pull*, for innovation in the financial sector. I would like to share with you an important article published in *Foreign Affairs* in 2014 by Jake Kendall and Rodger Voorhies. The title of the article is "the Mobile-Finance Revolution". The article starts with this statement: "The roughly 2.5 billion people in the world who live on less than $2 a day are not destined to remain in a state of chronic poverty. In Sub-Saharan Africa, 87% of people do not have a savings account. An even greater number of poor people lack access to formal credit or insurance products. The main problem is not that the poor have nothing to save -studies show that they do- but rather that they are not profitable customers, so banks and other service providers do not try to reach them. As a result, poor people usually struggle to stitch together a patchwork of informal, often precarious arrangements to manage their financial lives. The revolution starts with the information released by the World Bank: Today According to the World Bank, **mobile** signals now cover some 90 percent of the world's poor, and there are, on average, more than 89 cell-phone accounts for every 100 people living in a developing country. That presents an extraordinary opportunity: **mobile**-based financial tools have the potential to dramatically lower the cost of delivering banking services to the poor".

Furthermore, our planet currently faces some urgent societal issues that Fintech can help to address:

- In the next 15 years, 600 million new jobs will be needed to match population growth,
- Although small to medium-sized enterprises (SMEs) create four out of five new jobs, 95% of the world's SMEs lack adequate access to the financial system,
- This translates into 245 million SMEs who are not included in the banking system in a meaningful way.

All together, these factors create a credit gap of trillions of dollars, an extremely strong demand-pull for the transformation in the financial sector, which is currently underway.

Today **Robo-advisors,** namely digital investment interfaces, are providing investors with an automated (also supported by AI and machine-learning techniques) method of making investment decisions. This robo-advising has become an almost inevitable development in the asset management industry, and already holds over $2 trillion in assets under its management.

With so many opportunities driving disruption in the financial sector, it is impossible to resist the changes being brought about by Fintech. Rather than try to resist, individuals both within and outside of banking institutions should work together to create with new ideas and new ways to utilize the transformative powers of innovation in the financial sector.

Therefore, it would not be an exaggeration to call FinTech progress as the inevitable and uninterrupted integration of technology with finance. This perhaps the beginning of a long journey to creating a better world in the near future. No doubt, without our mobile phones for communication and other facilities provided by networks it would be much more time-consuming and difficult to attend this conference. From the finding the venue via Google maps, choosing hotels, restaurants and sights to see, reserving your flight, sending instant photos and videos, and also making last minute changes are possible thanks to our mobile access to our bank accounts. As you all know, banks are the main institutions driving the adoption, implementation, development and distribution of tech-driven innovations. If my memory is not

falsifying me, I remember, an advertisement by Akbank a private bank in Turkey, when their TV commercial in the evening announced (more than a decade ago): "send an SMS to a four-digit number with your full name and citizenship number and see your credit limit". You type your information and send it and then in less than two minutes, you receive a reply informing you whether if you are entitled a consumer loan, and the maximum amount with variable payback periods. It was a revolution in banking, but within a week, nearly all banks started to provide this service to their customers! Banks are the fastest copycats, developers and transformers of technology. We should also keep in mind that banks are now highly dominated by engineers in various fields, and quant traders, mainly from analytical disciplines. The incredibly fast journey over the last fifty years has taken us from cheques to non-bank money transfer via cryptocurrencies and the blockchain [*FinTech Evolution, Ashta & Biot-Paquerot (2018)*]. What is next? God knows, but for sure we are at the beginning of mew FinTech era.

Dear participants, the technology aspect of FinTech is very attractive and inviting. However, what about the risks? The operating environment is full of risks and leaving all of our assets to technology seems to be potentially highly dangerous. Then, we should raise another vital question also raised elsewhere: ***How might the innovations of Fintech disrupt regulation in the financial sector?***

Fintech, furthermore, offers new regulation technologies, known as *RegTech*, that also promise to disrupt existing practices in the financial sector. Let me briefly share with you the key points of RegTech, cited elsewhere:

- RegTech has unleashed a wave of new technologies, affecting areas of banking such as *compliance*,
- These areas are traditionally highly dependent on human capital and the rather obscure knowledge of banking rules and regulations,
- Because of RegTech, this labour and knowledge function is now being taken over by *Artificial Intelligence* (AI) technologies and the application of network systems such as blockchain,
- These innovations dramatically reduce costs, and increase the speed with which organizations can respond to regulation, and engage with relevant authority bodies

Finally yet importantly, I give utmost importance to regulatory environment, since this is the meeting point of law and tech, by which I mean legal issues with the cyber-tech. Cyber-law, is now emerged as a new discipline, which will receive increasing attention at universities. .

Distinguished guests, the majority of academic work is focused on the impact of FinTech, which is a growing academic field. . Many studies are descriptive and provide statistics related with the development of FinTech through the digitalization of financial services. Soon we will witness the dramatic change of the nature of financial services, which will bring an explosion in the number of articles in this area. Leaving you with that thought, I would like wish you all a fruitful conference and relaxing time here in the most famous holiday destination, Çeşme.