



İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERDE ARAŞTIRMA VE DEĞERLENDİRMELER

MAYIS 2021

CİLT 3

EDİTÖR

DOÇ.DR. KEMAL VATANSEVER

YAZARLAR

İNCİ SANDALCI

ULVİ SANDALCI

MUHAMMET ÖZCAN

TOLGA YEŞİL

ARZU TUYGUN TOKLU

SABAHATTİN ÇETİN

YAHYA FİDAN

FEZA SOLAK TUYGUN

EMRE NALÇACIGİL

A. FATİH ÖZYILMAZ

YASİN TAŞPINAR

ALİ ŞAHİN

ŞULE YILDIZ

SEMA AKPINAR

SADULLAH ÇELİK

MELİKE TURHAN

SELÇUK KAHVECİ

İmtiyaz Sahibi / Publisher • Yaşar Hız
Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • Eda Altunel
Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Gece Kitaplığı
Editör / Editor • DOÇ.DR. KEMAL VATANSEVER
Birinci Basım / First Edition • © Mayıs 2021
ISBN • 978-625-7411-64-6

© copyright

Bu kitabın yayın hakkı Gece Kitaplığı'na aittir.

Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin
almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

The right to publish this book belongs to Gece Kitaplığı.

Citation can not be shown without the source, reproduced in any way
without permission.

Gece Kitaplığı / Gece Publishing

Türkiye Adres / Turkey Address: Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak

Ümit Apt. No: 22/A Çankaya / Ankara / TR

Telefon / Phone: +90 312 384 80 40

web: www.gecekitapligi.com

e-mail: gecekitapligi@gmail.com



Baskı & Cilt / Printing & Volume

Sertifika / Certificate No: 47083

İktisadi ve İdari Bilimlerde Araştırma ve Değerlendirmeler

Mayıs 2021

Cilt 3

EDİTÖR

DOÇ.DR. KEMAL VATANSEVER

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 31

ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ VE TOPSİS YÖNTEMLERİ İLE
VERGİSEL İŞLEMLERDE BİLGİ SEÇİMİ

İnci SANDALCI, Ulvi SANDALCI1

BÖLÜM 32

YABANCI YATIRIMCI İŞLEM HACMİ İLE HİSSE SENEDİ
FİYATLARI İLİŞKİSİ: BORSA İSTANBUL ÜZERİNE BİR
UYGULAMA

Muhammet ÖZCAN25

BÖLÜM 33

LOJİSTİKTE KALİTE(SİZLİK) MALİYETLERİ VE YEŞİL
LOJİSTİK

Tolga YEŞİL51

BÖLÜM 34

KONAKLAMA SEKTÖRÜ İÇİN YEŞİL ÜRETİMİN ÖNEMİ:
YEŞİL OTEL KAVRAMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Arzu TUYGUN TOKLU67

BÖLÜM 35

BİLİŞİM SEKTÖRÜNDE ÖRGÜTSEL ÖĞRENME YENİLİK
PERFORMANSI İLİŞKİSİ

Sabahattin ÇETİN, Yahya FİDAN89

BÖLÜM 36

ÖRNEK ÜLKE UYGULAMALARI İLE ÇIKAR GRUBU
SİSTEMLERİ

Feza SOLAK TUYGUN 111

BÖLÜM 37

İŞ YAŞAMINDA DUYGUSAL ZEKÂ

Emre NALÇACIGİL, A. Fatih ÖZYILMAZ143

BÖLÜM 38

VATANDAŞLARIN DEVLET ALGISININ BİÇİMLENDİRİLMESİNDE ETKİN DEVLET İLKELERİ

Yasin TAŞPINAR, Ali ŞAHİN169

BÖLÜM 39

PANDEMİ DÖNEMİ MUHASEBE EĞİTİMİ: TEORİK BİR BAKIŞ

Şule YILDIZ, Sema AKPINAR197

BÖLÜM 40

VERİ ÜRÜNÜ: ÖNERİ SİSTEMLERİ

Sadullah ÇELİK215

BÖLÜM 41

FİRMALARIN İNOVASYON BAKIŞ AÇILARI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Melike TURHAN241

BÖLÜM 42

DENİZ İŞLETMECİLİĞİNDE YÖNETİM VE ORGANİZASYON

Selçuk KAHVECİ261

Bölüm 31

ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ VE TOPSİS YÖNTEMLERİ İLE VERGİSEL İŞLEMLERDE BİLGİ SEÇİMİ

İnci SANDALCI¹
Ulvi SANDALCI²

1 Araş. Gör. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, orcid no: 0000-0003-4995-8482 , inci.agacan@dpu.edu.tr

2 Araş. Gör. Dr., Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, orcid no: 0000-0003-1527-0815 , ulvi.sandalci@dpu.edu.tr

1. GİRİŞ

Kamu gelirleri arasında önemli bir paya sahip olan vergiler devlet için olduğu kadar mükellef için de önem arz etmektedir. Devlet tarafından kamu harcamalarının finansmanı olan mali amaç yanında mali olmayan amaçlar kapsamında öneme sahip olan vergiler, bireyler tarafından da gelir, servet ve harcamaları üzerinden kamuya aktardıkları maddi bir kaynak olması açısından öneme sahiptir. Buna göre bireyler vergi mevzuatı kapsamında karşılıksız ve zora dayalı olarak maddi varlıklarının bir kısmını kamuya aktarmaktadır. Söz konusu aktarımın nasıl, ne şekilde, hangi oranda, hangi amaçla vb. olacağı ise tamamen ülkelerin sahip oldukları vergi mevzuatı temelinde kurulan vergi sistemlerine bağlıdır. Mükellefler de vergi mevzuatı uyarınca yükümlü oldukları ödevler ile sahip oldukları haklar hakkında vergi sistemlerinde yer alan belli başlı bir takım yasal veya idari düzenlemeler ile bilgi sahibi olabilmektedir. Buna göre vergi sistemlerinin farklılığından kaynaklı olarak mükelleflerin hangi haklara sahip olduğu veya yerine getirmek zorunda oldukları hangi yükümlülükler olduğu ile ilgili farklı bilgi kaynakları mevcuttur. Bu kaynakların çeşitliliği, kolay erişilebilirliği, düşük maliyetli oluşu, yasal bir mevzuat güvencesi altında olması, herkese açık olması vb. etkenler mükelleflerin vergi ile ilgili işlemlerinde daha etkin ve verimli hareket edebilmesine katkı sağlayacaktır. Bu katkı da şüphesiz gelir kaynaklarının önemli bir kısmını vergilerin oluşturduğu gelir idarelerinin gelirlerini eksiksiz olarak ve zamanında tahsil etmesine zemin hazırlayacaktır. Ayrıca mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili olarak birçok bilgi alma seçeneklerine sahip olması temel mükellef haklarından olan, hatta vatandaşlık haklarından olan bilgi edinme hakkının da bir gereğidir. Netice itibarıyla mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili olarak birçok bilgi alma yoluna sahip olması ve bu yolların ne şekilde, ne ölçüde, ne kadar bir sürede ve hangi güvence altında kullanabileceği başta vergi gelirlerinin eksiksiz ve zamanında tahsili olmak üzere, vergi uyumu, mükellef hakkı, etkin ve verimli bir vergileme ve vergi sisteminin oluşumuna katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda çalışmada mükelleflerin bilgi alma araçları ile bu araçların belli kriterler altında tercih nedenleri araştırılmıştır. Çalışmada öncelikle Türk vergi sisteminde mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili olarak bilgi sahibi olabilecekleri araçlara değinilmiştir. Sonrasında ise konuyla ilgili yazında yapılmış çalışmalara yer verilmiş ve analiz kısmına geçilmiştir. AHP ve TOPSIS yönteminin uygulandığı çalışmada kriterler olarak zaman, alışkanlık, güven, maliyet, kolaylık (basitlik) ve işlem yoğunluğu kullanılmıştır. Alternatifler ise vergi danışmanı, e-maliye, vergi dairesi, vergi ile ilgili diğer siteler, çevre, yardımcı kaynaklar ve ana kaynaklar ele alınmıştır.

2. MÜKELLEFLERİN BİLGİ EDİNME ARAÇLARI

II. Dünya savaşı sonrası dönemde önemli bir kısmı yürürlüğe konulan vergi kanunlarının günümüzdeki hükümleri göz önüne alındığında geniş ölçüde mükelleflerin yükümlülüklerine yer verildiği görülmektedir. Her ne kadar bu durumun oluşmasında verginin bir yükümlülük, zorunluluk olması kaynaklık etse de dünyada yaşanan temel ekonomik ve sosyal alandaki değişimler gelir idarelerinin mükelleflere bakışlarında değişikliklere neden olmuştur. Bu değişikliklerin bir neticesi olarak günümüzde mükellefler artık belirli yükler yanında haklara da sahiptirler (Mükellef Hizmetleri Temel Teknikleri, 2007, s. 46). Mükellef hakları, yerleşik ilkeleri ve temel insan haklarını kapsayan uluslararası kolektif anlayıştan daha kapsamlı insan hakları olarak değerlendirilmelidir (Sawyer, 2000, s. 1346). Hukuk düzeninin yeterince yerleşmiş olduğu ülkelerde, mükelleflere devletin vergi toplama yetkisine karşın belirli haklar tanınmış ve bu haklar çeşitli düzenlemeler ve kanunlar kapsamında güvence altına alınmıştır. Demokrasinin gelişmesinin bir ayağı olan vergi sistemlerinin gelişmesi ile, mükellef haklarına sadece mevzuatın oluşması aşmasında değil, aynı zamanda uygulama aşamasında özen gösterilmeye başlanmıştır. Bu yönüyle mükellef haklarıyla birlikte her türlü insan haklarından etkin, kaliteli ve verimli hizmet edebilme aşmasına kadar özen gösterilmeye başlanmıştır. Bu nedenle vergi idareleri de mükellef haklarının korunması amacıyla çeşitli ilke ve standartlar oluşturmakta, aynı zamanda uluslararası standartlara uygun olarak ortaya çıkan ilke ve standartları benimsemektedirler (Öner, 2016, s. 175).

Mükellef haklarının genel kabul edilmiş tanımı olmasa da, genel olarak bu kavramın mükellef veya vergi kanunlarıyla ilişki içinde olan kişiler için kullanıldığı kabul edilmektedir. “Hak”, bireyin ekonomik ve toplumsal düzende veya kanunlar karşısında mevcut durumunu muhafaza edecek şekilde davranmasını sağlayacak yetkilere sahip olması olarak ifade edilmektedir (Çetin & Gökbunar, 2010, s. 23). Bu nedenle mükellef hakları da genel olarak, vergisel işlemler nedeniyle idare ile mükellef arasındaki hukuki süreçte mükellefe tanınan haklar olarak tanımlanabilmektedir (Gökbel, 2000, s. 9). Türkiye’de mükelleflerin sahip olduğu haklar; genel haklar ve özel haklar olmak üzere iki ana başlık altında sıralanmakla (Sandalcı, 2020, s. 202) birlikte bunlardan en önemlisi bilgi edinme hakkıdır. Bilgi edinme hakkı, hak ve özgürlüklerin ifa edilmesi açısından en önemli temel haklar arasında yer almaktadır (Yurtsever & Buran, 2012, s. 50).

Bilgi edinme hakkı, demokrasi ve hukukun üstünlüğünün sağlanmasının bir gereği olmakla birlikte, yönetimin işlemlerini şeffaf bir şekilde sunmak ve halkın denetimine açmak amacıyla devlete karşı duyulan kamusal güvenin tesisi için önem arz etmektedir (Akarca & Şafak, 2008). Şeffaflık ve açıklık, ülkelerin siyasi rejim veya yönetim şekillerine göre

değişiklik gözetse de, karar alma süreçlerinin belirli usul ve esaslara dayanması, halkın gizliliği olmayan bilgi ve belgelere erişiminin kolay olması, yönetim sürecine vatandaşın katılımının açık olması unsurlarını içermektedir (Ağar, 2012, s. 366). Daha basit ifadeyle bilgi edinme hakkı, bireylerin kamu kurum ve kuruluşlarının iş ve işlemleri dolayısıyla sahip oldukları bilgilere bireylerin erişim hakkını ifade etmektedir. Bu hak aynı zamanda ilgili mevzuat dahilinde, açık olan bilgi ve belgelere erişimin yanı sıra, mükellefin idareye yapacağı bilgi edinme hakkı başvurularını da kapsamaktadır. Bilgi edinme hakkı vasıtasıyla devlet ve birey arasındaki iletişim kanallarının açık olması, devlet ve birey arasındaki mesafeyi azaltmakta, devlete güveni artırmakta ve bireyin devlet idaresine yabancılaşmasının önüne geçmektedir (25 Soruda Bilgi Edinme Hakkı, 2015, s. 7-8). Türkiye’de bilgi edinme hakkı, 2003 yılında 4982 Sayılı Kanun ile kabul edilmiş ve 2004’te uygulamaya konmuştur. 4982 sayılı Kanuna göre, mükellefler vergiye dair her türlü iş ve işlemler hususunda vergi idaresinden bilgi isteyebilmektedir. İlgili Kanun uyarınca bilgi edinme hakkı başvuruları, kamu kurum ve kuruluşları ile kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşlarının sahip oldukları her türlü kayıtlı veriyi ve yazılı, basılı veya çoğaltılmış dosya, evrak, kitap, dergi, broşür, etüt, mektup, program, talimat, kroki, plân, film, fotoğraf, teyp ve video kaseti, harita, elektronik ortamda kaydedilen her türlü bilgi, haber ve veri taşıyıcılarını talep etme hakkını içermektedir (Vergi Dosyası, 2019).

Vergi mükellefleri de vergisel işlemlerle ilgili güncel bilgilere ulaşma imkanına sahip olmakla birlikte, bilgi alma başvuru hakkına da sahiptirler. Vergisel anlamda bilgi alma hakkı, mükellefin kendisiyle ilgili bilgileri, kamu idaresinden talep etme hakkını da kapsamaktadır (Egeli & Dağ, 2012, s. 133). Mükelleflerin vergileme süreci, vergi yükümlülükleri veya hakları, vergi uyuşmazlıkları, yani vergi ile ilgili her türlü iş ve işlemlerle ilgili olarak Bilgi edinme kanunu kapsamında bilgi sahibi olabilmelerinin yanında diğer bir bilgi alma hakkı da dilekçedir. Dilekçe yoluyla kamu kurumlarına başvuru bilgi edinme sınırları içerisinde sadece bilgi ve belge teminine ilişkin bir hak olduğu için buna yönelik hüküm ve sonuçları vardır (Bayrakçı, 2016, s. 179). Anayasal bir hak olan dilekçe hakkı mükelleflere, 3071 sayılı Dilekçe Hakkının Kullanılmasına Dair Kanun hükmünce dilek, istek, şikâyet ve ihbarlarını kamu kurum ve kuruluşlarına iletebilmesine olanak sağlamaktadır (25 Soruda Bilgi Edinme Hakkı, 2015, s. 10). Nitekim kanunun 3. Maddesinde “Türk vatandaşları kendileriyle veya kamu ile ilgili dilek ve şikâyetleri hakkında, Türkiye Büyük Millet Meclisine ve yetkili makamlara yazı ile başvurma hakkına sahiptirler” denilerek bu durum açıkça hüküm altına alınmıştır. Bu kapsamda mükellefler vergisel işlemler ile ilgili olarak dilekçe ile gelir idaresi veya diğer ilgili kurumlara başvurabilmektedirler.

Mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili olarak bilgi sahibi olabilecekleri bir başka yol da özeldir. Mükelleflerin tereddüde düştükleri vergisel işlemler ile ilgili izahat isteme hakkı olan Özelge, 4962 sayılı Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Vakıflara Vergi Muafiyeti Tanınması Hakkında Kanun ile 2003 yılında VUK'da 413. madde ile yer almıştır. Söz konusu maddede “Mükellefler, Gelir İdaresi Başkanlığından veya bu hususta yetkili kıldığı makamlardan, vergi durumları ve vergi uygulaması bakımından müphem ve tereddüdü mucip gördükleri hususlar hakkında yazı ile izahat isteyebilir.” hükmü yer almaktadır. Kanun hükmünden de anlaşılacağı üzere mükellefler vergi ile ilgili işlemleri hakkında idareden bilgilendirici açıklama isteyebilmektedirler. Bu kapsamda özeldir, mükellef veya vergi sorumlularının vergi kanunlarını yeterince anlayamadığı veya vergisel konularda tereddütte düştükleri hususlarda, idarenin vergi kanunlarını açıklamak veya yorumlamak suretiyle mükellefi bilgilendirmeyi veya mükellefin tereddütlerini gidermeyi amaçlamaktadır (Sandalcı, 2020, s. 127).

Mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili olarak bilgi alabilecekleri bir diğer yol da Gelir İdaresi Başkanlığı bünyesinde kurulan Vergi İletişim Merkezi Müdürlüğü (VİMER)'dir. VİMER uygulaması 2007 tarihinde mükelleflerin vergiye ilişkin konularda güncel ve doğru bilgilere ulaşmasını sağlamak amacıyla faaliyete başlamıştır (GİB 2019 faaliyet raporu, 2020, s. 64). Mükellefler 189 numaralı telefon hattını arayarak borç sorgulama, borç bildirim hizmeti ve mükellef geri bildirim sistemi başta olmak üzere birçok vergi ile ilgili bilgileri edinebilmektedirler. Bununla birlikte, mükelleflere ait bilgilerin veya sistem kullanıcılarının sorgulama yaparak cevap almasını sağlayan Kısa Mesaj Bilgilendirme Servisi (KMBS) hizmeti hayata geçirilmiştir. KMBS ile mükellefler 1189 numarasına mesaj atarak vergi borçlarına ilişkin bilgiyi isteyebilmektedirler. KMBS sistemi aynı zamanda, mükellefin vadesi yaklaşan borçları hakkında bilgilendirilmesi, e-tebligat sistemi üzerinden gönderilen belgelere ilişkin mükellefin bilgilendirilmesi ve mükelleflerin vergi mevzuatında yer alan hak ve ödevleri konusunda tam, doğru ve zamanında bilgilendirilmesine olanak sağlamaktadır (GİB 2019 faaliyet raporu, 2020, s. 65). Tüm bunlarla birlikte gelir idaresi bünyesinde mükelleflerin vergisel konularla ilgili bilgi almalarını sağlayıcı İnteraktif Vergi Danışmanı, İnteraktif Vergi Dairesi, İnternet Vergi Dairesi gibi Vergi Dairesi Otomasyon Uygulamaları, Kitapçık, Broşür basılması gibi birçok faaliyet vardır. Bu faaliyetlerin amacı mükellefleri bilgilendirmektir. Bu amaç kapsamında da uygulamada mükellefler bu hizmetlerden vergisel konular ile ilgili bilgiler edinmektedir.

Mükelleflerin vergisel konularla ilgili bilgi edinme yollarından bir diğeri de vergisel konularda uzmanlaşmış kimselere başvurmaktadır. Mükellefler ya doğrudan ya da gelir idaresinin sunmuş olduğu bilgi hizmetlerinden

sonra yine de anlayamadığı ya da tereddüte düştüğü konular ile ilgili olarak vergi konusunda uzmanlaşmış kimselerden yardım alabilmektedirler. Söz konusu uzmanların başında Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirler gelmektedir. Aynı zamanda vergi danışmanları da mükellefleri vergisel konularda bilgilendirme, yol gösterme ve mükellef haklarının korunması ve geliştirmesi hususunda onlara yardımcı olmaktadır. Mükellefi bilgilendirme süreci sadece idare tarafından yapılan duyuru ve yayınlarla sınırlı kalmamakta aynı zamanda SMMM ve YMM'ler tarafından yapılan duyuru vb. faaliyetleri de kapsamaktadır. SMMM ve YMM'ler mükellefin hak ve yükümlülükleri konusunda onları bilgilendirme, çeşitli eğitim ve bültenler aracılığıyla onlara yol göstermek ve mükellefin işlerine bakan personelin eğitilmesinden, güncel gelişmelerin takip edilmesine kadar birçok konuda mükellefin maruz kalabileceği hak kaybı veya yaptırımların önlemekle yükümlüdürler (Öner, 2016, s. 181). Ayrıca mükellefler söz konusu meslek mensupları haricinde vergi konusunda uzman olan avukat, akademisyen veya bağımsız denetçiler gibi diğer kimselerden de vergi ile ilgili konularda bilgi sahibi olabilmek için danışmanlık hizmeti alabilmektedir.

Mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili bilgi alma yollarından bir diğeri de ana kaynaklar ve yardımcı kaynaklardır. Ana kaynaklar daha çok başta Anayasa olmak üzere kanun, uluslararası vergi anlaşmaları, cumhurbaşkanlığı kararnamesi ve kararından oluşmaktadır. Yardımcı kaynaklar ise ana kaynakları açıklamaya yönelik çıkartılan yönetmelik, genel tebliğ, sirküler, doktrin, özge, genelge ve yargı kararlarından oluşmaktadır. Buna göre mükellefler söz konusu ana ve yardımcı kaynaklardan vergisel işlemleri ile ilgili bilgi sahibi olabilmektedirler. Bir diğer bilgi alma yolu da sosyal ve ekonomik hayatın olağan akışına uygun olarak mükelleflerin aile, arkadaş, iş çevresi veya 3. kişilerdir. Mükellefler kendi iş kolu ile aynı veya benzer ya da aynı vergi konusuna kapsamına giren iş arkadaşları ile vergi ile ilgili çeşitli yollarla bilgi sahibi olan aile/ arkadaş çevrelerinden çeşitli bilgiler edinebilmektedirler.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili konularda bilgi alma seçimlerine ilişkin maliye ve diğer yazında yapılmış çalışma sayısı fazla olmamakla birlikte yapılan çalışmalar da teorik kapsamda kalmıştır. Bu noktada aslında bu çalışma hem literatürdeki önemli bir boşluğu doldurma açısından hem de bundan sonraki çalışmalara yol göstermesi, kaynaklık etmesi açısından oldukça önem taşımaktadır. Literatürde mükelleflerin bilgi sahibi olabilecekleri yollar ile ilgili olarak yapılan çalışmalardan biri Bayrakçı (2016) tarafından yapılmıştır. Yapılan çalışmanın konusunu bir mükellef hakkı olarak bilgi edinme hakkı ve korunmasına yönelik başvuru yolları oluşturmaktadır. Hak bağlamında mükelleflerin kullanabileceği

araçlar olarak; VİMER, dilekçe ile başvuru, özelge otomasyonu sistemi, kısa mesaj bilgilendirme servisi ve e- posta bilgilendirme servisi, dilekçematik gibi diğer araçlara yer verilmiştir.

Egeli ve Dağ (2012) tarafından Türk vergi hukuku açısından mükellef haklarının değerlendirilmesine yönelik yapılan çalışmada mükellef hakkı olarak bilgi alma hakkına da değinilmiştir. Buna göre çalışmada “Vergi mükellefleri vergi sisteminin işleyişi ve vergilerinin tarh edilmesi konusunda güncel bilgileri elde etme hakkına sahiptirler. Mükellefler ayrıca, başvuru hakları da dahil olmak üzere tüm hakları konusunda bilgilendirilme hakkına da sahiptirler.” değerlendirilmesinde bulunulmuştur.

Orkunoğlu Şahin (2012) tarafından yapılan çalışmada, mükelleflerin bilgi alma yollarından biri olan bilgi edinme hakkı vergi mahremiyeti çerçevesinde incelenmiştir. Çalışma sonucunda Türkiye’de Bilgi Edinme Hakkı Kanunu (BEHK)’da vergi mahremiyeti kapsamında istenilen bilgilerin BEHK’nın kapsamı dışında olduğuna dair bir hüküm bulunmadığı halde, ilgili kanunun 9., 21. ve 23. Maddelerine istinaden bu bilgilerin ya paylaşılmadığı ya da mükellefin izni alınarak paylaşıldığı değerlendirilmesi yapılmıştır.

Ağar (2012) tarafından yapılan çalışmada mükelleflerin bilgi alma yollarından biri olan bilgi edinme hakkı vergi mahremiyeti kapsamında incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda 4982 sayılı kanundaki “ticari sır” kavramı ile bilgi güvenliği mevzuatı göz önünde bulundurularak vergi mahremiyetiyle ilgili 213 sayılı VUK’nun 5. maddesi ve 6183 sayılı kanunun 107. Maddesinin yeniden gözden geçirilmesi zorunlu olduğu değerlendirilmesi yapılmıştır.

Sandalcı (2020) tarafından mükellefin bilgi alma yollarından biri olan ve yardımcı kaynaklar arasında yer alan özelge konusunda yapılmış çalışmada özelgenin mükellefin korunması yönünde geliştirilerek, boşlukta kalan ve hukuki korumayı zayıflatan hükümlerin gözden geçirilmesinin uygulamanın etkinliğini artıracığı ifade edilmiştir. Bunu sağlamaya yönelik öneriler arasında özelgelerin cevaplama süresinin idareyi bağlayıcı şekilde kesin olarak açıklığa kavuşturulması, yani mükelleflerin vergi ile ilgili talep ettikleri bilgilere vakit geçmeden cevap verilmesi yer almaktadır.

Tekin ve Sökmen Gürçam (2016) tarafından İngiltere, ABD, Avustralya ve Kanada’da mükellef hakları ile ilgili olarak yapılan çalışmada; İngiltere’de idarenin mükellefi bilgilendirme zorunluluğunun İngiliz Mükellef Şartında (Taxpayer’s Charter), ABD’de mükelleflerin Ulusal Gelir Servisi (IRS) prosedürlerini, yayınlarını, anlaşmalarını, kanunlarda yer alan açıklamaları anlama hakkına sahip olduğu, Avustralya’da mükellefin her türlü bilgi ve belgeye vergi idaresi kanalıyla ulaşmaya hakkı olduğu ve Kanada’da ise, mükelleflerin kendilerini ilgilendiren

konularda açık ve sade bir dille doğru bir şekilde bilgilendirilme haklarına sahip olduğu ifade edilmiştir.

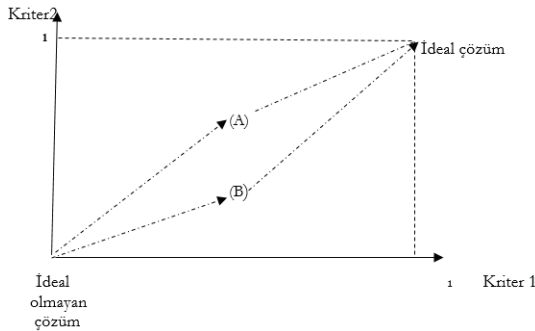
4. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın yöntemi olarak, birçok kriterin birlikte değerlendirilmesi yoluyla alternatiflere değer verme süreci olarak ifade edilen çok kriterli karar verme (ÇKKV) kullanılmıştır. Bu yöntem yardımı ile birden fazla ve aynı zamanda uygulanan alternatifler arasında en iyi olan seçilebilmektedir. Rasyonel karar alma süreçlerinde genellikle en çok tercih edilen seçim, amaçlar ve kısıtlar altında yapılmaktadır. Yaygın bir kullanım alanına sahip olan ÇKKV, teorik yapısındaki gelişme ve uygulama aşaması ile karar aşamasında çok hızlı bir gelişme göstermekte ve bu yönüyle kabul görmektedir (Karaatlı vd., 2015, s. 215). Tüm problemlerin birden fazla kriteri bulunan ÇKKV yönteminin karar aşamasında çok sayıda faktör olmasına rağmen karar verici en fazla önem verdiklerini kriter olarak atayabilmektedir. Kendisi için en uygun kriterleri belirleme aşamasında karar verici üç temel adımı göz önünde bulundurmalıdır. Bunlardan ilk adımda, kriterler belirlenerek önem derecelerine göre sıralanmalıdır. İkinci aşamada, alternatiflerin belirlenen kriterleri tatmin etme dereceleri tespit edilmeli ve tüm kriterler dikkate alınarak her alternatif için nihai değerlendirme yapılmalıdır. Son aşamada ise puanı en yüksek olan alternatif seçilerek süreç tamamlanmalıdır (Ersöz & Kabak, 2010, s. 99-100). Çok kriterli karar verme yöntemleri temel yöntemler (ağırlıklı toplam yöntemi (WSM) ve ağırlıklı çarpım yöntemi (WPM)), bir değerli sentezleme kriter yöntemleri (AHP, TOPSIS, gri ilişki yöntemi, çok kriterli fuzzy karar verme) ve geçiş yöntemleri (ELECTRE, PROMETHEE) olmak üzere 3 temel gruba ayrılmaktadır (Wang vd., 2009, s. 2274-2275).

Çok kriterli karar verme yöntemlerinden olan TOPSIS literatürde yaygın olarak kullanılmaktadır. Söz konusu yöntem bulanık MCDM problemlerine çözüm üretmek amacıyla genişletilerek geliştirildi (Wang & Elhag, 2006, s. 309). Yöntemin temeli alternatifler arasında en iyi çözüme en yakın ve en kötü çözüme en uzak mesafenin belirlenmesine dayanmaktadır (Zanakis vd., 1998). Yöntemin ana amacı seçilen alternatifin ideal çözüme en yakın negatif ideal çözüme ise en uzak olmasıdır (Chen & Chen, 2010, s. 2109-2110). Hwang & Yoon (1981) tarafından TOPSIS yöntemi yeni birçok kriterli karar verme aracı olarak önerilmiştir. Bu yöntemin temel dayanak noktası, her bir alternatifin sırasıyla en iyi ve en kötü performans gösteren alternatiflere olan mesafesine göre belirlenen pozitif ve negatif ideal çözümdür (Shyjith vd., 2008, s. 376). Pozitif ideal çözüm olarak da adlandırılan ideal çözüm, fayda kriterlerini / niteliklerini en üst düzeye çıkaran ve maliyet kriterlerini / niteliklerini en aza indiren bir çözümdür, anti-ideal çözüm olarak da ifade edilen negatif ideal çözüm maliyet kriterlerini / niteliklerini en üst düzeye çıkaran ve

fayda kriterlerini/niteliklerini en aza indiren çözümdür. En iyi alternatif, ideal çözüme en yakın olan ve dolayısıyla da negatif ideal çözüme en uzak olandır (Wang & Elhag, 2006, s. 310). Bundan dolayıdır ki, en iyi alternatif belirlenirken sadece pozitif ideal çözüme en kısa mesafeye değil, aynı zamanda negatif ideal çözüme en uzun mesafeye de bakılmaktadır. Kısacası, ideal çözüm tüm optimal kriter değerlerini, negatif ideal çözüm ise en az optimal kriter değerlerini içermektedir (Wu vd., 2008, s. 255). En iyi çözüme olan nispi yakınlık Pozitif İdeal Çözüm (PIS), en kötü çözüme olan nispi uzaklık ise Negatif İdeal Çözüm (NIS) olarak ifade edilmekte ve ikisinin kombinasyonu ile alternatifler oluşturulmaktadır. TOPSIS yönteminden yararlanarak hesaplama yaparken alternatiflerin bağımsızlığı şartı aranmamakta ancak tüm değerlerin sayısal ve ölçülebilir değer olması aranmaktadır (Karaoğlan & Şahin, 2018, s. 68).

TOPSIS yönteminin diğer doğrusal ağırlıklandırma ve AHP yöntemlerinden ayrıldığı ve belirleyici olduğu nokta, ulaşılan en uygun çözümün, pozitif ideal çözüme en yakın ve negatif ideal çözüme ise en uzak olan çözüm olmasıdır. Bu iki yönlü mesafe dikkate alınarak hem maksimize edilecek hem de minimize edilecek durumlar hesaba katılmakta ve bu şekilde en uygun çözüme ulaşılması amaçlanmaktadır (Özdemir & Seçme, 2009, s. 83). Bu sayede bu yöntem ile riskten kaçınan karar vericiler için uygun zemin hazırlanmaktadır. Buna ilişkin örnek verilecek olursa, A ve B olmak üzere iki alternatif arasından seçim yapılacağını varsayalım. Şekil 1’de A alternatifi pozitif ideal çözüme yakın ve negatif ideal çözümden B alternatifine göre daha uzak olduğu, B alternatifinin ise A’ya göre negatif ideal çözüme yakın ve pozitif ideal çözümden daha uzak olduğu görülmektedir. Bu varsayımlar altında karar verici, A alternatifini B’ye tercih etmektedir (Ishizaka & Nemery, 2013; Yıldırım & Önder, 2015)’den aktaran Demir, 2018, s. 6).



Şekil 1. Alternatifler Arasında İdeal ve İdeal Olmayan Çözüm

Kaynak: Demir, 2018, s.6

Bir çok kriterli karar verme yöntemi probleminin n sayıda alternatiflere (A_1, \dots, A_n) ve m sayıda karar kriterlere, (C_1, \dots, C_m) sahip olduğu varsayımı altında her alternatif, m sayıda kriterler açısından değerlendirmeye tabi tutulur. Her bir kriterle göre alternatiflere atanan tüm değerler, $X = (x_{ij})_{n \times m}$ ile sembolize edilen bir karar matrisi oluşturmaktadır. $W = (w_1, \dots, w_m)$, kriterler ile ilgili $\sum_{j=1}^m w_j = 1$ 'yi sağlayan nispi ağırlık vektörü olduğu (Wang & Elhag, 2006, s. 310) varsayımları ve alternatifleri altında TOPSIS yönteminin temel adımları aşağıdaki gibidir (Shyjith vd., 2008, s. 376; Wang & Elhag, 2006, s. 310):

Adım 1: Aşağıda yer alan denklem yardımıyla $X = (x_{ij})_{n \times m}$ karar matrisi normalize edilir.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^n x_{kj}^2}}, \quad i = 1, \dots, n; \quad j = 1, \dots, m \quad (1)$$

bu denklemde r_{ij} , normalize edilmiş kriterleri göstermektedir.

Adım 2: Ağırlıklı normalize edilmiş karar matrisini hesaplanır.

$$V = (V_{ij})_{n \times m} \quad (2)$$

$$V_{ij} = w_j r_{ij} \quad i = 1, \dots, n; \quad j = 1, \dots, m \quad (3)$$

w_j , jth kriterinin göreceli ağırlığıdır ve $\sum_{j=1}^m w_j = 1$.

Adım 3: İdeal ve negatif-ideal çözümler belirlenir.

$$A^* = \{v_1^*, \dots, v_m^*\} \quad (4)$$

$$= \{(\max_j v_{ij} | j \in \Omega_b), (\min_j v_{ij} | j \in \Omega_c)\} \quad (5)$$

$$A^- = \{v_1^-, \dots, v_m^-\} \quad (6)$$

$$= \{(\min_j v_{ij} | j \in \Omega_b), (\max_j v_{ij} | j \in \Omega_c)\} \quad (7)$$

Ω_b ve Ω_c , sırasıyla fayda kriterleri / nitelikleri ve maliyet kriterleri / nitelikleri kümelerini ifade etmektedir.

Adım 4: İdeal ve negatif ideal çözüm için her alternatifin ayrılması

İdeal çözümü ve negatif ideal çözümü belirledikten sonra, her alternatif için iki çözüm arasındaki mesafe aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır:

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^m (v_{ij} - v_j^*)^2}, \quad i = 1, \dots, n \quad (8)$$

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^m (v_{ij} - v_j^-)^2}, \quad i = 1, \dots, n \quad (9)$$

denklemlerinde gösterilen D_i^* , D_i^- , alternatiflerin performans puanları arasındaki mesafeyi tüm kriterlere göre ve tüm ideal ve negatif ideal çözümlere göre temsil etmektedir.

Adım 5: Her bir alternatifin ideal çözüme olan göreceli yakınlığın hesaplanması. D_i^* 'ya göre alternatif D_i^- 'nin göreceli yakınlığı şu şekilde tanımlanır:

$$RC_i = \frac{D_i^-}{D_i^* + D_i^-}, \quad i = 1, \dots, n \quad (10)$$

Adım 6: Alternatiflerin ideal çözüme göreceli yakınlıklarına göre sıralanması.

RC_i ne kadar büyükse, alternatif D_i^* o kadar iyidir. En iyi alternatif, ideal çözüme en büyük nispi yakınlığa sahip olandır.

TOPSIS yönteminin kullanılmasında kat edilen aşamalar bir bütün halinde adım olarak Şekil 2'de yer almaktadır. Çalışmada elde edilen veriler bu adımlardan geçirilerek en iyi ideal çözüme ulaşılmaktadır.



Şekil 2. TOPSIS Aşamaları

TOPSIS yöntemini oluşturan altı aşamaya Şekil 2'de yer verilmiştir. Şekil 2'de yer alan aşamalar genel olarak değerlendirildiğinde, karar matrisinin normalize edilmesi olarak ifade edilen ve tüm verilerin yer aldığı sistem, altıncı adıma kadar olan aşamaları takip ederek son aşamada analize uygun yakınlık değerlerini bulmakta ve bu şekilde sonuçlanmaktadır. Son aşamada ulaşılan yakınlık değerleri karar matrislerinde büyükten küçüğe doğru sıralanmakta ve bu sıralama ile en iyi performansı gösteren sonuca, yani alternatiflerin ideal çözüme göre yakınlıklarına ulaşılmaktadır (Erdoğan & Sağbaş, 2016, s. 65). ÇKKV yöntemleri arasında sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri olan TOPSIS yönteminin yaygın olarak kullanıldığı alanlar; bankacılık sektörü (sermaye yönetiminde örgütsel performans değerlendirilmesi, sigorta işletmelerinin

performans değerlendirmesi, hizmet kalitesinin değerlendirilmesi vb.), hizmet sektörü (otel işletmelerinin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, tesis yeri seçimi vb.), inşaat sektörü veya teknoloji firmalarının finansal performans ölçümü, otomotiv firmalarının performans değerlendirmesi olarak sıralanabilmektedir (Soba & Eren, 2011, s. 27-28).

08.12.2020 tarih ve 2020/11 toplantı sayılı Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu uygunluk-onay belgesine göre bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde bilim etiğine aykırı bir durum bulunmamaktadır.

5. ANALİZ VE BULGULAR

Mükelleflerin herhangi bir vergi ile ilgili işlemlerinde hangi bilgi kaynaklarına daha çok başvurduklarının araştırıldığı bu çalışmada analiz yöntemi olarak çoklu karşılaştırma kriterlerinden olan ve son yıllarda kamu ve özel sektör tercih belirlemelerinde sıkça kullanılmaya başlanan TOPSIS yöntemine başvurulmuştur. Mükelleflerin bilgi alma tercihlerinin TOPSIS yöntemi ile sınındığı çalışmada öncelikli olarak alternatif bilgi seçenekleri belirlenmiştir. Alternatifler belirlenirken konun uzmanı akademisyenler, ilgili mevzuat, uygulama alanı ile yazında konuyla ilgili yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır. Bunların neticesinde bilgi alma alternatifleri; çevre, vergi danışmanı, ana kaynaklar, vergi ile ilgili diğer siteler, vergi dairesi, yardımcı kaynaklar ve e-maliye olarak belirlenmiştir. Sonrasında ise mükelleflerin söz konusu alternatifler arasından vergisel işlemlerinde bilgi alırken hangisini daha çok tercih ettiğini tespit etmede yararlanmak üzere çeşitli kriterler belirlenmiştir. Yine kriterlerin belirlenmesinde konuyla ilgili uzman akademisyenler ve çeşitli akademik çalışmalardan yararlanılmıştır. Bu kapsamda çalışmada kullanılan kriterler; güven, zaman, maliyet, kolaylık (basitlik), işlem yoğunluğu ve alışkanlık olarak belirlenmiştir. Mükelleflerin kriterler altında alternatifler arasından vergisel işlemler ile ilgili bilgi alma seçimleri için ikili karşılaştırma anketinden yararlanılmıştır. Çalışmada ana kütleyi Kütahya’da ikamet eden mükellefler oluşturmaktadır. Gelir idaresi başkanlığı veri tabanından elde edilen en son verilere göre Kütahya’da gelir vergisi, gelir stopaj vergisi, G.M.S.İ., basit usulde vergilendirilen gelir vergisi, kurumlar vergisi ve katma değer vergisi faal mükellef sayısı 62.551’dir (GİB, 2021). Saunders vd. (2000) tarafından yapılan çalışmalarda %95 güven aralığında olması gereken minimum örneklem hacmi 100.000 kişilik bir ana kütle için 383’tür. Bu kapsamda ana kütle mükellef sayısı dikkate alındığında 383 kişilik bir örneklem hacmi çalışmanın güvenilirliği için gerekli olmasıyla birlikte çalışmada 409 kişilik örneklem hacmine ulaşılmıştır.

Tablo 1’de çalışmada kullanılan kriterler ve kodlarına yer verilmiştir.

Tablo 1. *Kriter Kodları ve Açıklaması*

Kriter Kodları	Kriterleri
K1	Maliyet
K2	Zaman
K3	Alışkanlık
K4	İşlem Yoğunluğu
K5	Güven
K6	Kolaylık (basitlik)

Tablo 2’de ise alternatifler ve kodlarına yer verilmiştir.

Tablo 2. *Alternatifler ve Kodlar*

Alternatif Kodları	Alternatifler
B1	Çevre
B2	Vergi Danışmanı
B3	Ana Kaynaklar
B4	Vergi dairesi
B5	Yardımcı Kaynaklar
B6	e-maliye
B7	Vergi İle ilgili diğer siteler

Çalışmada verilerin analizinde TOPSIS yöntemi için Microsoft Office Excel 2013, AHP yöntemi için Super Decisions 2.10.0 paket programından yararlanılmıştır.

5.1. Mükelleflerin Bilgi Alma Tercihlerinde TOPSIS Yönetimin Uygulanması

Mükelleflerin vergi ile ilgili işlemlerinde daha çok hangi alternatifi tercih ettiklerine ilişkin yapılan çalışmada kullanılan TOPSIS yönteminde, kavramsal açıklamasında da belirtildiği üzere, 6 adımdan geçilerek sonuca ulaşılmaktadır. Bu adımlar sırasıyla aşağıdaki gibi takip edilmektedir:

Adım 1: Karar Matrisinin Normalleştirilmesi

TOPSIS yönteminin ilk adımına karar matrisinin normalize edilmesiyle başlanmaktadır. Karar matrisi normalize edilirken sütunlarda yer alan her bir değer ilgili sütundaki değerlerin karelerinin toplamının kareköküne bölünmektedir. Tablo 3’de mükelleflerin farklı kriterler altında her bir alternatifte verdikleri değerlere ait verilerin karar matrisine yer verilmiştir. Karar matrisi oluşturulurken ankete katılan mükelleflere kriterleri, 1. Çok kötü, 2. Kötü, 3. Orta, 4. İyi ve 5. Çok iyi olacak şekilde her bir alternatif bilgi alma seçeneği altında değerlendirmeleri istenmiştir. Bu değerlendirmelerin sonuçlarının geometrik ortalamaları alınarak da karar matrisine ulaşılmıştır. Yani B1 alternatifinin değeri bulunurken ankete katılan mükelleflerin K1 kriterine göre verdikleri değerlerin geometrik

ortalaması hesaplanmıştır. Bu hesaplama B2 ve sonraki alternatifler ve kriterler için ayrı ayrı yapılmıştır.

Tablo 3. Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6
B1	3.7792	1.9286	1.9030	2.0784	1.8832	3.3043
B2	3.3337	3.7891	1.0892	3.9001	3.4233	1.8898
B3	3.7498	3.3154	3.8016	1.0741	3.8769	1.9717
B4	3.7340	3.8340	3.6444	2.1133	3.9149	2.3239
B5	1.7089	3.6711	3.7573	1.6504	3.7605	1.8367
B6	3.0841	2.1345	3.4041	3.4463	3.5460	3.8939
B7	1.6777	3.3271	3.7558	2.2013	3.7920	2.033

Tablo 3’de yer alan karar matrisinin TOPSİS yönteminin ilk adımı olan normalize edilmesi sonucu elde edilen normalize edilmiş karar matrisine tablo 4’de yer verilmiştir.

Tablo 4. Normalize Edilmiş Matris

	K1	K2	K3	K4	K5	K6
B1	0.4267	0.2116	0.2043	0.2799	0.1864	0.4239
B2	0.3763	0.4160	0.1169	0.5253	0.3389	0.2423
B3	0.4233	0.3639	0.4081	0.1446	0.3838	0.2529
B4	0.4216	0.4209	0.3913	0.2846	0.3876	0.2980
B5	0.1928	0.4030	0.4034	0.2222	0.3723	0.2355
B6	0.3482	0.2342	0.3655	0.4642	0.3511	0.4995
B7	0.1893	0.3652	0.4032	0.2965	0.3755	0.2570

Adım 2: Ağırlıklandırılmış Karar Matrisinin Hesaplanması

TOPSİS yönteminin ikinci adımı olan bu kısımda normalize edilmiş karar matrisleri kriter ağırlık değerleri ile çarpılarak ağırlıklandırılmış karar matrisi hesaplanmaktadır. Ağırlık katsayılarına ulaşmada AHP yönteminden yararlanılmıştır. AHP yönteminde her sorun için amaç, kriter, olası alt kriter seviyeleri ve seçeneklerden meydana gelen hiyerarşik bir model kullanılarak sonuca ulaşılmaktadır. Bu hiyerarşik modelin en üstünde bir amaç (en ekonomik teklifin seçimi); bu amacın altında ise sırasıyla kriterler ve seçenekler yer almaktadır. En ekonomik teklifin seçimi hiyerarşik bir model kapsamında belirlendikten sonra hiyerarşiye ait öğelerin görece üstünlükleri hesaplanır. Hesaplama yapılırken dikkate alınan değerler 1-9 arasındaki tek sayılardan meydana gelen önem skalası değerleridir. Bu skalada yer almayan 2, 4, 6, 8 gibi çift sayı değerleri ara değerleri oluşturmaktadır. Yani karar vericinin 1 ve 3 arasında kararsız kalması durumunda ara değer olan 2’yi kullanabilmektedir (Ersöz & Kabak, 2010, s. 110).

Karar verici, hiyerarşiyi kurup hiyerarşideki elemanların birbirlerine olan önemlerini ikili karşılaştırmalar yaparak tespit ettikten sonra yapılan

bu değerlendirmelerin tutarlılığını kontrol etmelidir. AHP çok kriterli karar verme yöntemi ile ikili karşılaştırmaların tutarlılıklarını ölçen bir oran kullanılarak yapılan ikili karşılaştırmalarda tutarsızlık olup olmadığı gözlenmektedir. Tutarsızlık olması durumunda karşılaştırmalar yeniden gözden geçirilmektedir. Bu sayede çok kriterli karar vermede etkin ve doğru bir karara ulaşılması sağlanmaktadır (Güner, 2005, s. 35). İkili karşılaştırma matrislerinde tutarsızlık bir dereceye kadar beklenebildiği için AHP yönteminde tutarsızlık oranı düzeyinin 0.10'dan küçük olması öngörülmektedir (Yüksel & Akın, 2006, s. 257). Söz konusu oranın 0.10'dan düşük olması ikili karşılaştırma matrisinin tutarlı, üstünde olması ise karar vericinin yargılarında tutarsızlık olduğunu göstermektedir. Böyle bir durum ile karşılaşıldığında karar matrisinin yeniden düzenlenmesi gerekmektedir (Çalış vd., 2016, s. 261). Super Decisions 2.10.0 paket program analizi ile yapılan ikili karşılaştırma matrisi sonuçlarına göre tutarsızlık oranı 0.03445 olarak bulunmuştur. Bu oran AHP yönteminin temel geçerlilik varsayımlarından olan 0.10 değerinden küçük olduğu için ikili karşılaştırma matrisi uygun tutarlılığı sağlamaktadır. Tablo 5'de AHP yöntemine göre hesaplanan kriterlerin ağırlık katsayıları (W) ve tutarsızlık oranı yer almaktadır.

Tablo 5. Kriter Ağırlık Katsayıları (W)

Kriterler	Ağırlık Katsayıları (W)
K1	0.03542
K2	0.38238
K3	0.04642
K4	0.38813
K5	0.05923
K6	0.08841
Tutarsızlık Oranı	0.03445

Kriterlerin ağırlık katsayıları normalize edilmiş karar matrisi ile çarpılarak ağırlıklandırılmış karar matrisine ulaşılmaktadır. Tablo 6'da ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi yer almaktadır.

Tablo 6. Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6
W	0.03542	0.38238	0.04642	0.38813	0.05923	0.08841
B1	0.015113	0.080911	0.009483	0.108637	0.011040	0.037476
B2	0.013328	0.159070	0.005426	0.203884	0.020073	0.021421
B3	0.014993	0.139148	0.018944	0.056123	0.022732	0.022358
B4	0.014933	0.160943	0.018164	0.110461	0.022957	0.026346
B5	0.006828	0.154099	0.018725	0.086242	0.022051	0.020820
B6	0.012333	0.089553	0.016966	0.180169	0.020795	0.044160
B7	0.006705	0.139645	0.018716	0.115080	0.022240	0.022721

Adım 3: İdeal ve Negatif İdeal Çözümlerin Belirlenmesi

TOPSIS yönteminin üçüncü adımı olan bu aşamda normalize karar matrisindeki her kriterin yer aldığı sütundaki maksimum değerler alınarak ideal ve minimum değerler alınarak da negatif ideal çözüm değerleri hesaplanmaktadır. Tablo 7’de kriterlere göre ideal ve negatif ideal çözüm değerleri yer almaktadır.

Tablo 7. İdeal ve Negatif İdeal Çözüm Değerleri

	K1	K2	K3	K4	K5	K6
D*	0.015113	0.160943	0.018944	0.203884	0.022957	0.044160
D⁻	0.006705	0.080911	0.005426	0.056123	0.011040	0.020820

Adım 4: İdeal ve Negatif-ideal Çözümler İçin Alternatiflerin Ayrılması

TOPSIS yönteminin bu adımında ise ideal ve negatif ideal çözümler için alternatifler ayrılmakta ve uzaklık değerlerine ulaşılmaktadır. Bu değerlere ağırlıklandırılmış normalize edilmiş değerlerden ideal ve negatif ideal çözüm değerleri çıkarılarak ulaşılmaktadır. Sonrasında ise bulunan değerlerin karekökü alınmaktadır. Bu adımın uygulanmasıyla hesaplanan ideal ve negatif ideal çözüme uzaklık değerleri Tablo 8 ve 9’da gösterilmektedir.

Tablo 8. İdeal Çözüm Uzaklıkları

	K1	K2	K3	K4	K5	K6
B1	0.00000	0.00640	0.00008	0.00907	0.00014	0.00004
B2	0.00000	0.00000	0.00018	0.00000	0.00000	0.00051
B3	0.00000	0.00047	0.00000	0.02183	0.00000	0.00047
B4	0.00000	0.00000	0.00000	0.00872	0.00000	0.00031
B5	0.00006	0.00004	0.00000	0.01383	0.00000	0.00054
B6	0.00000	0.00509	0.00000	0.00056	0.00000	0.00000
B7	0.00007	0.00045	0.00000	0.00788	0.00000	0.00045

Tablo 9. Negatif İdeal Çözüm Uzaklıkları

	K1	K2	K3	K4	K5	K6
B1	0.00007	0.00000	0.00001	0.00275	0.00000	0.00027
B2	0.00004	0.00610	0.00000	0.02183	0.00008	0.00000
B3	0.00006	0.00339	0.00018	0.00000	0.00013	0.00000
B4	0.00006	0.00640	0.00016	0.00295	0.00014	0.00003
B5	0.00000	0.00535	0.00017	0.00090	0.00012	0.00000
B6	0.00003	0.00007	0.00013	0.01538	0.00009	0.00054
B7	0.00000	0.00344	0.00017	0.00347	0.00012	0.00000

Adım 5: Her bir Alternatifin İdeal Çözüme Olan Göreceli Yakınlığı

TOPSIS yönteminin 5. adımında her bir alternatifin ideal çözüme olan göreceli yakınlığı bulunmaktadır. Buna göre her alternatif için ideal ve negatif ideal çözüm uzaklık değerlerinin kareleri toplamının karekökü hesaplanmaktadır. Sonrasında bulunan negatif ideal değerlerin

ideal değer ile negatif ideal değere bölünmesi ile yakınsaklık (C_i^*) oranına ulaşılmaktadır. Bu oran alternatiflerin tercihinde öncelik sırasını vermektedir.

Tablo 10. İdeal Çözüm Nispi Yakınlık Değerleri

	D^*	D^-	C_i^*	Yakınlık Sırası
B1	0.011101914	0.000000000058	0.00000000522	7
B2	0.000540833	0.000000263956	0.00048781600	1
B3	0.021840117	0.000000000133	0.00000000608	6
B4	0.008725509	0.000000002471	0.00000028319	3
B5	0.013840726	0.000000000868	0.00000006271	5
B6	0.005120713	0.000000056105	0.00001095640	2
B7	0.007905966	0.000000000572	0.00000007235	4

Adım 6: Alternatiflerin İdeal Çözüme Göreceli Yakınlıkları

TOPSIS yönteminin son aşaması olan bu aşamada ise alternatifler ideal çözüme göreceli yakınlıklarına göre sıralanmaktadır. En iyi alternatif, ideal çözüme en büyük nispi yakınlığa sahip olmaktadır. Tablo 11’de ideal çözüm değerlerine göre mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili bilgi almalarında seçimlerinin alternatiflere göre sıralaması verilmiştir.

Tablo 11. İdeal Çözüm Değerlerine Göre Performans Sıralamaları

	D^*	D^-	C_i^*	Seçim Sıralaması
B2	0.000540833	0.000000263956	0.00048781600	1
B6	0.005120713	0.000000056105	0.00001095640	2
B4	0.008725509	0.000000002471	0.00000028319	3
B7	0.007905966	0.000000000572	0.00000007235	4
B5	0.013840726	0.000000000868	0.00000006271	5
B3	0.021840117	0.000000000133	0.00000000608	6
B1	0.011101914	0.000000000058	0.00000000522	7

Tablo 11’de Kütahya ilinde ikamet eden mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili bilgilerini daha çok nereden elde etdiklerini, yani vergi ile ilgili işlemlerinde bilgi alma seçimlerini zaman, maliyet, işlem yoğunluğu, kolaylık (basitlik), alışkanlık ve güven kriterleri açısından değerlendirilme sonucu yer almaktadır. Söz konusu kriterler değerlendirilirken vergi ile ilgili işlemlerde mükelleflerin bilgi edinebilecekleri alternatifler vergi dairesi, vergi danışmanı, ana kaynaklar, yardımcı kaynaklar, e-maliye, çevre ve vergi ile ilgili diğer siteler olarak belirlenmiş ve kriterler bu alternatifler çerçevesinde analize tabi tutulmuştur. Buna göre mükelleflere anket uygulanarak vergi ile ilgili işlemlerinde başvurabilecekleri bilgi kaynaklarını söz konusu kriterler çerçevesinde değerlendirilerek ideal çözüm değerlerine ulaşılmıştır. Çok kriterleri karar verme yöntemlerinden sıklıkla kullanılan TOPSIS yönteminin uygulandığı çalışmada altı adımda yapılan analizler neticesinde ideal çözüm değerlerine ulaşılmıştır.

Ulaşılan çözüm değerleri sıralandığında mükellefler vergisel işlemleri ile ilgili bilgileri en fazla B2 (vergi danışmanı) alternatifinden elde etmek iken en az B1 (çevre) alternatifinden elde etmektedir. Sonrasında ise sırasıyla en çoktan en aza doğru; B6 (e-maliye), B4 (vergi dairesi), B7 (vergi ile ilgili diğer siteler), B5 (yardımcı kaynaklar) ve B3 (ana kaynaklar) gelmektedir. Ulaşılan ideal çözüm değerleri sıralamasına göre mükellefler vergi ile ilgili işlemlerinde bilgi sahibi olmak istediklerinde veya herhangi bir vergi sorunu ile karşılaştıklarında zaman, maliyet, işlem yoğunluğu, kolaylık (basitlik), güven ve alışkanlık kriterleri kapsamında alternatifler arasında en fazla vergi danışmanına başvurmaktadırlar. Daha sonra ise internet vergi dairesine yönelmektedirler. En son başvuracakları yer ise arkadaş veya aile çevresi olmaktadır.

Günümüz teknoloji, iletişim ve dijitalleşmiş çağda bilginin de bundan payını alarak daha ucuz ve kolay erişilebilir bir duruma gelmesi ve vergi idarelerinin yapılarını bu değişme uygun olarak kolay erişilebilir bir teknolojik altyapı temelli kurmaları mükelleflerin tercihlerine belirleyici bir rol oynamıştır. Buna göre mükellefler vergisel işlemlerinde bilgi alma alternatifleri arasında uzamandan sonra en fazla teknoloji temelli internet vergi dairesini tercih etmektedirler. Dikkat edilirse interaktif temelli uzaktan hizmet veren vergi dairesi (e-maliye) mükellef alternatifleri arasında fiziki binası olan vergi dairesini geçmiştir. Ayrıca vergi ile ilgili diğer internet siteleri de vergi dairesinden hemen sonra gelmektedir. Bu tercihler mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili bilgi almalarında dijital dönüşümü takip ettiklerini göstermektedir. Burada dikkate edilecek başka bir husus mükelleflerin bilgi sahibi olmalarında ana kaynaklar ile yardımcı kaynakların tercihler arasında geri planda kalmasıdır. Bunda elbette ki dijitalleşmenin getirmiş olduğu yenilik ve kolaylıkların mükelleflerin interaktif ortamlara kaymalarının payı vardır. Ancak bu durum mükellefler ana kaynaklar ile yardımcı kaynaklardan tam olarak bilgi sahibi olamadıklarına da işaret etmektedir. Bu durum söz konusu kaynaklarının dili veya üslubunun herkesin anlayabileceği şekilde daha da sadeleştirilmesi gerektiğinin bir işaretidir. Nitekim bu durum ana kaynakların daha da sadeleştirilmiş ve açıklayıcısı niteliğinde olan yardımcı kaynakların ana kaynaklardan daha fazla tercih edilmesiyle kuvvet kazanmaktadır.

6. SONUÇ

Vergiler hem kamu idaresi hem de mükellefler açısından karşılıklı bir ilişki ve mükelleften kamuya aktarılan bir kaynak olduğundan dolayı her iki taraf için oldukça önem arz eden bir mali büyüklüktür. Vergilerin, tarafları olan devlet ve mükellefler için atfettiği önem vergi sistemi, vergi yapısı, vergi mevzuatı gibi vergileme süreciyle de yakından ilgilidir. Öyle ki etkin ve sistematik bir şekilde işleyen vergileme sürecinde mükellefler mevzuat uyarınca kendilerine yüklenen ödevleri zamanında ve eksiksiz olarak yerine

getirerek hem idare ile uyumsuzlukların ortaya çıkmasını azaltmakta hem de vergi uyumunu artırmaktadır. Şüphesiz bu durum da ülkede var olan vergi sisteminin etkinliğini artırarak vergileme alanında ortaya çıkabilecek sorunları minimize edecektir. Ancak bunun gerçekleşebilmesinin en önemli ve temel şartı mükelleflerin ödevleri ve hakları ile ilgili olarak bilgi sahibi olabilmeleridir. Mükelleflerin temel haklarından olan bilgi edinme hakkı her ülkenin vergi sistemlerinde farklı olarak tanımlanmış ve yer almıştır. Burada üzerinde durulması gereken temel nokta mükelleflerin vergisel işlemlerini yerine getirmeden, yerine getirirken veya yerine getirdikten sonra hangi tür bilgi alma araçlarına sahip olduğu, yani bilgi alma seçeneklerinin çeşitliliği, kolay ulaşılabilirliği, maliyeti ve güvence altına alınıp alınmadığıdır. Şayet mükelleflerin vergi ile ilgili bilgi alma yolları maliyetsiz veya düşük bir maliyet, kolay ulaşılabilir, güvenli, vakit kaybettirmeyen ve basit ise vergi ödevlerinin zamanında ve eksiksiz olarak yerine getirilmesi, dolayısıyla da vergi uyumsuzlukların en aza indirilmesi sağlanmış olacaktır. Bu da etkin ve verimli bir vergi sisteminin kurulması ya da sürdürülmesine katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda çalışmada Türk vergi sisteminde mükelleflerin vergi ile ilgili işlemlerinde bilgi alma tercihleri incelenmiştir.

Türk vergi sisteminde mükelleflerin vergi ile ilgili işlemlerinde bilgi alma tercihleri incelendiği çalışmada; işlem yoğunluğu, maliyet, alışkanlık, güven, kolaylık (basitlik) ve zaman kriterleri altında çevre, vergi danışmanı, ana kaynaklar, vergi dairesi, yardımcı kaynaklar, e-maliye ve vergi ile ilgili diğer siteler alternatiflerinin tercihi çok kriterli karar verme yöntemlerinden TOPSIS ve AHP ile analiz edilmiştir. Bu kapsamda Kütahya ilinde ikamet eden gelir vergisi, gelir stopaj vergisi, G.M.S.İ., basit usulde vergilendirilen gelir vergisi, kurumlar vergisi ve katma değer vergisi faal 409 mükellefe ikili karşılaştırma anketi uygulanmıştır. Karar matrisi oluşturulurken ankete katılan mükelleflere kriterleri, 1. Çok kötü, 2. Kötü, 3. Orta, 4. İyi ve 5. Çok iyi olacak şekilde her bir alternatif bilgi alma seçeneği altında değerlendirmeleri istenmiştir. Bu değerlendirmelerin sonuçlarının geometrik ortalamaları alınarak da karar matrisine ulaşılmıştır. Sonrasında ise sırasıyla; karar matrisinin normalleştirilmesi, ağırlıklandırılmış karar matrisinin hesaplanması, ideal ve negatif ideal çözümlerin belirlenmesi, ideal ve negatif-ideal çözümler için alternatiflerin ayrılması, her bir alternatifin ideal çözüme olan göreceli yakınlığı ve alternatiflerin ideal çözüme göreceli yakınlıkları belirlenmiştir. Söz konusu adımlar takip edilerek yapılan alternatifler arasından kriterlere göre karar verme tercihi çözüm değerleri sıralandığında mükellefler vergisel işlemleri ile ilgili bilgileri en fazla vergi danışmanı alternatifinden elde etmekte iken en az çevre alternatifinden elde etmektedir. Sonrasında ise sırasıyla en çoktan en aza doğru; e-maliye, vergi dairesi, vergi ile ilgili diğer siteler, yardımcı

kaynaklar ve ana kaynaklar gelmektedir. Ulaşılan ideal çözüm değerleri sıralamasına göre mükellefler vergi ile ilgili işlemlerinde bilgi sahibi olmak istediklerinde veya herhangi bir vergi sorunu ile karşılaştıklarında zaman, maliyet, işlem yoğunluğu, kolaylık (basitlik), güven ve alışkanlık kriterleri kapsamında alternatifler arasında en fazla vergi danışmanına başvurmaktadırlar. Daha sonra ise internet vergi dairesi, vergi dairesi, vergi ile ilgili diğer siteler, yardımcı kaynaklar ve ana kaynaklara yönelmektedirler. En son başvuracakları yer ise çevresi olmaktadır.

Mükelleflerin vergi ile ilgili bilgi alma tercihlerinin çeşitli kriterler altında TOPSIS ve AHP ile analiz edildiği çalışmanın sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde mükelleflerin vergi ile ilgili bilgi edinme ihtiyacında ya da herhangi bir vergisel işlemle karşılaştığında ilk olarak vergi danışmanına başvurması mükelleflerin işlerinin yoğunluğuna işaret edebileceği gibi ana kaynakların sondan bir önceki tercih sırasında yer alması da göz önüne alındığında işlemlerin karmaşık ve kendi başına anlaşılabilmesini zor olduğunu da göstermektedir. Bununla birlikte e-maliyenin vergi dairesinden önce gelmesi ve vergi ile ilgili diğer internet sitelerinin vergi dairesinden hemen sonra gelmesi mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili bilgi almalarında dijital dönüşümü takip ettiklerini göstermektedir. Dikkat çekici başka bir husus mükelleflerin bilgi sahibi olmalarında ana kaynaklar ile yardımcı kaynakların tercihler arasında geri planda kalmasıdır. Bunda elbette ki dijitalleşmenin getirmiş olduğu yenilik ve kolaylıkların mükelleflerin interaktif ortamlara kaymalarının payı vardır. Ancak bu durum mükellefler ana kaynaklar ile yardımcı kaynaklardan tam olarak bilgi sahibi olamadıklarına da işaret etmektedir. Tüm bu sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde mükellefleri dijital vergi hizmetlerine yönlendirecek daha fazla uygulama ve teşvikin faaliyete geçirilmesi, vergi ile ilgili konularda yazım dili ve üslubun daha da sadeleştirilmesi, mükelleflerin vergisel işlemleri ile ilgili bilgileri kendi başlarına hiç kimseye muhtaç olmadan ve baş vurmada yapabilmelerini sağlayacak olanakların geliştirilmesi, bilgiye ulaşmanın zaman ve maliyetinin mümkün olduğu ölçüde en aza indirilmesi, bilgi alma araçlarının güven algısı altında çeşitlendirilmesi ve mükelleflerin bilgi alma haklarının korunması ve geliştirilmesi etkin, verimli ve kaliteli bir vergi sisteminin varlığı ve sürdürülebilirliğini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ağar, S. (2012). Vergi Mahremiyeti vs. Bilgi Edinme Hakkı. Ankara Barosu Dergisi, 2012,2, 361-392.
- Akarca, A. & Şafak, M. (2018). Bilgi Edinme Hakkı ve Vergi Mahremiyeti, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/bilgi-edinme-hakki-ve-vergi-mahremiyeti/2059>, (Erişim Tarihi: 8 Mart 2021)
- Bayrakçı, Ö. F. (2016). Bir Mükellef Hakkı Olarak Bilgi Edinme Hakkı ve Korunmasına Yönelik Başvuru Yolları. Vergi Sorunları Dergisi, 328, 174-184.
- Chen J.K. & Chen I-S. (2010). Using a novel conjunctive MCDM approach based on DEMATEL, fuzzy ANP, and TOPSIS as an innovation support system for Taiwanese higher education. Expert Systems with Applications, 37,1981-1990.
- Çalış, A., Keskin, İ. & Gencer, C. (2016). AHP ve SMAA-2 Yöntemleri ile Mühendislik Alanında Bilimsel Araştırma Konularının Seçimi. Savunma Bilimleri Dergisi, 15(1), 257-280.
- Çetin, G. & Gökbunar, R. (2010). Mükellef Haklarına Vergi İdaresi Çalışanlarının Bakışı. Yönetim ve Ekonomi, 17 (1), 3-45.
- Demir, M. (2018). TOPSIS Yöntemi Kullanılarak Her Segmentteki Otomobillerin Sıralanması. T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Egeli, H. & Dağ, M. (2012). Türk Vergi Hukuku Açısından Mükellef Haklarının Değerlendirilmesi. Maliye Dergisi, 163, 130-146.
- Erdoğan, N. & Sağbaş, İ. (2016). Vergi ve Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik İlişkisi: Afyonkarahisar Örneği. Maliye Araştırmaları Dergisi, 2(3), 61-79.
- Ersöz, F. & Kabak, M. (2010). Savunma Sanayi Uygulamalarında Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Literatür Araştırması. Savunma Bilimleri Dergisi, 9(1), 97-125.
- GİB (2007). Mükellef Hizmetleri Temel Teknikleri Katılımcı Ders Kitabı. Ankara: Gelir İdaresi Başkanlığı Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı Yayınları No: 40.
- GİB. 2019 Faaliyet Raporu. Ankara: Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı, Yayın No:349,
- Gökbel, D. (2000). Mükellef hakları. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Güner, H. (2005). Bulanık Ahp ve Bir İşletme İçin Tedarikçi Seçim Problemine Uygulanması. T.C. Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Hwang, C. L., & Yoon, K. (1981). Multiple attribute decision making: Methods and applications. Berlin: Springer.

- Karaatlı, M., Ömürbek, N., Budak, İ. & Dağ, O. (2015). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Yaşanabilir İllerin Sıralanması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 33, 215-228.
- Karaoğlan, S. & Şahin, S. (2018). BİST XKMYA İşletmelerinin Finansal Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Ölçümü ve Yöntemlerin Karşılaştırılması. Ege Akademik Bakış, 18 (1), 63-80.
- Orkunoğlu Ş. & Işıl F. (2012). Bilgi Edinme Hakkının Kullanılmasında Bir İstisna: “Vergi Mahremiyeti”. Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, XVI (2), 199-216.
- Öner, Y.M. (2016). Mükellef Hakları Bağlamında Meslek Mensuplarının Rolü. [https:// home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/06/tr-sorumlu-vergicilik-yavuz-oner.pdf](https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/06/tr-sorumlu-vergicilik-yavuz-oner.pdf), (Erişim Tarihi: 9 Mart 2021).
- Özdemir, A.İ. & Seçme, Y. (2009). Seçme İki Aşamalı Stratejik Tedarikçi Seçiminin Bulanık TOPSIS Yöntemi İle Analizi. Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, .X I (II), 79-112.
- Sandalcı, U. (2020). Türk Vergi Mevzuatında Mükellef Koruma Yolu Olarak Özelge. Vergi Sorunları Dergisi, 377, 126-136.
- Saunders, M., Lewis P. & Thornhill, A. (2000). Research Methods for Business Students, Second Edition. Harlow: Prentice Hall.
- Sawyer, A. J. (2000). A comparison of new zealand taxpayers’ rights with selected civil law and common law countries - have new zealand taxpayers been ‘short-changed’?, <https://ssrn.com/abstract=213008>, (Erişim Tarihi: 12 Aralık 2020)
- Shyjith, 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.
- Soba, M. & Eren, K. (2011). TOPSIS Yöntemini Kullanarak Finansal ve Finansal Olmayan Oranlara Göre Performans Değerlendirilmesi, Şehirlerarası Otobüs Sektöründe Bir Uygulama. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11(21), 23-40.
- T.C. Başbakanlık Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu (2015), 25 Soruda Bilgi Edinme Hakkı, Ankara: Bilgi Edinme Değerlendirme Kurulu Yayınları: No: 3.
- Tekin, A. & Sökmen Gürçam, Ö. (2016). Seçilmiş Bazı OECD Ülkelerinde Mükellef Hakları: İngiltere, ABD, Avustralya ve Kanada. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5 (7), 1989-1999. Doi: 10.15869/itobiad.259515.
- Vergi Dosyası (2019). Mükellef Hakları: Bilgi Edinme Hakkı, [https:// vergidosyasi.com/2019/06/02/mukellef-hakl..ergi%20idaresinde%20bilgi%20talep%20edebilirler](https://vergidosyasi.com/2019/06/02/mukellef-hakl..ergi%20idaresinde%20bilgi%20talep%20edebilirler), (Erişim Tarihi: 25 Şubat 2021)

- Yurtsever, H. & Buran, B. (2012). Bilgi Edinme Hakkı Kanunu Çerçevesinde Vergi Mahremiyetinin Değerlendirilmesi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 46-56.
- Yüksel, İ. ve Akın, A. (2006). Analitik Hiyerarşi Proses Yöntemiyle İşletmelerde Strateji Belirleme, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7 (2), 254-268,
- Zanakis, S. H., Solomon, A., Wishart, N., & Dubliss, S. (1998). Multi-attribute decision making: A simulation comparison of select methods. *European Journal of Operational Research*, 107, 507-529.
- Wang, J.J., Jing, Y.Y., Zhang, C.F. & Zhao, J.H. (2009), Review on multi-criteria decision analysis aid in sustainable energy decision-making. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*,13 (9), 2263-2278.
- Wang, Y.M. & Elhag, T.M.S. (2006). Fuzzy TOPSIS method based on alpha level sets with an application to bridge risk assessment. *Expert Systems with Applications*, 31(2), 309-319.
- Wu, C.R., Lin, C.T. ve Tsai P.H. (2008). Financial Service of Wealth Management Banking: Balanced Scorecard Approach. *Journal of Social Sciences*, 4 (4),255-263.
- GİB, İstatistikler, https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/20211.htm, (Erişim Tarihi: 9 Mart 2021)
- 4962 Sayılı Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması ve Vakıflara Vergi Muafiyeti Tanınması Hakkında Kanun, R.Gazete: 25192, 7/8/2003
- 4982 Sayılı Bilgi Edinme Hakkı Kanunu, R.Gazete: 25269, 24/10/2003

Bölüm 32

**YABANCI YATIRIMCI İŞLEM HACMİ İLE
HİSSE SENEDİ FİYATLARI
İLİŞKİSİ: BORSA İSTANBUL
ÜZERİNE BİR
UYGULAMA**

Muhammet ÖZCAN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8688-2961>

1. GİRİŞ

Küreselleşmede yaşanan artış finansal piyasalardaki yabancı yatırımcı sayısı ve oranının da artmasını sağlamıştır. Yabancı yatırımcıların farklı borsalara yatırım yapması sonucunda finansal piyasalarda işlem hacminde artış yaşanırken gelişme ve derinleşme de meydana gelmiştir. Yabancı sermayenin dünya finansal piyasalarına etkisi akademik çalışmaların da bu alana yönelmesini sağlamıştır. Literatürdeki çalışmalarda yabancı sermaye yatırımları birçok farklı açıdan ele alınmış ancak etkileri konusunda ortak bir görüş ortaya koyulamamıştır.

Para ve sermaye transferleri ile ilgili kısıtlamaların azalışı gelişmekte olan ülkelere dönük sermaye yatırımlarının artmasını sağlamıştır. 1990'lara kadar yatırımcılar buldukları ülkelerin menkul kıymetlerine yatırım yapmaktayken 1990'lardan itibaren teknolojik imkanların artışı yatırımcıların yabancı ülke menkul kıymetlerini portföylerine eklemesini ve zaman içerisinde yabancı menkul kıymetlerin portföy içerisindeki ağırlığının artmasını sağlamıştır. Oluşan bu durum neticesinde yeterince derin olmayan sermaye piyasalarında yatırımcı tabanında değişim yaşanmıştır (Okuyan ve Erbaykal, 2011: 256). Sermaye yatırımları önündeki engellerin azalması menkul kıymetlerin piyasa değerinde artışa yol açmıştır. Farklı piyasalara yatırım dünya piyasalarında entegrasyona ve sonuç olarak yatırımcılar için refah artışına yol açmıştır (V. Errunza ve Losq, 1989: 1025). Yabancı sermaye hareketleri üç ana başlıkta toplanabilir. Birincisi gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere yaptığı bağış, hibe ve kredilerden oluşan resmi sermaye hareketi, ikincisi tahvil ve hisse senedi gibi menkul kıymetlere yapılan portföy yatırımı ve üçüncüsü ise fiziksel yatırımlar için yapılan doğrudan sermaye yatırımıdır (Karaca, 2010: 159)

Hisse senetlerinde yabancı yatırımcı oranının, volatilité ve likidite üzerindeki etkisi üç farklı hipotezle açıklanmaktadır. Bunlar; taban genişlemesi, fiyat baskısı ve geribildirim ticaretidir.

Yabancı portföy yatırımlarının işlem hacimleri, gelişmekte olan piyasalara göre daha fazla olduğundan ve bu tür piyasaların düşük likiditesi sebebiyle gelişmekte olan ülke piyasalarında fiyat baskılarına neden olabilir (Adabag ve Ornelas, 2004: 4). Warther (1995) tarafından ortaya atılan fiyat baskısı hipotezine göre, büyük hacimli yabancı portföy yatırımları gelişmekte olan ülke piyasalarının sığ oluşu nedeniyle yapay fiyat artışlarına sebep olmaktadır. Hipotezde menkul kıymet fiyatlarının belirli bir süre sonra eski seviyelerine döneceği iddia edilmektedir. Berko ve Clark (1996) Meksika hisse senedi piyasasında yabancı yatırımcıların fiyat baskısını araştırmışlar ancak Meksika piyasasında herhangi bir fiyat baskısı bulamamışlardır. Ayrıca Dahlquist ve Robertsson (2004) İsveç piyasasında yaptıkları çalışmada fiyat baskısını destekleyici bir sonuç elde edememişlerdir.

Taban genişletme hipotezinin arkasındaki teori, yatırımcı tabanının yabancı yatırımcıları da içerecek şekilde genişlemesinin artan çeşitlendirmeye ve ardından riskin azalmasına ve dolayısıyla gerekli risk priminin düşürülmesine yol açtığını öne sürmektedir. Bu nedenle, risk havuzlaması yoluyla hisse senedi fiyatında kalıcı bir artış olduğu iddia edilmektedir (Ananthanarayanan, Krishnamurti ve Sen, 2009: 8). Warther (1995), ABD'deki toplam yatırım fonu akışları ile menkul kıymet getirileri arasındaki ilişki üzerine yaptığı çalışmada taban genişletme hipotezi lehine kanıt bulmuştur. Merton (1987) modelinde, piyasadaki mevcut yatırımcıların mevcut menkul kıymetlerin yalnızca bir alt kümesini bildiğini ve bir yatırımcının portföyüne yalnızca bu menkul kıymet hakkında bilgisi varsa menkul kıymeti dahil ettiğini varsaymaktadır. Merton teorik olarak, bu tür eksik bilgilerle pazarda yatırımcı tabanını genişletmenin risk paylaşımını artırdığını ve beklenen getirileri düşürdüğünü göstermektedir. Wang (2007)'a göre, piyasanın serbestleştirilmesinden sonra, yerli yatırımcılar artık fiyat belirleyici değil, fiyat takipçisi haline gelmektedir. Yabancı ve yerli yatırımcıların asimetrik oynaklık etkisi, kısmen piyasa serbestleşmesinin doğal bir parçası olan yatırımcı tabanındaki değişim ile açıklanmaktadır (Wang, 2007: 810).

Bazı yatırımcıların geçmiş hisse senedi fiyatlarında trend aradıklarını ve portföy kararlarını bu eğilimlerin devam edeceği beklentisine dayandırdıklarına dair yaygın bir inanış vardır. Davranışsal finans literatüründe, bu tür yatırımcılara genellikle geri bildirim tüccarı (feedback trader) denir. Sonuç olarak, borsada yeterince fazla sayıda geri bildirim tüccarı(trader) varsa, bunun hisse senedi getirilerinin otokorelasyonuna yansması beklenmektedir. Geri bildirim ticareti pozitif türdeyse, hisse senedi fiyatları temellere dayalı seviyeleri aşar ve aşırı volatilité sergiler. Bu nedenle, hisse senedi piyasalarındaki olumlu geribildirim tüccarlarının faaliyetleri hisse senedi fiyatlarını potansiyel olarak istikrarsızlaştırabilir (Bohl ve Siklos, 2008: 1379). Pozitif geribildirim işlemi, fiyatlar yükseldiğinde satın almaya ve fiyatlar düşüşe geçtiğinde alım satıma yönelik çalışan bir stratejidir. Bu strateji, bazı yatırımcılar açısından davranışsal önyargılardan kaynaklanabilir veya tahmine dayalı beklentilerden, teknik analizin zarar durdur emirleri ve portföy sigortasının bir sonucu olabilir. Pozitif geribildirim alım satımının varlığında, rasyonel spekülörlerin çoğunluğa katılması beklenebilir (Koutmos, 2014: 156). Dalgalı dönemlerde pozitif geri bildirim tüccarları fiyat hareketleri ve otokorelasyon derecesi üzerinde daha büyük bir etki sahiptir bu nedenle öngörülebilirlik yükselir. Bu, aşırı kar anlamına gelmez, çünkü yüksek volatilité (risk), rasyonel riskten kaçınan yatırımcıların tahmin edilebilir hisse senedi fiyatlarından yararlanmasını zorlaştırır (Koutmos, 1997: 626). Yabancı yatırımcıların hisse senedi piyasasında fiyatları takip

ederek işlem yapması geri bildirim hipotezi ile açıklanmaktadır. Piyasada yükseliş zamanı alım yapılması ve düşüş dönemlerinde satış yapılması pozitif geri bildirim stratejisi olarak açıklanırken tam tersi olarak yükseliş dönemlerinde satış, düşüş dönemlerinde alım ise negatif geri bildirim stratejisi olarak açıklanmaktadır (Çetenak, 2006: 50)

Çalışmada giriş bölümünden sonra literatürdeki çalışmalar ele alınacaktır. Sonraki bölümde veri seti yapılan analizler ve analiz sonuçlarına yer verilecektir. Son kısımda ise çalışma bir bütün olarak değerlendirilecek ve elde edilen analiz sonuçları yorumlanacaktır. Ocak 2010-Ocak 2021 arası BIST’te işlem gören 226 işletmeye ait aylık hisse senedi fiyatı, yabancı net alım ve işlem hacmi verileri kullanılmıştır.

2. LİTERATÜR

Bekaert ve Harvey (1998) geliştirmekte olan piyasalara yönelik yapmış oldukları çalışmalarında yabancı portföy yatırımlarının hisse senedi piyasaları üzerine etkilerini araştırmışlardır. 1977-1996 dönemini içeren çalışmada veriler asimetrik GARCH modeli ile incelenmiştir. Çalışmada yabancı portföy yatırımlarının hisse senedi getirilerini arttırdığı sonucuna varılmıştır. Yabancı portföy akışları, geliştirmekte olan piyasa ekonomisinin ve sermaye piyasalarının işleyişindeki derin değişiklikleri yansıtabilir. Hisse senedi akışlarındaki artışların, daha düşük sermaye maliyeti, dünya piyasa getirileriyle daha yüksek korelasyon, daha düşük varlık konsantrasyonu, daha düşük enflasyon, GSYİH’ye göre daha büyük pazar büyüklüğü, daha fazla ticaret ve biraz daha yüksek kişi başına ekonomik büyüme ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Kim ve Wei (2002) uluslararası portföy yatırımcılarının geliştirmekte olan piyasalardaki davranışlarını araştırdıkları çalışmalarında yabancı yatırımcıların döviz krizi öncesi ve sırasında Kore Menkul Kıymetler Borsası’ndaki (KSE) Aralık 1996- Haziran 1998 arasındaki ticaret davranışlarını analiz etmişlerdir. Makaledeki veri seti, her yabancı yatırımcının aylık hisse senedi pozisyonlarını detaylandırmaktadır. Sonuç olarak farklı kategorilerdeki yatırımcıların yatırım davranışlarının da farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Örneğin, Kore dışındaki yabancı yatırımcıların pozitif geri bildirim alım satım stratejilerine girme olasılığı daha yüksek olduğu görülmüştür. Yatırımcı davranışındaki bu fark, elde edilen bilgi farklılıkları ile açıklanmaktadır. Piyasaların uluslararası yatırımcılara daha açık hale getirilmesiyle yabancı yatırımcıların etkilerinin de artabileceği ifade edilmektedir.

Baek (2006) çalışmasında Asya ve Latin Amerika ekonomilerine portföy yatırım akışlarını belirlemede “çekme” ve “itme” faktörlerinin göreceli önemini araştırmaktadır. Çalışma, yabancı portföy yatırımını çeken ve iten faktörlerin Asya ve Latin Amerika ekonomileri arasında

farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Asya'daki portföy yatırımı, ağırlıklı olarak yatırımcıların risk iştahı ve diğer dış faktörler tarafından itilirken elverişli yerel ekonomik koşullar portföy yatırımcılarını çekmede önemli rol üstlenmektedir. 1989–2002 arası üç aylık veriler kullanılarak beş Latin Amerika ülkesi ve dört Asya ülkesi için regresyon sonuçları elde edilmiştir. En dikkat çekici sonuç, Asya ülkelerine portföy akışlarının önemli bir nedeni olan piyasanın risk tutumunun Latin Amerika'da hiçbir rol oynamamasıdır. Bunun olası açıklaması şu şekildedir: Asya'daki sermaye akımları büyük ölçüde özel sektör tarafından özellikle Kore, Tayland ve Endonezya'da ihraç edilen hisse senetlerinden oluşmaktadır.

Doğukanlı ve Çetenak (2008) Şubat 1997 – Aralık 2006 dönemleri arası yabancı portföy yatırımlarının hisse getirisine etkisini aylık veri seti üzerinden VAR analizi yardımıyla incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, hisse senedi getirisi ile yabancı portföy yatırımları arasında nedensellik ilişkisi olduğu ve yabancı yatırımcıların fiyat değişimlerini dikkate alarak yatırım kararı verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Nedensellik sonuçlarına göre, sanayi üretim endeksinin hisse senedi getirisinin ve hisse senedi getirisinin de yabancı portföy yatırımlarının “Granger” nedeni olduğu sonucu elde edilmiştir. Değişkenler arasında uzun dönem bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Hisse senedi getirisinin yabancı portföy yatırımlarından etkilenmediği tam tersine yabancı portföy yatırımlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Somuncu ve Karan (2010) uluslararası yatırımcıların yatırım stratejilerinin İMKB'ye etkilerini 2001 krizi dönemi ve sonrası olarak analiz etmişlerdir. Yatırım stratejileri olarak pozitif geribildirim ticareti ve sürü psikolojisi alınmıştır. Çalışmada 455 aktif finansal kuruluşun 31.12.2000-31.12.2004 dönemi arası aylık hisse senedi pozisyonu verisi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, yabancı yatırımcıların kriz sırasında finansal piyasayı istikrara kavuşturan negatif geribildirim alım satım faaliyetinde bulunduğunu, yerli yatırımcıların ise pozitif geribildirim alım satımıyla piyasalarda istikrarsızlığa neden olduğunu göstermektedir. Araştırmanın ikinci çıktısı yatırımcıların sürü davranışı psikolojisi ile ilgilidir. Her iki yatırımcı grubunun da sadece krizin en yoğun olduğu dönemde değil, kriz sonrası dönemlerde de piyasadaki sürü davranışına katıldığı görülmüştür. Bir başka sonuç ise, yabancı fonlar tüm dönemlerde yerli fonlardan önemli ölçüde daha fazla gelir elde etmektedir.

Ülkü ve İkizlerli (2012) çalışmalarında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) ile ilgili aylık yabancı alım satım verilerini Ocak 1997 ile Ocak 2011 arası dönemi kullanarak ve yapısal bir VAR modeli kullanarak yabancıların alım satımları ile yükselen hisse senedi getirileri arasındaki etkileşimi analiz etmişlerdir. Genel olarak, yabancıların ticaret tarzlarını piyasanın hâkim özelliklerine göre rasyonel olarak ayarlayabilen sofistike yatırımcıların hakim olduğu heterojen bir grup olduğu sonucuna

ulaşmıştır. Uluslararası yatırımcı davranış modellerinin varsayımları olan bilgisizlik belirtileri göstermedikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Phansatan ve diğ. (2012) Tayland Menkul Kıymetler Borsası'nda (SET) 6 yıllık bir süre boyunca haftalık yabancı alım ve satımlarının etkisini incelemiştir. Yabancı yatırımcıların pozitif geri bildirim stratejisi izledikleri ve kısa vadeli yatırımcı oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca yerel yatırımcılara göre bilgi avantajına sahip olmadıkları tespit edilmiştir.

Garg ve Dua (2014) yılında yapılan çalışma Hindistan'a portföy akışlarının 2002'den beri arttığı ve 2006'da hızlandığı ancak küresel mali kriz nedeniyle 2008'de yavaşladığı 1995–2011 dönemi arası Hindistan'a portföy akışlarının makroekonomik belirleyicilerini analiz etmektedir. Portföy akışlarındaki yavaşlama, artan cari açık ortamında gerçekleşmiştir. Daha düşük döviz kuru oynaklığı ve daha fazla risk çeşitlendirme fırsatlarının portföy akışlarına yardımcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Portföy akışlarının diğer geleneksel belirleyicileri, yurtiçi öz sermaye performansı, döviz kuru, faiz oranı farkı ve yurtiçi üretim büyümesidir. Sonuçlar, Hindistan'ın güçlü yurt içi büyümeyi sürdürerek döviz piyasalarına müdahale edip döviz kuru oynaklığını düşürerek ve finansal piyasalardaki yerli yatırımcı tabanını genişleterek yurt içi finansal piyasa performansını küresel şoklara karşı daha az kırılgan hale getirip portföy akışlarını çekebileceğini göstermektedir.

Bolaman Avcı (2015) çalışmasında yabancı yatırımcı işlem hacminin BIST100 endeksi getirisine etkisi Ocak 2003- Haziran 2014 yılları arası aylık verilerle incelenmiştir. Ele alınan dönemde finansal kriz olması sebebiyle yapısal kırılmaları dikkate alan analizler kullanılmıştır. Değişkenler arasında uzun vadeli bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca, AL ve SAT işlemlerinden borsa getirileri ile bilgi katkı hipotezi ile uyumlu tek yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bulgular, gelişmekte olan piyasa getirilerinin yabancı yatırımcı işlemlerine duyarlılığını doğrulamaktadır. BIST'e yüksek oranda yabancı yatırımcı katılımı dikkate alındığında bu hassasiyetin önemi anlaşılmaktadır. Bulgular, Türk hisse senedi piyasasının yabancı ülkelerin ekonomik sorunlarına karşı kırılganlığının da yabancı yatırımcıların işlemlerine yansıtacağını göstermektedir.

Porras ve Ülkü (2015) Madrid Menkul Kıymetler Borsası'ndan alınan aylık yabancı akış verilerini kullanarak, yabancıların alım satımları ile hisse senedi getirileri arasındaki etkileşimi hem pazar genelinde hem de bireysel hisse senetleri üzerinde analiz etmiştir. Küresel risk iştahının, piyasa çapında yabancı yatırımcı akışını yönlendirmede önemli bir role sahip olduğunu göstermişlerdir. Örnek dönem, Ocak 2001'den başlamaktadır. Pazar genelindeki örnekleme dönemi Mart 2011'de (n = 123) sona ererken münferit stok yabancı akış verileri Aralık 2008'e kadar mevcuttur (n = 96). Bireysel hisse senetleri hakkındaki veriler, örnekleme döneminin sonu itibarıyla IBEX-35 endeksinin bileşenlerini içermektedir. Risk iştahının yabancı akışları

yönlendirmedeki rolü henüz yeni bir ampirik bulgudur. İkinci olarak hem TIC hem de tüm yabancı yatırımcı akış verilerini kullanarak piyasa çapında olumsuz geri bildirim ticareti olduğu bulunmuştur. Negatif geribildirim ticaretini öngören ana model, döviz kuru riskini yönetmek için risk yeniden dengeleme davranışını birleştiren modeldir. Bireysel hisse senetlerinde olumsuz geri bildirim alım satımının olmaması bu hipotezi desteklemektedir. ABD’li yatırımcılar için olumsuz geri bildirim ticaretinin, çoğunluğu diğer Euro bölgesi ülkelerinden gelen toplam yabancı yatırımcıdan daha önemli olduğu bulgusu da risk yeniden dengeleme hipotezi ile tutarlıdır. Üçüncüsü, yabancı yatırımcıların bilgi dezavantajlarının daha yaygın olduğu münferit hisse senetlerinde olumlu geribildirim alım satımına ilişkin daha güçlü kanıtlar bulunmaktadır. Son olarak, TIC verilerini ve hedef tarafından derlenen tüm yabancı yatırımcı verilerini kullanan sonuçlarda önemli tutarsızlıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şenol ve Selahattin (2018) çalışmalarında, 2006 1.Çeyrek – 2016 4. Çeyrek dönemlerini kapsayan çeyrek dönemlik veriler ile VAR analizi yapılmış ve yabancı portföy yatırımı girişi ile borsa ve makro ekonomik faktörler arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Sonuç olarak yabancı portföy yatırımları giriş, makro ekonomik değişkenler, AB ve ABD faiz oranları ve S&P 500 endeksi arasında uzun dönem ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. BIST ve döviz kurundaki değişimlerin yabancı portföy yatırımlarından kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Uysal (2020) yılında yapılan çalışmada BIST 100 ve Katılım endeksi ile yabancı portföy yatırımları arasındaki ilişkiyi Ocak 2011-Ekim 2019 dönemleri arası aylık verilerle incelemişlerdir. BIST 100 ve KTLM 30 endeksinden yabancı portföy yatırımlarına doğru nedensellik elde edilmiştir. Portföy yatırımlarının yapısı gereği piyasalarda ani hareketlere yol açabildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya (2020) Ocak 2000 – Aralık 2018 arası aylık verilerle BIST BANKA endeksinde yer alan 5 bankaya ait hisse senedi fiyatı ve yabancı alım satım işlemleri kullandığı çalışmasında yabancı işlemleri ile hisse senedi fiyatları ilişkisini incelemiştir. Çalışmada panel eşbütünleşme ve nedensellik analizleri yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre yabancı işlemleri ile hisse senedi fiyatları arasında uzun dönem ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Nedensellik analizi sonucuna göre hisse senedi fiyat değişimleri yabancı yatırımcı satışlarının nedeni olarak bulunmuştur.

3. VERİ SETİ ve BULGULAR

3.1. Veri Seti

Çalışmada yabancı işlemleri ile BIST’te işlem gören hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla panel veri analizi kullanılmıştır. Ocak 2010-Ocak 2021 arası aylık veriler finnet.com veri tabanından elde

edilmiştir. Yabancı işlemlerini temsilen her bir hisseye yönelik işlem hacimleri ABD doları cinsinden alınmıştır. Çalışmada dengeli panel veri analizi yapılabilmesi amacıyla ele alınan dönem içerisinde gözlem eksikliği olmayan 226 işletme analize dahil edilmiştir. İşletmelerin listesi Ek-1 de bulunmaktadır.

3.2. Yöntem

Panel veri yönteminde eşbütünleşme analizinden önce yapılması gereken ön testler bulunmaktadır. Öncelikle seriler arasında korelasyonun yatay kesit bağımlılık testleri ile analiz edilmesi gerekmektedir. Yatay kesit bağımlılık analizi için Peseran'ın CD testi kullanılmıştır. Daha sonra homojenliğin tespiti için Peseran ve Yamagata(2008) tarafından geliştirilen Delta testi kullanılmıştır. Değişkenlerin durağanlıkları ikinci kuşak birim kök testlerinden Peseran CIPS ve CADF testi ile analiz edilmiştir. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin tespiti için Westerlund (2007) eşbütünleşme analizi uygulanmıştır. Eşbütünleşme ilişkisinin tespit edilmesinin ardından uzun dönemli eşbütünleşme katsayıları AMG ile hesaplanmıştır. Çalışmada analizler Stata programı kullanılarak yapılmıştır.

3.3. Yatay kesit bağımlılık

Panel veri literatüründe son dönemlerde panel veri modellerinin önemli ölçüde yatay kesit bağımlılık içerdiği üzerine çalışmalar artış göstermektedir. Örneğin, (Robertson ve Symons, 2000), (M Hashem Pesaran, 2004) ve (Baltagi, 2005). Son yıllarda ülke ekonomileri, finansal piyasalar ve işletmeler arasındaki entegrasyon artışı sonucunda yatay kesitler arasındaki korelasyon da artış göstermiştir (De Hoyos ve Sarafidis, 2006: 482). Aslında, bu “gruplar arası” bağımlılık kavramı sosyal bilimlerde 1930’lardan beri, yani panel veri ekonometrisinin ortaya çıkışından çok önce çalışmalarda yer almaktadır (Sarafidis ve Wansbeek, 2012: 484). İlk olarak (Stephan, 1934: 165) sosyal verilerle analiz yapılırken sosyal karakterlerinden dolayı insanların, toplulukların özelliklerinin birbiriyle ilişkili olduğunu ve bağımsız olmadığını ifade etmiştir. (Neprash, 1934: 168) Birimler arası bağımsızlığın yapılan analizin başarısı için ön koşul olduğunu ifade etmektedir. Her şey diğer her şeyle ilgilidir cümlesiyle korelasyondan bahsedilmiştir. Veriler arası korelasyon, A yerindeki nüfus artışının yalnızca A yerindeki önceki nüfusa değil, aynı zamanda diğer tüm bölgelerin nüfusuna bağlı olduğu şeklinde ifade edilmiştir (Tobler, 1970: 236)

Panel veri modellerinde seriler arası yatay kesit bağımlılığının tespit edilmesi yapılacak olan analizler ve elde edilecek analiz sonuçları açısından oldukça önemlidir (Breusch ve Pagan, 1980), (M Hashem Pesaran, 2004). Bundan dolayı analizlere başlarken öncelikle yatay kesit bağımlılık testi yapılması gerekmektedir. Bundan sonraki analizler yapılırken yatay kesit bağımlılık sonuçlarına göre analiz seçimi yapılması zorunludur. Aksi

halde yapılacak olan analizlerin sonuçları güvenilir olmayacaktır. Yatay kesit bağımlılık için Breusch-Pagan (1980) CDLM1 testi, Pesaran vd. (2004) CDLM2 testi, Pesaran vd. (2004) CD testi ve (M. Hashem Pesaran, Ullah ve Yamagata, 2008) LMadj testleri kullanılmaktadır. Testlerden hangisinin yapılacağı ise kullanılan verilerin zaman ve kesit boyutuna göre seçilmektedir. Bu çalışmada Pesaran (2004) yatay kesit bağımlılık testi kullanılmıştır. Testin formülü:

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{\rho}_{ij}$$

Test sonuçları aşağıda tablo 1’de yer almaktadır:

Tablo 1 değişkenler için yatay kesit bağımlılık testi sonuçları

Değişken	CD	p değeri
İşlem hacmi	804.1411	0.000
Hisse Değeri	372.8029	0.000
Eşbütünleşme Denklemi	491.7850	0.000

Elde edilen CD istatistiklerine ait p değerleri 0,01’den küçük olduğundan %1 önem seviyesinde yatay kesit bağımsızlık hipotezi reddedilmektedir. Değişkenler ve Eşbütünleşme denklemi yatay kesit bağımlılık içermektedir. Elde edilen bu sonuca göre bundan sonra yapılacak olan birim kök ve eşbütünleşme analizlerinde yatay kesit bağımlılığı dikkate alan testler kullanılması gerekmektedir.

3.4. Homojenlik analizi

Panel veri analizinde bir diğer varsayım da homojenlik varsayımdır. Panel veri analizindeki ikinci konu, eğim katsayılarının homojen olup olmadığına karar vermektir. Büyük N ve küçük T ile yapılan panel veri çalışmalarında eğim katsayıları homojen varsayılarak gözlemleri havuzlamak mümkündür. Ancak küçük parametre varyasyonlarında bile dinamik tahminde ciddi hatalar çıkabilmektedir (Baltagi, 2005: 202) Panel verilerin analiziyle ilgili önemli bir sorun, ülkeye özgü özellikler nedeniyle heterojenliği yakalayabilmesidir. Homojen uzun vadeli bir ilişki varsaymanın nedeni, uzun vadeli dengeyi kurmak için kullanılan temel ekonomik ilkelerin (örneğin, satın alma gücü paritesi) tüm ekonomilerde benzer şekilde uygulanması gerekirken, uzun vadeye yönelik uyum sürecinin denge, davranışsal ve kurumsal özellikler nedeniyle farklılık gösterebilir (Breitung, 2005: 151,152). Eğim homojenliğinin sıfır hipotezini test etmenin en bilinen yolu standart F testidir. F testi, enine kesit boyutunun (N) nispeten küçük ve panelin zaman boyutunun (T) büyük olduğu durumlar için geçerlidir. Swamy (1970), F testinde homoskedastisite varsayımını gevşeterek uygun bir havuzlanmış tahmin ediciden bireysel eğim tahminlerinin

dağılımı üzerine eğim homojenliği testini geliştirmiştir. Bununla birlikte, hem F hem de Swamy'nin testi, N'nin T'ye göre küçük olduğu panel veri modellerini gerektirir (Cowan ve diğ., 2014: 362). Bununla birlikte, birçok mikroekonometrik uygulamada N, genellikle T'den çok daha büyüktür ve SURE (görünüşte ilgisiz regresyon denklemi) yaklaşımı uygulanamaz (Hashem Pesaran ve Yamagata, 2008: 50). Pesaran ve Yamagata (2008)2in delta testi ile eğim katsayılarının her bir işletme için homojenliği tespit edilebilmektedir. Delta testinin denklemi aşağıdaki gibidir (Hashem Pesaran ve Yamagata, 2008: 56):

$$\hat{\Delta} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1}\hat{\xi} - k}{\sqrt{2k}} \right)$$

$\hat{\Delta}_{adj}$ düzeltilmiş delta test istatistiğini vermektedir:

$$\hat{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1}\hat{\xi} - E(\hat{z}_{iT})}{\sqrt{\text{Var}(\hat{z}_{iT})}} \right)$$

Tablo 2'de delta testi sonuçları gösterilmektedir:

Tablo 2 homojenlik testi sonuçları

	Test İstatistiği	Olasılık Değeri
$\hat{\Delta}$	54.055	0.000
$\hat{\Delta}_{adj}$	54.675	0.000

Analiz sonucunda p değerleri 0,01'den küçük olduğundan eşbütünleşme denkleminde, sabit terim ve eğim katsayılarının heterojen olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.5. Birim kök

Panel verilerde seriler arası yatay kesit bağımlılık olmaması durumunda 1. nesil birim kök testleri uygulanırken yatay kesit bağımlılık durumunda 2. nesil birim kök testlerinin kullanılması testlerin daha tutarlı sonuç vermesini sağlayacaktır (Çınar, 2004: 594). Panel birim kök testleri hakkındaki ekonometrik literatür, artık kesit bağımsızlığı varsayımı üzerine geliştirilen 1. nesil testleri (bkz. Örneğin, Levin ve diğerleri, 2002, Im ve diğerleri, 2003) bağımlılığa izin veren 2. nesil testlerden ayırmaktadır. 1. nesil panel birim kök testleri, önemli derecede hata kesiti bağımlılığı varsa ve bunlar göz ardı edilirse sahte sonuçlara (boyut bozulmaları nedeniyle) yol açabilir. Sonuç olarak, 2. nesil panel birim kök testlerinin uygulanması, yalnızca panelin etkili bir şekilde önemli ölçüde hata kesiti bağımlılığına maruz kaldığı açıkça belirlendiğinde arzu edilir. Kesit bağımlılığının

yeterince yüksek olmadığı durumlarda, kesit bağımlılığına izin veren 2. nesil panel birim kök testleri kullanılırsa güç kaybı yaşanabilir (Omri ve diğ., 2015: 245). CIPS testi her bir yatay kesit (işletme) ait birim kök test istatistiğinin ortalaması ile hesaplanmaktadır. CIPS test istatistiği aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır (M. H. Pesaran, 2007):

$$\Delta y_{it} = a_i + b_i y_{i,t-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + d_i \Delta \bar{y}_t + e_{it}$$

$$t_i(N, T) = \frac{\Delta y_i' M_w y_{i,-1}}{\hat{\sigma}_i \left(y_{i,-1}' M_w y_{i,-1} \right)^{1/2}}$$

$$CIPS(N, T) = t\text{-bar} = N^{-1} \sum_{i=1}^N t_i(N, T)$$

Tablo 3'de birim kök testi sonuçları gösterilmektedir:

Tablo 3 CADF birim kök test sonuçları

Değişkenler		t-istatistik	Z(t-bar)	p değeri
Düzyey Değerleri	Kapanış	-1.987	-7.213	0.000
	Hacim	-2.297	-71.728	0.000
Birinci Fark	Kapanış	-5.460	-61.308	0.000
	Hacim	-4.815	-50.536	0.000

Not: *:%1 , **:%5, ***:%10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. CIPS test istatistiği kritik değerleri %1, %5 ve %10 değerleri sırasıyla: -2.62, -2.55 ve -2.50'dir. Bu kritik değerler Pesaran (2007) çalışmasından alınmıştır.

Tablo da durağanlık analiz sonuçlarına göre tüm değişkenlerin seviyedeki t istatistik değerleri tüm kritik değerlerden mutlak değerce küçük olduğundan birim kök içermektedir. Birinci farkları alındığında değişkenlerin durağanlaştığı görülmektedir.

3.6. Eşbütünleşme

Finans alanında iki veya daha fazla değişkenin ilişkisi ilgi çekicidir. Eşbütünleşme analizi değişkenlerin uzun dönem ilişkilerinin tespiti için kullanılmaktadır. (Engle ve Granger, 1987: 264) Uzun vadeli ilişkilerin tahmini, zaman serileri ekonometrisindeki kapsamlı araştırmanın odak noktası olmuştur. Tek bir kesit biriminde değişkenler söz konusu olduğunda, uzun dönemli ilişkilerin varlığı ve doğası Engle ve Granger (1987), Johansen (1991, 1995) ve Phillips (1991) tarafından geliştirilen eşbütünleşme teknikleri kullanılarak araştırılmaktadır (Breitung ve Pesaran, 2008: 302) Panel verilerde eşbütünleşme analizi yatay kesit bağımlılığını dikkate

alıp almalarına göre iki gruptaki testlerle yapılabilmektedir. Birinci kuşak yatay kesit bağımlılığı dikkate almayan (Johansen, 1988), (McCoskey ve Kao, 1998), (Kao, 1999) ve (Pedroni, 2004) testleridir. İkinci nesil testler yatay kesit bağımlılığı dikkate alan (Westerlund, 2007) ve (Gengenbach, Urbain ve Westerlund, 2016) testleri bulunmaktadır. (Yerdelen Tatoğlu, 2018: 190) Bu çalışmada birimler arası korelasyon varlığında kullanılabilir Westerlund (2007) testi kullanılmıştır.

Westerlund (2007)'nin geliştirmiş olduğu panel eşbütünleşme testi yatay kesit bağımlılığı dikkate alan bir eşbütünleşme testidir. Çalışmada yabancı yatırımcı işlemleri ile hisse senedi değeri arasındaki ilişki eşbütünleşme ilişkisinin varlığını sınamak için Westerlund (2007) tarafından ortaya atılan, panel eşbütünleşme testi yapılmıştır. Eşbütünleşme denkleminde yatay kesit bağımlılık olması halinde dirençli kritik değerler dikkate alınmalıdır. Eşbütünleşme testi dört ayrı test istatistiğiyle yapılmaktadır. Testin boş hipotezi “eşbütünleşme yoktur” şeklindedir. Test istatistikleri aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$\Delta y_{it} = \delta'_i d_t + \hat{\alpha}_i y_{it-1} + \hat{\lambda}'_i x_{it-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \hat{\alpha}_{ij} \Delta y_{it-j} + \sum_{j=0}^{p_i} \hat{\gamma}_{ij} \Delta x_{it-j} + \hat{e}_{ij}$$

$$G_\tau = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{\hat{\alpha}_i}{SE(\hat{\alpha}_i)}$$

$$G_\alpha = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{T \hat{\alpha}_i}{\hat{\alpha}_i(1)}$$

$$P_\tau = \frac{\hat{\alpha}}{SE(\hat{\alpha})}$$

$$P_\alpha = T \hat{\alpha}$$

Tablo 4’de Westerlund ECM panel eşbütünleşme testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4 Westerlund Eşbütünleşme testi sonuçları

İstatistik	Değer	p değeri	Dirençli p değeri
Gt	-7.933	0.000	0.000
Ga	-127.349	0.000	0.000
Pt	-127.728	0.000	0.000
Pa	-166.507	0.000	0.000

Not: Panel eşbütünleşme testinde 100 tekrarlı bootstrap dağılım ile dirençli p değerleri hesaplanmıştır

Tablo 4’de elde edilen tüm istatistiklerin dirençli p değerlerine göre %1 önem seviyesinde “eşbütünleşme ilişkisi yoktur” biçimindeki boş hipotez red edilmektedir. Westerlund (2007) eşbütünleşme testi yatay kesit bağımlılık durumunda dirençli p değerine göre yorumlanmalıdır. Çalışmada eşbütünleşme denkleminde yatay kesit bağımlılık olması nedeniyle bootstrap dağılım ile hesaplanan dirençli p değerlerine göre yabancı işlem hacmi ile hisse senedi değeri arasında uzun dönem ilişki bulunmaktadır. Uzun dönem ilişkinin tespitinin ardından uzun dönem eşbütünleşme katsayıları hesaplanmıştır.

3.7. Eşbütünleşme katsayıları

Uzun dönem ilişkinin tespitinin ardından uzun dönem katsayı tahmini yapılmıştır. Eşbütünleşme denkleminin yatay kesit bağımlılık içermesi ve heterojen oluşu nedeniyle bu şartlarda yapılabilen AMG tahmincisi kullanılmıştır. Augmented Mean Group (AMG: Genişletilmiş Ortalama Grup) yatay kesit bağımlılığı dikkate alması yanında serilerin birinci seviyede durağan olması durumunda da kullanılabilir (Yaman Songur, 2017: 127). AMG tahmincisi serilerdeki ortak faktörlerle birlikte ortak dinamik etkileri de dikkate almaktadır (Göçer, 2013: 233). AMG tahmincisinde öncelikle hata düzelme modeli T-1 gölge değişkeni ilavesi ile birinci farklar yöntemi ile tahmin yapılmakta ve daha sonra elde edilen tahmin sonuçları her bir birim için kurulmuş olan hata düzeltme modeline eklenmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2018: 303). AMG tahmincisinin modellenmesi aşağıdaki gibidir (Eberhardt ve Bond, 2009: 2):

$$\begin{aligned}
 &(i = 1 \dots N, t = 1 \dots T, m = 1 \dots k) \\
 &y_{it} = \beta_i^l x_{it} + u_{it} \\
 &u_{it} = \alpha_i + \lambda_i^l f_t + \varepsilon_{it} \\
 &x_{mit} = \pi_{mi} + \delta_{mi}^l g_{mt} + \rho_{1mi} f_{1mt} + \dots + \rho_{nmi} f_{nmt} + v_{mit} \\
 &m = 1, \dots, k \text{ ve } f_{mt} \subset f_t \\
 &f_t = 0^l f_{t-1} + \varepsilon_t \text{ ve } g_t = \kappa^l g_{t-1} + \varepsilon_{it}
 \end{aligned}$$

Yabancı işlem hacminin işletmelerin piyasa değerine etkisini ölçmek için hazırlanan model için AMG tahmin sonuçları panelin geneli için aşağıda verilmiştir. Ele alınan işletme sayısının fazla oluşu nedeniyle işletmelere ait sonuçlar EK-1’de verilmektedir.

Tablo 5 AMG Eşbütünleşme Uzun Dönem

Katsayı	Standart Hata	t-istatistiği	olasılık
6.33e-10	1.41e-10	4.50	0.000

Panelin geneli için yapılan AMG uzun dönem eşbütünleşme katsayı tahmin sonuçlarına göre uzun dönemde anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur. Bunun yanında analiz sonucunda elde edilen katsayıya

göre yabancı işlem hacminin hisse senedi fiyatını çok önemli derecede etkilemediğini söylemek mümkündür. Sonuç olarak yabancı işlem hacmi ile hisse senedi fiyatlarının uzun dönemde ilişki içerisinde olduğu ancak bu ilişkinin etkisinin çok önemli düzeyde olmadığı görülmektedir.

4. SONUÇ

Farklı ülkelerdeki yatırımcılar Dünyanın her tarafından hisse senedi portföylerine sahiptir. Yabancı sermaye akımları çoğunlukla gelişmekte olan ülkelerden gelişmiş ülkelere doğru gerçekleşmektedir. Teknolojik imkanların artışıyla birlikte gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan pazarlara uluslararası portföy yatırımı akışlarının büyüklüğünde çarpıcı bir artış olmuştur. Bu muazzam uluslararası sermaye akışı, gelişmekte olan ülkelerin yatırım hızlarını artırmak için tasarruflarına katkıda bulunarak kalkınmada yararlı bir rol oynayabilir. Gelişmekte olan bir ülke konumundaki ülkemizde ihtiyaç duyulan yabancı sermayenin sağlanmasının bir başka yolu da budur.

Yabancı sermaye akımlarının, özellikle portföy akışlarının, gelişmekte olan ekonomilerin finansal piyasaları için çok önemli olduğu genel olarak kabul edilmektedir. Finansal serbestleşme ile birlikte uluslararası sermaye akımları ve yabancı yatırımcıların gelişmekte olan ülkelerde piyasalara dolayısıyla da hisse değerlerine etkisi merak edilen konuların başında yer almıştır. Yabancı yatırımcıların portföy çeşitlendirmesinde uluslararası finansal piyasalarda yer alan işletmelerin hisse senetlerine yatırım yapması ve bunun etkileri birçok çalışmada ele alınmıştır. Merton (1987), V. R. Errunza (1977) Berko ve Clark (1996) Brennan ve Cao (1997) gibi çalışmalarda uluslararası portföy çeşitlendirmesi ve hisse senedi fiyatlarına etkileri ele alınmıştır.

Yabancı yatırımcıların yöneldikleri finansal piyasalara sermaye getirdiklerinde şüphe yok ancak yabancı yatırımcıların işlemlerinin hisse senedi getirisine ve genel olarak borsa endeksine etkisi üzerine farklı hipotezler bulunmaktadır. Farklı ülke piyasalarına üzerine yapılmış olan çalışmalarda birbirinden farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışma, Türk borsasındaki bu ilişkiyi araştırarak ve sonuçları tartışarak literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Çalışmada yabancı işlemleri ile BIST'te işlem gören hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Ocak 2010-Ocak 2021 dönemi arası aylık verilerle 226 işletmenin oluşturduğu veri seti panel veri analizi aracılığıyla analiz edilmiştir. Panel veri yönteminde eşbütünleşme analizinden önce yapılması gereken ön testler (yatay kesit bağımlılık, homojenlik ve birim kök testleri) bulunmaktadır. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin tespiti için Westerlund (2007) eşbütünleşme analizi uygulanmıştır. Eşbütünleşme ilişkisinin tespit edilmesinin ardından uzun dönemli eşbütünleşme katsayıları AMG tahmincisi ile hesaplanmıştır.

Çalışmada eşbütünleşme denkleminde yatay kesit bağımlılık olması nedeniyle bootstrap dağılım ile hesaplanan dirençli p değerlerine göre yabancı işlem hacmi ile hisse senedi değeri arasında uzun dönem ilişki bulunmaktadır. Elde edilen sonuçlar Bolaman Avcı (2015) ve Kaya (2020)'nin çalışmalarıyla uyumludur. Uzun dönem ilişkinin tespitinin ardından uzun dönem eşbütünleşme katsayıları hesaplanmıştır. Panelin geneli için yapılan AMG uzun dönem eşbütünleşme katsayı tahmin sonuçlarına göre uzun dönemde anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur. Bunun yanında analiz sonucunda elde edilen katsayıya göre yabancı işlem hacminin hisse senedi fiyatını çok önemli derecede etkilemediğini söylemek mümkündür. Sonuç olarak yabancı işlem hacmi ile hisse senedi fiyatlarının uzun dönemde ilişki içerisinde olduğu ancak bu ilişkinin etkisinin çok önemli düzeyde olmadığı görülmektedir.

Sonuç olarak yabancı yatırımcıların gelişmekte olan ülke borsalarına yönelimi ve etkisi göz önünde bulundurularak BIST'e yatırım yapan yabancı sayısı ve yabancı yatırım miktarının artırılması ihtiyaç duyulan sermayenin ülkemize gelmesini sağlayacaktır. Merkezi Kayıt Kuruluşu'nun yayınlamış olduğu Borsa Trendleri Raporu'na göre yabancı yatırımcıların hisse senedini elde tutma süreleri 2020 yılında BIST Tüm için 74 gün yerli yatırımcıların ise 18 gün olarak gerçekleşmiştir. Yabancı yatırımcıların daha fazla yatırım yapmasının elde tutma süreleri dikkate alındığında volatilitiyi azaltması beklenebilir.

KAYNAKÇA

- Adabag, C., Ornelas, J. R. H. (2004). "Behavior and effects of foreign investors on Istanbul Stock Exchange". *Available at SSRN 656442*.
- Ananthanarayanan, S., Krishnamurti, C., Sen, N. (2009). *Foreign institutional investors and security returns: Evidence from Indian stock exchanges*. Paper presented at the Proceedings of the 7th INFINITI Conference on International Finance 2009-Credit Markets, Credit Institutions and Macroeconomic Volatility.
- Back, I.-M. (2006). "Portfolio investment flows to Asia and Latin America: Pull, push or market sentiment?". *Journal of Asian Economics*, 17 /2, 363-373. doi: 10.1016/j.asieco.2006.02.007
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data* (Vol. 3rd ed.): Wiley.
- Bekaert, G., Harvey, C. R. (1998). "Capital flows and the behavior of emerging market equity returns". *NBER Working Paper, No: 6669*.
- Berko, E., Clark, J. (1996). Foreign investment fluctuations and emerging market stock returns: the case of Mexico: Federal Reserve Bank of New York.
- Bohl, M. T., Siklos, P. L. (2008). "Empirical evidence on feedback trading in mature and emerging stock markets". *Applied Financial Economics*, 18 /17, 1379-1389. doi: 10.1080/09603100701704280
- Bolaman Avcı, Ö. (2015). "Effect of foreign investor transactions on stock market returns". *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33 /4, 29-38.
- Breitung, J. (2005). "A Parametric approach to the Estimation of Cointegration Vectors in Panel Data". *Econometric Reviews*, 24/2, 151-173.
- Breitung, J., Pesaran, M. H. (2008). "Unit Roots and Cointegration in Panels". L. Mátyás ve P. Sevestre (Ed.). *The Econometrics of Panel Data: Fundamentals and Recent Developments in Theory and Practice* (ss. 279-322). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Brennan, M. J., Cao, H. H. (1997). "International Portfolio Investment Flows". *The Journal of Finance*, 52/5, 1851-1880. doi: 10.2307/2329467
- Breusch, T. S., Pagan, A. R. (1980). "The Lagrange Multiplier Test and its Applications to Model Specification in Econometrics". *The Review of Economic Studies*, 47/1, 239-253. doi: 10.2307/2297111
- Cowan, W. N., Chang, T., Inglesi-Lotz, R., Gupta, R. (2014). "The nexus of electricity consumption, economic growth and CO2 emissions in the BRICS countries". *Energy Policy*, 66, 359-368. doi: <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.10.081>
- Çetenak, E. H. (2006). *Yabancı Portföy Yatırımlarının Hisse Senedi Getirileri Üzerine Etkisi: İmkb Üzerine Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi): T.C. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı

- Çınar, Y. (2004). *Çok Nitelikli Karar Verme ve Bankaların Mali Performanslarının Değerlendirilmesi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dahlquist, M., Robertsson, G. (2004). "A note on foreigners' trading and price effects across firms". *Journal of Banking & Finance*, 28/3, 615-632. doi: [https://doi.org/10.1016/S0378-4266\(03\)00036-0](https://doi.org/10.1016/S0378-4266(03)00036-0)
- De Hoyos, R. E., Sarafidis, V. (2006). "Testing for Cross-Sectional Dependence in Panel-Data Models". *The Stata Journal*, 6/4, 482-496.
- Doğukanlı, H., Çetenak, H. (2008). "Yabancı Portföy Yatırımları İle Hisse Senedi Getirisi Arasındaki İlişki: İMKB'de Sınama". *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12/2, 37-57.
- Eberhardt, M., Bond, S. (2009). Cross-section dependence in nonstationary panel models: a novel estimator. University of Oxford: University Library of Munich, Germany.
- Engle, R. F., Granger, C. W. J. (1987). "Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing". *Econometrica*, 55/2, 251-276. doi: 10.2307/1913236
- Errunza, V., Losq, E. (1989). "Capital Flow Controls, International Asset Pricing, and Investors' Welfare: A Multi-Country Framework". *The Journal of Finance*, 44/4, 1025-1037. doi: 10.2307/2328622
- Errunza, V. R. (1977). "Gains from Portfolio Diversification into Less Developed Countries' Securities". *Journal of International Business Studies*, 8/2, 83-99. doi: 10.2307/154610
- Garg, R., Dua, P. (2014). "Foreign Portfolio Investment Flows to India: Determinants and Analysis". *World Development*, 59, 16-28. doi: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.01.030>
- Gengenbach, C., Urbain, J.-P., Westerlund, J. (2016). "Error Correction Testing in Panels with Common Stochastic Trends". *Journal of Applied Econometrics*, 31/6, 982-1004. doi: <https://doi.org/10.1002/jae.2475>
- Göçer, İ. (2013). "Seçilmiş Oecd Ülkelerinde Bütçe Açıklarının Sürdürülebilirliği: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Panel Eş-Bütünleşme Analizi". *Journal of Yasar University*, 30/8, 5086-5104.
- Hashem Pesaran, M., Yamagata, T. (2008). "Testing slope homogeneity in large panels". *Journal of Econometrics*, 142/1, 50-93. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2007.05.010>
- Johansen, S. (1988). "Statistical analysis of cointegration vectors". *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12/2, 231-254. doi: [https://doi.org/10.1016/0165-1889\(88\)90041-3](https://doi.org/10.1016/0165-1889(88)90041-3)
- Kao, C. (1999). "Spurious regression and residual-based tests for cointegration in panel data". *Journal of Econometrics*, 90/1, 1-44. doi: [https://doi.org/10.1016/S0304-4076\(98\)00023-2](https://doi.org/10.1016/S0304-4076(98)00023-2)

- Karaca, S. S. (2010). "Uluslararası Sermaye Hareketleri ve Kriz Sonrası Görünüm". *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5/1, 157-173.
- Kaya, B. (2020). "Hisse Fiyatları ile Yabancı Yatırımcı Ticareti Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Bankalar Üzerine Bir Uygulama". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12/1, 705-714. doi: <https://doi.org/10.20491/isarder.2020.872>
- Kim, W., Wei, S.-J. (2002). "Foreign portfolio investors before and during a crisis". *Journal of International Economics*, 56/1, 77-96. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0022-1996\(01\)00109-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0022-1996(01)00109-X)
- Koutmos, G. (1997). "Feedback trading and the autocorrelation pattern of stock returns: further empirical evidence". *Journal of International Money and Finance*, 16/4, 625-636. doi: [https://doi.org/10.1016/S0261-5606\(97\)00021-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5606(97)00021-1)
- Koutmos, G. (2014). "Positive feedback trading: a review". *Review of Behavioral Finance*, 6/2, 155-162. doi: 10.1108/RBF-08-2014-0043
- McCoskey, S., Kao, C. (1998). "A residual-based test of the null of cointegration in panel data". *Econometric Reviews*, 17/1, 57-84. doi: 10.1080/07474939808800403
- Merton, R. C. (1987). "A Simple Model of Capital Market Equilibrium with Incomplete Information". *The Journal of Finance*, 42/3, 483-510. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1987.tb04565.x>
- Neprash, J. A. (1934). "Some Problems in the Correlation of Spatially Distributed Variables". *Journal of the American Statistical Association*, 29/185A, 167-168. doi: 10.1080/01621459.1934.10506246
- Okuyan, H. A., Erbaykal, E. (2011). "İMKB'de Yabancı İşlemleri ve Hisse Senedi Getirileri İlişkisi". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12/2, 9.
- Omri, A., Daly, S., Rault, C., Chaibi, A. (2015). "Financial development, environmental quality, trade and economic growth: What causes what in MENA countries". *Energy Economics*, 48, 242-252. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2015.01.008>
- Pedroni, P. (2004). "Panel Cointegration: Asymptotic And Finite Sample Properties Of Pooled Time Series Tests With An Application To The Ppp Hypothesis". *Econometric Theory*, 20/3, 597-625. doi: 10.1017/S0266466604203073
- Pesaran, M. H. (2004). "General diagnostic tests for cross section dependence in panels". *Cambridge Working Papers in Economics*, No:435.
- 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. doi: 10.1002/jae.951

- Pesaran, M. H., Ullah, A., Yamagata, T. (2008). "A bias-adjusted LM test of error cross-section independence". *Econometrics Journal*, 11/1, 105-127. doi: 10.1111/j.1368-423X.2007.00227.x
- Phansatan, S., Powell, J. G., Tanthanongsakkun, S., Treepongkaruna, S. (2012). "Investor type trading behavior and trade performance: Evidence from the Thai stock market". *Pacific-Basin Finance Journal*, 20/1, 1-23. doi: <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2011.07.004>
- Porras, E., Ülkü, N. (2015). "Foreigners' trading and stock returns in Spain". *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 34, 111-126. doi: <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2014.11.008>
- Robertson, D., Symons, J. (2000). *Factor residuals in SUR regressions: estimating panels allowing for cross sectional correlation*: Centre for Economic Performance, London School of Economics and Political
- Sarafidis, V., Wansbeek, T. (2012). "Cross-Sectional Dependence in Panel Data Analysis". *Econometric Reviews*, 31/5, 483-531. doi: 10.1080/07474938.2011.611458
- Somuncu, K., Karan, M. B. (2010). "The Impacts Of International Portfolio Investments On Istanbul Stock Exchange Market". *Sayıştay Dergisi*, 77 (Nisan-Haziran).
- Stephan, F. F. (1934). "Sampling Errors and Interpretations of Social Data Ordered in Time and Space". *Journal of the American Statistical Association*, 29/185A, 165-166. doi: 10.1080/01621459.1934.10506245
- Swamy, P. A. V. B. (1970). "Efficient Inference in a Random Coefficient Regression Model". *Econometrica*, 38/2, 311-323. doi: 10.2307/1913012
- Şenol, Z., Selahattin, K. (2018). "Yabancı Portföy Yatırımları, Borsa Ve Makroekonomik Değişkenler Arası İlişkilerin Var Yöntemiyle Analizi: Türkiye Örneği". *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi* 21, 1-20.
- Tobler, W. R. (1970). "A Computer Movie Simulating Urban Growth in the Detroit Region". *Economic Geography*, 46, 234-240. doi: 10.2307/143141
- Uysal, M. (2020). "Yabancı Portföy Yatırımlarıyla Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişki: Zamanla Değişen Asimetrik Nedensellik Analizi". *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11/22, 544-561.
- Ülkü, N., İkizlerli, D. (2012). "The interaction between foreigners' trading and emerging stock returns: Evidence from Turkey". *Emerging Markets Review*, 13/3, 381-409. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2012.06.002>
- Wang, J. (2007). "Foreign equity trading and emerging market volatility: Evidence from Indonesia and Thailand". *Journal of Development Economics*, 84/2, 798-811. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jdevco.2006.05.001>

- Warther, V. A. (1995). “Aggregate mutual fund flows and security returns”. *Journal of Financial Economics*, 39/2, 209-235. doi: [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(95\)00827-2](https://doi.org/10.1016/0304-405X(95)00827-2)
- Westerlund, J. (2007). “Testing for Error Correction in Panel Data”. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 69/6, 709-748. doi: 10.1111/j.1468-0084.2007.00477.x
- Yaman Songur, D. (2017). “Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Dış Ticaret’in Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Üzerine Etkisi: Avrasya Ülkeleri Örneği”. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 2/2, 117-133.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2018). *Panel Zaman Serileri Analizi*, 2. baskı, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul

EK-1

İşletme	Katsayı	Standart Hata	t-istatistiği	olasılık
ADEL	-9.10e-10	1.04e-08	-0.09	0.930
AFYON	1.53e-10	7.65e-10	0.20	0.842
AKENR	9.89e-10	5.41e-10	1.83	0.068
AKBNK	1.31e-11	5.64e-11	0.23	0.817
AKCNS	4.51e-09	2.45e-09	1.85	0.065
ATEKS	1.54e-08	2.99e-08	0.52	0.606
AKSGY	6.33e-10	6.97e-10	0.91	0.364
AKMGY	3.37e-08	6.98e-08	0.48	0.630
AKSA	-1.25e-09	1.14e-09	-1.10	0.272
AKGRT	-8.89e-10	3.06e-10	-2.91	0.004
AKSUE	2.74e-08	2.10e-08	1.30	0.193
ALCAR	6.19e-08	3.74e-08	1.66	0.098
ALGYO	1.74e-09	1.19e-09	1.46	0.144
ALARK	1.51e-09	4.25e-10	3.56	0.000
ALBRK	8.51e-11	1.90e-10	0.45	0.654
ALCTL	1.75e-09	2.13e-09	0.82	0.411
ALKA	1.09e-09	2.31e-09	0.47	0.636
ALKIM	5.26e-10	2.79e-10	1.88	0.060
AYCES	-6.50e-07	5.47e-07	-1.19	0.234
AEFES	4.20e-10	2.71e-10	1.55	0.122
AGHOL	-3.10e-09	5.36e-09	-0.58	0.564
ANHYT	-1.55e-09	1.25e-09	-1.24	0.215
ASUZU	4.95e-10	2.15e-09	0.23	0.818
ANSGR	3.31e-10	1.00e-09	0.33	0.741
ARCLK	1.98e-09	5.16e-10	3.83	0.000
ARENA	9.48e-09	3.72e-09	2.55	0.011
ARMDA	-1.21e-07	4.61e-08	-2.62	0.009
ARSAN	-9.87e-11	5.13e-09	-0.02	0.985
ASELS	1.59e-10	5.48e-11	2.91	0.004
ATAGY	2.40e-09	9.37e-09	0.26	0.798
AGYO	5.58e-10	1.59e-09	0.35	0.726
AVGYO	1.53e-09	5.23e-09	0.29	0.770
AVTUR	2.11e-08	1.55e-08	1.36	0.172

AYEN	3.73e-09	1.04e-09	3.59	0.000
AYGAZ	2.16e-09	1.54e-09	1.41	0.160
BAGFS	3.10e-09	2.84e-09	1.09	0.275
BAKAB	1.03e-08	1.19e-08	0.86	0.387
BANVT	-3.90e-09	4.50e-09	-0.87	0.385
BTCIM	3.97e-09	4.63e-09	0.86	0.392
BSOKE	1.48e-10	2.31e-10	0.64	0.523
BJKAS	6.72e-10	5.42e-10	1.24	0.215
BIMAS	5.44e-10	4.56e-10	1.19	0.233
BRSAN	-1.26e-09	9.07e-10	-1.39	0.165
BRYAT	-8.67e-07	9.85e-08	-8.80	0.000
BFREN	-1.48e-07	2.08e-07	-0.71	0.476
BOSSA	6.93e-09	4.17e-09	1.66	0.097
BRISA	4.69e-09	2.89e-09	1.62	0.105
BURCE	-3.63e-08	5.82e-08	-0.62	0.533
BURVA	-9.66e-07	1.12e-07	-8.63	0.000
BUCIM	1.84e-10	6.59e-10	0.28	0.780
CRFSA	-7.47e-08	1.38e-08	-5.41	0.000
COLLA	1.90e-09	2.53e-09	0.75	0.452
CRDFA	1.79e-09	3.60e-09	0.50	0.618
CLEBI	7.41e-09	1.17e-08	0.64	0.525
CELHA	6.76e-09	8.76e-09	0.77	0.440
CEMTS	-1.45e-09	7.57e-10	-1.91	0.056
CMBTN	-4.49e-07	1.27e-07	-3.54	0.000
CIMSA	1.12e-09	2.47e-09	0.45	0.651
DAGHL	-1.20e-07	2.93e-08	-4.09	0.000
DGATE	-1.19e-09	2.49e-09	-0.48	0.632
DMSAS	-1.34e-09	8.66e-10	-1.54	0.123
DZGYO	1.47e-09	2.55e-09	0.58	0.563
DERIM	2.29e-09	6.90e-09	0.33	0.739
DESA	1.59e-08	6.55e-09	2.43	0.015
DEVA	-1.89e-09	7.67e-10	-2.47	0.014
DITAS	-1.89e-08	4.09e-08	-0.46	0.644
DOBUR	3.01e-11	2.60e-10	0.12	0.908
DOHOL	9.93e-11	1.55e-10	0.64	0.521
DGKLB	1.23e-09	2.37e-09	0.52	0.604
DOGUB	-3.63e-09	6.29e-09	-0.58	0.563
DGGYO	-8.75e-10	3.65e-10	-2.40	0.017
DOAS	-2.81e-08	2.80e-08	-1.00	0.316
DOKTA	-1.42e-07	5.01e-08	-2.84	0.005
DURDO	1.83e-09	8.45e-10	2.16	0.031
DYOBY	1.68e-11	5.79e-10	0.03	0.977
ECILC	4.82e-10	3.51e-10	1.37	0.169
ECZYT	3.33e-09	1.00e-08	0.33	0.739
EDIP	2.89e-10	4.43e-10	0.65	0.514
EGEEN	1.47e-07	6.46e-08	2.27	0.023
EGGUB	-3.80e-08	3.21e-08	-1.18	0.236
EGPRO	1.69e-08	1.13e-08	1.49	0.135
EGSER	-1.94e-09	5.23e-09	-0.37	0.711
EMKEL	2.07e-11	2.06e-10	0.10	0.920

ENKAI	2.79e-09	2.32e-09	1.20	0.228
ERBOS	4.73e-10	2.28e-10	2.08	0.038
EREGL	8.68e-09	4.37e-09	1.98	0.047
ERSU	1.03e-09	1.16e-09	0.89	0.373
ESCOM	4.01e-12	2.26e-10	0.02	0.986
FENER	1.06e-08	2.46e-08	0.43	0.668
FMIZP	3.75e-09	2.43e-09	1.55	0.122
FROTO	-1.40e-07	2.07e-07	-0.68	0.499
FRIGO	4.41e-10	5.60e-10	0.79	0.430
GSRAY	-2.37e-11	3.83e-11	-0.62	0.537
GARAN	1.45e-08	3.34e-08	0.43	0.664
GARFA	-2.88e-09	6.58e-09	-0.44	0.662
GENTS	4.15e-10	2.13e-10	1.95	0.051
GEREL	9.96e-10	1.51e-10	6.60	0.000
GLYHO	7.35e-10	6.34e-10	1.16	0.246
GOODY	3.10e-09	1.72e-09	1.81	0.071
GOLTS	1.52e-07	7.85e-08	1.93	0.053
GSDDE	5.78e-10	4.47e-10	1.29	0.196
GSDHO	2.58e-11	4.45e-11	0.58	0.562
GUBRF	-1.74e-09	2.35e-08	-0.07	0.941
GLRYH	-1.40e-09	5.74e-10	-2.44	0.015
HEKTS	-3.22e-09	1.30e-09	-2.48	0.013
HUBVC	1.88e-09	2.11e-09	0.89	0.373
HURGZ	-9.49e-11	2.69e-10	-0.35	0.724
ICBCT	7.99e-09	1.01e-08	0.79	0.431
INVEO	7.73e-09	2.81e-09	2.75	0.006
IEYHO	1.56e-09	1.38e-09	1.12	0.261
IHEVA	-1.58e-12	1.12e-10	-0.01	0.989
IHLGM	5.81e-10	1.06e-09	0.55	0.585
IHLAS	8.16e-11	4.77e-10	0.17	0.864
INDES	-3.22e-08	1.76e-08	-1.83	0.067
INTEM	-1.35e-09	5.14e-10	-2.62	0.009
IPEKE	0	•	•	•
ISATR	.0006047	.0013012	0.46	0.642
ISBTR	1.83e-08	1.61e-07	0.11	0.909
ISCTR	7.73e-10	6.77e-10	1.14	0.253
ISFIN	3.70e-09	1.28e-09	2.90	0.004
ISGSY	1.84e-09	3.29e-10	5.61	0.000
ISGYO	4.30e-10	3.87e-10	1.11	0.266
ISMEN	-3.87e-10	1.77e-10	-2.19	0.029
ITTFH	2.68e-09	2.05e-09	1.31	0.191
IZMDC	1.17e-08	4.88e-09	2.39	0.017
KAPLM	3.04e-09	2.70e-09	1.13	0.260
KRDMA	-1.08e-09	8.17e-10	-1.32	0.186
KRDMB	-3.91e-11	4.78e-11	-0.82	0.413
KRDMD	1.72e-09	6.33e-10	2.71	0.007
KAREL	7.30e-10	2.22e-10	3.28	0.001
KARSN	9.29e-09	6.64e-09	1.40	0.162
KRTEK	-3.28e-10	6.34e-10	-0.52	0.605
KARTN	-1.25e-08	1.90e-09	-6.57	0.000

KERTV	7.74e-10	1.39e-09	0.56	0.579
KLMSN	2.08e-11	1.39e-10	0.15	0.881
KCHOL	-1.09e-08	1.48e-08	-0.73	0.463
KNFRT	0	•	•	•
KONYA	-3.75e-09	7.11e-08	-0.05	0.958
KORDS	2.52e-09	1.19e-09	2.12	0.034
KOZAA	7.97e-11	2.66e-10	0.30	0.764
KRSTL	7.52e-10	6.31e-10	1.19	0.233
KUTPO	1.66e-08	8.79e-09	1.89	0.059
LINK	-2.15e-08	6.81e-09	-3.15	0.002
LOGO	4.88e-09	1.35e-08	0.36	0.719
LUKSK	-9.17e-08	1.94e-07	-0.47	0.637
MAKTK	2.60e-10	1.58e-09	0.16	0.870
MARKA	-5.87e-09	7.41e-09	-0.79	0.428
MAALT	-6.68e-08	6.15e-08	-1.09	0.277
MRSHL	-8.53e-07	3.87e-07	-2.20	0.028
MARTI	-6.51e-10	7.56e-10	-0.86	0.389
MNDRS	-3.08e-10	2.54e-10	-1.21	0.227
MERKO	-1.80e-08	4.21e-09	-4.27	0.000
METUR	9.23e-08	9.73e-09	9.49	0.000
METRO	7.37e-10	5.97e-10	1.23	0.217
MGROS	3.63e-09	1.45e-09	2.51	0.012
MIPAZ	2.81e-09	1.49e-09	1.89	0.059
TIRE	3.12e-09	4.64e-10	6.71	0.000
NTHOL	1.67e-10	3.16e-10	0.53	0.596
NETAS	1.74e-09	4.01e-09	0.43	0.664
NUHCM	5.38e-08	8.96e-09	6.01	0.000
NUGYO	1.16e-08	1.83e-08	0.63	0.527
OLMIP	-4.27e-08	6.11e-09	-6.98	0.000
OTKAR	3.10e-08	4.78e-09	6.49	0.000
OYAKC	7.99e-10	3.46e-10	2.31	0.021
OZGYO	-3.80e-10	9.66e-10	-0.39	0.694
PRKME	3.70e-10	7.88e-10	0.47	0.638
PARSN	1.07e-08	6.03e-09	1.77	0.077
PENGD	-2.60e-10	4.06e-10	-0.64	0.522
PEGYO	-4.01e-10	5.06e-10	-0.79	0.428
PETKM	4.34e-11	2.69e-11	1.61	0.107
PKENT	-0.000242	.0000121	-2.00	0.046
PETUN	6.95e-09	2.87e-09	2.42	0.015
PINSU	8.91e-09	2.57e-09	3.47	0.001
PNSUT	2.21e-09	3.13e-09	0.71	0.480
PKART	1.54e-09	4.00e-09	0.39	0.700
RALYH	3.81e-07	1.03e-07	3.69	0.000
RAYSG	-6.38e-08	1.64e-08	-3.90	0.000
RYSAS	-2.36e-11	8.50e-10	-0.03	0.978
RHEAG	-1.69e-08	1.15e-08	-1.47	0.140
SAHOL	2.19e-10	1.72e-10	1.27	0.203
SANKO	9.39e-09	4.42e-09	2.12	0.034
SARKY	-5.69e-10	5.96e-10	-0.95	0.340
SASA	1.36e-11	1.24e-10	0.11	0.912

SELEC	7.81e-10	2.47e-10	3.16	0.002
SILVR	-2.65e-09	3.38e-09	-0.79	0.432
SNGYO	2.05e-10	2.98e-10	0.69	0.491
SKTAS	-4.67e-10	6.11e-09	-0.08	0.939
SONME	-2.87e-08	3.13e-08	-0.92	0.360
SNPAM	4.55e-09	1.94e-08	0.23	0.814
SEKFK	2.47e-08	6.63e-09	3.73	0.000
SKBNK	4.74e-11	9.34e-11	0.51	0.612
SISE	7.10e-11	5.66e-11	1.25	0.210
HALKB	4.96e-11	1.65e-10	0.30	0.764
TSKB	1.77e-11	2.54e-11	0.70	0.485
TATGD	-8.48e-10	1.85e-09	-0.46	0.647
TAVHL	-2.06e-10	3.87e-10	-0.53	0.595
TEKTU	3.43e-10	3.39e-10	1.01	0.310
TKFEN	1.03e-09	3.39e-10	3.02	0.002
TOASO	9.84e-10	6.49e-10	1.51	0.130
TSPOR	7.52e-12	3.59e-10	0.02	0.983
TUKAS	3.05e-09	9.47e-10	3.22	0.001
TRCAS	5.36e-10	7.82e-10	0.69	0.493
TCELL	2.30e-10	1.18e-10	1.95	0.052
TUPRS	8.78e-10	6.85e-10	1.28	0.200
THYAO	1.95e-11	5.23e-11	0.37	0.709
PRKAB	6.78e-10	4.13e-10	1.64	0.101
TTKOM	-3.92e-11	1.89e-10	-0.21	0.835
TTRAK	4.43e-09	7.12e-09	0.62	0.534
TURSG	2.59e-10	1.27e-10	2.03	0.042
USAK	8.64e-11	5.55e-10	0.16	0.876
ULKER	-2.66e-10	5.89e-10	-0.45	0.652
VAKFN	8.95e-10	5.42e-10	1.65	0.098
VKGYO	-1.94e-10	6.54e-10	-0.30	0.767
VAKBN	-8.21e-11	9.68e-11	-0.85	0.396
VAKKO	1.56e-10	1.04e-09	0.15	0.881
VESTL	1.44e-09	5.90e-10	2.45	0.014
VESBE	6.65e-09	5.36e-09	1.24	0.215
VKING	-6.59e-09	1.80e-08	-0.37	0.714
YKGYO	1.85e-10	1.56e-09	0.12	0.906
YKBNK	2.72e-11	5.06e-11	0.54	0.590
YATAS	-6.87e-10	9.16e-10	-0.75	0.453
YGYO	1.26e-09	2.13e-09	0.59	0.554
YYAPI	4.92e-10	7.73e-10	0.64	0.524
YESIL	-6.05e-08	2.71e-08	-2.23	0.026
YUNSA	-9.60e-10	1.51e-09	-0.64	0.524
ZOREN	4.46e-10	2.32e-10	1.92	0.055

Bölüm 33

LOJİSTİKTE KALİTE(SİZLİK)
MALİYETLERİ VE YEŞİL LOJİSTİK

Tolga YEŞİL¹

¹ Öğr. Gör. Dr., Uşak Üniversitesi, tolga.yesil@usak.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-3751-5222.

GİRİŞ

Lojistik, tedarik zinciri yönetiminin bir parçasıdır. Tedarik zincirinde; lojistik dışında üretim, ambalajlama, elleçleme, yükleme – indirme gibi operasyonel süreçler, tüketici kullanımı, atık oluşumu vb. aşamaların yer aldığı üreticiden tüketiciye doğru bir ürün ve hizmet akışı bulunmaktadır. Ayrıca lojistik sürecinde; karayolu, havayolu, denizyolu veya demiryolunda çeşitli motorlu araçların kullanıldığı farklı taşımacılık modları bulunmaktadır. Ürün ve hizmetlerin üretimden tüketime doğru süren bu yolculuğunda; motorlu araçların kullanımı, bilinçsiz tüketim ve üretim, vb. nedenlerle çevre kirliliği oluşmaktadır. Çevre kirliliğiyle birlikte ekosistemin de yapısının bozulması sonucunda ise küresel ısınma, iklim değişiklikleri, endemik bitki türlerinin yokolması, hayvan nesillerinin tükenmesi, kuraklık gibi çeşitli doğal afetlerle insanoğlu yüzleşmektedir. Diğer bilim dallarında da olduğu gibi olumsuz çevresel etkilerin neticesinde lojistik terminolojisine, yeşil lojistik kavramı kazandırılmıştır. Olumsuz çevresel etkilerin giderilmesi, iyileştirilmesi ve sürdürülebilirliği için ise yapılması gerekli mücadeleler için katlanılması gereken faaliyetlerin belirli ekonomik değerleri, yeşil lojistik maliyetini oluşturmaktadır.

Lojistik Performans Endeksine (LPI) göre Türkiye 2007 yılından itibaren konumunu koruyamayarak listede düşüş eğilimi göstermiştir. 2007 yılında LPI' de 34. Sırada olan Türkiye, 2018 yılında 47. sıraya düşmüştür (Görgün, 2020: 47). Türkiye'nin daha iyi konuma ulaşabilmesi için sektördeki ilgili işletmelerin yeşil lojistik maliyetlerini kalite çerçevesinde değerlendirip yönetebilmesi önemlidir.

Bu çalışmada, öncelikle lojistik kavramı açıklanmıştır. Ayrıca lojistik terminolojisinde yer edinmiş olan yeşil lojistik ve lojistik maliyetlerde çalışmada incelenmiştir. Lojistik sektöründe, lojistik maliyetlerin bir boyutunu oluşturan kalite(sizlik) maliyetleri ve kalite kavramları, çalışmanın ikinci ana temasını oluşturmaktadır. Çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında ise kalite(sizlik) maliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde izlenmesi gereken yaklaşımın, yeni yapılacak araştırmalar da dikkate alınması önerilmiştir.

Literatür Taraması

Çalışmada literatür taraması için anahtar kelimeleri oluşturan; yeşil lojistik, lojistik maliyetler ve kalite maliyetlerinin aynı paydada kesiştiği bilimsel yayınların incelenmesi amaçlanmıştır. Literatür taramasında öncelikle lojistik kavramının bibliyografya yöntemi ile alanyazın taraması şeklinde yer alan çalışmalardan bazıları incelenmiştir. Çalışmanın literatür taraması, lojistik ve kalite bağlamındaki iki kavramı birlikte içeren çalışmalarla tamamlanmıştır.

Literatür taraması şeklindeki çalışmalardan birisi, Suvacı (2016) tarafından yapılmıştır. ULAKBİM (Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi) veri tabanındaki 47 derginin 2016 yılına kadar yayınlanmış 1776 sayısını tarayarak, “lojistik” ve “tedarik zinciri” kavramlarıyla yapılmış çalışmaları içeren 34 adet makaleyi incelemiştir. Çalışmanın bulgular kısmında, en fazla çalışılan konunun “lojistik köyler” olduğunu, en az çalışılan konular arasında ise; yeşil lojistik, lojistik maliyetler ve sürdürülebilir tedarik zinciri olduğu tespit edilmiştir. Genel sonuç kısmında ise sosyal bilimlerde, lojistik konusunda sınırlı sayıda çalışmaların bulunduğu ifade edilmiştir. Bir diğer literatür taraması şeklindeki çalışma, Bayraktutan ve Özbilgin (2015) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar lojistik performansını yansıtan çeşitli lojistik performans endekslerini ve endeks kriterlerini açıklamışlardır. Çalışmada lojistik maliyetlere de yer vererek performans göstergelerinde; faktör koşulları, dış çevre koşulları ve iktisadi koşullar olarak parametreler gruplandırılmıştır. Hizmet kalitesinin de lojistik sektöründeki unsurlarından birisi olduğu çalışmanın sonucunda belirtilmiştir.

Lojistik ve kaliteyi bir arada ele alan çalışmalar dikkate alındığında, Erdem ve Akolaş (2020)’ın yapmış olduğu çalışma dikkat çekmektedir. Araştırmacılar, lojistik işletmelerinin faaliyetlerini, kalitenin bir boyutunu oluşturan müşteri memnuniyeti açısından incelemiştir. Araştırma kapsamındaki veriler, Selçuk Üniversitesi Alaeddin Keykubat Kampüsündeki toplam 300 personelden (akademik ve idari) anket formu kullanılarak toplanmıştır. Çalışmanın bulgular kısmında müşteri memnuniyetinin; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, lojistik işletmesiyle çalışma sayısı gibi değişkenler açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, lojistik işletmelerinin yeni müşteri kazanma çabalarından önce mevcut müşterilerinin memnuniyetini artırmak için odaklanmaları gerektiği belirtilmiştir. Baykasoğlu ve Kaplanoğlu (2007) ise Gaziantep ilindeki lojistik sektöründe yer alan bir işletmeyi sürece dayalı bir yöntemle analiz ederek kalite kapsamındaki maliyetlerini incelemiştir. Kalite maliyetlerinin zor takip edildiği için lojistik sektöründe güncel maliyet yaklaşımlarıyla kalite maliyetlerini içeren bir sürece dayalı bir model önerisi çalışmada sunulmuştur. Lojistik ve kalitenin aynı düzlemde kesiştiği bir diğer çalışma, Adıgüzel (2020) tarafından yapılmıştır. Adıgüzel (2020), Türkiye’deki lojistik sektörünün kalite geliştirme çabalarına yönelik araştırmasını, ulusal mevzuat açısından değerlendirmiştir. Araştırma kapsamındaki veriler, İhracatçılar Meclisi tarafından yapılan çalışmadaki sıralamada ilk 50’ye giren lojistik işletmelerinin web sayfalarından temin edilmiştir. Ayrıca çalışmada, lojistik sektöründe kullanılan kalite standartlarına da yer verilmiştir. Lojistik sektöründe kalitenin geliştirilmesine yönelik önerilerle çalışma sonuçlandırılmıştır.

Literatür taramasında, yeşil lojistik, lojistik, lojistik maliyetler ve kalite kavramlarını bir arada inceleyen çalışmalar, az ve sınırlı sayıdadır. Ancak bu kavramları ayrı ayrı farklı açılardan inceleyen çeşitli çalışmalar bulunsa da Suvacı (2016)'nında ifade ettiği gibi, sosyal bilimlerdeki farklı alanlara göre lojistikle ilgili çalışmaların diğer bilim dallarına nispeten daha az olduğu söylenebilir. Özellikle lojistik ana teması içerisinde, yeşil lojistikle ilgili çalışmaların daha az olduğu söylenebilir. Bu açıdan çalışmada; yeşil lojistik, lojistik maliyetler ve kalite maliyetleri boyutlarının birlikte yer alması, bu çalışmanın özgünlüğünü sağlamaktadır ve çalışmanın alan yazınına katkı sağlayarak zenginleştireceği düşünülmektedir.

Lojistik, Yeşil Lojistik Ve Lojistik Maliyetler

Lojistik terimi, tedarik zinciri yönetimiyle eşanlamli olarak kullanılabilir. Lojistik, tedarik zinciri yönetiminin sadece bir adımını oluşturmaktadır. Her iki kavramın ortak noktaları olmasına rağmen özünde farklı anlamlar içermektedir (Öztürk vd., 2018: 54, Naktiyok vd., 2015: 729). Çalışmada lojistik terimi açıklandıktan sonra son zamanlarda sıklıkla literatürde karşımıza çıkmaya başlayan yeşil lojistik kavramı irdelenecektir. Ayrıca bu bölümde yeşil lojistik, lojistik maliyetler ilişkisi de vurgulanacaktır.

Lojistik Kavramı ve Lojistik Maliyetleri

Lojistiğin tarihi sürecini insanlık tarihi kadar geçmişe götürülebileceği Bayraktutan ve Özbilgin (2015) tarafından ifade edilmiştir. İşletmelerin iş akış süreçlerinden birisi olan lojistik teriminin kökeni, askeri terminolojiye dayanmaktadır. Lojistik, üretim aşamasından tüketim aşamasına kadar olan bir süreçte yer alabilmektedir (Adıgüzel, 2020: 310). Lojistik terimi Ekonomi literatüründe ise 1960'lı yıllarda yer edinmeye başlamıştır (Bayraktutan ve Özbilgin, 2015: 96).

Lojistik kelimesi, etimolojik kökeni olarak Fransızca'dan dilimize geçmiştir. Askeri anlamda lojistiğin anlamı, orduları savaşa hazırlayıp aynı zamanda savaş süresince gerekli desteği veren faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Öztürk vd. 2018: 54). Lojistik kavramının farklı kuruluşlarca yapılmış çeşitli tanımları bulunmaktadır. Türk Dil Kurumuna göre lojistik kelimesi, "Kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere her türlü ürünün, hizmetin ve bilgi akışının çıkış noktasından varış noktasına kadar taşınmasının etkili ve verimli bir biçimde planlanması ve uygulanması" olarak tanımlanmıştır. Kuruluşu 1963 tarihine dayanan Uluslararası Lojistik Ve Tedarik Zinciri Yönetimi Profesyonelleri tarafından lojistik kavramı; müşteri ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla ürün, hizmet ve bilginin kaynaktan son tüketim noktasına kadar etkin ve verimli olarak akışının gerçekleştirilmesi için planlama, uygulama ve kontrol edilme sürecini oluşturan tedarik zinciri yönetiminin bir aşaması olarak ifade

edilmiştir (İnci ve Acer, 2019: 184; Kurtlar ve Atış, 2020: 39). Lojistik için yapılan tanımlar incelendiğinde; i) kaynaktan en son aşama olan tüketime doğru bir akış süreci olduğu, ii) ürün, hizmet ve bilgi akışının varlığı, iii) planlama, uygulama ve denetim süreçleri içermesi maddeleri ortak çıkarımlardır. Bu ortak çıkarımların sıralandığı maddeler, lojistik tanımının çerçevesini çizmektedir.

Basit taşımacılık kavramının gelişmiş hali olan lojistik, dönemsel olarak üçe ayrılabilir (Erkan, 2014: 45-48; Tutar vd. 2009: 193);

- I. Dönem: Askeri alanda kullanılması
- II. Dönem: Ticaret alanda kullanılması
- III. Dönem: Modern lojistik süreci

Dönemsel ayrımlar incelendiğinde, lojistik kavramının tarihi her ne kadar eskiye dayansa da askeri dönemden modern lojistik süreci olan üçüncü döneme geçildiği anlaşılmaktadır. Ancak Almanya’da başlayan ve günümüzde hakim olan endüstri 4.0 süreci, Covid-19 pandemi sürecindeki zorunlu dijitalleşmeyle birlikte lojistik süreci bir basamak daha atlamıştır. Dördüncü dönem diyebileceğimiz “Lojistik 4.0” başlıklı teorik güncel çalışmalar, literatüre kazandırılmaya başlanmıştır. Lojistik 4.0, akıllı lojistik (Alkış vd., 2020: 375) olarak ta ifade edilebilmektedir.

Adıgüzel’inde (2020) çalışmasında belirtildiği üzere lojistik; salgın, afet, savaş, vb. olağanüstü durumlarda hayat kurtarıcı bir rol oynamaktadır. Covid-19 salgın dönemi, lojistik faaliyetlerin önemini bir kez daha farkına varılmasını sağlamıştır. Özellikle ilaç ve gıda lojistiği son zamanlarda öne çıkmaktadır. Lojistik süreci bir dizi faaliyetlerin bütünüdür. Bu faaliyetlerin entegrasyonu sayesinde sistem sağlıklı şekilde yürütülmektedir. Entegrasyon süreci ve faaliyetlerin planlanması, kontrolü bilgi yönetim sistemleri aracılığıyla yapılmaktadır. Bu süreç gerçekleşirken bazı fedakârlıkların yapılmasını gerektirmektedir. Yapılan bu fedakârlıkların toplamı da lojistik maliyetini oluşturmaktadır. Tokay vd. (2011) lojistik faaliyetleri baz alarak ortaya çıkan maliyet unsurlarını şu şekilde sıralamışlardır:

- Taşıma maliyeti
- Depolama maliyeti
- Elleçleme maliyeti
- Sipariş İzleme ve bilgi yönetim maliyeti
- Stok yönetimi maliyeti
- Diğer lojistik maliyetler

Maliyet unsurları incelendiğinde kalite-kalitesizlik maliyetleri, danışmanlık giderleri ve çevrecilik maliyetleri vd. çeşitli maliyetler olarak genişletilebilir.

Yeşil Lojistik

İktisat, sınırlı kaynakları referans alarak bu kaynakların etkin ve verimli kullanılması için araştırmaların gerçekleştirildiği bir bilim dalıdır. İnsanoğlu ticari kaygısını ön planda tutarak, yaşamı için gerekli olan doğal kaynakları bilinçsizce tüketmektedir. Doğal kaynakların kirletilmesi ve bilinçsiz kullanılması sonucunda biyolojik dengenin bozulmasını sağlayan insanoğlu, dolaylı olarak kendi yaşamını da tehlikeye atmaktadır. Bu durumun farkına varan çeşitli ulusal ve uluslararası kuruluşlar, ürün veya hizmet üretim sürecinde sürdürülebilir çevrecilik yaklaşımını benimsemektedirler. Genel olarak sektördeki işletmelerin geleneksel lojistik faaliyetindeki temel ölçütleri ve beklentileri; maliyet düşürülmesi, hız, verimlilik gibi değerler olduğu Bayraktutan ve Özbilgin (2015) tarafından yapılan çalışmada da ifade edilmiştir. Son zamanlarda sürdürülebilir çevrecilik yaklaşımının benimsenmesi neticesinde geleneksel lojistik kavramı, yeşil lojistik kavramına dönüşmüştür.

1990'lı tarihlerden sonra dünya gündemindeki “temiz üretim” kavramı, yeşil büyüme politikasına dönüştürülmüştür. Türkiye’de ise “temiz üretim” kavramı 1999 Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Kurumu’nun (TÜBİTAK) hazırlamış olduğu raporda gündeme getirilmiştir. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı 2023 yıl hedefleri arasında; etkin atık yönetimi, sıfır stok, hava, su, deniz, toprak kirliliğinin önlenmesi başlıkları yer almaktadır. Yeşil lojistik kavramı da temiz üretim kapsamındaki eylemler arasında yer almaktadır (Tütüncü ve Şahin, 2012: 121-123). Avrupa Birliğinin hedefleri arasında ise 2050 yılına kadar sera gazı emisyon değerini olabildiğince düşürülmesi hedeflenmektedir ve bu hedefteki büyük payın ulaştırma kapsamında olmasını planlanmaktadır (Coşkun ve Bozyiğit, 2019: 610). Önemli markalara ait otomobil üreticilerinin, dizel yakıtlı motor üretiminden vazgeçmesi ve üretim hattının tamamen otonom elektrikli otomobil için dönüştürme süreçleri planları da AB hedefleri ile aynı doğrultuda olduğu ifade edilebilir.

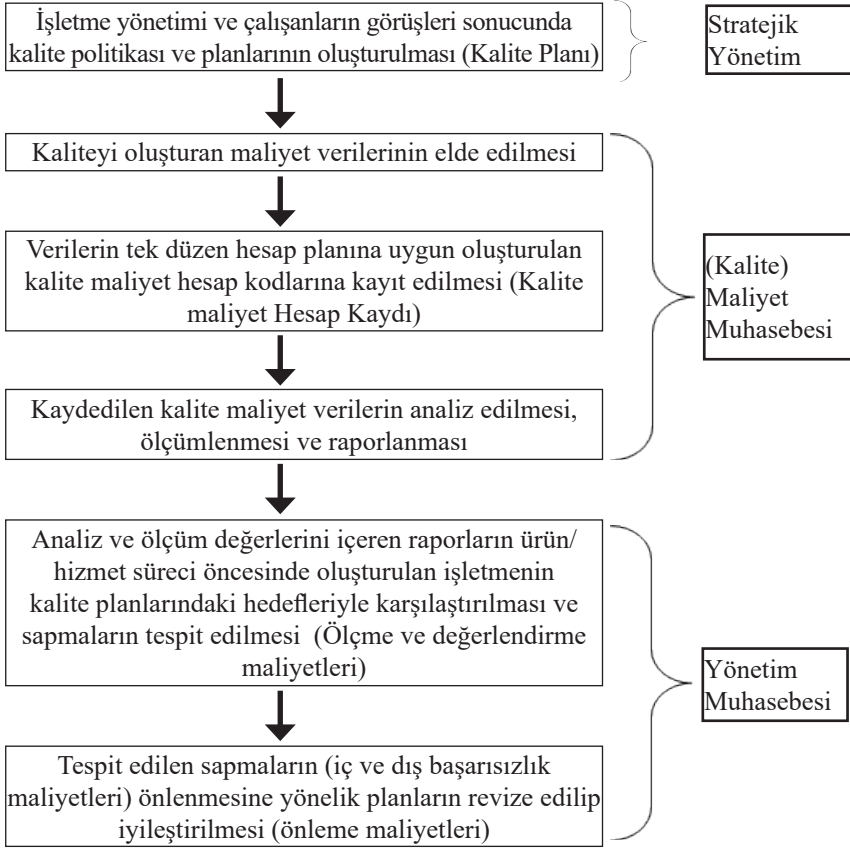
Lojistik, tedarik zinciri yönetiminin bir parçası olduğu bir önceki başlık kapsamında belirtilmişti. Bu doğrultuda yeşil lojistikte, yeşil tedarik zinciri yönetiminin bir aşamasıdır denilebilir. Yeşil tedarik zinciri; yeşil üretim, yeşil tasarım, yeşil satın alma, geri dönüşüm, yeniden üretim, tersine lojistik (yeşil ters lojistik) gibi kavramları kapsamaktadır (Coşkun ve Bozyiğit, 2019: 607). Yeşil lojistik, lojistik faaliyetlerin çevresel etkilerini en aza indirilmesi ve yeşil taşıma sürecini kapsamaktadır (Beken, 2016: 80). Yeşil lojistikle ilgili literatür de incelendiğinde

genellikle yeşil tedarik zinciri yönetiminin kapsadığı kavramları içeren çalışmalar alan yazınında bulunmaktadır. Yeşil kelimesinin bulunduğu bütün faaliyetler, çevresel maliyet unsurları içermektedir. Arı ve Bayram (2018) çalışmasında ifade edildiği gibi geleneksel muhasebe sistemindeki üretim maliyetine, çevresel maliyetlerde eklenmelidir. Çevresel maliyetler hesaplanırken yasal süreç ve düzenlemelerde dikkate alınmalıdır. Ürün yaşam seyri açısından çevresel maliyetler, üretici ve tüketicinin katlanması gereken maliyetler olarak ikiye ayrılmaktadır. Özbirecikli ve Melek (2002) çevresel maliyetlerin üretim maliyetleri kalemleri arasındaki genel giderler hesabında izlenebilmesinin mümkün olabileceğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte yeşil lojistik kapsamındaki çevresel maliyetlerin tekdüzen muhasebe hesap sistematığında ayrı bir muhasebe hesap kodu ile takip edilebilmesi de mümkündür.

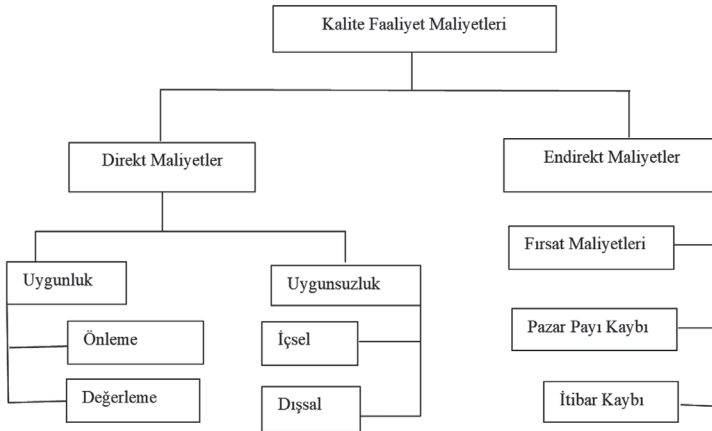
Kalite Maliyetleri ve Muhasebeleştirilmesi

Kalite maliyetleri literatürde, kalitesizlik maliyetleri olarak ifade edilmektedir. Kalite maliyetleri; işletmelerde kalite standartlarına yönelik organizasyon yapısını kurulması ve sağlanması, kaizen felsefesi çerçevesinde sürekli geliştirilmesi, kalitenin sürekliliğinin korunması için yapılan maliyet giderlerinin toplamından oluşmaktadır (Şimşek ve Karakaya, 2016: 203). Kaygusuz (2012) ise kalite maliyetlerini, gizli maliyetler olarak nitelendirmektedir. Maliyet muhasebesinde yer almayan net bir şekilde görünmeyen gizli maliyetlerin görünür hale getirilerek işletme yönetimine avantaj kazandıracığı belirtilmiştir. Üretim işletmelerinde üretim maliyetlerinin %25-%35 aralığında kalite (kalitesizlik) maliyetlerinin etkisi bulunmaktadır. Geleneksel muhasebe çağa ayak uyduramadığı için muhasebe kayıtlarında, kalite maliyetleri görünmemektedir(Son and Hsu, 1991: 1793).

Kalite maliyetlerinin doğru şekilde ölçülüp değerlendirilebilmesi süreci, işletmelerde stratejik yönetime hizmet etmektedir. İşletmelerdeki ürün ve hizmetin üretim-satış sürecindeki maliyet kalemlerini oluşturan giderlerin meydana gelmeden önce planlanması, meydana geldikten sonra planlanan hedeflerle karşılaştırılarak ölçülmesi ve bir feedback göstergesi niteliğinde oluşan olumsuz sapmaların giderilmesi için, planların revize edilerek iyileştirilmesi önemlidir. Peter Drucker'a ait olan "ölçemediğiniz şeyi yönetemezsiniz" cümlesi de işletmelerde ölçme ve değerlendirmenin yönetim için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. İşletmelerde kurulacak olan kalite maliyet organizasyonunun yazar tarafından oluşturulmuş temel basamaklarının akış süreci şu şekilde gösterilebilir:



Kalite maliyetlerinin sınıflandırılmış haldeki temel görüntüsü, Şekil 1’ de yer almaktadır. Yıldırım ve Saylık (2009) tarafından yapılan çalışmada da Şekil 1’dekine benzer bir sınıflandırmayı içeren kalite maliyetleri, şematik olarak gösterilmiştir.



Şekil 1. Kalite Faaliyetleri Kapsamında Kalite Maliyetlerinin Sınıflandırılması
Kaynak: Yumuk ve Oğuzhan (2005: 3)

Şekil 1' e göre kalite maliyetleri direkt ve endirekt olarak ayrılmış haldedir. Şekil 1 incelendiğinde, kalite maliyetleri muhasebe bilim dalı açısından hem maliyet muhasebesinin hem de yönetim muhasebesinin alanına girdiği ifade edilebilir. Endirek maliyetleri oluşturan fırsat maliyeti, pazar kaybı maliyeti ve itibar kaybı maliyeti yönetim muhasebesini ilgilendirmektedir. Literatürde çoğunlukla araştırmacıların karşısına çıkan direkt maliyetler kapsamında kalite maliyetleri, Yükçü (1999) kaynağı referans alınarak kısaca şu şekilde tanımlanabilir;

- Önleme Maliyetleri: Hataların önlenmesine yönelik giderlerin oluşturduğu maliyetler (kalite kontrol).
- Değerleme Maliyetleri: üretim ve hizmet süreçlerinin istenen standart ölçütlere uygunluğunun değerlendirildiği maliyetler,
- Uygunsuzluk Maliyetleri: İç ve dış müşterinin memnun kalmadığı durumların tespit edilmesi sonucundaki kaçınılabılır maliyetlerdir.
- İçsel Başarısızlık Maliyetleri: Ürün ve hizmetin müşteriye sunulmadan önceki, işletme içinde tespit edilen hataların maliyetidir (Iskarta, iş kazası, arıza, vb.).
- Dışsal Başarısızlık Maliyetleri: İçsel başarısızlık maliyetlerinin aksine ürün ve hizmetin müşteriye sunulup satış sonrasında oluşan maliyetlerdir (iade, ürün hatası, ceza ve tazminat, vb.).

İşletmelerin muhasebe sistemleri tekdüzen hesap planına uygun şekilde kullanmak zorunda olduğu, Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından açıkça belirtilmiştir. Bu nedenle kalite maliyetlerinin de tekdüzen hesap planına uygun olarak kullanılması gereklidir. Tekdüzen hesap planında maliyet hesapları ise 7' li hesap gruplarında yer almaktadır. Yükçü (1999) yapmış olduğu çalışmada, kalite sistemlerinin büyük işletmeler tarafından kurulmuş olduğu düşüncesinden hareketle, kalite maliyetleri için 7/B maliyet muhasebesi seçeneğinin aksine 7/A seçeneğinin kullanılmasının uygun olacağını belirtmiştir.

Kalite maliyetleriyle ilgili çalışmalar incelendiğinde, kalite maliyetleri için muhasebe sistemindeki hesap kullanımıyla ilgili farklı öneriler bulunmaktadır. Kalite maliyetlerinin raporlanması ve özetlenebilmesi için önerilen yaklaşımlar şu şekildedir (Yükçü, 1999: 127-130, Kurşunel ve Kınalı, 2018: 112):

- Kalite maliyetleriyle ilgili doğrudan bir hesap belirtilmediği için 2 Sıra No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (M.S.U.G.T.) kapsamında boş bırakılmış üçlü hesap numaralarının kullanılabilmesi mümkündür.

- Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği doğrultusunda isimlendirilmiş üçlü hesaplar değiştirilemeyip ancak ihtiyaca göre alt hesapların kullanılabilmesine müsaade edilmiştir. Tekdüzen muhasebe sistemindeki bazı hesapların alt hesapları, kalite maliyetleri için kullanılabilmesi mümkündür.
- Kalite maliyetlerinin gizli maliyetleri içermesi nedeniyle yönetim muhasebesi açısından bir fırsat maliyeti şeklindedir. Kalite maliyetlerini alt hesaplarda izlemek yerine, M.S.U.G.T. kapsamındaki boş olan 8 nolu asli hesap grubu, kalite maliyetleri için kullanılabilir.

Literatürde genel yaygın görüş ve uygulama örneklerini içeren çalışmalar incelendiğinde, kalite maliyetleri için muhasebe sistemindeki 8 nolu hesap grubunun kullanılması önerileri bulunmaktadır. Bu önerilerle ilişkili muhasebe kayıt örneklerine; Akgül (2003), Kurşunel ve Kınalı, (2018) ve Salık ve Kırılı (2016) çalışmalarında yer verilmiştir. Ancak Akgün (2011), kalite maliyetlerinin 8 nolu hesap grubunun izlenmesinin gereksiz ve muhasebenin tutarlılık kavramına aykırı olduğunu ifade etmiştir. Tutarlılık kavramıyla çelişmesine örnek olarak ise kalitenin geliştirilmesine yönelik çalışmaların, muhasebe sisteminde araştırma ve geliştirme faaliyetleri kapsamında dikkate alınması gerektiği yazar tarafından ilgili çalışmada belirtilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kalite kavramının gelişim süreci incelendiğinde, kalite kontrol basamağı ile başlayıp toplam kalite yönetimi ile günümüzdeki yolculuğuna devam etmektedir. Kalite kavramı, Japon kültürü ile uyumlu olduğu için Japonya’da yıldızı parlamıştır. Bugünkü ISO Kalite standartlarında kurum kültürü yapısına vurgu yapılması, kalitenin kültürle birlikte var olduğunun bir göstergesidir. Türkiye’deki kalite geçmişinde ise ahilik ve yonca teşkilatı önemli bir yer edinmektedir. Ahilik ve lonca teşkilat yapısında da kültürel açıdan ahlak kurallarına yer verilmektedir. İnsanın varoluş sürecindeki kültürel dokusunda ise çevresindeki canlı-cansız her varlığa saygı duyma ilkesi bulunmaktadır. Kısacası gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin toplumsal ütopyası, çevresine saygılı bireylerin yetiştirilmesidir. Birleşmiş Milletlerin 2015 yılında yayınladığı kalkınma hedeflerini içeren rapordaki 15 temel hedeften birisi de sürdürülebilir çevre temasıdır. Parılı (2019) yapmış olduğu çalışmada, uluslararası ticaretle çevre bozulmasının ilişkili olduğunu belirtmiştir. Ayrıca çalışmada, 1980’li yıllarda başlayan küreselleşme ve uluslararası ticaretle birlikte, küresel iklim değişikliği ve önemli değerde karbondioksit gazının atmosfere salınımı ile sera etkisi sonucu küresel ısınma, en kapsamlı çevresel bozunmaya neden olmaktadır da ifade edilmiştir.

Covid-19 salgın döneminin etkili olduğu günümüzde, uluslararası ticarete en önemli hizmet sektörlerinden birisi, tedarik zincirinin bir

aşamasını oluşturan lojistik sektördür. Lojistik sektöründe kullanılan petrol türevi ile çalışan motorlu ulaşım vasıtalarının ise atmosfere bıraktığı gazlar nedeniyle küresel ısınmada payı hiçte az değildir. Çevrenin sürdürülebilirliğini ve korunmasını önemseyen çalışmalarda, “yeşil” kelimesi eklenerek yeni kavramlar türetilmiştir. Lojistik alanında ise türetilen kavram, yeşil lojistik. Literatürde yeşil lojistik, yeşil tedarik zincirinin bir parçası olarak özellikle “tersine lojistik” uygulamaları ile sürdürülebilir çevreye katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Çevrenin korunması ve çevreye verilen zararların azaltılması için alınan önlemlerin mali boyutu bulunmaktadır.

Lojistik sektöründe çevre açısından hesaplanan mali boyutlar, yeşil lojistik maliyetini oluşturmaktadır. Yeşil lojistik maliyeti, çeşitli lojistik maliyet kalemlerinden birisini oluşturmaktadır. Lojistik maliyetler hesaplanırken, stratejik yönetim çerçevesinde maliyet ve yönetim muhasebesi açısından kalite maliyetlerinin de bilinmesi gereklidir. Çevreyi önemseyen işletmeler toplumsal bir imaj yaratarak tüketicilere olumlu bir mesaj olarak iletilecektir. Bu durum, kalite maliyetleri çerçevesinde Şekil 1’de de belirtildiği üzere endirekt maliyetleri (itibar kaybı, Pazar kaybı azaltılması, fırsat maliyet) azaltıcı bir etkisi olacaktır. Direkt maliyetler muhasebe sisteminde görünürken endirekt maliyetler muhasebe sisteminde görünmeyebilir. Geleneksel muhasebe sisteminde görünmeyen endirekt maliyetler, yönetim muhasebesi açısından dikkate alınmalıdır. Lojistik sektöründe kalite yönetim sistemini oluşturmuş işletmelerde muhasebe sistemi, lojistik maliyetlerinin ve kalite maliyetlerinin ölçülüp analiz edilebileceği şekilde oluşturulmalıdır. Çalışmanın diğer bölümlerinde de belirtildiği üzere literatürde kalite maliyetlerinin izlenebilmesi için tek düzen hesap planına uygun şekilde; alt hesap, 8 ile başlayan asli hesap grubu veya var olan asli hesap gruplarında boş bırakılan üçlü hesapların kullanılabilirliği belirtilmiştir. Muhasebe sisteminde tekdüzen hesap planında doğrudan yer almayan kalite maliyetleriyle ilgili hesap kaydı için öncelikle bazı standartlar ve temel kavramlar, vb. yönetmelikler dikkate alınmalıdır. Bu çerçevede kalite maliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde öncelikle dikkat edilmesi gereken hükümler şu şekildedir:

- Uluslararası Muhasebe Standartları 1 (UMS 1.29): “Benzer kalemlerden oluşan her grup, önemli olduğu takdirde, mali tablolarda ayrı olarak sunulur.”
- Bağımsız Denetim Standartları 805 (BDS 805-A14): “tam set finansal tabloları oluşturan her bir finansal tablo ve bu finansal tablolardaki belirli unsurların (kalemlerin) birçoğu birbiriyle ilişkilidir”
- Muhasebenin Temel Kavramları- Tutarlılık Kavramı (ismmmo. org.tr/ Mevzuat): “Tutarlılık kavramı, benzer olay ve işlemlerde, kayıt düzenleri ile değerlendirme ölçülerinin değişmezliğini ve mali tablolarda biçim ve içerik yönünden tek düzeni öngörür.”

Toplam kalite yönetimi felsefesi; tam katılım, sıfır hata, kaizen (sürekli gelişme) boyutlarını içermektedir. Bu boyutlara ise işletme yönetimindeki tüm departmanların entegre ve koordineli çalışması doğrultusunda ulaşılabilir. Kalite felsefesi doğrultusunda; Uluslararası Muhasebe Standartları, Bağımsız Denetim Standartları, muhasebenin temel kavramları hükümlerindeki açıklamaları da dikkate alındığında kalite maliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde 8'li asli hesap grubunun kullanılması yerine alt (yardımcı) hesapların kullanılması, yazar tarafından önerilmektedir. Ayrıca yardımcı hesapların kullanılması, maliyet hesaplama yöntemleri ve kalite maliyet analizleri açısından da uygun olacağı düşünülmektedir. Yeni yapılacak çalışmalarda, bu unsurların dikkate alınması alan yazınına bilimsel zenginlik katacaktır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, S. (2020). Avrupa ve Türkiye’de Lojistik Sektöründe Standardizasyon Çalışmaları, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmalar Dergisi, 15(1), 309-321.
- Akgül, B. A. (2003). Kalite Maliyetleri ve Muhasebeleştirilmesi, Öneri Dergisi, 5(19), 31-42.
- Akgün, A. İ., (2011). Kalite Maliyetlerinin Muhasebe Sistemi Açısından Önemi ve Muhasebeleştirilmesi, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 1, 49-79.
- Alkış, G., Piritini, S. ve Ertemel, A. V. (2020). Lojistik Sektöründe Endüstri 4.0 Uygulamalarının Operasyonel Verimliliğe Etkisi, BMİJ, 8(1), 371-395.
- Arı, M. ve Bayram, G. (2018). Çevresel Maliyet Yönetiminin Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Açısından İncelenmesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(2), 336-353.
- Baykasoğlu, A. ve Kaplanoğlu, V. (2007). Kalite Maliyet Modeli ve Bir Lojistik İşletmesindeki Analizi, Marka, Kalite ve Teknoloji Yönetimi Sempozyumu (Markatek’2007), 18-19 Mayıs, Gaziantep-Türkiye.
- Bayraktutan, Y. ve Özbilgin, M. (2015). Lojistik Maliyetler ve Lojistik Performans Ölçütleri, Maliye Araştırmaları Dergisi, 2015, 1(2), 95-112.
- Beken, G., H. (2016). Sürdürülebilirlik ve Rekabet Edilebilirlik Yolu Yeşil Lojistik mi?, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), 78-88.
- Coşkun, S. ve Bozyiğit, S. (2019). Yeşil Tedarik Zinciri Uygulamaları Üzerine Kimya Sektöründe Bir Alan Araştırması, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(2), 605-637.
- Erdem, A. T. ve Akolaş, A. (2020). Müşteri Memnuniyetinin Lojistik Yönetimi Bağlamında İncelenmesi: Bir Kargo Şirketi Örneği, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 139-159.
- Erkan, B. (2014). Türkiye’de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücü, ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi, 1, 45-66.
- Görgün, M. R. (2020). Lojistik Performans Kriterlerinin Sağlanmasında Türk Lojistik Sektörünün Durumu, EKEV Akademi Dergisi, 81, 229-246.
- İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, Mevzuat: Erişim Adresi: www.ismmmo.org.tr/Mevzuat/I-Muhasebenin-Temel-Kavramlari---4003, Erişim Tarihi: 10.01.2021.
- Kurtlar, M. ve Atış, C. (2020). Lojistik İşletmelerinde Ortaya Çıkan Maliyetlerin Stratejik Maliyet Yaklaşımları Açısından Karşılaştırılması, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 22(1), 38-64.
- Kurşunel, F. ve Kınalı, F. (2018). Dış Ticaret İşletmelerinde Kalite Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 39, 110-118.

- Naktiyok, A., Yıldız, S. ve Albayrak, K. Ö. (2015). Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi Arasındaki Farklar: Akademisyenler Üzerine Bir Araştırma, I. Uluslararası Kaskasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi, 1-3 Ekim, Kars- Türkiye.
- Parlıtı, H. (2019). Küresel Çevre Rejimleri ve Ülkelerin Uluslararası Ticaret Politikaları, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 323-370.
- Salık, Ç. ve Kırılı, M. (2016). Sağlık İşletmelerinde Kalite Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Raporlanması: Bir Uygulama, Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 2(4), 45-70.
- Son, Y. K. & Hsu, L. (1991). A Method of Measuring Quality Cost, Int. J. Prod. Res., 29(9), 1785-1794.
- Suvacı, B. (2016). Sosyal Bilimler Veri Tabanında Yayımlanan Lojistik ve Tedarik Zinciri Makalelerinin Bibliyometrik Profili, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(25), 263-281.
- Şimşek, K. ve Karakaya, M. (2016). Turizm İşletmelerinde Kalite Maliyetleri Yönetimi ve Otel İşletmeleri Üzerinde Bir İnceleme, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 12(46), 201-222.
- Tokay, S. H., Deran, A. ve Arslan, S. (2011). Lojistik Maliyet Yönetiminde İzlenebilecek Stratejiler ve Muhasebe Eğitiminden Beklentiler, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 29, 225-244.
- Tutar, E., Tutar, F. ve Yetişen, H. (2009). Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişmişlik Düzeyinin Seçilmiş AB Ülkeleri (Romanya Ve Macaristan) İle Karşılaştırmalı Bir Analizi, KMU İİBF Dergisi, 17, 190-216.
- Tütüncü, S. İ. ve Şahin N. (2012). Üretimde Kirlilik Önleme Yaklaşımı ve Devletin Konumu, Ekonomi Bilimleri Dergisi, 4(2), 119-129.
- Türk Dil Kurumu, “Lojistik”, Erişim Adresi: sozluk.gov.tr/, (27.12.2020).
- Türkiye Denetim Standartları, Bağımsız Denetim Standardı 805, Erişim Adresi: www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TDS/TDS_2021_Seti/BDS%20805.pdf, (10.01.2021).
- Uluslararası Muhasebe Standardı 1, (UMS 1)., Erişim Adresi: www.denetimnet.net/UserFiles/Documents/UFRS/UMS_1_.pdf, (10.01.2021).
- UNDP (2015). The Millennium Development Goals Report 2015. Newyork: UN, Erişim adresi: www.undp.org/content/dam/undp/library/MDG/english/UNDP_MDG_Report_2015.pdf. (10.01.2021).
- Özbirecikli, M. ve Zeynep, M. (2002). Çevre Muhasebesi ve Çevresel Maliyetlerin Maliyet Muhasebesi Sistemine Etkileri ve Bir Araştırma, Muhasebe ve Finansman Dergisi, 14, 82-91.
- Öztürk, S., Çetin, A. F. ve Cengiz, S. (2018). Lojistik Faaliyetlerin Maliyetlemesi, IV. International Caucasus – Central Asia Foreign Trade and Logistics Congress, 7-8 September, Didim, Aydın.

- Yıldırım, H. ve Saylık, B. (2009). Kalitesizlik Maliyetleri Üzerine Bir İnceleme, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 26(1), 239-267.
- Yumuk, G. ve Oğuzhan, A. (2005). İşletmelerde Kalite Maliyet Sistemleri: Bir Uygulama, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2,(7), 1-12.
- Yükçü, S. (1999). Kalite Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi, Anadolu Matbaacılık, İzmir.

Bölüm 34

KONAKLAMA SEKTÖRÜ İÇİN YEŞİL
ÜRETİMİN ÖNEMİ: YEŞİL OTEL
KAVRAMI ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA

Arzu TUYGUN TOKLU¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Fındıklı Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, arzutt@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2041-0747>

GİRİŞ

Yeşil ürün, zehirli madde içermeyen bileşenlere sahip olan ve çevre dostu prosedürlerle üretilen, aynı zamanda tanınmış bir kuruluş tarafından da onaylanan üründür (Gurau ve Ranchhod, 2005). İnsanların neden olduğu işlemlerden dolayı doğal kaynakların tüketilmesine yönelik farkındalık, tüketicilerin davranışında çevre bilinci ve çevreyi koruma fikrini ortaya çıkarmıştır. Bu gelişmeler de tüm dünyada yeşil ürünlere yönelik talebi oluşturmaktadır. Bir ürünün yeşil olması, ürün tasarımı ve hammadde tedarikinden, üretim, depolama, nakliye, kullanım ve kullanım sonrası faaliyetlere kadar tüm yaşam döngüsü boyunca gerçekleşir. (Kumar ve Ghodeswar, 2015).

Yaşadığımız dünyayı korumak için su ve enerji tasarrufu, katı atıkları azaltma ve dayanıklı hizmet öğelerini (çöp kutuları, havlular gibi) geri dönüştürme ve yeniden kullanma gibi farklı yeşil uygulamaları uygulayan çevre dostu konaklama tesisleri yeşil oteller olarak tanımlanmaktadır (Kim ve Han, 2010). Oteller, üretime kıyasla önemli miktarda kirlilik oluşturmayabilir, ancak birkaç otelin operasyonlarının bütünleşik çevresel etkisi önemli hale gelebilir (Kirk, 1995).

Kalite yönetimi, üretim ve hizmet işletmelerinde performans üzerinde olumlu etkileri olabilecek bir dizi uygulamayı (liderlik, insan yönetimi, paydaş odaklanma, planlama, bilgi ve analiz, süreç yönetimi ve tedarikçi yönetimi) içeren bir yönetim sistemidir. Otel endüstrisi üretim işletmelerine göre daha az incelenmesine rağmen birçok çalışma kalite yönetiminin performans üzerindeki etkisinde hemfikirdir. Burada içselleştirme kalite standartlarının potansiyel faydalarını güçlendirir (Tari vd., 2017). Kalite yönetimi bağlamında yeşil operasyon uygulamaları, üretim sürecinde paydaşların baskılarını tatmin etmek ve dolayısıyla rekabet avantajları elde etmek için uygulanan çevresel yönetim girişimleri olarak tanımlanabilir (Hofer vd., 2012). Çevre yönetimi uygulamaları ve performans arasında önemli ve olumlu ilişkiler vardır (Montabon vd., 2007). Bu, üretim ve operasyon yönetimi açısından çevre yönetimi uygulamalarının etkilerini incelemeye yönelik artan bir ilgiyi meydana getirmektedir (Yu ve Ramanathan, 2015; Drake ve Spinler, 2013).

Yeşil politikalar çevre dostu politikalar ve temel olarak işletme üst yönetimin çevreye olan bağlılığının taahhüdü ile ilgilidir (Hsieh, 2012). Çevre yönetimini, bir politika ve eylemler hiyerarşisi, yani küresel çevre politikaları, ulusal politikalar, iş politikalarının sorumluluğu ve yerel eylem politikaları olarak değerlendirmek mümkündür (Kirk, 1995). Çevre politikasının benimsenmesi, yöneticilerin çevreye daha duyarlı ve uyumlu olmalarına yardımcı olur. Burada oluşturulan politikalar, yeşil uygulamalarla bir otelin faaliyetleri neticesinde ortaya çıkan çevresel

etkileri iyileştirmeye yönelik ilginin işaretidir. (Millar vd., 2012). İşletmelerde çevresel sürdürülebilirlik ancak kurumsal bir stratejik odak haline geldiğinde (içsel yeşil yönetim gibi) çevresel uygulamalarla (yeşil ürün / süreç tasarımı gibi) başlayabilir (Green vd., 2012). Otelde yeşil yönetim politikalarının uygulanmasıyla, özellikle elektrik ve su gibi işletme maliyetlerinin düşmesinde olumlu etkinin olduğu bunun da karlılığı arttırdığı belirtilmektedir. İlave olarak yeşil yönetim ilkeleri ile bir otelde müşteri memnuniyeti, pazar genişlemesi, çalışan geliştirme, rekabet gücü ve sürdürülebilirlikle sonuçlanan politikaların uygulandığına tanık olunmaktadır (Mbasera vd., 2018).

Araştırmalar işletmelerin çevresel performansının genel olarak performansla pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir (Judge ve Douglas, 1998). İşletmeler, kurumsal sosyal sorumluluk taahhüdüne uymak, doğal çevre hizmetleri için itibar oluşturmak ve performanstan kar elde etmek için üstün çevresel yetenek yönetimi kullanır (Judge ve Douglas, 1998). Proaktif çevre stratejileri ile işletme performansı arasında pozitif bir ilişki olduğu vurgulanırken (Judge ve Douglas, 1998), bunun işletmelerin performanslarının (Kassinis ve Soteriou, 2003) değerlendirilmesinde de kritik bir gösterge olduğu belirtilmektedir. Hızla gelişen ve çok rekabetçi bir sektör olan otelcilikte (Sargeant ve Mohamad, 1999) çevresel uygulamalara daha güçlü bir bağlılık daha üstün bir performansı ortaya çıkarabilir (Molina-Azonrin vd., 2009).

Bir işletmenin çevre koruma faaliyetleri de genel performansını etkileyebilir (Angell ve Klassen, 1999). Başarılı işletmeler, çevre karşıtı uygulamaları iyileştirmek için atıl kaynaklarını kullanabilirken, çevresel uygulamaları kurumsal performansa fayda sağlayabilir (Alvarez-Gil vd., 2001). Ayrıca, çevre sorunlarına dayalı olarak işletmelerin pazarlama alanında rekabet avantajı elde ettiği belirtilirken, buna üretim ve kalite gibi operasyonel diğer temel alanlar da dahil edilebilir (Ramanathan vd., 2016). Diğer bir ifade ile işletmelerin işlevlerini (üretim, kalite, pazarlama ve diğer operasyonlar gibi) verimli bir şekilde örgütleme yetenekleri genel olarak performans üzerinde olumlu etki meydana getirir. Çevreye yönelik olumsuz etkinin azalmasıyla finansal ve ticari olarak bir değer ortaya çıkar.

Doğu Karadeniz bölgesi coğrafi konum, iklim, doğal yapısı, yaylaları, dereleri, sosyal hayatı ve kültürü ile bir cazibe merkezidir. Turizme yönelik yatırımların artmasında hem yurtiçinden hem de yurtdışından önemli miktarda ziyaretçiyi çekmesi bunda etkilidir. Ancak, bu yönde olan gelişmelerle birlikte birçok alt yapı yatırımları da gerçekleştirilmektedir. Son yıllarda Türkiye’de artan enerji, madencilik gibi yatırımlarda ortaya çıkan gelişmelerle birlikte çevreye önemli zararlar verildiği medyanın gündemine gelmektedir. Doğal güzelliklerde kalıcı hasarların ortaya çıkmaya başladığı bu günlerde çevreye verilen zararının dönüp canlı

yaşamının yanında turizm gibi faaliyetleri de etkileyeceği ortadadır. Doğal güzelliklerin korunup geliştirilerek gelecek nesillere bırakılması gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm için çevre yatırımlarının yanında tüm paydaşların süreçlerini gözden geçirerek iyileştirmeler sağlamaları anlamlı olmakla birlikte tüketici tepkisinin bunlara yönelik olarak nasıl geliştiği de merak konusudur. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı bu sürece katkı sunan seyahat edenlerin yeşil otellere yönelik tutumunu incelemektir. Tüketici tercihlerindeki değişim işletmelerin yakından takip ettiği konular arasındadır. Buna göre tüketicilerin yeşil otellere yönelik tutumlarının ortaya çıkarılması bu işletmelerin yanında diğer kamu karar vericilerinin planlamalarına da olumlu katkı sunacağı ortadadır. Mevcut durumun devam etmesi, çevre hassasiyetlerinin dikkate alınmaması eko sistemin zarar görmesine neden olacaktır. Çevresel uygulamaların etkisinin akademik literatürde uzun yıllar öncesinden tespit edilmesi ile birlikte bu konuda yapılan çalışmaların üretim (işletme bazlı) ve pazarlama (tüketici bazlı) yönlü olarak geliştirildiği görülmektedir. Dünyada yaşanan Covid 19 salgını ile birlikte çevreye olan saygının daha da artacağı düşünüldüğünden artık mevcut mal ve hizmet üretiminin de farklılaşmaması gerektiği ortadadır. Yukarıda belirtilen amaç çerçevesinde bu araştırma ile Covid 19 salgını sürecinde kültür turu kapsamında seyahat edenlerin yeşil kavramına ve otellerine yönelik tutumunu ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Bunun için seyahat edenlerin çevre bilinci ve çevresel kaygılarının yeşil otellere yönelik tutumuna etkisi araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar işletmelerin uygulayacakları çevresel yönetim uygulamalarının hem işletmelerindeki performansa hem de tüketici nezdindeki tutuma yönelik etkinin öncülleri olabilir. Konu ile yapılan araştırmalar mevcut olmakla birlikte Doğu Karadeniz Türkiye'nin önemli bir turizm destinasyonu olduğundan bölgenin potansiyeline dikkat çekmek ve kalkınmasına katkılar sunmak açısından anlamlıdır. Konu ile ilgili yapılacak daha fazla çalışmalarla çevrenin özgün halinin korunması ve geliştirilmesine destek sunulabilir.

Çalışmanın bundan sonraki kısmında öncelikle konunun teorik çerçevesi ele alınmakta ve buna göre araştırmanın hipotezleri ortaya konulmaktadır. Hipotezlerin test edilmesi için uygulanan metodoloji verilmekte, bu metodoloji kullanılarak elde edilen veriler analiz edilmektedir. Sonrasında elde edilen analiz sonuçları tartışılmakta, öneriler ve araştırmanın kısıtları ile çalışma sonlandırılmaktadır.

TEORİK ÇERÇEVE VE HİPOTEZ GELİŞTİRME

Çevre Bilinci

Çevre bilinci, bir kişinin çevre sorunlarıyla ilgilenmeye yönelme derecesi olarak tanımlanır (Zheng 2010). İnsanlar sosyo-demografik özelliklerine bağlı olarak çevre bilinci düzeylerinde farklılık gösterir

(Diamantopoulos vd., 2003). Tüketicilerin bilinç düzeyindeki artış ve satın alma gücüyle işletmelerden çevreci uygulamaları beklmeleri böylece çevreye zarar vermeyen ürünlere yönelerek satın alma davranışlarında bulunmaları işletmeleri yeşil işletmeciliğe doğru yöneltebilmektedir. (Aracioglu ve Tatlidil, 2009).

Çevresel uygulamalar, otellerin maliyetlerinin düşmesine, su ve enerji gibi kaynak kullanımının iyileşmesine yardımcı olabilirken (Chan, 2005), özellikle çevreye duyarlı müşterilerin hizmet kalitesi hakkındaki değerlendirmeleri de bu uygulamalardan etkilenir. Rekabetçi bir iş olan otelciliği sürdürebilmek için müşteri memnuniyeti çok önemli bir unsur olarak kabul edilir (Nash vd., 2006). Burada tüketiciler sadece satın alma ve tüketme süreçlerinden daha fazlası için değil aynı zamanda geri dönüşüm gibi ürünün bertarafı sorunları hakkında da endişelidirler (Zinkhan ve Carlson, 1995). Tersine, çevre bilinci düşük seviyelerde olan tüketiciler satın alma davranışlarında çevresel kaygılardan minimum düzeyde etkilenirler (Chen ve Chiu, 2016).

Çevre bilinci, tüketicilerin yeşil mesajları işleme şeklini etkileyebileceği için moderatör olarak önerilmektedir (Chang, 2012). Çevre dostu işletmelerin ürün ve hizmetlerine tüketicilerin öncelik verdiği belirtilmektedir (Nath vd., 2012). Bunun için işletmeler ürün tasarımı ve kullanımında çevreye yararlı özellikler kullanarak çevrede daha az olumsuzluklara neden olur ve çevrenin korumasında anlamlı fark oluşturabilirler (Lee, 1990).

İşletmeler çevre dostu yönetim ve çevre muhasebesiyle çevreye verdikleri zararları kontrol altına alarak kazanç sağlarken çevreye olumsuz etkileri de en az seviyeye indirebilmektedirler (Büyükepeççi ve Şimşek, 2018). Konaklama sanayisindeki çevreci uygulamalar aynı zamanda müşteri sadakatini artırmak için de bir araçtır (Yusof vd., 2015). Bu bağlamda uygulayıcıların yeşil ürünlere yönelik artan küresel talep nedeniyle yeşil iletişim harcamalarını da artırmayı planladıkları belirtilmektedir (Sheehan ve Atkinson 2012).

Çevreye yönelik koruma desteği, tüketicilerin satın alma kararlarında çevre dostu davranmalarının temel nedenlerinden biridir (Gadenne vd., 2011). Yeşil otel uygulamalarında çevre bilincinin kalma niyeti ve daha fazla ödeme niyeti üzerinde etkili olduğu, aynı zamanda eğitim durumu yüksek kişilerin çevre bilincinin yüksek, yeşil otel uygulamalarına yönelik algılarının da olumlu olduğu tespit edilmiştir (Sert, 2019). Çevre bilincine sahip tüketiciler, belirli değerleri ve tutumları korurken çok çeşitli çevresel faaliyetlerde bulunurlar ve çevre üzerinde olumlu (veya daha az olumsuz) etkisi olduğunu algıladıkları ürün ve hizmetleri satın alırlar (Roberts 1996). Çevre yanlısı bir yönelime sahip olanların çevre yanlısı davranış ve yeşil satın alma davranışı sergiledikleri tespit edilmiştir (Kaiser vd., 1999). Otel kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına ilişkin misafir farkındalığı

uygun şekilde gerçekleştirilirse bu durum misafirin artan sadakatini ve yeşil otelde kalışları için daha yüksek bir fiyat ödeme istekliliğini de belirleyebilir (Teng vd., 2012).

Bu arada, yeşil otel özelliğinin müşteri faydası, enerji verimliliği, su verimliliği, geri dönüşüm politikası ve yeşil karakteristik boyutları olduğu bulunurken, bunlardan müşteri faydası, enerji verimliliği ve yeşil karakteristiğın çevre yanlısı değeri ve tutumu olumlu yönde etkilediği bunun da çevre dostu eylemler uygulama ve yeşil bir oteli ziyaret etme niyetini arttırdığı ifade edilmektedir. Buna karşılık çevre yanlısı değerin çevre yanlısı tutumu tetiklemediği de belirtilmektedir (Trang vd., 2019). Yeşil ürünlerdeki artan büyümeye rağmen, tüketicilerin yaklaşık % 41'inin bu ürünleri bayağı olarak algıladıkları için satın almadıkları da tespitler arasındadır (Pickett-Baker ve Ozaki, 2008).

Çevresel Kaygı

Çevresel kaygı, bireylerin olaylara yönelik algıladıkları tehlikelerin doğaya ve gelecek nesillere yönelik olası endişe verici sonuçlarıdır (Kement, 2018). Çevresel kaygı düzeyi yüksek olan bireyler kişisel güvenliğe önem vererek satın alma davranışlarında çevreci tutum sergiler, doğaya karşı korumacı davranır, ürünlerin çevreye olan zararı hususunda da bilgi sahibidirler. Çevresel kaygı, çevreye yönelik tehditlerin farkındalığı ve bu tehditleri oluşturan faktörleri bertaraf edecek çözümleri üretme arzusu ile ilişkilendirilirken, bu bağlamda çevre bilincine sahip bireylerin çevresel kaygılarının olması da muhtemeldir (Aydoğan ve Dinar, 2019).

Çevresel kaygıya sahip bireylere göre, ürünler sadece istenen görünüme, işlevselliğe ve fiyata sahip olmamalı, aynı zamanda ömür boyu çevreye duyarlı olmalıdır (Kaebnick vd., 2003). Buna göre çevre endişesi artık ürün geliştirme aşamasında dikkate alınması gereken bir faktördür (Luchs vd., 2010). Bu nedenle daha düşük enerji tüketimi, biyolojik olarak parçalanabilir, geri dönüştürülebilir malzemeler ve zararsız ürün parçaları gibi özellikler işletmeler tarafından yeşil pazarlama stratejilerinin bir parçası olarak tanıtılmaktadır (Garg, 2015). Ancak, çevre kaygısı tasarımcılar için özellikle zordur çünkü çevre dostu ürünler için müşteri tercihleri birbirinden farklı olabileceğinden, tasarımlarına hangi yeşil ürün özelliklerinin dahil edilebileceğini iyi belirlemeleri gerekir (Howarth ve Hadfield, 2006).

Çevre koruma politikalarındaki artış, üreticileri yeşil ürünleri teşvik etmeye yöneltmektedir. Müşterilerin çevre dostu ürünler satın alma kararı, çevresel etkiyi azaltmaya yardımcı olabilir (Liu vd., 2012). Müşteriler burada elde edecekleri faydaları ve yeşil ürünü seçerlerse ürünün çevreye katkısının ne olacağını dikkate alır (Luchs vd., 2010). Bu

nedenle, müşterileri çevreci ürünleri satın almaya ikna etmek için uygun çevreci ürün özelliklerinin açıkça tanımlanması gerekir. (Ghazali vd., 2017).

Bu bağlamda işletmeler ve çevre için farklı faydalara sahip yeşil otel yönetim uygulamaları aynı zamanda maliyet tarafında da avantajlar sunmaktadır (Süklüm, 2018). Otel işletmelerinde çevresel kaygıya da yanıt veren yeşil pazarlama uygulamalarının kurumsal itibarı da arttırarak rekabet avantajı sağladığı, aynı zamanda da pazar ve finansal performansı olumlu şekilde geliştirdiği belirtilmektedir (Korkmaz ve Atay, 2016).

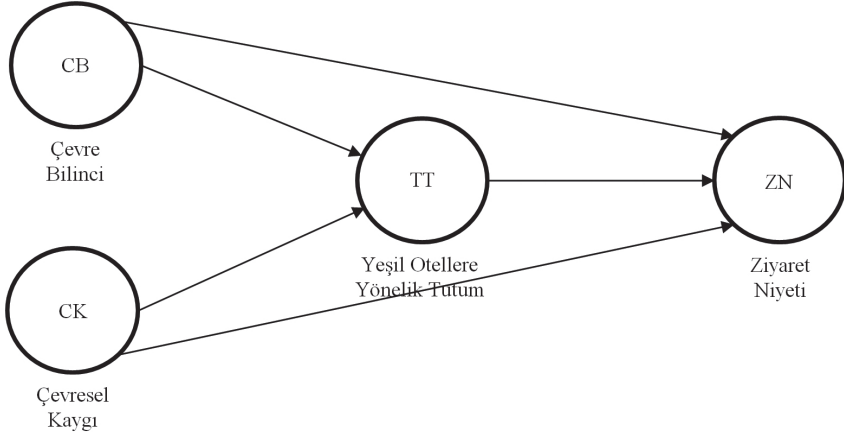
Turizm faaliyetleri çevresel bozulmayla birlikte sera gazı (GHG) emisyonlarını da arttırarak çevre üzerinde olumsuz etkilere neden olur (Pang vd., 2013). Turizmin oluşturduğu küresel sera gazı emisyonları toplamın yaklaşık % 8'ine denk gelirken (Lenzen vd., 2018), çevre üzerindeki artan baskı ile konaklama sektörünün de turizm emisyonlarının kabaca% 20'sini oluşturduğu ifade edilmektedir (Merli vd., 2019). Turizm endüstrisinin enerji, tatlı su, toprak ve gıda kullanımında daha yoğun hale geldiğini ve 25-45 yıl içinde sektörün bu kaynakları kullanımının ikiye katlanacağı tahmin edilmektedir (Gossling ve Peeters, 2015). Günümüzdeki tüketiciler bu sorunların giderek daha fazla farkına varmakta ve otel operasyon yönetiminden yeşil bilinç talep etmektedir (Yi vd., 2018). Bu, atık geri dönüşümü, enerji ve su tasarrufu ve sertifikasyon standartları gibi geniş bir yeşil uygulama yelpazesine sahip otellere karşı olumlu bir tavrı olan misafirleri kazanmak ve tutmak anlamına gelir (Xu ve Gursoy, 2015).

Yeşil yönetim uygulamaları ile işletme başarı göstergeleri arasında yüksek düzeyde, anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu, bu başarıda en güçlü değişkenin üretim boyutunda olduğu bunu sırasıyla Ar-Ge, insan kaynakları, pazarlama ve muhasebe-finans boyutlarının takip ettiği belirtilmektedir (Türk ve Kara, 2018). Çevresel kaygıya sahip tüketiciler, yeşil olmayan ürünler yerine yeşil ürünleri tercih ederler ve bu olumlu eğilimlerini çevre dostu ürünleri satın alarak nihayetlendirirler (Han vd., 2010).

Bu teorik bilgiler temelinde araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

- H1. Çevre bilinci yeşil otellere yönelik tutumu etkiler
- H2. Çevre bilinci yeşil otellere yönelik ziyaret niyetini etkiler
- H3. Çevresel kaygı yeşil otellere yönelik tutumu etkiler
- H4. Çevresel kaygı yeşil otellere yönelik ziyaret niyetini etkiler
- H5. Yeşil otellere yönelik tutum ziyaret niyetini etkiler

Araştırmanın modeli de Şekil 1’de verilmektedir.



Şekil 1: Araştırmanın modeli

METODOLOJİ

Araştırmanın modeline göre çevre bilinci ve çevresel kaygı yeşil otellere yönelik tutumu etkilediği gibi ziyaret niyetlerini de etkiler. Yeşil otellere yönelik tutum da ziyaret niyetini etkiler. Aşağıdaki metodoloji ile bu model test edilmiştir.

Araştırma için literatürde kullanılan güvenilirliği ve geçerliliği belirtilen ölçeklerden yararlanılmıştır. Çevre bilinci için 7 soruya sahip Grunert ve Juhl’un (1995) oluşturduğu Chen ve Chiu (2016) tarafından da kullanılan ölçekten yararlanılmıştır. Çevresel kaygı için 4 soruya sahip, yeşil otellere yönelik tutum için 3 soruya sahip, yeşil otellere yönelik ziyaret niyeti için 3 soruya sahip Wang vd.’nin (2018) kullandığı ölçeklerden yararlanılmıştır.

Anket formu tatilde olan seyahat edenleri en az yoracak şekilde planlanarak beşli Likert (1-hiç katılmıyorum 5-tamamen katılıyorum) ölçeği şeklinde hazırlanmıştır. Öncelikle bir ön anket hazırlanmış, 8 adet pilot uygulamaya tabi tutulmuş, elde edilen geri besleme bilgileri kullanılarak mevcut araştırma anketi oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan anket formunun soruları Ek1’de verilmektedir. Araştırmanın evrenini Doğu Karadeniz kültür turuna katılan seyahat edenler oluşturmaktadır. Örneklem için araştırmanın verileri Artvin’in Hopa ilçesinde faaliyet gösteren tatil turları düzenleyen seyahat acentalarının tercih ettiği otellerde kalan kişilerden kolayda örnekleme yöntemiyle yüz yüze yapılan anketlerle elde edilmiştir. Artvin’in Hopa ilçesi Türkiye’nin kuzey doğusunda, Karadeniz bölgesinin Sarp sınır kapısına yakın, doğası, kültürü ile cazibesi olan bir destinasyondur. Kültür turu kapsamında Gürcistan’ın Batum şehri de turlar tarafından tercih edilen bir destinasyon olduğundan Hopa’nın konumunun önemi açıktır. Hopa ilçesi Doğu Karadeniz turu kapsamında ziyaret edilen son noktadır.

Araştırmaya 129 kişi katılmıştır. Bunlardan 7 tanesi eksik ya da sorunlu olması nedeni ile elenmiş, kalan 122 geçerli anket ile hipotezler test edilmiştir. Verilerin analizinde örneklem küçük olduğu için PLS (Kısmi En Küçük Kareler) tabanlı yapısal eşitlik modellemesini kullanan SmartPLS tercih edilmiştir. PLS'nin küçük örneklemele çalışabilmesi ve çok değişkenli homojenlik ve normallik gereksinimlerini zorunlu tutmaması (Hair vd., 2014) bu tercihi daha da öne çıkarmıştır. Verilerin sınıflandırılmasında, T testi ve Anova testlerinde ise SPSS v23 istatistik programı kullanılmıştır.

ANALİZ VE SONUÇLAR

Araştırmaya katılan örneklemin demografik özelliklerine ilişkin tanımsal istatistikler Tablo 1'de verilmektedir. Araştırmaya katılanların %43,4'ü kadın %56,6'sı erkektir. %36,1'i bekar, %63,9'u evlidir. %2,5'i 20 yaşından küçük, %33,6'sı 20 ile 30, %32,8'i 31 ile 40, %22,1'i 41 ile 50 yaş aralığında, %9'u da 51 yaşın üzerindedir. %10,7'si ilköğretim, %37,7'si ortaöğretim, %20,5'i ön lisans, %31,1'i de lisans ve üstü eğitim derecesine sahiptir. %11,5'i 2020 TL'nin altında, %63,1'i 2021 ile 5000 TL, %23'ü 5001 ile 10000 TL, %2,4'ü de 10000 TL'nin üzerinde aylık gelire sahiptir. Yeşil otel farkındalığı için “Yeşil otel kavramını hiç duydunuz mu?” sorusuna verilen yanıt %45,9 ile evet, %54,1 ile hayır olmuştur. Covid 19 salgını ile birlikte çevreye olan saygının artış derecesi için sorulan soruya (1: hiç katılmıyorum, 5: tamamen katılıyorum) verilen yanıt göre, 5 üzerinden 4,598 ortalama ile önemli artış olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	53	43,4
	Erkek	69	56,6
Medeni durum	Bekâr	44	36,1
	Evli	78	63,9
Yaş	<20	3	2,5
	20-30	41	33,6
	31-40	40	32,8
	41-50	27	22,1
	>51	11	9,0
Eğitim durumu	İlköğretim	13	10,7
	Ortaöğretim	46	37,7
	Ön lisans	25	20,5
	Lisans ve üstü	38	31,1
Aylık gelir (TL)	<2020	14	11,5
	2021-5000	77	63,1
	5001-10000	28	23,0
	>10000	3	2,4
Yeşil otel farkındalığı	Evet	56	45,9
	Hayır	66	54,1

PLS Ölçüm Modeli Sonuçları

PLS modelinin analizinde ölçüm modeli ve yapısal model birlikte incelenir. Ölçüm modelinde açık değişkenler ile gizil değişkenlerin ilişkilerine bakılır. Yapısal modelde ise gizil yapılar arasındaki ilişkiler incelenir. Yol katsayıları modelin tahmin kabiliyeti için kullanılır. Yapı geçerliliğinde Bitişme ve Ayrışma geçerliliğine gerek vardır. Bitişme geçerliliğinde madde (soru) güvenilirliği, kompozit güvenilirlik ve açıklanan ortalama varyansına (AVE: average variance extracted) bakılır (Toklu ve Ustaahmetoğlu, 2016).

Yapının madde yükleri 0,50 değerinin üzerinde ise yeterli güvenilirlikten bahsedilir. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak bu eşik değer 0,60 olarak alınmış ve bu değer altındaki yüke sahip maddeler analize dâhil edilmemiştir. Modeldeki Cronbach's Alfa değerleri biri hariç 0,60 değerinin üzerindedir. Ancak, geleneksel yaklaşımda içsel uyum güvenilirliğini ölçmede Cronbach'ın Alfa katsayısı tercih edilirken, literatür Kompozit güvenilirliğin kullanılmasını uygun görmektedir (Bagozzi ve Yi, 1988; Hair vd., 2012). Kompozit güvenilirlikler ise 0,764 değerinin çok üzerindedir. Bu değer de 0,582 değerli Cronbach'ın Alfa katsayısının olumsuz etkisini ortadan kaldırmaktadır. Bitişme geçerliliğini sağlamada gizil değişkenlerin AVE değerleri kullanılmaktadır. Değişkenlerin AVE değerleri 0,50 eşik değerinin üzerinde olduğundan modelin Bitişme geçerliliği doğrulanmıştır. Madde güvenilirliği, Kompozit güvenilirlik ve AVE değerleri modeldeki yapıların bitişme geçerliliğini sağladığını göstermiştir. Tablo 2 ölçüm modelinin değerlerini özetlemektedir.

Tablo 2: Ölçüm modeli değerleri

Gizil Değişken	Maddeler	Yükler	Cronbach's Alpha	Kompozit Güvenilirlik	AVE
Çevre Bilinci (CB)	CB2	0,719	0,582	0,764	0,520
	CB3	0,683			
	CB5	0,759			
Çevresel Kaygı (CK)	CK2	0,802	0,712	0,838	0,663
	CK3	0,796			
	CK4	0,789			
Yeşil Otellere Yönelik Tutum (TT)	TT1	0,870	0,855	0,912	0,775
	TT2	0,905			
	TT3	0,865			
Yeşil Otelleri Ziyaret Niyeti (ZN)	ZN1	0,923	0,913	0,945	0,852
	ZN2	0,940			
	ZN3	0,906			

Fornell ve Larcker (1981) kriter analizi yardımıyla Ayrışma geçerliliği doğrulanmıştır (Toklu ve Tuygun Toklu, 2015). Tablo 3 analiz sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 3: Fornell-Larcker analizi

	CB	CK	ZN	TT	Doğrulama
CB	0,721				Evet
CK	0,160	0,796			Evet
ZN	0,582	0,226	0,923		Evet
TT	0,436	0,370	0,768	0,880	Evet

PLS Yapısal Model Sonuçları

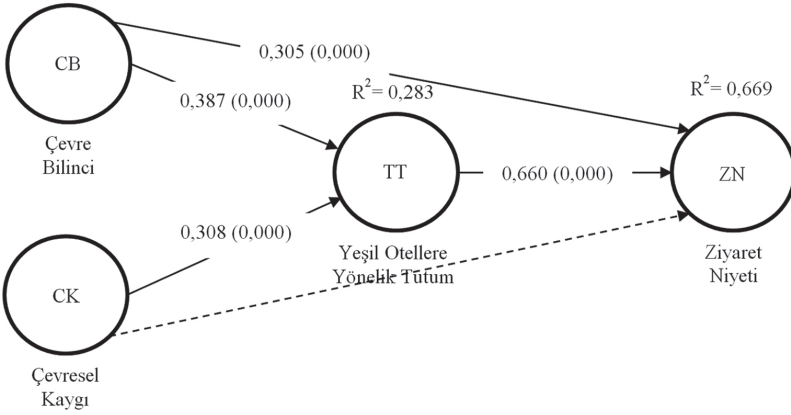
R^2 modelin açıklayıcı gücünü gösterir. Yeşil otellere yönelik tutumdaki değişimi çevre bilinci ve çevresel kaygı $R^2 = 0,283$ (Uyarlanmış $R^2 = 0,271$) değeri ile açıklamaktadır. Yeşil otellere yönelik ziyaret niyetindeki değişimi ise çevre bilinci, çevresel kaygı ve yeşil otellere yönelik tutum birlikte $R^2 = 0,669$ (Uyarlanmış $R^2 = 0,661$) gibi yüksek sayılabilecek bir değer ile açıklamaktadır. Bu sonuçlar yapısal modelin yeterli açıklayıcı güce sahip olduğunu göstermesi açısından anlamlıdır.

Hipotezlerin istatistiksel anlamlılığı ise T-İstatistiği ile ölçülmüştür. Çevre bilinci ve yeşil otellere yönelik tutum arasındaki yol ($t = 5,952$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H1 hipotezi desteklenmiştir. Çevre bilinci ve yeşil otellere yönelik ziyaret niyeti arasındaki yol ($t = 3,648$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H2 hipotezi desteklenmiştir. Çevresel kaygı ve yeşil otellere yönelik tutum arasındaki yol ($t = 3,868$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H3 hipotezi desteklenmiştir. Çevresel kaygı ve yeşil otellere yönelik ziyaret niyeti arasındaki yol ($t = 1,153$; $p = 0,249$) anlamlı olmadığından H4 hipotezi desteklenmemiştir. Yeşil otellere yönelik tutum ve yeşil otellere yönelik ziyaret niyeti arasındaki yol ($t = 8,227$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H5 hipotezi desteklenmiştir. Tablo 4 T-İstatistiğinden elde edilen sonuçları vermektedir.

Tablo 4: T İstatistiği

Hipotez	Stdβ	Örnek Ortalaması	Standart Hata	T İstatistiği	p değeri	Sonuç
H1: CBTT	0,387	0,405	0,065	5,952	0,000	Desteklendi
H2: CBZN	0,305	0,306	0,084	3,648	0,000	Desteklendi
H3: CKTT	0,308	0,316	0,080	3,868	0,000	Desteklendi
H4: CK@ZN	-0,068	-0,060	0,059	1,153	0,249	Desteklenmedi
H5: TT@ZN	0,660	0,656	0,080	8,227	0,000	Desteklendi

Buna göre, Şekil 2 araştırmanın sonucuna göre yeniden düzenlenmiş yapısal modeli şematik olarak göstermektedir.



Şekil 2: Yapısal model sonuçları

İlave olarak, modeldeki değişkenlerin demografik değişkenler olan cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve aylık gelire göre değişip değişmediği bağımsız örneklem T testleri ve Anova testleri (Eşit varyanslar varsayıldığında Scheffe ile, eşit varyanslar varsayılmadığında ise Dunnett's C analizi) ile incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, cinsiyete göre çevre kaygısının kadınlarda erkeklere göre daha yüksek olduğu [$t(119,622) = 2,558$; $p = 0,012$], ancak çevre bilinci, yeşil otellere yönelik tutum ve ziyaret niyetinde ise değişmediği bulunmuştur. Medeni duruma göre çevre bilinci, çevresel kaygı, yeşil otellere yönelik tutum ve ziyaret niyetinin de değişmediği bulunmuştur.

Yaş gruplarına göre Anova testi yapıldığında çevresel kaygının 21-30 yaş grubu ile 51-64 yaş grubu arasında anlamlı bir farklılığın [$F(4, 121) = 3,637$; $p = 0,008$] olduğu, ileri yaştaki grubun daha kaygılı olduğu bulunmuştur. Diğer yaş grupları arasında ise anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Eğitim durumuna göre değişkenlerde ise bir farklılık bulunmamıştır. Aylık gelir durumuna göre değişkenlerde de bir farklılık bulunmamıştır. Yeşil otel farkındalığına göre, çevre bilincinin farkındalığı olana göre olmayandan [$t(110,791) = 3,403$; $p = 0,001$] anlamlı şekilde farklı olduğu, yeşil otele yönelik tutumun farkındalığı olana göre olmayandan [$t(110,620) = 4,098$; $p = 0,000$] anlamlı şekilde farklı olduğu, ziyaret niyetinin farkındalığı olana göre olmayandan [$t(108,954) = 2,642$; $p = 0,009$] anlamlı şekilde farklı olduğu, çevresel kaygıda ise anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Covid 19 salgını ile birlikte tüm dünyada birçok iş ve alışkanlıkların değiştiği, artık hiçbir şeyin eskisi gibi olamayacağı tartışılmaya başlandı. Tedarik zincirindeki tüm halkaların işlerini bu tehdidi fırsata dönüştürebilme gayreti içinde olamasa bile en azından rekabette geri kalmamak için iş süreçlerini yeniden gözden geçirmeye başladıkları görülmektedir. Tekno-

lojinin sunduğu fırsatlar bu kapsamda en dikkate değer konuların başında gelmektedir. Ancak tüketici tercihlerinin de işletmelerin bu dönüşüme öncülük ettiği söylenebilir. Salgının sloganı olan maske, mesafe ve temizliğin konaklama sektöründe de temel varsayımları yeniden tanımlayacağı ortadadır. Bu değişime hızlı bir şekilde reaksiyon gösteren işletmelerin başarılı olacağı açıktır. Bu kapsamda yeşil kavramına bakışın da daha olumlu olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle işletmelerin tüketici beklentisini dikkate alarak gerekli dönüşümleri yapması kaçınılmazdır. Bu çalışma salgınla birlikte gelişen mevcut durumda tüketicilerin beklentilerini inceleyerek hizmet sektöründe faaliyet gösteren otel işletmelerine stratejilerinde kullanabilecekleri bilgiyi araştırmaktadır. Doğu Karadeniz bölgesi Türkiye'nin yayla ve kültür turizminde önemli bir destinasyondur. Bu güzelliğin korunmasında ve geliştirilmesinde çevreye duyarlı olan anlayışı ifade eden yeşil kavramının önemli bir yere sahip olması gerekir. Yeşil kavramına uygun bir şekilde yapılacak üretimin tüm paydaşlar için olumlu çıktılarını olacaktır.

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerle çevre bilincinin yeşil otellere yönelik tutuma, çevre bilincinin yeşil otellere yönelik ziyaret niyetine, çevresel kaygının yeşil otellere yönelik tutuma, çevresel kaygının yeşil otellere yönelik ziyaret niyetine ve yeşil otellere yönelik tutumun ziyaret niyetine etkileri araştırılmıştır. Araştırmanın evreni Doğu Karadeniz bölgesine kültür turu kapsamında seyahat edenlerdir. Örneklem için Artvin'in Hopa ilçesindeki otellerde gezi kapsamında kalan kimselere yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen veriler sınırlı sayıda olduğundan bunun için uygun bir yöntem olan PLS yapısal eşitlik modellemesi analizler için tercih edilmiştir. Diğer analizler için de SPSS V23 istatistik programı kullanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre seyahat edenlerin çevre bilincinin yeşil otellere yönelik tutumu olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Bu sonuç literatür (Sert, 2019; Teng vd., 2012) ile uyumludur. Seyahat edenlerin çevre bilincinin ziyaret niyetini etkilediği de görülmüştür. Bu sonuç da literatür (Trang vd., 2019; Roberts, 1996) ile uyumludur. Seyahat edenlerdeki çevresel kaygının yeşil otellere yönelik tutumu olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Bu sonuç ilgili literatür (Yi vd., 2018; Xu ve Gursoy, 2015) ile uyumludur. Ancak seyahat edenlerdeki çevresel kaygının ziyaret niyetini etkilediği hipotezi desteklenmemiştir. Bu sonucun literatür ile uyumlu olduğu söylenemez. Bunun farklı nedenleri olabilir. Yeşil otel kavramının farkındalığının düşük olması, yörede yaygın olmayan konaklama tesislerinin sayısı ve seyahat edenlerin seçim şansının yeterince olmaması, kültür turu için gelenlerin gün boyunca gezide bulunmaları ve sadece çok kısa konaklama için vakitlerinin bulunması bunda etken olabilir. Çünkü Ege ve özellikle Akdeniz bölgesinde hizmet veren otellerde kalanlar zamanının önemli bir kısmını konaklama tesisindeki aktivitelerle geçirmektedirler. Buralarda her şey dahil konsepti uygulandığından kültür

turuna bile katılmadıkları da düşünüldüğünde Doğu Karadeniz bölgesindeki konaklamalar için bu etkinin ortaya çıkmaması anlamlı olabilir. Her şey dahil konseptinin Doğu Karadeniz bölgesinde olmaması bölgesel kalkınmada daha yüksek katma değeri oluşturduğu söylenebilir. Yeşil otellere yönelik tutumun da ziyaret niyetini etkilediği bulunmuştur. Bu sonuç da literatür (Gadenne vd., 2011; Luchs vd., 2010; Han vd., 2010) ile uyumludur.

Çevre bilinci, çevresel kaygı, yeşil otellere yönelik tutum ve ziyaret niyeti değişkenlerinin bazılarında demografik özelliklere göre anlamlı şekilde farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda demografik değişken olarak cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve aylık gelir incelenmiştir. Cinsiyete göre çevre kaygısı kadınlarda daha yüksektir. Çevresel kaygının ileri yaş grubu olan 51-64 yaş aralığındakilerde 21-30 yaş aralığındakilere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Eğitim durumu ve aylık gelir durumuna göre değişkenlerde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Ankete katılanların yeşil otel farkındalığına göre, çevre bilincinin farkındalığı olanda yüksek olduğu, yeşil otele yönelik tutumun farkındalığı olanda yüksek olduğu, ziyaret niyetinin farkındalığı olanda yine yüksek olduğu, çevresel kaygıda ise anlamlı bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Bu sonuçlar yeşil otele yönelik farkındalık çalışmalarının artırılması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Araştırmada katılımcılar Covid 19 salgını ile birlikte çevreye olan saygılarının arttığını belirtmektedir. Bu nedenle yapılacak iletişim çabaları ile yeşil otellere yönelik algının olumlu yönde artarak değişeceği açıktır.

Araştırmadan elde edilen bulgular, hizmet üretimi yapan işletmeler için önemli çıkarımları içermektedir. Tüketicide gelişen çevre bilinci ve çevresel kaygılar üretimin yeniden tasarlanmasında dikkate alınması gereken önemli değişkenlerdir. Yeşil üretim felsefesi ile birlikte proseslerin geliştirilmesi firelerin azalmasına, kaynak kullanımında etkinlik ve verimlilikte iyileşmeye, sonuçta da operasyonun performansının olumlu yönde artmasına neden olacaktır. Karlılığı da beraberinde getiren bir uygulama olması nedeniyle sonuçta sürdürülebilir bir çevre yönetim sistemi oluşturulmaktadır. Yeşil üretim ilave olarak kurum imajı ve bölgenin rekabetteki konumunu da sağlamlaştırmaktadır. Bütün bu gelişmeler sektörün yeşil üretime hazırlanması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Araştırma özgün bir bölge olan Doğu Karadeniz üzerine yapıldığından, Covid 19 salgını sürecindeki eğilimleri ölçmesi nedeniyle literatüre değerli bir katkı sağlamaktadır.

Araştırma sınırlı sayıdaki katılımcı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Covid 19 sürecinde seyahat kısıtlamaları bunun önemli nedenleri arasındadır. Değişik zamanlarda daha yüksek sayıda, farklı bölgeler ve farklı demografiye sahip seyahat edenlerle yapılacak araştırmaların sonuçları farklı olabilir. Farklı değişkenlerin olduğu yeni araştırmalar araştırmacılara önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Alvarez Gil, M.J., Burgos Jimenez, J. and Cespedes Lorente, J.J. (2001). An analysis of environmental management. organizational context and performance of Spanish hotels, *Omega*, 29 (6), 457-471.
- Angell, L.C. and Klassen,R.D. (1999). Integrating environmental issues into the mainstream: An agenda for research in operations management: An agenda for research in operations management. *Journal of Operations Management*, 17 (5), 575-598.
- Aracioglu, B. ve Tatlıdil, R. (2009). Tüketicilerin Satın Alma Davranışında Çevre Bilincinin Etkileri. *Ege Academic Review*, 9 (2), 435-461.
- Aydoğan, S. ve Dinar, N. (2019). Yeşil Ürün Satın Almada Yeşil Reklam ve Çevre Bilincinin Etkisi. *The Journal of Academic Social Science*, 7 (90), 229-252.
- Bagozzi, R.P. and Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94.
- Büyükipekçi, S. ve Şimşek, Ş. (2018). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetim ve Çevre Muhasebesinin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 21 (2), 336-347.
- Chan, W.W. (2005). Partial analysis of the environmental costs generated by hotels in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 24 (4), 517-531.
- Chang, C.T. (2012). Are guilt appeals a panacea in green advertising? The right formula of issue proximity and environmental consciousness. *International Journal of Advertising*, 31 (4), 741-771.
- Chen, M-Y. and Chiu, C-I. (2016). Go green: how to influence the perceived effectiveness of a green product? *International Journal of Advertising*, 35 (4), 622-641.
- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B.B., Sinkovics, R.R. and Bohlen, G.M. (2003). Can socio-demographics still play a role in profiling green consumers? A review of the evidence and an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 56 (6), 465-480.
- Drake, D. and Spinler, S. (2013). Sustainable Operations Management: An Enduring Stream or a Passing Fancy? *Manufacturing & Service Operations Management*, 15 (4), 689-700.
- Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural models with unobservables variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Gadenne, D., Sharma, B., Kerr, D. and Smith, T. (2011). The influence of consumers' environmental beliefs and attitudes on energy saving behaviour. *Energy Policy*, 39 (12), 7684-7694.

- Garg, A. (2015). Green marketing for sustainable development: an industry perspective. *Sustainable Development*, 23 (5), 301-316.
- Ghazali, I., Abdul-Rashid, S.H., Md Dawal, S.Z., Aoyama, H., Tontowi A.E. and Sakundarini, N. (2017). Cultural Influences on Choosing Green Products: An Empirical Study in Malaysia. *Sustainable Development*, 25 (6), 655-670.
- Gossling, S. and Peeters, P. (2015). Assessing tourism's global environmental impact 1900-2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (5), 639-659.
- Green, K. W., Zelbst, P. J., Meacham, J. and Bhadauria, V. S. (2012). Green Supply Chain Management Practices: Impact on Performance. *Supply Chain Management*, 17 (3), 290-305.
- Grunert, S.C. and Juhl, H.J. (1995). Values, environmental attitudes, and buying of organic foods. *Journal of Economic Psychology*, 16 (1), 39-62.
- Gurau, C. and Ranchhod, A. (2005). International green marketing: a comparative study of British and Romanian firms. *International Marketing Review*, 22 (5), 547-561.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Mena, J.A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (3), 414-433.
- Han, H., Hsu, L. and Sheu, C. (2010). Application of the theory of planned behaviour to green hotel choice: testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31 (3), 325-334.
- Hofer, C., Cantor, D. E. and Dai, J. (2012). The Competitive Determinants of a Firm's Environmental Management Activities: Evidence from US Manufacturing Industries. *Journal of Operations Management*, 30 (1-2), 69-84.
- Howarth, G. and Hadfield, M. (2006). A sustainable product design model. *Materials & Design*, 27 (10), 1128-1133.
- Hsieh, Y. (2012). Hotel companies' environmental policies & practices: a content analysis of web pages. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24 (1), 97-121.
- Judge, W.Q. and Douglas, T.J. (1998). Performance implications of incorporating natural environmental issues into the strategic planning process: an empirical assessment. *Journal of Management Studies*, 35 (2), 241-262.
- Kaebernick, H., Kara, S. and Sun, M. (2003). Sustainable product development and manufacturing by considering environmental requirements. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 19 (6), 461-468.

- Kaiser, F.G., Wölfling, S. and Fuhrer, U. (1999). Environmental attitude and ecological behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 19 (1), 1-19.
- Kassinis, G.I. and Soteriou, A.C. (2003). Greening the service profit chain: the impact of environmental management practices. *Production and Operations Management*, 12 (3), 386-403.
- Kement, Ü. (2018). Çevresel Kaygı ve Algılanan Ahlaki Yükümlülüğün Yeşil Otelleri Ziyaret Etme Niyetine Etkisinin İncelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (2), 203-214.
- Kim, Y. and Han, H. (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel – a modification of the theory of planned behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (8), 997-1014.
- Kirk, D. (1995). Environmental Management in hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7 (6), 3-8.
- Korkmaz, H. ve Atay, L. (2016). Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamalarının Rekabet Avantajına Ve İşletme Performansına Etkisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17 (38), 176-203.
- Kumar, P. and Ghodeswar, B.M. (2015). Factors affecting consumers' green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 33 (3), 330-347.
- Lee, D.H. (1990). Symbolic interactionism: some implications for consumer self-concept and product symbolism research. *Advances in Consumer Research*, 17 (1), 386-392.
- Lenzen, M., Sun, Y.Y., Faturay, F., Ting, Y.P., Geschke, A. and Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8, 522-528.
- Liu, X., Wang, C., Shishime, T. and Fujitsuka, T. (2012). Sustainable consumption: green purchasing behaviours of urban residents in China. *Sustainable Development*, 20 (4), 293-308.
- Luchs, M.G., Naylor, R.W., Irwin, J.R. and Raghunathan, R. (2010). The sustainability liability: potential negative effects of ethicality on product preference. *Journal of Marketing*, 74 (5), 18-31.
- Mbasera, M., Plessis, E., Saayman, M. and Kruger, M. (2018). Determining the impact of green management policies on hotel performance: A manager's perspective. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7 (3), 1-13.
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A. and Ali, F. (2019). Why should hotels go green? Insights from guests experience in green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 169-179.
- Millar, M., Mayer, K.J. and Baloglu, S. (2012). Importance of green hotel attributes to business and leisure travellers. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21 (4), 395-413.

- Molina-Azonrin, J.F., Claver-Cortes, E., Pereira-Moliner, J. and Tari, J.J. (2009). Environmental practices and firm performance: An empirical analysis in the Spanish hotel industry. *Journal of Cleaner Production*, 17 (5), 516-524.
- Montabon, F., Sroufe, R. and Narasimhan, R. (2007). An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance. *Journal of Operations Management*, 25 (5), 998-1014.
- Nash, R., Thyne, M. and Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case study of backpacker tourists and the Scottish youth hostels association. *Tourism Management*, 27 (3), 525-532.
- Nath, V., Kumar, R., Agrawal, R., Gautam, A. and Sharma, V. (2012). Green behaviours of Indian consumers, *International Journal of Research in Management. Economics and Commerce*, 2 (11), 488-498.
- Pang, S.F.H., McKercher, B. and Prideaux, B. (2013). Climate change and tourism: an overview. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18 (1-2), 4-20.
- Pickett-Baker, J., and Ozaki, R. (2008). Pro-environmental products: Marketing influence on consumer purchase decision. *Journal of Consumer Marketing*, 25 (5), 281-293.
- Ramanathan, R., Ramanathan, U. and Zhang, Y. (2016). Linking operations, marketing and environmental capabilities and diversification to hotel performance: A data envelopment analysis approach. *International Journal of Production Economics*, 176, 111–122.
- Roberts, J.A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36 (3), 217-231.
- Sargeant, A. and Mohamad, M. (1999). Business performance in the UK hotel sector – does it pay to be market oriented? *The Service Industries Journal*, 19 (3), 42–59.
- Sert, A.N. (2019). Çevre bilinci ve algılanan yeşil otel uygulamalarının yeşil otellerde kalma niyeti ve daha fazla ödeme niyeti üzerindeki etkisi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (1), 205-222.
- Sheehan, K. and Atkinson, L. (2012). Special issue on green advertising. Revisiting green advertising and the reluctant consumer. *Journal of Advertising*, 41 (4), 5-7.
- Süklüm, N. (2018). Yeşil Otellerin Maliyetler Açısından Değerlendirilmesi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1), 375-394.
- Tari, J.J., Pereira-Moliner, J., Pertusa-Ortega, E.M., Lopez-Gamero, M.D. and Molina-Azorin, J.F. (2017). Does quality management improve performance or vice versa? Evidence from the hotel industry. *Service Business*, 11, 23-43.

- Teng, C.C., Horng, J.S., Hu, M.L., Chien, L.H. and Shen, Y.C. (2012). Developing energy conservation and carbon reduction indicators for the hotel industry in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31 (1), 199-208.
- Toklu, İ.T. ve Tuygun Toklu, A. (2015). Zeytinyağının İçsel ve Dışsal İşaretlerine Tüketicilerin Tepkisi: Nicel Bir Araştırma. *International Review of Economics and Management*, 3 (1), 61-84.
- Toklu, İ.T. ve Ustaahmetoğlu, E. (2016). Tüketicilerin Organik Çaya Yönelik Tutumlarını ve Satın Alma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (29), 41-61.
- Trang, H.L.T., Lee, J.S. and Han, H. (2019). How do green attributes elicit pro-environmental behaviors in guests? The case of green hotels in Vietnam. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36 (1), 14-28.
- Türk, M. ve Kara, E. (2018). Konaklama İşletmelerinde Çevre Bilinci ve Yeşil Yönetim Uygulamalarının İşletme Başarısına Katkısı: Muğla İli üzerine Bir Araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8 (15), 848-876.
- Wang, J., Wang, S., Wang, Y., Li, J. and Zhao, D. (2018). Extending the theory of planned behavior to understand consumers' intentions to visit green hotels in the Chinese context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (8), 2810-2825.
- Xu, X. and Gursoy, D. (2015). Influence of sustainable hospitality supply chain management on customers' attitudes and behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 105-116.
- Yi, S., Li, X. and Jai, T.M. (2018). Hotel guests' perception of best green practices: a content analysis of online reviews. *Tourism and Hospitality Research*, 18 (2), 191-202.
- Yu, W. and Ramanathan, R. (2015). An empirical examination of stakeholder pressures, green operations practices and environmental performance. *International Journal of Production Research*, 53 (21), 6390-6407.
- Yusof, N., Rahman, S. and Iranmanesh, M. (2015). The environmental practice of resorts and tourist loyalty: the role of environmental knowledge, concern, and behaviour. *Anatolia An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 27 (2), 214-226.
- Zheng, Y. (2010). Association analysis on pro-environmental behaviors and environmental consciousness in main cities of East Asia. *Behaviormetrika*, 37 (1), 55-69.
- Zinkhan, G.M. and Carlson, L. (1995). Green advertising and the reluctant consumer. *Journal of Advertising*, 24 (2), 1-6.

EK1. ANKET FORMU

(1.Hiç katılmıyorum - 5.Tamamen katılıyorum)

Çevre Bilinci (CB)

CB1 Çevreyi iyileştirmeye yardım etmek için bir vakfa (kuruluş, dernek) bağışta bulunabilirim.

CB2 Benim için uygun olmasa da, çevreyi kirleten suçlu İşletmelerden ürün satın almayı bırakmak isterim.

CB3 Çevresel sorunları sıklıkla arkadaşlarımla konuşurum.

CB4 Kirlilikle bitki ve hayvan yaşamına verilen zararı düşündüğümde üzülürüm (öfkelenirim).

CB5 Evimize sürdürülebilir üretimden kaynaklanan ürün almıyoruz.

CB6 Endüstrilerin çevreyi kirletme yöntemlerini düşündüğümde sinirli ve kızgın oluyorum.

CB7 Çevre konularında nadiren makaleler okurum veya TV programları izlerim.

Çevresel Kaygı (CK)

CK1 Dünyada çevrenin durumu ve bunun geleceğim için ne anlama geleceği konusunda son derece endişeliyim.

CK2 İnsanlık çevreyi şiddetli bir şekilde kötüye kullanıyor.

CK3 İnsanlar doğaya müdahale ettiğinde genellikle feci sonuçlar doğurur.

CK4 Doğa dengesi çok hassas ve kolayca bozuluyor.

Yeşil Otelere Yönelik Tutum (TT)

ATT1 Benim için seyahat ederken yeşil bir otelde kalmak son derece iyidir.

ATT2 Benim için seyahat ederken yeşil bir otelde kalmak son derece hoştur.

ATT3 Benim için seyahat ederken yeşil bir otelde kalmak son derece zekicedir.

Ziyaret Niyeti (ZN)

ZN1 Seyahat ederken yeşil bir otel seçmeye hazırım.

ZN2 Seyahat ederken yeşil bir otel seçmeyi planlıyorum.

ZN3 Seyahat ederken yeşil bir otelde kalmak için çaba göstereceğim.

Not: İtalik yazılan sorular düşük faktör yükü nedeniyle analizden çıkarılmıştır.

Bölüm 35

BİLİŞİM SEKTÖRÜNDE ÖRGÜTSEL ÖĞRENME YENİLİK PERFORMANSI İLİŞKİSİ

Sabahattin ÇETİN¹
Yahya FİDAN²

1 Sabahattin ÇETİN, Dr. Öğrt. Üyesi, (Sorumlu Yazar), Bartın Üniversitesi, İ.İ.B.F. Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, ORCID: 0000-0001-9686-1806, scetin@bartin.edu.tr

2 Yahya FİDAN, Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, İşletme Fakültesi Lojistik Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0002-5012-3629, yfidan@ticaret.edu.tr.

Bu çalışma Sabahattin Çetin'in Prof. Dr. Yahya Fidan danışmanlığında "İşletmelerde Yenilik Performansına Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

GİRİŞ

Rekabetin yüksek olduğu ortamlarda yeni rekabetçi zorluklar, işletmelerin oluşan yeni pazar koşullarını sürekli olarak öngörmelerini ve buna göre kendilerini uyarlamalarını gerekli kılmaktadır (Santos-Vijande ve Álvarez-González, 2007: 514). İşletmelerin hayatta kalmaları, örgütün değişim ve kendini son derece çalkantılı ve rekabetçi bir dünyada tutma kabiliyetine (Bessant, 2003: 2) dayanmaktadır.

Bilgi miktarındaki artış ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, rekabet avantajı kazanmak ve sürdürmek için işletmeleri yenilik yapmaya odaklamaktadır. Hızlı değişen bu rekabet ortamında hayatta kalabilmek için işletmelerin ürünlerini, hizmetlerini, üretim ve yönetim süreçlerini sürekli değiştirmeleri, yenilemeleri (Ağca v.d., 2010: 118) ve müşteri beklentilerine cevap verebilecek bir biçimde uyarlamaları gerekmektedir.

Yenilik literatürü incelendiğinde, yeniliğin hem işletme hem de ülke ekonomisinin verimliliği açısından önemli bir faktör olduğu görülmektedir (Harris ve Mowery, 1990; Johannessen, 2008; Trott, 2005). Özellikle işletmeler açısından yenilik, pazardaki değişimlerin hızlı olduğu bir ortamda, uzun vadeli başarının sağlanmasında kritik öneme sahiptir (Liao ve Wu, 2010; Wolfe, 1994). Teknolojik gelişmelerin hızlı olduğu ve müşteri beklentilerinin arttığı bir ortamda ürün ve hizmetlerin ömrü kısalmaktadır. İşletmelerin mevcut müşterilerini elde tutabilmeleri için ürün ve hizmetlerinde iyileştirmeler yapmaları, müşteri ihtiyaçlarına cevap verip onları tatmin edecek yeni ürün ve hizmetler ortaya koymaları işletmelerin devamlılığı için kaçınılmaz olmuştur.

Yenilik üzerine yapılan çalışmalarda, yeniliği etkileyen çeşitli faktörler üzerinde durulmaktadır. Bilgi tabanlı bir yaklaşımla konuya bakıldığında, yeniliği etkileyen en önemli faktör bilgidir. Başarılı bir yenilik, yeni bilginin elde edilmesi veya üretilmesi ve bu bilgidен değer ortaya çıkarılması ile mümkün olmaktadır. Bilginin yenilik çalışmaları için önemli olması, bilginin değerini anlayan, mevcut bilgi ile birleştirip yeni bilgi üreten ve bunları yeni mal ve hizmetleri üretmekte kullanan bireylerin var olmasını gerekli kılmaktadır. İnsan unsuru, örgüt içerisinde bilgi toplama ve işleme yeteneği sayesinde yeniliklerin ve ilerlemelerin sağlanmasında önemli bir yere sahiptir (Toraman vd., 2009: 99). Bilginin hızla arttığı bir dönemde, bilginin elde edilmesi için kullanılan kaynakların sayısı da artmaktadır. Tek bir bireyin tüm kaynaklara ulaşip bilgi elde etmesi mümkün olmadığı için işletme içerisinde bilgi edinimi ile ilgili çok sayıda çalışanın görev alması gerekmektedir. Böyle bir durumda her bir bireyin elde ettiği bilgilerin örgütsel hafızada depolanması, bu bilgilerin örgüt içinde paylaşımı, yorumlanması ve yeniden işlenmesi (Huber, 1991) gerekmektedir. Örgütsel öğrenme olarak adlandırılan bu süreç yenilikçilik çalışmalarının etkinliği üzerinde büyük bir etkiye sahiptir.

Yenilik mevcut bilginin dönüştürülmesi ve o bilgidan faydalanılması ile ortaya çıkmaktadır (Jimenez-Jimenez v.d., 2008: 393). Bu da bireylerin tecrübe ve bilgilerinin örgüt içine aktarılması ve mevcut bilgi ile bütünleştirilmesini gerekli kılmaktadır (Jerez-Gómez v.d., 2005: 718). Dolayısıyla örgütsel öğrenme yeni bilginin edinimi, dönüştürülmesi ve o bilgidan fayda elde edilmesi sürecini geliştirerek yenilikçiliği etkilediği gibi (Jiménez-Jiménez ve Sanz-Valle, 2011: 410) örgütlerin yenilik performansı üzerinde de olumlu etkiye sahiptir (Akgün v.d., 2007; Alegre ve Chiva, 2013; Çömlek v.d., 2012; Jiménez-Jiménez ve Sanz-Valle, 2011; Jimenez-Jimenez v.d., 2008; Liao v.d., 2012; Yu v.d., 2013). Bu kapsamda bu çalışmada bilişim sektöründe yer alan işletmelerde örgütsel öğrenmenin ürün ve süreç yeniliğine etkisi incelenmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Yenilik Kavramı

Yenilik, çeşitli şekillerde anlaşılabilen geniş bir kavramdır. Yenilik, tek başına bir eylem değil, birbiriyle ilişkili alt süreçleri de içine alan bir süreçtir. Trott'a (2005) göre yenilik; yeni geliştirilmiş bir ürünün, imalat sürecinin veya makinanın fikir üretimi, teknoloji geliştirme, imalat ve pazarlama sürecinde yer alan tüm faaliyetlerin yönetimidir (Trott, 2005: 15).

Sosyal bağlamda yenilik, birey ya da örgütler tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama ya da nesne olarak tanımlanır. Ekonomik açıdan bakıldığında yenilik, icat edilmiş bir varlığın, sosyal olarak kabul edilen, ticari açıdan faydalı bir varlığa dönüştüğü faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Krizaj, Brodnik ve Bukovec, 2014). Yenilik konusunun farklı açılardan ele alınması, kavramın tanımını da çeşitlendirmektedir.

Damanpour (1991: 556) yeniliği yeni fikir veya davranışların oluşturulması, geliştirilmesi ve uygulanması olarak tanımlamaktadır. Yazara göre yenilik, yeni bir ürün veya hizmet, yeni bir üretim süreci teknolojisi, yeni bir yapı veya idari sistem, örgüt üyeleri ile ilgili yeni bir plan veya program olabilir. Bu nedenle işletme için yeni olan, işletme içinde üretilen veya satın alınan bir cihaz, sistem, politika, program, süreç, ürün veya hizmetin benimsenmesi yenilik olarak değerlendirilmektedir. Bu bakış açısına göre yenilik işletme için yeni olanı ifade etmektedir.

Yenilikçilik, işletmelerin yeni ürün, süreç veya fikir geliştirebilme kapasitesini ifade etmektedir. Bu kapasite işletmenin performansını etkileyen en önemli faktörlerden biridir (Hult, Hurley ve Knight, 2004: 429). Yenilik yapma kapasitesine sahip işletmeler karşılaştıkları zorluklara daha hızlı cevap verebilir ve yenilikçi olmayan işletmelere göre yeni ürün ve pazar fırsatlarından daha etkili yararlanabilirler (Jimenez-Jimenez v.d., 2008: 392). Aynı zamanda işletmeler yenilik sayesinde hayatta kalma ve başarının devamı için temel oluşturan problemlere ve zorluklara çözüm üretmektedir (Hult, Hurley ve Knight, 2004: 429).

Yenilik, bir anlamda daha iyi hayat şartları elde etmeye yönelik devam eden bir süreç olup yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni teknolojiler, yeni yöntemler ve yeni yapılar şeklinde önceki duruma göre varlığını hissettirebilen değişikliklerdir (Birinci, 2011: 227). Yenilik, örgütler tarafından yeni düşüncelerin uygulamaya konulduğu ve değer elde edildiği zaman ortaya çıkmaktadır.

Yenilik aynı zamanda bir organizasyonun dışındaki ürün veya süreçlerin uyarlanması da kapsar (Scott ve Bruce, 1994: 581). Yenilik sahası, yeni düşüncelerin üretilme ve uygulama çalışmalarının organize edildiği ve yönetildiği bir alandır (Dodgson ve Gann, 2010: 12). Değişen pazar ve teknoloji şartlarında işletmelerin değişime uyum sağlamaları ve değişimle mücadele edebilmeleri için yenilik hayati öneme sahiptir. Yenilikçi olmayan işletmelerin yerlerine yenileri gelerek mevcut işletmeleri tehdit etmektedir. Bu nedenle gelişmek, büyümek ve daha kârlı olmak isteyen işletmelerin yeni fikirleri başarılı bir biçimde uygulamaya koyması gerekmektedir (Dodgson ve Gann, 2010: 15). Bu anlamda işletmeler ya yenilip yaparak mal/hizmet hayat evresini uzatarak, karlılık, büyüme ve sürekliliğini devam ettirecek ya da rekabetin zorlamasıyla yok olacaktır.

Örgütlerin ilerlemesi, bilgiye sahip olma ya da erişebilmeleri ve kullanabilmelerine bağlıdır (Dodgson ve Gann, 2010: 18). Koşul bağımlılık teorisine göre bir örgütün çevresi kontrol edilemezdir. Dolayısıyla işletmeler elde ettikleri bilgilerle yenilik ortaya koyarak örgütün çevresel değişimine tepki vermektedir. İşletmeler başarılı olabilmek için, organizasyon yapısı ya da süreçleri gibi örgütsel özelliklerini değiştirerek değişen çevresel koşullara uyum sağlamalıdır (Subramanian, 1996: 224).

Yenilik sadece çevreye uyum sağlamak için yapılmaz. Yeniliklerin bir organizasyon tarafından benimsenmesi, organizasyonda karar alıcılar tarafından proaktif olarak izlenen stratejik girişimlerin bir sonucu olabilir. Stratejik seçim teorisinin savunucuları, örgütlerin yalnızca dış çevresel değişikliklere tepki vermediğine inanmaktadır. Bunun yerine örgütler çevreyi değiştiren stratejik önlemleri proaktif olarak alarak çevreyi değiştirmeye çalışırlar. Bunun yanında işletmelerin rakiplerinden farklılaşması ve örgütsel performanslarını geliştirme arzuları (Subramanian, 1996: 224) da yeniliklerin benimsenmesinde önemli bir etkidir.

1.2. Yenilik Çeşitleri

Sınırların belirsizliği ve kategoriler arasındaki örtüşmelerden dolayı yenilik çeşitleri ile ilgili ayırım yapmak zordur (Dodgson ve Gann, 2010: 13). Sınıflandırmadaki zorluğun bir diğer nedeni, her yeniliğin aynı düzeyde etkiye sahip olmaması ve örgüt için yararlı olmadığı düşüncesidir. Farklı türdeki yeniliklerin farklı özellikleri olmakla birlikte, uygulama süreçleri de aynı değildir. Bunun sonucunda da performansa olan etkileri

de farklı olmaktadır (Eriş vd., 2010: 7-8). Buna rağmen örgütlerdeki yenilik olgusunu anlama ve tanımlama için farklı yenilik türlerinin ele alınması hem gereklilik (Liao ve Wu, 2010: 1097) hem de yenilik hakkında önemli bilgilerin ediniminde fayda sağlamaktadır.

Wang ve Ahmed (2004) yenilik çeşitlerini ürün yeniliği, pazar yeniliği, süreç yeniliği, davranışsal yenilik ve stratejik yenilik olmak üzere beş sınıfa ayırmaktadır. Trott (2005) ise yeniliği ürün, süreç, örgütsel, yönetim, üretim, pazarlama ve hizmet yeniliği olmak üzere yedi sınıfa ayırmaktadır.

Literatürde birbirinden farklı sınıflandırmanın olmasına rağmen en yaygın sınıflandırma şekli, ürün-hizmet ve süreç yeniliği olduğu görülmektedir (Liao ve Wu, 2010: 1097; Satı, 2013: 58).

1.2.1.Ürün Yeniliği

Farklı ve yeni bir ürünün geliştirilmesi, mevcut bir üründe değişiklik, farklılık ve yenilik yapılması ve ortaya konan yeni ürünün ticarileştirilmesini ifade eden ürün yeniliği, işletmelerin rekabet gücünün önemli işaretlerinden biridir (Kılıç, 2013: 62). Yenilikçi ürünler, işletmeler için yeni alanlardaki büyüme ve genişleme açısından büyük fırsatlar sunmaktadır. Önemli yenilikler, şirketlerin rekabetçi pazarda baskın konum oluşturmalarına olanak sağlamaktadır (Wang ve Ahmed, 2004).

Yeni ürünler, temel ürün fikirlerinden, buluşlardan ya da keşiflerden ortaya çıkar. Yeni ve yararlı bir nesne, hizmet ve aracın buluş ya da keşfinin sonucu olabilir. Ürün yeniliğinin hedefi, teknolojik gelişme esasına dayanan radikal olarak yeni veya yavaşça gelişmiş yeni ürün/hizmetleri tüketiciye sunmaktır. Ürün yeniliği uzun dönemde çok önemlidir. Bu tür yenilik, teknoloji ve pazarda hızlı değişimlerin olduğu bir ortamda işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır (Durna, 2002: 66-67). Ürün yenilikleri müşteri ihtiyaçlarına yönelik yapılan yenilikleri (Satı, 2013: 65) ifade etmektedir.

Sandvik ve Sandvik, (2003: 357) ürün yeniliğini işletme için yeni olan ve pazarda yeni olan olmak üzere ikiye ayırmaktadır. İşletme için yeni ürünler, işletmenin ilk kez kullandığı ürünlerdir. Bu tür ürünler çoğunlukla rakiplerin başarılı ürünlerinin taklididir. Pazarda yeni olan ürün ise işletme tarafından mevcut pazarda var olmayan yeni bir ürünün ortaya konulmasını ifade etmektedir. Bu durum iki şekilde ortaya çıkabilir. Birincisi işletme kendi çabaları ile yeni bir ürün üretebilir. İkincisi ise farklı pazarda ya da endüstrideki ürünü kendi pazarında sunması ile ortaya çıkmaktadır.

Yenilik denildiğinde genellikle büyük ürün veya süreç ilerlemeleri akla gelmektedir. Ancak başarılı yeniliklerin büyük çoğunluğu, ürünlerin ve süreçlerin artımlı olarak değişimine veya yeni teknik, fikir ve yöntemlerin birleşimi ile mevcut ürünlerde yapılan değişime dayanmaktadır. Etkili

yenilik, teknolojik olanak ve imalat kabiliyetleri ile piyasa ihtiyaçlarının sentezini gerektirir (Tushman ve Nadler, 1986).

1.2.2. Süreç Yeniliği

Süreç yeniliği, teknolojik değişimler sayesinde yeni üretim metotlarını kullanarak mevcut ürünlerin ya da hizmetlerin daha düşük maliyetle üretilebilmesini ifade etmektedir (Gökmen, 2010: 60). Başka bir tanımda ise süreç yeniliği, işletme faaliyetleri kapsamındaki tüm süreçlerin gözden geçirilmesi, yapılandırılması, iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yoluyla köklü değişiklikler yapılması olarak tanımlanmaktadır (Satı, 2013: 73). Yapılan değişimlerin yenilik olarak değerlendirilebilmesi için işletme açısından değer oluşturması gerekmektedir.

Süreç yeniliği, tedarikten depolamaya, siparişlerin tesliminde yeni ürün geliştirmeye, müşteri hizmetlerinden satın almaya, stok yönetiminden teslimata kadar işletmedeki faaliyetlerin tamamını yeni yöntemlerle yaparak maliyetleri azaltan, verimliliği arttıran tüm yenilikçi uygulamaları içermektedir (Kılıç, 2013: 66). Bir organizasyonun kaynaklarını ve yeteneklerini kullanabilme kabiliyeti ve en önemlisi, yenilikçi üretimin gereksinimlerini karşılamak için kaynak ve yeteneklerini birleştirip yeniden yapılandırma kabiliyeti, örgütsel başarı için önemlidir (Wang ve Ahmed, 2004: 4-5). Çünkü çoğu zaman yeni bir ürünün üretilebilmesi için mevcut üretim sistemlerinden farklı bir sistemin var olması gerekmektedir.

İşletmeler süreç yenilikleri ile üretim veya hizmetlerde verimliliğin artırılmasının yanında, müşteri değeri ve kalite güvenilirliğinin kazanılmasını da güçlendirmektedir. Dolayısıyla süreç yeniliği müşteriler açısından algılanması zordur (Satı, 2013: 74). Ancak süreç yeniliği kalite ve maliyette değişim sağladığında kullanıcı bu yeniliği hissedebilir (Durna, 2002: 67-68).

Tushman ve Nadler (1986: 77) süreç yeniliklerini üç kategoriye ayırmaktadır. Süreçlerde gerçekleştirilen artımlı yeniliklerle düşük maliyet, yüksek kalite veya her ikisi birden sağlanabilir. Öğrenme eğrilerinin verimliliği arttırılarak ve iş başında öğrenme ile mevcut üretim sistemlerinde küçük yenilikler üretilir. Sentetik süreç yenilikleri, tanınmış üretim işlemlerinin boyut, hacim veya kapasitesinde keskin artışlar içerir. Kesikli (sürekli) süreç yenilikleri ise ürün veya hizmet üretiminde tamamen yeni yöntemlerin kullanılmasını ifade etmektedir.

Hem ürün hem de süreç yeniliği işletmeler açısından önemlidir. Ancak görece önem, zaman içinde değişir (Tushman ve Nadler, 1986: 77). Süreç yeniliği, ürün yeniliğinin bütünleştirici bir parçasıdır. Bir ürün yeniliği, süreç yeniliği olmadan oluşturulamaz. Bazı durumlarda ürün yeniliği doğrudan süreç yeniliği ile sonuçlanmaktadır. Süreç yeniliği ise ürün

yeniliğinin etkinliğini arttırabilir. Dolayısıyla ürün ve süreç yenilikleri birbirlerini tamamlamaktadır. Yeni süreçler yeni ürünleri oluştururken, yeni ürünler de yeni süreçleri teşvik etmektedir (Durna, 2002: 67-68). İki yenilik çeşidi arasında karşılıklı bir ilişki vardır.

1.3. Örgütsel Öğrenme

Örgütsel öğrenme literatürüne göre öğrenme, günlük örgütsel yaşam ve çalışmanın bir parçasıdır ve örgütün her alanında söz konusudur. Örgütlerde öğrenmeden kaçınılamaz. Örgütsel öğrenme etkileşim ve katılım süreciyle gerçekleşmektedir. Başka bir deyişle öğrenme sadece bireysel düşünme süreci değil, örgütteki diğer çalışanlarla birlikte gerçekleşmektedir (Brandi ve Elkjaer, 2011: 28).

Örgütsel öğrenme ile ilgili çok farklı tanımlamalar yapılmıştır. Örgütsel öğrenmeyi Daft ve Weick (1984: 286), örgüt çevresiyle ilişkilerin geliştirilmesinde faydalı olacak bilgi edinim süreci; Levitt ve March (1988: 320), deneyimlerin davranışa yön veren rutinlere dönüşmesi; Argyris (1995: 20) ise hataları bulma ve düzeltme süreci olarak tanımlamaktadır.

Fiol ve Lyles (1985: 803-805) örgütsel öğrenmeyi, daha iyi bilgi ve anlama yoluyla işletmenin faaliyetlerini iyileştirme olarak tanımlamıştır. Aynı zamanda örgütsel öğrenme tecrübe eğrisini olumlu yönde etkileyen bir kavramdır. Araştırmacılara göre örgütsel öğrenmenin oluşmasını dört faktör etkilemektedir. Bunlar öğrenmeye elverişli kurumsal kültür, esneklik sağlayan strateji, yenilikçilik ve yeni görüşlere izin veren örgüt yapısı ve çevredir.

Huber (1991), örgütsel öğrenmeyi, bilginin edinimi, örgütsel hafızada depolanması, örgüt içinde paylaşımı, yorumlanması, yeniden işlenmesi ve örgüt amacı doğrultusunda kullanılması olarak ifade etmektedir. Örgüt içinde bilgi dağıtımı etkin olduğunda, daha geniş tabanlı örgütsel öğrenme ortaya çıkmaktadır. Farklı alt birimlerden gelen bilgilerin bir araya getirilmesi sadece yeni bilgiye değil yeni anlayışlara da yol açmaktadır. Çünkü insanlar farklı zihinsel yapıya sahiptir ve bilgiyi yorumlamaları da farklı olacaktır. Elde edilen bilgi ile ilgili ne kadar fazla yorumlama geliştirilirse öğrenme de o kadar fazla olmaktadır. Yazara göre öğrenmenin bilinçli ya da belirli bir niyet için olmasına gerek yoktur. Aynı zamanda bazı örgütsel öğrenme araştırmacılarının iddialarının aksine davranışlarda da değişime sebep olmasına gerek yoktur. Öğrenme yeni görüşler ve olaylar hakkında farkındalık ile sonuçlanabilir ve bu görüş ve farkındalık davranışları değiştirmek zorunda değildir.

Örgütlerde öğrenme bireysel ve örgütsel olmak üzere iki düzeyde gerçekleşmektedir. İşletme içindeki öğrenme sürecinde ilk aktör bireylerdir. Bireysel öğrenme, örgüt içindeki öğrenmeyi hızlandıran ya da yavaşlatan

düzenlemelere bağlıdır (Pınar, 2006: 30). Ancak örgütsel öğrenme bireysel öğrenmenin toplamı değildir. Örgütsel öğrenme örgütün yönetimi ve stratejisinin içine entegre edilmiş bir süreçtir. Bireysel öğrenme örgütsel öğrenmenin ayrılmaz bir parçasıdır, fakat yeterli değildir. Örgütler ancak bireysel görüş ve becerileri örgütün rutinleri, uygulamaları ve inançları ile birlikte bir bütün haline getirdiğinde gerçekleşmektedir. Bunu da sadece etkili işletmeler yapabilmektedir (Kim, 1998: 107).

Örgütsel öğrenme ile örgütler, değişimlere uyum sağlamayı kolaylaştırarak örgütün, ortaya çıkan değişimler ve rekabet karşısında direncini arttırmasını, yeniliklerin beraberinde getirdiği çeşitli bilgilerin elde edilmesini ve faaliyetlerde kullanılmasını amaçlamaktadır (Yılmaz, 2011: 329). İşletmeler etkili örgütsel öğrenme sayesinde yenilikler üreterek rekabet avantajı kazanabilirler.

1.3.1. Öğrenen Örgütler ve Örgütsel Öğrenme Ayrımı

Örgütsel öğrenme ve öğrenen örgütler genellikle birbirinin yerine kullanıldığı görülmekle birlikte birbirinden farklıdır (Örtenbland, 2001; Tsang, 1997). Öğrenen örgüt, tecrübeleri sürekli olarak sonuç çıkarmak için kullanan, bu tecrübeleri örgüt üyelerinin gelişimine katkıda bulunacak bir sistem içerisinde paylaşıp çevresel değişimlere uyum sağlayabilen ve sürekli değişen, yenilenen bir yapıyı ifade etmektedir (Tan, 2014: 205). Senge (1997), öğrenen örgütün var olması için beş disiplinin gerekli olduğunu ifade etmektedir. Bunlar, sistem düşüncesi, kişisel ustalık, zihinsel modeller, ortak bir vizyon ve takım halinde öğrenme. Öğrenen örgüt, örgütsel bilgiyi artırmak ve sonuç olarak örgütün başarısını sağlamak için tüm çalışanların bu disiplinleri anlamasını ve kullanmasını sağlamaktır (Confessore ve Kops, 1998: 366).

Öğrenen örgüt, etkin öğrenme kapasitesine sahip ideal bir örgüt tipi olarak görülmektedir. Öğrenen örgütler alanında çalışanlar, genel olarak, bu öğrenme kapasitesini ortaya çıkarmayı ve bu kapasiteyi geliştirmeye çalışmaktadırlar (Koç, 2009:153). Öğrenen örgüt, istenen bir sonun temsili olup sonuç odaklıdır. Örgütsel öğrenme, tüm örgütün bilişsel kapasitesini artırmak için gereken dinamik insan süreçlerinin bir temsilidir. Dolayısıyla süreç odaklıdır (Schwandt ve Marquardt, 2000: 26). İki kavram arasındaki temel farklılıklar Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Örgütsel Öğrenme ve Öğrenen Örgüt Arasındaki Farklılıklar

	Örgütsel Öğrenme	Öğrenen Örgüt
Yaklaşım	Betimleyici	Öngörücü
Var olması	Doğaldır ve mevcuttur.	Eylem gerektirir ve ulaşamaz.
Temel soru	Temel soru Bir örgüt nasıl öğrenir?	Bir örgüt nasıl öğrenmelidir?
Hedef kitle	Akademisyenler	Uygulamacılar ve danışmanlar
Amaç	Kuram inşası	Örgütsel performansı artırma
Odak	Süreçler	Örgütsel biçim
Öğrenme-performans ilişkisi	Olumlu da olumsuz da olabilir	Olumlu olması beklenir
Öğrenmenin sonucu	Potansiyel davranış değişimi	Var olan davranış değişimi

Kaynak: Koç (2009: 154)

1.3.2. Örgütsel Öğrenme Unsurları

Örgütsel öğrenme literatürü incelendiğinde, öğrenme kavramının çeşitli boyutlarla ele alındığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarla örgütsel öğrenme kavramı geliştirilmekle birlikte, örgütsel öğrenmenin unsurlarının neler olduğu konusunda genel kabul görmüş teoriler ortaya konulamamıştır. Bazı araştırmacılar bireysel açıdan konuya yaklaşırken, bazıları da örgütsel bağlamda değerlendirmişlerdir. Bunun sonucunda da örgütsel öğrenme ile ilgili farklı boyutlar ortaya konulmuştur. Jerez-Go'mez vd. (2005), örgütsel öğrenmeyi dört boyut olarak ele almaktadır. Bunlar; yönetsel bağlılık, sistem yaklaşımı, açıklık ve deneyimleme ile bilgi aktarımı ve entegrasyon boyutlarıdır.

Yönetsel Bağlılık

Yönetsel bağlılık yenilik süreci ve çalışanların motivasyonunun artırılması için örgütteki liderlik bağlılığı ve yönetsel desteği geliştirme ve kolaylaştırmayı ifade etmektedir (Akgün vd, 2007: 502). Geçmişte örgüt için faydalı olan fakat mevcut durumda faydadan çok örgüte engel teşkil eden eski inanç ve zihinsel modellerin ortadan kaldırılması, çalışanların öğrenmenin öneminin farkına varması ve örgütün başarısı için çalışanların aktif katılımının sağlanması yönetsel bağlılık için önemlidir. Yönetsel bağlılık, öğrenme konusunda örgüte stratejik bir bakış açısı kazandırarak (Jerez-Gómez vd, 2005: 717), kişisel etkinliği ve öğrenmeyi, örgütsel açıdan çevresel koşullara bağlı kalarak değişme yeteneğinin gelişimini

desteklemektedir (Akgün vd., 2007: 507). Değişim yeteneğinin gelişimi ise işletmelerin yenilik yapmalarını kolaylaştıracak ve yenilik performansını olumlu yönde etkileyecektir.

H1: Yönetmel bağıllık ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.

Sistem Yaklaşımı

Sistem yaklaşımı, örgüt çalışanlarının ortak bir kimlik etrafında toplanmasını ifade etmektedir. Örgütler çeşitli birey, grup ve bölümlerden meydana gelmektedir. Bunların her birinin kendine has görev ve sorumlulukları vardır. Aynı zamanda hep birlikte ulaşmaya çalıştıkları ortak amaçları da vardır. Örgütsel öğrenme bilgi, algı ve inançların paylaşımını ifade etmektedir. Dolayısıyla tüm çalışanların dâhil olduğu birlikte çalışma ortamının ve ortak dilin varlığı örgütsel öğrenmeyi arttıracaktır (Jerez-Gómez vd., 2005: 717). Sistem yönelimi, örgütün tamamını görme olanağını sunarak, bunların en etkili şekilde nasıl değiştirilebileceğini anlamaya yardımcı olur (Çelik, 2014: 197). Bu açıdan sistem yaklaşımı vizyon paylaşımı, çalışanların faaliyetlerinde birbirlerine bağılı olması, birlikte hareket edilmesinin teşvik edilmesi, bilgi paylaşımı ve değişimini (Akgün vd., 2007;507) içermektedir. Örgüt içerisindeki bilgi paylaşımı da yenilik performansını etkileyecektir.

H2: Sistem yaklaşımı ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.

Açıklık ve Deneyimleme

Açıklık, yeni fikirlerin kabul edildiği, bireysel bilginin yenilenmesi, genişletilmesi ve geliştirilmesine izin verilen örgütsel iklimi ifade etmektedir (Akgün ve diğerleri, 2007; Jerez-Gómez ve diğerleri, 2005). Açık bir örgütsel iklim oluşturulması için, kültürel ve fonksiyonel çeşitliliğe bağıllığın yanı sıra her türlü deneyimleme ve görüşlerin kabul edildiği, kişilerin bencil tutumlardan kaçınarak diğer kişilerden öğrenebileceği bir ortamın varlığına ihtiyaç vardır (Jerez-Gómez ve diğerleri, 2005: 717). Deneyimleme ise farklı yöntem ve prosedürlerin olası kullanımına dayalı mevcut ve gelecekteki sorunlara yenilikçi ve esnek çözümler aramayı desteklemektedir (Akgün ve diğerleri, 2007; Jerez-Gómez ve diğerleri, 2005). Deneyimleme, hatalardan öğrenilebileceği fikrini destekleyici, yenilikçilik ve icatçılığı teşvik eden, risk alabilecek türde girişimcilik becerisine sahip bir örgüt kültürünü gerekli kılmaktadır (Jerez-Gómez vd., 2005: 717). Böyle bir kültürün varlığı aynı zamanda yenilik performansını da etkileyecektir.

H3: Açıklık ve deneyimleme ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.

Bilgi Aktarımı ve Entegrasyon

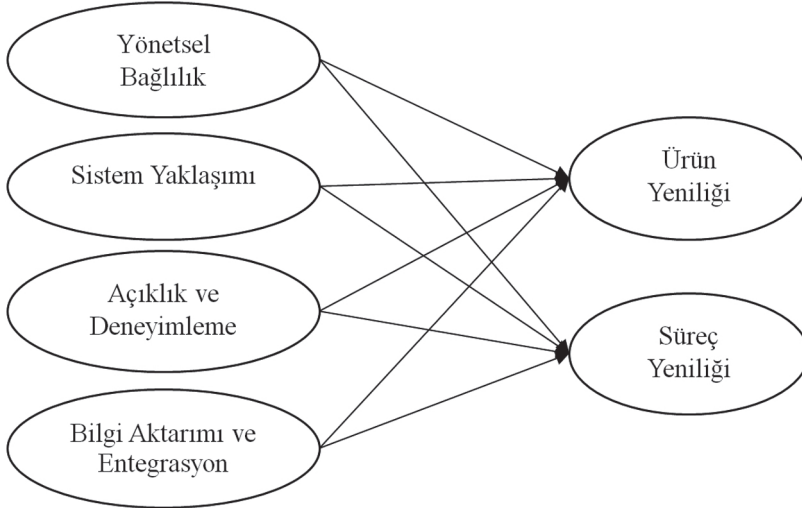
Örgütsel öğrenmenin dördüncü boyutunu oluşturan bilgi aktarımı ve entegrasyonu, örgüt içerisinde bilginin yayılması ve mevcut bilgi ile yeni bilgilerin bütünleştirilmesini ifade etmektedir (Jerez-Gómez vd., 2005:

717). Örgüt içinde bilgi, sözel ve sözel olmayan iletişim, formal ve informal görüşme, diyalog, tartışma, bireyler arası etkileşim ve bilgi sistemleri yoluyla (Akgün vd., 2007: 502) örgütün her alanına ulaştırılmaya çalışılır. Örgüt içinde öğrenme, bireysel öğrenmeden etkilenmektedir. Çalışanların değişimi ve transferi gibi durumlarda örgüt içi bilgi paylaşımı, enformasyon kaybını önlemek için gereklidir. Bilgi aktarımı ve entegrasyonun etkinliği örgütün sahip olduğu ilk bilgiye ve özümseme kapasitesine (Cohen ve Levinthal, 1990) bağlıdır. Ayrıca örgüt içinde en iyi uygulamaların transferini etkileyen engellerin ortadan kaldırılması (Szulanski, 1996) örgütsel etkinliği arttırmaktadır. Bilginin örgüt içerisinde yayılımı çalışanların yenilik yapmasını sağlayarak işletmenin yenilik performansını arttıracaktır.

H4: Bilgi aktarımı ve entegrasyon ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Modeli ve Hipotezleri



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma kapsamında sınanacak olan hipotezler şöyledir:

H1: *Yönetsel bağlılık ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.*

H2: *Sistem yaklaşımı ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.*

H3: *Açıklık ve deneyimleme ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.*

H4: *Bilgi aktarımı ve entegrasyon ürün ve süreç yeniliğini etkilemektedir.*

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni İstanbul ve Ankara illerindeki teknoloji geliştirme bölgelerinde faaliyet gösteren işletmeler oluşturmaktadır. Teknoloji geliştirme merkezleri üniversite-sanayi iş birliğiyle yenilik üretme çabalarını

yoğun olduğu bölgeler olmalarından dolayı araştırmanın bu bölgedeki işletmeler üzerinde yapılmasında etkili olmuştur. Faaliyette olan teknokent ve teknoparklarda ar-ge çalışmalarını yürüten 4.176 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerin %37'si yazılım sektöründe, %17'si bilgisayar ve iletişim teknolojileri sektöründe, %8'i elektronik ve %6'sı makina ve teçhizat imalatı alanlarında faaliyet göstermekte, ayrıca medikal, enerji, kimya, gıda, savunma, otomotiv gibi birçok sektörden firmalar bölgelerde ar-ge faaliyetleri kapsamında yer almaktadır (BTGM, 2016). Ankara ve İstanbul bölgelerinde bulunan teknokent ve teknoparklarda yaklaşık 2500 işletme bulunmaktadır. Zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle kolayda örnekleme (Altunışık vd., 2012:142) yoluyla bu bölgelerde bulunan 500 işletmeye ulaşılması hedeflenmiştir. Yüz yüze görüşme ve e-posta yoluyla gerçekleştirilen araştırma sonucunda bilişim sektöründe faaliyet gösteren 313 işletmeden veri elde edilmiştir. İşletmelere ait demografik bilgiler tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Demografik Özellikler

	SAYI	YÜZDE
İşletmedeki Çalışan Sayısı	49 kişi ve daha az	57,2
	50 kişi-149 kişi arası	41,2
	150 kişi-249 kişi arası	,6
	250 kişi ve daha fazla	1,0
İşletme Yaşı	5 yıl ve daha az	31,3
	6 yıl-10 yıl arası	52,1
	11 yıl-15 yıl arası	10,9
	16 yıl-20 yıl arası	3,8
	21 yıl ve daha fazla	1,9
Katılımcıların İşletmedeki Görevi	İşletme Sahibi	,3
	İşletme Müdürü	,3
	Bölüm Şefi	51,4
	Yönetici Asistanı	,3
	İdari İşler	19,8
	Muhasebe Sorumlusu	22,4
	Halkla İlişkiler Sorumlusu	5,4
	TOPLAM	313

2.3. Ölçüm Araçları

Araştırma hipotezlerini test etmek için kullanılan ölçeklerin her biri daha önce uluslararası çalışmalarda kullanılmış ve yüksek geçerliliğe sahip ölçeklerdir. Geliştirilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla katılımcılardan her bir ifadeye katılım düzeylerini beşli likert tipi ölçek (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) üzerinde belirtmeleri istenmiştir. Ankette ayrıca işletmelerin genel özelliklerini tespit etmeye yönelik ifadelere de yer verilmiştir. Ölçekler ile ilgili bilgiler şöyledir;

Örgütsel Öğrenme düzeyini ölçmek amacıyla Jerez-Go'mez ve diğerlerinin (2005) "Organizational Learning Capability: A Proposal of Measurement" isimli çalışmasında kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek yönetsel bağlılık (4 ifade), sistem yaklaşımı (3 ifade), açıklık ve deneyimleme (4 ifade) ve bilgi aktarımı ve entegrasyonu (3 ifade) olmak üzere 4 boyut ve 14 ifadeden oluşmaktadır.

Yenilik performansını ölçmek için Wang ve Ahmed'in (2004) "The Development and Validation of The Organisational Innovativeness Construct Using Confirmatory Factor Analysis" isimli çalışmasındaki ölçekten yararlanılmıştır. Ürün (4 ifade) ve süreç yeniliği (4 ifade) olmak üzere iki boyut ve 8 ifadeden oluşmaktadır.

2.4. Bulgular

Araştırma modelinde yer alan faktörlerin faktör yükleri, birleşik güvenilirlikleri (CR), çıkarılan ortalama varyans (AVE) ve Cronbach's Alpha (α) değerleri Tablo 3'de gösterilmektedir. Araştırmada kullanılan tüm değişkenlerin faktör yüklerinin 0,40'dan yüksek (Çokluk v.d., 2014; Şencan ve Fidan, 2020), CR test sonuçlarının 0,70'den, AVE değerlerinin 0,50'den (Hair, 1998;612) ve Cronbach's Alpha değerlerinin ise 0,70'den yüksek olması (Altunışık v.d., 2012: 126) arzu edilmektedir.

Analiz sonuçlarına göre Cronbach's Alpha (α) değerleri tüm değişkenler için 0,70'den yüksek olduğu belirlenmiştir. Faktör yükleri incelendiğinde tüm yüklemelerin 0.70'in üzerindedir. Bu nedenle, tüm öğeler iyi yapı geçerliliği göstermektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Her yapı için CR, 0,781-0,910 değerleri arasındadır. Ayrıca AVE değerleri de 0,558-0,717 değerleri arasında değişmektedir. Bu değerler çerçevesinde birleşik güvenilirlik ve yapı geçerliliği (Bagozzi ve Yi, 1988) sağlanmıştır.

Tablo 3. Faktör Yükleri, CR, AVE ve (α) Değerleri

Boyutlar	İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach Alfa (α)	CR	AVE
Yönetsel Bağlılık	YB1	0,831	0,909	0,910	0,717
	YB2	0,842			
	YB3	0,897			
	YB4	0,816			
Sistem Yaklaşımı	SY1	0,928	0,847	0,857	0,669
	SY2	0,706			
	SY3	0,804			
Açıklık ve Deneyimleme	AD1	0,732	0,866	0,870	0,626
	AD2	0,815			
	AD3	0,801			
	AD4	0,813			

Bilgi Aktarımı ve Entegrasyon	BA1	0,565			
	BA2	0,975	0,755	0,781	0,558
	BA3	0,635			
Ürün Yeniliği	ÜY1	0,703			
	ÜY2	0,863	0,840	0,845	0,581
	ÜY3	0,847			
	ÜY4	0,606			
Süreç Yeniliği	SÜY1	0,838			
	SÜY2	0,807	0,861	0,863	0,613
	SÜY3	0,799			
	SÜY4	0,679			

Tablo 4. Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum Değerleri

Boyutlar	χ^2/df	GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
Örgütsel Öğrenme	1,791	0,944	0,917	0,946	0,975	0,050
Yenilik Performansı	1,896	0,970	0,946	0,970	0,986	0,054

Tablo 4’de doğrulayıcı faktör analizine ait sonuçlar verilmektedir. Faktörlere ait değerler incelendiğinde; uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu (Hu ve Bentler, 1999; Tabachnick ve Fidel, 2001) görülmektedir.

Tablo 5. Korelasyon Analizi

	1	2	3	4	5
Yönetmelik Bağlılık	1				
Sistem Yaklaşımı	,250***	1			
Açıklık ve Deneyimleme	,291***	,255***	1		
Bilgi Aktarımı ve Entegrasyon	,299***	,196***	,075	1	
Ürün Yeniliği	,461***	,395***	,370***	,286***	1
Süreç Yeniliği	,385***	,374***	,287***	,218***	,441***

*p<,1, **p<,05, ***p<,01

Korelasyon analizi sonuçlarına göre (Tablo 5) açıklık ve deneyimleme değişkeni ile bilgi aktarımı ve entegrasyon değişkenleri dışında tüm değişkenler arasında ($p<0,01$) anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. İlişkilerin yönüne bakıldığında ilişkilerin tümünün pozitif yönlü olduğu belirlenmiştir.

Bu aşamadan sonra modelde yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerin gücü ve anlamlılıkları test edilmiştir. Test edilen modele ilişkin uyum indeksleri şöyledir; **CMIN/DF**:1,945 **GFI**: ,895 **AGFI**: ,867 **NFI**: ,899, **CFI**: ,948 **RMSEA**: 0,055. Araştırma modelinin uyum indeksleri incelendiğinde, uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu

görülmektedir. Ölçüm modelinde yer alan birbirleriyle olan ilişkileri, açıklayıcılık ve anlamlılık düzeyleri Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Değişkenler Arası Katsayılar ve Anlamlılık Düzeyleri

		Etkileşim	Std. Reg. Kats.	Std. Hata	P	Sonuç
Ürün Yeniliği	<---	Yönetsel Bağlılık	,396	,044	***	Kabul
Süreç Yeniliği	<---	Yönetsel Bağlılık	,293	,053	***	
Ürün Yeniliği	<---	Sistem Yaklaşımı	,300	,045	***	Kabul
Süreç Yeniliği	<---	Sistem Yaklaşımı	,324	,056	***	
Ürün Yeniliği	<---	Açıklık ve Deneyimleme	,267	,046	***	Kabul
Süreç Yeniliği	<---	Açıklık ve Deneyimleme	,182	,057	,002	
Ürün Yeniliği	<---	Bilgi Aktarımı ve Entegrasyon	,122	,055	,028	Kısmen Kabul
Süreç Yeniliği	<---	Bilgi Aktarımı ve Entegrasyon	,106	,070	,065	

Analiz sonuçlarına göre; yönetsel bağlılık ürün ($,396$; $p<0,001$) ve süreç yeniliğini ($,293$; $p<0,001$) anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Dolayısıyla H1 hipotezi desteklenmiştir. Sistem yaklaşımının ürün ve süreç yeniliğine etkisi incelendiğinde, sistem yaklaşımı hem ürün ($,300$; $p<0,001$) hem de süreç ($,324$; $p<0,001$) yeniliğini anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. H2 hipotezi de desteklenmiştir. Açıklık ve deneyimleme değişkeni de ürün ($,267$; $p<0,001$) ve süreç ($,182$; $p<0,05$) yeniliğini anlamlı bir biçimde etkilemektedir. H3 hipotezi de desteklenmiştir. Bilgi aktarımı ve entegrasyon değişkeni ile ürün ve süreç değişkeni arasındaki ilişki incelendiğinde diğer faktörlerden farklı bir sonuç elde edilmiştir. Bilgi aktarımı ve entegrasyon ürün yeniliğini ($,122$; $p<0,05$) anlamlı bir şekilde etkilerken süreç yeniliğine ($,106$; $p>0,05$) istatistiki açıdan anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Dolayısıyla H4 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

3. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Örgütsel öğrenmenin ürün ve süreç yeniliğine etkisinin belirlenmesine yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre, örgütsel öğrenme unsurlarından yönetsel bağlılık, sistem yaklaşımı ve açıklık ve deneyimleme değişkenleri ürün ve süreç yeniliğini anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Bilgi aktarımı ve entegrasyon değişkeni ise ürün yeniliğini anlamlı bir biçimde etkilerken süreç yeniliğini etkilememektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde örgütsel öğrenmenin hem ürün hem de süreç yeniliğini etkilediği söylenebilir. Elde edilen sonuçlar daha önce yapılmış olan çalışmaları desteklemektedir (Akgün ve diğerleri, 2007; Chiva v.d, 2014; Hsiao, Chang ve Chen, 2014; Keskin, 2006; Liao ve Wu, 2010; Liao v.d., 2012).

Yenilikçi örgütler kendisini nasıl yetkinleştireceğini öğrenir ve bilirler. Öğrenme yoluyla, örgütler davranışlarını değiştirebilir. Örgütsel yeniliğe olanak sağlamak için teknolojisini ve üretimini yenileyebilir ve yeniden icat edebilir. Örgütsel öğrenme, durgunluğu önler ve işletmeleri sürekli yeniliğe teşvik etmektedir (García-Morales v.d. , 2012: 1046). Böylece süreci kullanan örgütler çevreyle daha uyumlu hale gelip rekabet fırsatlarını yakalamaya hazır hale gelirler.

Bilginin hızlı artması ve işletmelerin yakın çevresine yönelik çok fazla verinin olması, işletmeleri değerli bilginin edinimi konusunda zor duruma düşürmektedir. Bilginin edinilmesinin yanı sıra bu bilginin zamanında ve yerinde elde edilmesi de önemlidir. Dolayısıyla işletme içerisinde bilginin ilgili bölümlerle paylaşılması önemlidir. Bu bakımdan işletmelerin örgütsel öğrenme becerileri, yenilik çalışmalarının başarısı için gerekli olan özelliklerden biridir.

Örgütsel öğrenme için bir diğer önemli nokta, bilginin farklı bölümler arasında paylaşılmasını kolaylaştırıcı mekanizmaların oluşturulmasıdır. Bilginin örgüt içerisinde yayılması, bilgiden etkili bir biçimde faydalanmayı sağlayacaktır. Çünkü herhangi bir çalışan için anlamı olmayan bilgi, diğer bir bölüm çalışanı için çözümün temelini oluşturabilir. Bireylerin bilgi paylaşımına olanak sağlayan, bireysel hatalarını kazanım olarak değerlendiren ve çalışanları bilgi paylaşımı konusunda destekleyen bir ortamın varlığı, örgütsel öğrenmeyi ve dolayısıyla yeniliği arttıracaktır. Yenilik çabalarında bireylerin ve örgütsel öğrenmenin önemli bir yerinin olması, örgüt kültürünü de önemli hale getirmektedir. Bireylerin fikirlerini hayata geçirebilmeleri, yeni fikirleri sunabilmeleri ve başka bireylerle paylaşabilmeleri, örgüt içindeki temel değerlerden etkilenebilmektedir. İşletme içerisinde bilgi paylaşımına olanak sağlayan, yeni fikirleri destekleyen, çalışanların birbirlerine güven duyduğu, çalışanların kendilerini önemli hissettiği bir ortamın varlığı, bireylerden daha fazla yararlanma imkanı sağlayacaktır. Soyut bir kavram olan örgüt, somut olan ve örgüte asıl değerini kazandıran insanlardan oluşmaktadır. İnsana değer veren kültürel ortam hem yenilik açısından hem de sürdürülebilirlik açısından işletmelerin üzerinde durması gereken önemli konulardan biridir.

Çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Araştırmada veri elde etmek amacıyla anketten yararlanılmıştır. Anket verileri, öznel verilerdir ve anlık duygular çerçevesinde elde edilmektedir. Dolayısıyla ankete cevap veren bireylerin önyargıları, verilen cevapları etkilemektedir. Çalışmanın diğer kısıtı araştırma örneklemini ilgilidir. Araştırma verilerinin kapsamı Ankara ve İstanbul illerindeki teknokent ve teknoparkta faaliyet gösteren 313 işletmeden oluşmaktadır. Dolayısıyla belirli bir alandan örnek alındığı için, bulgular daha büyük alana genellenememektedir. Bu nedenle, ileride yapılacak araştırmalar, kapsamı genişletmek için farklı sektör ve daha geniş alanlarda yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Ağca, V., Görmüş, A. Ş. ve Bayraktaroğlu, S. (2010) “İç Girişimciliğin Boyutları ve Yenilikçilik Boyutları”. *Seçme Yazularla Örgütler ve Yenilik*, Ed.: Özmen, Ö. N. T., Özer, S. ve Eriş, E. D., Ankara: Detay Yayıncılık, 109-128
- Akgün, A. E., Keskin, H., Byrne, J. C. ve Aren, S. (2007) “Emotional and Learning Capability and Their Impact on Product Innovativeness and Firm Performance,” *Technovation*, 27(9), 501–513.
- Alegre, J. ve Chiva, R. (2013) “Linking Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Organizational Learning Capability and Innovation Performance,” *Journal of Small Business Management*, 51(4), 491–507.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012) *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Geliştirilmiş 7. Basım, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Argyris, C. (1995) “Action Science and Organizational Learning,” *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 10, No. 6, 20-26.
- Bagozzi, R. P., ve Yi, Y. (1988). “On the evaluation of structural equation models”, *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.
- Bessant, J. (2003) *High-Involvement Innovation*, England: John Wiley & Sons Ltd.
- Birinci, Y. (2011) “Patent Korumasının Yeniliklerin Yayılımı Üzerindeki Etkileri”, *Yeniliklerin Yayılımı Kuramsal ve Uygulamalı Tartışmalar*, Ed.: H.O. Yeloğlu, Ankara: Siyasal Kitabevi, 23-39.
- Brandi, U. ve Elkjaer, B. (2011) “Organizational Learning Viewed from a Social Learning Perspective”, (Der.) Easterby-Smith, M. ve M. A. Lyles, *The Blackwell Handbook of Organizational Learning and Knowledge Management*, MA: Blackwell Publishing, pp.23-41.
- BTGM(2016), *Teknoloji Geliştirme Bölgeleri*, <http://btgm.sanayi.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 29.09.2016.
- Chiva, R., Ghauri, P. ve Alegre, J. (2014) “Organizational Learning, Innovation and Internationalization: A Complex System Model,” *British Journal of Management*, 25(4), 687–705.
- Cohen, W. M. ve Levinthal, D. A. (1990) “Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation,” *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128–152.
- Confessore, J. Sharon ve Kops, William J.(1998), “Self-Directed Learning and the Learning Organization: Examining the Connection Between the Individual and the Learning Environment”, *Human Resource Development Quarterly*, 9(4), 365-375.

- Çelik, V. (2014) “Örgütsel Öğrenme Kapasitesi ve Yeniliğin, Finansal Performansa Etkisi,” *Balikesir University The Journal of Social Sciences Institute Volume: 17 Number: 31*
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2014) *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik Spss ve Lisrel Uygulamaları*, Ankara: Pegem Akademi.
- Çömlek, O., Kitapçı, H., Çelik, V. ve Özşahin, M. (2012) “The Effects of Organizational Learning Capacity on Firm Innovative Performance,” *Procedia- Social and Behavioral Sciences, 41*, 367–374.
- Daft, R.L. ve Weick, K.E. (1984) ‘Toward a Model of Organizations as Interpretation Systems’, *Academy of Management Review 9*, 284–95.
- Damanpour, F. (1991) “Organizational Innovation: a Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators”, *Academy of Management Journal, 34(3)*, 555– 590.
- Dodgson, M. ve Gann, D. (2010) *Innovation A Very Short Introduction*, New York: Oxford University Press.
- Durna, U. (2002) *Yenilik Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Eriş, E. D., Özer, P. S., ve Özmen, Ö. N. T. (2010) “Yenilik Türleri, Modelleri ve Yenilik Derecesi-Boyutları”, *Seçme Yazılarla Örgütler ve Yenilik*, Ed.: Özmen, Ö. N. T., Özer, S. ve Eriş, E. D., Ankara: Detay Yayıncılık, 1-29
- Fiol, C. M. ve Lyles, M. A. (1985) “Organizational Learning”, *Academy Of Managment Review, 10(4)*, 803-813.
- Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981), “Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics”. *Journal of marketing research, 382-388*.
- García-Morales, V. J., Jiménez-Barrionuevo, M. M. ve Gutiérrez-Gutiérrez, L. (2012) “Transformational Leadership Influence on Organizational Performance Through Organizational Learning and Innovation,” *Journal of Business Research, 65(7)*, 1040–1050.
- Gökmen, H. (2010) “Finansal Yenilik Kavramı, Türleri ve Finansal Yeniliğin Belirleyicileri-Etkileri”, *Seçme Yazılarla Örgütler ve Yenilik*, Ed.: Özmen, Ö. N. T., Özer, S. ve Eriş, E. D., Ankara: Detay Yayıncılık, 1-29.
- Hair, J. Joseph F., Ralf E. Anderson, Ronald L. Tatham, William C. B. (1998). *Multivariate Data Analysis*, Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Harris, R. G. ve Mowery, D. C. (1990) “Strategies for Innovation: An Overview,” *California management review, 32(3)*, 7–16.
- Hu, L. ve Bentler, P.M., (1999), “Cutoff Criteria For Fit Indexes in Covariance Structure Analysis:Conventional Criteria Versus New Alternatives”, *Structural Equation Modeling, 6,1* , ss. 1-55

- Huber, G. P. (1991) "Organizational Learning: The Contributing Processes and the Literatures," *Organization Science*, 2(1), 88–115.
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F. ve Knight, G. A. (2004) "Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance," *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429–438.
- Hsiao, H.-C., Chang, J.-C. ve Chen, S. C. (2014) "The Influence of Support for Innovation on Organizational Innovation: Taking Organizational Learning as a Mediator," *The Asia-Pacific Education Researcher*, 23(3), 463–472.
- Jerez-Gómez, P., Céspedes-Lorente, J. ve Valle-Cabrera, R. (2005) "Organizational Learning Capability: A Proposal Of Measurement," *Journal of Business Research*, 58(6), 715–725.
- Jimenez-Jimenez, D., Vallem, S. ve Hernandez-Espallardo, M. (2008) "Fostering Innovation," *European Journal of Innovation Management*, 11(3), 389–412.
- Jiménez-Jiménez, D. ve Sanz-Valle, R. (2011) "Innovation, Organizational Learning, and Performance," *Journal of Business Research*, 64(4), 408–417.
- Johannessen, J. A. (2008) "Organisational Innovation As Part of Knowledge Management," *International Journal of Information Management*, 28(5), 403–412.
- Keskin, H. (2006) "Market Orientation, Learning Orientation, and Innovation Capabilities in Smes: An Extended Model," *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 396–417.
- Kılıç, S. (2013) *İnovasyon ve İnovasyon Yönetimi*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kim, L. (1998) "Crisis Construction and Organizational Learning: Capability Building in Catching-up at Hyundai Motor," *Organization Science*, 9(4), 506–521.
- Koç, U. (2009), "Öğütsel Öğrenme: Tanımı, Yakın Terimler Arasındaki Kavramsal Ayrımlar ve Davranışsal Yaklaşım", *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, C.X I, S I, 151-165.
- Krizaj, D., Brodnik, A. ve Bukovec, B. (2014) "A Tool For Measurement of Innovation Newness and Adoption in Tourism Firms," *International Journal of Tourism Research*, 16, 113–125.
- Levitt, B. ve March, J. (1988) "Organizational Learning," *Annual Review of Sociology* 14: 319–40.
- Liao, S., H. ve Wu, C., C. (2010) "System Perspective of Knowledge Management, Organizational Learning, and Organizational Innovation," *Expert Systems with Applications*, 37(2), 1096–1103.
- Liao, S., H., Chang, W., J., Hu, D., C. ve Yueh, Y., L. (2012) "Relationships Among Organizational Culture, Knowledge Acquisition, Organizational Learning, and Organizational Innovation In Taiwan's Banking and Insurance

- Industries,” *The International Journal of Human Resource Management*, 23, 52–70.
- Örtenbland, A. (2001) “On Differences between Organizational Learning and Learning Organization”, *The Learning Organization*, 8/3, pp. 125-133.
- Pınar, İ. (2006) “Değişim Yönetimi Anlayışı Olarak Öğrenen Organizasyonlar,” *Öneri, C. 7*, 29-42
- Sandvik, I. L. ve Sandvik, K. (2003) “The Impact of Market Orientation on Product Innovativeness and Business Performance,” *International Journal of Research in Marketing*, 20(4), 355–376.
- Santos-Vijande, M. L. ve Álvarez-González, L. I. (2007) “Innovativeness and Organizational Innovation in Total Quality Oriented Firms: The Moderating Role Of Market Turbulence,” *Technovation*, 27(9), 514–532.
- Satı, Z. E. (2013) *İnovasyonu Yönetmede Kesitler*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Senge, P. (1997), *Beşinci Disiplin*, YKY, İstanbul.
- Schwandt, David R. ve Marquardt, Michael J.(2000), *Organizational Learning: From World-Class Theories to Global Best Practices*, CRC Press LLC, USA.
- Scott, S. G. ve Bruce, R. A. (1994) “Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace,” *Academy of Management Journal*, 37(3), 580–607.
- Subramanian, A. (1996) “Innovativeness: Redefining The Concept,” *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 13(3-4), 223–243.
- Szulanski, G. (1996) “Exploring Internal Stickiness: Impediments to the Transfer of Best Practice Within the Firm,” *Strategic Management Journal*, 17(2), 27–43.
- Şencan, H. & Fidan, Y. (2020), “Likert Verilerinin Kullanıldığı Keşfedici Faktör Analizlerinde Normallik Varsayımı ve Faktör Çıkarma Üzerindeki Etkisinin SPSS, FACTOR ve PRELIS Yazılımlarıyla Sınanması”, *BMIJ*, (2020), 8(1): 640-687.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L.S., (2001). *Using Multivariate Statistics*, Boston, Allyn and Bacon.
- Tan, F. Z. (2014), “Öğrenme, Örgütlerde Öğrenme, Öğrenen Organizasyonlar Terimlerinin Tanımı Ve Kavramsal Ayırım”, *Business & Management Studies: An International Journal*, 2(2), 188-217.
- Toraman, C., Abdioğlu, H. ve İşgüden, B. (2009) “İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi ,” *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, XI(1), 91–120.
- Trott, P. (2005) *Innovation Management and New Product Development*, England: Prentice Hall.

- Tushman, M. ve Nadler, D. (1986) “Organizing for Innovation,” *California Management Review*, 28(3), 74–92.
- Tsang, E. W. K. (1997) “Organizational Learning and the Learning Organization: A Dichotomy between Descriptive and Prescriptive Research”, *Human Relations*, 50/1, pp. 73 89.
- Wang, C.L. ve Ahmed, P.K. (2004) “The Development and Validation of the Organizational Innovativeness Construct Using Confirmatory Factor Analysis”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 7 No. 4, pp. 303-13.
- Wolfe, R. a. (1994) “Organizational Innovation: Review, Critique and Suggested Research,” *Journal of Management Studies*, 31(3), 405–431.
- Yılmaz, M. (2011) “Bilgi Yönetimi ve Örgütsel Öğrenme İlişkisi: Kavramsal Bir Yaklaşım,” *A.Ü.Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi [TAED]* 46, 313-332.
- Yu, Y., Dong, X. Y., Shen, K. N., Khalifa, M. ve Hao, J. X. (2013) “Strategies, Technologies, and Organizational Learning for Developing Organizational Innovativeness in Emerging Economies,” *Journal of Business Research*, 66(12), 2507–2514.

Bölüm 36

ÖRNEK ÜLKE UYGULAMALARI İLE ÇIKAR GRUBU SİSTEMLERİ

Feza SOLAK TUYGUN¹

¹ Feza Solak Tuygun, Dr.Öğr.Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, fezasolak@hotmail.com. Orcid id: 0000-0002-9928-9005.

GİRİŞ

Siyasal sistem toplumdaki gelen talepler veya desteklere (girdilere) karşılık, politikalar (çıktılar) üretilmesini sağlayan ilişkiler ağı olarak tanımlanır. Siyasal sistem sadece hükümet mekanizmasını veya devlet kurumlarını değil, toplumun bütünüyle karşılıklı etkileşim içindeki yapıları ve süreçleri de kapsayan daha geniş bir kavramdır (Heywood, 2010: 48). Siyasal sistemlerin birtakım işlevleri vardır ve bu işlevlerini belli yapılar içinde yerine getirmektedir. Almond ve Powell siyasal sistemin işlevlerini, taleplerin toplanması, taleplerin birleştirilmesi, kuralların yapılması, kuralların uygulanması ve kural uygulamalarının denetlenmesi olarak beş kısma ayırmış; bu işlevleri yerine getiren yapıları da çıkar grupları, siyasi partiler, hükümet, meclis, bürokratik örgütler ve yargı birimleri olarak ifade etmiştir. Buna göre siyasal sistemin girdilerle ilgili işlevleri taleplerin toplanması ve taleplerin birleştirilmesi işlevleridir. Bu işlevler çıkar grupları ve siyasi partiler tarafından yerine getirilmektedir. Siyasal sistemin çıktılara ilişkin işlevlerini ise diğer yapılar yerine getirmektedir. Bu işlevler genel anlamda yasama, yürütme ve yargı işlevlerine denk gelmektedir (Almond ve Powell, 1966: 29). Siyasal sistemlerde, taleplerin toplanması ve birleştirilmesi işlevini yerine getiren çıkar grupları ve siyasi partiler, amaç ve yöntem bakımından birbirinden farklı yapılardır. Buna göre siyasal partiler, siyasal iktidarı ele geçirmeyi amaçlayan, farklı konularda politikalar üreten örgütlü yapılardır ve bu yapılar ortak bir politik tercih ve genel bir ideolojik kimliğin etrafında birleşmişlerdir. Siyasi partiler, kolektif hedefleri öne çıkarırken, toplumda var olan çıkarları da ortaya koyarak, bunların gerçekleştirilmesine yardımcı olmakta, işletmelerin, işçilerin, dini, etnik veya diğer grupların çıkarlarını savunmasını sağlayan araçlar olarak gelişme göstermektedir (Heywood, 2010: 320-328). Çoğunluğun oyunu alarak siyasal iktidarı ele geçirme amacı, siyasi partilerin toplumdaki gelen taleplere karşı da duyarlı olmalarını sağlamaktadır. Çıkar grupları ise belli bir nedene dayalı olarak toplumun belli bir bölümünün taleplerini temsil eden veya bu talepleri destekleyen gruplardır (Carrin vd., 2009: 116). Çıkar gruplarının amacı siyasal iktidarı ele geçirmek değildir, karar otoriteleri tarafından alınan kararları kendi çıkarları doğrultusunda etkilemektir. Daha çok etki mekanizmalarını güçlendirmek için çaba harcayan bu grupların siyasal sistem içindeki etkinliği, siyasal kültür seviyesi, sosyo-ekonomik yapı, tarihsel ve kültürel özellikler ile bireyler, örgütler ve kurumlar arasındaki resmi ve gayri resmi etkileşim türüne göre farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma çıkar gruplarının farklı şekillerde sınıflandırılmalarını da beraberinde getirmiştir. “Sektörel ve geliştirici gruplar” olarak yapılan bir sınıflandırmada, çıkar grupları amaçlarına göre ayrılmıştır (Lynch & Fairclough, 2010: 116). Sektörel gruplar, üyelerinin çıkarlarını korumak, geliştirmek, üyelerine ve hedef kitlesine hizmet sağlamak amacıyla oluşturulurken; geliştirici gruplar grup üyelerine

doğrudan bir fayda sağlamayan ancak paylaşılan değerleri, idealleri ya da ilkeleri geliştirmek üzere kurulan gruplardır. “İçeriden ve dışarıdan gruplar” olarak yapılan sınıflandırmada ise çıkar grupları, sahip oldukları statü ve etkiyi kullanarak hükümete ulaşma stratejilerine göre ayrılmıştır. İçeriden gruplar kurumsallaşmış bir şekilde hükümete ulaşırken, dışarıdan gruplar hükümete ulaşamayan veya ulaşmak istemeyen ancak karar alma süreçlerini dolaylı olarak etkilemeye çalışan gruplardır (Heywood, 2010: 351). Çıkar grupları üyelerinin ekonomik çıkarlarını korumak ve geliştirmek için “çıkartlar” etrafında toplanan gruplar” ile paylaşılan bir amaç, gerçekleştirilmeye çalışılan bir ideal, korunmak istenen manevi bir değere dayalı olarak “tutumlar etrafında toplanan” gruplar olarak da ayrılmaktadır (Kapani, 1992: 198-201). İşveren birlikleri (ticaret ve sanayi odaları, işveren sendikaları, büyük şirketler, holdingler), işçi kuruluşları (sendikalar, sendika konfederasyonları) tarım sektörü (çiftçi birlikleri, tarım kooperatifleri) memur sendikaları, esnaf kuruluşları, tüketici kooperatifleri, meslek kuruluşları (barolar, mimar ve mühendis odaları vb.) çıkartlar etrafında toplanan gruplardır. “Tutumlar etrafında toplanan” gruplar ise toplumun değişik kesimlerinden gelen, farklı mesleklere mensup kişiler tarafından oluşturulmakta, üyeleri arasında sosyal bakımdan türdeşlik bulunmamaktadır. Çıkar gruplarının farklı siyasal sistemlerdeki etkileşimlerini analiz edebilmek için işlevsel bir ayırım ortaya koyan Gabriel Almond, bütün siyasal sistemlerde bu ayırımın uygulanabilir olduğunu ifade etmiştir. Örgütlenme tipinin esas alındığı bu ayırmada çıkar grupları anomik, örgütlenmemiş, kurumsal ve örgütlü çıkar grupları olarak dörde ayrılmıştır (Ray, 2004:190 ; Almond ve Powell, 1978:171-176). Anomik gruplar bir kargaşa ve heyecan sonucu ortaya çıkan, amaçları geçici, örgütsel yapıdan yoksun, koordinasyon yapıları zayıf gruplardır. Örgütsel yapıları olmayan sınıf, etnik köken, ırk, din, cinsiyet ve kültür gibi karakteristik yapılar etrafında birleşen gruplar ise örgütlenmemiş gruplardır. Kurumsal çıkar grupları, üyesi olunan kurum gereği yüksek derecede disiplin ve teşkilat yapısına sahip, istikrarlı üyelikleri ve açık amaçları olan hükümete yönelik faaliyetlerde bulunan kurumların oluşturdukları örgütlerdir. Çıkartları doğrudan organize olmuş, kalıcı nitelikte ve kurumsallaşmış çalışma usulleri olan gruplar ise örgütlü çıkar grupları olarak adlandırılmıştır. Diğer yandan çıkar gruplarının etki mekanizmalarını güçlendirerek karar otoriteleri tarafından alınan kararları etkileyebilmesi, çıkar temsili ve buna bağlı olarak değişen çıkar grubu sistemiyle ilişkilidir. Çıkar temsili, (toplanan ve birleştirilen) taleplerin, örgütlü gruplar aracılığıyla karar otoritelerine iletilebildiği bir ortamda, karar otoritelerinin politikalarını etkilemeye yönelik siyasal faaliyetlerden oluşan bir süreçtir. Bu süreç siyasal sistemin niteliğine, siyasal kurumların oluşum şekline ve toplumsal yapının özelliğine göre farklılaşarak çıkar gruplarının birbirleriyle ve karar otoriteleriyle etkileşimde bulunduğu çıkar grubu sistemini oluşturmaktadır.

Çıkar grubu sistemi, çıkar gruplarının karar alma sürecini etkilemek amacıyla karar otoriteleriyle giriştikleri etkileşim sürecinin şekline göre farklılaşan modeller olarak ifade edilmektedir. Bu modeller plüralist (neo-plüralist) çıkar grubu sistemi, korporatist (neo-korporatist) çıkar grubu sistemi, uzantı tipi (özerk olmayan) çıkar grubu sistemi ve politik ağ (network) modeli olarak ayrılmaktadır. Bu sistemlerin her birinde çıkar grupları, politika süreçlerinde farklı roller üstlenirken, karar otoriteleriyle etkileşimlerinde de belli bir anlayış geliştirmektedir. Siyasal sistemin ülkeye özgü işleyiş tarzına göre şekillenen bu sistemler, belli ülkelerin siyasal süreçlerinde daha net bir şekilde gözlemlenmektedir. Çıkar grubu sistemlerinin incelendiği bu çalışmada bu ülkelerden ABD, İngiltere, İsveç, Avusturya, Fransa, İtalya, Çek Cumhuriyeti ve Polonya'daki uygulamalar ele alınmıştır.

1.Plüralist (Neo-plüralist) Çıkar Grubu Sistemi

Plüralist çıkar grubu sistemi, II. Dünya Savaşı'ndan sonra sanayileşmiş batı toplumlarının sosyo-politik sistemlerinde meydana gelen yapısal değişikliklerin devletin sorumluluklarını kademeli olarak arttırması ile ortaya çıkmış bir modeldir. Artan sorumluluklar, politikaları uygulama ve kamu hizmetlerini sunmada zorlanan devletleri, güçlerini devlet-dışı aktörlerle (çıkar grupları) paylaşmaya yönelmiş, politika süreçlerinde de bu yaklaşım esas alınmıştır. Plüralist sistemin temelinde, iktidarı toplumda yayabilme, siyasal iktidarın kamu rızasına dayandırılması ve halkın seçtiği temsilcilerle iktidarın paylaşılması ilkeleri yer almaktadır (Baggott, 1995: 33). Plüralist çıkar grubu sisteminin belli başlı temel özellikleri ise şöyle sıralanmaktadır (Kalaycıoğlu,1984: 324; Zeigler,1988: 3-4; Wilson,1990: 4-5; Dahl,1956: 145);

- Çıkar grupları, özerk bir biçimde örgütlenebilme özgürlüğüne sahiptir. Çok sayıda çıkar grubunun yer aldığı sistemde, gruplar üyelerine yarar sağlamak veya onların çıkarlarını savunmak amacıyla faaliyet göstermektedir.
- Çıkar grubu sistemi içinde toplumun tüm kesiminin temsil edilmesi öngörülmektedir. Buna göre ne kadar çok örgütlü çıkar grubu oluşturulursa, gruplar arasında oluşacak rekabet yönetimin yanlış uygulamalarına karşı bireyleri koruyacaktır.
- Toplumdaki çıkarlar çok sayıda grup tarafından temsil edilse de bu gruplardan hiçbiri diğer bir grubun temsilcisi olarak kabul edilmemektedir.
- Çıkar grupları taleplerini etkili bir kamu politikasına dönüştürerek, eşit koşullarda oluşmuş bir rekabet ortamında karar alma süreçlerini etkilemek için yarışmaktadır.
- Siyasi iktidar, hiçbir grup veya çıkarın herhangi bir dönem boyunca

üstünlük elde edemeyeceği bir biçimde parçalanmıştır.

- Sisteme göre siyasal kararları şekillendiren asıl mekanizma devlet değil, çıkar gruplarının karar alma süreçlerindeki kurumları etkilemeye yönelik faaliyetleridir. Sistemde devletin güçlü konumda bulunmasına, iktidarın kaynaklarını elinde tutarak ve bu kaynakları dağıtan bir yapıda olmasına izin verilmemektedir.

Plüralist çıkar grubu sisteminde, çıkar gruplarının sadece kendi üyelerinin çıkarlarına sahip çıkmaları, bazı grupların diğerlerine göre daha etkin olmaları, hükümet kurumlarının çıkar gruplarının belirlediği çıkar perspektifine göre etki altında tutulmaları sistemin negatif yönlerini oluşturmaktadır. Bu negatif yönler neo-plüralizm olarak adlandırılan bir görüşü ortaya çıkarmıştır. Neo-plüralistler, demokrasilerde politik etkinin dağıtılmış olduğunu ve toplumda hiçbir grubun tek başına baskın olamayacağı görüşünü desteklerken, belirli grupların sahip oldukları kaynaklardan dolayı daha avantajlı olduğunu iddia etmişlerdir. Buna göre çıkar grubu politikalarına aktif olarak katılan devlet, gruplarla etkileşimden çok, politikalarını ve amaçlarını desteklemeleri yönünde bu grupları ikna etmeye odaklanmaktadır. Devletin parçalı yapısı içinde, birbirleriyle çatışma halinde olan devlet kurumları, çıkar gruplarıyla birlik olarak onların görüşlerini paylaşmaktadır. Politik gündemde ve karar alma sürecinde ise bazı grupların, özellikle de işveren gruplarının çıkarları daha baskındır. Hükümetler, işveren örgütlerine danışma zorunluluğu olmamasına rağmen, karar alırken bu grupların görüşlerini sıklıkla dikkate almaktadır. Çünkü işveren örgütlerini kendi varlığının bağlı olduğu ekonomik kaynakların sağlayıcısı olarak görmektedir. Mesleki veya teknik uzmanlığa sahip gruplar ise belli politika alanlarında daha baskındır. Plüralist sistemin başarısı politik kurumların ve karar alma sürecinin şekillenmesi ile ilişkilendirilmiştir (Baggott,1995: 37-38).

Plüralist çıkar grubu sistemi ABD ve İngiltere’de görülmektedir. Bu ülkelerde toplumlar açık toplumlardır ve iktidar farklı noktalarda dağılmış durumdadır. Farklı gruplar farklı kaynakları harekete geçirebildiği için iktidar genellikle kümülatif nitelikte değildir. Bireyler kendilerini ifade etmekte özgürdür ve çıkarlarını geliştirebilmek için örgütlenerek seferber olabilmektedir (Pierson, 2000: 117-119).

1.1. Amerika Birleşik Devletleri (ABD)

ABD’de grupların gücü, bağımsızlık mücadelesinin gerçekleştiği 1770’li yıllara dayanmaktadır. Nitekim 1789 Anayasası’nda “Kongre, ifade özgürlüğünü ya da basını: veya halkın bir haksızlığı düzeltmek amacıyla bir araya gelme ve hükümete barış içinde bir başvuru sunma hakkını sınırlayan (...) bir yasa kabul edemez” ilkesi yer almıştır. Bu ilke ile grup faaliyetleri yasama sürecinde hak olarak düzenlendiği gibi,

ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü ve toplantı özgürlüğü de Anayasa ile koruma altına alınmıştır (Heywood,2010: 358). Örgütsel yapının feodal anlayıştan yoksun olması ve kuruluşundan bu yana sahip olduğu özellikler de, ABD çıkar grubu sisteminin plüralist yapı etrafında şekillenmesinde etkili olmuştur (Sroka,1995: 2; Reiher, 2008: 4). ABD'nin farklı etnik, dil, din ve kültürden oluşan toplumsal yapısı, temsil edilmesi gereken çıkarları da farklılaştırmaktadır. Ülkede, Afrika kökenli, Latin kökenli gibi farklı etnik kökenden gelen hemen her topluluğun neredeyse bir çıkar grubu bulunmaktadır. Siyasal sistemde farklı din ve mezhepten gelen gruplar ile geniş bir coğrafyaya yayılmış farklı kültür ve gelenekten gelen grupları temsil eden pek çok çıkar grubu, özerk ve bağımsız bir şekilde faaliyet göstermektedir. Bu grupların etkinliği, daha yüksek bir otoritenin hoşgörüsüne değil, grupların siyasi kaynakları toplayabilme becerisine bağlıdır. Özerk olma nitelikleri ise gruplar arasındaki rekabeti teşvik edici bir unsurdur. Gruplar-arası rekabet gruplar arasındaki gücü de dengelemektedir. Bir gruba üye olan birey, başka bir gruba da üye olabildiği için çakışan grup üyelikleri çatışmaların yoğunluğunu azaltmaktadır. Sistemin açık bir sistem olması gruplara yeni üye katılımını sağlarken, kaynak dağılımı da yeni grupların oluşmasını teşvik etmektedir. Gruplar, çıkarlarına yönelik bir tehditle veya adaletsizlikle karşılaştıklarında siyasi eylem için mobilize olabilmektedir. Grupların güçlenmesinde halktan sağlanan destek belirleyici olduğundan, gruplar sürekli olarak destek sağlama arayışı içindedir. ABD siyasi sisteminin işler kılınmasında temel unsur ise, demokratik ilke ve değerler üzerinde fikir birliği ve uzlaşının sağlanmasıdır. Federal devlet ile federe devletler arasındaki yetki paylaşımı, yerel-federe ve federal düzeyde parçalanmış iktidar yapısı -Kongrenin yapısı (Senato-Temsilciler Meclisi-Komite)- katılım ve etki açısından da uygun bir ortam oluşturmaktadır (Putnam,1995: 169).

ABD'de çıkar grupları, ticaret ve sanayi grupları, tarım grupları, sendikalar ve meslek kuruluşları olarak ayrılmaktadır. Ticaret ve sanayi gruplarından Ticaret Odaları Birliği, ABD'nin en büyük çıkar grubudur. Sanayi grupları ise finans, sigortacılık, sağlık, enerji, ulaştırma, iletişim ve savunma gibi dallara ayrılmıştır. Bu gruplar seçim zamanı siyasi partilere ve adaylara maddi destek sağlamalarıyla bilinmektedir. Tarım grupları ise, Amerikan Şeker Birliği, Ulusal Çiftçiler Birliği, Amerikan Tarım Bürosu gibi gruplar tarafından temsil edilmektedir. Karar alma sürecinde oldukça etkin olan bu gruplardan Amerikan Şeker Birliği karar otoritelerini ikna ederek -şeker üreticilerini serbest ticaret ilkelerinden korumaya yönelik- yasal koruma ve teşviklerin devam etmesini sağlamıştır (Gülbaş,2007: 105). ABD'de sendikaların üye sayısı ise Almanya ve İngiltere gibi ülkelere göre azdır. Ancak çok sayıda sendika, siyasi sistem içinde birbirleriyle rekabet halindedir. Sendikalar arasında yer alan AFL-CIO (The American Federation of Labor and Congress of Industrial Organizations) çok sayıda

üyeyi, güçlü örgütsel ve finansal yapısıyla etkili bir çıkar grubudur. AFL-CIO, seçimlerde belli adayı destekleme/engelleme, Kongre'deki önemli komitelere kendine yakın adayları yerleştirebilme ve işçilerin sorunları konusunda Kongreyi etkileyebilme gücüne sahiptir. Sağlık çalışanlarının kurduğu AMA (Amerikan Medical Association) ise bir siyasi hareket komitesi (seçimler sırasında adaylara verilen mali destekle ilgilenen komite)¹ olan AMPAC (American Medical Political Action Committee) vasıtasıyla sektöre yakın adaylara Kongreye seçilebilmeleri için maddi destek sağlamaktadır. Hukukçuların meslek örgütü olan Amerikan Baro Birliği ise karar alma süreçlerine ulaşmak için ayrı bir birim kurmasıyla dikkat çekmektedir. ABD çıkar grupları, karar alma sürecinin her aşamasında etkinlik gösterebilmektedir. Bu süreçte önceliği Temsilciler Meclisi, Senato ve ABD Başkanı almaktadır. Kongredeki güçlü uzmanlık komisyonları da çıkar grupları açısından önem taşımaktadır. Çıkar etkileşimi ile ilgili faaliyetlerin büyük kısmı ise ekonomi odaklı firma örgütleri tarafından gerçekleştirilmektedir (Turan,1977: 139).

ABD'de çıkar gruplarının etkinliği arttıran unsurlardan biri de zayıf parti disiplini. Ulusal düzeyde hiyerarşik bir örgütlenme yapısından uzak olan partiler, federe devletler düzeyinde örgütlenmektedir. Seçimlerde de adaylar partiden çok seçildiği yeri temsil etmektedir. Bu durum seçilen adayın bireysel ve özgün davranma eğilimini güçlendirmektedir (Targonski, 2002: 74). Siyasi partilerin tutarlı bir programlarının olmaması sorun çözme yeri olarak algılanma düzeyini azaltırken çıkar gruplarının önemini de arttırmaktadır. Toplumun farklı düzeylerindeki çıkarları örgütleyerek hükümete sunmada aracı rol oynayan çıkar grupları, siyasal süreci etkilemek için partilerle de yakın temas kurmakta, politikalarını destekleyen adaylara maddi yardım, bağış ve kampanya desteği sağlamaktadır. Ülkede seçim kampanyalarının maliyetli ve hazine yardımının da sınırlı olması bu süreci işler kılmaktadır. Çıkar grupları siyasi parti ve adaylarını üyelerine tanıtarak seçmen oylarını da yönlendirmektedir. Siyasal partiler ise çıkar gruplarını kamuoyu ile etkileşim kurma aracı olarak görmektedir. Çıkar gruplarının siyasal parti de kurabildiği ülkede bu tür girişimlerin önemli bir etkinliğe ulaşmadığı görülmektedir (Turan,1977: 142 ve Tunaya,1982: 341).

1.2. İngiltere

Plüralist çıkar grubu sisteminin görüldüğü bir diğer ülke İngiltere'dir. İngiltere'de karar alma sürecinin temel aktörleri öncelikle Kabine, Parlamento ve bürokrasi, buna ek olarak da siyasal partiler ve çıkar gruplarıdır (Ray,2004: 80). Politik süreçte siyasal partiler ve çıkar grupları önemli bir güce ulaşmışlardır. Ayrıca çıkar grupları İngiliz demokrasisi açısından hayati bir öneme sahiptir. Çıkar grubu-devlet ilişkileri merkezi hükümetin gücü ve özerkliği üzerinde sınırlama getirirken,

1 1971'de kabul edilen Federal Seçim Kampanyası Yasası ile yasa kapsamına alınmıştır.

devletin amaçlarını gerçekleştirmesine yardımcı olması açısından da önem taşımaktadır. Çıkar gruplarının devlet tarafından desteklendiği ülkede, olası faydalar dahilinde anahtar çıkar gruplarının politik sürece katılmaları sağlanmaktadır (Mcanulla,2006: 104). Bu grupların, sahip oldukları uzmanlık bilgisi ve sunmuş oldukları öneriler siyasi sistem içindeki konumlarını da oldukça güçlendirmiştir. Bakanlıklara bağlı danışma kurullarında çıkar grubu temsilcileri yer almaktadır ve politika süreçlerinde bu gruplara danışılmaktadır (Gürbüz,1987: 36). Politikaların başarılı bir şekilde uygulanması anahtar çıkar gruplarıyla yapılan iş birliği ve anlaşmaya bağlıdır. Bu süreç politikalara meşruluk kazandırması açısından da önem taşımaktadır. İlgili çıkar gruplarının taraf olmadığı politikaların, etkili bir şekilde uygulanmasını sağlamak zorlaşmaktadır. Karar alma süreçlerinde tüm çıkar grupları faaliyet gösterebilmekle birlikte, en etkili gruplar “içerden grup” olma statüsüne ulaşmış gruplardır. Politik gelişmelerle ilgili konularda düzenli olarak danışılan bu grupların, bakanlık ve memurlara erişim potansiyelleri de yüksektir. Diğer gruplar ise kamuoyu veya medya aracılığıyla faaliyetlerini yürütmektedirler. Çıkar gruplarının politik sistemle etkileşimleri ise ulusal, yerel ve küresel düzeylerde gerçekleşmektedir. Bu grupların siyasi kurumlarla ilişkilerinde uyguladıkları taktikler de değişmektedir. Bazıları bakanlar ve memurlar üzerinde bazıları da yasama organı veya kamuoyunu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Çıkar grupları seçim politikaları aracılığıyla parti adaylarının seçiminde de etkili olarak, kendilerini destekleyen adaylara kampanya yardımı sağlayabilmektedir (Ray, 2004: 80). Parti örgütlerinin güçlü yapısı aday seçimini etkilemede çıkar gruplarının işini zorlaştırırsa da sendikalar bunun istisnasıdır. İngiltere’de seçimler, parlamento adaylarından ziyade partiler için oylama yeridir. Adaylar adına yapılan kampanyalar ise çoğu zaman marjinal sonuçlar doğurmaktadır. Adaylar parlamento seçimlerini kazanma ihtimalinin düşük olduğu durumlarda nadiren -oy çekmek için- çıkar gruplarını temsil etmektedir. Bu durum grupların seçim politikalarına katılımını sınırlandırmaktadır. İngiltere’de hem çıkar grupları hem de siyasi partiler güçlü yapılarıyla dikkat çekmektedir. Parlamenter sistemlerde parti ve devletin ayrılmaz iç içe yapısı İngiltere’de aynen kendini göstermiştir. Toplumsal yapıda çoklu grupların varlığına rağmen İngiltere, iki parti sisteminde ısrarı sürdüren nadir ülkelerden biri olmuştur. İngiliz çıkar grubu sisteminin gelişmesindeki asıl etken ise Amerika’daki gibi zayıf parti yapısına dayanmamasıdır. İngiliz siyasi sistemi siyasi parti ve parti disiplini gerektirmektedir. Partiler anayasal temelde sağduyu sorumluluğu ile hareket ederken, farklı gruplar arasında iş birliği, etkileşim ve iletişim kanalı vazifesi görmektedir (Baggott,1995: 10). Güvenli ve düzgün çalışan partiler, etkili hükümet liderliği, etkili yasalaştırma performansı ve etkili demokratik kontrolü sağlayan parti disiplinine sahiptir. Kabinenin disiplinli parti çoğunluğu

olmadan aktif politikada tutarlılık göstermesi de mümkün değildir. Büyük siyasal partilerin çıkar gruplarıyla ilişki içinde olduğu ülkede, İşçi Partisi'ne bağlı 80'den fazla sendika bulunmaktadır. Parti masrafları da bu sendikalardan karşılanmaktadır. Muhafazakâr Parti'nin bu tür ilişkileri ise genellikle gayri-resmi düzeyde kalmaktadır (Gürbüz,1987: 36).

İngiltere'de örgütsel yapıları farklı çok sayıda çıkar grubu vardır. Bu gruplardan bazıları küçük, pek tanınmayan, son derece spesifik fonksiyonlar üstlenmiş, ara sıra politikaya katılan düşük profilli -Zip Fastener Manufacturers Association v.b- gruplardır. TUC (Trades Union Congress), CBI (Confederation of British Industry), BMA (British Medical Association) ve NFU (National Farmers Union) gibi gruplar ise yoğun politik katılıma sahip geniş profilli büyük çıkar gruplarıdır. Mcanulla, İngiltere'deki çıkar gruplarını mesleki ve ekonomik gruplar olarak sınıflandırırken; Ray, İngiliz toplumunun sahip olduğu mozaik yapıyı da dikkate alarak bu grupları, sendikalar, kiliseler, üniversiteler, Yabani Kuşlar ve Hayvanları Koruma Topluluğu vb. kuruluşlar ve çıkar grupları tarafından kurularak finanse edilen propagandacı nitelikteki hibrit gruplar olarak sınıflandırmıştır (Mcanulla,2006: 105; Ray, 2004: 82). İngiltere'de bir çıkar grubu kendi çıkarlarının yanında amaçsal bir çıkar grubu olarak da hareket edebilmektedir. Örneğin, 1971'de Royal College of Physicians sigara karşıtı kampanya için ASH (Action on Smoking and Health) grubunu oluşturmuştur. Bazı çıkar grupları ise ücretsiz ofis sağlama veya mali yardımlarla amaçsal çıkar gruplarını desteklemektedir. Örneğin, FOREST (Freedom Organisation for the Right to Enjoy Smoking Tobacco) tütün endüstrilerinden mali yardım alan bir gruptur (Baggott,1995: 15). Bir meslek örgütü olan BMA ise geniş üyelik yapısı ve politik alanlardaki uzmanlığı ile kamu sektörünün gelişmesinde etkili olan bir gruptur. Ekonomik çıkar grupları ise güçlü etkileşim süreçleri geliştiren gruplardır. Bu gruplardan çok uluslu şirket endüstrileri CBI vasıtasıyla, özel sektör işverenleri ise Institute of Directors gibi gruplar vasıtasıyla temsil edilmektedir. İşçiler ise TUC gibi şemsiye örgütler ve sendikalar aracılığıyla temsil edilmektedirler (Mcanulla,2006: 105).

İngiltere'de sendikaların devlet otoritesini reddeden rolleri ile başlayan mücadeleleri, onları karar alma sürecinin önemli aktörleri konumuna sürüklemiştir. İngiliz usulü sendika tarzı yüksek işsizliğe, enflasyona ve greve yol açan baş edilmez bir güç olarak kabul edilmiştir. Sendikalar sahip oldukları güçle politik oluşumları yönlendirebildikleri için hükümet tarafından öncelikle dikkate alınmaktadır. Örneğin, ücretlerin dondurulmasına ilişkin bir karar alırken sendikaların olurlarını dikkate almayan hükümet, grevlerin kaçınılmaz olduğunu bildiği için bu gruplarla iletişim içinde olmak zorundadır (Gürbüz,1987: 36). Sendikaların bu kadar güçlü olmasında siyasi parti kurmak suretiyle politik süreçte faaliyet

gösterebilmelerinin de etkisi bulunmaktadır. Örneğin, İngiltere’de işçi sendikaları, aynı zamanda İşçi Partisi’nin de kurucularıdır. Sendika üyesi işçiler dolaylı olarak İşçi Partisi’nin de üyesi oldukları için, İngiltere’de işçi sendikalarına İşçi Partisi’nin yardımcı kuruluşu gözü ile bakılmaktadır (Özer,1996: 535). Yine Yeşil Hareket, Yeşiller Partisi, Greenpeace, Friends Of The Earth gibi grupların hareketinden oluşmaktadır (Baggott,1995: 5). Parti ve çıkar grupları arasında, çıkar ayrımını zorlaştıran bu durum, siyasi faaliyetlere ek olarak protesto, boykot ve kitle gösterilerinin hem parti örgütleri hem de çıkar grupları tarafından üstlenilmesi sonucunu doğurmaktadır. İngiltere’de çıkar grupları karar alma sürecinin bütün katmanlarında etkinlik gösterebilmekle birlikte, öncelikle yürütme, parlamento ve kamuoyu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Çıkar konusu alana göre değişen bu süreci politik kültür, parti sistemi ve politik kurumlar yönlendirmektedir. Buna göre önce yürütme üzerine odaklanan gruplar kabinenin üstünlüğü ve katı parti disipliniyle karşılaşmaktadır. Bağımsız karar alma sürecinde milletvekillerine az bir alan kalmaktadır. Mevzuatla ilgili konulara ise parlamento karar vermektedir. Buna göre birçok grup yürütme organının politikalarını parlamento aracılığıyla etkilemeye çalışmaktadır. Çıkar grubu faaliyetlerini takip eden parlamento üyeleri, grupların görüşlerini temsil etmeleri karşılığında kampanya yardımı almaktadır. Özellikle sendikalar bu süreçte oldukça etkindir (Ray,2004: 82- 83).

İngiltere’de çıkar grubu-devlet ilişkilerinde bakanlık dışı kamu organlarının da önemli rolü bulunmaktadır. Kamu tarafından finanse edilen bu organlar, politikaları uygulama, hükümete tavsiyelerde bulunma ve belli alanlardaki politikaları koordine etmek amacıyla kurulmuşlardır. Hükümetten daha uzun bir kola sahip olan ve resmi statüleri bulunan bu organların üyeleri, çıkar gruplarının davalarına dahil olduklarında hükümetin dışına çekilmektedir. Spesifik konulara odaklanma eğilimleri olan organlar, faaliyet alanlarıyla ilişkili çıkar gruplarıyla etkileşim süreçleri geliştirirken, kimi zaman bir çıkar grubu gibi hareket ederek politikalara karşı mücadele etmektedir. Örneğin Irk Eşitliği Komisyonu, Irk İlişkileri Hareketinin altında ırk ayrımını elimine etmek için kurulurken, uygulamada bir çıkar grubu gibi hareket ederek ırkçılığa karşı kampanya yürütmüştür. Yine Ulusal Tüketici Konseyi tüketici çıkarlarını desteklemek için hükümet tarafından kurulmuştur. Kamu hizmetlerinin kalitesi, alışveriş saati ve gıda güvenliği gibi sorunlarla mücadele eden Konsey, bir çıkar grubu gibi davranarak medya vasıtasıyla, sorunlara destek sağlayarak parlamento ve hükümet üzerinde etki oluşturmaya çalışmıştır (Baggott,1995: 8). Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından kurulan Konseyin, atanmış kişilerden oluşan bir hükümet kuruluşu olarak bu tür faaliyetlere girişmesi oldukça dikkat çekicidir.

2.Korporatist (Neo-korporatist) Çıkar Grubu Sistemi

I. Dünya Savaşı'ndan sonra güçlü devlet ideali ile ortaya çıkan korporatizm, ekonominin yönetiminde kurumsallaşmayı esas alarak, korporasyonlar aracılığıyla devletin ekonomiyi yönlendirmesi anlayışına dayanmaktadır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra devletin sosyo-ekonomik alanlarda etkin rol alması ile birlikte plüralist nitelikli eğilimlerin baskın kılınması rekabet halindeki çıkar gruplarının devletten taleplerini arttırmıştır. Artan talepler karşısında güçlü duramayan devlet, ekonomik istikrarı sağlamak ve toplumu yönetebilir kılmak şeklinde iki ayrı sorunla karşı karşıya kalmıştır. Korporatist sistem ise bu sorunların aşılması için devletin birtakım çıkar grupları ile iş birliğine girerek hükümet politikalarının oluşumuna ve uygulanışına bu grupların ortak edilmesini öngörmüştür. Liberalizm ve parlamentarizmle uyumlu çağdaş korporatist yapıyla birlikte (Wiarda, 1997: 16-22) kamu politikaları (yapısal ve işlevsel ayrıcalıklarla donatılmış) işçi ve işveren örgütlerinin birbirleriyle ve devletle giriştikleri iş birliği sonucunda oluşturulmaya başlanmış, bu iş birliği süreci sistem içinde kurumsallaşarak süreklilik kazanmıştır. Korporatist sistemin ulusal sistemlerde giderek yaygınlık kazanmasında, onu yeniden tanımlama çalışmaları etkili olmuştur. Korporatist sistemin en yaygın tanımını ise (1974'de) Philippe C. Schmitter yapmıştır. Schmitter, işbirliği sürecine dayalı olarak gelişen örgütlerin (işçi-işveren) ve korporatist sistemin temel dinamiklerini; “devlet tarafından tanınan veya tescil edilen lider seçimi ile, talep ve desteklerin ifade edilmesinde belirli denetimlere uyma karşılığında, kendi alanlarının sınırları içinde tekelci temsil hakkı verilen, sınırlı sayıda merkezileşmiş, zorunlu üyelik temeline dayanan, rekabetçi olmayan, hiyerarşik ve işlevsel açıdan farklılaşmış kurucu birimlere sahip bir çıkar temsil sistemi” olarak ifade etmiştir (Schmitter,1974: 93-94). Korporatist sistemin temel özellikleri ise şöyle sıralanmaktadır (Göze, 1993: 322-323; Kalaycıoğlu,1984: 324; Baggott,1995: 42-43):

- Korporatist sistem, örgütlenmiş çıkarların yönetim sürecinde temsili, karar alma sürecine katılım ve uzlaşma üzerine kurulmuştur.
- Korporatist sistemde meslek ve sınıf çıkarlarını korumaktan öte, sınıf ve çıkar mücadelesinin reddedilmesi, toplumda çıkar çatışması varsa buna son verilmesi öngörülmektedir.
- Sistemde çıkar grupları ile devlet arasında düzenli ve resmi ilişkiler bulunmamaktadır. Ancak kamu politikaları, devletle çıkar gruplarının düzenli iş birliği ve görüşmeleri sonucunda oluşturulmaktadır.
- Korporatist sistemde, toplumsal yapıdaki geniş çıkar ağları, büyük çıkar grupları tarafından temsil edilmektedir. Ancak bu gruplar arasında rekabetin oluşma ihtimali oldukça düşüktür.

- Gruplar karar alma süreçlerine erişimde hiyerarşik olarak sıralanmıştır. Dolayısıyla tüm grupların hükümete eşit erişim imkanı bulunmamaktadır.
- Çıkar gruplarının sayısının az olduğu sistemde, ekonomik çıkar grupları ayrıcalıklı bir konuma sahiptir.

Korporatist sistemin ulusal düzeyde işler kılınması da sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel unsurlarla uyumlu bir yapılaşma sürecini gerektirmektedir. Buna göre ülkedeki ücretlilerin büyük bir bölümünü temsil eden, merkezileşme derecesi yüksek bir sendikal örgütlenmenin oluşturulması sistemin ilk şartıdır. Merkezileşmiş bu yapının üzerinde, hiyerarşik olarak alt sendikal örgütler üzerinde tekeli güce sahip, konfederasyon şeklinde bir üst örgütün oluşturulması da sistemi daha sağlam kılmaktadır. Ayrıca tekeli temsil gücüne sahip bu sendikal kuruluşların (üyelerinin) ekonomik ve sosyal politikaların oluşmasında rol oynayan, komite, kurul vb. karar alma süreçlerinde yer almaları gerekmektedir. İşveren tarafında da bu oluşumların oluşturulması ile işçi-işveren ve kamu kuruluşları arasındaki iş birliği süreci korporatist bir nitelik kazanmaktadır (Makal,2002: 175). Korporatist çıkar grubu sistemini yaygın olarak uygulayan ülkelerin başında İsveç ve Avusturya gelmektedir (Kalaycıoğlu,1984: 324; Sroka,1995:4). Bu ülkelerde sendikalar, çıkarların temsili ve pazarlık sürecinde çeşitli roller üstlenmişlerdir. Devletle girişilen iş birliği süreci de güçlü korporatist uygulamanın bir sonucu olarak “sosyal ortaklık” şeklinde gelişmiştir.

2.1. İsveç

İsveç’te çıkar grupları, siyasal sistemin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Ülkede sendikalar ile Sosyal Demokrat İşçi Partisi (SAP) arasında kurumsal olmasa da yakın bağlar kurulmuştur. Ayrıca İsveç yasama organı (Riksdag’daki yasama süreci) etkilenen çıkarlarla geniş çaplı bir dayanışmayla donatılmıştır. Devlet, İsveç Sendikalar Konfederasyonu ve Çalışanlar Konfederasyonu gibi tepedeki dernekleri “sosyal ortakları” olarak kabul etmektedir (Heywood, 2010: 359). Toplumsal uzlaşma ve oydaşmanın oldukça geliştiği ülkede, korporatist sistemin belirleyici unsurları da kurumsallaşarak süreklilik kazanmıştır. İsveç’te korporatist yapının temelleri modernleşme ve sanayileşme sürecinin ardından yaşanan gelişmelere dayanmaktadır. 1930’lu yılların ilk yarısına denk gelen bu süreçte, yoğun iş mücadeleleri ile birlikte grev ve lokavt hareketlerinin ortaya çıkması, işçi (LO-İsveç İşçi Sendikaları Konfederasyonu), işveren (SAF-İsveç İşverenler Konfederasyonu) ve hükümet temsilcilerini uzlaşma ortamını hakim kılacak mekanizmalar geliştirmeye yöneltmiştir. İsveç’te korporatist yapının kurumsallaşmasında ise bu yaklaşımın süreklilik kazanması etkili olmuştur. Uzlaşma ortamını oluşturmaya yönelik ilk

mekanizma ise düzenlenen bir Çalışma Barışı Konferansı ile Çalışma Barışı Konseyi'nin kurulmasıdır. Konseyde hükümet, LO ve SAF eşit sayıda üye ile temsil edilmiştir. Ancak Konseyin görevi, LO'nun sonradan çekilmesi ile sona ermiştir. Bunda LO'nun üyeleri üzerinde yeteri derecede yaptırım gücüne sahip olmaması etkili olmuştur (Fulcher,1991: 133-136). Ancak sosyal demokratların iktidara gelmesi ile işçi ve işveren örgütleri arasındaki çıkar çatışması, yerini (1932 ve 1976 yılları arasında) işbirliği ve uzlaşmaya bırakmıştır. Sanayi işçilerini bir sınıf olarak temsil eden LO, sanayi sendikalarından oluşan merkezileşmiş bir örgütsel yapıya sahiptir. LO, İsveç'te korporatist yapının kurumsallaşmasında öncü rol oynayan Sosyal Demokrat Parti ile yapısal ve ideolojik bir işbirliği süreci geliştirmiştir. Bu süreç çıkarların uzlaştırılmasında barışçıl bir süreci de etkin kılmıştır. LO, "Ulusal İşçi Yönetim Kurulu", "Ücret Dayanışması" ve "Ücretliler Fonu" nun oluşturulmasını desteklemiş, bu oluşumlarda da temsil edilmiştir. Bu yaklaşım İsveç korporatizminde çıkarların karar alma sürecinde temsili, eşitlikçi paylaşım ve kurumsallaşma sağlayarak uzlaşma ortamını güçlendirmiştir. İsveçte korporatist sistemin kurumsallaşmasını sağlayan mekanizmalardan biri de Temel Anlaşma'nın (Saltsjöbaden Anlaşması-1938) kurulmasıdır. Bu süreçte işçi ve köylü sınıfının ittifakıyla Sosyal Demokrat Parti'nin iktidar olması etkili olmuştur (Akkaya,1996; 85-87). Temel Anlaşma ile emek ve sermaye kesimi arasında uzlaşma ile toplu pazarlık mekanizmasının işlevsel kılınması, uyuşmazlıkların da (ekonomik-sosyal-hukuksal) belli standartlarda ve barışçıl yollarla çözülmesi öngörülmüştür. Ayrıca işçi ve işveren sendikalarının eylemi, devlet müdahalesinin asgari düzeyde tutulması, Emek Piyasası Konseyi'nin oluşturulması (işçi ve işverenlere altışar üye ile temsil hakkı), iş konseyleri, endüstriyel eğitim ve güvenlik gibi konularda merkezi düzenlemeler yapılmıştır. Anlaşma ile LO ve SAF daha merkezi bir yapıya kavuşmuştur. LO, üyeleri üzerinde yaptırım gücüne ulaşırken, SAF'da üye sayısını iki katına çıkarmıştır (Fulcher,1991:141-144). 1949-1950'li yıllarda Sosyal demokrat iktidar enflasyonla mücadele için, SAF ve LO'yu gelir dondurmaya ikna etse de, bir yıl sonra LO, gelir politikasına "ücret dayanışma politikası" ile karşı çıkmıştır. LO'nun ileri sürdüğü bu politika sonradan yapılan yasal bir düzenlemeyle (Aktif İşgücü Politikası-1956) "Ulusal İşçi Piyasası Yönetim Kurulu" şeklinde kurumsallaştırılmıştır. 1966,1969-1971 yıllarında yüksek enflasyon ve artan işletme karlarına rağmen, düşük ücret politikası grevlerle birlikte uzlaşma ortamının bozulmasına yol açmıştır. Bu süreçte Sosyal Demokrat Parti ile LO arasındaki gerginlik, sendikaların karar alma sürecine katılımı, çalışma koşullarını iyileştirme ve iş güvenliğini arttırmaya yönelik düzenlemelerden oluşan endüstriyel demokrasi paketi ile aşılmaya çalışılmıştır. Takip eden süreçte de büyük şirketlerin karlarının vergilendirilmesinden oluşturulan Ücretliler Fonu (Meidner Planı-1984) yasalaştırılarak, fonun yönetimi

sendikalara verilmiştir. Fonla, eşitlik, endüstriyel demokrasi, sermaye birikiminin azaltılması ve refahın yeniden dağıtılması öngörülmüştür. İsveç'te sağ parti döneminde (1976-1982) sermaye lehine bozulan korporatist uzlaşma ortamı, Sosyal demokratlar döneminde (1982) tekrar sağlanmış ve sendikalaşma düzeyi oldukça yükselmiştir (Akkaya,1996; 90-96). 1980'li yılların sonlarında ise işçi ücretlerinin belirlenmesi konusunda korporatist sistem baskı altına girmiştir. SAF'ın ücret görüşmelerinden çekilmesiyle sonuçlanan bu süreçte (1990'lı yılların başında), işverenler merkezi ücret pazarlığı yerine, merkezi olmayan (sektörlerin özelliklerine, ihtiyaçlarına, örgütlere göre belirlenen) ücret pazarlıklarını talep etmiştir. Korporatist sistemin zayıflamasına yol açan bu süreçte ücret belirleme ve tazminat sisteminin kurumsal yapısı değişmiş, takip eden dönemde de işverenlerin istihdamın bireyselleştirilmesini isteyen talepleri gündeme gelmiştir. İşçi sendikaları ise işverenlerin taleplerini kabul etmeyerek kendi taleplerini dile getirmiştir. Ancak bozulan bu uzlaşma ortamı, işsizlik oranını arttırırken², işgücüne katılım oranı da düşürmüştür³ (Benli ve Yenihan, 2016 :206-207).

2.2. Avusturya

İsveç'e benzer bir tüzel temsil modeli ticaret, tarım, işçi çıkarları gibi belli başlı çıkarların yasal olarak temsilini sağlayan Avusturya kamara sisteminde gelişmiştir (Heywood,2010: 359). Avusturya'da II. Dünya Savaşı'ndan sonra korporatist uygulamalar istikrarlı bir şekilde uygulanarak sürekliliğini korumuştur. Ülkede sendikal hareketlerin merkezileşme derecesi oldukça yüksektir. Avusturya'nın kurtuluşu (1945) ile eski sendika hareketlerinin liderleri, rakip örgütlerin kurulmasından vazgeçerek tek düze bir sendika kurulması yönünde karar almışlardır. Bu kararla birlikte Avusturya devleti resmen (yeniden) kurulmadan, partiler-üstü nitelikte Avusturya İşçi Sendikaları Konfederasyonu (ÖGB) kurulmuştur. Kurulduğunda üç siyasi kesime (Sosyalistler, Halk Partisi, Komünistler) de açık tutulan konfederasyon, sonradan siyasi öncelikler konusunda değişime uğrasa da tek düze sendika ilkesine bağlı kalmıştır. Dar meslek alanlarıyla sınırlı birliklerin kurulduğu Avusturya'da, ÖGB dışında başka işçi sendikaları ortaya çıkmamıştır (Tomandl,1982 ;216). Merkezi sendikal örgütlenme niteliğiyle ÖGB, alt örgütler ve üyeler üzerinde güçlü bir otoriteye sahiptir ve işkolu sendika liderlerinin belirlenmesinde de söz sahibidir. Grevleri kontrol etme, ücret sözleşmeleriyle ilgili anlaşmaları imzalama yetkisi olan ÖGB, Avrupa'nın en güçlü sendikal örgütlenmelerinden biri olarak kabul edilmektedir. ÖGB ve ÖVP (Avusturya Halk Partisi) ile sıkı ilişkileri kuran Avusturya Sanayiciler Federasyonu ve çeşitli meslek odaları "ekonomik

2 Bu oran 1990'da %2,4; 1995'de %10; 1997'de %5; 2000'li yıllarda %5 düzeyinde; 2012'de %8 olarak gerçekleşmiştir.

3 Bu oran 1990'da %80; 2000'li yıllarda %76 olarak gerçekleşmiştir. Buna göre istihdam 580.000 kişi azalmıştır.

ve sosyal ittifak” uyarınca karar alma süreçlerinde temsil edilmekte, bu kararların oluşumuna ve uygulanmasına katılmaktadır. Temeli 1947 yılına dayanan ve 1957’de yarı-resmi niteliğe dönüşen “ekonomik ve sosyal ittifak,” siyasal istikrarın ve refah seviyesini arttırmanın güvencesi olarak, tüm siyasal aktörler tarafından uzlaşmacı bir şekilde korunmuştur. Ekonomik ve sosyal ittifakın ana kurumu ise Ücret ve Fiyatlar İçin Karma Temsil Komisyonu’dur. Komisyonunda İşçi Odaları, ÖGB ve Tarım Odaları temsil edilmektedir. İşçi Odaları’nın amaç ve faaliyetleri (çıkarların uzlaştırılması) yasa ile belirlenmektedir. Bu odalar ilgili bakanlığın denetimine tabidir. İşçi Odaları temsil ve işlev bakımından ÖGB’den farklı olmakla birlikte aralarında sıkı ilişkiler bulunmaktadır. İşçi Odaları kamu kesimindeki işçileri temsil ederken, ÖGB hem kamu hem de özel kesimdeki işçileri temsil etmektedir. ÖGB’yi oluşturan onaltı işçi sendikasının teknik ve bilimsel nitelikteki işlevlerini İşçi Odaları yürütmektedir. Çıkar temsili ve ücret politikaları ise ÖGB’nin işlevindedir. İşçi Odalarına üyelik zorunludur. Bu odalar üyelerin faaliyetlerini disipline ederken devletin yönetsel işlevlerini de yerine getirmektedir. ÖGB ise gönüllülük temsiline dayanmaktadır. Komisyonun altında, ücret ve fiyat artış taleplerini inceleyen “Ücretler” ve “Fiyatlar Komisyonu” ile çıkar grubu temsilcilerinden oluşan (ücret ve fiyat konusunda önerilerini sunan) Ekonomik ve Sosyal Sorunlar Alt Komisyonu yer almaktadır. Tüm bu oluşumlar siyasi partilerle de yakın ilişki içindedir. Güçlü çıkar grupları ile büyük siyasi partiler arasında kurulan ilişkiler, büyük bir destek ve oy güvencesi sağlarken, korporatist yapının her iki kanattaki partiler aracılığıyla uygulanması koşullarını da oluşturmaktadır (Akkaya,1996: 97-100).

Korporatist yapı, İsveç ve Avusturya’da güçlü uygulamalara konu olurken, bazı ülkelerin sistemleri de ılımlı korporatist (Almanya, Hollanda) ya da zayıf korporatist yapıyla (İngiltere⁴, Fransa) ilişkilendirilmiştir (Sroka, 1995: 4). ılımlı korporatist yapıda devlet-çıkar grubu iş birliği (özellikle iktisadi sorunlarda) “uyumlu çalışma” şeklinde gelişirken, zayıf korporatist uygulamada bu iş birliği ilkel bir seyir izlemektedir. Korporatist uygulamaların ortaya koyduğu en önemli kurumsal araçlardan biri Ekonomik ve Sosyal Konsey (ESK)’dir. ESK ile kamu politika sürecinde işçi, işveren örgütleri ve devlet arasında kurumsal bir ilişkinin kurulması öngörülmüştür. ESK’ların rolleri ve yapılaşma tarzı ülkelere göre değişmektedir. Bazı ülkelerde devletin gruplar üzerindeki kontrol aracı olurken, bazılarında demokratik katılım aracı olarak işlev görmektedir. Örneğin, İngiltere’de⁵, Konseyin statü ve işleyişi hükümetin

4 TUC’un merkezileşme derecesinin zayıf olması, alt örgütlerini denetleyememesi, işyeri düzeyindeki sendika temsilcilerine özerklik tanıyan bir yapılanmanın olması sendika merkezinin taban üzerinde otorite kurmasını engellemektedir.

5 İşçi ve işveren örgütleri Ulusal Ekonomik Kalkınma Konseyi (NEDC) çatısı altında toplanmıştır.

inisiyatifindedir. Fransa’da ise hükümet ilgili yasa taslağını Parlamenteoya sunmadan önce Konseye göndermektedir. Ancak Konsey kararları bağlayıcılığı değildir. Hollanda’da ise Konseyin karar alma sürecine hükümet katılmamaktadır. Bu süreçte uzmanlar, işçi ve işveren örgütleri yer almaktadır. Hükümetin Konseye danışma zorunluluğu olmadığı gibi, Konsey kararlarına müdahalesi de mümkün değildir (Alkan,2000: 58-60). Korporatizmin ulus-ötesi yapıda oluşturduğu tek kurumsal araç ise Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)’dür. ILO ile işçi örgütleri, üçlü yapı içinde çalışma standartlarının belirlenmesinde söz sahibi olmakta ve karar alma süreçlerine katılmaktadır. Korporatizm ülkelerin siyasal, ekonomik ve sosyal yapısına göre farklı uygulama ve sonuçlar doğurmaktadır. Endüstrileşmiş batı toplumlarında liberal, toplumsal ve neo kavramlarıyla ifade edilen korporatizm, az gelişmiş ülkelerde devlet korporatizmi veya otoriter korporatizmle ifade edilmektedir. Çıkar gruplarının, devlet içindeki uygulamalara katılmada özerk hareket edebildiği neo-korporatist sistemde, önemli kararlar büyük çıkar gruplarıyla yapılan görüşmeler ve varılan anlaşmayla devlet tarafından alınmaktadır (Wilson, 1990: 35). Çıkar gruplarının özerk hareket etmesinin mümkün olmadığı devlet korporatizminde⁶ ise, bu gruplar hükümet tarafından şekillendirilerek denetim altına alınmaktadır (Schmitter, 1974:104). Otoriter korporatizmde⁷ korporatist örgütler ülkelerdeki rejimlerle ilişkili olarak (çoğulculuğu zayıflatmak, tek tip sendika yaratmak yönünde) sosyal kontrol aracı olarak kullanılmıştır. İşçi, işveren ve devlet arasındaki iş birliğinin boyutlarına göre makro, mezo ve mikro düzeyle ilişkilendirilen korporatizmde, ulusal düzeydeki iş birliği makro-korporatizm, sektörel düzeydeki iş birliği mezo-korporatizm, işletme düzeyindeki iş birliği ise mikro-korporatizmle ifade edilmiştir. Makro-korporatizmin olmadığı ülkelerde sendikalar, politik süreçlerde taraf olarak kabul edilmezken, mezo-korporatizmde ise üçlü katılım yerine, sermaye veya işveren örgütü ya da bir sendika veya ticaret örgütü yer alabilmektedir. ABD, mezo-korporatist; Japonya ise mikro-korporatist sistem içinde değerlendirilmektedir (Dereli,1995: 20).

3. Uzantı Tipi (Özerk Olmayan) Çıkar Grubu Sistemi

Uzantı tipi (özerk olmayan) çıkar grubu sistemi, toplumsal yapılarında keskin ideolojik ayrılıkların olduğu ülkelerde görülen bir sistemdir. Bu ülkelerde ideolojik ayrılıkları temsil eden siyasal yapılar, kendi ideolojileri doğrultusunda örgütler oluşturmaktadır. Böylece toplumsal yapıda her ideolojik eğilimin sosyal, mesleki, eğitim ve ekonomik alanlarda kendine bağlı örgütleri oluşmaktadır. Sistemde grup oluşumu özerk bir yapıya dayanmadığı için çıkar gruplarının bağımsız hareket etmesi de söz konusu değildir. Çıkar grupları ideolojik bir örgütlenmenin, siyasal partilerin veya

6 Brezilya, Şili, Peru ve Meksika gibi ülkelerde farklı dönemlerde görülmüştür.

7 Ortadoğu ve Asya ülkelerinde görülmüştür.

bürokrasinin etkisi altında ya da onlara eklenerek faaliyet göstermektedir. Bu faaliyetler çıkar gruplarının bağlı olduğu siyasal oluşumun izlediği politikaya göre şekillenmekte ve onlar tarafından da denetlenmektedir. Çıkar gruplarının amacı ise grup çıkarlarının gerçekleştirilmesinden ziyade temsil edilen toplumsal kesimin veya örgütün politikasını desteklemektir. Sistemde çok sayıda çıkar grubu vardır. Ancak bu gruplar eşit ortamda karar alma sürecinde etkinlik gösterememektedir. Özerk olmayan çıkar grubu sistemine İtalya ve Fransa'daki çıkar grubu ilişkileri örnek gösterilmektedir. Bu ülkelerdeki çeşitli işçi sendikaları, köylü ve gençlik örgütleri; Katolik kilisesi, sosyalist, komünist partiler tarafından oluşturulurken onlar tarafından da denetlenmektedir (Kalaycıoğlu,1984: 324).

3.1. Fransa

Fransa'da ideolojik ayrılıklarla bölünmüş örgütlü bir çıkar grubu sistemi hakimdir. Fransız çıkar grupları sisteminde Sosyalist, Komünist, ılımlı ama bazı bölgelerde aşırı sağ gruplar ve Katolik grupların yanı sıra ılımlı ve radikal bölünmelerin olduğu gruplar şeklinde parçalı bir yapı söz konusudur. Çıkar gruplarının, meslek örgütleri ve geliştirici gruplar olarak ayrıldığı ülkede işçi, işveren, tarım grupları ve serbest meslek grupları meslek örgütleri sınıfında yer almaktadır. Belirli stratejileri olan bu örgütler, iyi organize olmuş güçlü finansal yapıları ile çıkarlarına aykırı politik değişimlere karşı çok hızlı tepki gösterebilmektedir. Ayrıca bu gruplar ekonomik konularda siyasi pazarlıklarla yoluyla karar alma süreçlerinde etkili olan gruplardır. Geliştirici gruplardan ise feminist hareketler öne çıkmaktadır. Kadın hakları konusunda etkili çalışmalarıyla dikkat çeken bu gruplar –genellikle- sosyalist eğilimli gruplardır. Diğer yandan Fransa'da çıkar gruplarının siyasal parti görevi üstlenmesi de sistemin önemli bir özelliğidir. Ülkede neredeyse her siyasal parti bir çıkarın temsilcisi konumundadır. Çok sayıda ve farklı çıkarları kollayan partilerin bulunduğu sistemde, iktidarlar genellikle koalisyonlar şeklinde oluşacağı için, çıkar grupları yasama organı dışında farklı çıkarları bünyesinde toparlayan kabineyi ve yürütme organlarını da etkileme imkanına sahiptir. Bazı bölgelerde çıkar grupları kendi partilerini kurarak seçimlere katılabilmektedir⁸ (Bell, 2002: 121-124; Yücekök,1987: 73). Fransa'da siyasi konfederasyonlara ayrılan ve birleşmede zorlanan sendikaların da daha çok kamu sektörü ve eğitim gibi sektörlerde güçlü olduğu görülmektedir. Sendikalar sahip oldukları örgütsel güçle (işgücü temsili ve üretim konusundaki problemlerde) kendiliğinden ortaya çıkan grev hareketleri ile diğer sektörlerdeki hareketleri ateşlemektedir. Fransa'da işgücünün sadece %13'ü sendikalara kayıtlıdır. Bu oran Amerika ve Avrupa Birliği'ndeki birçok ülkeden daha düşüktür. Ancak Fransız

8 1950'li yılların ortalarında Pierre Poujade tarafından temsil edilen aşırı sağcı ve vergi karşıtı hareketin temsilcisi esnaf çıkar grubu, 1956 genel seçimlerinde 53 sandalye kazanmıştır.

sendikacılık anlayışı Alman ve İskandinav ülkelerindeki kitle üyeliğine dayalı sendika anlayışından uzaktır. Sendikaların gücü ve siyasi özellikleri de Kuzey Avrupa ülkelerinden farklıdır. İspanya, İtalya ve Portekiz gibi ülkelerle kısmen benzerlikler gösterse de Fransa’da sendikaların gücü, göz ardı edilemeyecek boyuttadır. Sendikalar ücret pazarlıklarında önemli kuruluşlardır. Ayrıca çeşitli komisyon ve kuruluşlara aday önermede, önerilen adayın seçilmesine yönelik tüm süreçlerde etki oluşturmak için birbirleriyle yarışmaktadır. Fransa’da sendikalizmin odağı olarak kabul edilen CGT (Confederation General du Travail) 1885’de kurulmuştur. Bir sendika konfederasyonu olarak oldukça eski bir geçmişe sahiptir. 1919’da katolik işçiler tarafından kurulan CFTC (Confederation Francaise des Travailleurs Chretiens) ise anti-komünist çizgide yer almaktadır. CFTC hükümetle ilişkisinde temkinli yaklaşımı ile dikkat çekmiştir. 1947’de kurulan FO (Force Ouvriere) ise ılımlı sosyalist eğilimler sergileyen bir sendika konfederasyonudur. Federasyon niteliğiyle öne çıkan FEN (Federation nationale de l’e education Nationale) ise soğuk savaş döneminde farklı çıkarların sağ sol karışıklığına rağmen bölünmemiş, öğretmenlik mesleğini temsil eden bir yapıya dönüşerek, devletin eğitim politikalarında etkili bir güç olmuştur. FEN, diğer sendikaları da (bankacılık, sigortacılık, turist acenteleri, yayıncı ve huzurevleri) gelişmeleri yönünde desteklemiştir. Geleneksel olarak sosyalist partiye yakınlığı ile bilinen FEN, 1984’de devlet sistemi altında kilise okulları açmak için sosyalist milletvekili ile iş birliği yapmıştır. Bu durum hükümetin düşmesine kadar giden bir sürece de yol açmıştır. Eğitim sistemindeki reformlarla ilgili konularda politika sürecinde etkili olan FEN, 1993’den sonra bir dönüşüm sürecine girmiştir. Fransa’da FEN benzeri oluşumlar doktorlar, sağlık çalışanları, mimarlar ve avukatlar için de mesleki standartları belirlemeye yönelik girişimlerle yaygınlık kazanırken, serbest meslekler de sendikalaşma yoluyla güçlendirilmiştir. Bu süreç mesleki çıkarları korumaya yönelik grev hareketlerini beraberinde getirince devlet, meslek örgütleri ve sendikalarla ortak karar alma süreçleri geliştirmiştir. Bu yaklaşım tarım sektörünü modernleştirmede ihtiyaç duyulan devlet müdahalesi için de uygulanmıştır. Bu süreçte devletle etkileşime giren çiftçiler, politik bir güç olarak ortaya çıkmıştır. Çiftçilerin en büyük sendikası olan FNSEA (Federation Nationale des Syndicats D’exploitants Agricoles) (1960’da) tarımla ilgili politika ve bütçe süreçlerinde önemli görevler üstlenmiştir. Fransa’daki diğer çiftçi sendikaları ise komünist hareketin savunucusu MODEF (Mouvement de defence des exploitants familiaux) ile sosyalist konfederasyon CNSTP (Confederation nationale syndicale des travailleurs-paysans)’dir. Fransa’da komünist egemen solun ortaya çıktığı dönemlerde onun siyasi aktiviteleri de CNPF (Conseil national du patronat Francais) tarafından geliştirilmiştir. Farklı hükümetler dönemindeki rejim değişikliklerine uyum sağlayan CNPF, şu an Fransız girişimci hareketi

olarak bilinmektedir. Fransa’da çıkar gruplarının süreklilik niteliğine sahip blok gücü, bu grupların bütün hükümetler tarafından dikkate alınmasını sağlamıştır (Bell, 2002: 121-141).

Fransız siyasal kültür geleneğinde çıkar gruplarının oluşumunda iki özelliğin belirleyici olduğu görülmektedir. Bunlardan biri (güçlü cumhuriyet geleneğinde) devlet ve bireyler arasında aracı olarak faaliyet gösteren muhalif gruplar, diğeri ise güçlü bireycilik anlayışıdır (Wilson & Wilson,1987: 13). Sistemde çıkar grupları, daha çok değişim yönünde karar alma süreçlerini etkilemeye dönük rol üstlenmiştir. Bireycilik anlayışından doğan isyankâr davranış eğilimleri protestolar şeklinde tüm çıkar bileşimlerini etkilemektedir. İdeolojik ayrımlara dayalı dar alanda temsil yapısına göre şekillenen çıkar gruplar, uzantılarıyla beraber harekete geçtiklerinde büyük ses getiren protestolara yol açabilmektedir. Diğer yandan Fransız çıkar grubu sistemi, çok sayıda çıkar grubunu içinde barındırması, her çıkarın örgütlenmiş olması ve bu grupların etkili bir güç olarak kabul edilmesi özelliğiyle plüralist sisteme benzemektedir. Ancak plüralist sistemden farklı olarak bu sistemde, devlet dağıtıcı ve belirleyici bir role sahiptir. Fransa’da işveren-işçi ve çiftçi çıkar gruplarının etkin olması, çıkar grubu-devlet ilişkilerinin ilkel bir seyir izlemesi, sendikaların dağınık ve zayıf örgütsel yapısı, korporatist sistemin kurumsal araçlarından Ekonomik ve Sosyal Konsey’in kurulmuş olması ülkede zayıf bir korporatist yapının olduğunun da göstergesi kabul edilmiştir (Gürbüz, 1987: 123). Fransız siyasal kültürünün ideolojik ayrımla şekillenmiş şiddet ve direnişe dayalı eylemleri olağan karşılaması, Fransız politikalarının gelişmesinde de bu özelliğe dikkat çekilmesi, devlet-çıkâr grubu etkileşiminde “protesto siyaset modelinin” öngörülmesine dayanak oluşturmuştur (Çam,1999: 469; Wilson & Wilson,1987: 7). Çıkâr grupları üyelerine dar savunma alanı ile belli bir örgütlenme yapısı sunarken, “protesto siyaset modeli” çıkâr eklentilerinin bütün tiplerinde etki uyandırmaktadır. Çıkâr grupları, grup çıkarından ziyade bağlı oldukları siyasal oluşumu temsil ettikleri için enerjilerinin büyük çoğunluğunu politika önerilerine karşı toplumsal muhalefetin mobilizasyonuna harcamaktadır. Sonuçta, istenmeyen hükümet politikaları, protesto gösterileri, yürüyüşler, grevler ve doğrudan sabotaj yoluyla engellenmeye çalışılmaktadır.

3.2.İtalya

Uzantı tipi çıkâr grubu sisteminin gözlemlendiği ülkelerden bir diğeri ise İtalya’dır. İtalya’nın tarihsel geçmişten gelen birtakım özelliklerine göre şekillenen ideolojik ayrılıkları, siyasal sistemini de doğrudan etkilemiştir. İtalya tarihinde Rönesans, kültürel birlik sağlamanın aksine ayırıcı bir hareket olmuştur. Ardından gelen Faşizmle, ülkede birlik sağlanamamış aksine, Faşizme karşı direniş, birlikçi olması gereken yapıyı ayırıcı hale getirmiştir. İtalya müşteri (client) etkileşimi ve akrabalık bağlarının ön

planda olduğu bir ülkedir. Bu yapısal çerçevede çıkar grupları da müşteri etkileşimi altında bürokrasi ile yakın ilişkiler kurmuştur. Toplumsal yapı içinde de çıkarların meşru yoldan temsili kabul edilmiştir. Tarımsal kuruluşlar buna güzel bir örnektir. Çıkar grupları ve devlet arasında meşru ve meşru olmayan yollarla kurulan ilişkiler ise daha çok danışma eğilimli ilişkilerdir. Çıkar grupları ve bürokrasisi arasındaki etkileşim doğrudan gerçekleşebildiği gibi akrabalık gibi yakın bağlarla veya siyasal partiler yoluyla dolaylı yoldan da gerçekleşebilmektedir (Raadschelders, 2003: 355). Bu tür ilişkiler Fransa ve İtalya dışında İspanya ve Yunanistan'da da görülmektedir. Buralarda bürokratik ilişkilerin içindeki her seviyede paralel hiyerarşi bulunmaktadır. Ulusal sistemde bu ilişki yerele kadar uzayarak siyasal parti sistemi içindeki kontrolle tamamlanmaktadır. Sistem içinde normal politik kanalların dışında başka yollarla politika sürecini etkilemeye yönelik girişimler (gösteri ve şiddet dâhil) meşru olmayan etkileşim kanalı olarak endişe uyandırmaktadır. İtalya'da çıkar grupları, sendikalar, geliştirici gruplar ve kurumsal gruplar olarak üçe ayrılmaktadır. Sendikalar ideolojik yapıya göre ayrılmıştır ve bu ayrılmışlık sosyalist ve komünist sektörler arasında paylaşılan sendikal hareketlere yansımaktadır. Ayrıca ideolojik olarak bölünen toplumda Hıristiyan demokratların da ayrı bir işçi örgütü bulunmaktadır. Devletin siyasal partiler ve parti sistemi tarafından şekillendirildiği bu yapıda sendikaların ve konfederasyonların devletle geleneksel anlamda yakın bağ kurduğu görülmektedir. İtalya'daki sendikalardan Confindustria ise diğer sendikalara göre farklı bir süreçten geçmiştir. II. Dünya Savaşı'ndan sonra siyasal partiler tarafından yeniden kurumsallaştırılan sendikaların aksine Confindustria, (1948 ve 1953 yılları arasındaki yasama süreci boyunca) ana siyasal partilerden biriyle resmi bağ kurmakta başarılı olamamıştır. Hıristiyan Demokrat Parti'ye yakın olan Confindustria, (hükümetle bağ kurmak yerine) oy kapasitesini kullanarak bu parti içinde yer edinmek için çaba göstermiştir. Ancak Parti, Confindustria'ya bağlı hareket etmekten kaçınarak, devletin diğer birimlerine yönelmiş (kamu holding şirketleri) patronaj yoluyla kontrolü sağlamayı tercih etmiştir. 1990'lı yıllarda İtalya'da değişen parti sistemi ile iki kutuplu bir yapının ortaya çıkmasına rağmen işçi örgütlerinin bağımsız yapısı korunmuştur. Ancak, bu süreçte merkez sağ ile yakınlaşma, sendikaların örgüt yeteneğini sınırlandırırken, her iki koalisyona sağlanan destek de diyalog ortamını oldukça zorlaştırmıştır. Hükümetin ekonomi politikalarında Confindustria ile uzlaşması (2001) sendikalar arasında çatışmaya yol açsa da, yaşanan hükümet değişikliği ile Confindustria'nın siyasal bağımsızlığı yeniden teyit edilmiştir. İtalya'da sendikalar başından beri partilere bağlı bir şekilde kurulmuştur. Çıkar gruplarının parlamentoyu aşarak hükümetle ortak hareket etmesi (karar alma sürecinde yer alması) siyasal hesap verilebilirliği aşındıracağı endişesiyle eleştirilmiştir. Ancak İtalya'da parlamento çıkar gruplarının taleplerini iletebileceği bir yer

değildir. Sadece hangi çıkar gruplarının aktif rol oynadığının belirlendiği bir yerdir. Bir çiftçi örgütü olan Coldiretti ise bu aktif rolüyle dikkat çekmektedir. Coldiretti, Hıristiyan Demokrat Parti'yle yakın bağ kurarak, parti üyelerini temsil etmiş, bu partiden aday olarak Parlamentoda düzenli bir şekilde seçilmeyi başarmıştır. Parti milletvekillerinin önemli bir kısmını da kontrol altına alan Coldiretti parti içinde bir tür kendi güç bloğunu oluşturmuştur (Newell,2010:184-190). Hıristiyan Demokrat Parti de Coldiretti sayesinde siyasal sistemin katmanlarında ve karar alma süreçlerinde süreklilik sağlamada önemli yol kat etmiştir. 1990'lı yıllara doğru grup aktivitelерinin geçirgenliği ve hükümet tarafından desteklenen çıkarlara rağmen bazı grupların hükümete erişimde güçlükler yaşaması, hükümetin bilgi ve yeterli destek sağlamasını zorlaştırmıştır. Bunun üzerine hükümet, Hıristiyan Demokratlar Parti'nin çıkarlarına eklenmiş çıkar grubu taleplerine karşı duyarlı bir tutum sergilemiştir. Dolayısıyla bu sistemde grupların hükümetten taleplerini elde etmelerinde en etkili yol partilerin rolünü etkin kılmak olmuştur. Aksi durumda çıkar gruplarının hükümet üzerinde etkili olabilmesi nadiren mümkün olacaktır.

İtalya'da çıkar gruplarının etkileşim sürecinde bürokrasi aracılığıyla temsilin de ayrı bir önemi vardır. Bürokrasi, müşteri bağına dayalı ilişkilere zemin hazırlayarak, grupla devlet arasında ayrıcalıklı ilişkiler kurmaktadır. Grupların gayriresmi etkileşimine konu olan bu tür ilişkiler, devlet birimleri arasında kabul edilmiş bir tür temsil anlayışına dayanmaktadır. Bürokrasi, çıkar grupları açısından hükümetin diğer kanalları üzerinde etki kurma aracıdır. Müşteri bağı ise idari kurumlarla yapılan işlemlerde bir tür referans niteliğindedir. Kurumlarla müşteri bağının bulunup bulunmaması grubun başarısını doğrudan etkileyen bir unsurdur. Geçmişte Confindustria'nın, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile kurduğu ilişkiler bu tür bir ilişkidir. Grupların bürokrasiye erişiminde bir diğer yol ise akrabalık bağı ile kurulmuş ilişkilerdir. Coldiretti ile Hıristiyan Demokrat Parti arasındaki ilişkiler de böyle bir ilişkidir. Müşteri ve akrabalık bağına dayalı ilişkiler, güvene dayalı ancak gizlilik içinde gelişen konuları, politika alanında baskın kılmaktadır. Uluslararası sistemdeki değişim ve kitle iletişim araçlarının gelişimi bu tür ilişkileri zayıflatsa da çok değiştirmemiştir. İtalya'da, Katolik kilisesi de kurumsal bir aktör olarak politik sistemde rol oynamaktadır. Ancak Klisenin politika süreçlerini etkilemeye dönük yaklaşımı (halkın %90'ının Katolik olduğu ve kiliseye bağlılığın devlete bağlılıkla yarıştığı bir ortamda) halkın çoğu tarafından hoş karşılanmamaktadır (Newell, 2010: 193-209). İtalya'da politik yapının şekillendirilmesinde rol oynayan geleneksel temsil anlayışı, protestolara karşı da pek hoşgörülü değildir. Son yıllarda biraz değişen bu yaklaşımla protestolar, politik katılımın şekillendirilmesinde etkili olmaktadır.

4.Politik Ağ Modeli

Politik ağ modeli, 1970’li yıllardan sonra sosyo-politik ve ekonomik alanlarda yaşanan gelişmelerin politika süreçlerini ve yönetim biçimlerini değişime uğratması ile ortaya çıkmış bir modeldir. Çıkar grubu-devlet ilişkilerini de değiştiren bu gelişmelerin başında, yeni toplumsal hareketlerin ve kolektif eylem tarzlarının ortaya çıkması ile sosyal hareketlerin ve buna dayalı örgütlerin ağ temelli yaklaşımları işler kılması gelmektedir. Ayrıca örgütlü toplumun gelişmesi; sektörleşmenin ve fonksiyonel farklılaşmanın artması, politika alanlarının kalabalıklaşması; politika alanlarına müdahale derecesinin artması, adem-i merkezileşme; kamu ve özel sektör arasındaki sınırların belirsizleşmesi; özel kuruluşların öneminin artması, iç politikaların uluslararasılaşması ve uzmanlığa olan ihtiyacın artması da bu gelişmeler arasında yer almaktadır (Pal, 1997; Kenis & Schneider,1991; 34-36). Politika sürecini değişime uğratan bu gelişmeler gerekli tüm politika kaynaklarını kendi sınırları içinde harekete geçiremeyen hükümetleri, politika aktörlerinin hiyerarşik kontrolleri dışındaki iş birliğine ve ortak kaynak seferberliğine yöneltmiştir. Bu gelişmeyle, kamu ve çıkar gruplarından temsilcilerle desteklenerek, hükümet tarafından yönetilen politika süreçleri, yerini, ağ tabanlı yaklaşımlarla⁹ desteklenen politika süreçlerine bırakmış, bu yaklaşımlardan “politik ağ modeli” de ortak bir eylemle politika sorunlarının çözümüne yönelik bir araç olarak benimsenmiştir. Çıkar grubu-devlet ilişkilerinde politik kaynakları harekete geçirme aracı olarak değerlendirilen bu model, bir tür kaynak değişimine dayalı güç bağımlılığı ilişkisi olarak ifade edilmektedir. Buna göre politika ağında yer alan örgütler belli kaynaklar (maddi kaynaklar, bilgi, politika, örgütsel kaynak, yasal kaynak) için birbirlerine bağımlıdır. Bu kaynakları kontrol etme ve harekete geçirebilme kabiliyeti örgütün gücünü belirlemektedir. Örgütler arasındaki kaynak bağımlılıkları politika sonuçları açısından da belirleyici bir unsurdur (Zheng vd.,2010; 402; Börzel,1997: 3-5; Beach, 2002; 9-10). Politik ağ modeli, hiyerarşi yerine, dayanışma ve karşılıklı bağımlılığa dayalı bir politika süreci öngörmektedir. Ağ içinde geliştirilen etkileşim süreçleri ile hükümetler, bilgi, iş birliği ve idari kapasite ihtiyaçlarını karşılayarak daha yönetilebilir bir yapı oluşturmaktadır. Bu modelde politik süreç, kamu politikasının çeşitli sektörlerle ayrılması ile başlamaktadır. Her biri belirli bir politika sektöründe çıkarları ve payları olan aktörler, sektörel yapı içinde politika sürecine katılmakta bu evrede alt-sektörel farklılıklar da belirlenmektedir. Her sektörde aktif olan aktörler, o sistemin bir altkümüsi veya bir politika alt sistemi olarak kabul edilmektedir. Örneğin bir ‘sağlık

9 Ağ tabanlı yaklaşımlar grup alt-yönetimi, kurumsal çoğulculuk, demir üçgenler, müşteriçilik (clientelism), sektörel veya mezo-korporatizm, sorun ağları, sorun-uzmanı ağları, politika toplulukları, müzakereye dayalı ekonomi gibi farklı kavramlarla ifade edilmektedir (Boumans,2015; 11).

politikası ağı' veya alt sistemi, 'enerji politikası alt sistemi' gibi. Sistem içinde aktörler, kendi sektörlerine yönelik politik fikir ve kavramları geliştirme, müzakere etme, politikalar üzerinde pazarlık etme veya karşı çıkma yoluyla sürece katılarak stratejik ve teknik nitelikte etkileşimler geliştirmektedir (Boumans, 2015;10; Skogstad,2005; 13 ;Peterson,2003; 1; Howlett vd.,2017: 233). Politika ağ modeli farklı ülkelerin politika süreçlerinde uygulanmaktadır. Sınıflandırma türüne göre değişen bu uygulamalardan İngiltere, Çek Cumhuriyeti ve Polonya'daki uygulamalar dikkat çekmektedir.

4.1.İngiltere

İngiltere'de politik ağ modeli, gıda politikası, su endüstrisinin özelleştirilmesi, teknik ve mesleki eğitime giriş gibi farklı politika alanlarında uygulanmaktadır. Politikalar üzerinde çıkar gruplarının etkisinin kabul edildiği ülkede, bu modelle, devlet kurumlarının ya da çıkar grupları ile devlet kurumları arasındaki çatışmaların çözülmesi öngörülmüştür. İngiltere'de ulusal ve yerel düzeyde, tarım, endüstri, sağlık gibi sektörlerde; toplum sağlığı gibi alt sektörlerde ya da belli bir sorun etrafında politika ağları oluşturulmuştur. "Rhodes modeli" sınıflandırmaya göre şekillenen bu ağlar, üyelik yapısı, entegrasyon derecesi, kaynak ve güç unsurlarına dayalı olarak "politika toplulukları" ve "sorun ağları" olarak ayrılmıştır (Baggott,1995: 23-25; Falkner,1999: 11).

Politika toplulukları ile bir devlet birimi etrafında organize olmuş gruplar arasındaki ağ ifade edilmektedir. Çok sayıda politik aktörün yer aldığı bu ağda, ilgili devlet dairesi, bakan ve üst düzey kamu görevlileri ile anahtar çıkar grupları yer almaktadır. Politika topluluklarına üyelikte statü, stratejik konum ve toplumsal işlevler açısından özel ve ayrıcalıklı bir yapı söz konusudur. Çıkar grupları bu yapı içinde temsil güçlerine göre yer almakta, niteliklerine göre karar otoriteleri tarafından dikkate alınarak politika süreçlerine dahil edilmektedir. Örneğin İngiliz çiftçilerin yüzde doksandan fazlasını temsil eden NFU (National Farmers Union), tarım endüstrisi adına, politika yapıcılarının otorite olarak kabul ettikleri bir güçtür. NFU, üyelerinin çıkarlarını temsil etmekle birlikte, İngiltere'nin stratejik olarak önemli bir sektörünü de temsil etmektedir. Tarım, Balıkçılık ve Gıda Bakanlığı ile yakın ilişkiler geliştiren NFU, tarım politikaları yapımına her yönüyle katılmaktadır (Dorey,2005: 133; Coxall,2001: 21). Uzlaşma ve dayanışma ortamının hâkim olduğu politika topluluklarında, üyeler arasında yakın bir bağ bulunmaktadır. Bu bağ, ilişkilerde sürekliliği sağlamakta, üyelikler değişse de politika topluluğundaki kurum ve kuruluşlar aynı kalmaktadır. Yeni katılımcılar politika topluluğunun mevcut baskın değerleri veya paradigmasına göre sosyalleşerek genel istikrar korunmaktadır. Politika topluluklarındaki aktörler maddi, maddi olmayan kaynaklar (deneyim, uzman bilgisi, teknik

bilgi) açısından zengindir. Aktörler arasında dengeli bir güç ilişkisi vardır. Sahip olunan kaynaklar, pazarlık ve müzakere süreçlerinde, tarafların elini güçlendirirken, kaynak bağımlılığı ve değişim ilişkilerinde de belirleyici rol oynamaktadır. İngiltere’de, tütün, sağlık, tarım, ulaştırma, eğitim politika toplulukları öne çıkan politika topluluklarıdır. Nispeten geniş ve açık üyelik yapısı ile tanımlanan “sorun ağlarında” ise üyelikler, maddi, mesleki ve kişisel çıkarlar yerine etik, ahlaki ve sosyal inanç gibi ilkelere dayanmaktadır. Çeşitli üyelik yapısı ile değişken ve istikrarsız bir niteliğe sahip olan sorun ağlarında, içsel yapı, yüksek geçirgenlik ve zayıf bağlılık kavramlarıyla ifade edilmektedir (Salminen,2003: 103). Ağda çıkar grupları ile politikanın çeşitli ya da çok yönlü yapısını yansıtan devlet birimleri yer almaktadır. Ağ içinde kalıcı ve sürekli nitelikte bağlar kurulmadığı gibi böyle bir bağın gelişebileceği ortam da oluşmamaktadır. Sorun ağlarındaki bağların spekülatif olması, düzenli ve sık temaslara desteklenmemesi, paylaşılan değerlerin sınırlı olması, yakın ve güçlü bağlar oluşmasını engellemektedir. Örneğin, “yoksulluk lobisi” sorun ağında Age Cocern, Big Issue Foundation, Child Poverty Action Group, Gingerbread, National Council for One Parent Families, Save the Children gibi gruplar yer almaktadır. Bu gruplardan bazıları yoksulluk karşıtı örgütler olarak gözükmese de düşük ücret ve yetersiz gelire karşı sergiledikleri tutum ve temsil ettikleri sorunlar ağ içinde birleşmelerini sağlamıştır. Child Poverty Action Group, çocuklar ve çocuklu aileler arasında doğrudan ve dolaylı olarak yoksulluğun azaltılması için çalışırken, Gingerbread bekar ebeveynli ailelerin yaşadığı sorunlarla ilgilenmekte, bu süreçte de ailelerin yaşadığı yoksulluğa dikkat çekmektedir (Dorey,2005: 153; Mendes, 2003; 80). Yoksulluk lobisindeki gruplar toplumun yoksulluktan etkilenen ve değişik yoksulluk derecelerine sahip (yaşlılar, evsizler, bekar ebeveynler, öğrenciler, işsizler) kısmını kapsamaktadır. Normalde bu kişilerin birbirlerini tanımaları, ortak bir amaçta birleşmeleri ve mevcut kaynakları ile kamu politikalarını etkileme ihtimalleri zayıftır. Ayrıca bir kesiminin yoksulluğunu gidermeye yönelik tedbirler, diğer yoksul kesimlerin tepkisine yol açabileceği gibi, farklı kesimlerdeki yoksulluğun altta yatan sebepleri de, belli bir politika ile bu sorunun çözülme ihtimalini zayıflatmaktadır. Dolayısıyla farklı aktörlerin biraya gelerek ‘yoksulluk lobisi’ni ilgilendiren sorunları belirlemesi, yoksulluğun nedenlerini ve sonuçlarını ele alması gerekmektedir. Nedeni ve sonuçları farklı olan yoksulluk konusunda herhangi bir birimin birinci derecede sorumluk üstlenmesi beklenmeyeceği için hükümetin ilgili tüm birimlerinin devreye girmesi gerekecektir. Yoksulluğun çok yönlü niteliği, tek tek çıkar gruplarının net ve tutarlı bir strateji geliştirmelerini ve belirli bir departman etrafında etkin bir şekilde birleşmelerini zorlaştırmaktadır (Dorey,2005: 154). Politika ağları yoluyla yoksulluk probleminin tanımlanması, bu konuda etkileşime girmesi gereken aktörlerin belirlenmesi, bu aktörlerin

çeşitli çözüm önerileri sunması ve sorunu çözmeye yönelik belirlenen politikaların uygulanması sağlanabilmektedir.

4.2.Çek Cumhuriyeti¹⁰ ve Polonya

Çek Cumhuriyeti ve Polonya'nın politika süreçlerinde de politik ağ modeli uygulanmıştır. Ancak İngiltere'den farklı olarak bu ülkelerde Kriesi'nin politik ağ modeli sınıflandırması uygulanmıştır. Kriesi politika ağlarını, politika çıktılarına göre “uzlaşmacı”, ‘sektör-temelli iş birliğine dayalı’, ‘müdahaleci’ ve ‘baskıcı’ politika ağları olarak dörde ayırmıştır. Kamu ve özel aktörlerin yer aldığı “uzlaşmacı” yapıda sayıları sınırlı olan az sayıda üye, politika süreçlerinde yer almaktadır. Çıkar grupları çatışmaları yöneterek sınırlı rekabet ortamında politika süreçlerine katılmakta, kaynak (bilgi, destek) değişimi ve pazarlıklar yoluyla hükümetle koordineli çalışmaktadır. Anahtar çıkar gruplarının güçlü olduğu “sektör-temelli” iş birliğinde ise üyelikler orta düzeyde yoğunluk göstermektedir. Hükümet ise (kısmen) merkezi olmayan parçalı bir yapı içinde çıkar gruplarına bağlıdır. “Müdahale” türü politika ağlarında hükümet, çıkar gruplarından bağımsız hareket etmektedir. Çok sayıda çıkar grubu hükümet birimleri ile etkileşime girmekte, politikalar ise devletin tercihine bağlı olarak şekillenmektedir. ‘Baskıcı’ tür ağlarda ise, ağ içinde çok sayıda çıkar grubu ile hükümet birimi yer almaktadır. Bu tür ağlarda merkezi olmayan bir yapı ve yüksek ağ yoğunluğu öne çıkmaktadır. Politika seçenekleri, ilgili konuya ve kaynak değişimine dayalı olarak hükümet birimleri ile çıkar grupları arasındaki etkileşimle şekillenmektedir (Moschitz & Stolze,2010; 3-4). Çek Cumhuriyeti’nde organik tarıma yönelik politika süreçlerinde uygulanan politika ağında 13 aktör yer almıştır. Bu aktörlerin büyük kısmını organik tarım sektöründen özel kuruluşlar oluşturmuştur. Ağ içinde organik tarım kuruluşları¹¹, organik tarım danışma birliği¹², teftiş ve sertifika kuruluşu¹³ ve organik pazar aktörleri¹⁴ dışında çiftçi örgütünden Çek Tarım Odası¹⁵ yer almıştır. Çiftçiler Birliği¹⁶ ile Gıda Endüstrileri Birliği¹⁷’nin ağ üyeleri ile yakın iş birliği bulunmamaktadır. Tarım Bakanlığı¹⁸ ve Çevre Bakanlığı¹⁹’nın politika sürecine katıldığı ağda aktörler arasında güçlü bir etkileşim de yoktur. Bu özellikleri ile Çek organik tarım politikası ağı ‘uzlaşma tipi’ ağ olarak tanımlanmıştır. Politika ağının organik tarıma yönelik politika süreçlerinde uygulandığı bir diğer ülke ise Polonya’dır. Polonya’daki organik tarım politika ağı 17 aktörden oluşmuştur. Bunların yarısından fazlası hükümet birimleri, üçte biri özel aktörlerden oluşmaktadır. Ağ

10 Ülkenin kısa resmi adı 3 Temmuz 2016’da “Çekya” olmuştur.

11 PRO BIO ve LIBERA

12 EPOS

13 KEZ

14 COLIFE ve GREMA

15 AKCZR

16 ZSCZR

17 PKCZR

18 MZECZR

19 MZPCZR

içinde iki organik tarım kuruluşu²⁰nun küçük bir rolü bulunmaktadır. Merkezde ana akıma yönelimli idari organ dışında ağ içinde, Ulusal Ziraat Odaları Konseyi²¹ ve Sürdürülebilir Kalkınma Enstitüsü²² yer almaktadır. Ana akım çiftçiler birliği²³nin gevşek olarak bağlı olduğu ağda, aktörler arasındaki etkileşimin biraz daha güçlü olduğu görülmektedir. Bu özellikleriyle Polonya organik tarım politikası ağı ‘müdahale’ tipi ağ olarak tanımlanmıştır. Devletin egemen olduğu ağda, organik tarım sektörü politika sürecine etkin bir şekilde katılamamaktadır. Ayrıca uyumdan yoksun iyi örgütlenmemiş yapısı ile hükümete karşı açık bir pozisyon oluşturmakta zorlanmaktadır. Bu süreçte ilgili sektörün yeterli kaynağa sahip olmaması etkili olmaktadır (Moschitz & Stolze,2010; 13-19).

SONUÇ

Siyasal sistem toplumdaki gelen talepler veya desteklere (girdilere) karşılık, politikalar (çıktılar) üretilmesini sağlayan ilişkiler ağı olarak ifade edilmektedir. Almond ve Powell siyasal sistemin girdilerle ilgili işlevlerini taleplerin toplanması ve taleplerin birleştirilmesi işlevi olarak ifade etmiş, bu işlevleri yerine getiren yapıları da çıkar grupları ile siyasal partiler olarak belirtmiştir. Amaç ve yöntemleri birbirinden farklı olan bu yapılardan, siyasal partilerin amacı siyasal iktidarı ele geçirmektir. Çıkar gruplarının amacı ise etki mekanizmalarını güçlendirerek karar otoriteleri tarafından alınan kararları çıkarları doğrultusunda etkilemektir. Çıkar grupları bu amaçlarını gerçekleştirebilmek için karar otoriteleriyle etkileşime girmektedir. Çıkar gruplarının karar otoriteleriyle geliştirdikleri etkileşim süreçleri ise çıkar grubu sistemine göre değişmektedir. Çıkar grubu sistemi çıkar gruplarının karar alma süreçlerinde ne şekilde yer aldığını ve karar otoriteleriyle etkileşim süreçlerinin ne şekilde gerçekleştiğini ifade etmektedir. Bu sistemler, plüralist (neo-plüralist) çıkar grubu sistemi, korporatist (neo-korporatist) çıkar grubu sistemi, uzantı tipi çıkar grubu sistemi ve politik ağ (network) modeli olarak ayrılmaktadır. Plüralist sistem ağırlıklı olarak Amerika ve İngiltere’de görülmektedir. Özerk bir biçimde örgütlenme özgürlüğüne dayanan bu sistemde, toplumdaki çıkarlar çok sayıda grup tarafından temsil edilmektedir. Bu gruplar eşit koşullarda oluşmuş bir rekabet ortamında karar otoritelerini etkilemek için yarışmaktadır. İktidar yapısının parçalı olduğu bu sistemde devletin iktidarın kaynaklarını elinde tutarak bunları dağıtmasına izin verilmemektedir. Plüralist sistem II. Dünya Savaşı’ndan sonra devletin sorumluluklarının artması ile ortaya çıkmış bir modeldir. Artan sorumluluklar politikaları uygulama ve kamu hizmetlerini sunmada zorlanan devletleri, güçlerini devlet-dışı aktörlerle (çıkar grupları) paylaşmaya yöneltmiştir. Bu süreç rekabet halindeki grupların devletten taleplerini arttırmış, artan talepler karşısında güçlü duramayan

20 EKOLAND ve EKOĞAL

21 KRIR

22 INER

23 KZRKIOR

devlet, ekonomik istikrarı sağlamak ve toplumu yönetebilir kılmak şeklinde iki ayrı sorunla karşılaşmıştır. Bu sorunları aşmak için ortaya çıkan korporatist sistem ise, devletin çıkar gruplarıyla iş birliğine girerek, politika süreçlerine bu grupların ortak edilmesini öngörmüştür. Ancak korporatist sistemin uygulanması sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel unsurlarla uyumlu bir yapılaşma sürecini gerektirmiştir. Buna göre merkezileşme derecesi yüksek bir sendikal örgütlenme ve bunun üstünde konfederasyon niteliğinde oluşturulan bir üst örgüt güçlü bir korporatist sistemin ilk şartlarıdır. Ayrıca tekeli güce sahip bu organizasyonların (üyelerinin) politika süreçlerinde yer alması gerekmektedir. Aynı yapının işveren tarafında da oluşturulması ile işçi-işveren ve devlet arasındaki ilişki korporatist bir nitelik kazanmaktadır. Korporatist sistemi ağırlıklı olarak uygulayan ülkelerin başında İsveç ve Avusturya gelmektedir. Bu ülkelerde sendikalar, çıkarların temsili ve pazarlık sürecinde önemli roller üstlenmiş devletle girişilen iş birliği süreci de “sosyal ortaklık” şeklinde gelişmiştir. Sınıf farklılıklarına dayalı kutuplaşma eğiliminin olmadığı bu sistemde, toplumsal muhalefet de oluşmamaktadır. Korporatist sistem, ekonomik ve fonksiyonel gruplara ayrıcalık tanıdığı; hükümeti, iş adamlarına ve işçi örgütlerine bağladığı; geliştirici grupları da gözardı ettiği gerekçesiyle eleştirilmiştir. Uzantı tipi çıkar grubu sistemi ise toplumsal yapılarında keskin ideolojik ayrılıkların olduğu ülkelerde görülmektedir. Bu ideolojik ayrılıkları temsil eden siyasal yapılar, kendi ideolojileri doğrultusunda örgütlenmeler oluşturmaktadır. Sonunda da toplumsal yapıda (sosyal, mesleki, eğitim, ekonomi vs.) her ideolojik eğilimin kendine bağlı örgütleri oluşmaktadır. Çıkar grupları bu sistemde oluşum açısından özerk hareket edememektedir. Fransa ve İtalya’da görüldüğü üzere, ya ideolojik bir örgütlenmenin hegemonyası altında ya da ülkedeki siyasal partilerin veya bürokrasinin etkisi altında, onlara eklenerek faaliyet göstermektedir. Sistemde çok sayıda çıkar grubu vardır. Ancak gruplar arasında eşit rekabet ortamı olmadığı gibi karar otoritelerini etkilemek için kullanılan araçlar da kimi zaman meşru olmaktan çıkmaktadır. Politik ağ modeli ise 1970’li yıllardan sonra sosyo-politik ve ekonomik alanlardaki gelişmelerin politika süreçlerini değişime uğratması ile ortaya çıkmıştır. İngiltere, Çek Cumhuriyeti ve Polonya’daki politika süreçlerinde uygulanan bu model, politik sorunların ortak bir eylemle çözümünü esas almaktadır. Devlet ve toplumsal aktörlerin iş birliğine dayanan bu modelde, toplumsal aktörler devlet tarafından tanımlanan kurumsal bir ağda, örgütlenmiş çıkarları temsil etmektedir. Modelde politika süreci kamu politikasının çeşitli sektörlerle ayrılması ile başlamaktadır. İlgili politika sektöründe çıkarları olan aktörler sektörel yapı içinde sürece katılarak, politik fikir ve kavramları geliştirme, müzakere etme, politikalar üzerinde pazarlık etme veya karşı çıkma yoluyla stratejik ve teknik nitelikte etkileşimler geliştirmektedir. Ağda hiyerarşiye dayalı bağımsız karar alma yerine dayanışma ve karşılıklı bağımlılık; hiyerarşik koordinasyon yerine de müzakere, uzlaşma ve güven esas alınmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akkaya, Y. (1996). Neo-Korporatizm ve Türkiye’de Sendikacılık, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Alkan, H. (2000). Karar alma süreçlerine katılım sistemleri açısından Türkiye Ekonomik ve Sosyal Konseyi. *Amme İdaresi Dergisi*, 33(2), 57-77.
- Almond, G. A., & Powell, G. B. (1966). *Comparative politics: A Developmental Approach*. Little, Brown.
- Almond, G. A., & Powell, G. B. (1978). *Comparative politics: System, Process, Policy*. Little, Brown.
- Bache, I. (2002) *Europeanization: A Governance Approach*. In: UNSPECIFIED, Sheffield, UK.
- Baggott, R. (1995). *Pressure groups today* (Vol. 1). Manchester University Press.
- Bell, D.S. (2002). *French Politics Today*, Manchester University Press, Manchester.
- Benli, A.,Yenihan, B. (2016). Karşılaştırmalı Endüstri İlişkileri. İsveç Endüstri İlişkileri Sistemi, *Editör: Ramazan Tiyek, Dora Yayınları, Kırklareli*.
- Boumans, D. (2015). *Explaining variation in public policy implementation: a network analysis of EU cohesion policy in Scotland* (Doctoral dissertation, University of Strathclyde).
- Börzel, T. (1997). What’s so special about policy networks? An exploration of the concept and its usefulness in studying European governance. *European Integration online Papers (EIoP)*, 1(16).
- Carrin, G., Buse, K., Heggenhougen, K., & Quah, S. R. (Eds.). (2010). *Health systems policy, finance, and organization*. Academic Press.
- Coxall, B. (2001). *Pressure Groups in British Politics*. Harlow, Essex.
- Çam, E. (1999). Siyaset Bilimine Giriş. *Der Yayınları, İstanbul*.
- Dahl, R. (1956). A preface to democratic theory University of Chicago Press. *United States*.
- Dereli, T. (1995). “Ekonomik ve Sosyal Konseyin Kurumsal Yapısı ve İşlevleri”. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (40), 17-32.
- Dorey, P. (2005). *Policy making in Britain: An introduction*. Sage.
- Falkner, G. (1999) “*Corporatism, Pluralism and European Integration: The Impact on National Interest Intermediation*”.In: UNSPECIFIED, Pittsburgh, PA. (Unpublished).
- Fulcher, J. (1991). *Labour movements, employers, and the state: Conflict and co-operation in Britain and Sweden*. Oxford University Press.
- Göze, A. (1993). Siyasal Düşünceler ve Yönetimler (6. Baskı). *İstanbul: Beta Yayınları*.

- Gülbaş, E. E. (2007). Liberal demokrasilerde karar alma sürecinde baskı grubu olarak lobilerin rolü: ABD örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Gürbüz, Y. (1987). *Karşılaştırmalı Siyasal Sistemler*. Beta.
- Heywood, A. (2010). Siyaset, (Çev.) Zeynep Kopuzlu. *Adres Yayınları, Ankara*.
- Howlett, M., Mukherjee, I., & Koppenjan, J. (2017). Policy learning and policy networks in theory and practice: The role of policy brokers in the Indonesian biodiesel policy network. *Policy and Society, 36(2)*, 233-250.
- Kalaycıoğlu, E. (1984). *Çağdaş Siyaset Bilim, Teori, Olgu ve Süreçler. İstanbul: Osman Akçay Matbaası*.
- Kapani, M., 1992. Politika Bilimine Giriş, 6. Baskı, AÜHFD Yayınları.
- Kenis, P., & Schneider, V. (1991). Policy networks and policy analysis: scrutinizing a new analytical toolbox. In *Policy networks: Empirical evidence and theoretical considerations* (pp. 25-59). Campus Verlag.
- Lynch, P., Fairclough, P., (2010). UK Government and Politics, 3rd Ed., (Ed: Eric Magee), Philip Allen Updates Publishing, Oxfordshire.
- Makal, A. (2002). Türkiye’de tek parti dönemi ve korporatizm tartışmaları. *Toplum ve Bilim, 93*, 173-199.
- McAnulla, S. (2006). *British politics: A critical introduction*. Bloomsbury Publishing.
- Mendes, P. (2003). A Cross-National Comparison of Welfare Lobby Groups: The British Child Poverty Action Group (CPAG) and the Australian Council of Social Service (ACOSS). *Policy and Society, 22(2)*, 76-97.
- Moschitz, H., & Stolze, M. (2010). The influence of policy networks on policy output. A comparison of organic farming policy in the Czech Republic and Poland. *Food Policy, 35(3)*, 247-255.
- Newell, J. (2010). *The politics of Italy: Governance in a normal country*. Cambridge University Press.
- Özer, A. (1996). Baskı Gruplarının Gelişimi, Sınıflandırılması ve Faaliyetleri. *Ankara Barosu Dergisi, 4*, 532-559.
- Pal, L. A. (1997). Virtual policy networks: The Internet as a model of contemporary governance. *Recuperado el, 15*.
- Peterson, J. (2003). Policy Networks. IHS Political Science Series: 2003, No. 90.
- Pierson, C. (2000). Modern Devlet (Çev. Dilek Hattatoğlu). *İstanbul: Çivi Yazıları*.
- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political science & politics, 28(4)*, 664-684.
- Raadschelders, J. C. (2003). Government. *A public administration perspective*. Newyork; M. E. Sharpe Inc.

- Ray, S.N. (2004). *Modern comparative politics: Approaches, methods and issues*, Rajkamal Electric Press.
- Reiher, N. (2008). *Selected Aspects in the Development of Political Interest Groups*, Grin Verlag.
- Salminen, A. (Ed.) .(2003). *Governing networks: EGPA yearbook* (Vol. 22). IOS Press.
- Schmitter, P. C. (1974). Still the century of corporatism?. *The Review of politics*, 36(1), 85-131.
- Scott, J. (Ed.). (2002). *Social networks: Critical concepts in sociology* (Vol. 4). Taylor & Francis.
- Skogstad, G. (2005). Policy networks and policy communities: Conceptual evolution and governing realities. Paper prepared for the Workshop on “Canada’s Contribution to Comparative Theorizing”. In *Annual Meeting of the Canadian Political Science Association, London, Ontario*.
- Sroka, J. (1995). “The Role of the Trade Unions in the Process of Forming the system of Political Interests Representation in Poland After 1989”, NATO Research Fellowships Programme Annex to Press Release, (95) 45,1-22.
- Targonski, R. (2002). Ana Hatları ile ABD Devlet Yapısı, Rpo 2002-0121 Turkish (Outline of U.S. Government), Regional Program Office, Vienna.
- Tomandl, T. & Yazman, İ.(1982). Avusturya’da İş İlişkilerinin Düzenlenmesi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 39(1).
- Tunaya, T. Z. (1982). Siyasi Kurumlar ve Anayasa Hukuku. *Ekin Yayınları*, 5.
- Turan, I. (1977). Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış. *Istanbul: İÜ İktisat Fakültesi*.
- Wiarda, H. J. (1996). *Corporatism and comparative politics: The other great ism*. ME Sharpe.
- Wilson, F. L., & Wilson, F. L. W. (1987). *Interest-group politics in France*. Cambridge University Press.
- Wilson, G.K. (1990). *Interest groups*. Oxford: Basil Blackwell, Ltd.
- Yücekök, A. N. (1987). *Siyaset’in toplumsal tabanı:(siyaset sosyolojisi)*.Ankara; AÜSBF Yayınları.
- Zeigler, L. H. (1988). *Pluralism, corporatism, and Confucianism: Political associations and conflict regulation in the United States, Europe, and Taiwan*. Temple University Press.
- Zheng, H., De Jong, M., & Koppenjan, J. (2010). Applying policy network theory to policy-making in China: the case of urban health insurance reform. *Public Administration*, 88(2), 398-417.

Bölüm 37

İŞ YAŞAMINDA DUYGUSAL ZEKÂ

*Emre NALÇACIGİL¹
A. Fatih ÖZYILMAZ²*

1 Dr. Emre NALÇACIGİL emre.nalcacigil@kapadokya.edu.tr ORCID: 0000-0001-9834-7472

2 Dr. Öğr. A. Fatih Özyılmaz fatih.ozyilmaz@saglik.gov.tr ORCID: 0000-0002-8400-0563

GİRİŞ

Zekâ, bireyin çevresi ile uyumuna yardımcı olan akıl yürütme yeteneğidir. Klasik görüşe göre zekâ, biyolojik bir kazanım ve bilişsel bir durum olup birey için öğrenme, algılama ve anlama işlevine sahiptir. Zekâyı çoklu ve özelleşmiş bir yapı olarak ifade eden modern görüşe göre ise zekâ, bir ya da daha çok alanda görülen, belli bir kültürel/normatif yapıda değeri ve karşılığı olan; bir algı, olay veya gelişmeye biçim verme, anlama ve sorunları çözme yeteneğidir. Bu yetenekler arasında bireyin çevresiyle uyumunda son derece etkili olan duygusallık boyutunun öneminin anlaşılmasıyla birlikte, zekânın boyutlarından biri olarak duygusal zekâ kavramı ortaya çıkmıştır.

Duygusal zekâ, geniş açıdan kişinin kendi ve başkalarının duygularını izleme, aralarında ayırım yapma, bilgiyi kişinin düşünce ve eylemlerine rehberlik üzere kullanma yeteneğini içeren bir zekâ türü olarak kabul edilmektedir. Duygusal zekâ, kendini tanıma, kendini ayarlama, sosyal beceriler, motivasyon ve empati olmak üzere beş bileşenden meydana gelmektedir. Bu bileşenlerin iş yaşamında karmaşık problem çözme yeteneği, eleştirel düşünme yeteneği, yaratıcılık ve inovasyon yeteneği, insan ilişkileri yönetimi yeteneği, başkalarıyla koordine etme yeteneği vb. açılarından önem arz etmektedir.

Şimdi ve gelecekte iş yapış süreçlerinde duygusal zekâ, tüm kademelerde oldukça önem verilen bir değer ve yetkinlik olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada duygusal zekâ kavramının tanımı, gelişimi, boyutları, fonksiyonları, iş ve örgütsel yaşamındaki önemi ve işlevleri hakkında açıklamalar yapılmıştır.

1. Zekâ Nedir?

Zekâ kavramı hakkında üzerinde uzlaşmış bir tanım bulunmamaktadır. Genel olarak zekâ, “somut ve soyut nesnelere, durumlar, gelişmeler, oluşumlar karşısında kavramlar ve algılar yardımıyla bir ilişkiyi kurabilme, bundan sonuçlar elde edebilme, değerlendirme yapabilme, analizde bulunma sürecinde zihinsel işlevleri bir amaç doğrultusunda ortaya koyabilme yetisidir.”^{1 2} Biyolojik açıdan zekâ, kişinin doğuştan sahibi olduğu, kalıtsal yollarla kuşaklararası geçişi olan, karmaşık sinir sistemi işlevlerinin bir etkinliği olan, öğrenme, tecrübe ve çevresel etkenlerle şekillenen bir bileşimdir. İşlevsel bakımından zekâ, birden fazla yetinin bir araya gelerek farklı durum ve koşula göre kullanılan yeteneklerin

1 Ulric Neisser, at. all. “Intelligence: Knowns and Unknowns”, *American Psychologist*, Vol 51, No 2, pp. 77-101, 1996, p. 77.

2 Türkiye Zekâ Vakfı, **Zeka Nedir?** https://www.tzv.org.tr/#/zeka/iq_nedir, E.T. 25.12.2020

toplamdır.^{3 4 5} Başka bir tanımda zekâ “diğer şeyler arasında, akıl yürütme (mantıklı düşünme yeteneği), plan yapma, problem çözme, soyut düşünme, karmaşık fikirleri kavrama, çabuk ve deneyimlerden öğrenme yeteneklerini içeren genel bir zihinsel kapasite” olarak ifade edilmektedir.⁶

Piaget’e (1959) göre, zekâ bireylerin çevre ile etkileşiminde denge demektir. Çünkü ideal bir yaşamın elde edilebilmesi için bir dengenin sağlanması gerekmektedir. Ancak birey ile çevresi arasında hiçbir zaman tam ve sürekli bir denge kurulamadığından tüm çabalar buna yöneliktir ve zekâ da bu dengenin kurulmasında bir araçtır.⁷ Ancak geleneksel anlayışta zekâ bir “araç olma” niteliği ile açıklanmaya çalışıldığından eleştirilmiş, modern ve hatta post modern anlayışta zekânın birden çok alt kavramla birlikte bütünleşik olarak ele alınması gerektiği ileri sürülmüştür. Örneğin Gardner’ın (1983) öncülüğünü yaptığı “Çoklu Zekâ Kuramı” ile Sternberg’in (1985) öncülüğünü yaptığı “Üç Aşamalı İnsan Zekâsı (Triarşik Zekâ Teorisi)” kuramlarında zekâ, çok sayıda alt boyuta ayrılmıştır.^{8 9 10}

Zekâyı çoklu ve özelleşmiş bir yapı olarak ifade eden görüşe göre zekâ, bir ya da daha çok alanda görülen, belli bir kültürel/normatif yapıda değeri ve karşılığı olan; bir algı, olay veya gelişmeye biçim verme, anlama ve sorunları çözme yeteneğidir. Bu yetenek seti ise sözel/dilsel, mantıksal/matematiksel, görsel/mekânsal, sosyal/kültürel vb. bileşenlerden meydana gelmektedir. Bundan dolayı zekâ, kendini oluşturan diğer zekâ türlerinin tümleyeni niteliğinde bir kavramdır.^{11 12 13} Bu bölümde ele alınan “Duygusal Zekâ” kavramı ise Gardner’ın (1983: 1999) ve Sternberg’in (1985) öncülük ettiği zekânın alt boyutlara ayrılması çalışmalarından esinlenen Salovey ve Mayer (1990) tarafından ileri temellendirilmiş ve Goleman’ın (1995) “Duygusal Zekâ: Neden IQ’dan Daha Önemlidir” (Why It Can Matter More Than IQ) kitabıyla iş dünyası ve örgüt çalışmalarına uyarlanarak popüler hale gelmiştir.

3 Howard Gardner. **Çoklu Zekâ: Görüşmeler ve Makaleler**, (M. Tüzel, Çev.) Enka Okulları, İstanbul, 1996, s. 30-31.

4 David Bartholomew. **Measuring Intelligence: Facts And Fallacies**, Cambridge University Pres., USA, 2005, p. 137-138.

5 Emel Gürel ve Merba Tat. “Çoklu Zekâ Kuramı: Tekli Zekâ Anlayışından Çoklu Zekâ Yaklaşımına”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt 3, Sayı 11, ss. 336-356, 2010, ss 347.

6 Ziya Selçuk, Hüseyin Kayılı ve Levent Okut. **Çoklu Zekâ Uygulamaları**, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2003, s. 25.

7 Yıldız Kuzgun. **Zekâ ve Yetenekler, Eğitimde Bireysel Farklılıklar**, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2003, s. 18-19.

8 Hasan Bacanlı. **Gelişim ve Öğrenme**, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2000, s. 129.

9 Gürel ve Tat, **a.g.m.** 346.

10 Robert B. Tigner and Steven S. Tigner. “Triarchic Theories Of Intelligence: Aristotle and Sternberg”, **History of Psychology**, Vol 3, No 2, pp. 168-176, 2000, p. 170-171.

11 Gardner, **a.g.e.**, s. 30-33

12 İbrahim Başaran. “Etkili Öğrenme ve Çoklu Zekâ Kuramı: Bir İnceleme”, **Ege Eğitim Dergisi**, Sayı 5, ss. 7-15, 2007, s.8.

13 Jana Hackathorn and Brien Ashdown. “The t(ea) Test: Scripted Stories Increase Statistical Method Selection Skills”, **The Journal of Effective Teaching**, Vol 15, No 2, pp. 20-29, 2015, p.23-25.

2. Duygusal Zekâ

Duygu, kişinin içinde bulunduğu koşullardan, ruh halinden veya başkalarıyla olan etkileşim ve ilişkilerinden kaynaklanan biyolojik veya psikolojik bir çıktı olarak kabul edilebilir. Zekâ ise yukarıda ifade edildiği gibi bilgi ve becerileri edinme ve bunları uygulama yeteneğidir. Farklı şeyleri ifade etmekle birlikte her iki kavram, tamamlayan ve etkileyen bir durum ortaya çıkarmakta ve bu durum “duygusal zekâ” olarak kabul edilmektedir.¹⁴

Duygusal zekâ konusunda ilk çalışmalar sosyoloji bakış açısıyla Thorndike (1920) tarafından ileri sürülen, durumlar ve etkileşimler karşısında kişilerin kendilerini ve çevrelerini anlama, algılama ve yönetme yeteneği olarak kabul edilen “sosyal zekâ” kavramıyla temellendirilmektedir. Psikoloji açısından çalışmalar yapan Myerson (1921) ise duygusal zekâyı, bireylerin antagonizma ve stresle başa çıkmalarını açıklamak üzere “duygusal, içgüdüsel ve zeki tepkiler” olarak açıklamıştır. Daha sonra bu alanda MacKaye (1928), Terman and Miles (1936) ve Babcock (1940) gibi araştırmacılar duygusal zekâ konusuna katkılar yaparak kavramı çeşitli açılardan incelemiş ve geliştirmişlerdir. Duygusal zekanın önemi anlaşıldıkça psikoloji, sosyoloji, eğitim ve yönetim disiplinlerinde çalışmalar derinleştirilmiştir. Gelişim dönemleri itibarıyla duygusal zekânın akademik literatürdeki yerini Tablo 1’de gösterildiği gibi sınıflandırmak mümkündür.

Tablo 1. Duygusal Zekânın Kavramsal Olarak Gelişim Dönemleri

Dönem	Niteliği
1900-1969	Sosyal zekâ ilk kez ortaya çıkmıştır. Zekâ için psikolojik test sahası bu periyot içerisinde geliştirilmiş ve zekâ testleri teknolojisi ortaya çıkmaya başlamıştır.
1970-1989	Yapay zekâ hakkında yapılan çalışmalarla bilgisayarların nasıl anlayabileceği ve duygusal görüş hakkında mantık yürütebilecekleri incelenmiştir.
1990-1993	Duygusal zekâ hakkında ilk makalelerin yazıldığı dönemdir.
1994-1997	Daniel Goleman’ın Duygusal Zekâ adlı popüler kitabı yayınlanmıştır. Kitap, dünya çapında en çok satan ve alanda en çok kopyalanan yapıt olmuştur. Time Dergisi, “EQ” terimini kapağında kullanmış ve birkaç kişilik ölçümünü de yine duygusal zekâ kavramı adı altında yayınlamıştır.
1998-	Yeni araştırmalar sonucunda değişik zekâ modelleri geliştirilmeye ve farklı boyutlardaki durumu ve etkileşimleri incelenmeye devam etmiştir. Örneğin duygusal zekâ ile performans, motivasyon, liderlik vb. gibi ilişkiler bakımından çeşitlilik artmıştır.

Kaynak: Seda Erdoğan. *Lider ve Astıların Duygusal Zekâ Faktörleri ile Lider Üye Etkileşimi Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014, ss. 16*

14 Harmon-Jones, Eddie, at. all. “Attitudes Toward Emotions”, *Journal of Personality And Social Psychology*, 101(6), 1332-1350, 2011, p. 1333-1335.

Duygusal zekânın günümüzdeki anlamına kavuşmasında etkili olan 1940'larda liderlik üzerine yürütülen öncü nitelikteki Ohio Eyalet Çalışmalar ile daha sonra Hemphill (1959), Fleishman ve Harris, (1962) gibi araştırmacıların da ortaya koyduğu üzere hem bireysel tutumlarda ve hem de çevreyle olan ilişkilerde “soyut düşünebilmek” ve “duygularını anlayabilmek” ve “hissetmek” iş yaşamının en önemli öğeleri arasındadır. Goleman'a (2000) göre kişilerin, duygularını tanıması ve farkında olması onları doğru kullanmasını sağladığından bu durum iş yaşamında oldukça önemli olan davranışlarını daha iyi yönetilebilmesine aracılık eder. Herhangi bir durum veya olay karşısında gösterilecek her türlü tepkinin altında duyguların yönlendirici etkisi olduğundan, kişilerin iş yaşamında ve profesyonel tutumlarında karşı tarafla olan ilişkileri ile süreç yönetiminde duygusal zekâ bir kanal açmaktadır. Bu kanalda kişinin duygusal zekâsı; duyguların istenilen şekilde kontrol edilmesinde, empati aracı olarak kullanılmasında, çözüm ve anlama sürecinde ve kaliteli bir iletişimin sağlanmasında etkili olmaktadır.¹⁵

Duygusal zekâ, kişinin kendi ve başkalarının duygularını izleme, aralarında ayırım yapma, bilgiyi kişinin düşünce ve eylemlerine rehberlik etmek üzere kullanma yeteneğini içeren zekâ türüdür.¹⁶ Duygusal zekâ, kişinin kendisinin, başkalarının ve çevresindekilerin duygularını tanımlama, değerlendirme ve yönetme yeteneğini, kapasitesini, becerisini ve algılama yeteneğidir. Yüksek derecede duygusal zekâyâ sahip insanlar, sevecen, dirençli ve iyimser olup kendilerini çok iyi tanıdıkları gibi ve başkalarının duygularını da hissedebilirler ve kavrayabilirler.¹⁷ Dini ve ahlaki öğretilerde de duygusal zekâyâ büyük önem verilmektedir. Örneğin Kur'an-ı Kerim de, insandaki, özveri, şeref, benlik, dürüstlük, başkalarını anlama, anlayış gösterme vb. duygulardan bahsedilmekte; bu duyguların da beşeri ve sosyal boyutta etkileri olduğunda eğitilmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir.^{18 19}

Modern yönetim teorisinde duygusal zekâ, organizasyonların rekabet güçlerini geliştirmek üzere vizyon ortaya koyabilmelerine yardımcı olan bir değer ve indeks olarak kabul edilmektedir. İş yaşamında insan kaynaklarında duygusal bakımdan zeki zeki bir organizasyonun en önemli özellikleri; kurum felsefesine sahip olması, değerlerinin bulunması ve bunlar arasında güçlü bağlar kurabilmesi yani tutarlı bir misyonunun

15 Daniel Goleman, **İşbaşında Duygusal Zekâ**, Varlık Yayınları, İstanbul, s. 54-60.

16 John Mayer and Peter Salovey. “The Intelligence of Emotional Intelligence”, **Elsevier**, Vol. 17, No 4, pp. 433-442, 1993, p. 445-448.

17 Olivier Serrat. “Understanding and Developing Emotional Intelligence”, **Knowledge Solutions, Asian Development Bank**, No 49, 1-8, 2009, p. 2.

18 Mehmet Murat Döğüşgen, **Çocuktan Ergenliğe Duygusal Gelişim ve Özgüven**, Başak Yayınları, İstanbul, 2013, s. 50

19 Erdem Dirimeşe. **Din Eğitiminin Amaçları Açısından Kuran'da Duygusal Zekâ**, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 2013, s. 134

bulunmasıdır. Organizasyonel misyon ise strateji ve karar verme sürecinde rehber görevi gören bir amaç-değer ifadesidir. Rekabette hayatta kalan ve sürdürülebilir başarılar ortaya koyabilen organizasyonların misyon beyanları ile bu beyanın öznesi duygusal zekâdan beslenmektedir. Örneğin “toplum yararına ve paydaşlarla gönüllü iş birliğine dayalı strateji” misyonunu belirlemiş bir organizasyonun çıkış noktası duygusal zekâdır. Dolayısıyla duygusal zekâ, diğer zekâ ve kazanımları tamamlayıcı nitelik arz etmekte, rekabet etmek için bir neden ortaya koymakta, örgütsel amaçların sürdürülebilir olması için kavramsal bir rehberdir.^{20 21}

Genel olarak duygusal zekâ konusunda geniş bir literatür bulunmakla birlikte kavramın anlamsal içeriğinin farklı yorumlandığı görülmektedir. Örneğin eleştirel düşüncüyü her şeyin üzerinde gören septistlerin (şüpheciler) bakış açısına göre duygusal zekâ olumlu/olumsuz herhangi bir amaç için “cazibe ve etkileme” biçimidir. Klasiklere ve hatta post-modernistlere göre “Uyum”dan başka bir şey değildir. Zeitgeist bakış (bir çağa/döneme özgü düşünce ve duygu biçimi) açısına göre ise “öz farkındalık, sosyal ve kişilerarası beceriler” konusuna yeni bir açıklama getirmeye çalışılan bir moda ve popülerdir. Ancak duygusal zekânın öncüleri olan Mayer ve Salovey (1997), Bar-On (1997) ve Goleman (1995) yazarların önerme ve çalışmalarına bakıldığında yaşam başarısında klasik zekâ ile duygusal zekâ arasında derin bir farkın olduğu anlaşılmaktadır.

3. Duygusal Zekânın Bileşenleri

Duygusal zekânın temeli Foucault’un (1988) dediği gibi kişinin kendini bilmesidir. Bu görüş aslında kültürümüzde önemli bir yeri olan Yunus Emre’nin “ilim, ilim bilmektir; ilim kendini bilmektir” sözü ile yüzyıllardır Anadolu’da zaten aşına olunan bir kavramdır. Hem iş ve hem de bireysel yaşamda ilim, yani öğrenme ve akademik bilgi aslında kişinin kendini bilmesiyle yani kişinin tanıma, anlama, yorumlama ve sezilerindeki yetenekleri ile tamamlanmaktadır. Öte yandan Goleman’a (2000) göre duygusal zekânın asıl amacı duyguları bastırma ve “cazibe ve etkileme” için yönlendirmek değil bilgi ile duyguları eşgüdümlü hale getirerek bir denge oluşturmaktır.

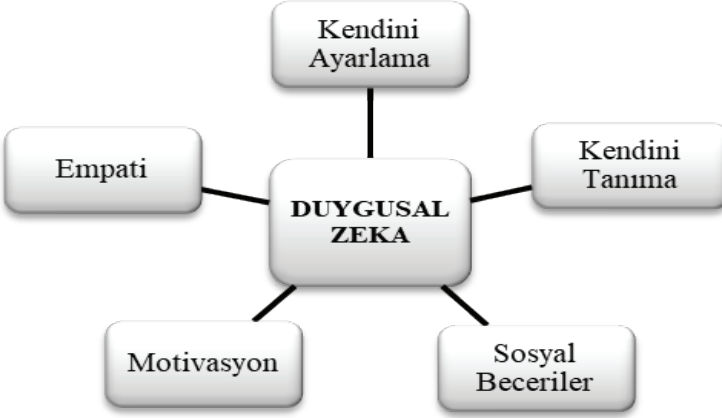
İş yaşamı açısından bakıldığında duygusal zekâ işgörenle örgütü entegre eden ve kartezyen mantık açısından sembiyotik ilişki yaratmaktadır. Zira duygusal zekâ yüksek işgörenler örgütsel hedefler ile kendi hedeflerini paralel hale getirmekte, iş ve süreçlerde kontrolü kaybetmemekte, mantıklı

20 David Rosete and Joseph Ciarrochi. Emotional intelligence and its relationship to workplace performance outcomes of leadership effectiveness, **Leadership & Organization Development Journal**, Vol 26, No 5, pp. 388-399, 2005, p. 392-395.

21 Christina Arfara and Irene Samanta. “The impact of emotional intelligence on improving team-working: the case of Public Sector (National Centre for Public Administration and Local Government - N.C.P.A.L.G.)”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, No 230, pp. 167-175, 2016, p. 169.

yargılar geliştirmekte, sorunlara çözüm odaklı yaklaşmaktadır. Bu durum örgütsel alana çekildiğinde; rekabet, kriz, baskı, amaçlara ulaşma, süreç yönetme vb. unsurlarda duygusal zekâsı yüksek işgörenlerin yer aldığı örgütlerin daha istikrarlı ve sürdürülebilir başarılar elde edebileceği söylenebilir. Dolayısı ile iş dünyasında duygusal zekâ; işgörenlerden örgüte doğru endüktif bir yansıma şeklinde etkili olmaktadır. Şu hâlde bilgi; duygusal bir farkındalık varsa değerlidir ve bu farkındalığın oluşabilmesi için Şekil 1’de gösterilen duygusal zekâ bileşenlerinin birbirini tamamlar nitelikte ve bir arada olması gerekmektedir.

Şekil 1. Duygusal Zekânın Bileşenleri



Kaynak: Bhavana Arora. *Importance of Emotional Intelligence in The Workplace, International Journal of Engineering and Applied Sciences (IJEAS), Vol. 4, No 4, ss. 43-45, 2017, ss. 44'ten uyarlanmıştır.*

Kendini Tanıma: Duygusal zekâyâ katkıda bulunan en temel beceri, duygusal ifadeleri doğru tanıma yeteneğidir. Bireylerin kendilerini ve duygularını tanıyabilmesi, kendi istedikleri doğrultuda tercih yapabilmesi, iş ortamında, topluluk içinde ve sosyal yaşamda yetkinliklerinin farkındalığı ile eylemleri belirleyicidir. Bu noktada kişinin, kendini tanıması ve duygularının farkında olması yani kendini bilmesi en önemli husustur. Zira duyguları anlayabilme ve birbirinden doğru şekilde ayırt edebilme yeteneğinden yoksun olmak, diğer yetenekleri faydasız kılar.^{22 23}

Kendini Ayarlama; Kişilerin, iş ve sosyal çevresinde düşünlerini, duygularını, dürtülerini, ruh hallerini kontrol etmek veya yeniden yönlendirmek süratıyla eylemlerine yön verme ve seçimler yapma yeteneğidir. Ancak bu noktada duyguların bastırılması veya ötelenmesi değil süreç ve ortam koşullarına uygun olarak dengelenmesi söz konusudur. Özdenetim olarak da ifade edilebilen bu unsur ile duygular, yapılan işi

22 Bhavana Arora. "Importance of Emotional Intelligence In The Workplace", **International Journal of Engineering and Applied Sciences (IJEAS)**, Vol. 4, No 4, pp. 43-45, 2017, p. 44.

23 Goleman, a.g.e., s. 393-394.

engellemek yerine kolaylaştırmak ve bir zemin oluşturmak için denge ve uyumun sağlanmasıdır.²⁴

Sosyal Beceriler; Sosyal beceri, kişinin başkalarının desteğine ihtiyaç duymadan kendi problemleriyle baş edebilme, kendi duygularının iş birliği kurmasına engel olmasını engelleyebilme ve gerekli davranışlarla çatışmayı yönetebilme becerisine sahip olmasını ifade etmektedir. Bireyin sosyal becerileri geliştiğinde çevresiyle daha etkili iletişim kurabilecek, tepki ve düşüncelerini daha iyi algılayabilecektir. Sosyal ilişki ve iletişimin doğru şekilde gerçekleşebilmesi öz denetim ve empati kavramlarını içinde barındırmaktadır. Böylece sağlıklı bir iletişim kurularak kontrol etme ve yönlendirme sağlanabilecek sorunların üstesinden gelinebilecektir.²⁵

Motivasyon; Duygusal zekânın motivasyon bileşeni içsel nitelikte olup parasal veya statünün motivatörlerin ötesine geçen bir çalışma ve özveri tutkusudur. Olumlu eylemde bulunmak üzere duygulardan yararlanma ve önemli güçlükler karşısında bile kararlı bir şekilde hedeflerin peşinden gitme becerisidir. Duygusal zekâları yüksek olanlar, kendilerini ve çevrelerini motive ederler. Bu da onları daha iyi öğrenenler, kendinden emin, iyimser, yaratıcı, esnek, mutlu ve başarılı kılar. Stres ve baskı ile karşılaştıklarında ise dirençli, iyimser ve içsel bir güçle mücadele edebilirler.²⁶

Empati; Başkalarının duygusal durumunu etkili ve doğru bir şekilde tanıma yeteneğidir. Ancak empati, mutlaka karşı tarafla bir uzlaşma veya mutabakat sağlama anlamına da gelmez. Empatide iletişim, problem çözme, güven geliştirme ve durumu analiz etme süreçlerinde ortak duygusal anlayış ve bakış açısını karşı tarafa göre geliştirme söz konusudur. Başkalarını duyguları anlaşılabilir olduğunda kişinin sürece katılımı, liderlik etmesi, yönetebilmesi ve paylaşımında bulunabilmesi kolay hale gelebilmektedir. Empatinin en önemli fonksiyonu karşı tarafın kendi duygularına dayanarak geliştirdiği önyargı gibi engelleyicilerin ortadan kaldırılmasıdır.²⁷

4. Duygusal Zekânın İş Yaşamındaki Önemi ve Etkileri

İş yaşamında etkili çözümler ortaya koyabilmenin anahtarının bilgi, deneyim ve eğitim süreçlerinde elde edilen kazanımınla bağlı olduğu

24 Paola Magnano, Giuseppe Craparo and Anna Paolillo. "Resilience And Emotional Intelligence: Which Role in Achievement Motivation", **International Journal of Psychological Research**, Vol 9, No 1, pp. 9-10, 2016, p. 11-12.

25 Aslı Özdemir-Yüksek ve Ali Özdemir. "Duygusal Zeka ve Çatışma Yönetimi Stratejileri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Üniversitede Çalışan Akademik ve İdari Personel Üzerine Uygulama", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 18, ss. 393-410, 2007, s. 395-396.

26 Arora, **a.g.m.**, s.44

27 Selen Doğan ve Özge Demiral, "Kurumların Başarısında Duygusal Zekanın Rolü ve Önemi", **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, Cilt 14, Sayı 1, ss. 209-230, 2007, s. 216.

yönünde güçlü bir anlayış söz konusudur.²⁸ Goleman'a (1995) göre akademik zekâ temelli bilişsel yetenek ve bilginin yaşam başarısına katkısı %20'lerde iken duygusal zekânın yaşam başarısına katkısı %80'lerdedir.²⁹ Nitekim akademik zekâ iş yaşamında temel veya başlangıç noktası iken duygusal zekâ performans, kariyer ve başarı için devamlılığı temin etmektedir.³⁰

Günümüz işletmeleri duygusal zekâyı, özellikle işgören gelişimi performansı ve üretkenliği üzerindeki önemli etkisi nedeniyle önemli bir beceri olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte işletmeler, akademik kimlik bilgileri ve iş deneyimini başlangıç için bir öncül olarak kabuk ederken duygusal zekâyı ise sürekliliğin sağlanmasında aslı unsur olarak görmektedir. Bunun da temel nedeni işletmelerin performanslarında çalışanların duygusal zekâ yeteneklerinin belirleyici olmasıdır.³¹ Nitekim Dünya Ekonomik Forumu (2016) çalışmalarında işletmelerin başarısında etkili olan ve işgörenlerde aranan 10 temel yeteneği belirlemiş ve bunlar arasında duygusal zekâ odaklı yetenekler önemli bir çoğunluğa sahiptir.³²

- Karmaşık problem çözme yeteneği
- Eleştirel düşünme yeteneği
- Yaratıcılık ve inovasyon yeteneği
- İnsan ilişkileri yönetimi yeteneği
- Başkalarıyla koordine etme yeteneği
- Duygusal zekâ yeteneği
- Karar verme yeteneği
- Servis/hizmet oryantasyonu yeteneği
- Müzakere yeteneği
- Bilişsel esneklik yeteneği

İşletmelerde her geçen gün önem kazanan duygusal zekânın iç girişimcilikten motivasyona, yöneticilerden alt kademe işgörelere kadar yansması söz konusudur. Küresel çapta araştırmalar yapan ABD merkezli Capgemini Araştırma Enstitüsü (Capgemini Research Institute) tarafından

28 Pablo Fernández-Berrocal and Natalio Extremera. "Emotional Intelligence: A Theoretical and Empirical Review of Its First 15 Years Of History", **Psicothema**, Vol. 18, pp. 7-12, 2006, s. 11.

29 Daniel Goleman, **Emotional Intelligence**, Bantam Books, New York, 1995.

30 Doğan ve Demiral, **a.g.m.**, s. 213

31 Gadaf Rexhepi and Besar Berisha. "The Effects of Emotional Intelligence in Employees Performance", **International Journal of Business and Globalization**, Vol 18, No 4, pp. 467-479, 2017, p. 472-473.

32 Forbes. **The Skills You Need To Succeed In 2020**, (06.08.2018), <https://www.forbes.com/sites/elleivate/2018/08/06/the-skills-you-need-to-succeed-in-2020/?sh=351fd4e2288a>, E.T. 27.01.2021

2019 yılında büyük ölçekli işletmelerde 750 yönetici ile yapılan Duygusal Zekâ Araştırması sonuçlarına göre gelecek beş yıl içerisinde duygusal zekâ “sahip olunması gereken” beceriler arasında ilk sırada yer almıştır. Nitekim araştırmaya katılan yöneticilerin %74’ü hem çalışanların hem de yöneticilerin duygusal zekâyâ sahip olması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca Hindistan, Çin ve ABD’deki yöneticilerin %80’inden fazlası, her ne kadar, otomasyon ve yapay zekada çok önemli gelişmeler olsa da duygusal zekâ becerileri “olmazsa olmaz”dır. Endüstri 4.0’da öncü olan Almanya’da bile katılımcılar duygusal zekâyı yine “olmazsa olmaz” olarak ifade etmişlerdir (%53). Çinli ve Hintli katılımcılara göre (%70) duygusal zekâ geleceğin en önemli İK unsuru olacaktır. Six Seconds araştırma kurumu/vakfı tarafından yapılan bir araştırmaya göre ise Asya ülkelerinin duygusal olarak Avrupa ülkelerinden daha zeki tespit edilmiş, özellikle Asya Pasifik Bölgesi ile Kuzey Amerika ülkelerinin duygusal zekâları Avrupa’ya göre çok yüksek bulunmuştur.³³

McKinsey Global Enstitü (McKinsey Global Institute) (2018), Banka ve sigorta, enerji ve madencilik, sağlık hizmetleri, üretim ve imalat, perakende olmak üzere belirlediği beş ana sektördeki işletmeler için 2030 yılına kadar temel becerileri 1 ile 7 arasında derecelenerek Tablo 2’deki gibi göstermiştir.

*Tablo 2. Mckinsey’in Sektörlere Göre İşgücü Becerileri Skalası**

	Banka ve Sigorta	Enerji ve Madencilik	Sağlık Hizmetleri	Üretim ve İmalat	Perakende ve Mağazacılık
Fiziksel ve el becerisi	2	1	3	1	2
Temel bilişsel beceriler	1	2	3	1	2
Daha yüksek bilişsel beceriler	3	3	3	3	3
Sosyal ve duygusal beceriler	6	4	6	4	7
Teknolojik beceriler	4	4	7	6	7

* 1 (en düşük) - 7 (en yüksek)

Kaynak: McKinsey Global Institute (MGI), *Skill Shift, Automation and the Future of the Workforce*, 2018, ss. 20’den uyarlanmıştır.

Tablo 2’de yer alan beş sektörün tamamında 2030 yılına kadar sosyal ve duygusal beceriler artan talepte olacakken, temel bilişsel becerilere olan ihtiyaç bankacılık ve imalatta azalacak, ancak sağlık hizmetlerinde düz/

33 Capgemini Research Institute, **Emotional Intelligence– The Essential Skillset For The Age of AI**, (2019) <https://www.capgemini.com/gb-en/wp-content/uploads/sites/3/2019/10/Digital-Report—Emotional-Intelligence.pdf>, E.T. 17.01.2021

yatay kalacaktır. Genel olarak, verilen becerilerin aralığı sektörden sektöre göre değişmekle birlikte, otomasyon ve yapay zekânın benimsenmesi işyerini dönüştürdüğü için tüm sektörlerdeki çalışanların gelecekte daha bilişsel bakımdan uyumlu hale gelmesi gerekecektir. Duygusal zekâ ise sanıldığı gibi aksine otomasyon ve endüstri 4.0 gibi gelişmeler karşısında gerileme göstermeyecektir. Çünkü duygusal zekâ işletmelerin dönüşme, uyum sağlama ve bu uyumu da rekabetçi olarak sürdürme konusunda gelecekte çok daha fazla ihtiyaç duyulan bir yetenek olacaktır.^{34 35}

Duygusal zekâ iletişim kalitesini artırmaktadır. Duygusal zekâ, iş dünyasında büyük önem taşıyan sözsüz iletişimi güçlendirdiğinden iletişimden kalite ve etkinliğini artırmaktadır. Örneğin yüz yüze süreçlerin önemli olduğu hizmet sektöründe duygusal zekâ en üst seviyede bir iletişim aracı olmaktadır. Bununla birlikte işgörenlerin yöneticileriyle olan ilişkilerinde, şirket toplantılarında, süreç yönetiminde vb. alanlarda duygusal zekâ temel çıkış noktası olmaktadır. Duygusal zekâdan yoksun her durum ve süreçte yanlış anlama ve çatışma potansiyel bir tehdittir.³⁶ Duygusal zekâ önemli bir motivasyon aracıdır. Motivasyon sürecinde dışsal desteğe ihtiyaç söz konusu olduğunda, duygusal zekâ tabanlı araçlar takdir ve ödüllendirme araçlarına göre çok daha etkili olmaktadır.³⁷ Duygusal zekâ ve motivasyon arasındaki ilişkinin bir diğer boyutu işgörenlerin kuşak özelliklerine göre değişim gösterebilmektedir. Örneğin günümüz Y kuşağı çalışanlar için parasal ödüllere göre duygusal zekâyı dayalı (takdir, iletişim, müşterek çaba, iletişim vb.) faktörler çok daha etkili motivatörlerdir.^{38 39}

Duygusal zekâ, işgörenler için olduğu kadar yöneticinin de kişisel gelişimi ve liderlik nitelikleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Yöneticilerin duygusal zekâ davranışı göstermesinin temel çıktısı kendini izleyenlere daha etkili rehberlik edebilmesi ve yüksek verimliliktir. Ayrıca olumlu ilişkiler kurma, empatik iletişim, sinerjiyi oluşturma ve çalışanların duygusal bağlılığını kazanma konularında da duygusal zekânın katkıları söz

34 McKinsey Global Institute (MGI), **Skill Shift, Automation and the Future of the Workforce**, 2018, p. 20-29.

35 Institute for Health and Human Potential, **Emotional Intelligence The Essential Skill of the Future Workplace**, IHHP Research 2019.

36 Dawn R. Deeter-Schmelz and Jane Z. Sojka. "Developing Effective Salesperson: Exploring The Link Between Emotional Intelligence and Sales Performance", **International Journal of Organizational Analysis**, 11(3), pp. 211-220, 2003, p. 214-215.

37 Carina Dijk and Joshua Freedman. "Differentiating Emotional Intelligence in Leadership", **Journal of Leadership Studies**, 1(2), pp. 8-20, 2007, p. 17.

38 Yüksekbilgili Zeki, "Türk Tipi Y Kuşağı", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 12 Sayı 45, ss.342-353, 2013, s. 343-345

39 Millward Brown. **Y Kuşağı Araştırması Türkiye Bulguları Ocak 2014**, Deloitte Eğitim Vakfı, <http://www.deloitteegitimvakfi.org.tr/UserFiles/Documents/Deloitte%20Millennials%20Turkey%20Report%2017.01.14.pdf>, E.T. 15.12.2020.

konusudur.⁴⁰ Yönetimde duygusal zekânın iki boyutundan söz edilebilir. Birincisi ekip/takım duygusal zekâsı ve ikincisi de normatif duygusal zekâdır. Takım duygusal zekâsı, grup içi iletişim, etkileşim ve beraber çalışmayı ifade etmektedir. Normatif duygusal zekâ ise belli olay, gelişme, süreç ve durumlar karşısında gösterilecek duygusal zekâ eylemlerini ifade etmektedir. Örneğin üyeler arasında kurulan iletişim yapısı ve niteliği takım duygusal zekâsı iken gösterilen tepkilerin benzerliği normatif duygusal zekâdır.⁴¹ Yapılan açıklama ve yorumlardan yola çıkarak yüksek ve düşük duygusal zekâ arasındaki farkları Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Yüksek ve Düşük Duygusal Zekâ Arasındaki Farklar

	Yüksek Duygusal Zekâ	Düşük Duygusal Zekâ
İyimserlik	Olayların iyi taraftan algılanması, olumlu beklentilere odaklanmak.	Kötümser bakış, riskten kaçınma ve yeni fırsatları yakalama olasılığının düşük olması.
Mutluluk	İyi bir ruh hali, olumlu duygular.	Çoğu şeye olumsuz bir bakış, hayal kırıklığı ve yaşamdan tatminsizlik eğilimi.
Güven	Kendinin ve başarılarına olumlu bir bakış. Sağlıklı ve güvenli ilişkiler, yaşamdan memnuniyet.	Düşük benlik saygısı, çok yüksek hissetmeme eğilimi.
Duyguların ifadesi	Duyguları başkalarına aktarmada doğruluk, netlik ve akıcılık.	Duyguları ifade etme sorunu, duyguları ifade edememe, güven eksikliği ve düşük sosyal girişkenlik.
Duyguların algılanması	Kişinin kendi duygularının farkında olması ve başkalarının duygularını çözmesi.	Kişinin kendi duygularından kaynaklanan kafa karışıklığı ve başkalarının duygularını çözmenin imkansızlığı.
İlişkiler	Kişisel ilişkileri tatmin etmek, başkalarını dikkatlice dinlemek.	İlişki sorunları, başkalarına karşı kötü ve yetersiz davranış.
Empati	Başkalarının görüşlerini dikkate alarak konuşma ve müzakerelerde beceri kazanmak.	Başkalarının fikirlerinin zor kabulü, kendi kendine yeterlilik görünümü, tartışma eğilimi.
Girişkenlik	Açıklık, dürüstlük, liderlik özellikleri göstermek.	Hayır demenin imkansızlığı, sık sık geri çekilme, başkalarının görüşlerini tercih etme, liderin değil takımın bir parçası olma.
Duyguların yönetimi	Başkalarının duygularını yönetmek ve etkilemek ve teşvik etmek.	Başkalarının duygularını etkilemenin imkansızlığı, başkalarının duygusal ifadelerinden korkma.

40 Hassan Jorfi, at. all. “Relationships among Strategic Management, Strategic Behaviors, Emotional Intelligence, IT-business Strategic Alignment, Motivation, and Communication Effectiveness”, **International Journal of Business and Management**, Vol 6, No 9, ss. 30-37, 2011, s. 32.

41 Arfara ve Zamanta, **a.g.m.**, s. 169-170

Sosyal farkındalık	Sosyal beceri ve duyarlılık, müzakerede başarı, iyi bir arabuluculuk, kendi duygularını kontrol.	Sınırlı sosyal beceriler, toplumda endişe, küçük bir sosyal çevre.
Duyguların düzenlenmesi	Kendi duygularının kontrolü, zihinsel istikrar ve düzenlilik	Duygusal saldırılar, huysuzluk, sinirlilik.
Düşük dürtüsellik	Karar vermeden önce düşünme ve analiz etme.	Düşük öz denetim, içgüdüsel karar verme, sık sık fikir değişikliği.
Stres Yönetimi	Stres yönetimi ve duygu düzenleme.	Zorlu projeleri reddederek, yüklerden ve stresten kaçınmak.
Uyarlanabilirlik	Uyarlanabilirlik, esneklik, değişimden gelen motivasyon.	Değişme esnekliği, düşünce ve fikirlerin değişmezliği.
Kendini motive etme	Kaliteli çalışma, kararlılık, azim, iç motivasyon.	Teşvik ve cesaretlendirme ihtiyacı, sürekli ödüller, düşük azim seviyeleri.

Kaynak: *Martina Minárová, Denisa Malá and Filip Smutný. "Emotional Intelligence of Managers in Family Businesses in Slovakia", MDPI Administrative Sciences, Vol 10, No 4, ss. 1-15, 2020, s. 5.*

Tablo 3’de verilen yüksek ve düşük zekâ boyutlarının örgütsel etkinlik ve performans üzerindeki etkileri örgütün yapısı ve bulunduğu sektöre göre değişkenlik göstermektedir. Beşeri Sermaye Enstitüsü’ne (Human Capital Institute, 2013) göre genel olarak hem iş görenler hem de yöneticiler/liderler düzeyinde duygusal zekâyı geliştirmeye yönelik yapılan eğitim çalışmaları ve programlara önem verilmesi halinde gelir artışı elde edildiği tespit edilmiştir. Örneğin duygusal zekâyı sahip liderlerin/yöneticilerin gelişimine yatırım yapılması ile işletmelerin mali performansı arasında güçlü ve pozitif bir ilişki söz konusudur. Örneğin duygusal zekâ temelli lider/yönetici geliştirme programlarına önem veren işletmelerin gelirlerinde bir önceki yıla göre düşük duygusal zekâ seviyesinde yaklaşık %5, yüksek duygusal zekâ seviyesinde ise yaklaşık %30 oranında artış olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan işletme genelinde tüm iş görenleri kapsayacak şekilde mevcut eğitim ve geliştirme bütçelerinde bu tür programlar için fazladan %30’luk kaynak tahsis edilmesi durumunda işletmenin genel gelir düzeyinde %12 oranında bir artış elde edilebilmektedir.⁴²

Örgütsel bağlamda duygusal zekâ kavramının birçok araştırmaya konu olmasından sonra bu kavramın kurum kültürüne olumlu katkısı anlaşılmış ve kurumsal duygusal zekanın kavramının önemi ortaya çıkmıştır. Kurumsal duygusal zekâ genel olarak çalışanların duygularının kuruma katkı sağladığı bir kavram olarak tanımlanabilir. Bu zekaya sahip çalışanların kurum içerisinde daha verimli ve etkin olduğunu söylemek mümkündür.

⁴² Human Capital Institute, **Leadership and Emotional Intelligence: The Keys to Driving ROI and Organizational Performance**, 2013, s. 7, https://eqdevgroup.com/wp-content/uploads/2016/02/Leadership-EI_The-Keys-to-Driving-ROI-and-Org-Perf.pdf, E. T. 21.01.2021

Kurum kültürünün oluşması yönünde daha etkin oldukları ve bu kurum kültürünün sürdürülebilirliğini sağladığı da yapılan çalışmalarda elde edilen bulgular arasındadır.⁴³ Organizasyonlara bakıldığında kurumsal duygusal zekâya sahip olanların daha rekabetçi, etkili ve yüksek performansa sahip bir yapıda olduklarını söylemek mümkündür. Ayrıca duygusal zekâya sahip organizasyonlar, duyguların kendi nabızlarının önemli bir göstergesi olduğunu kabul etmekte, yapıcı eleştirinin kullanıldığı açıklık ve şeffaflığın norm kabul edildiği bir kültürü desteklemektedir.⁴⁴ Bu kültürü benimseyen organizasyon yapıları incelendiğinde, esneklik, farklılıklara açık olma, diyalog yönetimi, iki yönlü iletişim, güven, bağlılık, sosyal sorumluluk anlayışı ve çevreye duyarlılık gibi değerlerin ön plana çıkarıldığı görülmektedir.⁴⁵ Duygusal zekâsı yüksek kurumların özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür:^{46 47}

- Duygusal zekâsı yüksek kurumlarda insan merkezi konumdadır ve örgütsel başarı için en değerli kaynaktır.
- Duygusal zekâsı yüksek kurumlarda değişimin gerçekleştirilmesi, değişime uyum sağlanması ve değişimin sürdürülmesinde öncelik insandır.
- Duygusal zekâsı yüksek kurumlarda iş gören ve yöneticilerin yetkinlikleri, akıl ve ruh doyumlarına önem verilmektedir.
- Duygusal zekâsı yüksek kurumlarda, katılım, yeni fikirler, örgütsel uyum, tepkiler ve süreçlerde; işgörenlerin duygularına önem verilir ve onların kendisini iyi hissetmesi sağlanmaya çalışılır.
- Duygusal zekâsı yüksek kurumlarda insan faktörü değişim sürecinin ayrılmaz bir parçası olduğundan, değişimin daha hızlı olacağına ve daha iyi sonuçlar getireceğine inanılmaktadır.
- Duygusal zekâsı yüksek kurumlarda geleceğe yatırım için işgörenlerin eğitimi ve gelişimi için kaynak tahsis edilmesi gerektiğine inanılmaktadır ve bu bir israf olarak görülmemektedir.

5. Duyusal Zekâ Modelleri

Bilişsel zekâ konularında yaptıkları çalışmalarla Thorndike, Wechsler ve Gardner gibi araştırma ve kuramcılar duygusal zekâ kavramının gelişimine öncülük eden Mayer ve Salovey, Bar-on ve Goleman gibi üç önemli kuramcının yolunu açmışlardır. Bu kuramcılarının yaklaşımları arasındaki

43 Human Capital Institute, **a.g.e.**, s. 8-10

44 Minárová, Malá ve Smutný, **a.g.m.**, s. 5-7.

45 Gaye Özdemir Yaylacı. **Kariyer Yaşamında Duygusal Zeka ve İletişim Yeteneği**, Hayat Yayınları, İstanbul, 2006, s. 132.

46 Selen Doğan ve Faruk Şahin. "Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi Ve Örgütler İçin Önemi Kavramsal Bir Bakış", **Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 16, Sayı 1, ss.231-252, 2007, s. 245-247.

47 McKinsey Global Institute, **a.g.e.** s. 20-29

farklılıkların ortaya konulmasında ise Cobb ve Mayer'in (2000) ölçek geliştirme çalışmaları önem arz etmektedir.⁴⁸ Duygusal zekanın kavramsallaştırmasındaki tüm kuramlar ve modeller literatürde genellikle; (1) özellik yaklaşımı, (2) yetenek yaklaşımı ve (3) karma yaklaşım olmak üzere üç ana grupta sınıflandırılmaktadır.

5.1. Mayer ve Salovey'in Duygusal Zekâ Modeli

Bir terim olarak "duygusal zekâ" yı ilk kez olarak Peter Salovey ve John Mayer 1990 yılında kullanmışlardır. Kuramcılar Gardner'in (1983) çoklu zekâ kuramından yola çıkarak Yeteneğe Dayalı Duygusal Zekâ Modelini kavramsallaştırmışlardır. Modellerinde kişinin kendi duygularını tanıması, kendi duygularını yönetmesi, kendi kendini motive etmesi, başkalarının duygularını tanıması ve başkalarıyla ilişkileri yönetmesi unsurlarından yola çıkarak Tablo 4'de gösterildiği gibi boyutlandırılmıştır.

Tablo 4. Mayer ve Salovey'in Duygusal Zekâ Modeli

Boyut	Kapsam	Yetenek
Algılama	Duyguları Algılama, Değerlendirme ve İfade Etme	Bireylerin kendileri ve diğer bireylerin duygularını anlayabilmesi, ifade edebilmesi ve farklı duygusal belirtileri ayırt etme yetkinliklerini içermektedir.
Kullanma	Duyguların bir amaç için kullanımı ve ileri sürülmesi	Bireylerin sosyal ilişkilerinde düşüncelerinin ve davranışlarının oluşmasında duygularının etkinlikle kullanılabilmesi yetkinliklerini içermektedir.
Anlama	Duyguyu Anlamak ve Analiz Etmek	Bireylerin duyguları doğru değerlendirme, duygular arasındaki etkileşimi tanımlayabilme, anlayabilme, karışık duyguları yorumlayabilme ve duygular arasındaki geçişleri kavrayabilme yetkinliklerini içermektedir.
Yönetme	Duyguyu Yönetme ve Düzenleme	Bireylerin olumlu ve olumsuz duygulara açık olması, bu duygularını farkını bilme, olumsuzlukların etkisini azaltabilme, olumlulukların etkisini artırma ile kendisi ve diğer bireylerin duygularını yönetebilme yetkinliklerini içermektedir.

Kaynak: Selen Doğan ve Faruk Şahin. "Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış", Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı 1, ss. 231-252, 2007, s. 239.

Mayer ve Salovey'in Modeli, duyguları işlemede tamamen bilişsel yeteneğe odaklandığı ve yapılan ölçümlerle de bilimsel olarak kanıtlandığı için etkili bir modeldir. Ayrıca Mayer ve Salovey (1997), duygusal zekânın yetenek temelli olduğunu, yaşa ve eğitime göre bir özellik (zamanla tutarlı davranış) olmadığını savunmuşlardır. Diğer yandan Cherniss ve Goleman (2010), duygusal zekânın ortak tanımını ortaya koyduğundan içsel ve dışsal unsurları kapsadığından duygusal zekâ için en iyi modelin yetenek modeli olduğunu ileri sürmüşlerdir.⁴⁹

48 Casey D. Cobb and John D. Mayer. "Emotional Intelligence: What The Research Says", **Educational Leadership**, No 58, pp. 14-18, 2000, p. 15-17.

49 Gary Cherniss, Melissa Extejn, Daniel Goleman and Roger Weissberg. "Emotional Intelligence: What Does The Research Really Indicate?", **Educational Psychologist**, 41(4), pp. 239-245.

5.2. Bar-On'un Modeli (EQ)

Bar-On'un (1997), Emotional Quotient (EQ) yani “Duygusal Bölüm” olarak ifade ettiği duygusal zekâ modeli karma bir yapıya sahip olup kişinin bilişsel yetenek, kişilik özellikler, sağlık ve esenlik yönlerini içeren bir settir. Modelin boyutları ise kişisel yetenekleri, sosyal yetenekleri ve duygusal yeteneklerini kapsamaktadır. Model hem unsurları hem de boyutları bakımından oldukça ve kapsayıcı olduğundan aynı zamanda duygusal zekâ konusunda verilen tanımlarda da sıkça yer verilmektedir. Bar-On'a (2006) göre duygusal zekadan söz edilebilmesi için kişide şunlar aranmalıdır;⁵⁰

- Duyguları ve hisleri anlama, ifade etme, fark etme ve kontrol etme yeteneği,
- Çevredeki diğer insanların duygu durumlarını anlayabilme ve yorumlama yeteneği
- Duygularla örüntülü ilişkilerde kişiler arasında iletişim ve sorunları yönetebilme, uyum sağlama ve değiştirebilme yeteneği,
- Kendini motive edebilme, olay veya gelişmeye bağlı kalma, kendisi ve çevresi için olumlu etkiler oluşturabilme yeteneğidir.

Bar-On'un EQ'sunda duygusal zekâ yaklaşımı; kişinin çevresel talepler ve baskılarla başa çıkmada başarılı olma yeteneğini etkileyen bir dizi bilişsel olmayan yetenek, yeterlilik ve becerilerden meydana gelmektedir. O'na göre duygusal zekâ performansı ve başarısı potansiyelle ilgilidir ve sonuç odaklı değil daha çok süreç odaklıdır. Bu süreçte ise; duygusal öz farkındalık, girişkenlik, öz saygı, kendini gerçekleştirme, bağımsızlık, empati, kişilerarası ilişki, sosyal sorumluluk, problem çözme, gerçeklik testi, esneklik, stres toleransı, dürtü kontrolü, mutluluk ve iyimserlik gibi bir dizi alan olduğunu ifade etmektedir.⁵¹ Bar-On, kişinin yaşamında bilişsel ve duygusal zekalardan hangisinin öne çıktığı veya hangisinin ağırlıkta olduğu konusunda ise öncelikle yetersiz veya zayıf duygusal zekaya sahip olan insanların duygusal sorunlar yaşayabileceğini ve başarısız olabileceğini belirtmiş ve daha sonra duygusal zeka ile bilişsel zekanın bir kişinin genel zekasına eşit derecede katkıda bulunduğunu ve bunun da kişinin hayatındaki potansiyel başarıyı gösterdiğini belirtmiştir.⁵²

5.3. Goleman'ın Duygusal Zekâ Modeli

Goleman'n (1995) “Duygusal Zekâ: Neden IQ'dan Daha Önemlidir” (Why It Can Matter More Than IQ) adlı kitabıyla “Duygusal Zekâ” kavramını popülerleşmesine öncülük etmiştir. Yukarıda da verildiği üzere Goleman (1995:1998:2000) duygusal zekâyı kendini motive etme ve hayal

50 Reuven Bar-On. “The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI)”, *Psicothema* Vol. 18, pp. 13-25, 2006, p. 14.

51 Bar-On, *a.g.m.*, s. 14-16

52 Bar-On, *a.g.m.*, s. 14-16

kırıklıkları karşısında hayatta kalabilme; dürtüyü kontrol etme ve hazza geciktirme, kişinin ruh halini yönetme ve stresten uzak kalma; duygudaşlık kurma kendini motive/umut etme gibi yetenekler olarak tanımlamıştır. Goleman'ın modeli, duygusal zekanın dört ana yapısını özetlemektedir.⁵³

- Birincisi, öz farkındalık olup kararları yönetmek içgüdüsel duyguları kullanırken kişinin duygularını tanımlama ve etkilerini fark etme yeteneğidir.
- İkincisi özyönetim olup, kişinin duygularını ve dürtülerini kontrol etmeyi ve değişen koşullara uyum sağlamayı içermektedir.
- Üçüncüsü sosyal farkındalık olup sosyal ağları kavrarken başkalarının duygularını algılama, anlama ve bunlara tepki verme yeteneğinden oluşmaktadır.
- Dördüncüsü ise ilişki yönetimi olup, çatışmayı yönetirken başkalarına ilham verme, onları etkileme ve geliştirme becerisini içermektedir.

Model, her bir duygusal zekâ yapısında bir dizi duygusal yetkinliğe dayanmaktadır. Goleman, duygusal zekâ yetkinliklerin pek çoğunun doğuştan gelen yetenekler olmadığını, daha çok üstün performans elde etmek için üzerinde çalışılması ve geliştirilmesi gereken öğrenilmiş yetenekler olduğunu ileri sürmektedir. Tablo 5'te Goleman'ın duygusal zekâ kavramsal modelini ve buna karşılık gelen duygusal yeterlilikleri gösterilmiştir.

Tablo 5. Goleman'ın Duygusal Zekâ Yetkinlikleri

	KİŞİNİN KENDİSİ (Kişisel Yeterlikler)	DİĞERLERİ (Sosyal Yeterlikler)
TANIMA	Kişinin Kendi Duygularının Farkında Olması	Kişinin Sosyal Farkındalığının Olması
	- Duygusal farkındalık - Doğru özdeğerlendirme - Özgüven	- Empati - Hizmet odaklılık - Organizasyonel farkındalık
YÖNLENDİRME	Kişinin Kendini Yönetmesi	İlişki Yönetimi
	- Kendini Kontrol etme - Güvenilirlik - Dürüstlük - Uyumluluk - Girişkenlik - Başarı odaklılık	-Başkalarını Geliştirme -Etkileme Yeteneği -İletişim ve Çatışma Yönetimi -Liderlik ve Değişimi Kolaylaştırma -Bağ Kurma -Takım çalışması ve İş birliği

Kaynak: Sandhya Mehta and Namrata Singh. "A Review Paper On Emotional Intelligence: Models And Relationship With Other Constructs", *International Journal of Management & Information Technology*, Vol 4, No 3, pp. 341-352, 2013, p. 345

53 Sandhya Mehta and Namrata Singh. "A Review Paper On Emotional Intelligence: Models And Relationship With Other Constructs", *International Journal of Management & Information Technology*, Vol 4, No 3, pp. 341-352, 2013, p. 344-345.

6. Duyusal Zekânın Ölçülmesi

Duyusal zekâ, üç yaklaşımla ölçülebilmektedir. Birinci yaklaşım öz bildirim veya farkında olma durumuna göre olup duygusal zekayı içsel olarak ölçmeye yöneliktir. İkinci yaklaşım başkalarının bireyi nasıl algıladığına ilişkin bilgi verici ölçütleri içermekte olup dışsal değerlendirmelerden oluşmaktadır. Üçüncü yaklaşım ise diğer ikisine göre daha teknik olup yetenek veya performans ölçütlerinden oluşmaktadır. Bu yaklaşımların temeli ise Mayer ve Salovey'in (1997) Duyusal Zekâ Modeli'ne dayanmakta olup Mayer, Salovey ve Caruso (2000) tarafından ileri sürülmüştür.⁵⁴ Duyusal zekâ ölçümlerinde hangi yaklaşımın kullanılacağı konusunda araştırma ve problem alanlarına göre tercih yapılabilmektedir. Ayrıca duygusal zekâ konusunda ölçek ve ölçüm araçları geliştirme çabaları da devam etmektedir. Yaygın olarak kullanılan duygusal zekâ ölçüm araç ve kaynakları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Duyusal Zekâ Ölçüm Araçları

	Yaygın Olarak Kullanılan Duyusal Zekâ Ölçekleri	Açıklama	Ölçüm Modeli	Teorisyen
1	Mayer-Salovey-Caruso Duyusal Zekâ Testi (MSCEIT)	Duyusal zekanın her dalının yetenek düzeyini ölçmek için belirli görevler kullanılır.	Performansa Dayalı	Mayer and Salovey
2	Duyusal Bölüm Envanteri (EQ-i)	133 öz bildirim ögesi toplam EQ'yu ve Bar-On modelinin 5 bileşeninin her birini ölçer.	Öz Değerlendirme	Bar-On
3	Duyusal Yetkinlik Envanteri (ECI)	Duyusal zekanın bir dizi davranışsal göstergesi üzerine derecelendirme sağlayan çok boyutlu değerlendirici bir araçtır	Öz Değerlendirme ve diğer	Golemán
4	Duyusal Zekâ Değerlendirmesi (ÇED)	Goleman'ın duygusal zekanın dört bileşeninin varlığını ölçmek için 7 dakikalık bir değerlendirmedir.	Öz Değerlendirme ve diğer	Golemán
5	İş Profili Anketi - Duyusal Zekâ Sürümü (WPQei)	Etkili iş performansı için en gerekli olduğu düşünülen Goleman yetkinliklerinin 7'sini ölçer.	Öz Değerlendirme	Golemán
6	Öz Bildirim Duyusal Zekâ Testi (SREIT)	Salovey ve Mayer'in orijinal duygusal zekâ kavramının 33 maddelik bir ölçüm aracıdır.	Öz Değerlendirme	Mayer vd.

54 John Mayer, Peter Salovey and David Caruso. "Models of Emotional Intelligence" **Handbook of Intelligence**, (Ed. J.R. Sternburg), In., pp. 396-420, Cambridge University Press Cambridge, 2000.

7	Duygusal Kişisel Farkındalık Ölçeği (LEAS) Düzeyleri	Öz bildirim, fiziksel duyular, eylem eğilimleri, tekil duygular ve bu duyguların karışımları gibi duygusal zekanın hiyerarşik genellemesine dayalı bir ölçümdür.	Öz Değerlendirme	Lane and Schwartz
8	Genos Duygusal Zekâ Envanteri (Genos EI)	(Genos EI), duygusal olarak zeki iş yeri davranışının 360 derecelik bir ölçüsüdür. Bireylerin duygusal olarak zeki işyeri davranışlarını ne sıklıkla sergilediğini ölçer.	Çoklu Değerlendirme ve Öz Değerlendirme	Benjamin Palmer and Con Stough
9	Grup Duygusal Yetkinlik (GEC) Envanteri	Cihaz, GEI'nin dokuz boyutunu ölçen 57 öge içerir. GEC normları, etkili görev davranışlarına ve süreçlerine katılımı kolaylaştıran sosyal sermaye oluşturarak grup etkinliğini artırır.	Öz Değerlendirme	Vanessa Druskat and Steven Wolff
10	Özellik Duygusal Zekâ Anketi (TEIQue)	TEIQue, EI özelliğinin (aşağıda yeniden basılmıştır) örnekleme alanını kapsamlı bir şekilde kapsayan bir öz rapor envanteridir. 15 farklı yönü, 4 faktörü ve global özelliği EI ölçen 153 maddeden oluşur.	Öz Değerlendirme	K. V. Petrides
11	Çalışma Grubu Duygusal Zekâ Profili (WEIP)	WEIP6 duygusal zekanın iki boyutunu yakalar: Kendi Duygularıyla Başa Çıkma Yeteneği (Ölçek 1:18 maddeler) ve Başkalarının Duygularıyla Başa Çıkma Yeteneği (Ölçek 2:12 madde)	Öz Değerlendirme	Jordan vd.
12	Wong'un Duygusal Zekâ Ölçeği (WEIS)	WEIS iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm 20 senaryo içermektedir ve katılımcıların her senaryodaki olası tepkilerini en iyi yansıtan bir seçeneği seçmeleri istenmektedir. İkinci bölüm 20 yetenek çifti içerir ve yanıtlayıcıların güçlü yönlerini en iyi temsil eden iki yetenek türünden birini seçmeleri gerekir.	Öz Değerlendirme	Wong vd.

Kaynak: Priyam Dhani and Tanu Sharma. "Emotional Intelligence; History, Models And Measures," International Journal of Management & Information Technology, Vol 5, No 7, ss. 189-201, 2016, s. 195.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Duygusal zekâ konusunda ilk çalışmalar sosyoloji bakış açısıyla Thorndike (1920) tarafından ileri sürülen, durumlar ve etkileşimler karşısında kişilerin kendilerini ve çevrelerini anlama, algılama ve yönetme yeteneği olarak kabul edilen “sosyal zekâ” kavramıyla temellendirilmektedir. Myerson’un (1921) “duygusal, içgüdüsel ve zeki tepkiler” kuramı daha sonra MacKaye (1928), Terman and Miles (1936) ve Babcock (1940) gibi araştırmacıların çalışmaları duygusal zekâ konusuna katkılar olarak değerlendirilebilmektedir. Duygusal zekâ kavramının günümüzdeki haline gelmesinde Gardner’ın (1983) öncülüğünü yaptığı “Çoklu Zekâ Kuramı” ile Sternberg’in (1985) öncülüğünü yaptığı “Üç Aşamalı İnsan Zekâsı (Triarşik Zekâ Teorisi)” kuramlarının önemli katkıları olmuştur. Eğitim bilimlerinde çalışmalar yapan bu yazarlara göre zekâ, birden çok boyutu olan yeteneklerden meydana gelmektedir ve her bir yeteneğin de kendine has özellikleri bulunmaktadır.

Duygusal zekâ kavramını iş ve örgüt açısından ele alan 1940’lardaki Ohio Eyalet Çalışmaları ile başlamıştır. Daha sonra Hemphill (1959), Fleishman ve Harris, (1962) gibi araştırmacıların da ortaya koyduğu kuram ve önermelerle kavram içsel durumlar ve çevresel etkileşimler bağlamında yön değiştirmiş “soyut düşünebilmek” ve “duyguları anlayabilmek” ve “hissetmek” gibi iş yaşamının en önemli öğeler arasına alınmıştır. Duygusal zekâyı iş dünyasına kazandıran ve popüler hale getiren ise “Duygusal Zekâ: Neden IQ’dan Daha Önemlidir” (Why It Can Matter More Than IQ) adlı çalışmasıyla Goleman (1995) olmuştur.

Duygusal zekâyı iş yaşamında önemli hale getiren en önemli faktörlerden biri pek çok çalışmada da tespit edildiği üzere; akademik zekâ temelli bilişsel yetenek ve bilginin yaşam başarısına katkısı %20’lerde iken duygusal zekânın yaşam başarısına katkısı %80’lerde olmasıdır. Günümüz işletmeleri duygusal zekâyı, özellikle işgören gelişimi performansı ve üretkenliği üzerindeki önemli etkisi nedeniyle önemli bir beceri olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte işletmeler, akademik kimlik bilgileri ve iş deneyimini başlangıç için bir öncül olarak kabuk ederken duygusal zekâyı ise sürekliliğin sağlanmasında asli unsur olarak görmektedir. Bunun da temel nedeni işletmelerin performanslarında çalışanların duygusal zekâ yeteneklerinin belirleyici olmasıdır.

Duygusal zekâ, işgörenler için olduğu kadar yöneticinin de kişisel gelişimi ve liderlik nitelikleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Yöneticilerin duygusal zekâ davranışı göstermesinin temel çıktısı kendini izleyenlere daha etkili rehberlik edebilmesi ve yüksek verimliliklerdir. Ayrıca olumlu ilişkiler kurma, empatik iletişim, sinerjiyi oluşturma ve çalışanların duygusal bağlılığını kazanma konularında da duygusal zekânın katkıları söz

konusudur. İşletmeler için her geçen gün önem kazanan duygusal zekânın iç girişimcilikten motivasyona, yöneticilerden alt kademe işgörenlere kadar yansması söz konusudur.

Duygusal zekâyâ sahip organizasyonlar, duyguların kendi nabızlarının önemli bir göstergesi olduğunu kabul etmekte, yapıcı eleştirinin kullanıldığı açıklık ve şeffaflığın norm kabul edildiği bir kültürü desteklemektedir. Bu kültürü benimseyen organizasyon yapıları incelendiğinde, esneklik, farklılıklara açık olma, diyalog yönetimi, iki yönlü iletişim, güven, bağlılık, sosyal sorumluluk anlayışı ve çevreye duyarlılık gibi değerlerin ön plana çıkarıldığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aslı Özdemir Yüksek ve Ali Özdemir. “Duygusal Zekâ ve Çatışma Yönetimi Stratejileri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Üniversitede Çalışan Akademik ve İdari Personel Üzerine Uygulama”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 18, ss. 393-410, 2007.
- Bhavana Arora. “Importance of Emotional Intelligence In The Workplace”, International Journal of Engineering and Applied Sciences (IJEAS), Vol. 4, No 4, pp. 43-45, 2017.
- Capgemini Research Institute, Emotional Intelligence– The Essential Skillset For The Age of AI, (2019) <https://www.capgemini.com/gb-en/wp-content/uploads/sites/3/2019/10/Digital-Report---Emotional-Intelligence.pdf>, E.T. 17.01.2021
- Carina Dijk and Joshua Freedman. “Differentiating Emotional İntelligence in Leadership”, Journal of Leadership Studies, 1(2), pp, 8-20, 2007.
- Casey D. Cobb ve John D. Mayer. “Emotional Intelligence: What The Research Says”, Educational Leadership, No 58, pp. 14-18, 2000.
- Christina Arfara and Irene Samanta. “The impact of emotional intelligence on improving team-working: the case of Public Sector (National Centre for Public Administration and Local Government - N.C.P.A.L.G.)”, Procedia - Social and Behavioral Sciences, No 230, pp. 167-175, 2016.
- Daniel Goleman, Emotional Intelligence, Bantam Books, New York, 1995.
- Daniel Goleman, İşbaşında Duygusal Zekâ, Varlık Yayınları, İstanbul, 2000.
- David Bartholomew. Measuring Intelligence: Facts And Fallacies, Cambridge University Pres., USA, 2005, p. 137-138.
- David Rosete ve Joseph Ciarrochi. Emotional intelligence and its relationship to workplace performance outcomes of leadership effectiveness, Leadership & Organization Development Journal, Vol 26, No 5, pp. 388-399, 2005.
- Dawn R. Deeter-Schmelz and Jane Z. Sojka. “Developing Effective Salesperson: Exploring The Link Between Emotional Intelligence and Sales Performance”, International Journal of Organizational Analysis, 11(3), pp. 211-220, 2003.
- Emel Gürel ve Merba Tat. “Çoklu Zekâ Kuramı: Tekli Zekâ Anlayışından Çoklu Zekâ Yaklaşımına”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 3, Sayı 11, ss. 336-356, 2010.
- Erdem Dirimeşe. Din Eğitiminin Amaçları Açısından Kuran’da Duygusal Zekâ, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 2013.
- Forbes. The Skills You Need To Succeed In 2020, (06.08.2018), <https://www.forbes.com/sites/elleivate/2018/08/06/the-skills-you-need-to-succeed-in-2020/?sh=351fd4e2288a>, E.T. 27.01.2021

- Gadaf Rexhepi and Besar Berisha. “The Effects of Emotional Intelligence in Employees Performance”, *International Journal of Business and Globalization*, Vol 18, No 4, pp. 467-479, 2017.
- Gary Cherniss, Melissa Extein, Daniel Goleman ve Roger Weissberg. “Emotional Intelligence: What Does The Research Really Indicate?”, *Educational Psychologist*, 41(4), pp. 239-245.
- Gaye Özdemir Yaylacı. *Kariyer Yaşamında Duygusal Zekâ ve İletişim Yeteneği*, Hayat Yayınları, İstanbul, 2006.
- Harmon-Jones, Eddie, vd. “Attitudes Toward Emotions”, *Journal of Personality And Social Psychology*, 101(6), 1332-1350, 2011.
- Hasan Bacanlı. *Gelişim ve Öğrenme*, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2000.
- Hassan Jorfi, vd. “Relationships among Strategic Management, Strategic Behaviors, Emotional Intelligence, IT-business Strategic Alignment, Motivation, and Communication Effectiveness”, *International Journal of Business and Management*, Vol 6, No 9, pp. 30-37, 2011.
- Howard Gardner. *Çoklu Zekâ: Görüşmeler ve Makaleler*, (M. Tüzel, Çev.) Enka Okulları, İstanbul, 1996.
- Human Capital Institute, *Leadership and Emotional Intelligence: The Keys to Driving ROI and Organizational Performance*, 2013, p. 7, https://eqdevgroup.com/wp-content/uploads/2016/02/Leadership-EI_The-Keys-to-Driving-ROI-and-Org-Perf.pdf, E.T. 21.01.2021
- Institute for Health and Human Potential, *Emotional Intelligence The Essential Skill of the Future Workplace*, IHHP Research 2019.
- İbrahim Başaran. “Etkili Öğrenme ve Çoklu Zekâ Kuramı: Bir İnceleme”, *Ege Eğitim Dergisi*, Sayı 5, ss. 7-15, 2007.
- Jana Hackathorn and Brien Ashdown. “The t(ea) Test: Scripted Stories Increase Statistical Method Selection Skills”, *The Journal of Effective Teaching*, Vol 15, No 2, pp. 20-29, 2015.
- John Mayer and Peter Salovey. “The Intelligence of Emotional Intelligence”, Elsevier, Vol. 17, No 4, pp. 433-442, 1993.
- John Mayer, Peter Salovey and David Caruso. “Models of Emotional Intelligence” *Handbook of Intelligence*, (Ed. J.R. Sternburg), In., pp. 396-420, Cambridge University Press Cambridge, 2000.
- McKinsey Global Institute (MGI), *Skill Shift, Automation and the Future of the Workforce*, 2018.
- Mehmet Murat Döğüşgen, *Çocuktan Ergenliğe Duygusal Gelişim ve Özgüven*, Başak Yayınları, İstanbul, 2013.
- Millward Brown. *Y Kuşağı Araştırması Türkiye Bulguları Ocak 2014*, Deloitte Eğitim Vakfı, <http://www.deloitteegitimvakfi.org.tr/UserFiles/Documents/>

Deloitte%20Millennials%20Turkey%20Report%2017.01.14.pdf , E.T. 15.12.2020.

- Olivier Serrat. “Understanding and Developing Emotional Intelligence”, Knowledge Solutions, Asian Development Bank, No 49, 1-8, 2009.
- Pablo Fernández-Berrocal ve Natalio Extremera. “Emotional Intelligence: A Theoretical and Empirical Review of Its First 15 Years Of History”, Psicothema, Vol. 18, pp. 7-12, 2006.
- Paola Magnano, Giuseppe Craparo ve Anna Paolillo. “Resilience And Emotional Intelligence: Which Role in Achievement Motivation”, International Journal of Psychological Research, Vol 9, No 1, pp. 9-10, 2016.
- Reuven Bar-On. “The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI)”, Psicothema Vol. 18, pp. 13-25, 2006.
- Robert B. Tigner and Steven S. Tigner. “Triarchic Theories Of Intelligence: Aristotle and Sternberg”, History of Psychology, Vol 3, No 2, pp. 168-176, 2000.
- Sandhya Mehta ve Namrata Singh. “A Review Paper On Emotional Intelligence: Models And Relationship With Other Constructs”, International Journal of Management & Information Technology, Vol 4, No 3, pp. 341-352, 2013.
- Selen Doğan ve Faruk Şahin. “Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış”, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı 1, ss.231-252, 2007.
- Selen Doğan ve Özge Demiral, “Kurumların Başarısında Duygusal Zekanın Rolü ve Önemi”, Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt 14, Sayı 1, ss. 209-230, 2007.
- Türkiye Zekâ Vakfı, Zekâ Nedir? https://www.tzv.org.tr/#/zeka/iq_nedir, E.T. 25.12.2020
- Ulric Neisser, at. all. “Intelligence: Knowns and Unknowns”, American Psychologist, Vol 51, No 2, pp. 77-101, 1996.
- Yıldız Kuzgun. Zekâ ve Yetenekler, Eğitimde Bireysel Farklılıklar, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2003.
- Yüksekbilgili Zeki, “Türk Tipi Y Kuşağı”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 12 Sayı 45, ss.342-353, 2013.
- Ziya Selçuk, Hüseyin Kayılı ve Levent Okut. Çoklu Zekâ Uygulamaları, Nobel Yayıncılık, Ankara, 2003.

Bölüm 38

VATANDAŞLARIN DEVLET ALGISININ BİÇİMLENDİRİLMESİNDE ETKİN DEVLET İLKELERİ*

Yasin TAŞPINAR¹

Ali ŞAHİN²

* Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Öğretim Üyesi Yetiştirme Programı Koordinatörlüğü tarafından 2013-ÖYP-095 no.lu Doktora tez projesi olarak desteklenen ve Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı bünyesinde Prof. Dr. Ali ŞAHİN danışmanlığında hazırlanan “Türkiye’de Devlet Vatandaş İlişkileri: Vatandaşların Etkin Devlet Algısı ve Beklentileri” başlıklı tezden türetilmiştir.

1 Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat İşletme Fakültesi, yasintaspinar@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-4116-9801

2 Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, alisahin@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 000-0002-1487-8717

GİRİŞ

Devlet aygıtına atfedilen kişilik, kimi zaman mistik niteliklerle tanımlanmaktadır. Öyle ki devlet sanki “gökten zembille inmiş” bir varlık gibi görülmektedir. Ancak devleti tarafsız ve üstün bir hakem olarak kutsayan bu türden bir anlayışın gerçeklikle pek de bağdaşmadığını belirtmek gerekmektedir. Zira çoğu kez devlet, kendisi adına hareket eden insanlardan bağımsız bir yapı, bir “devlet baba” değildir. Devlet yapısının hareket edeceği alanı ve bu alandaki hareket biçimini tanımlayan kanunlar insanlar tarafından yapılmakta, devlet de insanlar tarafından yönetilmektedir (Kapani, 2012: 47). Bu bakımdan devlet, kimi konularda etkin olabilecek, kimi konularda ise zayıf kalabilecektir. Önemli olan kamu yönetiminin hizmet sunumunda vatandaşların hukuki anlamda eşitliğini gözetip hukuk kurallarına uyarken, bu hizmetleri mümkün olan en etkin biçimde sunmasıdır (Akbulut, 2007). Bu çalışmada vatandaşlar nezdinde devletin etkinliğinin önem kazandığı belirli alanlar ve bu alanlardaki etkinlik algısını etkilediği düşünülen faktörlere yer verilmiştir.

Çalışma kapsamındaki etkin devlet ilkeleri, genel olarak Demir’in (2003) ve Gül vd.’nin (2017) çalışmaları ve Parasuraman, Zeithaml ve Berry’nin (1985) SERVQUAL ölçeği ışığında belirlenmiştir. Ana başlıkları: etkin siyasal ve idari sistem; etkin hukuk sistemi; etkin siyaset; etkin bürokrasi ve etkin ekonomik sistem oluşturmaktadır. Etkin siyasal ve idari sistem: ortak kimliğin temsilinde saygınlık ve itibar, güvenlik ve savunmanın çok yönlü tesisi, güvenin oluşturulup güçlendirilmesi ve nesiller arası yükümlülüklerin gözetilmesi alt başlıklarında incelenmiştir. Etkin hukuk sistemi kapsamında: egemenliğin vatandaş lehine sınırlandırılması, yasal düzenlemelerin öngörülebilirliği ve hukuki altyapının etkinliği yer almaktadır. Etkin siyaset bağlamındaki etkinlik alanları: toplumsal taleplere hızlı cevap verilmesi, siyasal istikrarın sağlanması ve etkin siyaset ve tercih çarpıtmasının azaltılması konularını, etik siyaset ve bürokrasi, etkin yerel yönetim yapısı ve sistemi olarak belirlenmiştir. Etkin bürokrasi başlığı altında: kurumlar arası eşgüdüm; etkin bir sağlık sistemi; eğitimde çağdaşlık ve fırsat eşitliği; etkin bürokratik sistem ve e-devlet ele alınmıştır. Etkin ekonomik sistem ise: ekonomik özgürlüğün tesisi; bölüşümde etkinlik ve gerektiğinde pozitif ayrımcılık ile ülke parasının değerinin korunması bağlamında değerlendirilmiştir.

1. Etkin Siyasal ve İdari Sistem

Bir ülkenin vatandaşlarının kendilerini o ülkeye ait hissetmesi, o ülkenin bir ferdi olmaktan gurur duyması, vatandaşların devletle ve birbirleriyle olan bağlarını güçlendirmektedir. Çocuklarını dünyaya getirdikleri coğrafyada egemen olan gücün bu bağlamdaki etkinliği ise, onların kendilerinin ve çocuklarının geleceklerinden emin olmasını, güvende hisset-

melerini sağlayacaktır. Dolayısıyla devlet, yalnızca bir egemenlik odağı değil, aynı zamanda bir temsil ve özdeşlik makamıdır. Ona duyulan güven; topluma, geleceğe ve sisteme duyulan güveni beslemektedir.

1.1. Ortak Kimliğin Temsilinde Saygınlık ve İtibar

Weberyen bakış açısının bize sunduğu devletin meşru şiddet kullanma tekeline¹ sahip siyasal, hukuki ve idari yapı olması durumu, devletin hem ülke içindeki hem de ülke dışındaki yapılar karşısında bağımsız olmasını ifade etmektedir (Gökçe, 2007: 8). Bu bağımsız yapıdan savunma ve güvenlik anlamında devlet ve toplumun sınırlarının korunması ile aynı dili kullanan ülkelerle etkileşim ve farklı ülkelerin insan sermayesinin kazanılması anlamında kültürel genişlemenin sağlanması gibi işlevler beklenmektedir (Gökçe, 2007: 27). Günümüz vatandaşlık ideali, tüm bireyler için eşit ahlaki değerlerin varlığını esas alan, eşitliğin ve özgürlüğün hukukun üstünlüğü ilkesi ile garanti altına alındığı bir idareye tabi olmayı gerektirmektedir. Dolayısıyla demokratiklik iddiasında bulunan yönetimlerin ayrımcılıktan uzak durarak, bütünleştirici ve farklılıklara saygı duyulan bir ortam oluşturması esastır (Keyman, 2005: 99-101). Bu ortamın sağlanması noktasındaki etkinlik ise devletlerin uluslararası anlamda bir sınıflandırılmaya tabi tutulmasına esas teşkil etmektedir.

Nitekim bugün gelinen noktada BM Şartı gibi belgelerde belirtilenin aksine devletlerin egemenlikleri eşit görülmemektedir. Devletler; bürokrasilerinin, siyasi yapılarının ve ekonomilerinin sağlıklı işleme derecesi nispetinde güçlü ya da zayıf olarak nitelendirilmektedir. Sonuçta ise özellikle 1990'lı yıllardan itibaren daha sık karşılaşılan bir durum; güçlü devletlerin zayıf olanların taleplerini dikkate almama ve egemenliğine müdahale hakkını kendinde görmesi hali ortaya çıkmıştır. ABD'nin Irak'a müdahale, Kyoto Protokolü ve Guantanamo'daki Müslüman tutuklulara yapılan insanlık dışı muamele konularında takındığı tavır, zayıflar karşısında kendini merkezde gören güçlü devlet yaklaşımına birer örnektir (Doğan, 2008: 373). Bu bakımdan devletlerin içte ve dışta zayıflık algısı oluşturmaması, bir birlik ve beraberlik duygusu temelinde toplumu kaynaştırması elzemdir. Üstelik bu kaynaşmayı sırf dışarıdaki bir düşmana karşı beraberliğin teşviki yoluyla sağlamaya çalışmak da yeterli değildir. Böyle bir girişim neticesinde sağlanan ortak kimlik inşası sürdürülebilir olmak yerine, değişen koşullar karşısında zayıflayacaktır. Dolayısıyla ortak kimliğin tesisi, içeride iyi organizasyonlar, dışarıda güçlü iş birlikleri üzerinden sağlanmalıdır. Vatandaşlar için devletlerinin siyasal ve idari organizasyonu; gururla savunacakları, onunla özdeşleştirdikleri kimliklerinin saygınlığını hissedecekleri bir yapıya dönüştürülmelidir (Demir, 2003: 102-105).

¹ Bu yaklaşım aynı zamanda Hristiyanlık dininin bir mezhebi olan Protestanlığın din eksenli bakışının bir yansımasıdır. Nitekim Hristiyanlık dininin peygamberi Hz. İsa, Romalılar tarafından yargılanışı sırasında kendi krallığının bu dünyaya ait olmadığını belirterek şiddeti reddetmiştir. Bu yaklaşım çok sonraları Hristiyan ruhani birliğinin devletten ve onun şiddet tekeline ayrılmaması için bir temel kabul edilmiş görünmektedir (Martin, 2009: 145).

1.2. Güvenlik ve Savunmanın Çok Yönlü Tesisi

Toplum sözleşmesi anlayışa göre devlet, geri dönülemez sözleşme ile bir araya gelen bireylerin oluşturduğu toplumdaki üstün değildir. Yetkisi de ancak kendisine belirli ortak iyi ve kamusal çıkar eksenli amaçlara yönelik olarak devredilmiş olan yasaya dayalı haklar nispetindedir (Tannenbaum ve Schultz, 2011: 238-239). Vatandaşların rızasıyla yüklenilen görevlerin en önemlilerinden biri de güvenlik ihtiyacının giderilmesidir. Zira modern toplumun mayası olan kolektif eylemin gerçekleştirilmesi, bireylerin kendilerini emniyette hissedip, geleceğe emin bakmalarına bağlıdır (Erdoğan Tosun, 2005: 39). Nitekim vatandaşların en temel gereksinimi can ve mal güvenliği olup, devletten beklenen, güvenlik ihtiyacı belirlediği anda, kendisi de dâhil olmak üzere toplumsal yaşamın herhangi bir tarafına, kendi tekelinde bulunan meşru şiddeti kullanmasıdır. Aksi takdirde ortaya çıkacak olan durum hem devletin meşruiyetini sarsarak varlık sebebinin sorgulanmasına yol açacak, hem de protestolar ve linç girişimleri ya da gasp ve cinayetler gibi kendi adaletini sağlama girişimlerinin önünü açarak daha da güvensiz bir ortamın doğmasına neden olacaktır (Gökçe, 2007: 2-3). Bu bakımdan güvenlik tedbirleri yasaya dayanmalı, ancak devlet ile onun kontrolünde ve ona bağlı kurumlar tarafından yerine getirilmelidir. Böylelikle bireylerin birbirlerinden yana endişeleri kalmayacak, güvenliklerinin önceden belirlenmiş kurallar çerçevesinde korunması bakımından devletin yasalara bağlılığına ve etkinliğine güveneceklerdir.

Vatandaşların geleceklerinden emin olmaları üzerinde önemli derecede etkili olan bir diğer husus da yurt savunmasıdır. Nitekim vatandaşların refah düzeyinin artırılması yanında, iç ve dış tehditlerin bertaraf edilmesi ve sınırların korunması da devletin asli vazifelerindedir (Doğan, 2008: 123). Devlet, yasa ve düzen yoluyla içeride kendisi karşısında bir başka otoritenin varlığına imkân vermeyip, dışarıda diğer devletlerle ortaya çıkabilecek çatışmalara karşı gerekli tedbirleri almalıdır (Özer, 2012: 107). Zira bir ülkedeki ticarettan dini yaşantıya kadar hemen her alan, dış tehditlerden emin olmak sayesinde gelişip ilerleyebilecektir. Dış tehditlerin üstesinden gelemeyen ülkelerde yaşanan insanlık dramları, bunun en önemli kanıtıdır. Üstelik yeni dönemde ülkeler, egemenlik alanlarına dönük açık savaş tehditlerinin ötesinde, dış kaynaklı terör tehdidinde de maruz kalmaktadır. Hal böyle iken savunmada geleneksel normların dışına çıkarak yeni imkân ve tekniklerin geliştirilmesi daha da önemli hale gelmektedir.

1.3. Güven Oluşturma ve Güçlendirme

Devlet ve vatandaşlar arasında iyi ilişkilerin geliştirilebilmesi için güvenin oluşturulması şarttır. Aksi takdirde vatandaşların devlete dair şüpheleri olacak, kurallara uyma niyetleri azalacaktır (Şahin ve Taşpınar, 2015). Vatandaşların devlete olan güvenleri, devletin siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel talepleri karşılama kapasitesi ile de yakından ilişkilidir. Siyasal

sistemin işleyişindeki haksız ve adaletsiz uygulamalar ise güveni etkileyen bir diğer unsur olarak görülmektedir. Dolayısıyla, vatandaşların siyasal katılma ve rızasını etkileyen güvenin oluşması noktasında beliren farklı seviyeler, hem politika uygulayıcılarının hem de siyasal aktörlerin davranışlarına göre biçimlenmektedir (Gökçe, 2013: 98-100). Hobbes ve Locke gibi düşünürlerin siyasal toplum tahayyülünde önemli bir pozisyon atfettikleri güven kavramı, toplum sözleşmesinin sürekliliğini sağlamak için bir emanet-sorumluluk ilişkisini içermektedir. Her ne kadar Hobbes, bu ilişkide hükümdarın yalnızca Tanrı'ya karşı sorumlu olduğunu ileri sürse de Locke, siyasal iktidara güven duyarak belli haklarını emanet edenin halk olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla iktidarı devralan yöneticilerin bunu kamu yararı çerçevesinde kullanma görev ve sorumluluğu vardır (Zabcı, 2009: 195-196).

Demokrasinin de sigortası olan güvenin yokluğu ise, her düzeyde insan ve grup ilişkilerine zarar vermektedir (Yılman, 2006: 51). Bir başka deyişle vatandaşların beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayamayan devletlerde, güvenin ortadan kalkmasıyla oluşan otorite boşluğunu, vatandaşlar kendi yargılarıyla doldurmaya çalışacak, devlet-toplum ilişkileri ise zayıflayıp, devletin çöküşüne yol açacaktır (Gökçe, 2007: 3). Dolayısıyla devletin ayakta kalması, vatandaşların onun performansına dair beklentilerini karşılamasına bağlıdır. Devlet vatandaş ilişkileri perspektifinden bakıldığında, güven çok yönlü bir olgu olup, pek çok alandaki gelişmenin toplamının bir yansımasıdır. Güven, toplumsal iş birliği için bir nevi çimento vazifesi görmekte, gelişmenin de anahtarı haline gelmektedir. Diğer yandan; siyasal mutabakat ve toplumsal bütünleşmenin anahtarı olan güven, toplumsal kültür ve geleneksel ahlakla da yakından ilişkilidir. Siyasal iktidarlar ve devlet, toplumsal değerler bütününe ve dünyevi beklentilere cevap verdiği ölçüde kendisine duyulan güveni tesis ederken, toplumsal sosyal sermayenin devamlılığını da temin etmiş olacaktır (Çetin, 2014: 87-88). Yükselen toplumsal ahlaki değerler de döngüsel olarak sistemin ve toplumsal bütünlüğün devamına katkıda bulunacak, dar anlamda ülkesel, geniş anlamda da küresel gelişmeye hizmet edecektir.

1.4. Nesillerarası Yükümlülüklerin Gözetilmesi

Siyasal iktidarların belirli aralıklarla yapılan seçimlerle değişme imkânı, -bir başka deyişle siyasi hesap verme mekanizması- modern demokrasiler için temel bir kuraldır. Bununla birlikte bu özellik, hükümetlerce kimi zaman kısa ve orta vadeli olasılıkların uzun vadeli olanlara nazaran daha fazla dikkate alınması gibi bir ihtimali de doğurmaktadır. Bu bağlamda, kamusal kararlar genellikle güncel ve acil ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak alınmakta, alınacak kararların uzun vadeli sonuçları derinlemesine irdelenememektedir. Enerji yatırımları gibi alanlardaki kararların odak noktasını ekonomik gerekçeler oluşturmakta,

kamu politikası analizleri bu kapsamda yapılmaktadır (Galland, 1980: 46). Bu yönüyle, bu konudaki politikaların oluşturulacağı kısa vadeli faydalı çıktığı vurgulayan popülist söylemler, vatandaşlar üzerinde oldukça etkili olabilmektedir. Zaten, çoğu kez bir siyasal partinin desteği ile varlığını sürdüren sivil toplum örgütleri, faaliyetlere aktif katılım sağlayan 10-30 arası kişinin çalışmaları sayesinde ayakta kalmaktadır (Pollak, 1980: 73-74). Buna bir de sivil toplum örgütlerinin heterojenliği (Galland, 1980: 49) ve pek çoğunun marjinal özellikleri² eklendiğinde kamu politikasına yön verme olasılıkları daha da düşmektedir.

Tüm bu dezavantajlara karşın devlet, yürütmekte olduğu faaliyet ve eylemlerde toplumsal mutabakatın sağlanması için çaba göstermeli, ortaya çıkacak eğilimlere karşı tarafsız bir tutum sergilemelidir. Zira devletin elindeki güç, gerçekleştirilecek faaliyetlerin bugünün ihtiyaçlarının ötesine geçerek dönemin çok ilerisindeki zaman dilimlerine de tesir edebilecek ölçüdedir. Dolayısıyla gelecek nesillerin çıkarlarını gözetenek mevcut zaman dilimin belirli sıkıntılarına katlanarak; bugünün toplumsal refahı için gelecekte karşılaşılabilecek sorunları göze almak konusunda da ahlaki gerekçeler söz konusu olabilecektir. Ancak özellikle ekonomik anlamda ve doğal kaynaklar noktasında günümüz ve gelecek arasında bir denge sağlanmalı, bugünün refahı için nesiller-arası yükümlülükler göz ardı edilmemelidir (Demir, 2003: 126-127). Birden fazla nesli ilgilendiren bir karar alınırken, vatandaşların bu kararlara katılım olanaklarını mümkün olduğunca yüksek tutmak elzemdir. Bunun için de mevcut toplumsal şartlar altında vatandaşların politika yapımı aşamaları olan hazırlık, yasama ve denetleme faaliyetlerine iradelerini yansıtacak etkileşim olanaklarına sahip olması şarttır. Konuya ilişkin teorik bilginin edinilmesi, değerlendirilmesi ve paylaşılması bakımından dezavantajlı konumda ve manipülasyona açık olan bireyler, bu amaçlarla bir araya gelebilmelidir (Zillessen, 1980: 35). Zira vatandaşların siyaset ve bürokrasinin politika yapımındaki asimetrik avantajını aşmasının yolu, elde edecekleri yatay ve dikey etkileşim olanaklarından geçmektedir.

2. Etkin Hukuk Sistemi

Bir devletin etkinliği açısından yargı sistemi merkezi bir role sahiptir. “Adalet mülkün temelidir” sözü bu öneme işarete etmektedir. Bir devletin gerçekten devlet olarak algılanması o ülke sınırları içerisinde algılanan

2 Örneğin çevrecilik, feminizm ve üçüncü cinsiyet gibi hareketlerin sosyal alanda oluşturdukları toplulukların siyasal bir özleri de mevcuttur. Toplumun genelinden ziyade toplumsal sınıflaşma aşamasındaki grupları temsil eden bu oluşumlar, hareket noktasını neomarksist yorumlardan almaktadır. Özellikle Marksist ideolojinin kendisinin sosyal taban bulmakta zorlandığı toplumlarda, bu akımları temsil eden sivil girişimlerin kendileri daha da marjinal kalmaktadır. Diğer yandan bu hareketlerin genel olarak benimsedikleri Marksist ideolojiyi yaygınlaştırmak adına -bu hedefin varlığına dair iddia elbette ampirik veriye ihtiyaç duymaktadır- bir çatı oluşum altında olduklarını düşündürecek biçimde karşılıklı dayanışması da savundukları görüşleri destekleyebilecek toplumsal tabanı daha da daraltmaktadır.

adalet düzeyi ile yakından ilişkilidir. Adalet mekanizmasında yaşanacak yozlaşma ise tüm kamu örgütüne sirayet edebilmektedir (Demir, 2003: 156). Suçlunun cezalandırılmaktan korkmadığı, mağdurların suçluların alacağı ceza konusunda hukuk sistemine güvenmediği ve masumların haksız uygulamalardan çekindiği bir düzende devletin işleyişi de bundan nasibini alacaktır. Hukuksuzluğun hâkim olduğu ya da hukukun vatandaşların aleyhine işlediği bir ortamda bu durumu lehine kullananlar en başta kamu gücünü elinde bulunduranlar olacaktır.

2.1. Egemenliğin Vatandaş Lehine Sınırlandırılması

Devletler aşkıncılık ve araçsalcılık ekseninde ele alındığında, aşkın devlet³ topluluk, üyeleri karşısında önceliklidir. Araçsal devlette ise vatandaşların tekil kimlik, çıkar ve özgürlükleri öncelenmektedir. Bu devlet biçimlerinin aşırılığı ise iki uçta bireylerin ya da devletin etkisizleştirilmesi noktasına kadar ilerleyecektir (Heper, 2012: 27). Günümüzde uygulanan demokratik ilkelere dayalı devlet yapılanması da bu iki ucun ortalarında bir yerdeki ideal noktaya doğru yaklaştırılmak istenmektedir. Aşkıncı ve araçsal devlet anlayışları, demokratikleşme sürecinin boyutunu da belirlemektedir. Bu boyutuyla egemenliğin teklik ilkesi, kuvvetler ayrımı bakımından; bölünemez devredilemez, mutlak ve sınırsız oluşu ise demokratiklik bakımından sorunludur. Birincisi, egemen gücün teklifi, yasama yürütme ve yargı erklerinin ayrımı ile bağdaşmamaktadır. İkinci ve konumuz açısından daha önemli olan bölünemez, devredilemez, mutlak ve sınırsız olma durumu ise özellikle sivil toplum ve vatandaşın devlet karşısındaki konumunun demokratik ilkelerle izahını zorlaştırmaktadır. (Aydın, 2002: 121-122).

Devletin demokratiklik derecesini belirleyen temel husus, özel ve siyasal alanlar arasındaki egemenlik paylaşımı sorununun aşılmasındaki başarı ya da başarısızlıkla ilişkilidir. Özel alan-siyasal alan ikileminde bir diğer sorun da dinin yeri ile ilgilidir. Siyasal alanın sekülerleşmesi ile birlikte dünyevi iktidarın yetkisini dinden değil, halktan alması söz konusu olmuştur. Bu durumun en önemli sonucu ise din için uygun bir yer bulunmayışıdır. Siyasal olan dinsel olanın eski konumuna yerleşip bu alan siyasallaştığında, aynı alanı dolduran din de siyasallaşmış, hatta siyasal olan dinleşmiş olmaktadır. Siyasal alanın bununla da yetinmeyip özel alana da nüfuz etmesi ise hem devlet-vatandaş ilişkisinde vatandaşa, hem de din-devlet-vatandaş ilişkisinde dine bir alan bırakmamaktadır (Aydın, 2002: 109-110). Açmaz gibi görünen bu labirentin en kısa çıkış yolu ise devletin egemenlik dizginlerini din ve vatandaş lehine bir nebze gevşetmesidir. Nitekim insan hakları fikri de bireye siyasi otorite tarafından yapılan baskı ve ayırmacı-

3 Aşkın devletin son noktası faşist devlettir. Faşist bakış açısına göre birey ancak toplum içinde anlam kazanmakta olup, toplum üstün bir varlıktır. Bu görüşe göre aşkın toplumun hukuki ve siyasal bir hüviyete bürünmüş hali ise faşist devlettir (Göze, 2013: 129).

lığa doğal haklar teorisi üzerinden geliştirilen bir tepki olarak doğmuştur (Uslu, 2014: 375). Dolayısıyla insan hakları teorisi devleti keyfi güç kullanmaktan men etmekte ve yönetimin sınırlandırılmasını ön görmektedir (Uslu, 2014: 411). Devletin ideolojik temelinin oluşturulmasına katkıda bulunmak suretiyle kendisine üst yapıda yer bulan sivil toplumun, temelde hukuki düzenlemeler eliyle gerçekleşen bu sınırlandırmaya katkıda bulunması önemlidir. Zira bu sayede devlet ve vatandaş arasında bir köprü kurularak çoğulculuğun sağlanması, devlet ve vatandaşlar için ortak bir alan oluşturularak da hiyerarşik yapının yumuşatılmasına katkı sağlayacaktır (Erdoğan Tosun, 2005: 27).

Oluşturulacak olan ortak alanın devletten çok bireylerin kontrolünde olması esastır. Nitekim modern zamanların yaygın endişelerinden biri de devletlerin teknolojik gelişmelerin de katkısıyla ellerindeki üstün ekonomik gücü, egemenlik alanı olan ülkede yaşayanları adeta bir açık cezaevinde hissettirecek araçlar için kullanabileceğidir. Bu türden bir girişim ihtimali elbette devlete özgü olmayıp, pekâlâ kötü niyetli kişi ya da örgütler de bireysel mahremiyeti ortadan kaldıracak girişimlerde bulunabilir. Ancak devletlerin ve hatta uluslararası yapıların bugün erişebileceği imkanlar, George Orwell'in 1984 isimli eserinde paylaştığı muhtemelen hayali kurgular düzeyindeki fikirlerin çok ötesine geçmiştir (Doğan, 2008: 397). Bu itibarla, devlet vatandaş ilişkilerinin olumlu yönde gelişmesi için, bu türden bir güç, ancak bireylerin özel alanlarını haksız yere ihlal etmeksizin kullanılmalıdır. Devletlerin güvenliği sağlama ve var olan anayasal düzenlerini sürdürme çabasında olmaları çok doğaldır. Fakat oluşturulan her türlü düzenin temel hedefinin de vatandaşların onurunu korumak olduğu unutulmamalıdır. Bireysel vicdan, inanç ve kanaat özgürlüğü ise insan onurunun en sert özünü oluşturmaktadır. Devletlerin temel görevi güvenlik ve düzeni sağlamak kadar demokratik anayasaların güvence altına aldığı bu özü de korumaktır (Friedrich, 1999: 153).

2.2. Yasal Düzenlemelerin Öngörülebilirliği

Kamusal hizmetlerde devlet ve vatandaşların ortak yapımı (*coproduction*) söz konusudur. Vatandaşların bireysel özellikleri, alışkanlıkları ile ailesel ve toplumsal bağları, onların talep ettikleri hizmetlerin niteliğini de belirlemektedir. Bu çerçevedeki geri dönüşler, devlete ve devleti temsilen hizmet sunumunu yerine getiren kurumlara yol göstermektedir. Böylece bir birlikte üretim ortaya çıkmaktadır (Whitaker, 1980: 138). Devlet tarafından vatandaşların refahı ve toplumsal hayatın düzeni için belirlenen yasalar için de durum böyledir. Yasa yapım süreçleri vatandaşlarla devletin ortak yapım alanları haline getirilmelidir. Vatandaşların hayatlarında ileriye dönük değişimler, yeni özgürlükler ve kısıtlamalar getirecek olan yasalar, gerekli toplumsal farkındalık ve toplumsal katkı sağlandıktan sonra hayata geçirilmelidir.

Günümüzde giderek daha fazla küreselleşen siyasi, ekonomik ve toplumsal faaliyetler göz önünde alındığında, siyasi kararlar ve yasal düzenlemelerin ülkelerin kendi vatandaşları kadar dünya çapında faaliyet gösteren ekonomik yapılar ve ulus üstü organizasyonlar için de önem kazandığı görülmektedir. Bu bakımdan yönetmenin coğrafi boyutu ve idarede zaman mevhumu gibi, siyasi kararların etkileri de giderek karmaşıklaşmaktadır. Dolayısıyla yasal düzenlemeler açısından öngörülebilirlik, hem küresel anlamda siyasal ve ekonomik etkinlik, hem de alınan kararların etkilerinin ölçülebilirliği noktasında önem kazanmıştır (Doğan, 2008: 395). Bir taraftan giderek karmaşıklaşan karşılıklı bağımlılıklar yumağı altında küreselleşmeden muzdarip olan bireyler ve girişimciler, bir yandan da kendi devletlerinin ani sistemik müdahalelerinin dezavantajıyla karşı karşıya bırakılmamalıdır. Bu amaçla aniden ortaya çıkmayan, birtakım işaretlerle kendini gösteren toplumsal beklentiler dikkatle izlenmelidir. Bu beklentileri karşılamak üzere yapılacak değişiklikler, başta ekonomik etkinlikler olmak üzere hayatın pek çok alanını etkileyen belirsizliklere yol açmamalıdır. Değişimler önceden tahmin edilebilir şekilde, toplumsal uzlaşma temelinde gerçekleştirilmelidir. Kararları meşrulaştıracak olan toplumsal uzlaşma için ise yapılması planlanan değişikliklerin gerekçelerinin objektif biçimde ortaya konulacağı tercih süreçleri işletilmelidir (Demir, 2003: 125-126).

2.3. Hukuki Altyapının Etkinliği

Devletin muazzam gücüyle refah ve düzeni sağlamak hedefiyle çıktığı yolda toplum ve birey için bir tehdit unsuru haline gelmemesi, bu gücün uygun biçimde sınırlandırılmasına bağlıdır. Anayasalar, birey-devlet ve birey-toplum ekseninde gerçekleşen ilişkileri, bireysel hak ve özgürlükleri göz önünde bulundurmak suretiyle düzenlemektedir. Bu sayede devlet gücünün kontrolsüz biçimde tek elde toplanmasının önüne geçilerek, yetkilerin hangi sınırlar içerisinde ve ne şekilde kullanacağı tanımlanmış olmaktadır (Tok, 2014: 186). Bu sınırlandırma ve tanımlama ise üç temel biçimde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi anayasaların devlet aygıtının görev ve sorumluluklarını belirlemesi, ikincisi kuvvetler ayrılığı prensibi üzerinden gücün paylaşılması, üçüncüsü ise sivil toplum mekanizmasına ilişkin hakların tanımlamasıdır (Heywood, 2012: 86).

Bir devlette adaletin bulunması zorunluluk olup, neyin adil olduğuna karar vermenin ölçütü olan doğruluk ise politik ortaklığın -dolayısıyla da siyasal toplumun- temelidir (Aristo, 2010: 15). Bu bağlamda, doğa durumundaki savaş hali, devleti temsil eden yetkili bir yargıcın bulunduğu siyasal toplumla birlikte sona erecektir. Ancak, savaş halini sona erdirecek olan “yasanın adaletli belirleyiciliği karşısındaki eşitlik”; yargıya başvuru yolunun açık, yargının da “yüzsüzce bükülmeden” uygulanmasıdır. Yoksa güçlüler ve haklılar arasındaki savaş hali yine devam edecek, mağdurlara

da öteki dünyaya başvurmadan başka çare kalmayacaktır (Locke, 2012: 19). Nitekim hukuki adaletten kastedilen de budur. Kanunların yapılma ve uygulanma biçimiyle ilgilenen usulî adalet ile kanunların adil olup olmamalarıyla ilgilenen maddî adalet, düzenin meşruiyetine esas teşkil etmektedir. Bir başka deyişle algılanan adalet, insanların kanunların bağlayıcılığına inanmalarını ve yasalara karşı gelmemelerini sağlamaktadır (Heywood, 2012: 211).

Etkin bir hukuki altyapı, tekil bireyleri yasalara bağlı ve devlete güvenen vatandaşlar olma konumuna yükseltecektir. Bu duruma manevî bir çerçeveden bakan Nizamülmülk ise devleti, adaletin varlığına inanan bireylerin duasının ayakta tutacağını ileri sürmektedir. Halkın kendisine iyilik edenler için sürekli dua etmesi devleti sürekli ve büyük kılacak, hükümdara da şan ve uhrevî mükâfat sağlayacaktır. Mülkün temelinin adalet olduğu unutulmamalıdır. Zira mülk küfürle devam etse bile zulümle etmeyecektir (Nizamülmülk, 2010: 21). Toplumun başka üyeleri ya da iktidar gücünü elinde bulunduranların adaletsiz uygulamaları, sistemin sınırlandırmaları sayesinde zulme dönüşmeden önlenmelidir. Nitekim hukukun ortaya çıkışında da kontrol edilemeyen insan davranışlarını bir garantör sayesinde sınırlama düşüncesi rol oynamıştır. Hukukilik ilkesi adına öylesine bir kurallar bütünü oluşturulmalı ki ne vatandaşlar ne de garantör olan devletin görevlileri bunların dışına çıkamamalıdır. Oluşturulacak hukuk sistemi, hem vatandaşları birbirine hem de hukukun garantörü konumundaki devlete karşı koruyan bir yapıda olmalıdır (Heywood, 2012: 186-187). Bu yapının gücü ve etkinliği, vatandaşlara güven verecektir. Çünkü hukuki altyapının etkinliği, etkin devlet-vatandaş ilişkilerinin sağlanması ve toplumsal refahın artırılması için önemli bir araç hüviyetindedir.

3. Etkin Siyaset

Siyaset, toplum adına ve yine toplumun iyiliği için yürütülen bir faaliyet olması bakımından etik bir yaklaşımı ve temel hak ve özgürlüklere saygıyı gerektirmektedir. İlkelerini ortaya koyan düşünürlerin belirttikleri üzere, temel hak ve özgürlüklere saygılı bir yönetim anlayışı, vatandaşları yönetsel faaliyetin merkezine yerleştirmeyi gerektirmektedir. Böyle bir sistemin oluşturulabilmesi için siyasetin gücünü kendilerinden devşirdiği vatandaşların etkin katılım olanaklarından yararlanması gerekmektedir (Salisbury, 1980: 100). Dolayısıyla siyasi partiler ve siyasetçilerin aldıkları kararlarda aynı zamanda devletin asıl sahibi olan seçmenlerin düşüncelerini hesaba katmaları gerekmektedir.

3.1. Toplumsal Taleplere Hızlı Cevap Verilmesi

Vatandaşlar ya da daha genel bir ifadeyle bireylerin toplum içinde meydana getirdikleri yapıların, karar vericilerle olan ilişkileri ve onlara açılan iletişim kanalları belirli sınırlılıklara sahiptir. Genellikle gelişmiş ülkelerde

bu yolların kolaylıkla kullanılabilir araçlarla bezendiği varsayılıyor olsa da kimi durumlarda çatışan taleplerden biri ya da birkaçı karar vericilere ulaşmayabilmektedir. Dahası bazı taleplere dair bilgilendirilmiş olunmasına rağmen olası önyargılar nedeniyle bunların gündeme alınmaması da mümkündür (Heywood, 2012: 152-153). Toplumsal taleplerin gündeme alınmasının önündeki bir başka engel de aşırı bürokratikleşmedir. Büyüyen devletle birlikte bürokratikleşme de artmış, kamu yönetimleri ve vatandaşlar arasındaki ilişkinin doğrudan bir yöntemle yürütülmesi güçleşmiştir. Kamu örgütlerinin üstlendiği halkla ilişkiler faaliyetleri ise bu bağlamda genellikle çeşitli formlar ve yazılı belgelerle yürütülür hale gelmiştir. Vatandaşların yönetime katılma ve görüşlerini ilgili makamlara bildirmelerinde kullanılan bir diğer araç ise aracı kurumlardır. Dernekler, vakıflar, kooperatif ve sendikalar gibi sivil toplum örgütleri ile siyasi partiler gibi politik organizasyonlar bu türden kurumlardır (Eryılmaz, 2014: 31). Bu kurumlar bir yandan vatandaşların siyasete taleplerini bildirmesine olanak sağlarken bir yandan da siyasetin temsil gücüne katkıda bulunmaktadır.

Güçlü bir devletin, iyi işleyen bir bürokrasinin ve bunlar karşısında vatandaşın konumunun nasıl olması gerektiği üzerine pek çok teori bulunmaktadır. Bu teoriler kaynağını ideolojiler ile dini inançlar ya da kültürel değerlerden almaktadır. Bu bakımdan kilit faktörler, üretimde sorumluluk ve faydanın paylaşımı, uluslararası düzeyde ya da toplum üzerinde egemenliğin tesisi, çıkar gruplarıyla ilişkiler veya özgürlüğün çok yönlü ve çok düzeyli tesisi olabilir. Ancak tüm bu ideal düzen fikirlerinin temelinde yatan, devlet-vatandaş ilişkilerinde taraflar arası ayırım noktasının bulanıklaştırılmasıdır (Nasr, 2001: 6). Bu sayede devlet vatandaşlar üzerinde bir kontrol mekanizmasından ziyade, bireylerin toplumsal, ekonomik ve özellikle de kültürel ihtiyaçlarına hâkim, onların kendilerini de içinde gördükleri bir yapıya dönüşecektir. Dolayısıyla devlet ve bürokratik aygıtın varlık gayesi olan vatandaşların taleplerini zamanında fark edip, imkanlar dahilinde yerine getirme misyonu gerçekleşebilecektir.

3.2. Siyasal İstikrarın Sağlanması ve Etkin Siyaset

Toplumun ekonomik ve psikolojik bakımdan rahatlığının sürmesi noktasında siyasal istikrar önem kazanmaktadır. Ancak siyasal istikrar kaygısı, sistemi bir çoğunluk diktası ya da tiranlığına dönüştürmeyecek sınırlar içerisinde kalmalıdır. Zira demokratik siyasal sistemler genel olarak çoğunluğun tercihinin uygulanması biçiminde ilerliyor olsa da bu yöndeki bir aşırılığın doğuracağı olumsuz sonuçlara da Antik Dönem demokrasilerinden bu yana dikkat çekilmektedir. Bu türden bir olumsuzluk “çoğunluk diktası” olarak adlandırılmakta olup, çoğunlukta olmanın verdiği özgüvenin ve gücün, temsil kabiliyeti düşük olanlar aleyhinde hoyratça kullanılmasını ifade etmektedir (Uslu, 2014: 410). John Stuart Mill’in (1806-1873) de

çoğunluğun tiranlığı⁴ olarak tarif ettiği bu durum, kınanma ya da baskıyla karşılaşma korkusuna kapılmaksızın açıklanabilen fikir ayrılıkları üzerinden elde edilecek faydalardan mahrum kalma sonucunu doğurabilecektir (Tannenbaum ve Schultz, 2011: 326).

Bir ülkedeki siyasal-yönetimsel işleyiş, dışsal ve içsel olmak üzere iki temel gruba ayrılabilen faktörlerin etkisinde biçimlenmektedir. Dışsal niteliği olan uluslararası kuruluş ve birlikler ile devletler ve hatta kişiler, toplumsal gerçekliğe müdahale etmeye muktedir olduğu sürece birinci gruba dahil olmaktadır. İkinci grupta ise bu unsurların etkilerine reaksiyon gösteren sivil toplum kuruluşları, partiler, sendikalar ve hükümetler-iktidarlar yer almaktadır (Akbulut, 2007: 26-27). Sistemin varlığını kararlı ve düzgün biçimde sürdürerek vatandaşların refahını temin etmesi, bu iç ve dış dinamikler arasındaki dengenin kurulmasına bağlıdır. Dolayısıyla istikrar için demokratik olmak koşuluyla bir dizi tedbir ve eylem gereklidir. Bir sistemin demokrasi olarak adlandırılabilmesi için ise bireyin doğal hak ve özgürlüklerinin teminat altında olması gerekmektedir (Göze, 2013: 32). Bu bakımdan siyasal istikrar için aranan çoğunluk desteğinde süreklilik, genel çıkara katkıda bulunan doğal hak ve özgürlüklerden ödün vermeksizin gerçekleştirilecek uygulamalarla sağlanmalıdır.

Bu uygulamaları hayata geçirme görevi siyaset ve onun kontrolündeki bürokrasiye düşmektedir. Nitekim toplumsal çıkarları dile getirip birleştirmek gibi bir sosyal işlevi olan bürokrasinin de siyasal işlevleri bulunmakta olup, siyasal istikrarı sağlamak bunlardan biridir. Her ne kadar süreklilik bürokrasiyi denetime ve değişime kapalı hale getirebilecek olsa da bürokrasi, düzen ve istikrar ilkesi ile siyasal sistem içerisinde devletin sürekliliğini sağlamaktadır (Demirci ve Önder, 2014: 566). Vatandaşların siyasal istikrar talepleri, devletin etkin yönetilmesi noktasında haklı olmakla birlikte; bunun etkin siyaset fikriyle bir arada bulunması şarttır. Temsil adaleti ve etkin siyaset olanakları ile siyasal etkinliğin bu kapsamda yürütülmesi de en az siyasal istikrar kadar önemlidir.

3.3. Tercih Çarpıtmasının Azaltılması

John Stuart Mill'in de belirttiği üzere iktidar etkinliğe zarar vermeyecek ölçüde dağıtılmalı, hükümetler mümkün olan konularda bir bilgi merkezi gibi hareket ederek bireysel tercihlere yardımcı olmalıdır. Dolayısıyla bireysel olarak daha iyi yerine getirilebilecek olan işlevler vatandaşlara bırakılmalı, hükümetler vatandaşların karar alabilmesini kolaylaştırmalı, bürokrasinin gücü gereksiz ölçüde artırılmamalıdır (Tannenbaum ve Schultz,

4 Demokrasinin bazı koşullar altında çoğunluğun tiranlığına dönüşme ihtimali ilk defa Platon tarafından dile getirilmiştir. Platon'un böyle bir ihtimale dikkat çekmesinin temelinde, elitist bir demokrasi fikri yatmaktadır. Platon'a göre nitelikli olanlar yerine herkesin yönetimde söz sahibi olduğu bir demokrasi modelinde, niteliksizler kendileri gibi bir yönetimi iktidara taşıyıp, yurttaşların genel egemenliğinin önünde bir engel oluşturabilirler (Baradat, 2012: 88).

2011: 330). Zira demokratik sistemlerde kararlar, belirli süreçler neticesinde alınıp uygulanmaktadır. Tüm bu karar alma süreçlerindeki ön kabullerden birisi kişilerin taleplerinin, istediklerini beyan ettikleri şey olduğudur. Bir diğer ön kabul ise kararlardan etkilenecek kişi ve grupların çıkarlarını iyi bilen, otonom ve rasyonel aktörler olduklarıdır. Bu iki ön kabul, karar alma sürecinde rol alan taraflardan A'nın B'ye bir şeyi yapmak istemediği halde yaptırmak yerine onun isteklerini etkilemesi ihtimalini göz ardı etmektedir. Foucault'nun söyleme yüklediği yabancılaştırıcı ve yönlendirme baskısını gizleyici işlev budur. Bu durum esasen, reklamın gücüne yakın bir etkiyle “konforlu özgürlüksüz” bir ortamı da doğurmaktadır (Heywood, 2012: 152-156). Bir başka deyişle her ne kadar özgürlükçü görünse de bir devlet sisteminin, özellikle bilgi asimetrisini kullanarak vatandaşlar ve sivil toplumun istekleri ve ihtiyaçlarına dair aciliyet sıralamasını etkileyip onları dilediği gibi yönlendirme kabiliyeti vardır.

Devletin tercih çarpıtması olarak adlandırılan böylesi bir gücü yoğun biçimde kullanması, vatandaşları devletin hegemonik araçlarını kullanan iktidarların statükoyu korumak ya da değişimi yönlendirmek noktasındaki girişimlerine karşı savunmasız bırakmaktadır. Çünkü bireysel kararlar alırken bunların maliyet ve sonuçlarını hesaplamakta pek de güçlük çekmeyen vatandaşlar, toplumu ilgilendiren makro ölçekli kararları değerlendirirken zorlanmakta, yönlendirmelere açık hale gelmektedirler (Demir, 2003: 107). Vatandaşların idarenin kararlarına etki edebilme kabiliyeti, kararların meşruiyetini artırmaktadır. Diğer yandan, vatandaşlar bu imkana sahip olabilseler bile, karşılığında bir başka engel çıkacaktır. Vatandaşlar ve çıkar gruplarının etkin biçimde katılım sağlayabilmesi için gerekli teknik uzmanlık ve beceriye, yasa bilgisine, zamana ve kaynağa ihtiyaçları vardır. İdarenin bu amaç için tesis edeceği kurumlar ve bilgi kaynakları ile ekonomik desteklerin ise yine idarenin güdümünde olma ihtimali ağır basmaktadır. Üstelik bu imkanların ne derecede etkin yürütüleceği de ayrı bir tartışma konusudur (Aron, 1980: 54-55).

Tercih çarpıtmasının yalnızca vatandaşlara değil, aynı zamanda siyasetin etkinliğine de zarar verdiğini belirtmekte fayda vardır. Vatandaşların devlet ve devlet gücünü elinde bulunduranların belirli alanlarda yapmaya çalıştığını hissettikleri yönlendirme girişimlerine tepkisi çoğu zaman asıl tercihlerini gizlemek olacaktır. Özellikle örgütlü sivil toplum dönüşümünü gerçekleştirememiş toplumlarda, vatandaşların devlet gibi devasa bir yapı karşısında onun yönlendirmelerinin hilafına fikirlerini savunması çok güçtür. Gizlenen muhalif fikirler ise takiyecilik, siyasal belirsizlik, sahte siyasal destek ve bürokratik güç savaşları gibi sonuçlar doğurmaktadır (Demir, 2003: 128-129). Bu durumda siyasal parti ve iktidarlar vatandaşların gerçek taleplerinden haberdar olamamakta, biriken toplumsal gerginliklerin doğurabileceği tepkisel patlamalara çoğu kez hazırlıksız yakalanmaktadır.

Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda, vatandaşların devlet karşısında yine devletin insafına bırakılmaması gerekmektedir. Vatandaşların kendilerini ilgilendiren konularda -ki devletin neredeyse tüm faaliyetleri bu kapsamdadır- tercihlerini bildirme olanakları kadar, bu tercihlerini etkin ve doğru biçimde yapabilme imkanlarına da sahip olması gerekmektedir. Bu sayede devleti temsil eden siyasal iktidar ve bürokratik yapılar, onların tercihlerini diledikleri gibi yönlendiremeyeceklerdir. Doğru ve tarafsız bilgi, tercih çarpıtmasının ortadan kaldırılmasına yardımcı olacaktır. Tercih çarpıtmasına son verilmesi de toplumsal talepleri zamanında ve doğru şekilde öğrenen siyaset kurumunun etkinliğini artıracaktır.

3.4. Etik Siyaset ve Bürokrasi

Pieper'a (1904-1997) göre etik ve politika birbirinden ayrılamaz olgulardır. Etik bireysel eylemde ahlaki boyutu, politika ise siyasi boyutu yansıtmaktadır. Aristoteles'in yaklaşımında da etik, bireysel eylemdeki ahlaka uygunlukla ilgilenirken; siyaset ise sitede yaşayanların mutluluğunu esas almakta ve ahlakılığı site yasalarının temelindeki adaletin koşulu olarak görülmektedir (Karagöz Yeke, 2007: 22). Ancak bu konudaki bir başka görüş neredeyse bunun tam aksi bir iddiayı içermektedir. Buna göre siyaset alanında herkesin uzlaşacağı bir ahlak fikri ya da güç dengeleri dışında kaynak paylaşımını belirleyen bir sınır bulunmayıp, siyaset ve yüksek ahlaki nitelikler arasında zorunlu bir bağlantı da mevcut değildir (Ertugay, 2014: 44).

Öyleyse gücü elinde bulduranların bunu toplumun aleyhine kullanmasının önüne geçmek için zorunlu olmayan bu bağlantıyı güçlendirmek, topluma ahlakın gerekliliğini öğretmek gerekmektedir. Çünkü toplumun ve sahip olunan değerlerin iktidar ve yetki sahiplerince istismar edilmesinin yolu, iyiyi kötüden ayırabilmeyi mümkün kılan toplumsal bir eğitimden geçmektedir. Aksi halde kitleler, duymak istedikleri kendilerine söylenerek duyguları, önyargıları, batıl inançları, sabit fikirleri ve ideolojik dogmaları üzerinden kandırılarak yönlendirilebilecektir (Yılman, 2006: 212-215). Bu sebeple kamusal gücün idaresini üstlenen siyasetçiler ve uymaları gereken kuraları siyasetçilerin belirlediği, siyasete hesap veren bürokratların sahip olması gereken ahlaki değerler kümesini, tanımlamakta yarar görülmektedir.

Bürokratların sahip olması gereken ahlaki değerler kümesini bir anlamda etik yönetim olarak öne çıkılmaktadır. Zira kamu yönetimi bağlamında bakıldığında etik “çıkar çatışmasından kaçınma, kamu yararını gözetme, saydamlık, hesap verebilirlik, tarafsızlık, dürüstlük ve sosyal adalet” gibi ilkelere işaret etmektedir. Söz konusu ilkeleri benimseyerek bu ilkeler doğrultusunda karar alıp uygulayan yönetimler ise “etik yönetim” olarak adlandırılmaktadır (Eryılmaz, 2014: 406). Siyaset-bürokrasi ilişkisi uygulamada siyasallaşmış bir bürokratik yapıyı kaçınılmaz kılmaktadır. Bürokratlar, siyasetçilere karşı sorumlu olsalar da halkın çıkarları söz konusu

olduğunda siyasetçilerle çıkar ilişkisi içerisine girmemeleri gerekmektedir. Ancak uygulamada etik yönetimin tarafsızlık, dürüstlük ve kamu yararını gözetme gibi ilkeleri, siyasallaşmamış bir idari aygıt gerektirmektedir.

Esasen, genellikle gelişmekte olan ülkelerde görülen devletin idari aygıtının siyasallaşması, idari yozlaşmanın en önemli belirtilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Böyle bir durum kamu personelinin liyakat yerine sadakat ölçüsü gözetilerek yönlendirilmesi, kamu hizmetlerinin aksaması ya da kayırmacı bir anlayışla yürütülmesi gibi olumsuz sonuçlar doğuracaktır (Eryılmaz, 2014: 307-308). Dolayısıyla siyaset ve bürokrasi için ahlakilik, yalnızca vatandaşlara karşı bir sorumluluk değil, aynı zamanda bu iki yapının kendi aralarındaki ilişkilerin biçimini de belirlemesi gereken bir kurallar bütünüdür.

3.5. Etkin Yerel Yönetim Yapısı ve Sistemi

Yerel düzeyde kamu hizmetlerini sağlamada vazgeçilmez olan yerel yönetimlerin verimlilik ve etkinliği, vatandaş memnuniyetine ve demokrasiye katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla ülkelerin demokratik gelişmişliklerine dair ayırt edici özelliklerinden biri de yerel yönetimlerin gücü ve etkinliğidir (Eryılmaz, 2014: 171). Etkin bir yerel yönetim sistemi, vatandaşların talep ve beklentileri doğrultusunda, güvenilir, vatandaş memnuniyeti odaklı hizmetin (Şahin ve Taşpınar, 2014) katılımcı bir anlayışla sunulmasını gerektirmektedir. Yerel yönetimlerin etkinliğinin artırılmasının ve kararların daha çok yerel düzeyde alınmasının gerekliliği muhalefette iken hemen hemen tüm partilerin ortak görüşüdür. Ancak uygulamada ise, gücü daha fazla merkezde toplama girişimleri öne çıkmaktadır (Demir, 2003: 154).

Bu bağlamda yerel yönetimlerin kararlarını etkileyen iki temel kısıtlayıcı faktör mevcuttur. Bunlardan birincisi, yerel yönetimler tarafından yürütülen faaliyetlerin merkezi idarenin bağlayıcı kararlarından etkileniyor oluşudur. İkinci kısıtlayıcı faktör ise seçilmiş yerel yöneticilerin mensubu buldukları siyasi partileri de temsil ediyor oluşudur. Her iki durumda da yerel yönetim ve vatandaşlar arasına daha merkezi bir yapı ve onun kararları girmektedir (Aich, 1980: 155).

Türkiye örneği açısından ise yerel yönetimler, Osmanlı Devleti'nden itibaren Batılı örneklerinden farklı bir gelişim süreci yaşamıştır. Özetle belirtmek gerekirse; Avrupa'da merkezileşme yerel güçlerin birlikteliği ile ortaya çıkarken, Osmanlı'da yerel yönetimlerin başlangıç nüvesini oluşturan yerel meclisler merkezi idarenin kontrolünde kurulmuştur. Bu anlayışın Osmanlı'dan Cumhuriyet'e böylesine benzer biçimde aktarılmasının altında da bürokratik elitlerin modernleşme projesini yukarıdan aşağıya ve merkezi politikalar ekseninde uygulamaları yatmaktadır (Önen ve Reyhan, 2011: 58-63). Bugün yapılması gereken ise yerel yönetimlerin karar ve

faaliyet alanlarında daha bağımsız hale gelmesini sağlamak; hızlı, etkin ve hesap verebilir bir yerel yönetim sistemi kurgulamaktır.

4. Etkin Bürokrasi

Bugün bürokrasi, devletin temel işlevlerini yürütmek üzere kaçınılmaz biçimde ihtiyaç duyulan evrensel bir aygıt haline gelmiştir. Kendine özgü kuramsal temeli nedeniyle, bürokrasinin etkinleştirilmesi ve bürokratik sorunların üstesinden gelinmesi de bu kuramsal temelin iyi incelenip analiz edilmesine bağlıdır (Çevikbaş, 2014: 98-99). Kurumlar arası eşgüdüm, etkin sağlık sistemi, eğitimde çağdaşlık ve fırsat eşitliği ile etkin bürokratik sistem ve e-devlet vatandaşların etkin bürokrasi algısını şekillendiren temel konular arasında yer almaktadır.

4.1. Kurumlar Arası Eşgüdüm

Bürokrasi çeşitli anlamlara işaret etmektedir. Bunlardan biri de hantallaşma, sürekli aynı işlemlerin tekrarı, hizmet alanlara zorluk çıkarılması gibi olumsuz bir içeriğe sahiptir. Vatandaşlar kamu kurumlarından belge eksikliği ya da imza şartı gibi nedenlerle geri çevrildiğinde bürokrasiye işte bu olumsuz anlamı yüklemektedirler (Eryılmaz, 2014: 261-262). Elbette imkanları sınırlı, talepleri sonsuz olan insanların tümünü birden memnun etmek pek kolay bir iş değildir. Ancak iktisadın genel kuralı bu konuda da geçerlidir. Her hizmet eldeki kısıtlı kaynaklar ölçüsünde etkin şekilde yürütülebilecektir. Bu bakımdan, bürokratik örgütün üzerindeki olumsuz algıyı -en azından belirli ölçüde- imkanları dahilinde ortadan kaldırması, vatandaşların gözünde etkin bir devlet aygıtı görünümüne kavuşması gerekmektedir.

Bürokratik yapının kanun ve yönetmelikler gibi yasal düzenlemelerden oluşan normatif bir düzeni vardır (Eryılmaz, 2014: 90). Bürokratlar, bilgiye ve teknolojiye hâkim, pozisyonlarında siyasi amirlerinden daha kalıcı kişilerdirler. Hatta bu yönüyle bürokratlar bazen kendi sahip oldukları bilgi, teknik uzmanlık ve deneyimden yoksun olduklarını düşündükleri siyasi liderleri küçük; politika oluşturma gücünü de bir anlamda kendilerinde görmektedirler. Ancak tek başına hiçbir bürokratta iktidarın yürüttüğü faaliyetlerin tümünü idare edecek yetki mevcut değildir (Aydın, 2012: 53). Dolayısıyla vatandaşların devletten beklentilerinin gerçekleştirilebilmesi için kamu kurumlarının faaliyetlerini belirli bir düzen ve iş birliği içerisinde gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Vatandaşların bu konudaki beklentisi, mümkün olduğunca kısa sürede ve en az işleme yapmak istediklerini gerçekleştirmek, talep ettikleri hizmete erişmektir. Bürokratik işlemler artıkça karşılıklı zaman kaybı ile birlikte maddi kayıp da yaşanmakta, kamu hizmetine dönük kalite algısında ve vatandaş memnuniyetinde azalma olmaktadır. Çünkü artık hayatın tüm

alanlarında olduğu gibi bürokrasi açısından da başarının kıstası yalnızca hizmetin sunulmuş olması değil, aynı zamanda hızlı bir şekilde gerçekleşmiş olmasıdır. Zira günümüzde, tıpkı şirketlerin kalite ve müşteri memnuniyetine önem vermesi gibi, kamu idareleri de vatandaşların memnuniyetine odaklanmak durumundadır (Taş ve Uçacak, 2018: 493). Bu hedefin gerçekleştirilmesi için de bürokrasinin iki anlamının birden kullanıldığı bir ifadeyle; “bürokrasinin bürokrasiden arındırılması”, kurumların koordinasyon ve işbirliği içinde çalışması gerekmektedir.

4.2. Etkin Bir Sağlık Sistemi

Sağlık hizmetleri esas olarak gelir ve toplumsal konumdan bağımsız olarak insana yaraşır bir hayat için temel teşkil etmektedir. Sağlık, tüm yurttaşlar tarafından eşit olarak elde edilebilmesi gereken bir hak (Gombert vd., 2010: 44). Sağlık hizmetleri sunumunda temel kıstas, kazanç sağlamak yerine yardımlaşma eksenli olmalıdır. Birlikte yaşamının en önemli kurallarından olan yardımlaşma, ekonomik gücü yeterli olmayanların da ihtiyaç duydukları sağlık hizmetlerine kavuşmalarını sağlayacaktır. Yarı kamusal nitelikteki bu hizmetlerin etkin biçimde sunulması ve vatandaşların bu hizmetlerden yararlanmasının sağlanması görevi, devlete düşmektedir. Bu konuda alınması gereken tedbirler; hastalıktan korunma, aile hekimliği, sağlam bir hasta kayıt sistemi, bürokratik işlemlerde sadelik, özerk hastane yönetimi, temel sağlık sigortası, rekabetçi bir sigorta ve emeklilik sistemi anlayışı ve etkin denetimdir (Demir, 2003: 165-166).

. Bir sağlık politikası belirlenirken, finansman, planlama ve kaynak belirleme, hizmet sunumu standartları ve bilgi üretimi/yönetimi konuları titizlikle ele alınmalıdır (Altenstetter, 1980: 176). Temelde Amerikan sağlık sisteminde federal devletin yürüttüğü faaliyetlerin kapsamı, ülkemizde devletin sağlık hizmeti sunumu konusundaki faaliyetlerine benzemektedir. Bu faaliyet alanları sağlık sisteminin sübvansiyonu, sağlık hizmetlerinin finansmanı, sağlık hizmeti sunumunun reorganizasyonu, sağlık sisteminde planlama, koordinasyon ve düzenlemeler yapılması olarak özetlenebilir (Brown, 1980: 195).

4.3. Eğitimde Çağdaşlık ve Fırsat Eşitliği

Bireyler insan olmalarından dolayı birtakım özgürlüklere doğuştan sahiptirler. Ancak özgürlüklerin kullanımında etkinliğin sağlanması için eşitlik de şarttır. Şöyle ki özgürlük, eşitlik ilkesi ile birlikte uygulanmadığı durumda ancak belirli kişi ya da gruplara tanınan bir “ayrıcılık” halini alacaktır. Bu bağlamda eşitlik özgürlüğün ayrılmaz bir parçasıdır (Uslu, 2014: 387). Eğitim açısından ise bu eşitlik, fırsat eşitliği ve adalet düzeyinde değerlendirilmelidir. Eğitim konusundaki fırsat eşitliği, başlangıç noktasındaki yetenek ve ekonomik yeterlilik gibi tüm farklılıkların mümkün olduğunca dengelenmesini ifade etmektedir. İy

bir eğitim politikası ve eğitimde etkinlik, eğitim sistemine dahil edilen bireylerin tüm farklılıklarına rağmen sağlanan olanaklardan eşit derecede yararlanabilmeyi ifade etmektedir. Eğitimde adalet ise faaliyete dayalı ve ihtiyacı esas alan bir anlayışla sağlanmalıdır. Faaliyete dayalı adalet, eşit düzeyde çaba gösteren bireylerin eğitim sisteminden benzer başarı düzeyleri ve benzer diplomalarla mezuniyetinin temin edilmesini gerektirmektedir. İhtiyacı esas alan adalet ise zayıf özelliklere sahip bireylerin diğerlerine oranla daha fazla teşvik edilerek eğitim olanaklarından uygun seviyede yararlanmalarının önünün açılmasına işaret etmektedir (Petring vd., 2013: 141-142).

Sonuç olarak çağdaş ve fırsat eşitliğini esas alan bir eğitim sisteminin bir ideolojik dayatma aracı olmaktan çıkarılması gerekmektedir. Eğitimde rekabet için bu alanda özel sektörün faaliyeti teşvik edilmeli, belirli norm ve standartların tüm eğitim kurumlarınca yakalanması için çaba gösterilmelidir. Zorunlu temel eğitim devlet tarafından desteklenmeli, başarılı ve yoksul öğrencilere burs vb. imkanlar sağlanmalıdır. Özellikle üniversite eğitimi yarışmacı hale getirilmeli, yükseköğretim kurumlarında kayırmacılık önlenerek kalite artırılmalıdır (Demir, 2003: 166-171).

4.4. Etkin Bürokratik Sistem ve E-Devlet

İyi işleyen bir kamusal düzen için, kamu çalışanlarının görevlerini hakkıyla yerine getirmesi gerekmektedir. Yetki aşımı ve görevin kötüye kullanılması da en az görevlerini eksik yerine getirmek ya da kimi sorumluluklardan kaçmak kadar tehlikeli davranışlardır. Temelinde kaçınma ve aşırılık yatan her iki davranış biçiminde de memurlar, aynı türden bir sığınak bulmaktadırlar. Sorun çoğu kez yasal altyapıdan kaynaklanmaktadır. Yasa ve yönetmeliklerin fazla “genel” ya da fazla “ayrıntılı” oluşu, etkinlikten uzak davranışlarda bulunan bir kamu çalışanı için avantajlı bir durum doğurabilmektedir (Eryılmaz, 2014: 371). Bu bağlamda vatandaş memnuniyetini sağlayacak etkin bir bürokrasi için etkin bir altyapıya da ihtiyaç duyulacaktır. Zira devlet ve toplum arasındaki ilişkilerin düzeni, kamu yönetimi örgütleri tarafından yerine getirilen hizmetlerle sağlanmaktadır. Bu faaliyetler yerine getirilirken de hem uygun katılım olanaklarının sağlanması hem de vatandaş memnuniyetine odaklanılıp kaynakların etkin kullanılması esastır (Erdoğan Tosun ve Eyrice Tepeciklioğlu, 2014: 532-535). Günün imkanları bu amaç için seferber edilmeli, kamu gücünü kullanan bürokratik örgütler, bu gücü yine kamunun hizmetine sunmalıdır.

Elbette tüm çevresel koşullar gibi bürokratik yapı ve faaliyetleri de dünyada yaşanan işbirlikleri, çatışmalar, darboğazlar, ideolojik ve ekonomik dönüşümlerden etkilenmektedir. Örneğin 1980’li yıllara kadar bir artış ve çeşitlenme eğilimi gösteren kamu hizmetleri, kamu örgütlerinin de büyümesine yol açmıştır. Devletin büyüüp faaliyet alanının genişlemesinin

doğurduğu sonuç ise memnuniyetten ziyade bürokratik yapıda bir hantallaşma ve devlet vatandaş ilişkilerinde bir güven krizi olmuştur. Nitekim Refah Devleti anlayışının terk edilip çeşitli derecelerde Yeni Kamu Yönetimi Politikalarına geçişin gerekçesi de bu memnuniyetsizliktir (Eryılmaz, 2014: 43). Vatandaşların kamusal mal ve hizmetlerin müşterisi olarak görüldüğü bu anlayış, bürokratik örgütlerin de özel işletmelerin kullandığı imkân ve tekniklere sahip ve hâkim olmasını gerektirmektedir.

Tam da bu noktada devlet ve bürokrasinin imdadına e-devlet uygulamaları yetişmektedir. Zaten bilgi toplumunun toplumsal yapıda ve vatandaş beklentilerinde neden olduğu değişiklikler de bu yaklaşımı gerekli kılmaktadır (Bayrakçı vd., 2013: 112). Devletin temel fonksiyonunu yerine getirmek üzere, içinde bulunulan çağın siyasi, toplumsal ve idari gerekliliklerine uygun olarak bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmasını ifade eden e-devlet, 7 gün 24 saat devletin erişilebilir olmasını sağlamaktadır (Şahin vd., 2013: 62). Aslında temel işlevinden vazgeçmeyen ancak bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak elektronikleşen devlet, böylece daha etkin, ekonomik ve etkili bir yoldan hizmet sunabilmektedir. İnternetin de yaygınlaşmasıyla artık bilgi ve hizmetlere daha kolay erişilebilmekte, hizmetler ise nitelik ve nicelik bakımından gelişmektedir (Örselli ve Taşpınar, 2014). Dolayısıyla e-devlet hem devlete hem de vatandaşlara fayda sağlamaktadır. Bu bağlamda devletin bu imkânı etkin biçimde kullanması, vatandaşların da kullanımına sunması, etkin bir kamu yönetimi sistemi için artık bir zorunluluk haline gelmiştir.

5. Etkin Ekonomik Sistem

Özel sektör kadar kamu yönetimlerinin de rasyonel davranması, mevcut kaynak ve imkanları en ekonomik ve en fazla faydayı sağlayacak biçimde kullanması esastır. Her ne kadar kamu sektöründe girdi ve çıktıların belirlenmesi güç, parasal karşılıklarının tespit edilmesi zor olsa da gerek maliyet gerekse fayda bakımından en etkin uygulamaların tercih edilmesi gerekmektedir (Özer, 2012: 99). Etkin ekonomik sistem başlığı altında, devletin bu çerçevedeki etkinliğinin sağlanması için gerekli olduğu düşünülen hedefler, genel olarak birkaç başlıkta ele alınabilir.

5.1. Ekonomik Özgürlüğün Tesisi

Günümüzde demokrasi denildiğinde akla gelen liberal demokrasi modeli, bireysel ve ekonomik özgürlüğü esas almaktadır. Liberal demokrasiye dair pek çok olgu gibi ekonomi konusunda da bir doğa durumu düşüncesi hâkim olup, buna göre ekonomik hayatın doğal yasaları vardır. Bu durumda devlete düşen, çalışma hakkı, özel mülkiyet, serbest rekabet ve teşebbüs gibi konularda eşitliği sağlayacak yasal düzenlemeleri yaparak, ekonominin kendi doğal düzeninde ilerlemesine müsaade etmektir. Böylece bireyin yetenek ve erdemleri doğrultusunda hareket ederek ortak çıkar

ve adil bir düzene katkıda bulunmasının önü açılacaktır (Göze, 2013: 41). Liberal düşünce, ekonomik anlamda müdahalesizliği savunurken, bir taraftan da devlete bu konuda düzenlemeler yapma görevi yüklemesi ilginç bir durum arz etmektedir. Ancak çelişkili görünen bu durumun temelinde, devlete toplumsal çıkarları gözetme işinin devredildiği toplum sözleşmesi fikri yatmaktadır.

Dolayısıyla devlet, bireylerin insan onuruna yaraşır bir gelir elde edebilmesi için çalışmasını, ekonomik girişimler gerçekleştirebilmesini temin edecek önlemler almak durumundadır. Devletin müdahale alınma dair öngörülen asıl kısıtlama ise bu noktada ortaya çıkmakta ve bu bağlamda çeşitli kriterler belirlemektedir. Devletin ekonomik özgürlüğü sağlamadaki etkinliğini belirleyen bu kriterler; dış ticaret kısıtlamaları, devlet harcamaları ve vergilerin GSMH (Garı Safi Milli Hasıla) içindeki payı, sözleşmelerin işlerliği konusundaki hukuki karar ve uygulamaların hızı, çalışma hayatına dair düzenlemeler, sermaye ve bankacılık alanlarındaki kısıtlamalar ve kayıt dışı ekonomi ile mücadeledir (Demir, 2003: 93).

5.2. Gelir Bölüşümde Etkinlik ve Gerektiğinde Pozitif Ayrımcılık

Nizamülmülk eserinde 2. Halife Hazreti Ömer zamanında yaşanmış bir hikâyeye yer vermektedir. Hikâyeye göre; kıtlık zamanında yoksul düşen ve aç kalan halk kendilerine hazineден yardım edilmesini talep etmiştir. Talep gerekçesi ise önemlidir. Allah'ın ihtiyacı olmadığından dolayı; hazinedeki malları, halk halifeden ya sadaka olarak ya da mallar halkın ise de sahibi oldukları için kendilerine verilmesini istemişlerdir (Nizamülmülk, 2010: 82). Hikâyenin ekonomik anlamda içerdiği ders, devletin elindeki imkanları vatandaşlarıyla paylaşması gerektiğidir. Bu paylaşım etkin olduğu ölçüde toplumsal çıkarlara hizmet edecek, iktidarın halk nazarındaki meşruiyetini de artıracaktır.

Bunun yanında; toplumsal refahın adil biçimde paylaşılması ve kazanç olanaklarının geliştirilmesi tek başına yeterli olmamaktadır. Biyolojik, sosyolojik, ekonomik ve psikolojik yasalar gereği; güç, dayanıklılık, zekâ, yetenek ve uyum gibi pek çok özellik bakımından birbirlerinden farklı olan kişi ve grupların bu özelliklerinden bağımsız olarak çabalarının karşılığını almalarını temin edecek bir kurallar bütününe de ihtiyaç duyulmaktadır (Yılman, 2006: 60). Nitekim devletin temel fonksiyonlarından biri de ekonomik faaliyetlerin düzenlenmesidir. Söz konusu düzenleme fonksiyonu, toplumda gelirin yeniden bölüşümünün sağlanmasını, uygulanan politikalarla zenginlerden fakirlere doğru bir gelir transferi yapılmasını da içermektedir. Bir başka deyişle devlet, yüksek gelirli gruplardan elde ettiği vergi gelirleriyle bir yandan desteklenmesi gereken alanlarda sübvansiyonlar ve vergi indirimleri sağlarken, diğer yandan da işsizler, engelliler ve dar gelirli gibi gruplara doğrudan yardımlar sağlamalıdır (Eryılmaz, 2014: 25).

Marksist çerçeveden bakıldığında ise bölüşümde etkinlik sınıf temelli ve yönetici sınıfın egemenliğindeki bir toplumda çok da mümkün görünmemektedir (Baradat, 2012: 97). Marx'a göre hâkim sınıf, aslında üretilmesi için harcanan emek nispetinde bir değer kazanması gereken ürünlerin fiyatları üzerinden bir artı değer elde etmektedir. Bu artı değeri sağlayan da ürünün üretimine emek veren çalışanlara hak ettiklerinden daha azını ödemekle mümkün olmaktadır. Bunun adı ekonomik sömürüdür (Heywood, 2007: 159). Ekonomik sömürünün varlığında ise etkin bir bölüşümden söz etmek pek mantıklı değildir.

5.3. Ülke Parasının Değerinin Korunması

Alışverişin mübadele yoluyla yapıldığı dönemler çok gerilerde kalmıştır. Bugün alışveriş için taraflarca kabul edilen bir araç olan para kullanılmaktadır. Ancak alışverişlerden elde edilen paranın gücü, bu işlemin tek seferlik bir değiş tokuş olmamasından, yani alışverişten elde edilen paranın gelecekte de kullanılabilir olmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü kendi başına alışveriş gerçekleştirme kabiliyetine sahip olmayan para, temel olarak karşılıklı kabuller sayesinde geçerli bir araçtır. Gelecekteki kullanımlarında varsayılan ya da paradan beklenen ise en azından aynı satın alma gücünü koruyacak olmasıdır (Demir Abaan, 2004: 5). Paraya atfedilen bu beklenti gelecekte yapılacak yeni alışverişlerle sınırlı kalmamakta, gelecekte rahat etmek isteyen bireyler de gelirlerini geleceğe birikim yoluyla aktarmaktadır.

Birikimlerin tüketim malları ile geleceğe aktarılmasındaki güçlük ise bu konuda da günümüzde genel olarak devletlerin kontrolündeki paranın devreye girmesini gerektirmektedir. Bilinmektedir ki devletlerin en temel egemenlik uygulamalarından biri de o devlet adına bir para biriminin belirlenmesi ve basılmasıdır. Ülke sınırları içinde ve dışında dolaşan bu para biriminin miktarının, o ülke parasını baz alan ekonomik faaliyetlerin büyüklüğü ile orantılı olması gerekmektedir. Para arzındaki artışın üretim düzeyindeki artışı aşması ise enflasyon olarak adlandırılan sonuca yol açmaktadır. Ulusal para biriminin değerini aşındıran bu süreç, özellikle geliri aynı oranda artmayanların zararına bir durum ortaya çıkarmakta, dolayısıyla da memnuniyetsizlik doğurmaktadır (Demir, 2003: 122-123).

Paranın serbest ticaret düzeni neticesinde uluslararası dolaşımı ise bir başka duruma yol açmaktadır. Uluslararası ticaret ve borçlanma kanallarını kullanan devletler, kimi zaman cari ödemeler dengesinin sağlanabilmesi için dolaşımdaki para hacmini artırabilmektedir. Hacimdeki bu artış ülke içindeki ve özellikle de ülke dışından bir taleple karşılanmadığında ise cari denge açıklarına ve döviz kuru dalgalanmalarına yol açmaktadır (Demir Abaan, 2004: 48-49). Döviz bugün yalnızca yabancı bir ülkeye gidildiğinde kullanılacak para birimi olarak görülmemektedir. Aynı zamanda yabancı para birimiyle borçlanan işletmeler de dövize yatırım yapmaktadır (Ceran

ve Ortakarpuz, 2013: 69). Bugün sıradan vatandaşların bile birikimlerini değerlendirdiği bir yatırım aracı olan dövizin değeri, dövizle satın alınarak ithal edilen tüketim malları konusunda ise ayrı bir önem arz etmektedir. Akaryakıt, doğalgaz ve hatta kimi gıda ürünleri gibi temel tüketim mallarının döviz kuruna bağlı olarak artması, vatandaşların etkin ekonomik sistem algısını olumsuz etkilemektedir. Hal böyleyken etkin bir devletten beklenen ülke parasının değerinin korunması noktasında gerekli önlemleri alması olacaktır.

SONUÇ

Devlet mistik bir varlık değil, onu kontrol eden insanlar tarafından yönlendirilen dünyevi bir insan icadıdır. Her türlü araç gibi devletin de çeşitli noktalarda başarılı ya da başarısız olabilmesi mümkündür. Bu başarılar etkinlik, başarısızlıklar ise etkinsizlik olarak algılanmaktadır. Bir ülkede vatandaşların devlet ile olan ilişkileri büyük ölçüde devlete atfettikleri etkinlik düzeyi ile ilişkilendirilebilmektedir. Bu bağlamda kamu yönetimlerinin odaklanması gereken etkinlik alanları; siyasal ve idari sistem, hukuk sistemi, siyaset, bürokrasi ve ekonomik sistem olarak belirlenmiştir. Etkin bir siyasal ve idari sistem, vatandaşların kendilerini ve geleceklerini garanti altında görmelerini, güvende hissetmelerini sağlayacaktır. Dahil oldukları kimliğin itibarı, onları gururlandırırken, dış etkilerden de emin kılacaktır. Güvenlik ve savunma ise egemenliğin en belirgin yansımalarından biri olup, gereken ölçüde proaktif politikalar ile desteklenmesi gereken bir alandır. Devlet ve vatandaşlar arasındaki karşılıklı güven ile gelecek nesillerin haklarının savunulması etkin bir devlet mekanizmasının olmazsa olmazlarından.

Hukuk sisteminin etkinliğinde en temel kıstaslardan biri devletin elindeki gücü bilerek ve isteyerek vatandaşların lehine kısıtlamasıdır. Yasaların vatandaşlar kadar devletin kendisi için de bağlayıcı olması bir ülkenin hukuk devleti olarak adlandırılabilmesi için gereklidir. Diğer yandan pek çok hak ve özgürlüğün sağlıklı şekilde deneyimlenebilmesi için, söz konusu yasal düzenlemeler bir uzlaşma temelinde ve öngörülebilir biçimlerde gerçekleştirilmelidir. Bu düzen içinde oluşturulan yasal temel, etkin bir hukuki altyapı ile uygulanabilir hale getirilmelidir. Bu kapsamdaki yasama faaliyetlerinden sorumlu ana yapı olan siyaset kurumunun etkin işleyişi de önem arz etmektedir. Toplumun talep ve beklentilerinin zamanında karşılık bulması ile siyasal istikrarın tesisi, vatandaşların siyaset kurumundan beklentilerinin başında gelmektedir. Halkın çıkarları, her türlü siyasal ve ideolojik çatışmanın üstünde olmalıdır. Bu yönde tedbirler alınırken de vatandaşların tercihlerini yönlendirmeye çalışmak yerine onlara kulak verilmeli, toplumun ahlaki değer yargılarına uygun davranılmalıdır. Yerel yönetimler alanı da siyasetin halka en yakın yürütüldüğü alan olarak bahsedilen kriterlere tabidir.

Bürokratik alanda yürütülen faaliyetler de vatandaşların devlet algısı üzerinde etkili olmaktadır. Kurumların kamusal anlamda ortak iyiye hizmet etmek amacıyla, kendi aralarında iyi koordine olmaları gerekmektedir. Sağlık hizmetlerinin erişilebilir ve etkin sunumu, eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanması, vatandaşların gözündeki bürokratik alan imajını en çok etkileyen konulardandır. Gerek sağlık ve eğitim gerekse diğer kamusal faaliyetlerde etkinliğin sağlanması güncel teknolojik imkanlardan maksimum düzeyde faydalanmayı gerektirmektedir. E-devlet ile gündeme gelen olanaklar, devletin olumlu imajına katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Etkin bir ekonomik sistemin oluşturulması ise ekonomik özgürlüğün tesisi ve adil bölüşümün sağlanması ile yakından ilişkilidir. Ekonomik imkanlardan yararlanmanın dezavantajlardan arındırılmış şekilde tüm vatandaşlara sunulması gerekmektedir. Ülke parasının değerinin korunması ise vatandaşların ekonomik olanaklarını artırması yanında geleceğe güvenle bakması açısından da önemlidir.

KAYNAKÇA

- Aich, Prodosh. (1980). The Foundations of Political Participation, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 153-161. Frankfurt: Pergamon Press.
- Akbulut, Örsan Ö. (2007). *Küreselleşme, Ulus Devlet ve Kamu Yönetimi*. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- Altenstetter, Christa. (1980). Health Policy Implementation and Corporate Participation in West Germany, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 173-193. Frankfurt: Pergamon Press.
- Aristo. (2010). *Politika*, (2.Baskı), (Çeviri: Ersin Uysal). İstanbul: Dergah Yayınları.
- Aron, Joan Â. (1980). Citizens' Participation at Government Expense, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 54-69. Frankfurt: Pergamon Press.
- Aydın, Mustafa. (2002). *Siyasetin Sosyolojisi: Bir Sosyal Kurum Olarak Siyaset*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Aydın, Nurettin. (2012). Weberyen Bürokraside Liyakat ve Türk Kamu Bürokrasisinden Bir Kesit: "Siyasetin Bürokrasi İronisi". *Sayıştay Dergisi*(85), 51-67.
- Baradat, Leon P. (2012). *Siyasal İdeolojiler: Kökenleri ve Etkileri*, (Çeviri: Abdurrahman Aydın). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bayrakçı, Erdal; Şahin, Ali ve Taşpınar, Yasin. (2013). The Relationship between Trust in Government, Trust in E-Government Website and Intention to Continue Using E-Government Implementations, *IISES 6th International Academic Conference Conference Proceedings*, (Edt: Ladislav Chmela), ss. 112-130. Bergen: International Institute of Social and Economic Sciences.
- Brown, Lawrence D. (1980). Health Care Policy Strategies and Political Coalitions in the United States, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 194-214. Frankfurt: Pergamon Press.
- Ceran, Yunus ve Ortakarpuz, Metahan. (2013). Kur Farklarının Muhasebe Uygulamaları ve Türkiye Muhasebe Standartları Kapsamında İncelenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 65-80.
- Çetin, Halis. (2014). Siyasal İktidar ve Meşruiyet, *Siyaset Bilimi*, (4.Baskı), (Edt: Halis Çetin), ss. 63-116. Ankara: Orion Kitabevi.

- Çevikbaş, Rafet. (2014). Bürokrasi Kuramı ve Yönetmel İşlevi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 75-102.
- Demir Abaan, Z. Ernur. (2004). *Para: Para Hukuku ve Kaynakları*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası.
- Demir, Ömer. (2003). *Küresel Rekabette Etkin Devlet: Türkiye için Etkin Bir Devlet Oluşturma İmkânı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demirci, Fatih ve Önder, Özgür. (2014). Bürokrasi, *Siyaset Bilimi*, (4.Baskı), (Edt: Halis Çetin), ss. 557-618. Ankara: Orion Kitabevi.
- Doğan, İlyas. (2008). *Devlet ve Toplum Kuramlarına Yeni Yaklaşımlar*. İstanbul: Yeni İnsan Yayıncılık.
- Erdoğan Tosun, Gülgün. (2005). Birleştirici Demokrai Devlet-Sivil Toplum İlişkisinin Yeniden Yapılandırılması için Bir Analiz Aracı Olabilir mi?, *Sivil Toplum ve Demokrasi*, (Edt: Lütfi Sunar (Yayına Haz.)), ss. 23-54. İstanbul: Kaknüs Yayıncılık.
- Erdoğan Tosun, Gülgün ve Eyrice Tepeciklioğlu, Elem. (2014). Sivil Toplum ve Baskı Grupları, *Siyaset Bilimi*, (4.Baskı), (Edt: Halis Çetin), ss. 507-556. Ankara: Orion Kitabevi.
- Ertugay, Fatih. (2014). Siyaset, *Siyaset Bilimi*, (4.Baskı), (Edt: Halis Çetin), ss. 32-62. Ankara: Orion Kitabevi.
- Eryılmaz, Bilal. (2014). *Kamu Yönetimi: Düşünceler-Yapılar-Fonksiyonlar-Politikalar*, (7.Baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Friedrich, Carl J. (1999). *Sınırlı Devlet*, (2.Baskı), (Çeviri: Mehmet Turhan). Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Galland, Heino. (1980). Participation in Energy Policy, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 41-53. Frankfurt: Pergamon Press.
- Gombert, Tobias; Blasius, Julia; Dahm, Jochen; Krell, Christian ve Timpe, Martin. (2010). *Sosyal Demokrasinin Temelleri*. İstanbul: Friedrich Ebert Stiftung.
- Gökçe, Gülise. (2007). *Güçlü ve Zayıf Devlet Tartışmaları Bağlamında Türkiye*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gökçe, Orhan. (2013). Siyaset ve Kişilik, *Siyaset Sosyolojisine Giriş*, (Edt: Orhan Gökçe), ss. 81-114. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Göze, Ayferi. (2013). *Liberal, Marxiste, Faşist, Nasyonal Sosyalist ve Sosyal Devlet*, (7.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.
- Gül, Hüseyin; Kamalak, İhsan ve Sallan Gül, Songül. (2017). Amerikan Başkanlık ve Fransız Yarı-Başkanlık Sistemleri Işığında Türkiye'nin Yeni Cumhurbaşkanlığı Hükümeti Sistemi. *Strategic Public Management Journal*, 3(Özel Sayı), 101-120.

- Heper, Metin. (2012). *Türkiye’de Devlet Geleneği*, (4.Baskı), (Çeviri: Nalan Soyarık). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Heywood, Andrew. (2007). *Siyasi İdeolojiler: Bir Giriş*, (Çeviri: Ahmet Kemal Bayram vd.). Ankara: Adres Yayınları.
- Heywood, Andrew. (2012). *Siyaset Teorisine Giriş*, (4.Baskı), (Çeviri: Hızır Murat Köse). İstanbul: Küre Yayınları.
- Kapani, Münici. (2012). *Politika Bilimine Giriş*, (30.Baskı). İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Karagöz Yeke, Yıldız. (2007). *Machiavelli ve Siyasal Etik*. Ankara: Ebabil Yayıncılık.
- Keyman, Fuat. (2005). Kamusal Alan, Sivil Toplum ve Demokrasi, *Sivil Toplum ve Demokrasi*, (Edt: Lütfi Sunar (Yayına Haz.)), ss. 99-122. İstanbul: Kaknüs Yayıncılık.
- Locke, Jonh. (2012). *Yönetim Üzerine İkinci İnceleme*, (2.Baskı), (Çeviri: Fahri Bakırcı). Ankara: Ebabil Yayınları.
- Martin, David. (2009). Christianity, Violence, and Democracy: Sociohistorical Selection from a Basic Religious Repertoire, *Religion, State, and Society : Jefferson’s Wall of Separation in Comparative Perspective*, (Edt: Jr. Robert Fatton ve R. K. Ramazani), ss. 137-154. New York: Palgrave Macmillan.
- Nasr, Seyyed Vali Reza. (2001). *Islamic Leviathan : Islam and The Making of State Power*. New York: Oxford University Press.
- Nizamülmülk. (2010). *Siyasetname*. İstanbul: Lacivert Yayıncılık.
- Önen, Nizam ve Reyhan, Cenk. (2011). *Mülkten Ülkeye. Türkiye’de Taşra İdaresinin Dönüşümü*, (İletişim Yayınları).
- Örselli, Erhan ve Taşpınar, Yasin. (2014). E-Devlet: Fırsatlar ve Tehditler Bağlamında Bir Analiz, *Teoriden Uygulamaya E-Devlet*, (Edt: Ali Şahin ve Erhan Örselli), ss. 1-34. Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Özer, Mehmet Akif. (2012). *Yeni Kamu Yönetimi*, (2.Baskı). Ankara: Barış Kitabevi.
- Parasuraman, A.; Zeithaml, Valarie A. ve Berry, Leonard L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.
- Petring, Alexander; Dahm, Jochen; Gombert, Tobias; Krell, Christian ve Rixen, Thomas (2013). *Sosyal Devlet ve Sosyal Demokrasi*. İstanbul: Friedrich Ebert Vakfı.
- Pollak, Michael. (1980). Ambiguity as a Source of Political Efficacy: The Contradictions of the German Antinuclear Movement, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 70-86. Frankfurt: Pergamon Press.

- Salisbury, Robert H. (1980). Modes of Participation and Policy Impact in American Education, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 99-116. Frankfurt: Pergamon Press.
- Şahin, Ali; Bayrakçı, Erdal ve Taşpınar, Yasin. (2013). Yerel Yönetimlerin E-Hizmet Sunum Platformu, Belediye Web Siteleri: Büyükşehir Belediye Web Sitelerinin Web Olgunluğu Açısından Değerlendirilmesi, *Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler ve Kentsel Politikalar*, (Edt: Yakup Bulut, Veysel Eren, Sedat Karakaya ve Abdullah Aydın), ss. 59-74. Ankara: Pegem Akademi.
- Şahin, Ali ve Taşpınar, Yasin. (2014). Administrative Styles of Mayors and Citizens' Perception of Satisfaction with Local Government Services: The Case of Selçuklu Sub-Provincial Municipality, *The 2014 WEI International Academic Conference Proceedings*, (Edt), ss. 17-30. Budapeşte: West East Institute.
- Şahin, Ali ve Taşpınar, Yasin. (2015). Citizens' Trust in Public Institutions: A Field Study, *IAS-IISA 2015 International Congress of The International Institute of Administrative Sciences Proceedings*, (Edt), ss. 1-19. Rio De Janeiro: IAS-IISA International Congress of The International Institute of Administrative Sciences.
- Tannenbaum, Donald G. ve Schultz, David. (2011). *Siyasi Düşünce Tarihi: Filozoflar ve Fikirleri*, (6.Baskı), (Çeviri: Ahmet Kemal Bayram). Ankara: Adres Yayınları.
- Taş, İbrahim Ethem ve Uçacak, Kemal. (2018). Türk Kamu Yönetiminde Bürokratik İşlemlerin Azaltılmasında Uyap Uygulamasının Önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(19), 492-513.
- Tok, Nafiz. (2014). Siyasal İdeolojiler, *Siyaset Bilimi*, (4.Baskı), (Edt: Halis Çetin), ss. 167-256. Ankara: Orion Kitabevi.
- Uslu, Cennet. (2014). İnsan Hakları, *Siyaset Bilimi*, (4.Baskı), (Edt: Halis Çetin), ss. 357-418. Ankara: Orion Kitabevi.
- Whitaker, Gordon P. (1980). Citizens' Participation in the Delivery of Human Services, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 137-152. Frankfurt: Pergamon Press.
- Yılman, Mustafa. (2006). *Demokrasimizin Kültürel Temelleri*, (10.Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Zabcı, Filiz. (2009). John Locke: Liberalizmin Düşüncedeki Öncüsü, *Kral Devletten Ulus Devlete*, (2.Baskı), (Edt: Mehmet Ali Ağaogulları, Filiz Zabcı ve Reyda Ergün), ss. 101-232. Ankara: İmge Kitabevi.
- Zillessen, Horst. (1980). Citizens' Participation in Decision-Making Processes in Energy and Environmental Policy, *Comparative Public Policy and Citizen Participation Energy, Education, Health and Urban Issues in the U.S. and Germany*, (Edt: Charles R. Foster), ss. 31-40. Frankfurt: Pergamon Press.

Bölüm 39

PANDEMİ DÖNEMİ MUHASEBE EĞİTİMİ: TEORİK BİR BAKIŞ

Şule YILDIZ¹

Sema AKPINAR²

1 Doç.Dr., Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü Muhasebe Finansman ABD, Sakarya, Türkiye. kasapoglu@sakarya.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-4630-0637

2 Dr.Öğr.Üyesi, Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü Sağlık Yönetimi ABD, Sakarya, Türkiye. semaulku@sakarya.edu.tr ORCID ID: 0000-0003-0797-1486

GİRİŞ

Muhasebe eğitimi alan öğrenciler geleceğin potansiyel meslek mensubu adaylarıdır. Bu nedenle, ileride muhasebe sisteminden beklendiği şekilde doğru, kaliteli ve güvenilir bilgi edinimi ancak etkin bir muhasebe eğitimi ile gerçekleşebilir. COVID 19 pandemisi ile birlikte, muhasebe eğitiminde de bir dönüşüm yaşanmış; üniversitelerin öğretim elemanları ve öğrencilerden beklentileri, artan dijitalleşme ve uzaktan eğitim ile birlikte değişmiş; eğitim sürecinin planlanması ve yürütülmesinde yaşanan değişim üzerinde düşünülmesi gereken konular haline gelmiştir.

Sürecin başında öncelikle, tüm dünyada pek çok üniversite geleneksel yüzyüze eğitimden çevrimiçi öğrenmeye geçmiş, öğrencilere etkili ve kaliteli eğitim sağlamak üzere öğretim yönetim sistemlerine (ÖYS) (Zoom, Blackboard, MS Teams, Big Blue Button ve diğer öğrenme platformları gibi) yatırımlar yapılmış, gerekli donanımlar sağlanmış, kampüs içi faaliyetler iptal edilmiştir (Lim, 2020). Bu ÖYS'ler, eğitmenlerin öğrencilerle sanal olarak canlı veya kaydedilmiş dersler, sohbet, çevrimiçi sınavlar ve ödevler aracılığıyla etkileşim kurmasını sağlamıştır.

Pandemi dönemi ve öncesinde uzaktan eğitime ilişkin yapılan çalışmalar, çok uygun kurumsal koşullar sağlansa bile, salgın baskısı altında hızlı şekilde çevrimiçi eğitime geçişin öğretim üyeleri ve öğrenciler açısından zor olabileceğini, yeni eğitim yöntemlerine uyumda zorluklarla karşılaşabileceğini göstermiştir. Özellikle pandemi gibi krizler sırasında muhasebe eğitimi çeşitli açılardan (değerlendirme süreci, öğretim üyelerinin öz yeterliliği, dijital muhasebe uygulamaları, ders verme süresi ve öğretim yöntemleri) sürecin kalitesini etkileyebilecek çeşitli zorluklarla karşılaşabilir (Sarea vd.2021).

Bazı yazarlar, çevrimiçi eğitime geçişle öğrencilerin maliyet ve zaman tasarrufu sayesinde kazançlı olduğunu ve COVID-19 salgınının muhasebe mesleğine fayda sağlayacağını ifade etse de (Zarret, 2020) dijitalleşmenin ve aynı zamanda COVID-19 salgın krizinin ortaya çıkardığı mevcut zorlukların mesleki gelişim üzerindeki etkilerine ilişkin farklı analizler yapılması önemlidir. Muhasebe meslek mensupları, hem kendi hem de mükelleflerinin çıkarları için yürütülen sürekli uyum ve hayatta kalma mücadelesinde, mevcut piyasa gereksinimlerini karşılamak için en iyi kararları vermeli ve faaliyetlerini optimize etmek için çözümler bulmalıdır. Bu doğrultuda, muhasebe eğitiminin de yeniden ele alınmasına ve gelenekselin ötesine geçen yeni muhasebe becerilerinin geliştirilmesine dayanan muhasebe eğitime odaklanan uzun vadeli bir vizyona ihtiyaç vardır (Aurelian Şova ve Popa, 2020).

Sağlık alanında Covid-19'u anlamak ve pandemiye çözüm üretebilmek için hızlı çalışmalar yapılmasına karşın eğitim alanında bu tür çalışmalar

yetersiz kalmıştır (Dehghanbanadaki vd., 2020; Hossain, 2020). Bu nedenle çalışmanın muhasebe eğitimi özelinde fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Online Muhasebe Eğitimi

Küresel koronavirüs salgını olan COVID-19'un bir sonucu olarak, geleneksel yüzyüze eğitimden çevrimiçi öğrenmeye geçiş dijital dönüşüm nedeniyle birçok eğitimci ve öğrenciyi çevrimiçi ortamlara yönlendirmiştir (Sangster vd. 2020; Reyneke vd. 2020). Daha önceden uzaktan eğitim tecrübesi olan üniversitelerde bu süreç başarılı şekilde gerçekleşirken ilk defa bu deneyimi yaşayan üniversitelerde uyum konusunda sıkıntılar yaşanması kaçınılmaz olmuştur.

Öğrencilerin öğretim sürecine etkin şekilde katılımını ve faydalanma oranını etkileyen pek çok faktör vardır. Özellikle pandemi döneminde dijital öğretim becerilerinin ön planda olduğu öğretim uygulamalarının kullanımı gerekmektedir. Öğretim uygulamalarının etkinliği ve öğrenci katılımının düzeyi, sunum şekline göre değişir. Yüz yüze sınıf etkileşimlerinde işe yarayan şeyler çevrimiçi öğrenmede etkisiz olabilir. Bu nedenle, geleneksel yüz yüze sunumdan çevrimiçi öğrenmeye geçiş yapmak, eğitimciler ve öğrenciler için birçok zorluğu beraberinde getirmiştir (Irshad, 2020).

Muhasebe eğitimi açısından konuya yaklaşıldığında sözkonusu zorlukların başında ders doğasından gelen sıkıntılar yer alır. Muhasebe derslerinin çoğu uygulamaya dönük, sayıların ve matematiksel formüllerin olduğu, yoğun soru ve monografi çözümü gerektiren derslerdir. Bu yüzden sınıf içi öğrenci-hoca etkileşimi, tahtada soru çözme, öğrencilere soru çözdürme, grup çalışması yaptırma konuların öğretiminde önemlidir. Özellikle muhasebenin mantığının verildiği genel muhasebe gibi temel muhasebe derslerinde bu konu daha önemli hale gelmektedir. Bu nedenle uzaktan eğitime geçiş sürecinde uygulamalı derslerde olduğu gibi muhasebe derslerinin öğretiminde de farklı yeni öğretim tekniklerinin geliştirilmesi; ders müfredatları, içerikleri, değerlendirme kriterleri, ders notları gibi birçok konunun yeniden ele alınması gerekmektedir (Irshad, 2020).

Online muhasebe eğitimindeki diğer bir zorluk, teknolojik eksikliklerdir (altyapı sorunları, teknoloji kullanım becerisi, dijital okuryazarlık, internet sıkıntısı gibi). Muhasebe eğitiminde uzaktan eğitimi mümkün kılan teknolojik araçlar olmasaydı pandemi döneminde eğitim sistemi ciddi sekteye uğrardı (Fogarty, 2020). Eskiden muhasebe derslerinde teknoloji kullanımı öğretim üyelerinin kişisel tercihlerine bırakılmışken pandemi ile zorunlu bir geçiş yaşanmıştır. Çevrimiçi öğrenme öğrencilere sıkıcı gelebileceği için geleneksel olarak öğrenciler yüz yüze ortamda öğrenmeyi tercih ederler. Burada en zor şey, öğretmenlerin öğrencileri motive etmesidir. Öğrenciler, hocalarla yüz yüze etkileşim eksikliği, diğer öğrencilerden izole edilmeleri ve sınırlı bilgi paylaşımı nedeniyle dersleri takip etmekte

zorlanabilirler (Sangster vd.2020). Pandemi öncesi muhasebe derslerinde teknoloji kullanımı ile ilgili çalışmalara bakıldığında genel olarak öğrencilerin özellikle derslerde powerpoint sunum gibi tekniklerin kullanımına sıcak bakmadıkları (Güneş ve Çukacı,2011; Fidan,2012); uzaktan eğitimle ders alma konusuna yoğun olarak katılmadıkları (Öztürk ve Kutlu,2017); yüz yüze muhasebe eğitiminde uzaktan muhasebe eğitimine göre öğrencilerin sınav performansının daha yüksek olduğu (Uyar vd. 2014) görülmüştür.

Teknik sorunlar halledilse bile, öğrenci refah düzeyindeki farklılıklar, kırsal kesimde yaşayan öğrencilerin internet erişim sıkıntısı, akıllı telefon veya cep telefonu gibi cihazlara sahip olmamaları, farklı bilgisayar okuryazarlık seviyeleri gibi nedenler de öğrencilerin dersleri düzenli takip etmelerine engel olmuştur (Sangster vd.2020). Öğrenciler dersleri düzenli takip edebilseler bile, pandemiyle birlikte muhasebe ders anlatımında metin okuma dışında hoca katma değerinin öğrencilere aktarılamayacağı, önemli konu ve bilgilerin yüzyüze aktarılması gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca pandemi zaman tasarrufu sağlasa da önemli olanın o zaman tasarrufunun dikkat dağıtıcı etkenlerin olduğu ortamda ders yapan öğrencilerin izlediği video saatiyle eşdeğer olup olmadığı düşünülmesi gereken konular arasındadır (Fogarty, 2020).

Aurelian Şova (2020) pandemi dönemi muhasebe eğitiminde, OECD tarafından eğitim ve öğretim stratejisinde yer alan önerilere benzer önlemlerin uygulanmasının gerekliliğini vurgulamıştır. Bu öneriler:

- * Kalite, eşitlik ve refah çerçevesinde daha önce açıklanan temel eğitim ilkelerine dayalı olarak krizi ve sonuçlarını tanıyan bir vizyon geliştirme
- * Kaynakların değerlendirilmesine dayalı ve paydaşların bakış açılarını dikkate alan eğitim sürecini uyarlamak
- * Zaman, sorumluluklar ve kaynaklar açısından açık ve tutarlı bir uygulama stratejisi benimsemek
- * Teknoloji ve hibrit eğitim modellerinin verimli olabileceği yolları analiz etmek
- * Mevcut yöntemleri iyileştirmek için krizden kazanılan deneyimi kullanmak.

Bunların yanında, öğrencilerin sosyal açıdan beklentilerinin karşılanması, öğretmenlerin çevrimiçi öğrenim sistemini kullanmanın avantaj ve kolaylığını açıklamaları, online eğitim araçların kullanımına ilişkin eğitim verilmesi, öğrencilerin online eğitime ilişkin algı ve tutumlarını geliştirecektir (Alshurafat vd. 2021). Miller(2020) de çevrimiçi muhasebe eğitiminin başarısında etkili olan 4 faktör olarak;

- * Eğitimcilerin uzaktan eğitim tecrübesi;
- * Öğrenci teknolojisi için üniversite gereksinimleri;(öğrencilerin uygun ekipmana sahip olmaları)
- * Mevcut Sınav Gözetim Çözümleri ve Bilgisayarlı Sınav Sunumu;
- * Çevrimiçi Yayın Kaynaklarının Kullanımı ve Entegrasyonu olarak ifade etmiştir.

Pandeminin etkisinin uzun yıllar devam edeceği düşünüldüğünde, pandemi dönemi muhasebe eğitimi tecrübelerini artırmak ve hazırlıklı olmak için çeşitli konularda ampirik araştırmalara gerek vardır. Akademik dergiler ve üniversiteler tarafından yapılan çok sayıda çağrı da, daha fazla araştırma yapılması gerektiğine işaret etmiştir (Brammer ve Clark, 2020; Chapple ve Monem, 2020; Grossi ve diğerleri, 2020; Leoni ve diğerleri, 2020; Rinaldi ve diğerleri, 2020). Bunlar, gelecekte öğrencilerin farklı harmanlanmış ve çevrimiçi öğrenme biçimleri (eşzamanlı / eşzamansız; sunular üzerinden videolu -sesli-sunular, tartışma panoları, vb.) tercihleri ve bunlardan memnuniyeti; farklı sunum modlarında öğrenci katılımı, yabancılaşma, online eğitimin öğrenci performansı ve başarısı üzerindeki etkisi; çevrimiçi öğretimde öz yeterlik, öz güven ve zaman yönetimi, sözlü iletişim, müzakere becerileri, takım çalışması, yaratıcılık becerileri tespiti vb.dir (Sangster vd,2020).

2.Pandemi Döneminde Öğretim Üyelerinin Gözünden Muhasebe Eğitimi

Covid 19 öncesi geleneksel olarak yüzyüze ortamda ders veren öğretim üyeleri, zorunlu çevrimiçi eğitime geçişle birlikte hazırlıksız yakalanmışlardır. Yalnızca teknolojik altyapı eksikliği değil aynı zamanda birçok akademisyenin uzaktan eğitime ilişkin tecrübesinin, uzaktan eğitime uygun hazırlanmış ders notu, power point sunumların ve dijital ortamda uygun teknolojik araçları kullanarak ders anlatma becerisinin olmaması önemli zorluklara neden olmuştur. Öğretim üyelerinin rol-sorumluluk ve iş yüklerinde değişimler yaşanmıştır. Buna karşılık birçok akademisyen de geleneksel öğretim teknikleri yerine farklı yenilikçi öğretim teknikleri kullanarak öğrencileri derslere katılma konusunda teşvik edici yöntemler uygulamışlardır. Bu doğrultuda, yenilikçi öğretim süreçlerinin yapılandırılabilmesi için, öğretim elemanlarının uzaktan muhasebe eğitimi sürecinde özyeterlilik seviyelerinin, yaşadıkları zorlukların, bunlara ilişkin çözüm önerilerinin, ders içerik ve planları konusundaki görüşlerinin ve beklentilerinin tespitine yönelik çalışmalar yapılması faydalı olacaktır. Bugüne kadar öğretim üyelerinin pandemi dönemi muhasebe eğitimine ilişkin görüşlerinin araştırıldığı çeşitli çalışmalar olmuştur.

Türkiye'deki çalışmalara bakıldığında Kurnaz ve Serçemeli (2020) ile Güngör Karyağdı'nın(2020) pandemi dönemi muhasebe ve finans dersi

veren akademisyen bakış açılarının araştırıldığı çalışmalarına ulaşılmıştır. Her iki çalışmada da (sırayla, 101 muhasebe akademisyenine anket uygulanmış ve 11 muhasebe ve finans dersi veren akademisyenle mülakat yapılmıştır) akademisyenlerin uzaktan eğitim sistemini çok fazla benimsemedikleri ve genel görüşlerinin olumsuz olduğu tespit edilmiştir. Kurnaz ve Serçemeli (2020) olumsuz bakış açısına rağmen akademisyenlerin sistemin kullanımıyla ilgili öz yeterlilikleri açısından herhangi bir problem yaşamadıklarını ifade etmiş; muhasebe derslerinde uzaktan eğitim ile ilgili olumsuz faktörler olarak öğrenci ve eğitmen arasında karşılıklı etkileşim eksikliği, teori ve pratiği bir arada sunamama olarak belirlenmiştir. Ayrıca, Covid-19 pandemi dönemi bittikten sonra muhasebe dersleri için telafi programlarının yapılması gerektiği ifade edilmiştir. Sonuç olarak muhasebe eğitiminde, hem geleneksel yöntemleri hem de uzaktan eğitim yöntemlerini birlikte benimseyen, harmanlanmış eğitim yöntemlerinin kullanılmasının daha etkili olacağı önerilmiştir. Çalışmasına finans alanını ekleyen Güngör Karyagdı (2020) ise sonuçta yüz yüze eğitimin uzaktan eğitimden daha verimli sonuçlar doğurduğunu tespit etmiştir.

Yabancı yazındaki tecrübeler incelendiğinde; bu konudaki en kapsamlı çalışmanın Sangster vd.(2020) tarafından yapıldığı görülmüştür. Çalışma içinde Türkiye örneği de olan 45 farklı ülkeyi ve 66 katılımcıyı kapsayan nitel bir araştırmadır. Yazarlar, COVID-19 salgını sırasında muhasebe akademisyenlerinin karşılaştığı zorlukların ve fırsatların ayrıntılı bir tanımlayıcı açıklamasını sunmuşlardır. Çalışmada muhasebe eğitimi veren akademisyenlerin, farklı ülkelerden olsalar da, bu sürece gösterdikleri tepki ve reaksiyonların benzer olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak, geleneksel sınıfı ve yüz yüze öğretimden sanal bir sınıfa ve sanal öğrenme platformuna geçiş, öğretim ve öğrenim deneyimini tamamen farklı kılmıştır. Birçok öğretim üyesi öğretimlerini çevrimiçiye taşımaya hazır olmadığından, geçişte zorlanmışlar, geleneksel yöntemlere göre eğitim teknolojilerini kullanmakta güçlük çekmişlerdir. Özellikle bilgisayar okuryazarlığı olmayan yaşça büyük öğretim üyelerinin çevrimiçi eğitim yöntemlerine alışmaları daha fazla zaman almıştır. Ayrıca, akademik alanda öğretim, öğrenme, öğrenci destekleme, araştırma ve hizmet gibi birçok kategoride pandemiyle yüzleşerek, iç hesap yapılarak bazı dinamiklerin düzeltilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Yazarlar, bireysel geçiş değişim süreçlerinin ve değişime karşı direncin daha kapsamlı bir şekilde anlaşılması gerektiğini savunmaktadır. Bu doğrultuda üniversite eğitim strateji ve yöntemlerinin yeniden değerlendirilebilmesi ve geliştirilmesi için çeşitli öneriler sunmuşlardır.

Diğer bir nitel çalışma Aguguom (2021) tarafından yapılmış ve Covid-19'un Sahra Altı Afrika bölgesindeki muhasebe eğitimine etkisi araştırılmıştır. Çalışma, COVID-19'un etkin bir yüksek öğretim, muhasebe eğitimi ve akademik sistem üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu or-

taya koymuştur. Yazar bu durumun, gençlerin eğitim sistemini terk etmesi veya aktif olarak öğrenmeye katılmaması ile sonuçlanıp gelecekte tehlikeli sosyal ayaklanmalara yol açabileceğini ifade etmiştir. Çalışmada, COVID-19 un zayıf eğitim finansmanına ve bölgedeki muhasebe eğitiminin kalitesinde düşüşe neden olabileceği; bu nedenle öğrenci ve öğretmenlerin öğrenme ve öğretme kapasitelerini geliştirmek için şu anda çevrimiçi öğretim yöntemlerine daha fazla yatırıma acil ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır. Yapılan kapsamlı çalışmalardan bir diğeri Sarea vd.(2021) tarafından COVID-19'un Körfez İşbirliği Konseyi'nde (GCC- Suudi Arabistan Krallığı, Birleşik Arap Emirlikleri, Bahreyn, Kuveyt, Umman ve Katar) yüksek öğretimde muhasebe eğitimi üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmadır. Bu amaçla, öğretim üyelerine anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, COVID-19 un muhasebe eğitiminin dijitalleştirilmesi ve dijital eğitimin gelecekteki yönü üzerindeki etkisine ilişkin salgın sırasında karşılaşılan bazı yeni sorunları vurguladığı tespit edilmiştir. Muhasebe öğretim üyeleri, salgının öğretim yöntemleri, muhasebe eğitimi üzerindeki etkisine, çevrimiçi uzaktan eğitime karşı olumlu bir algıya sahiptir. Öğretim üyeleri, haftalık ders ve hazırlık için gerekli süre azaldığından, online muhasebe eğitiminin zaman yönetimi verimini artırdığını söylemişlerdir. Ankete katılan eğitimcilerin çoğu, muhasebe eğitiminin sayısallaştırılmasının zorunlu olacağına, yüksek öğretim kurumlarının bu tür bir eğitimi desteklemesi gerekeceğine, muhasebe eğitiminin geleceğinin bu salgınla başladığına ve geri dönüşün olmadığına inanmaktadır. Çalışmada, öğretim üyeleri gerekli teknik becerilere sahip olduklarını belirtmiş olsalar da, teknik becerilerin gelişimine, yeni tekniklerin öğrenilmesine, kuruluşun amaç ve hedeflerine ulaşmak için daha fazla çaba gösterilmesine ihtiyaç olduğu vurgulanmıştır. Bu çalışmalardan farklı olarak Ackermann (2021), çalışmasında, krizin ortasında bir muhasebe akademisyeni perspektifinden olaylara bakarak geçiş değişimini anlama ve yönlendirme konusunda bir bakış açısı sunmaya çalışmıştır. Bu amaçla, değişim teorisinden yararlanarak çevrim içi muhasebe eğitime geçişte değişim tepkisini anlamaya çalışan bir muhasebe akademisyeninin kişisel anlatısını sunmuştur. Çalışmanın, kriz zamanlarında bireysel değişim tepkileri konusunda bir farkındalık geliştirerek ve böylece değişimin daha iyi yönetilmesini sağlayarak diğer muhasebe akademisyenleri için yararlı olabileceği ifade edilmiştir. Yazar, yönetimin, krizin ortasında değişimin morali bozabileceğini ve iş performansını düşürebileceğini unutmaması gerektiğini ifade etmiştir.

Putri vd.(2021), bir vaka çalışması olan araştırmada, Endonezya için Covid-19 Pandemisi sırasında muhasebe öğreniminde bilgi ve teknoloji uygulamasını incelemişlerdir. Odak grup tartışmaları ve Malang şehri muhasebe eğitimcileriyle yapılan mülakatlar sonucu birçok muhasebe eğitimcisinin henüz teknolojiyi, öğrenmede en iyi şekilde kullanmadığı tespit edilmiştir. Yazarlar, muhasebe öğreniminde bilgi ve teknoloji uygulamasın-

da eğitimcilerin eğitimi müfredatlarının tasarlanması için öneriler sunmuşlardır. Sonuçlar, çevrimiçi öğrenme sırasında öğretmenlerin karşılaştığı çeşitli zorluklar olduğunu göstermiştir. Bunlar: *öğrencilerdeki teknolojik yetenek eksikliği; * internet ağının olmaması; *yetkili kurumlardan destek eksikliği; *öğretmenlerin teknoloji anlayışıdır. COVID-19 salgını sonrasında hızlı değişikliklerle başa çıkmada öğretmenlerin profesyonelliğini sürdürmek için yapılabilecek çözümler ise: * çevrimiçi öğrenmeyi desteklemek için araçları ve altyapıyı geliştirmek * öğretmenler için öğrenme teknolojisi ile ilgili TOT (Eğitimci Eğitimi) modelleri ile eğitim yürütmektir.

Troshani (2020) ise, konuya pandemi dönemi akademisyenlerin araştırma yapabilme imkanı çerçevesinde bakmış ve muhasebe akademisyenlerinin araştırma sonuçlarına ulaşma kapasitesi açısından Covid 19 salgını sonucu etkilenen araştırma ortamının ve örgütsel öğrenme mekanizmalarının rolünü incelemiştir. Bu amaçla, Avustralya'daki muhasebe akademisyen ve öğrencileriyle görüşmeler yapmıştır. Sonuçlar, COVID-19 kısıtlamalarının muhasebe akademisyenlerinin araştırma yapma kapasitesini, sosyal ağları, araştırma diyalogunu, araştırma kültürünü sürdürmek ve geliştirmek için gerekli olan etkileşimleri ve katılımı etkilediğini göstermiştir. Çalışma, araştırma ortamının ve kurumsal öğrenme mekanizmalarının COVID-19 kısıtlamalarının bir sonucu olarak nasıl ve neden değiştiğini açıklamıştır.

3. Pandemi Döneminde Öğrencilerin Gözünden Muhasebe Eğitimi

Türkiye'de pandemi dönemi online muhasebe eğitimine ilişkin öğrenci görüşlerinin araştırıldığı çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Sırasıyla Akgün (2020); Serçemeli ve Kurnaz (2020); Demir ve Narlıkaya (2020) ve Özdemir vd. (2021) çalışmalarında anket yöntemini kullanarak, farklı bölüm ve dersler için muhasebe dersi alan öğrencilerin uzaktan öğrenmeye tutumlarını, bakış açılarını, öz yeterliklerini, görüşlerini, uzaktan eğitim sürecinde ders işleniş ve öğrenme verimliliklerini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Akgün(2020)'ün çalışmasına göre, öğrenciler uzaktan muhasebe eğitiminin örgün eğitime kıyasla gelecekte katkısı olmayacağını düşünmektedir. Genel olarak, araştırma sonuçlarının, örgün eğitim gören öğrencilerin yüksek kaliteli eğitim etkileşimi algıladıklarını ortaya koymaktadır. Benzer sonuçlar Serçemeli ve Kurnaz(2020)ın çalışmalarında elde edilmiştir. İlgili çalışmada öğrencilerin uzaktan eğitim sistemini çok fazla benimsemedikleri, ancak sistemin kullanımıyla ilgili öz yeterlik açısından herhangi bir problem yaşamadıkları görülmüştür. Öğrenciler, muhasebe eğitiminin uzaktan yöntemlerle sürdürülmesiyle ilgili video kayıtlarının tekrar izlenebilmesini, esnek eğitim olanakları ve zaman tasarrufu sağlamasını olumlu görürken; internete ve eğitime ulaşamama ve sosyal olarak yalıtılmış hisse kapılma gibi hususları olumsuz yönler olarak ifade etmişlerdir. Sonuç olarak yazarlar, muhasebe eğitiminin, geleneksel eğitim yöntemleriyle uzaktan eğitim yöntemlerini harmanlayan ters yüz eğitim sistemi vasıta-

sıyla verilmesi gerektiği önerisinde bulunmuşlardır. Demir ve Narlıkaya (2020), diğer çalışmalardan farklı olarak finans derslerini de araştırma kapsamına almışlardır. Çalışma sonucunda muhasebe ve finans derslerini alan lisans öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik tutumlarının, cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ancak akademik performans, sınıf, internet kullanım süresi ve uzaktan eğitim ön bilgi düzeyi değişkenleri açısından anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Özdemir vd.(2021) in çalışma bulgularına göre, cinsiyet, eğitim alınan bölüm, yaşanan yer ve not ortalaması değişkenleri açısından uzaktan eğitime ilişkin anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Öğrenciler muhasebe derslerini uzaktan eğitimle almayı isteme nedenlerinin başında ise zamanın esnek olması, sınıf ortamında derslere konsantre olunamaması olarak ifade ederken, uzaktan muhasebe eğitiminin olumsuz yönlerini, her zaman internete ulaşılamaması, anlaşılmayan konuların öğretmenlere sorulamaması ve teknik sorunlarla karşılaşılması olarak belirtmişlerdir. Sarıçiçek(2020) ise çalışmasında dijitalleşen muhasebe mesleğinin gerekliliğini taşıma düzeyine ilişkin öğrenci görüşlerini incelemiş ve öğrencilerin muhasebenin dijitalleşen yönünün öneminin farkında oldukları tespit edilmiştir. Ancak öğrenciler aldıkları eğitimin muhasebenin dijitalleşen yönünü karşılamada yeterli olmadığını ve ders müfredatlarının değişmesi gerektiğini düşünmektedirler.

Yabancı yazın incelendiğinde farklı ülkelerde online muhasebe eğitimine ilişkin öğrenci görüşlerinin çeşitli açılardan (öğrenci algısı, öğrenme performansı, yaşanan sorunlar vb) araştırıldığı çalışmalar olduğu görülmüştür. Hidayat (2020), çalışmasında, Pamulang Üniversitesi muhasebe bölümünde covid-19 karantina sırasında öğrencilerin e-öğrenme kullanımına ilişkin algılarını ve motivasyonlarını anket tekniği ile incelemiştir. Anket sonuçlarına göre, öğrencilerin e-öğrenme kullanımına ilişkin algıları ve ilgileri orta düzeydedir. Ayrıca öğretim görevlilerinin, öğrencilerin derse ilgi ve algılarını geliştirmek için e-öğrenme web sitesinde sağlanan tüm özellikleri en üst düzeyde kullandıkları tespit edilmiştir. Benzer şekilde Ebaid (2020), Covid-19 salgını sırasında Suudi Arabistan'daki online eğitim hakkında öğrenci görüşlerini araştırmıştır. 106 kişi üzerinde yapılan çalışmada, öğrenciler, e-öğrenmeden yararlanmadıklarını, e-öğrenmenin en önemli dezavantajlarının öğretmenle iletişim eksikliği, teknik sorunlar ve bilgisayara aşırı bağımlılık olduğunu ifade etmişlerdir.

Halabi (2021) pandemi dönemi çevrimiçi eğitimde bir MBA muhasebe dersine kayıtlı 17 öğrenci tarafından üretilen podcastlerin yararlılığına ilişkin öğrenci değerlendirmesini ve final sınavlarının yerine nasıl geçebileceğini açıklamayı amaçlamıştır. Sonuçlar, podcastlerin COVID-19 sırasında öğretmenler ve öğrenciler için çok olumlu bir sonuç doğurduğunu kanıtlamıştır. Öğrenciler ödevleri keyifle yaparak teoriyi pratiğe bağlayan verimli bir öğrenme deneyimi yaşamışlardır. Çalışmada, podcastlerin gelecek dönemlerde de faydalı bir ödev olarak uygulanabileceği ifade edilmiştir.

Reyneke vd. (2020) diğerlerinden farklı olarak çevrimiçi ortamlarda, muhasebe öğrencilerinin intihal yapma olasılıklarına, intihal farkındalıklarına ve anlayışlarına yönelik literatür taramasına dayan kavramsal bir araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışmada, COVID-19'un ardından, çevrimiçi eğitim ortamlarında intihali en aza indirmek; akademik dürüstlüğü ve etik davranışı artırmak için geleceğin muhasebecisi olan öğrencilerin desteklenmesine yönelik artan bir ihtiyaç olduğunu ifade edilmiştir.

Salleh ve Muhammad (2020), Covid19 salgın döneminde çevrimiçi öğrenmenin öğrenme süreçlerini nasıl etkilediğini, öğrencilerin yaşadığı zorlukları ve bu durumla nasıl başa çıktıklarını araştırmışlardır. Yönetim muhasebesi dersi alan 81 muhasebe öğrenci ile mülakat yapılan çalışmada, öğrencilerin karşılaştıkları kısıtlama veya sorunların, çevrimiçi öğrenmeden elde ettikleri faydalardan daha ağır bastığı görülmüştür. Yazarlar, öğrenciler için kullanıcı dostu çevrimiçi uygulamaların ve doğru planlamanın öğretme ve öğrenme sürecinin sorunsuz yürütülmesinde çok önemli olduğunu ifade etmişlerdir.

Miller (2020) çalışmasında, pandemi döneminde 440 öğrencinin kayıtlı olduğu yönetim muhasebesi dersi için çevrimiçi eğitimin etkilerini ve başarılı uygulamada etkili faktörleri araştırmıştır. Vaka çalışması ile öğrencilerin başarısının dönemler arası farklı öğretim ve test yöntemleri kullanılarak ölçüldüğü çalışmada öğrencilerin çevrimiçi eğitime iyi adapte oldukları görülmüştür. Bununla birlikte küresel salgın sırasında öğretim metodlarının değişmesinin öğrenci üzerinde oluşturduğu stresin öğrenci başarısını olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Çalışma, COVID-19 salgınının stresli ortamının, özellikle geçişin başlangıcında, öğrencilerin öğrenme çıktıkları için hala bir zorluk olduğunu kanıtlamıştır.

Williams ve Kollar (2021), Yönetim Muhasebesi (80 öğrenci) ve denetim (64 öğrenci) dersi için online eğitimin etkilerini analiz etmişlerdir. Çalışmada, öğrencilerin genel öğrenme performansının, eğitmenlerin geçmiş dönem online eğitim tecrübelerinin de etkisiyle, geleneksel öğretimin önceki yıllarına kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Yazarlar, online eğitimde, sınıf mevcudunun fazlalığı, çevrimiçi sınav ihtiyacı, eğitmen ve öğrenciler için teknik sorunlar gibi faktörler nedeniyle normal zamanlara göre çok çaba harcadığını ifade etmişlerdir.

Alshurafat vd. (2021), COVID-19 salgını sırasında çevrimiçi öğrenme sistemlerinin başarısını artıran ana faktörleri tespit etmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla, Ürdün'de 274 öğrenciye anket uygulanmış ve öğrencilerinin çevrimiçi öğrenme sistemini kullanma niyetini incelemek için sosyal sermaye teorisinden (ÖTV), gerekçeli eylem teorisinden (TRA) ve teknoloji kabul modelinden (TAM) kritik faktörleri birleştiren bir model önerilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre üniversiteler çevrimiçi öğrenme sisteminin kalitesini artırmalıdır. Çevrimiçi öğrenme sistemi tasarımcıları, kullanıcı

dostu, kullanımı kolay ve yönetilebilir sistemler geliştirmelidir. Eğer öğrenciler yeterli teknolojik becerilere ve çevrimiçi öğrenme sistemiyle etkileşim konusunda olumlu bir algıya sahiplerse, bu, çevrimiçi öğrenme sisteminin başarılı bir şekilde benimsenmesine yol açacaktır. Sonuçlar, sosyal güvenin, çevrimiçi öğrenmenin algılanan yararlılığını ve algılanan kullanım kolaylığını etkilediğini göstermektedir.

Meade (2020), çalışmasında, 1019 öğrencinin kayıtlı olduğu bir yönetim muhasebesi kursu için COVID-19 kesintisinden sonra öğrenci öğrenme davranışlarındaki değişikliklerin sınav performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Sonuçlar, COVID-19 sonrası öğrenci-öğretmen ve öğrenen-içerik etkileşimini artıran öğrencilerin final sınavında daha iyi performans gösterdiğini göstermiştir. Çalışmada, öğrenci etkileşimlerini artıran ve çevrimiçi öğrenmeyi geliştiren karma mod öğretim yöntemlerini kullanmanın önemi vurgulanmıştır.

Nasu (2020), Brezilya'da karantina döneminde muhasebe eğitiminde uzaktan öğrenmeye ilişkin düşünceleri ve COVID-19'un lisansüstü programları ve öğrencileri nasıl etkilediğini dair tartışmayı derinleştirmek için netnografi yaklaşımına dayalı bir çalışma geliştirmiştir. Çalışmada, yüz yüze eğitimden uzaktan öğrenmeye geçişe yardımcı olmak için dijital videoların ve web seminerlerinin rolü ortaya konmuştur. Sonuçlar, pandeminin çevrimiçi ortamda lisansüstü öğrenciler arasında endişe verici bir konu olduğunu göstermiştir.

Spraakman (2020), COVID-19'un muhasebe öğretimi ve araştırmasını nasıl etkilediğini tespit için yönetim muhasebesi üzerine bir araştırma yapmıştır. Yazar, ders kitaplarının yönetim muhasebesi teknikleri arasındaki entegrasyon eksikliği nedeniyle, öğrencileri COVID-19'un gerektirdiği hızlı değişiklikleri yapma becerisi ile hazırlamadığını ifade etmiştir. Buna göre, yönetim muhasebesi ders kitapları ve kurslarında entegrasyon sağlanması öğrencilerin gelişmiş yönetim muhasebesi bilgi ve becerilerine sahip olmasında önemli role sahiptir.

Alhawsawi (2020), COVID-19 salgını sonrası muhasebe mezunlarının azalan iş imkanları konusuna odaklanmış ve işgücü piyasasındaki artan rekabet ve zorluklar nedeniyle yüksek vasıflı muhasebe mezunlarına talebin artacağını ifade etmiştir. Bu nedenle çalışmada, işgücü piyasası beklentileri çerçevesinde muhasebe eğitiminde teknik bilgiler yanında iletişim, problem çözme, kriz yönetimi, etkileşim ve düşünme becerileri de dahil sosyal becerilerin edindirilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Sosyal beceriler, muhasebe mezunlarının müşteriler, iş arkadaşları ve yönetim dahil üzere dahili ve harici iş yeri paydaşlarıyla işbirliği yapma becerisini ifade etmektedir.

Ng, ve Harriossn (2021), çalışmalarında, Yeni Zelanda da lisans programındaki stratejik yönetim muhasebesi dersinin öğretimi üzerine yapılan

değişiklikleri ele almışlardır. Bu doğrultuda, makalenin odak noktası, bir muhasebe kursunun hızlı bir şekilde yeniden tasarlanması ve çevrimiçi eğitime geçiş bağlamında muhasebe müfredatında aktarılabılır becerilerin nasıl muhafaza edilebileceğidir.

SONUÇ

Pandemi sonrası muhasebe eğitiminde yaşanan dönüşüm ve sınırlamalar, başta öğretim süreçlerini planlayan-uygulayan- değerlendiren öğretim üyeleri ve geleceğin potansiyel meslek mensubu olan öğrenciler olmak üzere eğitim sürecinin tüm paydaşlarını ciddi şekilde etkilemiştir. Bu etki, eğitim-öğretim yöntemleri, sunum şekli, değerlendirme sistemi, teknoloji kullanım yeteneği benzeri öğretim becerileri gibi sürecin çeşitli aşamalarında yaşanan zorluk veya kolaylıklar olarak kendini göstermiştir.

Pandemi dönemi muhasebe eğitimi ile ilgili yayınlar incelendiğinde, pandemi sürecinde, zaman, mekan ve maliyet tasarrufu gibi faydalar yanında, öğrenciler için teknik sorunlar, ev çalışma ortamı, sosyal izolasyon, iletişim eksikliği, dersi anlayamama gibi zorluklarla karşılaşılabilen görülmüştür. Öğretim üyeleri açısından da, ders dokümanı ve online sınav hazırlama, öğrenciyi motive etme, derse katılımı artırma, öğrenci başarısını değerlendirme, akademik yayın yapma gibi konularda sıkıntılar yaşanabilmektedir.

Mevcut durum muhasebe eğitiminde hızlı ve etkin önlemlerin alınmasını gerekli kılmaktadır. Pandemi ile muhasebe eğitiminde dijitalleşmenin önemini artırmış, meslek mensuplarının bugün ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde sürekli bir mesleki gelişim ihtiyacı gündeme gelmiştir. Bu noktada, muhasebe eğitimcilerinin teknolojideki gelişmeleri takibi, kendilerine uyarlaması ve bunlara yanıt vermesi muhasebe öğrencilerinin dijital okuryazarlık gelişimi ve sanal ortamda yüksek kaliteli öğrenim deneyimi için çok önemlidir (Sangster vd.2020). Yaşanan krizle ilgili sorunları ve etkileri proaktif olarak belirlemek için yatırımcılar, şirketler ve muhasebe mesleğinin çeşitli bileşenleri arasında doğrudan bir işbirliğine ihtiyaç vardır (IFAC, 2020). Bu doğrultuda, işgücü piyasasının beklentileriyle yüzleşmek için işverenler, eğitimciler ve muhasebe öğrencileri arasında iletişim ve bilgi alışverişi olmalıdır. (Alhawsawi,2020). Önemli olan pandemi sonrası da uzaktan muhasebe eğitiminde öğrenci katılımını ve başarısını artıracak stratejilerin formüle edilmesidir. Şu anda dünyada olup bitenler göz önüne alındığında, COVID-19 salgınının eğitim sürecini geri dönüşü olmayan bir yola sokmuş olabileceğini ve çevrimiçi öğrenmenin yeni “normal” hale gelebileceği unutulmamalıdır (Irshad vd.2020). COVID-19 krizinin, ileride öğrencilere daha iyi hizmet verebilmek için en iyi uygulamaları araştırmak ve daha etkili öğretim tekniklerini keşfetmek için gereken itici gücü sağlayacağı umut edilmektedir (Niemotko ve Tolan,2020).

KAYNAKÇA

- Ackermann, C. (2021). "A personal narrative on understanding and navigating transitional change: lessons learned by an accounting academic amidst COVID-19", *Accounting Research Journal*, Vol. <https://doi.org/10.1108/ARJ-08-2020-0281>
- Aguguom, T., A., Ajayi, A. and Dare, O.E. (2021), "COVID-19 and accounting education in Sub-Sahara Africa", *European Journal of Business, Economics and Accountancy*, Vol. 8. No. 3, pp. 1-11.
- Akgün, A. (2020). "COVID-19 sürecinde acil durum uzaktan eğitimi yoluyla verilen muhasebe eğitimine yönelik öğrenci görüşleri". *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*. 6 (4). 208-236.
- Alhawsawi, M. (2020). "Soft Accounting Skills between Employers' Expectations and Students' Reality after COVID-19 Pandemic". *Australian Academy of Accounting and Finance Review (AAAFR) Volume 5. Issue 2. July 2019*, 69-76.
- Alshurafat, H.; M. Obeid Al S.; W. M. Masadeh; F. Dahmash; J. M. Al-Msiedeem (2021). "Factors affecting online accounting education during the COVID-19 pandemic: an integrated perspective of social capital theory, the theory of reasoned action and the technology acceptance model", *Education and Information Technologies* <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10550>.
- Aurelian Şova, R. ; Adriana Florina Popa (2020). "Accounting Education – Between Digitalisation and the COVID-19 Pandemic Crisis", *CECCAR Business Review*, No 11/2020, pp. 59-63, DOI: <http://dx.doi.org/10.37945/cbr.2020.11.07>
- Brammer, S. and Clark, T. (2020), "COVID-19 and management education: reflections on challenges, opportunities, and potential futures", *British Journal of Management*, Vol. 31. No. 3, pp. 453-456.
- Chapple, E. and Monem, R. (2020), "Expedited special issue: business teaching practice: Pivot in COVID-19 times". www.emeraldgroupublishing.com/journal/arj/special-issue-business-teaching-practice-pivot-covid-19-times.
- Dehghanbanadaki, H., Seif, F., Vahidi, Y., Razi, F., Hashemi, E., Khoshmirsafa, M., & Aazami, H. (2020). "Bibliometric analysis of global scientific research on Coronavirus (COVID-19)". *Medical Journal of The Islamic Republic of Iran (MJIRI)*, 34(1), 354-362. <http://mjiri.iums.ac.ir/article-1-6629-en.html>
- Demir, Ö.; Narlıkaya, Z. (2020). "Covid-19 salgını sürecinde muhasebe ve finans derslerini alan öğrencilerin uzaktan eğitime ilişkin tutumlarının araştırılması". *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(60), 2894-2904.
- Ebaid, İ.E.S. (2020). "Accounting students' perceptions on e-learning during the Covid-19 pandemic: preliminary evidence from Saudi Arabia. *Journal of Management and Business Education*. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2020.0015>

- Fidan, M. E. (2012). “Üniversitelerde muhasebe dersini powerpoint sunumu ve klasik yöntem ile alan öğrenciler arasındaki farklılıklar: Bilecik Üniversitesi örneği”, *Journal of Yaşar University*, 25 (7) 4281-4306.
- Fogarty, J.T. (2020).” Accounting education in the post-COVID world: looking into the Mirror of Erised”, *Accounting Education*, 29:6, 563-571, DOI: 10.1080/09639284.2020.1852945.
- Grossi, G., Ho, A. and Joyce, P.G. (2020), “Stretching the public purse: budgetary responses to a global pandemic”, *Journal of Public Budgeting, Accounting and Financial Management*. www.emeraldgroupublishing.com/journal/jpbafm/extraordinary-jpbafm-special-issue-stretching-public-purse-budgetary-responses-a.
- Güneş, R. ve Çukacı, Y.C. (2011). “Ders anlatım yöntemlerinin öğrenme üzerine etkisinin deneysel tasarım yöntemi ile test edilmesi: İnönü Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerinde bir uygulama”. *İNÖNÜ Üniversitesi İİBF Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2 (1), 44-55.
- Güngör Karyağdı, N. (2020). “Covid-19 salgın döneminde muhasebe ve finans grubu dersleri veren akademisyenlerin uzaktan eğitimde yaşadığı sorunların incelenmesi: BEU Örneği.” *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi* 2(4), 1253-1275.
- Halabi, A.K. (2021), “Pivoting authentic assessment to an accounting podcast during COVID-19”, *Accounting Research Journal*. <https://doi.org/10.1108/ARJ-08-2020-0219>.
- Hidayat, A. (2020). Students’ Perceptions of E-learning During Covid-19 Pandemic. *Mathema Journal*. Volume 2 (2). 34-45.
- Hossain, M. M. (2020). “Current status of global research on novel coronavirus disease (COVID-19): a bibliometric analysis and knowledge mapping”. *F1000Research*, 9, 1-13. <https://doi.org/10.12688/f1000research.23690.1>
- IFAC. (2020), *Regulating for Recovery: How Regulators Help Sustain Confidence Through a Crisis*. Available from: <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/building-trust-ethics/discussion/regulating-recovery-how-regulators-help-sustain-confidence-through-crisis>.
- Irshad, A.; Narayan, A.K. and Sharma, U. (2020). “Adapting to COVID-19 disruptions: student engagement in online learning of accounting”, *Accounting Research Journal*. <https://doi.org/10.1108/ARJ-09-2020-0293>
- Kurnaz, E., Serçemeli, M. (2020). “COVID-19 pandemi döneminde akademisyenlerin uzaktan eğitim ve uzaktan muhasebe eğitimine yönelik bakış açıları üzerine bir araştırma”. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*. (3).262-288.
- Leoni, G., Lai, A., Stacchezzini, R., Steccolini, I., Brammer, S., Linnenluecke, M. and Demiraq, I. (2020). “Accounting, management, finance and accountability in times of crisis: a COVID-19 perspective”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal* www.emeraldgroupublishing.com/journal/aaaj/expedited-special-issue-accounting-management-finance-and-accountability-times-crisis

- Lim, M. (2020). "Educating despite the COVID-19 outbreak: lessons from Singapore", THE, available at: www.timeshighereducation.com/blog/educating-despite-covid-19-outbreak-lessons-singapore
- Meade, J.A.(2020)."Did COVID-19 Impact Student Learning in an Introductory Accounting Course?". Business Education Innovation Journal. Vol. 12. No. 2. December.18-23.
- Miller,A.C.(2020)."A pandemic case study of stress and modality in an accounting course: a success story". Business Education Innovation Journal Vol.12. No. 2, December, s.24-29.
- Nasu, V.H.(2020). "Remote Learning Under COVID-19 Social Distancing: Discussion, Resources, Implications for Accounting Faculty and Students, and a Netnography Study". Conference: XX USP International Conference in Accounting At: São Paulo
- Ng, F. and Harrison, J. (2021), "Preserving transferable skills in the accounting curriculum during the COVID-19 pandemic", Accounting Research Journal, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/ARJ-09-2020-0297>.
- Niemotko, T. J., and Tolan, M. (2020). Online Accounting Courses: Transition and Emerging Issues. The CPA Journal. V. 90, No.5, p. 11
- Özdemir, M.; Karavardar, A. ;Özkan, M. (2021). "pandemi sürecinde uzaktan eğitimle muhasebe dersleri alan öğrencilerin uzaktan eğitim algılarının değerlendirilmesi" International Social Sciences Studies Journal, Vol:7, Issue:76; pp:07-19.
- Öztürk, S.; Kutlu, H . (2017). "Muhasebe eğitiminde teknoloji kullanılmasına öğrencilerin bakışı: Kafkas Üniversitesi'nde bir araştırma" . Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi , 19 (3) , 781-799 .
- Putri, D.M. ;Sunaryanto;S. Fauzan (2021)."The Professionalism of Accounting Teachers: Responding to the Rapid Change in the New Education Era. Advances in Economics", Business and Management Research, volüme. 173 Proceedings of the 7th Regional Accounting Conference (KRA 2020)326-332.
- Reyneke ,Y.; Shuttleworth, C.C.; Visagie,R.G. (2021) "Pivot to online in a post-COVID-19 world: critically applying BSCS 5E to enhance plagiarism awareness of accounting students", Accounting Education, 30:1, 1-21, DOI: 10.1080/09639284.2020.1867875
- Rinaldi, L., Cho, C.H., Lodhia, S.K., Michelon, G. and Tilt, C.A. (2020), "Accounting in times of the COVID-19 pandemic: a forum for academic research", Accounting Forum, Vol. 44 No. 3, doi: 10.1080/01559982.2020.1778873.
- Salleh,D. ; F.Muhammad (2020)."the accounting students' perspective on mobile learning in Covid19 pandemic period". ICoEC2020 e-Proceedings (eISSN:2773-5176)-17-20.

- Sangster A., Stoner, G. & Flood, B.(2020). Insights into Accounting Education in a COVID-19 World, *Accounting Education*. 29(5), 431-562.
- Sarea, A., Alhadrami, A. and Taufiq-Hail, G.A.-M. (2021). “COVID-19 and digitizing accounting education: empirical evidence from GCC”, *PSU Research Review*, <https://doi.org/10.1108/PRR-10-2020-0034>
- Sarıçiçek,R.(2020). “Muhasebe eğitiminin dijitalleşen muhasebe mesleğini karşılama düzeyi:İ.İ.B.F öğrencilerine yönelik bir araştırma”.3 rd International Economics, Business and Social Sciences Congress. 22 – 25 October. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. Ed.Prof. Dr. Niyazi CAN, s.175-184.
- Serçemeli, M .; Kurnaz, E . (2020). “COVID-19 pandemi döneminde öğrencilerin uzaktan eğitim ve uzaktan muhasebe eğitimine yönelik bakış açıları üzerine bir araştırma” . *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4 (1) ,s. 40-53 .
- Spraakman, G. (2020), “Ramifications of covid-19 on management accounting teaching and research”, *Journal of Accounting & Organizational Change*, Vol. 16 No. 4, pp. 593-598. <https://doi.org/10.1108/JAOC-08-2020-0106>
- Troshani, I. (2021). “Research environment and organisational learning mechanisms in the age of pandemics: the case of accounting research”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 34 No. 2, pp. 281-306. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-09-2020-4940>
- Uyar, S.; Okutmuş, E. ; Kurtlu, A. (2014). “Uzaktan Muhasebe Eğitimi ile Yüz Yüze Muhasebe Eğitiminin Karşılaştırmalı Performans Ölçümü ve Bir Uygulama”. 33. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu, Antalya.
- Williams V.; Kollar R.(2021). “Impact of COVID-19 in Accounting Education”. *Journal of Digital Business System and Management*. Vol.1, No.1 . pp. 45-50.
- Zarret, S. (2020). “The impact of coronavirus on education in the accounting profession”, *CPA practice advisor*, available at: www.cpapracticeadvisor.com/accounting-audit/news/21142154/the-impact-of-coronavirus-on-education-in-the-accounting-profession

Bölüm 40

VERİ ÜRÜNÜ: ÖNERİ SİSTEMLERİ

Sadullah ÇELİK¹

¹ Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonometri Bölümü, Aydın, sadullah.celik@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5468-475X

1. GİRİŞ

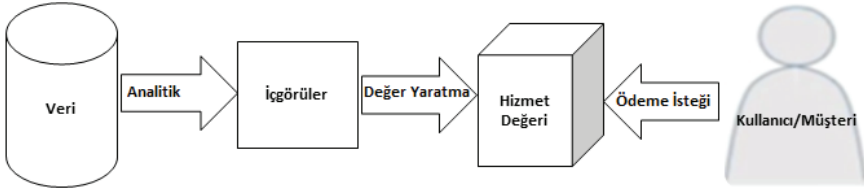
Günümüzde birçok şirketin en büyük stratejik hedeflerinden biri de veriye dayalı bir organizasyon olmaktır. Müşteriler, organizasyonların Nesnelerin İnterneti ve Blok Zinciri gibi akıllı teknolojilerin kullanılmasının öneminin farkına vardı. İşletmeler, verilere ve kişiselleştirmeye dayalı en iyi müşteri deneyimini sağlamak, veri odaklı optimizasyonlarla operasyonel maliyetleri ve zamanı azaltmak, trend analizi ve iş zekası ile çalışanlara güç vermek için bu akıllı teknolojileri kullanır. Bu nedenle işletmeler veri ve bilgi platformları gibi kolaylaştırıcıların oluşturulmasına yönelik büyük yatırımlar yapıyorlar. İş dünyası bu tür kolaylaştırıcı platformların oluşturulmasına yönelik çok sayıda çalışma yapsa da henüz istenilen düzeye ulaşamadı.

Veri ürününün en heyecan verici yönlerinden biri, doğrudan erişemediğimiz veya anlayamadığımız bir sistemin davranışını tahmin etmek için gözlenen veri sinyallerini kullanabilmemizdir. Her web sayfasının semantik alıcısını anlamadan, arama motorları hangisinin en yararlı olduğunu anlayabilir. Caltrain Rider sayesinde, sistemin kendisine herhangi bir özel erişim olmadan tren sisteminin davranışını tahmin etmeye çalışılıyor. Bu, yenilik ve girişimcilik için yeni fırsatlar sunmaktadır. Bugün verileri kullanabiliyorsanız, istediğiniz herhangi bir sorunu çözebilirsiniz. Örneğin Silicon Vadisi şirketleri, veriyi kullanabildikleri için market, taksi ve eğlence endüstrilerinde büyük başarılar elde ettiler (Wilder-James, 2015).

The Economist'e göre veriler dünyanın en değerli kaynağıdır ve öncelikle Google, Amazon, Facebook ve Netflix gibi verilerle ilgilenen şirketler dünyanın en değerli şirketleri arasındadır (Tempich, 2018). McKinsey Global InstituteData'ya göre veriler yılda 300 milyar dolarlık bir sektörü oluşturmaktadır. E-ticarette veri araçları, pazarlama amacıyla belirli müşteri segmentleri hakkında bilgi toplamak için müşteri analizlerini kullanabilmektedir. Elde edilen bu bilgi daha sonra, satışlarını ve reklam gelirlerini arttırmak isteyen işletmelere bir ürün olarak satılır. Araçlar ayrıca adliye kayıtları, nüfus sayımı verileri gibi çeşitli kamu ve kamu dışı kaynaklardan belirli tüketiciler hakkında bilgi toplayabilir. Birçok veri aracısı belirli müşterileri tanımlayabilen, davranışlarını tahmin edebilen ve gelecekteki eylemler için önerilerde bulunabildiğinden, "veri ürünü" terimi genellikle veri bilimiyle ilişkilendirilir (Rouse, 2014).

Tahmine dayalı analitik (diğer adıyla makine öğrenimi) de verilerin gücünü açığa çıkarmaktadır. Bu teknoloji ile bilgisayar, bireylerin gelecekteki davranışını tahmin etmek için verileri kullanır (Bkz. Şekil 1). Tabi ki kusursuz bir tahmin mümkün değildir, ancak geleceğe olasılığa dayalı milyonlarca kararı daha etkili bir şekilde yönlendirerek kimi arayacağını, kimi soruşturacağını, kime bir randevu ayarlayacağını veya ilaç vereceği-

ni belirler (Siegel 2013). Ayrıca yapılan analizler açıklayıcı olabilir, yani mevcut veya geçmiş bir durumu daha iyi anlamamızı sağlayabilir. Örneğin şirketimizin şu andaki veya önceki aydaki performansını anlamamızı sağlayabilmektedir. Öngörüler muhtemelen her durumda eyleme geçirilebilir, örneğin akıllı bir denetleyicinin bir arabayı sürmesini, bir bina kontrol sistemini çalıştırmasını veya elektrik üretimini piyasa taleplerine göre düzenlemesini sağlayabilir. Veri madenciliğinin tamamen keşif paradigmasının bir uzantısında, bir veri bilimcisi, kullanıcıya fayda sağlayacak bu tür veri içgörülerini oluşturmayı amaçlı olarak planlamasıdır (Veeramachaneni, 2016). Bu, sonucu otomatik olarak analiz sürecinin merkezine taşınmasını sağlar (Meierhofer vd., 2019:47).



Şekil 1: Veri Ürününün Değer Zinciri (Meierhofer vd., 2019: 48)

Veri Değer Zinciri, hammaddeleri bitmiş ürünlere dönüştüren imalat ve diğer endüstrilerden temel unsurları ödünç alır. Bu yaklaşım, şirketlere ham verileri “rafine bir ürüne” dönüştürme konusunda rehberlik eder (Kotorov, 2021). Şirketler işlerinin her aşamasında bulunan ayrıntılı süreçleri değerlendirmek için veri değer zincirini kullanırlar. Veri değer zinciri sayesinde şirketler, eldeki kıt kaynaklarla maksimum değeri sunabilen bir üretim verimliliği oluşturmaktadır.

Veri değer zinciri, süreci, her biri girdi ve çıktıları içeren çeşitli alt sistemlere böldüğü için üretimdekiler gibi diğer değer zincirlerine benzer. Bu sistemlerin ve girdilerin ve çıktıların nasıl yönetildiği, herhangi bir değer zincirindeki son ürünün kalitesini, maliyetini ve kârını etkiler. Bununla birlikte, veri değer zincirlerinin diğer değer zincirlerinden farklı olmasının bir yolu, son ürünün somut bir ürün veya hizmetten ziyade genellikle eyleme geçirilebilir içgörüler olmasıdır (Cpacanada, 2020).

Veri ürünü olarak adlandırılan öneri sistemleri, kullanıcıların tercihlerine (örneğin şarkılar, filmler, şakalar, kitaplar, gidilecek yer ve yiyecek-içecek gibi) dayalı olarak bilgi toplar. Öneri sistemleri, kullanıcıların farklı kaynaklardan gelen bilgilerine göre çalışır ve öğelerin önerilmesini sağlar. Bu bilgiler, Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram gibi sosyal ağ hizmetlerini kullanan milyonlarca kullanıcıyla açık (kullanıcı dercelendirmesi) ve örtük (kullanıcının davranışını izleyerek) olabilir. Bu sosyal ağ sitelerinde oluşturulan büyük veriler, kullanıcılara bazı öneri sistemleri oluşturur (Narayanan ve Cherukuri, 2016).

Bu çalışmanın amacı; veri ürünü olan öneri sistemlerinin önemini ve işletmelerin bu öneri sistemlerinden nasıl yararlandıklarını ortaya koymaktır. Bu amaçla ikinci bölümde yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış veri türleri hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde veri ürünleri açıklanarak kıyaslama, öneri ve tahmin için kullanılan veriler anlatılmıştır. Dördüncü bölümde İşbirlikçi Filtreleme (Collaborative Filtering), İçerik Tabanlı Filtreleme (Content-Based Filtering) ve Hibrit Yaklaşımlar (Hybrid Approches) öneri sistemleri yaklaşımları verilmiştir. Beşinci bölümde açık kaynaklı R yazılımı kullanılarak örnek bir öneri sistemi uygulaması yapılmıştır. Sonuç bölümünde ise veri ürünü olan öneri sistemleri hakkında genel bir değerlendirme yapılarak, gelecek hakkında bazı bilgiler verilmiştir.

2. VERİ TÜRLERİ

Yapılandırılmış veri (structured data): Yapılandırılmış veriler, bir kayıt veya dosya içindeki sabit bir alanda bulunan tüm verileri ifade eder. Yapılandırılmış veriler ilişkisel veritabanlarında ve elektronik tablolarda bulunan verileri içerir (Beal, 2020). Bunlar kolayca saklanılabilecek, sorgulanabilecek ve analiz edilebilecek şekilde işlenmektedir. Bu tür verileri yönetmek için genellikle SQL (Structured Query Language) gibi bir sorgulama dili kullanılır (Çelik, 2018: 85).

Arama bağlamında, yapılandırılmış veriler önceden tanımlanmış bir şemadır ve arama motorlarının bir web sayfasında sağlanan bilgileri daha iyi anlamasına ve sınıflandırmasına yardımcı olarak makineler için daha erişilebilir olmasını sağlar. Bu aynı zamanda yoğunluğu artırmak için bir SEO (Search Engine Optimization- Arama Motoru Optimizasyonu) pazarlama tekniği olarak kullanılabilir (Wordlift, 2019). Büyük arama motorları tarafından kullanılan kelimeye Schema.org¹ denir. Schema.org, ürünlerinizi, incelemelerinizi, yerel işletme girişlerinizi, iş ilanlarınızı vb. ayrıntılı bir şekilde tanımlamak için bir dizi etiket ve özellik sunar. Büyük arama motorları, Google, Bing, Yandex ve Yahoo, bu kelimeleri, web sitelerini daha iyi anlamalarını sağlayan ortak bir dile ulaşmak için toplu olarak geliştirdi. Bugün, arama motorları içeriği kontrol etmekten Covid-19 uyarılarına kadar çok sayıda şey için kullanıyor (Ronk, 2014).

Yarı yapılandırılmış veri (semi structured data): Yarı yapılandırılmış veriler, ilişkisel bir veritabanında bulunmayan ancak analiz edilmesini kolaylaştıran bazı kurumsal özelliklere sahip olan bilgilerdir (Ronk, 2014). Yarı yapılandırılmış veriler, veri iletimindeki rahatlığı ve verimliliği için bilgi depolama ve veri alışverişi için yaygın olarak kullanılmaktadır. Anlamsal öğeleri ayırmak için etiketler içeren ve verilerdeki kayıtların ve

1 Schema.org, İnternet'te, web sayfalarında, e-posta iletilerinde ve ötesinde yapılandırılmış veriler için şemalar oluşturma, sürdürme ve tanıma misyonuna sahip, işbirliğine dayalı bir topluluk etkinliğidir. Kaynak: <https://schema.org/>

alanların hiyerarşilerine izin veren bir veri biçimidir. Yarı yapılandırılmış verilerin bazı tipik uygulamaları XML, JSON vb. dir. Yarı yapılandırılmış verilerin yaygınlığı, verilerin korunmasının ve telif haklarının önemini vurgulamaktadır (He vd., 2020). Yakın zamanda teknolojide yaşanan ilerlemeler yarı yapılandırılmış verilerin hızlı artmasına ve daha fazla ön plana çıkmasına sebep oldu.

Yapılandırılmamış veri (unstructured data): Yapılandırılmamış veriler genellikle katı semantik yapısı veya veritabanı formatı olmayan doğal dil metnidir (Kumar vd., 2018). Bu veri türleri çeşitlidir ve veri yapılarında sadece geleneksel yapılandırılmış veriler bulunmaz, aynı zamanda yapılandırılmamış verilerde bulunur. Bu, geleneksel veri depolama çözümlerini mevcut veri yapıları için gittikçe daha uygun hale getirmekte ve veri işleme yetenekleri için gereksinimleri artmaktadır. Yapılandırılmamış veriler genellikle içeriğini doğrudan anlayamaz ve ilgili yazılım tarafından açılmalıdır. Yapılandırılmamış verilerin anlaşılması kolay değildir ve ifadelerinin anlamı doğrudan kendilerinden elde edilemez. Yapılandırılmamış verilerin tanımlanmış bir yapısı yoktur, standartlaştırılmazlar ve yönetilmesi kolay değildir. Bu nedenle bu verilerin sorgulanması, depolanması, analizi ve kullanılması daha akıllı bir sistemi gerektirir (Hou vd., 2020). Örneğin e-posta mesajları, metin, fotoğraflar, görüntüler, ses dosyaları, videolar, sunumlar ve web sayfaları birer yapılandırılmamış veridir.

3. VERİ ÜRÜNLERİ

Veri ürünü, genellikle “veri ve algoritmaları bir araya getiren herhangi bir uygulama”dır (Kim ve Bengfort, 2016). Daha spesifik olarak, bir veri ürünü, çıkarım veya tahmin için kullanılan istatistiksel algoritmalar ile verilerin kombinasyonu olduğu söylenebilir (Kim ve Bengfort, 2016). Veri ürününe örnek olarak, Amazon öner sistemleri verilebilir. Amazon, satın aldığınız öğeleri inceler ve diğer kullanıcıların benzer satın alma davranışlarına dayanarak öneride bulunur. Bu durumda sipariş geçmişi verileri, öneri algoritmaları ile birleştirilerek gelecekte satın alabileceğiniz ürünler hakkında tahminler yapılabilir. Facebook’un “Bildığınız İnsanlar” özelliğini de bir veri ürünüdür. Çünkü bu ürün arkadaşlarınızı, işinizi ve eğitim bilginizi temel alan ve diğer birçok faktörü temel alan kullanıcıları gösterir. Facebook, sosyal algoritmalarıyla sosyal ağ verilerini birleştirerek üyeleri üretmek için toplulukları kullanır (Kim ve Bengfort, 2016).

Bir veri ürünü, işletmelerin kararlarını ve süreçlerini iyileştirmelerine yardımcı olmak için verileri kullanan bir uygulama veya araçtır (Velten, 2020). Kısacası bir veri ürünü, veri analizinin üretim çıktısı olarak da ifade edilebilir. Örneğin, bir veri analizi akıllı bir makine öğrenme algoritması oluşturabilir. Bir veri ürünü, bu algoritmayı bir web sitesine gömer; böylece kullanıcılar değerleri girebilir ve tahminler yapabilirler. Etkileşimli analiz web siteleri, grafikler, uygulamalar, R paketleri, sunumlar ve bu rapor-

ların tamamı birer veri ürünüdür (Caffo ve Kross, 2017). Kullanıcı dostu bir arayüz sağlayan veri ürünleri, veri bilimcisi olmayan bilim insanlarına tahmine dayalı analitik, tanımlayıcı veri modelleme, veri madenciliği, makine öğrenimi, risk yönetimi ve çeşitli analiz yöntemleri sağlamak için veri bilimini kullanabilir (Velten, 2020).

Bir veri ürünü, çıkarım veya tahmin için kullanılan istatistiksel algoritmalarla veri kombinasyonu sağlar. Birçok veri bilimcisi eski istatistikçilerdir ve istatistiksel yöntemler veri biliminin merkezinde bulunur (Bengfort, 2015). Veri ürünleri, sayesinde son zamanlarda veri bilimcilerin tanınırlığı büyük ölçüde arttı. Veri ürünü veri bilimini, değer sağlamak için akıllı yöntemler kullanarak bir ürünün veya hizmetin işleyişine dâhil eder. Bu sayede üretime yeni bir bakış açısı getirilir. Her gün Google aramasını kullanıyoruz ve Google ile olan her etkileşimimiz onu daha iyi hale getiriyor. Bir başka ünlü hızlı veri ürünü, sosyal ağlardaki kişileri bulmanıza yardımcı olan LinkedIn’in “tanıyabileceğiniz kişiler” özelliğidir (Wilder-James, 2015).

Veri ürünlerine genellikle iş sektöründe kullanılır. Veri ürünleri işletmeler için katma değer yaratan bir veri uygulamasıdır. Bir işletmenin gelir elde etmesine, maliyetleri optimize etmesine, riski azaltmasına, uyumluluğu geliştirmesine yardımcı olabilecek veri ürünleri, veri kaynağından değer yaratmaya kadar tüm veri değer zincirinin başarılmaya çalışılan şeylerin büyük bölümünü oluşturur. Sonuçta, verilere yapılan teknolojik yatırım kuruluşun ortaklarına hiçbir fayda sağlamaz ise bu tamamen zaman ve para kaybından başka bir şey değildir (Pearce, 2015).

Bugün her yerde büyük verilerle ilgili tartışmalar sürmektedir. Büyük veri, 2011 yılından bu yana, yanıltıcı reklamın başladığı (Google trendi), hepimizi çevreleyen ve yeni ürünler “veri ürünleri” üretecek olan bir kavramdır. Yeni veri ürünlerini bulabilenler Google sektöründe öncü olurlar. Örneğin Google arama alanında lider, Amazon perakende sektöründe lider, Netflix film sektörün lider konumundadır. Ancak veri ortaya çıktıkça, hayatımız hiç olmadığı kadar kompleks hale geldi. Birçok yeni işletme veri odaklı ürünleri analiz edip, verilerin nasıl kullanılması gerektiği konusunda da üç temel yol buldu (Finger, 2014a):

- Kıyaslama (Benchmark) için kullanılan veriler
- Öneri sistemleri (Recommendation systems) için kullanılan veriler
- Tahminde (Prediction) kullanılan veriler

3.1. Kıyaslama için kullanılan veriler

Kıyaslama, bir şirketin ürünlerinin, hizmetlerinin veya süreçlerinin performansını, sektörün en iyisi olarak kabul edilen başka bir işletmenin performansına, yani “sınıfının en iyisi” olarak ölçen bir süreçtir. Kıyaslamanın amacı, iyileştirme için dahili fırsatları belirlemektir. Üstün perfor-

mansa sahip şirketler incelenerek, bu kadar üstün performansı mümkün kılan unsurlar incelenerek bu süreçleri işletmenin çalışma şekline göre karşılaştırarak, önemli iyileştirmeler sağlayacak bazı değişiklikler uygulanabilir (Shopify, 2021).

Kıyaslama aslında yeni bir şey değil, yeni olan, modern bir şirkette her süreci neredeyse ölçebilmemizdir. Çağrı merkezleri, telefonu daha hızlı kimin açtığını ölçer; çevrimiçi perakendeciler A/B testleri aracılığıyla her şeyi ölçer ve işe alım departmanları başvuru sahiplerinin zaman içindeki yakınlık oranını izler. Veri odaklı bir şirkette LinkedIn kullanılırsa; yüzlerce farklı gösterge tabloları, işletmelerdeki, ülkelerdeki vb. zaman serilerindeki tüm kıyaslama verilerine sahip olunur (Finger, 2014a). Yöneticiler bu kıyaslama verileri sayesinde kuruluşlarının diğer rakiplerine göre hangi konumda olduklarını değerlendirebilmekte ve bilgiye dayanarak stratejik bazı planlamalar yaparlar.

Kıyaslama verileri, hedeflere bağlı olarak çeşitli şekillerde uygulanabilir. Kuruluşlar, önemli performans alanlarında kıyaslamalar yapmak için genellikle kıyaslama verilerini kullanır ve liderlerin mevcut uygulamaları değerlendirmesine ve yeniden onaylamasına veya değişim için potansiyel alanları belirlemesine sağlar. Kıyaslama ayrıca özellikle mali konularda kurumsal şeffaflığa katkıda bulunur. Yatırım rezervleri politikalarına rehberlik etmek için güvenilir endüstri verilerini kullanmak, paydaşlara ve halka kuruluşun kaynakları hakkında neden belirli kararların alındığını gösterir (Asacenter, 2018).

Kıyaslama endüstrisi geliştikçe, iki gelişme karşımıza çıkıyor. Birincisi, veri alımı ve görüntülemesi gerçek platformun kullanılması ile daha kolay hale gelmektedir. Örneğin, LinkedIn, verileri görüntülemek için kendi platformunu kurdu. Ancak, DOMO'dan Tableau'ya ve LOOKER'a kadar uzanan diğer ticari platformlar da vardır. Bu platformlardaki temel fikir: "İnsanlar için veri" Neden vardır? (Finger, 2014a). Tabi ki, kıyaslama yapmak için veriler vardır.

İkincisi, veri mart'ları ile ilgilidir. Her şirketin ve özellikle genç girişimcilerin büyük miktarda verisi ve bu verileri zenginleştiren birçok veri sağlayıcısı vardır. Acxiom veya Alliant'ı kullanan şirketler davranışsal, demografik ve finansal verileri sağlarlar (Finger, 2014a). Ancak, veriler kendilerinden alındığı için kendi verilerinizin kıyaslama becerisi sınırlıdır. Bugün verileri kıyaslamak için hala yeni bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır. Buna örnek olarak, kendi verilerini sektördeki diğer şirketlerle kıyaslayan compass.co şirketi verilebilir.

Kıyaslama verileri, değer yaratmadaki üç yöntemden en basit olanıdır. Ancak, kıyaslama testlerinden elde edilen bilgiler etkileyici olabilmektedir. Örneğin, Mark Duggan ve arkadaşları, Sumo maçlarının kaybedilmesi

ve kazanılmasının teorik olarak beklenen dağılım ile gerçek gerçeklikle karşılaştırılması gerektiğini savunmaktadırlar. Bu tür araştırmalarla, güreşlerde yolsuzluklar kolayca saptanabilmektedir. Yine ekonomistler, futbol dünya şampiyonasında, kıyaslamayı kullanarak şimdiye kadar maçlarda atılan tüm golleri saptamak için kullandı. Bu çalışma sonucunda, futbolda en çok golün 18. ve 75. dakikalarda atıldığı bulunmuştur (Finger, 2014a).

3.2. Öneri sistemleri için kullanılan veriler

Veri ürünleri öneri motorları tarafından yönlendirilmektedir. Öneriler, karmaşık bir karar haline gelebilecek önerileri birkaç öneriye indirgemektedir. Büyük veriler, daha önce göremediğimiz yeni bir ölçekte öneriler yapmamızı sağladı. Bunun en iyi örneği, Google arama algoritmasının, görüntüleme yapmak için web sitelerini önererek Altavista'yı kullanmasıdır. Diğer bir örnekte, okuyuculardan gelen okuma davranışına dayalı olarak Amazon'dan gelen önerilerdir. Bu sistemlerin her ikisi de geçmiş verilerden “öğrenen” algoritmalara dayanmaktadır (Finger, 2014b). McKinsey'ye göre, daha şimdiden, tüketicilerin Amazon'da satın aldıklarının %35'i ve Netflix'te izlediklerinin %75'i bu tür algoritmalara dayalı ürün önerilerinden geliyor (McKinsey, 2013).

Öneri sistemleri, herhangi bir analiste ihtiyaç duymadığında kıyaslama geçersiz kılmaktadır. Öneri sistemleri büyük verileri küçük verilere indirgeyerek, büyük bir veri havuzundan birkaç veri noktasını önermektedir (Finger, 2014b). Önerilerde bulunmak için genellikle kullanıcı davranış verileri (geçmiş veriler), özel öge ayrıntıları verileri (başlık, kategori, tarz, fiyat vb.) ve bağlamsal bilgiler (konum, URL, kullanılan cihaz, vb.) kullanılır (InDatalabs, 2021). Örnek olarak LinkedIn ele alınırsa: “Tahmin edebileceğiniz insanlar” veri ürünü, 300.000.000 üyeden oluşan bir veritabanında bulunan sadece birkaç üyeyi önermektedir. Bu nedenle, öneri motorları giderek daha da önem kazanmaktadır (Finger, 2014b).

3.3. Tahminler için kullanılan veriler

Büyük verilerin geleceği nedir? Sorusu bugün için cevaplanması çokta kolay değildir. Aslında verilere dayanan tahminler hayatımıza çoktan girdi ve çoğumuz bunun farkında bile değiliz. Örneğin, ABD'deki pek çok şehirde, bir polis memuru ile karşılaşmanız artık tesadüf değildir. Çünkü veriler sayesinde bir sonraki suçun nerede olacağını tahmin etmenize yardımcı olacak bir yöntem bulundu. Ayrıca, mail adresinize bir ilan gelirse, satıcılar yakında sizin neye ihtiyacınız olacağını tahmin etmeye çalışmış olabilir (Finger, 2014c). Diğer taraftan tüm bunlar yeni olmasına rağmen verilere dayalı önlemler, sahip olduğumuz en zor veri ürünüdür. Teknik açıdan incelendiğinde, tahminler ve öneri motorları arasında çok küçük bir fark bulunur. Çoğu öneri bir tahmin olarak yeniden ifade edilebilir. Yani, aslında tahminler ve öneri motorları arasındaki fark size bağlıdır.

Veri ürünleri oluşturulduğunda, esasen içgörüler, üretme sürecini üretime sokulur. Herhangi bir çevrimdışı veri bilimi faaliyeti için, bir veri bilimci grubu genellikle çeşitli istatistiksel veya makine öğrenimi tekniklerinin bir kombinasyonu aracılığıyla bu içgörülerini veya tahminlerini nasıl oluşturduklarını açıklar. Ancak bir veri ürününde, içgörü oluşturma ve görselleştirme süreci otomatikleştirildiğinde, bu içgörünün tüketicisinin arkasındaki mantığı yorumlamak ve anlamak için çok fazla sorumluluk gerekir. Bu, endüstriyel veri ürünleri oluştururken karşılaşılan büyük bir sorundur. Çoğu endüstri müşteri için, kararlar vermek için veri ve analitiği kullanma yeteneği, onların rahatlığına ve sistemin ürettiği içgörü veya tahmine inanma yeteneklerine önemli ölçüde bağlıdır. Örneğin, makine arızasını tahmin etmek veya performans düşüşünü tahmin etmek için makine öğrenimi modelleri geliştirmiş olsaydık, genellikle algoritmaların bu tahminleri nasıl oluşturduğunu açıklamamız istenirdi. Veri bilimcilerin sıklıkla kullandığı makine öğrenimi ve derin öğrenme tekniklerinin çoğu, modellerin çıktılarını nasıl ve neden ürettiğini açıklamakta zorlanabilen gizli tekniklerdir. Bu nedenle, endüstriyel veri ürünlerini geliştirirken, benimseme ve kullanım verimliliği büyük ölçüde içgörülerin ne kadar kolay açıklanabilir ve kullanıcı merkezli olduğuna bağlıdır. Bu da, doğruluk ve yorumlanabilirlik arasında denge sağlamak için bir gereklilik yaratmaktadır (GE, 2020).

Veri ürünleri, veriden “harekete geçirilebilir bilgiler” oluşturmadan önce ihtiyaç duyulan veri miktarı bakımından farklılık gösterir. En temel veri ürünü olan kıyaslamaların, mantıklı olması için bir analiste ihtiyaç duyulur. Öneriler, daha sonra ne yapacağınıza karar vermek için bir “kullanıcı” ya ihtiyaç duyar. Öneri motorları olan verilerin fazla olması daha iyi bir tahminde bulunmasını sağlar. Bu görüş en iyi “Teorinin sonu” fikrinde özetlenmiştir. Chris Anders, gelecekte herhangi bir şeyi öngörmek için yeterli veriye sahip olduğumuzu ve dolayısıyla teorik modellere artık ihtiyaç duyulmayacağını savunmaktadır. Ancak çoğu zaman, iyi bir tahminde bulunmak için gereken sadece veri miktarı değildir. Örneğin İnkalar, bitki yetiştirme zamanının çok önemli olduğunu düşünmektedirler. Veri kümesi, büyük veri dünyamızda 3560 veri noktası (10 yıllık veri) kadar az olabilirdi. 500 yıl sonra çevrimiçi davranışı hakkında birçok şey ölçen Google gibi şirketler ortaya çıktı. Fakat Google gibi şirketlerin topladığı büyük verilere rağmen, tahminler yine de çok kolay değildir (Finger, 2014c).

Peki, bunun nedeni nedir? Çünkü Google’ın topladığı tüm veriler ile yapılan tahminler aslında çokta yararlı değildir. İnternette toplanan tüm verilerin yararlı olmadığı en iyi sosyal medyanın ortaya çıkışıyla görülmüştür. Aniden büyük veriler ortaya çıktı ve çoğumuz bunun şaşırtıcı şeyleri öngörebileceğini düşünüyorduk. Örneğin, birçok şirket, sosyal

medya içeriğiyle hisse senedi fiyat hareketlerini tahmin edebileceklerini düşünüyordu. Fakat sosyal medya verileri gürültülü olduğundan tahmine yardımcı olamayacağı için, bu verilerin büyük kısmı çoğu zaman bir bilgi çöplüğünden farksızdır.

4. ÖNERİ SİSTEMLERİ YAKLAŞIMLARI

İnternet teknolojisinin gelişmesi modern çağ da, öneri sistemlerinin e-ticaretteki önemini arttırarak iş dünyasının dikkatini çekti. Günümüzde e-ticaretin müşteri memnuniyetiyle güçlü bağlantısı olduğuna inanılıyor ve işletmelerin başarısı her zaman müşteri sadakatine bağlıdır. İşletmeler müşteri sadakatini devam ettirmek için öneri sistemleri olarak adlandırılan çeşitli teknikler bulmuştur. Öneri sistemlerinde başlıca üç yaklaşım kullanılır; içeriğe dayalı filtreleme, işbirliğine dayalı filtreleme ve farklı algoritmaları birleştiren ve tek bir algoritmadan daha doğru ve etkili öneriler sunan karma (hibrit) yaklaşımlar.

4. 1. İşbirlikçi Filtreleme

İşbirlikçi filtreleme, filmler ve müzik gibi meta verilerle kolayca ve yeterli bir şekilde tanımlanamayan içerik için kullanılan bir tahmin tekniğidir (Herlocker vd., 2004). “İşbirlikçi filtreleme yöntemleri, kullanıcı davranışları, etkinlikleri veya tercihleri hakkında büyük miktarda bilgi toplamaya ve analiz etmeye ve kullanıcıların diğer kullanıcılara benzerliklerine göre kullanıcıların neyi seveceğini tahmin etmeye dayanır” (Thandapani, 2019). Bu yöntem, kullanıcılar tarafından öğeler için bir tercih veritabanı (kullanıcı ögesi matrisi) oluşturarak çalışır. Ardından, öneride bulunmak için kullanıcı profilleri arasındaki benzerlikleri hesaplayarak kullanıcıları ilgili ilgi ve tercihlerle eşleştirir. Amazon işbirlikçi filtreleme uygulamada oldukça başarılıdır Ayrıca, Last.fm, Facebook ve LinkedIn gibi şirketler de müzik, arkadaşlar veya tanıyabileceğiniz kişileri tavsiye ederken işbirliğine dayalı filtrelemeyi kullanırlar (Barga vd., 2015).

İşbirlikçi filtreleme tekniğinde matris çarpanlarına ayırma (matris ayrıştırma) yöntemi kullanılır. Bu yöntemde kullanıcı-öge matrisi iki alt boyutlu dikdörtgen matrisin çarpımı şeklinde ayrıştırılır. Birinci matris, satırları kullanıcı, sütunları gizli faktörlerden oluşan bir kullanıcı matristir. İkinci matrisi ise satırları gizli faktörleri, sütunları ise öğeleri temsil eden bir öge matrisidir. Şekil 2’de kullanıcı ve öğelerden oluşan bir matris verilmiştir.

		Öğeler						X Y Z W					
Kullanıcılar		X	Y	Z	W	A	0	1	0	1	0	0	4
	A	0	2	0	3	B	1	0	0	0	2	0	3
	B	1	0	0	4	C	0	0	1	0	0	4	5
	C	0	0	4	5	D	0	0.5	0.5	0	0	0	-1
	D	0	1	2	3								

Kullanıcı-Öğeler Matrisi Kullanıcı Matrisi Öğeler Matrisi

Şekil 2: Matris Ayırıştırması

Matris ayırıştırması üç tipte sınıflandırılabilir (Pantola, 2018):

1- LU Ayırıştırması: Matrisin L ve U matrisine ayrışması, burada L alt üçgen matris ve U, genellikle doğrusal regresyon katsayısını bulmak için kullanılır.

2- QR Ayırıştırması: Matrisin Q ve R'ye ayrışması, burada Q kare matris ve R, üst üçgen matristir (gerekli kare değil). QR ayırıştırması öz sistem analizi için kullanılır.

3- Cholesky Ayırıştırması: Bu, makine öğreniminde en çok kullanılan ayırıştırmadır. Bu yöntem doğrusal regresyon için doğrusal en küçük kareyi hesaplamak için kullanılır.

4.2. İçerik Tabanlı Filtreleme

Bilgi alma tekniklerinden esinlenen içerik tabanlı filtreleme, bir kullanıcının beğenebileceği öğelerin türünü bulmak için öğe açıklamasına ve kullanıcıların tercihlerine (beğendikleri öğe türü) dayanır. Kullanıcılardan gelen geri bildirimler (beğeni gibi), kullanılan özelliklerin her birine verilen ağırlıkları etkilemek için kullanılabilir. Rotten Tomatoes, Internet Movie Database ve Pandora Radio gibi çeşitli şirketlerde içerik tabanlı filtreleme kullanılır (Barga vd., 2015). İçerik tabanlı filtreleme web sayfaları, yayınlar ve haberler gibi belgeler önermede oldukça başarılıdır (Burke, 2002). Örneğin, bir kişi "Titanic" filmini beğendiye, bu algoritma aynı türe giren filmleri o kişiye önerecektir. İçerik tabanlı filtrelemede Kosinüs Benzerliği, Öklid Uzaklığı ve Pearson Korelasyonu algoritmaları kullanılır.

Kosinüs Benzerliği: Bu algoritma, profil vektörü ile öğe vektörü arasındaki açının kosinüsünün hesaplanmasına dayanır. Kosinüs Benzerliği denklem (4.1)'deki gibi hesaplanır.

$$\text{sim}(A, B) = \cos(\alpha) = \frac{A \cdot B}{\|A\| \|B\|} \quad (4.1)$$

Kosinüs tanımı gereği, değeri -1 ile 1 ($-1 < \cos(\alpha) < 1$) arasında değişmektedir. Bu nedenle öğeler azalan bir sırada düzenlenir.

Öklid Uzaklığı: Benzer öğeler, n boyutlu uzayda çizilirse birbirine yakın olduğundan, öğeler arasındaki uzaklık hesaplanabilir ve bu kullanıcıya öğeler önermek için kullanılabilir. Öklid Uzaklığı (4.2) denklemindeki gibi hesaplanır.

$$\text{Öklid Uzaklığı} = D = \sqrt{(x_1 - y_1)^2 + (x_2 - y_2)^2 + \dots + (x_n - y_n)^2} \quad (4.2)$$

Pearson Korelasyonu: Bu algoritma, iki öğenin ne kadar ilişkili olduğunu veya benzer olduğunu göstermektedir. Pearson Korelasyonu (4.3) denklemindeki gibi hesaplanır.

$$\text{sim}(u, v) = \frac{\sum(r_{ui} - \bar{r}_u)(r_{vi} - \bar{r}_v)}{\sqrt{\sum(r_{ui} - \bar{r}_u)^2} \sqrt{\sum(r_{vi} - \bar{r}_v)^2}} \quad (4.3)$$

4.3. Hibrit Yaklaşımlar

Hibrit önericiler, çeşitli tipteki sistemleri birleştirir, böylece her bir türün dezavantajlarını ortadan kaldırır ve tahmini daha doğru hale getirir. Yedi çeşit hibrit tavsiye sistemi vardır: ağırlıklı, anahtarlama, karma, özellik kombinasyonu, kademeli, özellik artırma ve meta seviye. Ağırlıklı tavsiye sistemi, kullanıcı tarafından her bir öğeye verilen derecelendirmeyi, algoritmalar tarafından tahmin edilen derecelendirmelerin ağırlıklı toplamı olarak hesaplar. Ağırlıklar deneysel olarak belirlenir. Anahtarlama tavsiye sistemi, sistemi inşa etmek için hangi algoritmanın kullanılması gerektiğini belirleyen belirli bir önceden belirlenmiş kriteri değerlendirir, örneğin, her kullanıcı için bir eşik değeri ile işlem sayısı arasında bir karşılaştırma olabilir. Karma tavsiye sistemi, önerilerin bireysel algoritmalar tarafından oluşturulduğu birkaç bloktan oluşur. Daha sonra sonuçlar bir listede sıralanır. Bir öneri sisteminin kalitesi, farklı kaynaklardan türetilen yeni özellikler eklenerek iyileştirilir. Kademeli bir tavsiye sistemi oluşturmak için, başlangıçta kaba bir tahmin elde edilir ve ardından diğer algoritmalar tarafından iyileştirilir. Bu strateji en sık iki algoritma için kullanılır; ancak gerekirse kompozisyon genişletilebilir. Artan sayıda özelliğe sahip bir öneri sistemi, stratejideki kademeli sisteme benzer; ancak, girdi verileri olarak, en yüksek derecelendirmeye sahip bir dizi öğeden ziyade tahmin edilen derecelendirme öğesinin bir dizi demetini kullanır (Ignat'ev vd., 2018).

Örneğin Netflix, film önerileri sağlamak için hibrit bir yaklaşım kullanır. Netflix, önerilen filmleri anlamak için kullanıcıların izleme ve arama davranışına ilişkin bilgileri kullanır. Ayrıca Netflix, benzer kullanıcının izlediği veya oyladığı filmin etiketlerine ve açıklamasına göre kullanıcıya filmler önerir (Barga vd., 2015).

5. R İLE ÖNERİ SİSTEMİ UYGULAMASI

Bu bölüm de R yazılımının “recommenderlab” paketi kullanılarak makine öğrenmesinin öneri sistemlerinde nasıl kullanıldığına dair bir örnek uygulama verilmiştir². Çalışmada işbirliğine dayalı filtreleme teknikleri ve bunların R’deki büyük veri kümelerine nasıl uygulandığı gösterilmiştir. Burada model tabanlı algoritma, yani matris çarpanlara ayırma yöntemi kullanılmıştır. Matris çarpanlarına ayırma yöntemi komşular yöntemine göre, modeli eğitmek için gereken tahmin doğruluğu ve zaman açısından daha iyi sonuçlar vermektedir.

Bu çalışmanın analizinde R yazılımının, “recommenderlab”, “ggplot2”, “devtools” ve “sanealytics/recommenderlabrats” paketleri kullanılmıştır. Analize başlamadan önce bu paketleri yükleyip açalım.

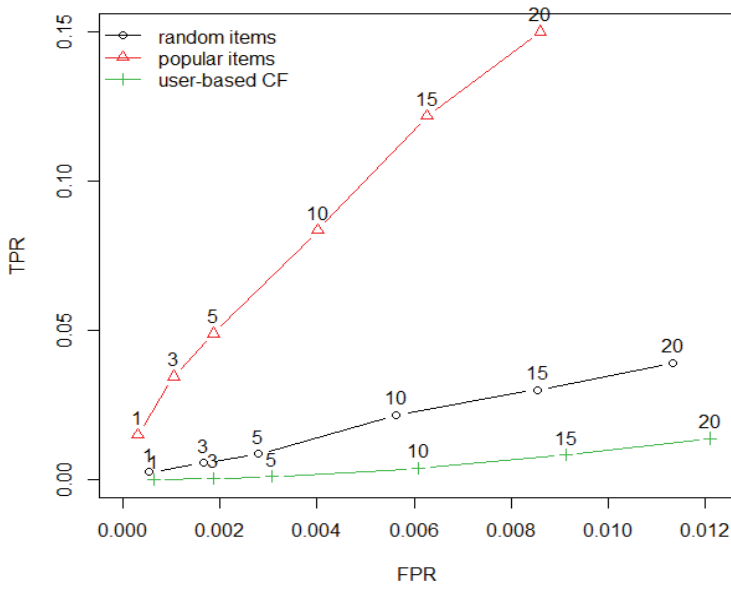
```
>install.packages("ggplot2")
>require(recommenderlab)
>require(devtools)
>install_github("sanealytics/recommenderlabrats")
> data(MovieLense) # Analizde "MovieLense" veri seti kullanılmıştır.
# Makine öğrenmesini uygulamak için veriler eğitim ve test olmak üzere ikiye
ayrılır ve bir şema (scheme) oluşturulur.
> scheme <- evaluationScheme(MovieLense, method = "split", train = .9,
+                             k = 1, given = 10, goodRating = 4)
> scheme # Şemayı yazdıralım.
Evaluation scheme with 10 items given
Method: 'split' with 1 run(s).
Training set proportion: 0.900
Good ratings: >=4.000000
Data set: 943 x 1664 rating matrix of class 'realRatingMatrix' with 99392
ratings.
algorithms <- list(
+ "random items" = list(name="RANDOM", param=list(normalize="Z-score")),
+ "popular items" = list(name="POPULAR", param=list(normalize="Z-score")),
+ "user-based CF" = list(name="UBCF", param=list(normalize = "Z-score",
+                                                 method="Cosine",
+                                                 nn=50, minRating=3)),
```

² <https://www.r-bloggers.com/2015/03/matrix-factorization/> (Erişim Tarihi: 15.04.2021).

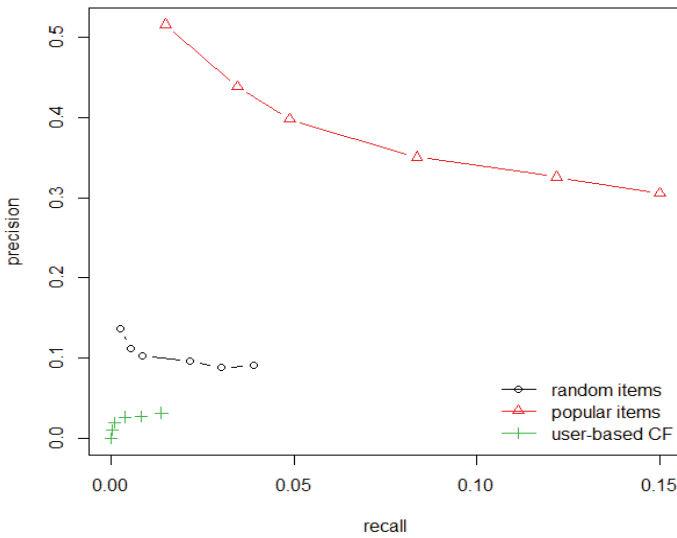
```

+ “Matrix Factorization” = list(name=”RSVD”, param=list(categories = 10,
+                               lambda = 10,
+                               maxit = 100)))
> results <- evaluate(scheme, algorithms, n=c(1, 3, 5, 10, 15, 20))
RANDOM run fold/sample [model time/prediction time]
  1 [0.02sec/0.61sec]
POPULAR run fold/sample [model time/prediction time]
  1 [0.04sec/0.37sec]
UBCF run fold/sample [model time/prediction time]
  1 Warning: Unknown parameters: minRating
Available parameter (with default values):
method      = cosine
nn          = 25
sample      = FALSE
weighted    = TRUE
normalize    = center
min_matching_items = 0
min_predictive_items = 0
verbose     = FALSE
[0.03sec/1.14sec]
RSVD run fold/sample [model time/prediction time]
  1 Timing stopped at: 0 0 0
Error in .local(data, ...) :
  Recommender method RSVD not implemented for data type realRatingMatrix .
Warning message:
In .local(x, method, ...) :
  Recommender ‘Matrix Factorization’ has failed and has been removed from
the results!
>plot(results, annotate = 1:5, legend=”topleft”) #İşlem karakteristik eğrisi
(ROC Curve) çizilir.

```



> plot(results, "prec/rec", annotate=5)# Kesinlik/duyarlık (pre/rec) eğrisi çizilir.



Şimdi filmlere kümeleme analizi uygulayalım³.

```
> library(recommenderlab)# Analizde kullanılacak recommenderlab paketini
açalım.
```

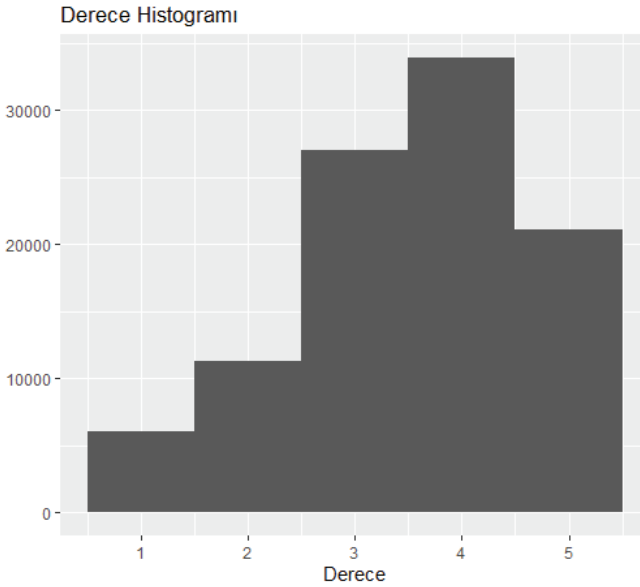
```
> library(ggplot2)# Çizim yapmak için ggplot2 paketini açalım.
```

```
> data(MovieLense)# Çalışmada MovieLense veri seti kullanılmıştır.
```

```
> MovieLense
```

```
943 x 1664 rating matrix of class 'realRatingMatrix' with 99392 ratings.
```

```
> qplot(getRatings(MovieLense), binwidth=1, main="Derece Histogramı",
xlab="Derece")# Derece matrisi histogramını çizelim.
```



```
> summary(getRatings(MovieLense))#MovieLense veri setinin betimsel
istatistik değerlerinin özeti.
```

```
Min. 1st Qu. Median Mean 3rd Qu. Max.
```

```
1.00 3.00 4.00 3.53 4.00 5.00
```

```
> MovieLenseMeta<-subset(MovieLenseMeta, select=-c(year,url))#
MovieLenseMeta veri setinden "title" ve "url" değişkenlerinin çıkarılması.
```

```
> str(MovieLenseMeta)# MovieLenseMeta veri setinin yapısına bakalım.
```

```
'data.frame': 1664 obs. of 20 variables:
```

```
$ title : chr "Toy Story (1995)" "GoldenEye (1995)" "Four Rooms (1995)"
"Get Shorty (1995)" ...
```

3 https://rpubs.com/achoi007/tae_clust_movelens (Erişim Tarihi: 15.04.2021).

```

$ unknown : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Action  : int 0 1 0 1 0 0 0 0 0 0 ...
$ Adventure : int 0 1 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Animation : int 1 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Children's : int 1 0 0 0 0 0 0 1 0 0 ...
$ Comedy   : int 1 0 0 1 0 0 0 1 0 0 ...
$ Crime    : int 0 0 0 0 1 0 0 0 0 0 ...
$ Documentary: int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Drama    : int 0 0 0 1 1 1 1 1 1 1 ...
$ Fantasy  : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Film-Noir : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Horror   : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Musical  : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Mystery  : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Romance  : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...
$ Sci-Fi   : int 0 0 0 0 0 0 1 0 0 0 ...
$ Thriller : int 0 1 1 0 1 0 0 0 0 0 ...
$ War      : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 1 ...
$ Western  : int 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 ...

```

```

> uzaklık<-dist(MovieLenseMeta[2:10], method="Cosine")#
MovieLenseMeta veri setindeki değişkenlerin uzaklıkları "Cosine" yöntemine göre hiyerarşik kümelenir.

```

```

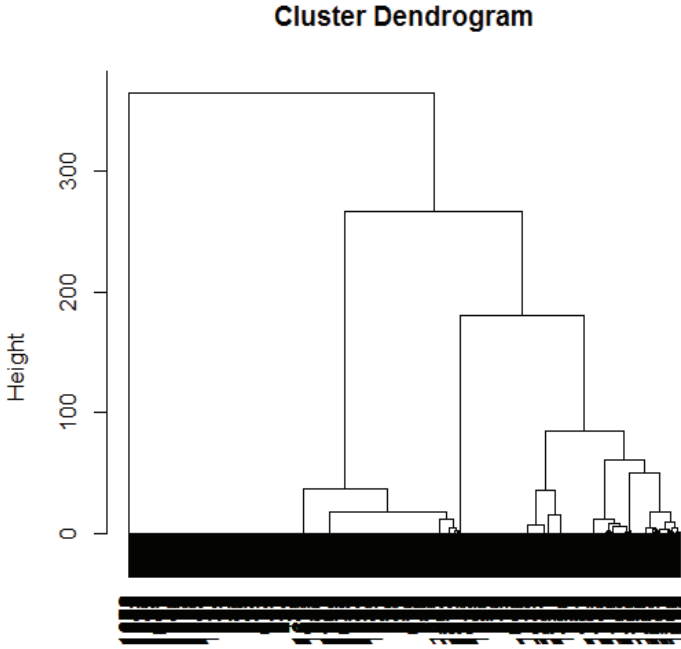
> clusterMovies <- hclust(uzaklık, method="ward.D")# ward metodunu kullanarak hiyerarşik kümeleme analizi yapılır.

```

```

> plot(clusterMovies) # Hiyerarşik kümeleme analizi sonucunda verilerin dendogramı çizilir.

```



uzaklık
hclust(*, "ward.D")

> kümeler<-cutree(sınıflandırma, k=5)# Kümeleme analizi için uygun k=5 değeri hesaplanır.

"tapply" fonksiyonu kullanılarak her film türü için ve hesaplanan kümelerdeki filmlerin yüzdesi hesaplanır.

> tapply(MovieLenseMeta\$Action, kümeler, mean)# Aksiyon türündeki filmleri hesaplanan kümelerdeki yüzdesi hesaplanır.

1	2	3	4	5
0.13688213	0.92079208	0.00000000	0.05708245	0.00000000

> tapply(MovieLenseMeta\$War, kümeler, mean)# Savaş türündeki filmleri hesaplanan kümelerdeki yüzdesi.

1	2	3	4	5
0.01140684	0.09405941	0.04433498	0.02748414	0.05162524

> tapply(MovieLenseMeta\$Drama, kümeler, mean)# Drama türündeki filmleri hesaplanan kümelerdeki yüzdesi hesaplanır.

1	2	3	4	5
0.2889734	0.1683168	0.0000000	0.1754757	1.0000000

> tapply(MovieLenseMeta\$Comedy, kümeler, mean)# Komedi türündeki filmleri hesaplanan kümelerdeki yüzdesi hesaplanır.

1 2 3 4 5

0.1102662 0.0000000 0.0000000 1.0000000 0.0000000

“subset” fonksiyonunu kullanarak “Jurassic Park (1993)” filminin hangi kümede olduğunu bulalım.

>subset(MovieLenseMeta, title=="Jurassic Park (1993)")

title unknown Action Adventure Animation Children's Comedy

82 Jurassic Park (1993) 0 1 1 0 0 0

Crime Documentary Drama Fantasy Film-Noir Horror Musical Mystery Romance

82 0 0 0 0 0 0 0 0 0

Sci-Fi Thriller War Western

82 1 0 0 0

Hesaplanan kümelerden 4. kümeyi ayrı bir veri seti olarak yazılsın.

> dördüncüküme\$title[1:20]# 4. Kümedeki filmlerin ilk 20 tanesini yazın.

[1] “Toy Story (1995)”

[2] “GoldenEye (1995)”

[3] “Four Rooms (1995)”

[4] “Get Shorty (1995)”

[5] “Copycat (1995)”

[6] “Shanghai Triad (Yao a yao yao dao waipo qiao) (1995)”

[7] “Twelve Monkeys (1995)”

[8] “Babe (1995)”

[9] “Dead Man Walking (1995)”

[10] “Richard III (1995)”

[11] “Seven (Se7en) (1995)”

[12] “Usual Suspects, The (1995)”

[13] “Mighty Aphrodite (1995)”

[14] “Postino, Il (1994)”

[15] “Mr. Holland’s Opus (1995)”

[16] “French Twist (Gazon maudit) (1995)”

[17] “From Dusk Till Dawn (1996)”

[18] “White Balloon, The (1995)”

[19] “Antonia’s Line (1995)”

[20] “Angels and Insects (1995)”

Şimdi “recommenderlab” paketi ve “MovieLens” veri setini kullanarak bir öneri sistemi oluşturup, algoritmanın iki kullanıcıya tavsiye ettiği ilk 20 filmi bulalım.

```
> library("recommenderlab")# recommenderlab paketini kullanıma açalım.
```

```
> data("MovieLens")# MovieLens veri setini kullanalım.
```

```
# Şimdi reytingi 100'den fazla olan kullanıcıları ele alalım.
```

```
> ML100<-MovieLens[rowCounts(MovieLens)>100]
```

```
> ML100 # ML100'ü yazdıralım.
```

```
358 x 1664 rating matrix of class 'realRatingMatrix' with 73610 ratings.
```

Şimdi 100 kullanıcıyı içeren bir eğitim veri setini kullanıcı temelli işbirlikçi filtreleme yöntemini uygulayan bir öneri sistemi oluşturalım. Analize başlamadan önce eğitim (train) setini saptamalıyız.

```
> egitim<-ML100[1:100]
```

```
> egitim # egitim'i yazdıralım.
```

```
100 x 1664 rating matrix of class 'realRatingMatrix' with 20990 ratings.
```

> önerisistemi<-Recommender(train, method="UBCF")# UBCF yöntemi ve train verilerini kullanarak bir öneri sistemi oluşturalım.

```
> önerisistemi
```

```
Recommender of type 'UBCF' for 'realRatingMatrix' learned using 100 users.
```

> tahmin<-predict(önerisistemi, ML100[200:201], n=20)# 200 ve 201 numaralı kullanıcılar için ilk 20 öneriyi oluşturalım.

```
> tahmin
```

```
Recommendations as 'topNList' with n = 20 for 2 users.
```

> as(tahmin, "list")# 200 ve 201 numaralı kullanıcılara ilişkin algoritmanın tavsiye ettiği ilk 20 film aşağıdaki gibi bulunur.

```
$`504`
```

```
[1] "Bronx Tale, A (1993)"
```

```
[2] "Apostle, The (1997)"
```

```
[3] "Duck Soup (1933)"
```

```
[4] "Airheads (1994)"
```

```
[5] "Charade (1963)"
```

```
[6] "Cabin Boy (1994)"
```

```
[7] "Street Fighter (1994)"
```

```
[8] "Tough and Deadly (1995)"
```

```
[9] "Santa with Muscles (1996)"
```

```
[10] "That Old Feeling (1997)"
```

```
[11] "She's So Lovely (1997)"
```

- [12] “Thousand Acres, A (1997)”
 - [13] “Midnight in the Garden of Good and Evil (1997)”
 - [14] “Walking and Talking (1996)”
 - [15] “Horseman on the Roof, The (Hussard sur le toit, Le) (1995)”
 - [16] “Haunted World of Edward D. Wood Jr., The (1995)”
 - [17] “Maya Lin: A Strong Clear Vision (1994)”
 - [18] “Amistad (1997)”
 - [19] “Delicatessen (1991)”
 - [20] “Wings of Desire (1987)”
- \$`505`
- [1] “Once Upon a Time... When We Were Colored (1995)”
 - [2] “Wag the Dog (1997)”
 - [3] “Bronx Tale, A (1993)”
 - [4] “East of Eden (1955)”
 - [5] “Rebel Without a Cause (1955)”
 - [6] “Down by Law (1986)”
 - [7] “Go Fish (1994)”
 - [8] “Amistad (1997)”
 - [9] “Crooklyn (1994)”
 - [10] “Thirty-Two Short Films About Glenn Gould (1993)”
 - [11] “Great Day in Harlem, A (1994)”
 - [12] “Murder, My Sweet (1944)”
 - [13] “Two or Three Things I Know About Her (1966)”
 - [14] “Whole Wide World, The (1996)”
 - [15] “Hearts and Minds (1996)”
 - [16] “Eve’s Bayou (1997)”
 - [17] “Sweet Hereafter, The (1997)”
 - [18] “Kundun (1997)”
 - [19] “Dangerous Beauty (1998)”
 - [20] “Primary Colors (1998)”

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Dijital verilerdeki eşsiz büyüme her şeyde olduğu gibi bilimin yöntemlerini de hızla değiştiriyor. Bilgisayar ve internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler daha fazla verinin toplanmasını ve analizini mümkün kıldı. Tüm bu değişimler bilimin yöntemlerinin kuramdan veriye doğru yaklaşmasına sebep oldu. Makine öğrenmesi sayesinde veriler işlenerek makineler veriden çoğu şeyi öğrenmeye başladı. Makinelerin işlediği veri, ürünlerle ilgili bir tahmin yapmamıza izin vermektedir. Muhtemelen yakın gelecekte algoritmalar hayatımızın bir parçası haline gelecek ve insanoğlu İnternet'ten daha fazla etkilenip değişecektir. İnternet'in işleri daha hızlı ve daha rahat yapması, hedefe dayalı tahminleri daha ileriye götürmemizi sağladı. Çünkü veri, insan davranışlarını daha önce hiç öngöremediğimiz bir şekilde tahmin etmemizi sağlıyor. Bu nedenle öneri sistemlerinin gelecekte ekonomik ve sosyal alanda birtakım tartışmaların ortaya çıkmasına sebep olacağı kanaatindeyiz.

Yaklaşık 30 yıldır iş dünyası öneri sistemlerinin farkına varmış ve makine öğrenmesi ile veri madenciliği en popüler uygulamaları haline gelmiştir. Öneri sistemleri, herhangi bir çevrimiçi işletmenin başarısında kilit bir role sahiptir. Ancak, anlık olarak ilgili tavsiyelerde bulunacak bir öneri sistemi için sadece ürün değil, aynı zamanda müşteri, envanter, lojistik ve sosyal duyarlılık verilerini de ilişkilendirmek için güçlü yeteneklere ihtiyaç duyulur. Geldiğimiz noktada bugün, tavsiye sistemleri herhangi bir e-ticaret işi için güçlü bir araç olabilir ve bu alanda yaşanan hızlı ilerlemeler, iş değerinin daha da arttıracaklarını gösteriyor. Örneğin Amazon, Netflix, Twitter, Facebook, YouTube, Abay, Airbnb ve Uber gibi platformalar öneri sistemlerini kullanarak çok büyük paralar kazanmaktadır. Amazon öneri sistemini uyguladıktan sonra satışlarda %29'luk bir artış olduğunu, Netflix ise izlenen içeriklerinin %80'inin algoritmik önerilere⁴ dayandığını bildirdi.

Sonuç olarak bu çalışmada veri ürünü olarak adlandırılan öneri sistemlerinin hayatımıza nasıl bir değişime sebep olduğu ve ekonomik olarak işletmelerin bu öneri motorlarından nasıl faydalandıkları aktarılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada öneri sistemlerinin en yoğun kullanıldığı film sektöründen bir uygulamaya yer verilmiştir. Uygulamada açık kaynaklı R yazılımı kullanılarak makine öğrenme algoritmaları sayesinde öneri sistemlerinin iki kullanıcıya en uygun ilk 20 filmi nasıl tavsiye ettiği gösterilmiştir. Bu yönüyle çalışmanın bu alanda çalışacak akademisyenlere ve özel sektördeki firmalara yol gösterici niteliğinde olduğunu düşünüyoruz.

4 <https://neoteric.eu/blog/how-to-boost-sales-with-a-recommender-system/> (Erişim Tarihi: 15.04.2021).

KAYNAKLAR

- Asacenter (2018). Use Good Benchmarking Data to Your Advantage. Retrieved from <https://www.asacenter.org/resources/articles/foundation/2018/use-good-benchmarking-data-to-your-advantage#:~:text=Benchmarking%20is%20the%20practice%20of,groups%20based%20on%20organizational%20characteristics.> (Erişim Tarihi: 20.04.2021).
- Barga R., Fontama V., Tok W.H. (2015) Recommendation Systems. In: Predictive Analytics with Microsoft Azure Machine Learning. Apress, Berkeley, CA. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-1200-4_12.
- Beal, V. (2020). What is Structured Data? Retrieved from https://www.webopedia.com/TERM/S/structured_data.html. (Erişim Tarihi: 28.04.2021).
- Bengfort, B. (2015). The Age of the Data Product. Retrieved from <https://districtdatalabs.silvrback.com/the-age-of-the-data-product>. (Erişim Tarihi: 20.02.2021).
- Burke, R. (2002) Hybrid Recommender Systems: Survey and Experiments. *User Model User-Adap Inter* 12, 331–370. <https://doi.org/10.1023/A:1021240730564>.
- Caffo, B., & Kross, S. (2017, March 29). Developing Data Products. Retrieved from <https://seankross.com/developing-data-products/introduction.html#what-is-a-data-product>. (Erişim Tarihi: 15.03.2021).
- Cpacanada (2020, October 7). Making Sense of Data Value Chains. Retrieved from <https://www.cpacanada.ca/en/foresight-initiative/data-governance/mastering-data/data-value-chain>. (Erişim Tarihi: 02.04.2021).
- Çelik, S. (2018). Büyük Veri. *Gece Kitaplığı. Ankara*. ISBN: 978-605-288-811-7.
- Finger, L. (2014a), “3 Data Products You Need To Know”, Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/lutzfinger/2014/08/19/3-data-products-you-need-to-know/#5bb952e866f6>. (Erişim Tarihi: 31.03.2021).
- Finger, L. (2014b), “Recommendation Engines: The Reason Why We Love Big Data”, Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/lutzfinger/2014/09/02/recommendation-engines-the-reason-why-we-love-big-data/#398d46f21077> (Erişim Tarihi: 08.04.2021).
- Finger, L. (2014c), “ Our Future: Free Will vs. Predictions Based On Data”, Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/lutzfinger/2014/09/16/our-future-free-will-vs-predictions-based-on-data/#25319dd24fa3> (Erişim Tarihi: 20.04.2021).
- GE (2021). Part 2: From Data Science to Industrial Data Products | GE Digital. Retrieved from <https://www.ge.com/digital/blog/part-2-data-science-industrial-data-products>. (Erişim Tarihi: 10.05.2021).
- He, J., Ying, Q., Qian, Z., Feng, G., & Zhang, X. (2020). Semi-Structured Data Protection Scheme Based on Robust Watermarking. *EURASIP Journal*

- on Image and Video Processing*, 2020(1), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s13640-020-00500-y>.
- Herlocker, J. L., Konstan, J. A., Terveen, L. G., & Riedl, J. T. (2004). Evaluating Collaborative Filtering Recommender Systems. *ACM Transactions on Information Systems (TOIS)*, 22(1), 5-53.
- Hou, R., Kong, Y., Cai, B., & Liu, H. (2020). Unstructured Big Data Analysis Algorithm and Simulation of Internet of Things Based on Machine Learning. *Neural Computing and Applications*, 32(10), 5399-5407. <https://doi.org/10.1007/s00521-019-04682-z>.
- Ignat'ev, V. Y., Lemtyuzhnikova, D. V., & Ryabov, I. L. (2018). Constructing a Hybrid Recommender System. *Journal of Computer and Systems Sciences International*, 57(6), 921-926. <https://doi.org/10.1134/S1064230718060060>.
- InDatalabs (2021). Big Data Behind Recommender Systems. Retrieved from [https://indatalabs.com/blog/big-data-behind-recommender-systems#:~:text=Types%20of%20Data%20Used%20by%20Recommender%20Systems&text=Depending%20on%20your%20business%20goals,views%2C%20clicks%2C%20and%20likes](https://indatalabs.com/blog/big-data-behind-recommender-systems#:~:text=Types%20of%20Data%20Used%20by%20Recommender%20Systems&text=Depending%20on%20your%20business%20goals,views%2C%20clicks%2C%20and%20likes.). (Erişim Tarihi: 10.04.2021).
- Kim, J., Bengfort, B. (2016). "Data Analytics with Hadoop" O'Reilly Media, ISBN: 9781491913734.
- Kotorov, R. (2021). The Data Value Chain: Steps for Monetizing your Data. Retrieved from <https://www.idevnews.com/stories/6998/The-Data-Value-Chain-Steps-for-Monetizing-Your-Data>. (Erişim Tarihi: 20.03.2021).
- Kumar, A., Dabas, V., & Hooda, P. (2018). Text Classification Algorithms for Mining Unstructured Data: A SWOT Analysis. *International Journal of Information Technology*, 1-11. <https://doi.org/10.1007/s41870-017-0072-1>.
- McKinsey (2013). How Retailers Can Keep up with Consumers. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-retailers-can-keep-up-with-consumers>. (Erişim Tarihi: 05.03.2021).
- Meierhofer J., Stadelmann T., Cieliebak M. (2019) Data Products. In: Braschler M., Stadelmann T., Stockinger K. (eds) Applied Data Science. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11821-1_4.
- Narayanan, M., & Cherukuri, A. K. (2016). A Study and Analysis of Recommendation Systems for Location-Based Social Network (LBSN) with Big Data. *IIMB Management Review*, 28(1), 25-30.
- Pantola, P. (2018, June 10). Recommendation Using Matrix Factorization. Retrieved from https://medium.com/@paritosh_30025/recommendation-using-matrix-factorization-5223a8ee1f4. (Erişim Tarihi: 06.03.2021).

- Pearce, G. (2015). What are Data Products?. Retrieved from <https://www.quora.com/What-are-data-products>. (Erişim Tarihi: 26.03.2021).
- Ronk, J. (2014, September 1). Structured, Semi Structured and Unstructured Data. Retrieved from <https://jeremyronk.wordpress.com/2014/09/01/structured-semi-structured-and-unstructured-data/>. (Erişim Tarihi: 20.04.2021).
- Rouse, M. (2014, March 31). What is Data Products?. Retrieved from <https://searchcio.techtarget.com/definition/Data-products>. (Erişim Tarihi: 20.02.2021).
- Shopify (2021). Benchmarking Definition - What is Benchmarking. Retrieved from <https://www.shopify.com/encyclopedia/benchmarking>. (Erişim Tarihi: 17.04.2021).
- Siegel, E. (2013). Predictive analytics – The Power to Predict Who Will Click, Buy, Lie, or Die. Hoboken, NJ: Wiley. ISBN 978-1-118-35685-2.
- Tempich, C. (2018, February 13). The Fundamentals of Building Better Data Products. Retrieved from <https://www.mindtheproduct.com/fundamentals-building-better-data-products/>. (Erişim Tarihi: 13.04.2021).
- Thandapani, S. P. (2019, March 13). Recommendation Systems: Collaborative Filtering Using Matrix Factorization — Simplified. Retrieved from <https://medium.com/sfu-csmpmp/recommendation-systems-collaborative-filtering-using-matrix-factorization-simplified-2118f4ef2cd3>. (Erişim Tarihi: 07.04.2021).
- Toonen, E. (2020, July 7). Structured Data With Schema.org: The Ultimate Guide. Yoast. Retrieved from <https://yoast.com/structured-data-schema-ultimate-guide/#important>. (Erişim Tarihi: 13.04.2021).
- Veeramachaneni, K. (2016). Why You're not Getting Value from Your Data Science. *Harvard Business Review*, 7.
- Velten, C. (2020). How to Create Data Products - From Data Scientist to Business Owner. Retrieved from <https://www.tableau.com/learn/whitepapers/turn-data-products-data-scientist-data-business-owner>. (Erişim Tarihi: 07.03.2021).
- Wilder-James, E. (2015, November 13). How Do You Build a Data Product? Retrieved from <https://www.svds.com/how-do-you-build-a-data-product/>. (Erişim Tarihi: 14.04.2021).
- Wordlift (2019, October 28). What is Structured Data? Retrieved from <https://wordlift.io/blog/en/entity/structured-data/>. (Erişim Tarihi: 20.04.2021).
- <https://neoteric.eu/blog/how-to-boost-sales-with-a-recommender-system/>. (Erişim Tarihi: 20.04.2021).
- <https://www.r-bloggers.com/2015/03/matrix-factorization/> (Erişim Tarihi: 15.04.2021).

Bölüm 41

FİRMALARIN İNOVASYON BAKIŞ AÇILARI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Melike TURHAN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi Melike TURHAN, Amasya Üniversitesi, Gümüşhacıköy Hasan Duman Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, melike.cetiner@amasya.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6030-8184>

1.GİRİŞ

İnovasyon ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınmanın temelini oluşturmaktadır (Barrere, Jung ve Karsacian, 2021; Ganau ve Granddineti, 2021). İnovasyon kavramı aynı zamanda toplumun birçok sosyal ve ekolojik anlamda sorunlarında da çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bugünün iş ortamına bakıldığında hızla gerçekleşen değişimler ön plana çıkmaktadır. Yeni teknolojiler, devlet düzenlemeleri ve küresel piyasa koşulları, bir taraftan üretkenliği ve maliyetlerin uygunluğunu artırırken, öte yandan şirketleri süratle yeni ürünler geliştirmek ve hizmet sunumlarını farklılaştırmak yönünde zorlamaktadır. Bu koşullar altında rekabet üstünlüklerinin devamlılığını sağlamak için girişimciler inovasyon yapma ihtiyacı içerisine girmektedirler (Mentor, 2016: 14). Günümüzde kabul edilmesi gereken bir gerçek şudur ki ekonomik ilerleme ve sosyal gelişimi bilim ve teknoloji sürüklemektedir. Bilişim teknolojileri, biyo teknoloji ve nano teknoloji gibi bilimsel gelişmeler bir tarafta yaşanırken, diğer taraftan bilgiye, farklı toplumlara, kültürlere ulaşımı sağlayan siber uzay, bulut bilişim (iletişim), internet tabanlı gelişim, çevre teknolojileri, elektrikli araç, akıllı sistemler, girişimcilik sektörünün dijitalleşmesi çalışmaları giderek ön plana çıkmıştır. Böyle bir ortamda girişimcilerin kendilerine yer edinebilmek için tüm kaynaklarını inovasyon ve teknoloji üretmeye ayırmaları gerekmektedir (Büyüksulu, 2015: 3-6).

İnovasyonun tanımlarına baktığımızda; farklı, değişik, yeni fikirler geliştirmek, var olan problemlere farklı bakış açıları ile değerlendirmek, yeni değer yaratımı, yenilik, yenilikçilik ve yaratıcılığın ticari bakış açısıyla yorumlanması gibi birçok benzer anahtar kelimeler karşımıza çıkmaktadır (Arslan, 2014: 15).

Tablo 1. İnovasyon Tanımları

1.Gerçekliği ve boyutuna göre yeni bir ürün veya süreç olarak inovasyon	
Barnett, 1953	İnovasyon, mevcut yapılardan nitelik olarak farklı olması nedeniyle ‘yeni’ olan herhangi bir düşünce, davranış veya şeydir.
Aregger,1976	İnovasyon, sosyal sistemin mevcut durumunda meydana gelen önemli bir değişikliktir.
2.İlk olma özelliğine göre yeni bir ürün veya süreç olarak inovasyon	
Schmookler,1966	Bir girişim iyi bir hizmet ürettiğinde veya yeni olan bir girdi veya yöntem kullanıldığında, bu teknik değişim meydana getirir. Sözü geçen değişimin gerçekleştirilmesinde ilk girişimde bulunan ‘inovatif’, eylem ise ‘inovasyon’ olarak tanımlanır.
Kieser,1969	İnovasyon, örgütün ilk kez düzenlediği değişim süreçleri olarak adlandırılır.

3.Algiya göre yeni bir ürün veya süreç olarak inovasyon	
Rogers,1983	İnovasyon, bir birey veya yapının, bu yapının diğer bir birimi tarafından 'yeni' olarak algılanan bir fikir, uygulama veya amaçtır.Bir fikrin önem kazanabilmesi için insanların onu 'yeni olarak değerlendirmesi gerekir. Eğer fikir bireye yeni görünüyorsa, o bir 'inovasyondur'.
Zaltman vd.,1984	Herhangi bir fikir, uygulama veya maddi bir eserin ilgili birim tarafından 'yeni olarak algılanması' inovasyon olarak değerlendirilir.
4.Kaynak ve hedefin yeni kombinasyonu olarak inovasyon	
Moore ve Tushman,1982	En genel olarak inovasyon, bir pazarın ihtiyacının geliştirilen bir ürün aracılığı ile karşılanması ya da ihtiyaç ile ürün arasındaki yeni bir sentezdir.
Rickards,1985	İnovasyon bir süreçtir... Sistemin problemlerini (ihtiyaçlarını),bu ihtiyaçlarla ilgili yeni çözümlerle eşleştirilmesi sürecidir.
5.Yeni bir ürünün veya süreçlerin değerlendirilmesi olarak inovasyon	
Roberts,1987	'...inovasyon=icat+değerlendirme...' İcat süreci; yeni fikirler üretmek ve onları işler hale getirebilmeyi amaçlayan tüm süreci kapsar. Değerlendirme süreci 1)İcat ve fikirlerin belirli hedeflere odaklanmasını, 2)Bu hedeflerin değerlendirilmesini, 3)Araştırma ve/veya geliştirme sonuçlarının aşağı yönlü transferini, 4)Ticari geliştirme, uygulama ve transferin tüm aşamalarını içerir...'
6.Süreç olarak inovasyon	
Goldhar,1980	Fikir üretmekten, problem çözmeye, ticarileştirmeye inovasyon; formel kaynak tahsisi karar noktaları tarafından birleştirilen örgütsel ve bireysel davranış modelleri dizisidir.
Dosi,1988	İnovasyon; yeni ürünler, yeni ürün süreçleri ve yeni örgüt düzenleri için aramayı ve keşfetmeyi, denemeyi, geliştirmeyi, taklit etmeyi ve benimsemeyi içerir.
7.Sanayi ürünleri ve süreçlerinin ötesinde 'yeni hizmetler' olarak inovasyon	
Damanpour,1991	İnovasyon; dahili olarak oluşturulan veya satın alınan, örgüte yeni olan cihaz, sistem, politika, program, süreç, ürün veya hizmetin uyumlaştırılmasıdır.

Kaynak: Hauschildt, J., Salomo, S. (2011). *Innovations-Management. München: Vahlen. S:6-7*

İnovasyonla birlikte kullanılan icat, buluş kavramlarını ele alındığında farklı kavramlar olduğu ifade edilmektedir. İnovasyon, icat edilen bir şeyin ticari hale dönüştürülüp satılabilmesini içermektedir. İcat etmek inovasyonun gerçekleşmesi için yeterli değildir. Geçmişe bakıldığında birçok icat edilen ürün daha sonraki zamanlarda başka kişiler tarafından pazara sunulmuş ticari anlamda satan kişiye kazanç sağlamıştır. Bu dönüşüm gerçekleştirilemediği takdirde sadece icattan ibaret olarak kalacaktır (Arslan, 2014: 17). Örneğin; Isaac Singer tahmin edilenin aksine dikiş makinesini

icat eden kişi değildir. Dikiş makinesini 1846'da Boston'lu bir mucit olan Elias Howe icat edilmiştir. Fakat icadını yeniliğe dönüştürmemesi sonucu kendi icadına adını verebilme ve yapmış olduğu bu icattan ciddi para kazanabilme hakkını kaybetmiştir. Bu durumda bu işi ticari hale getiren yani inovasyon olayını gerçekleştiren Singer bir girişimci, ürünü ortaya koyan Howe ise icat eden kişi yani bir iç girişimci olarak değerlendirilmektedir (Soyşekerci, 2013: 242).

İnovasyon kavramı uluslararası düzeyde kabul gören; OECD ile Avrupa komisyonu ile hazırlanan, 2006 yılında TÜBİTAK tarafından Türkçe'ye çevrilen Oslo Kılavuzunda: "Bir yenilik, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir" (OECD ve Avrupa Birliği, 2006). Türkçe'de "yenileşim" olarak ifade edilen, genel anlamda "ticarileşebilen, değer oluşturan yeni bir ürün, süreç ve fikir" olarak tanımlanan inovasyon kavramı küreselleşen rekabet ortamında girişimcilerin ayakta kalabilmesi için üstünde durması gereken önemli bir kavram olmuştur (Ünal ve Kılınç, 2016: 99). İnovasyon, girişimcinin mevcut kaynaklarını farklı bakış açılarında kullanma ya da tamamen yeni kaynaklar yaratma noktasında kullandığı temel anahtardır (Drucker, 1985).

Kavramın özellikle farklı bakış açıları ve örneklem gruplarında vurgulanan bir kavram olduğu akademik çalışmalarda birçok disiplin içinde ele alınmış olduğu görülmektedir. Ulusal inovasyon sistemlerinin ülkeler bazından ele alınarak incelenmesi ve politikalar üretilmesi üzerine yapılan çalışmaların yoğunluğu; inovasyon kavramının ekonomik gelişim ve kalkınma noktasında tüm ülkeler için anahtar bir unsur olarak akademik araştırmaların da odağında yer almaktadır (Işık, Işık ve Kılınç, 2016; Güler ve Veysikarani, 2018; Zuhail, 2020; Demirhan ve Babacan, 2016; Karahan ve Yılmaz, 2018; İnel ve Türkel, 2016; Ünlü ve Gençoğlu, 2016; Hancıoğlu ve Atay, 2019; Aynaçoğlu ve Türkmen, 2017; Ayçin ve Çakın, 2019; Ballı ve Güreşçi, 2017; Ünlü ve Çetin, 2015; Tekin ve Hancıoğlu, 2018; Alpaslan, Yastıoğlu ve Taş, 2018; Pala vd., 2018; Eygü ve Coşkun, 2020; Oralhan ve Büyüktürk, 2019). İnovasyonun özellikle imalat firmalarında ürün geliştirme, ar-ge ve ihracat performansı üzerindeki ilişkisinin yanı sıra (Kaynak ve Demir, 2015; Eren, 2017; Yıldız ve Seyhan, 2019; Karakaya, Ağazade ve Perçin, 2018; Tekin ve Akyol, 2019; Yıldız ve AYTEKİN, 2019; Ayar ve Erdil, 2018); hizmet sektöründe turizm alanında da önemi vurgulanmıştır (Topsakal, Çaylak ve Yüzbaşıoğlu, 2018; Türk ve Kara, 2018; Cankül, Doğan ve Sönmez, 2018; Özdokur ve Ege, 2019; Paksoy ve Ersoy, 2016; Işık, 2018; Eşitti ve Erdem, 2017; Sünnetçioğlu, 2018; Bağırhan, Kurgun ve Kurgun, 2018; Uzun, 2020). Sağlık alanında da inovasyonun gerekliliği; hemşirelikte (Kartal ve Kantek, 2018; Merih vd., 2019); sağlık hizmetlerinde (Şengün,

2016; Mete, Boz ve Aslan, 2019); ebelik alanlarında da ele alınarak politikalar üretildiği görülmüştür (Başkurt ve Ateş, 2020). Aynı zamanda kamu alanlarında inovasyonun gerekliliği vurgulanmıştır (Osmanbaşoğlu, 2019; Yazıcı, 2018; Şengül, 2015; Karkın ve Zor, 2017).

Çalışmalarda inovasyon kavramı, girişimcilik (İyidemirci ve Aydoğan, 2020; Altan, 2019; Bilgin ve Aydın, 2020; Maruf ve Topcu, 2020; Bodur, 2018; Gürünlü, 2018; Açı, 2018; Aslan vd., 2016 Aktepe ve Çiftçi, 2017); endüstri 4.0 (Tuncel, 2019; Ovacı, 2017; Esmer ve Alan, 2019; Keleşoğlu ve Kalaycı, 2017); liderlik (Tetik, Emeklier ve Emeklier, 2019; Tokmak, 2020; Görker ve Erdil, 2018; Çağlıyan, Attar ve Külahlı, 2021; Yıldırım, Sunman ve Oruç, 2018; Fidan, 2019) kavramlarıyla anlamlı ilişkiler ortaya koyduğu bulgulanmıştır. Aynı zamanda akademik çalışmalar, inovasyon performansı (Taşgıt ve Torun, 2016; Şen ve Bolat, 2015; Kılıç ve Yörükoğlu, 2020; Uğurlu, Tekinkuş ve Ayas, 2016; Ertuğ ve Bülbül, 2015; Yıldız, Dindaroğlu ve Kamber, 2019; Erdil vd., 2018; Yenidoğan ve Yavuz, 2019; Çakın ve Özdemir, 2018); sosyal inovasyon (Kazançoğlu ve Dirsehan, 2016; Erbil, 2017; Yıldırım ve Smyrl, 2019; Ateş, 2020; Özmete ve Gök, 2015; Özeren ve Saatçioğlu, 2016); bireysel inovasyon algısı (Arpacı, 2018; Aslan ve Zincirkıran, 2016; Keleş, Çınar ve Akmeşe, 2020; Sarı ve Titrek, 2018; Söylev, 2016; Çetin ve Şahin, 2019) gibi inovasyonun çeşitli konularında kavramın ele alındığını göstermektedir. Genel olarak inovasyon kavramı birçok sektörde; farklı örneklem grupları ve araştırma yöntemleriyle ele alınarak disiplinler arası araştırmaların odağında yer aldığı ve almakta olacağı öngörülmektedir. Bu durum, küreselleşmeyle birlikte değişim ve dönüşümün yaşandığı bu yüz yılda; inovasyonun tüm alanlarda çözüm odağın yer alan bir kavram olacağına işaret etmektedir. Bu noktada, teorik ve ampirik çalışmalarda önemi vurgulanan inovasyon kavramı; bu çalışmada firmaların web sayfaları üzerindeki hakkımızda bölümleri içerik analiziyle incelenerek; inovasyon kavramına bakış açılarının ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışma, borsada işlem gören Kamu Aydınlatma Platformuna kayıt şirketler üzerinde nitel araştırma bakış açısıyla yürütülmüştür.

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın bu kısmında Kamu Aydınlatma Platformuna (KAP) kayıtlı firmalar üzerinde bir analiz gerçekleştirilmiştir. İnovasyon kavramıyla ilgili literatürdeki ampirik ve teorik çalışmalar; inovasyonun imalat sektöründeki önemine vurgu yaparken aynı zamanda hizmet ve teknoloji sektörü üzerinde üretilen politikaların yoğunluğu da dikkat çekmektedir. Çalışmanın uygulama kısmında benzer sektörlerin tercih edilmesinde; firmaların girişimcilerinde inovasyon kavramını nasıl ele aldıklarını, akademik çalışmaların sonuçlarının uygulanabilirliğinin ortaya koyulması amacından kaynaklanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışma yöntem

olarak nitel analiz bakış açısıyla ele alınarak; KAP'a kayıt borsada işlem gören 494 firmaya içerisinde 174 imalat firması, 21 teknoloji firması ve 10 otel ve lokanta firmaları olarak toplamda 205 firma üzerinden yürütülmüştür. Firma internet adresleri KAP üzerinden alınarak; tek tek internet sayfası üzerinden yapılan arama sonucunda, firmaların web sayfalarındaki hakkımızda bölümlerindeki bilgiler aracılığıyla; firmaların inovasyon kavramına verdiği önem, bakış açıları ve uygulamaların değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu noktada okumalarda inovasyon kavramına odaklanılarak yapılan inceleme de sonuçların özellikle firmaların vizyon, misyon ve değerleri başlıklarında ortak olarak yorumlanabileceği sonucuna varılmıştır. İnternet üzerinden alınan bilgiler Word e aktarılarak elde edilen 205 belge Maxqda 2021 lisanslı nitel araştırma programı ile analiz edilmiştir. Nitel içerik analizi yöntemiyle elde edilen kodlar ve temaların detayları bulgular kısmında verilmiştir.

2.1.Araştırma Bulguları

Tablo 2. *Belge Temelli Frekans Analizi*

FİRMALAR HAKKINDA	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Vizyon	136	66,34	91,28
Misyon	128	62,44	85,91
Değerler	81	39,51	54,36
Kodlanmış BELGELER	149	72,68	100,00
Kodlanmamış BELGELER	56	27,32	-
ANALİZ EDİLEN BELGELER	205	100,00	-

İncelenen 205 firmaya ait bilgiler web sayfası üzerinden alınarak Word aktarılmış ve program üzerindeki analizi sonucu Tablo 1'de görüldüğü üzere; bölümlerden elde edilen misyon, vizyon ve değerler ifadeleri olanların kodlaması yapılmıştır. 205 belge içinde bilgi sahibi olunamamış 56 firma olduğu görülmektedir. İncelemeler sonucunda da firmaların hakkımızda bölümlerinde ağırlıklı ortak payda da vizyon ve misyon ifadelerine yer verildiği görülmüştür.

Tablo 3. *Kodlu Bölümler Belge Temelli Frekans Analizi*

FİRMALARDA İNOVASYON	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Misyon	42	20,49	53,16
Değerler	36	17,56	45,57
Vizyon	34	16,59	43,04
Kodlanmış BELGELER	79	38,54	100,00
Kodlanmamış BELGELER	126	61,46	-
ANALİZ EDİLEN BELGELER	205	100,00	-

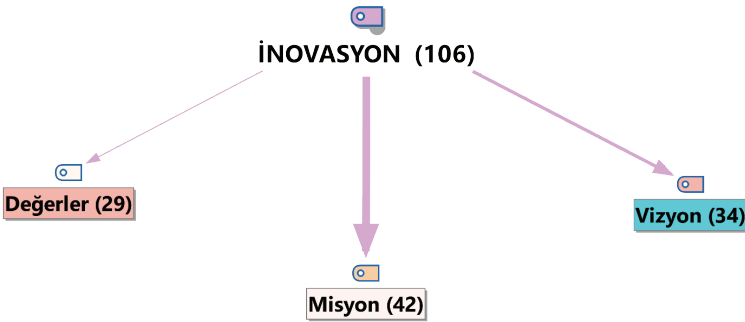
Tablo 2’ de de belirtildiği üzere KAP üzerindeki toplam 205 imalat, teknoloji ve otel firmalarının web sayfalarındaki ulaşılabilen bilgiler çerçevesinde 149 belge incelemeye alınabilmiştir. 149 belge içerisindeki firmaların misyon, vizyon ve değerlerinde inovasyon kavramının yer aldığı kodlamaların yoğunluk olarak dağılımını göstermektedir. Burada dikkat çeken ilk nokta yapılan araştırmalarda firmaların bilgilerinde çoğunluklu inovasyonla ilgili ifadeler yer verilememesi durumudur. Firma bilgileri üzerinde yapılan misyon, vizyon ve değerler kodlamaları çalışmanın amacı doğrultusunda inovasyon odaklı yapılan detaylı okumalar sonucunda; inovasyonla ilgili her türlü kelime veya kelime grupları olarak kodlamalar yapılmıştır. Tablo 3’te görüldüğü üzere 205 firma üzerinde; inovasyonla ilgili ifadeler yer veren firma sayısının 79 firmada sınırlı kaldığı görülmüştür.

Şekil 1. Kod Matris Tarayıcısı

Kod Sistemi	OTELLER LOKANTALAR	TEKNOLOJİ FİRMALARI	İMALAT FİRMALARI	TOPLAM
INOVASYON				106
> Değerler				30
> Misyon				42
> Vizyon				35
Σ TOPLAM	2	26	185	213

Şekil 1’de sektörler bazında firmaların misyon, vizyon ve değerlerindeki inovasyonla ilgili ifadelerin dağılımı gösterilmiştir. Firmaların inovasyon değerlendirilmelerinin firma yoğunluğunun da yaşandığı imalat sektöründe özellikle misyon ve vizyon ifadelerinde ön plana çıktığı görülmektedir. Devamında ise teknoloji firmalarındaki inovasyon ifadelerindeki yoğunluğun olduğu, özellikle firma değerlerinde kendini gösterdiği sonuçlarda yer almaktadır.

Şekil 2. Hiyerarşik Tek Vaka Modeli



Firmaların inovasyon ifadelerinin varlığı ağırlıklı firma vizyonlarında kendini gösterdiği Şekil 2 deki analiz sonuçlarında görülmektedir. Bu çalışmada özellikle firmaların inovasyon bakış açıları ve değerlendirmelerinin ve kavramın içerik olarak firmada nasıl ele alındığının ortaya koyulma-

sı amacıyla; kod matris tarayıcı analiziyle kodlamalar Şekil 3, Şekil 4 ve Şekil 5’ te detaylı incelenmiştir.

Şekil 3. Firmalardaki İnovasyon Değerlendirmeleri Kod Matris Analizi

Kod Sistemi	FİRMALARDA İNOVASYON	TOPLAM
İNOVASYON	106	106
Değerler	29	29
Yeni fırsatlar yaratmak	1	1
Yenilikler ve yeni ihtiyaçlar	1	1
Arge ile yenilik yaratma	1	1
Yeni fikir üretebilme	1	1
Değişime açıklık ve yenilikçilik	1	1
Sürekli iyileştirme ve yenilikçilik	1	1
Yenilik yaratma	2	2
Değişime ve gelişime açıklık	1	1
Ürün ve hizmetlerde inovatif yaklaşım ve teknoloji kullanımı	1	1
Yenilikçilik ve yaratıcılık	2	2
İnovasyon	4	4
Arge ve tasarım	1	1
Teknoloji	2	2
Yenilikçilik	6	6
Gelişmek ve geliştirmek	2	2
Araştırmacı ve yenilikçi olmak	2	2
Davranışal kalite-değişime açık olan-teknolojiyi takip eden	1	1
Misyon	84	84
Vizyon	68	68
TOPLAM	317	317

Şekil 3’te firmaların sahip olduğu değerlerindeki inovasyon bakış açıları kodlamalarının dağılımı yer almaktadır. Firmaların girişimcilerinde uyguladıkları değer ifadelerinde okumalar sonucunda yoğunluklu “yenilikçilik” kavramının varlığı olduğu dikkat çekmektedir. Daha sonra ise yoğunlukta “inovasyon” kelimesinin yer aldığı görülmüştür. Özellikle firmaların bakış açılarını ortaya koyabilmek adına kelime ve kelime grupları olarak yapılan kodlamalarda; “araştırmacı ve yenilikçi olma”, “gelişmek ve geliştirmek”, “yenilikçilik ve yaratıcılık”, “yenilik yaratma”, “sürekli iyileştirme ve yenilikçilik”, “ürün ve hizmetlerde inovatif yaklaşım ve teknoloji kullanımı”, “arge ve tasarım” gibi ifadelerin kullanıldığı ön plana çıkmaktadır.

Şekil 4. Firmalardaki İnovasyon Değerlendirmeleri Kod Matris Analizi

Kod Sistemi	FİRMALARDA İNOVASYON	TOPLAM
İNOVASYON	106	
Değerler	59	
Misyon	42	
Teknolojik gelişmelerden üst düzey yararlanmak	1	
Yenilikçi çalışanlar	1	
Teknolojik yenilikler	1	
Teknoloji geliştirme	1	
İnovasyon	1	
Yenilikçi yaklaşımlar	3	
Yenilikçi tasarımlar ve çözümler	1	
Yenilikçi ve atılcı çözüm ortağı	1	
İnovasyon ve arge faaliyetlerinde öncü olmak	1	
Yeni ürünler	3	
Yenilikçi ve çevreci üretim	1	
Yenilikçi ve lider marka olmak	1	
Arge- teknoloji ve yenilik	1	
Yenilikçi çözümler yaratmak	3	
İnovatif süreçler geliştirme ve uygulama	1	
Teknoloji takibi ve yaratıcılık	1	
Yenilikçi ürün ve hizmet sunmak	1	
Yenilikçi ve öncü olma	2	
Yenilikçilik	4	
Yenilikçi ve farklı ürünler sunmak	1	
Yenilikçi yaklaşımla çözüm ortağı olmak	1	
Yenilikçilik ve yaratıcılık	4	
Yenilikçi üretim teknikleriyle karlılık ve sürdürülebilirlik	1	
Yenilikçi kar ve yatırım merkezleri kurmak	1	
Yaratıcılık	1	
Sürekli yatırım ve gelişim	1	
Müşterilere yenilikçi ürünler, hizmetler ve çözümler sunmak	2	
Yüksek teknoloji içeren üretim	1	
Vizyon	68	
Σ TOPLAM	317	317

Şekil 4’te firmaların misyonlarında inovasyon ifadelerinin detaylı analizi kod matris analizinde yer almaktadır. Firmaların değerlerinde yer aldığı gibi; “yenilikçilik” kodlamasının firmaların var oluş sebeplerinin de yoğunlukta ilk sıralamada olduğu görülmektedir. inovasyon bakış açılarında firmaların misyonlarının; “yenilikçi çözümler yaratmak”, “yenilikçilik ve yaratıcılık”, “yeni ürünler yaratmak”, “yenilikçi yaklaşımlar sunmak” yoğunlukta ön plana çıkmaktadır.

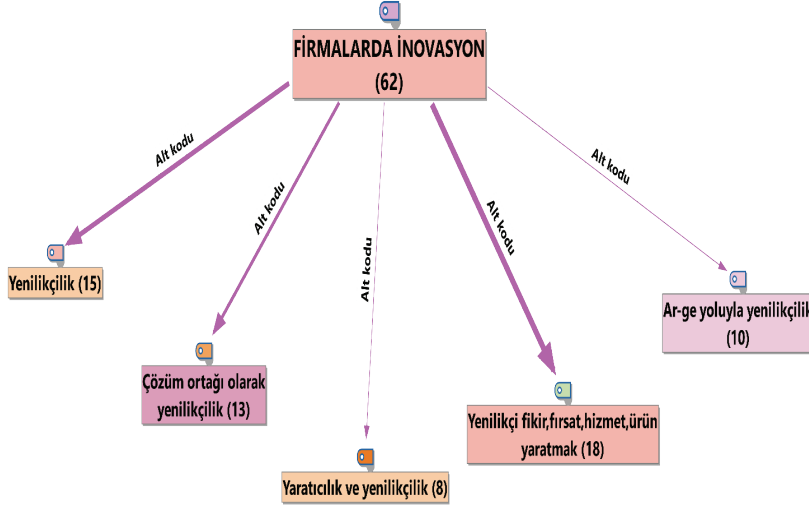
Şekil 5. Firmalardaki İnovasyon Değerlendirmeleri Kod Matrisi Analizi

Kod Sistemi	FİRMALARDA İNOVASYON	TOPLAM
INOVASYON	106	106
Değerler	59	59
Misyon	84	84
Vizyon	34	34
Yenilikçilik ve girişimcilik ruhu	1	1
Yenilikçi ürünler	1	1
Yenilikçi ürün ve hizmet	1	1
Arge ürün geliştirme	1	1
İnovasyonu destekleyen kültür	1	1
Teknoloji ve arge	1	1
Yenilikçi tasarımlar	1	1
İnovasyona açık olmak	1	1
Teknolojik yeni ürünler sunmak	1	1
Yenilikçi ve sürdürülebilir teknoloji kullanımı	1	1
Yeni yatırımlarla sürekli büyüme	1	1
Arge çalışmaları ve teknolojik yeniliklerin benimsenmesi	3	3
Yaratıcı çözümler	1	1
Teknolojik yenilikler	3	3
Yenilik ve değişime ayak aydurabilen	2	2
Yenilikçi çözüm ve fırsatlar yaratma	1	1
Değişen ihtiyaçlarda inovatif ve yenilikçi çözümler sunmak	1	1
Yenilikçi	4	4
Yaratıcılık ve yenilik	1	1
Yenilikçi çözümlerle lider olmak	2	2
Teknoloji kullanımı ve arge faaliyetleri	1	1
En yenilikçi, en yeterli ve en müşteri odaklı olmak	1	1
Yenilikçi ürün ve uygulamaları daha fazla müşteriye ulaştırma	2	2
Yeni ürünler, kullanım alanları yoluyla büyümek	1	1
Σ TOPLAM	317	317

Firmaların sahip olduğu misyon, vizyon ve değerlerindeki ifadelerin detaylı okumaları sonucunda; firmaların inovasyonla ilgili ifadelerin ele alınış şekli kelime ve özellikle kelime gruplarıyla birlikte kodlanarak Şekil 3, 4 ve 5’te kodmatris tarayıcısı analiziyle sonuçlar paylaşılmıştır. Analizlerde dikkat çeken birçok sonuç yer almaktadır. Bunlarda ilk nokta; birçok firmanın inovasyon kavramı yerine teorideki tanımlarında yer alan “yenilikçilik” anlamında ifadelerinde yer vermiş olması durumudur. Firmaların gerek var oluş gerekse gelecek amaçlarında ve ilkelerinde yenilikçilik kavramının altını çizmekte olduğu görülmüştür. Diğer dikkat çeken sonuç ise yenilik ve yaratıcılık kelimelerinin firmalarda yan yana ele alınmasındaki yoğunluk durumu olduğu görülmektedir. Dikkat çeken noktalar içerisinde firmaların özellikle “yeni ürün ve hizmet yaratmaya” odaklı hareket etme anlayışı içinde olduğu yapılan, kodlamalar içerisinde analizlerde yer almaktadır. Dikkat çeken noktalarındaki bir diğer husus ise “yenilikçiliğin bir çözüm odağı” olarak görülmesi anlayışı olduğu altının çizilmesi gereken bulgular arasındadır. Özellikle firma ifadelerinde belirtilmesi gereken kodlamalar arasında; “arge ve yenilikçilik”, “teknolojik yenilikçilik”, “yenilikçilik ve tasarım”, “yenilikçilik ve lider olma”, “yenilikçilik ve sürdürülebilir”, “yenilikçilik ve teknoloji” kodlamaları ve daha birçok ifade de yenilikçilik kavramının yer aldığı görülmektedir.

Genel olarak firmaların yenilikçilik bakış açısına sahip olduğu analiz bulgularında görülmekle birlikte; son olarak Şekil 6’ da ise yoğunlukta ön plana çıkan kodlamalar hiyerarşik kod alt kod modelinde analiz edilerek bulgular kısmı tamamlanmıştır.

Şekil 6. Firmalarda İnovasyon Hiyerarşik Kod Alt Kod Modeli



Firmaların sahip olduğu misyon, vizyon ve değerlerindeki genel olarak inovasyon bakış açıları Şekil 6’da yapılan analiz sonucunda ifadelerde değerlendirilmiştir. Özellikle detaylı yapılan kodlamalar içerikler üzerinden tekrar okunarak incelenmiş ve analiz sonuçlarında kodlamaların bazı temalarda yoğunlaştığı görülmüştür. Şekil 6’da firmaların girişimcileri için yaptıkları değerlendirmelerde inovasyonun ağırlıklı olarak girişimcilerinde “yenilikçi” kavram şeklinde değerlendirildiği; bu yenilikçiliğin ise “ürün ve hizmet yaratma” olarak uygulamalarında yer aldığı; bu uygulama noktasında da araştırma ve geliştirme yoluyla gerçekleşen bir süreç olduğu vurgulandığı görülmüştür. Son olarak yenilikçilik ile analiz sonuçları birçok kavrama işaret ederken; yoğunluğun yenilikçilikte “yaratıcılığın” önemli olduğu ifadelerden yorumlanmaktadır.

3.SONUÇ

Günümüz rekabet ve küreselleşme ortamında örgütlerin yaşamına devam edebilmesi ve ayakta kalabilmesi giderek zorlaşmaktadır. Bu noktada akademik araştırmalar birçok sorunların çıkış noktasından inovasyonun önemine ve zorunluluğuna işaret etmektedir. Hayatımızın her alanında değişen istek ve ihtiyaçların karşılanması noktasında inovasyon anahtar bir unsur olarak görülmektedir. Bu noktada, teorik ve ampirik çalışmalarda önemi vurgulanan inovasyon kavramı; bu çalışmada firmaların web sayfaları üzerindeki hakkımızda bölümleri içerik analiziyle incelenerek; inovasyon kavramına bakış açılarının ortaya koyulması

amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmanın uygulama sahasında KAP üzerinde kayıtlı imalat, teknoloji ve otel ve lokanta firmaları olarak toplamda 205 işletme üzerinde yürütülerek; firma bilgileri nitel içerik analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Firmaların girişimlerdeki inovasyon bakış açılarına sahip olması durumu ve kavramı süreçlerinde nasıl değerlendirdikleri araştırma konusunu oluşturmaktadır. Veriler KAP üzerinden firma internet adreslerinin incelenmesi sonucunda, firmaların vizyon, misyon ve değerleri ortak paydalarda kodlamalar yapılmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda bu kodlamalarda inovasyon yorumlarının nasıl ele alındığının incelenmesi sonucunda dikkat çeken bulgulara ulaşılmıştır.

Çalışmanın dikkat çeken bulguları arasında firmaların inovasyon algılarının çoğunlukla “yenilikçilik” odaklı olarak ifadelerinde yer verdikleri görülmektedir. Firmaların misyon, vizyon ve değerlerinde yoğunluklu kodlamalar “yenilikçilik” bakış açısıyla hareket edildiğine işaret etmektedir. Dikkat çeken noktalar arasında işletmeler “ürün, süreç ve hizmetlerde” yenilikçilik yaratmak hedeflerine ağırlık verdikleri sonuçlarda görülmüştür. Kodlamaların çeşitliliğinde “yeni ürünler, yeni uygulamalar, yenilikçi yaklaşımlar, yenilikçi çözümler” gibi ifadeler göz önüne alındığında; inovasyonun tanımında yer alan yenilikçilik anlayışını işletmeler tarafından uygulandığı yorumuna işaret etmektedir. Özellikle nicel çalışmalarında inovasyonun ürün ve ihracat performansı anlamlı etkilerini ortaya koyması (Ağazade ve Perçin, 2018; Tekin ve Akyol, 2019; Yıldız ve AYTEKİN, 2019; Ayar ve Erdil, 2018); firmaların sahip olduğu değerlerini, misyon ve vizyonlarını uygulamadaki başarısına işaret etmektedir. İnovasyonun özellikle “ar-ge, yaratıcılık, çözüm odaklılık, tasarım, teknoloji, sürdürülebilirlik, büyüme, liderlik, kültür, girişimcilik ruhu” kavramlarıyla birlikte ele alındığı analiz sonuçlar da altının çizilmesi gereken sonuçlar içerisinde yer almaktadır. Sektörel bazlı değerlendirildiğinde imalatı teknoloji ve hizmet sektöründeki işletmelerin inovasyon anlayışının paralel olduğu yapılan benzer kodlamaların varlığında ve yoğunluklarda görülmüştür. Genel olarak yapılan nitel içerik analizi ; işletmelerin ürün, hizmet ve süreçlerinde inovasyon bakış açısıyla hareket ettikleri ve uygulamalarında yer verdikleri görülmüştür. Aynı zamanda sonuçlar inovasyonun vizyonların gerçekleşmesi noktasın bir çözüm aracı olarak kullanılmasını ön plana çıkarmaktadır. Bu çalışma sonuçları, bir sonraki araştırmacıları özellikle bu sektörlerdeki girişimcilerle nitel ya da nicel çalışmalar yapılarak süreçlerle ilgili; inovasyonun nasıl uygulandığı noktasında detaylı bakış açılarının ortaya koyulabileceği önerisinde bulunulabilir.

KAYNAKÇA

- Açıcı, Y. (2018). İnovasyon ve Girişimcilik Temelli Ekonomik Büyüme: Seçilmiş Oecd Ülkeleri Üzerine Panel Veri Analizi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 543-554.
- Aktepe, C. ve Çiftçi, H. (2017). **Türkiye’de Faaliyet Gösteren Karayolu Yük Taşıma Kooperatiflerinin Uluslararası Taşımacılığa Yönelik İnovasyon, Girişimcilik ve İş Birliği Eğilimleri Üzerine Keşifsel Bir Araştırma.** *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 52(1), 836-866.
- Alpaslan, A., Yastıoğlu, S. ve Taş, M. (2018). Ulusal Kültür Özelliklerinin Ülkelerin İnovasyon Düzeylerine Etkisi Üzerine Bir Analiz. *Ege Academic Review*, 18(3), 469-481.
- Altan, S. (2019). İnovasyon ve Girişimcilik Arasındaki İlişkide Kişiliğin Aracılık Etkisinin X ve Y Kuşağına Göre İncelenmesi. *Mecmua*, (7), 82-105.
- Arpacı, I. (2018). Üniversite Öğrencilerinin İnovasyon Profilleri ile Proje Geliştirme Dersindeki Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 7(2), 79-95.
- Arslan, M. (2014). *İnovasyon*, İstanbul: Final Kültür Sanat Yayınları.
- Aslan, R. ve Zincirkıran, M. (2016), İnovasyon ile Tüketim Eğilimleri ve Reklam İlişkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 265-281.
- Aslan, A. E., Duman, B., Şen, D., Duran, C. ve Atarbay, S. (2016). İnovasyon Algısı ve Girişimcilik Üzerine Pilot Bir Çalışma. *Eurasian Journal of Educational Research*, 16(64), 139-156.
- Ates, M. (2020). Sosyal Politika ve Sosyal Refah Açısından Türkiye’de Sosyal İnovasyon ve İyi Uygulama Örnekleri. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 20(47), 441-472 .
- Ayar, B. ve Erdil, T . (2018). İnovasyon ve Ar-Ge Faaliyetlerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İşletmeleri Üzerine Algısal Bir Araştırma. *Öneri Dergisi*, 13(49), 45-68.
- Ayçin, E. ve Çakın, E. (2019). Ülkelerin İnovasyon Performanslarının Ölçümünde Entropi ve MABAC Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Bütünleşik Olarak Kullanılması. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 19(2), 326-351.
- Bağırhan Ö., D., Kurgun, H. ve Kurgun, O. A. (2018). Otel İşletmelerinde İş Modeli İnovasyonunda Stratejik Bir Yaklaşım Olarak İnovasyon Radarı: Swisshotel Büyük Efes İzmir Örnek Olay Çalışması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 133-170.
- Ballı, E. ve Güreşçi, G . (2017). İnovasyon ve Ekonomik Büyüme: Üst ve Üst-Orta Gelirli Ülkeler Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 99-112.

- Barrère, G., Jung, A. ve Karsaclian, D. (2021). Innovation and Exports: Different Markets, Different Outcomes. *Competitiveness Review: An International Business Journal*.
- Başkurt, E. ve Ateş, N. (2021). Ebelik Alanında İnovasyon Yaklaşımları. *ERÜ Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 7(2), 29-34.
- Bilgin, R. ve Aydın, F. (2020). Kültürel Bağlamda İnovasyon ve Girişimciliği Etkiyen Faktörlere İlişkin Bir Genel Değerlendirme. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 1-30.
- Bodur, G. (2018). Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik (İnovasyon) Düzeyleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 5(2), 139-148.
- Böyükaslan, H. D. (ed) (2017). *Girişimcilik*, İstanbul: Cinius Yayınları.
- Cankül, D., Doğan, A. ve Sönmez, B. (2018). Yiyecek-İçecek İşletmelerinde İnovasyon ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 576-591.
- Çağlıyan, V., Attar, M. ve Külahlı, S. (2021). Dönüşümcü Liderliğin, Örgütsel İnovasyon Üzerindeki Etkisinde Örgütsel Öğrenmenin Aracı Rolü. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(1), 124-145.
- Çakın, E. ve Özdemir, A. (2018). Kobi'lerde İnovasyon Performansını Etkileyen Faktörlerin Bulanık Dematel Tabanlı Analitik Ağ Süreci (Bdanp) Yöntemiyle Analizi ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 559-586.
- Çetin, S. A. ve Şahin, B. (2019). Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Bireysel İnovasyon Algıları ve Bireysel İnovasyon Davranışları Arasındaki İlişkiler. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 706-719.
- Demirhan, D. ve Babacan, Ö. (2016). İnovasyon Ekosistemleri İçerisinde Finansmanın Rolü: Panel Veri Analizi. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7, 93-104.
- Drucker, P. (1985). *İnovasyon ve Girişimcilik*, İstanbul: Optimist Yayınları.
- Erbil, C. (2017). Piramidin Altı (Bottom of the Pyramid) Stratejisinin Sosyal İnovasyon Süreci ile Eyleme Dönüştürülmesi: Bir Durum Çalışması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 307-338.
- Erdil, T., Aydoğan, S., Ayar, B., Güvendik, Ö., Diler, S., ve Gusinac, K. (2019). İnovasyon Performansının Rekabet Gücü, Firma Performansı ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Birleşme ve Satın Alma İşlemleri Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 40 (2), 137-166.
- Eren, A.S. (2017). TR 63 Bölgesinde İmalat İşletmelerinin İnovasyon ve Ar-Ge Olgunluk Düzeylerinin Innovscale ile Belirlenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(31), 311-328.

- Ertuğ, Z. ve Bülbül, M . (2015). 16 .İnovasyon Performansı Değerlendirme Sürecinde Ahs ve Gia Bütünleşik Yaklaşımı: Süt Ürünleri Sektöründe Bir Uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (43).
- Esmer, Y. ve Alan, M. (2019). Endüstri 4.0 Perspektifinde İnovasyon. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 465-478.
- Eşitti, B. ve Erdem, S. (2017). Birey-Örgüt Uyumunun Örgütsel İnovasyon Üzerindeki Etkileri: Yiyecek-İçecek İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 475-489.
- Eygü, H. ve Coşkun, H. (2020). Türkiye’de Beşerî Sermaye, İnovasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Ekonometrik Analizi (1995-2018). *Iğdir University Journal of Social Sciences*, (23).
- Fidan, M. (2019). Öğretmenlerde Bireysel İnovasyon ile Öz Liderlik Arasındaki İlişki. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(3), 518-527.
- Ganau, R. ve Grandinetti, R. (2021). Disentangling Regional Innovation Capability: What Really Matters?. *Industry and Innovation*, 1-24.
- Görker, N. ve Erdil, O. (2018). İnovasyon Sürecinde Örgütü Girişimsel ve Öğrenme Odaklılığa Yönlendirmede Dönüştürücü Liderlik Tarzının Etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 19(2), 115-129.
- Güler, E. ve Veysikarani, D. (2018). Oecd Ülkelerinin İnovasyon Göstergeleri Açısından Çok Değişkenli İstatistiksel Analizlerle Karşılaştırılması. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2),157-168.
- Gürünlü, M. (2018). Gelişmekte Olan Piyasalarda İnovasyon ve Girişimciliğin Finansmanı Sorunu ve Alternatif Çözüm Önerileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 286-303.
- Hancıoğlu, Y. (2017). Küresel İnovasyon Endeksi Göstergeleri Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi - Evaluation of The Relationship Between The Global Innovation Index Indicators. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 352-365.
- Hancıoğlu, Y. ve Atay, Ö. (2019). İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye’nin Ulusal İnovasyon Sistemlerinin İncelenmesi: Türkiye İçin Öneriler. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 74(2), 511-547.
- Hauschildt, J. ve Salomo, S. (2011). *Innovations-Management.München*: Vahlen. S:6-7.
- Işık, H., Işık, N. ve Kılınç, E. (2016). Girişimcilik ve İnovasyon Arasındaki İlişki: Bir Dinamik Panel Veri Analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(3), 7-20.
- Işık, M. (2018). İnovasyon Kültürünün Hizmet İnovasyonu Performansına Etkisi: Bitlis İli Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(2), 351-366.

- İnel, M. ve Türker, M. (2016). Ulusal İnovasyon Performansının Ölçümü İçin Çok Nitelikli Karar Verme Teknikleri ile Bir Model Denemesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 38(2), 147-166.
- İyidemirci, H. ve Aydoğan, E. (2020). Kalkınma Stratejileri Bağlamında Devlet Desteklerinin Girişimcilik ve İnovasyon Davranışı ile İlişkisi ve Girişimcilik – İnovasyon Kültürünün Aracı Rolü. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 82-105.
- Karahan, Ö. ve Yılgör, M. (2018). Ulusal İnovasyon Sistemi İçerisinde Kamu ile Özel Sektör AR-GE Faaliyetlerinin Etkileşimi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (640), 549-562.
- Karakaya, A., Ağazade, S. ve Perçin, S. (2018). Türk İmalat Sanayinde Performans, İnovasyon ve Rekabet Arasındaki İlişki. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 4(1), 39-59.
- Karkın, N. ve Zor, A. (2017). Vatandaş - İdare Etkileşimi Bağlamında Bilgi Edinme Hakkı: BİMER Örneği ve İdarede İnovasyon. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 5(1), 25-44.
- Kartal, H. ve Kantek, F. (2018). Hemşirelikte İnovasyon Örnekleri. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 1(5), 58.
- Kaynak, S. ve Demir, A. (2015). İmalat Sektöründe İnovasyon Uygulamaları: TRAI Düzey 2 Bölgesinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 19(3), 273-292.
- Kazançoğlu, İ. ve Dirsehan, T. (2016). Sosyal İnovasyon ile Sakin Şehirlerarasındaki İlişkinin Sosyal Girişim(Ci)ler Boyutu ile İncelenmesi: Seferihisar Örneği. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(1).
- Keleş, H., Çınar, K., ve Akmeşe, H. (2020). Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel İnovasyon Algılarının Bölüm Memnuniyetine Etkisi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(3), 664-679.
- Keleşoğlu, S. ve Kalaycı, N. (2017). Dördüncü Sanayi Devriminin Eşiğinde Yaratıcılık, İnovasyon ve Eğitim İlişkisi. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 12(1), 69-86.
- Kılıç, S. ve Yörükoğlu, Ö. (2020). Effects of Market Orientation and Innovation Orientation on Innovation and Export Performance of Export Businesses. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 45-81.
- Maruf, M. ve Topçu, T. (2020). İşletme ve İktisat Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin ve İnovasyon Becerilerinin İncelenmesi: Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Örneği. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 2(2), 163-179.
- Mentor, P. (2016). *İnovasyon Yapmak*, İstanbul: Optimist Yayınları.

- Merih, Y., Alioğulları, A., Yaşar Kocabey, M., Gülşen, Ç., ve Sezer, A. (2019). Hemşirelikte İnovasyon Kültürü Oluşturma; Bir Başarı Öyküsü . *Zeynep Kâmil Tıp Bülteni*, 50(3), 175-181.
- Mete, A., Boz, C. ve Aslan, Ö. (2019). Sağlık İnovasyon Sistemi Üzerine Kavramsal Bir Çerçeve. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 6(3), 621-629.
- OECD ve Avrupa Birliği (2006). *Oslo Kılavuzu*. Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler.
- Oralhan, B. ve Büyüktürk, M. (2019). Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'nin İnovasyon Performansının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Kıyaslanması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (16), 471-484.
- Osmanbaşıoğlu, G. (2019). Türkiye'de Cumhurbaşkanlığı Sistemi: Bir "Siyasal İnovasyon" Olabilir mi?. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), 578-599.
- Ovacı, C. (2017). Endüstri 4.0 Çağında Açık İnovasyon. *Maliye Finans Yazıları*, Özel Sayı, 113-131.
- Özdokur, S. ve Ege, Z. (2019). İstanbul Bölgesindeki Restoran Yöneticilerinin İnovasyon Anlayışı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 279-303.
- Özeren, E. ve Saatçioğlu, Ö. (2016). Sosyal Girişimcilikte İnovasyon ve Farklılıkları Yönetmek: Çöp m adam Örneği. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 5(1), 71-96.
- Özmete, E. ve Gök, F. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 26(2), 127-143.
- Paksoy, H. ve Ersoy, N. (2016). A Research on Investatigation of Relationship Between Innovation and Business Performance in Four and Five-Star Hotels in Antalya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(2), 413-433.
- Pala, F., Ayaydın, H., Çam, A. ve Barut, A. (2018). Araştırma Geliştirme ve İnovasyon Yatırımlarının Finansal Gelişme Üzerine Etkisi: Brics-Tm Ülkeleri Örneği. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 10. Yıl Özel Sayısı, 442-461.
- Sarı, E. ve Titrek, O. (2018). Okul Yöneticilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları ile Bireysel Yenilikçilik (İnovasyon) Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(4), 2298-2320.
- Soyşekerci, S. (2013). *Uygulamalar ve Şirket Örnekleriyle Girişimcilik*, İstanbul: Kriter Yayınları.

- Söylev, Ö. (2016). Din Hizmetlerinde İnovasyon ve Din Görevlilerinin Bireysel Yenilikçilik Özellikleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 115-147.
- Sünnetçioğlu, S. (2018). Restoran İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme, İnovasyon ve Kurumsal Çevrecilik Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (3).
- Şen, E. ve Bolat, M. (2015). İşletmelerde Demokratik Yönetim Anlayışının İnovasyon ve Firma Performansı Üzerine Etkisi: İstanbul Avrupa Yakası Lojistik İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 14(27), 149-172.
- Şengül, R. (2015). Örgütsel Değişim Faktörü Olarak İnovasyon ve Kamu Yönetimi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(2), 141-151.
- Şengün, H. (2016). Sağlık Hizmetleri Sunumunda İnovasyon. *Haseki Tıp Bülteni*, 12(4), 194-198.
- Taşgit, Y. ve Torun, B . (2016). Yöneticilerin İnovasyon Algısı, İnovasyon Sürecini Yönetme Tarzı ve İşletmelerin İnovasyon Performansı Arasındaki İlişkiler: KOBİ'ler Üzerinde Bir Araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 121-156.
- Tekin, Z. ve Akyol, A. (2019). The Effects Of Knowledge And Innovation Management Processes On Innovation Capability And New Product Development Success. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 1-23.
- Tekin, E. ve Hancıoğlu, Y. (2018). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimlerinin Değerlendirilmesi: Uygulamalı Girişimcilik Kampüsü Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 213-246.
- Tetik, S., Emeklier, B. ve Emeklier, N. (2019). Dönüştürücü Liderliğin İnovasyon ve İnovasyon Kültürüne Etkisi: Büyük Ölçekli İşletmelere Yönelik Bir Saha Araştırması. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 165-195.
- Tokmak, M. (2020). Dönüştürücü ve Etkileşimci Liderlik Tarzı ile Negatif İnovasyon Algısı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 441-464.
- Topsakal, Y., Çaylak, P. ve Yüzbaşıoğlu, N. (2018). Küçük ve Orta Boy Turizm İşletmelerinde (Kobti) İnovasyon: Kaleiçi, Antalya Örneği. *Turkish Studies*, 13(3), 737-752.
- Tuncel, C. (2019). Sektörel İnovasyon Sistemi, Endüstri 4.0 ve Türk Takım Tezgâhları Sanayi Durumu. *Tesam Akademi Dergisi*, Türkiye Ekonomisi Özel Sayısı, 73-105.

- Türk, M. ve Kara, E. (2018). Genç Lider Yöneticilerin İnovasyon Anlayışı: Turizm Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(1).
- Uğurlu, Ö., Tekinkuş, M., ve Ayas, S. (2016). Öğrenme Eğilimi-İşletme Performansı İlişkisi: İnovasyon Stratejisi ve Formel Yapının Rolü. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(1), 227-242.
- Uzun, C. (2020). Turizm İşletmelerinde İnovasyon Stratejileri. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 271-294.
- Ünlü, H. ve Çetin, A. (2015). The Impact of Learning Processes on Radical Innovation in Less Successful Innovator Countries: Turkey, Macedonia, Slovenia, and Serbia. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(4).
- Ünlü, F. ve Gençoğlu, P. (2016). Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türk İmalat Sanayinin Göreceli İnovasyon Performansı: Çok Değişkenli İstatistiksel Bir Analiz. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(47), 183-206.
- Yazıcı, S. (2018). İnovasyon, Rekabet ve Devlet. *Turkish Studies*, 13(13), 67-86.
- Yenidoğan, T. ve Yavuz, S. (2019). Mekâna ve Firmaya Özgü Yetkinliklerin İnovasyon Performansı Üzerine Etkileri: Antalya Teknokent Örneği. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 8(1), 49-72.
- Yıldırım, M., Sunman, G. ve Oruç, Ş. (2018). Kobi'lerde Uygulanan İnovasyon Stratejilerinde Yöneticilerin Dönüşümcü Liderlik Özelliğinin Rolü. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 3(7), 213-229.
- Yıldırım, C. ve Smyrl, M. (2019). Social Innovation in Translation: New Welfare Instruments in Turkey. *Siyasal: Journal of Political Sciences*, 28(1), 99-115.
- Yıldız, B. ve Aytekin, M. (2019). Kalite Yönetimi Uygulamalarının Firma Performansı Üzerindeki Etkisinde İnovasyonun Aracı Rolü ile Çevresel Dinamizmin Moderatör Rolü. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 14(56), 489-506.
- Yıldız, E., Dindaroğlu, Y. ve Kamber, C. (2019). Trabzon Bölgesel İnovasyon Sisteminin Firma İnovasyon Performansı Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 5(2), 325-341.
- Yıldız, B. ve Seyhan, M. (2019). Ürün İnovasyon Uygulamalarının Ürün Pazar Performansı Üzerindeki Etkisinde Ürün Kalitesinin Aracı Rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1409-1428.
- Zuhal, M. (2020). Gelişmekte Olan Ülkelerde Ulusal İnovasyon Kapasitesinin Belirleyicileri: Panel Veri Analizi Yöntemi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 2020 / 11 (Ek), 194-217.

Bölüm 42

DENİZ İŞLETMECİLİĞİNDE YÖNETİM VE ORGANİZASYON

Selçuk KAHVECİ¹

1. Yönetim Kavramı

Bireyselleştirilmiş çalışma modelleri birçok gelişmekte olan ülkede halen mevcudiyetini korumaktadır. Daha gelişmiş ülkelerde, bununla birlikte, nispeten az sayıda insan bu modeli sürdürmektedir. Küçük çiftçiler ve bağımsız marangozlar yine de yalnız çalışabilirler, ancak genel olarak iş daha karmaşıktır. Boeing 747 uçakları, televizyon setleri, şifa ve iklimlendirme sistemleri gibi ürünler tek bir kişi tarafından verimli bir şekilde üretilemezler. Evler ve ofisler için elektrik enerjisi, kablo TV, kaza sigortası ve para birimlerine ve gayrimenkule uluslararası yatırımlar gibi hizmetler nadiren tek elle yapılabilir. Modern mal ve hizmet üretmenin incelikleri, birçok insanın ortak çabasını gerektirmektedir. Nadiren bir kişi “tek başına idare etmek” için gerekli paraya, bilgiye, yeteneklere veya diğer kaynaklara sahip olmaktadır. İstenilen hedeflere ulaşmak için gereken insan ve maddi kaynakları verimli bir şekilde kullanabilen insanlara ihtiyaç vardır. Bu insanlar yöneticilerdir. Buna göre yönetim, insan ve malzeme kaynaklarının verimli kullanılmasıyla istenen sonuçlara ulaşma süreci olarak tanımlanabilir (Robinson, 1988).

Tüm küçük işletmelerin yönetim ilkeleri konusunda endişelenmesi gerekir. Çünkü yönetimin alacağı kararlar, bir işletmenin başarısını, çalışma ortamının sağlığını, büyüme bir hedefse büyümesini ve müşteri değeri ve memnuniyetini etkileyecektir (URL-1). Yönetim kavramı için farklı tanımlar yapılmaktadır. Bu tanımlardan biri yönetimin anlamlı kurumsal hedeflere ulaşmak için mümkün olan en verimli şekilde planlama, organize etme, kadrolama, yönlendirme ve kontrol işlevlerinin uygulanması olarak yapılmıştır (Ivancevich ve Duening, 2007). Yönetim, bir hedefe ulaşmak için o grubu koordine etmek ve uyumlu hale getirmek amacıyla bir veya daha fazla kişi veya kuruluştan oluşan bir grubu yönetmeyi ve kontrol etmeyi içerir. Yönetim genellikle insan kaynaklarının, finansal kaynakların, teknolojik kaynakların ve doğal kaynakların konuşlandırılmasını ve manipüle edilmesini kapsar. Yönetim ayrıca, yönetim eylemlerini gerçekleştiren kişi veya kişileri de ifade edebilir (URL-2). Daha basit bir ifadeyle, yönetim tamamen insanlar ve diğer kaynaklar aracılığıyla kurumsal hedeflere ulaşmakla ilgilidir (Kurtz, 2011).

2. Denizyolu Taşımacılığı

Denizyolu taşımacılığı, dünya denizlerinde yılda 10 milyar tondan fazla konteyner, katı ve sıvı dökme yük taşıyarak küresel ticaretin% 80-90'ını yönlendirmektedir (Walker vd., 2019). Küresel ticarete bu kadar yoğun bir şekilde denizyolunun tercih edilmesinin en başlıca nedenlerini ekonomik olması ve aynı anda binlerce ton yükü taşıyabiliyor olmasıdır. Denizyolu taşımacılığı demiryoluna göre 7 kat, karayoluna göre 14 kat ve havayoluna göre 22 kat daha ucuz bir taşımacılık hizmeti sunmaktadır.

Deniz taşımacılığında düzenli hat ve düzensiz hat olmak üzere iki farklı hizmet sunulmaktadır. Düzenli hat taşımacılıkta gemiler belirli limanlar ve rotalarda belirli bir plan program dâhilinde hareket ederler. Düzenli hat taşımacılığın en belirgin örneğini konteyner taşımacılığında görebiliriz. Düzensiz hat taşımacılıkta gemi nerede yük bulursa oradan yükünü alır ve sözleşme gereği nereye götürmesi gerekiyorsa o limana veya noktaya teslimatını yapar. Bunda da özellikle kuru yük taşımacılığı örnek olarak verebiliriz. Her iki hizmet türünde de rekabet yoğun olarak yaşanmakta ve işletmeler bu rekabet ortamında ayakta kalmaya çalışmaktadır. Küresel ticaretin artan bir eğilim göstermesi denizyolu taşımacılığına olan ihtiyacı dolayısıyla gemilere olan ihtiyacı da arttırmaktadır. Artan gemi adedi de rekabete yansımakta ve gemilerin daha etkin ve verimli işletilmesi gereğini ortaya çıkarmaktadır.

Gemilerin daha verimli ve etkin işletilebilmesinin yegâne yolu da iyi bir yönetim ve organizasyon yapısına sahip gemi işletme yönetimine bağlıdır. Yukarıda bahsettiğimiz düzenli ve düzensiz hat denizyolu taşımacılıklarının kendine has özellikleri ve işletmelerin de yine kendi içerisinde bazı farklılıkları mevcuttur. Gemi işletme yönetimleri bu farklı hizmetlerde bünyelerinde farklı departmanlar ve organizasyon yapıları bulundurmaktadırlar.

3. Gemi İşletme Yönetimi

Gemi işletme yönetimi ile ilgili çok çeşitli tanımlar vardır ve tek bir cümle ile tüm gemi yönetim tiplerini açıklamak zordur aslında. Birkaç tanıma bakacak olursak:

Gemi işletme yönetimi, bir geminin personelle donatılması, sigortasının yapılması, tamir ve bakım-tutumunun yapılması, ihtiyaçlarının giderilmesi, klaslanması ve mümkün olan en uzun zaman diliminde geminin çalışır halde yani sefer yapabilecek şekilde tutulması olarak tanımlanmaktadır (Downard, 1996).

Bir yönetim şirketinin geminin mülkiyetinden ayrı olarak gemilere bir veya birden fazla hizmeti profesyonel olarak gemi sahibi ile aralarında yapacakları sözleşme şartlarına göre ve yönetim ücreti karşılığında hizmet sunması anlamına gelir (Willingale, 1998).

Gemi işletmeciliği, yönetimi ve geminin sahipliği yani mülkiyetliği açısından 3 farklı şekilde görülmektedir. Bu yönetim kavramlarında ilk olarak gemilerin sahibi olan ve gemileri kendi işleten ve yöneten işletmeler örnek olarak gösterilebilir.

Bir diğer grupta ise mülkiyetliğini ellerinde bulundurdukları gemileri kendi işleten gemi sahibi yani armatör işletmelerdir. Bu işletmeler gemilerin teknik ve ticari yönetimini elinde tutarak gerek düzenli hat denizyolu

taşımacılığında gerekse düzensiz hat denizyolu taşımacılığında gemi işletmeciliği yapmaktadır.

Son olarak ise gemilerin mülkiyetliği kendilerinde olmalarına rağmen, gemileri kendileri işletemeyen veya işletmek istemeyen, gemiyi yatırım amaçlı satın alan, doğrudan gemi işletmeciliği yapmayan işletmelerdir. Bu işletmeler gemilerin yönetimini ve işletimini daha profesyonel yapan üçüncü taraf gemi işletmelerine bırakmaktadır (Lloyds Manager, 2002).

4. Gemi Yönetiminin Tarihsel Gelişimi

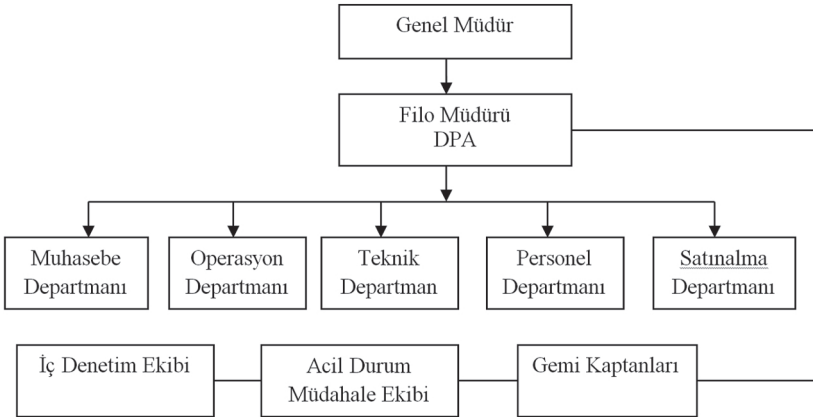
Deniz taşımacılığı çok eski yıllara dayanan bir taşımacılık türü olduğundan ilk yıllarda iletişim bugünkü gibi iletişim imkanlarının olmamasından kaynaklı olarak gemi sahipleri, gemileri sefere çıktıktan sonra gemi kaptanına güvenmek zorundaydı. Kaptanlar gemilerin yönetiminde büyük sorumluluklar üstlenmekteydiler. Gelişen deniz ticaretiyle birlikte ortaya çıkan uluslararası yasal ve yönetsel düzenlemelerin yanı sıra, teknolojinin ilerlemesi sonucu iletişimin daha kolay olması ile birlikte kaptanların gemilerdeki yönetim fonksiyonlarını yürütemez hale getirmiştir (Panayides, 2011). Diğer taraftan, iletişim alanında gelişen olanaklarla gemileri kontrol altında tutmak daha kolay hale gelmiş ve gerek teknik anlamda gerekse tedarik ve gemi personeli konularıyla ilgili alınan kararların gemiden merkez ofise iletilebilir olmuştur. Buna bağlı olarak gemi yönetimindeki bu fonksiyonlar armatörün veya işletmenin karada bulunan ofisinden yürütülmeye başlanmış, böylece kaptanın gemideki rolü sevk ve idare ile sınırlanmıştır. Bunun sonucunda da denilebilir ki, yönetim sistemi merkezi olmayan yönetimden merkezi yönetime doğru değişiklik göstermiştir (Downard, 1996)

Gemi yönetimi hizmetleri de değişime ayak uydurmuş ve zamanla bir hizmet sektörüne dönüşerek bir çok işletmeye hizmet verir hale gelmiştir (Spruyt, 1994). Gemi sahiplerinin özellikle son yıllarda artan operasyon maliyetlerini düşürme ve ölçek ekonomisinin getirmiş olduğu mali avantajlardan yararlanma isteği, mevcuttaki ve yeni açılan kolay bayrak sicillerine geçme isteği ve yeni personel kaynaklarına ulaşma ihtiyacı gemi yönetiminin bir hizmet sektörü haline gelmesine neden olmuştur (Mitroussi, 2003).

5. Gemi Yönetim İşletmelerinin Örgüt Yapısı

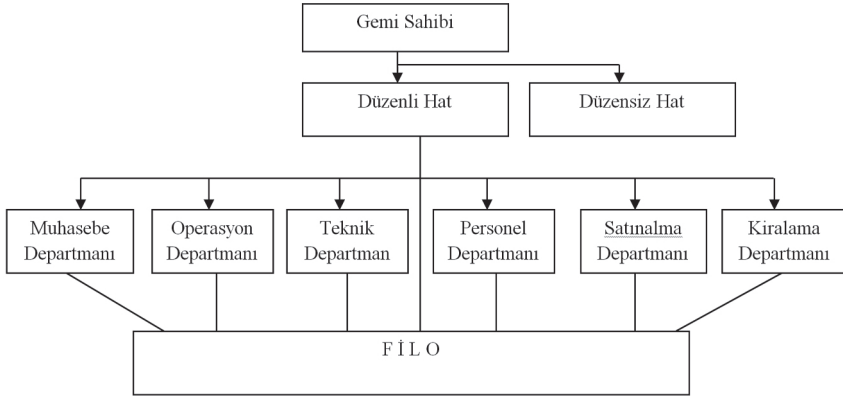
Gemi yönetim işletmeleri, denizyolu taşımacılığı faaliyeti içerisinde hizmetler sektöründe ulaştırma sektörünün bir alt unsuru olarak yer almaktadır. Gemi yönetim işletmelerinin örgüt yapılarının etkin bir şekilde oluşturulması büyük sermaye birikimi gerektiren gemilerin her türlü faaliyetlerinin en iyi şekilde organize edilmesi için çok büyük bir önem taşımaktadır (Çetin vd, 2013).

Denizyolu taşımacılığı çok eski yıllara dayanmakla birlikte işletmelerin örgüt yapıları da denizyolu taşımacılığıyla birlikte gelişim göstermiştir. Denizyolu taşımacılığı bünyesinde çok farklı aktörleri barındıran uluslararası bir taşımacılık olduğu için uluslararası konvansiyonlar ve sözleşmelerle çokça karşılaşılmaktadır. Özellikle son dönemde işletmelerin gerek organizasyon yapısını etkileyen gerekse kalite yönetim sistemlerine entegrasyonunu sağlayan Uluslararası Emniyetli Yönetim Kodu yani ISM kod devreye girmiştir. İlk zamanlarda çok basit bir örgüt yapısı olan işletmeler günümüze gelindiğinde Uluslararası Emniyetli Yönetim Kodunun (ISM Kod) da devreye girmesiyle daha karmaşık hale gelen faaliyetleri koordine edecek bir koordinatör yani Karada Yetkilendirilmiş Kişi (DPA) ihtiyacı ortaya çıkmıştır. ISM Kod gereği her gemi yönetim işletmesi örgüt yapısı içerisinde bir DPA bulundurmak zorundadır. Gemi yönetim işletmelerinde koordinatörlerin olduğu işlevsel örgüt yapısı Şekil 1’de verilmiştir.



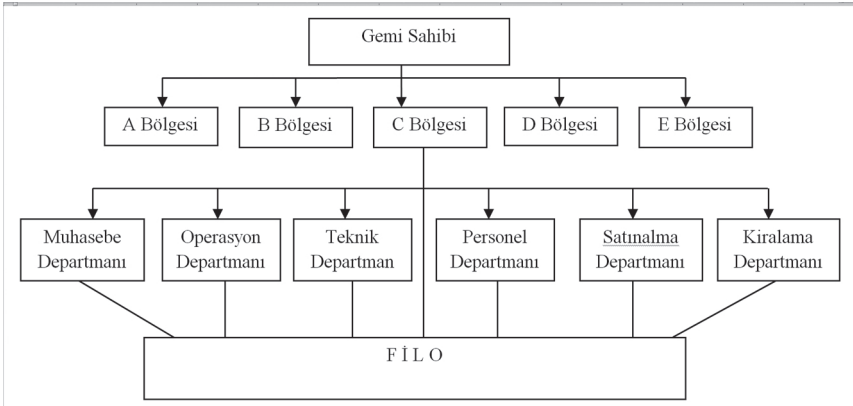
Şekil 1. Bir gemi işletme yönetimine ait işlevsel örgüt yapısı (UN Ro-Ro)

Bu işlevsel örgüt yapısının yanı sıra gemi yönetimi işletmelerinde hizmet esasına dayalı örgüt yapısı da mevcuttur. Bu örgüt yapısını düzenli hat denizyolu taşımacılığı ve düzensiz hat denizyolu taşımacılığını aynı anda icra eden gemi yönetimi işletmelerinde görmek mümkündür.



Şekil 2. Gemi Yönetim İşletmelerinin Hizmet Esasına Dayalı Örgüt Yapısı (Downard, 1984)

Bu örgüt yapılarından farklı olarak bir de bölgelere göre örgüt yapısı mevcuttur. Bu örgüt yapısı ise gerek ulusal gerekse uluslararası düzeye yayılmış ve büyük gemi filosuna sahip gemi yönetim işletmelerinde görülebilmektedir.



Şekil 3. Gemi Yönetim İşletmelerinin Bölge Esasına Dayalı Örgüt Yapısı (Downard, 1984)

6. Gemi Yönetim İşletmelerinde Departmanların Görev ve Sorumlulukları

Gemi yönetim işletmelerinde bulunan departmanların kendilerine özgü görev alanları ve sorumlulukları bulunmaktadır. Her bir departmanın görev ve sorumlulukları aşağıdaki gibidir:

6.1. Genel Müdür

Genel Müdürler, işletmenin denizcilik operasyonlarının ekonomik olarak yürütülmesi ve ulaştırma ihtiyaçlarından gemi işletmesinin üst yöneticisine karşı sorumludur. Genel müdürün görev ve sorumlulukları şöyledir (Özünan, 1999):

- Gemi yönetim işletmelerinin Genel Müdürü, diğer bölüm yöneticileriyle birlikte yeni projeler üretir ve geliştirir ve tüm personelin her türlü eğitiminden ve ayrıca işletmenin bütçesinden sorumludur.
- Genel Müdür, işletmenin ticari ve fırsatlar konusundaki çıkarlarını tanıtır ve temsil eder.
- Genel Müdür, Kalite ve Güvenlik Politikasından ve işletmenin amaçlanan hedeflerine ulaşmasını sağlamak için gerekli yapısal gerekliliklerden sorumludur.
- Kalite ve Güvenlik Yönetim Sisteminin verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi amacıyla, genel müdür personel dahil gerekli kaynakları sağlamak ve desteklemekle ve Güvence Koordinatörü ve Atanmış Kişi gibi kendi görevlerini yerine getirmesi için gerekli kişileri görevlendirmekle sorumludur.
- Genel Müdür, performansı değerlendirmekten ve Kalite ve Güvenlik Yönetimini geliştirmekten sorumludur.

Genel Müdür bulunmadığında genel müdüre ait bütün sorumluluklar filo müdürüne geçmektedir.

6.2. Filo Müdürü

Filo müdürü, planlama, sefer düzenleme, teknik destek ve acente operasyonları gibi işletme gemilerinin emniyetli, verimli ve ekonomik çalışması ve bakım ve onarımından Genel Müdür'e karşı sorumludur.

Filo yöneticisi, Kalite ve Güvenlik Yönetim Sisteminin sağlanması ve değerlendirilmesi için genel müdür tarafından hem Kalite Güvence Koordinatörü hem de DPA olarak atanır. Filo yöneticisinin Kalite Güvence Koordinatörü ve Genel Müdür tarafından DPA olarak atanmasına ilişkin karar kriterleri aşağıda verilmiştir (Özünan, 1999):

- Kalite Güvence Koordinatörü ve DPA, her bir geminin emniyetli çalışmasını gerçekleştirmek ve deniz tarafı ile kara tarafı arasındaki bağlantıları sağlamak için yeterli deneyime sahip olmalıdır.
- Kalite ve Güvenlik Yönetim Sisteminin yönetimi ve değerlendirilmesine ait bütçeleri formüle eder.
- Kalite ve Güvenlik Yönetimi prosedürlerini kontrol eder ve bu prosedürlerle ilgili belgeleri toplar.
- Kalite ve Güvenlik Yönetim Sisteminin iç denetimlerini gerçekleştirir. Ayrıca iç denetim ekibini görevlendirir ve onlara uygun bölümler koyar ve çalışmalarını değerlendirir.

- Kalite ve Güvenlik Yönetim Sistemi ile ilgili uygunsuzlukları ve eksiklikleri genel müdüre bildirir.
- Acil durum müdahale ekibini kurar ve kontrol eder.
- Diğer departman yöneticileriyle hemen hemen aynı deneyime sahip olmalıdır.
- Gemi yönetimi, yetki dağıtımı ve tüm personelin performansının değerlendirilmesi, gemi tamir ve bakım şirketlerinin kontrolü ve araştırılması, eski teknolojilerin yenilenmesi, sözleşmelerin, kanunların ve yönetmeliklerin araştırılması, deniz kazalarını azaltmaya çalışmaktan sorumlu olmalıdır.

6.3. Operasyon Departmanı

Operasyon departmanı müdürü, filo müdürüne göre daha düşük konumdadır. Filo müdürüne yardımcı olur. Yani filo müdürü olmadığı durumlarda, filo müdürü ile ilgili tüm sorumluluklar ve işler operasyon departmanı müdürü tarafından üstlenilir.

Emniyet Yönetim Sistemi ile ilgili olarak Operasyon Departman Müdürü tarafından yapılması gereken bazı faaliyetler ve görevler bulunmaktadır. Bunlar ;

- Emniyet Yönetim Sistemi ile ilgili olarak gemi personelinin eğitimi ve eğitimi.
- Gemi personelinin eğitim ihtiyaçlarının ve kurs programlarının belirlenmesi ve planlanması.
- Şirket acil durum tatbikatlarının planlanması ve uygulanması.
- Doküman Kontrol Kuralları ve ilgili prosedürler tarafından tanımlanan prosedürlerin ve diğer dokümanların kontrolü.

Öte yandan, yukarıda belirtilen bu faaliyetler dışında Emniyet Yönetim Sistemi ile ilgili olarak Operasyon Bölüm Yöneticisine ait bazı sorumluluklar bulunmaktadır. Bunlar;

- Tüm seferleri planlama, kontrol etmek ve bağlantılarını ayarlamak.
- Deniz kazalarının önlenmesi amacıyla gemilere bilgi verilmek.
- Deniz ve atmosfer kirliliğinin önlenmesi için gerekli talimatların sürdürülmesini sağlamak.
- Gemilere, bunlarla ilgili konvansiyon, yönetmelik, kural ve değişiklikler hakkında gerekli bilgileri sağlamak.
- Deniz teknolojisi ile ilgili yeni bilgilerin elde etmek ve bunları gemilerle paylaşmak.

- Gemilere emniyet seferleri hakkında bilgi vermek ve liman tesisleri ile ilgili teknik bilgi sağlamak.
- Gemi sigortası, P&I Sigortası ve diğer gemi sigortaları ile ilgili konularda araştırmalar yapmak.

6.4. Teknik Departman

Teknik departman ile operasyon departmanının görev ve sorumlulukları birbirine benzese de aralarında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Teknik departman, Operasyon departmanına göre daha teknik işlerle ilgilenir.

Teknik Departmanın Kalite ve Güvenlik Yönetim Sistemi ile ilgili sorumlulukları aşağıda açıklanmıştır. Bunlar (Özünan, 1999):

- Gemi teçhizatı ile ilgili yönetmelikler (Double Hull gibi) ve kurallar hakkında yeni bilgilerin alınması ve bu bilgilerin gemilere vermek.
- Makine kazalarının önlenmesi için gerekli kontrollerin yapmak.
- Gemilere gerekli teknik bilgilerin vermek.
- Gemilere gerekli ve yeterli tedariki sağlamak ve gemi depoları, yedek parçaları, malzemeleri, yağlama yağları ve yakıt ikmali ile uğraşmak.
- Gemi yapımı ve gemi modifikasyonlarının planlanmasını ve uygulanmasını yapmak.
- Makine kazalarının ve arızalarının kaza sonrası ve arıza sonrası nedenlerini araştırmak ve tekrarını önlemeye çalışmak.
- Kuru havuzlama prosedürlerinin planlanması ve uygulanması yapmak.
- Çevre kirliliğini önlemek için makine ve ekipmanların bakımını yapmak.
- Makinelerle ilgili olarak güvenli makine çalışması ve tesisler, yakıtlar, yağlama yağları ve su kalitesi hakkında araştırma yapmak.

6.5. Kiralama Departmanı

Gemi yönetim işletmesinin düzensiz hat denizyolu taşımacılığı yaptığını varsayarsak, kiralama departmanı ana gelir getiren bir departman olacaktır. Kısaca gemilerin operasyonel ve teknik açıdan en iyi şekilde kiralanması ve sözleşmelerinin yapılması kiralama departmanının sorumluluğundadır. Bu geminin mülkiyetini elinde bulunduran armatör veya armatör tarafından belirlenmiş bir broker aracılığıyla yapılabilir. Ancak, verimlilik tüm departmanlar arasında sürekli ve yakın bir işbirliği gerektirdiğinden, yönetimin tüm faaliyetlerinin tek bir organizasyon içinde birleştirilebilmesi daha tercih edilebilir olacaktır. Kiralama departmanı diğer departmanlarla ile koordineli bir şekilde çalışması gerekmektedir. Aksi takdirde tek-

nik departman gemiyi havuza almak için anlaşma imzalarken kiralama departmanı aynı tarihlerde gemiyi kiraya vermek için sözleşme imzalayabilir (Ship Management, 1991; 5). Kiralama departmanı gemi sahibinin istekleri doğrultusunda gemi sefer halindeyken bir sonraki seferi hatta daha sonraki seferleri için yük aramalı, zaman esası veya çıplak kiralama piyasalarıyla ilgili verilerin elde etmeli ve gemi sahibinin gelen teklifler içinde en avantajlısını seçmesine yardımcı olmak için sefer tahminlemesi yapmalıdır. Ayrıca kiracıyla müzakereler sonrasında sözleşmenin imzalanmasını sağlamalı ve kaptana bu konu hakkında bilgi vermelidir (Akman Durgut, 2013).

6.6. Personel Departmanı

Personel departmanı her gemi yönetim işletmesi için önemli departmanlardan biridir. İşletme yönetimi altındaki gemiler için kalifiye gemi adamı seçer ve gemilere ulaşımını sağlar. Ayrıca ulusal ve uluslararası düzenlemelere göre yerine getirir ve takibini yapar. Personel Departmanının Kalite ve Güvenlik Yönetim Sistemi ile ilgili sorumlulukları aşağıda belirtilmiştir: Bunlar;

- Gemi personelinin eğitim ihtiyaçları ve eğitim kurs programlarının Kalite Güvence Koordinatörü ve DPA onayı için planlar ve düzenler.
- Mürettebat üyelerinin performans değerlendirmesi, cezalandırma, terfi ve ödeme ile ilgili işlemleri yapar.
- Gemilere ulusal ve uluslararası yönetmelikler, konvansiyonlar ve kanunlar hakkında gerekli bilgileri verir.
- Mürettebat üyeleri ve aileleri arasında iletişimi sağlar (Özünan, 1999; 8).

6.7. Satın Alma Departmanı

Geminin günlük operasyonlarının sürdürülebilmesi için gerekli olan yiyeceklerin, yedek parçaların, erzakların, yakıt/yağların, kimyasalların ve diğer her türlü ürün ve hizmetin sağlanmasıyla ve bunlara ek olarak envanterin, tedarikçilerin, taşeron firmaların ve tedarik sözleşmelerinin kontrolünün yapılmasıyla ilgilenir (Willingale ve Spruyt, 1998). Satın alma departmanın işlevi verimli çalışma için ihtiyaç duyulan birçok öğenin gemiler için satın alımını gerçekleştirmek ve sonrasında da teslimatını planlayıp uygulamaktır. Geminin bütün ihtiyaçlarının doğru yerde, doğru zamanda ve doğru bir şekilde teslim edilebilmesi için departmanlar arası koordinasyonun çok etkili bir şekilde yapılması gerekmektedir. Aksi takdirde yanlış bilgilendirmeler ve yönlendirmeler gemi personelinin erzaksız ve susuz veya geminin yakıtsız kalmasına sebep olabilmektedir. Teknik yedek parçalar, ağır malzemeler ve gemiden gelen diğer istekler genellikle önceden sipariş edilir ve özellikle acil durumda olan siparişler

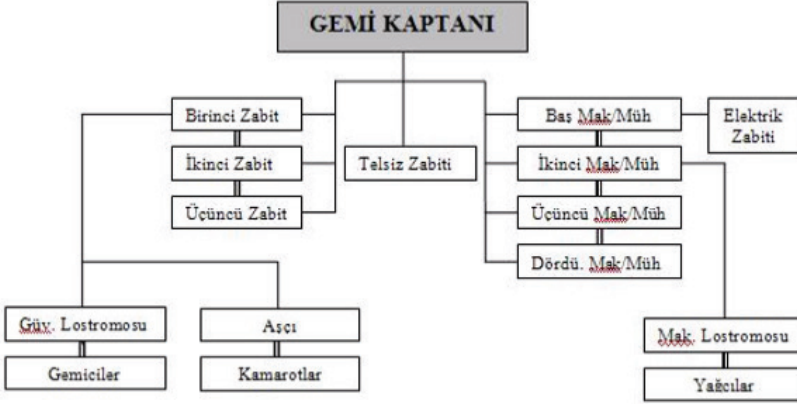
planlaması yapılarak geminin uğrak yapacağı ilk limanda gemiye teslimatı yapılır.

6.8. Muhasebe ve Finans Departmanı

Gemi işletme yönetiminin dikkatli bir şekilde sağlanması için detaylı bir muhasebe sisteminin oluşturulması gereklidir. Bu sistemin oluşturulmasıyla gemi yönetimi ile ilgili maliyet ve harcamaların ve bunlarla ilgili raporların ve bütçelerin hazırlanmasında gemi sahibine yardımcı olacaktır. Muhasebe departmanı navlunları, zaman esaslı bir kiralama varsa kiralama ücretlerini toplayacak ve liman ücretleri, acente ücretleri, kanal ve boğaz geçiş ücretleri, yakıt ücretleri, havuzlama ücretleri, bakım-onarım ücretleri, kumanya ücretleri, geminin günlük ticaretinde ortaya çıkan diğer ücretleri ve diğer departmanların talep ettiği diğer ödemeleri gerçekleştirecektir (Ship Management, 1991).

7. Gemilerde Yönetim ve Organizasyon

Gemiler denizyolu taşımacılığının vazgeçilmez unsurlarıdır. Gemilerin verimli ve etkin işletilmesinde karadaki işletmenin yönetimi kadar gemi içerisindeki yönetim ve organizasyonun da etkisi vardır. Gemideki her bir mürettebatın görev ve sorumluluklarını eksiksiz yerine getirmesi geminin seferlerinin aksamaması ve teknik olarak sürekli işletilebilir halde olması açısından oldukça önemlidir. Gemilerdeki organizasyon yapısında kaptanlar ve mühendislerin olduğu üst yönetimle tayfaların bulunduğu alt çalışanlar vardır. Her bir mürettebatın görev ve sorumlulukları gerek denizciliğin çok eskiden beri gelen örf ve adetleri ile gemi yönetim işletmelerinin kalite yönetim sistemlerinde belirlenmiştir. Gemilerdeki organizasyon yapısında güverte ve makine olmak üzere iki farklı örgüt yapısı bulunmaktadır. Şekil 4'te gemilerde genel itibarıyla ortaya konan örgüt şeması verilmiştir. Bundan sonraki bölümde gemide bulunan mürettebat ve bunların organizasyon yapısı içindeki görev ve sorumlulukları anlatılacaktır.



Şekil 4. Gemilerdeki Yönetim ve Organizasyon Şeması

7.1. Kaptan

Kaptan geminin sevk ve idaresinden sorumlu gemideki en yetkili kişidir. Buna bağlı olarak da gemideki görev ve sorumlulukları diğer mürettebata göre daha çoktur. Bazıları şöyledir (Odin ISM Manual, 2002):

- Gemiyi, yükü ve çevreyi koruyacak şekilde seyir yapmalı, acil bir durum meydana gelirse, kaptan gerekli gördüğü şekilde direkt harekete geçmelidir. İşletme de durumdan derhal haberdar edilmelidir.
- Sefere çıkmadan önce geminin planlanan yolculuk için tam donanımlı ve emniyetli olmasını sağlamalıdır. Kargonun stabilitesi, dengelenmesi ve emniyetli bir şekilde istiflenmesi ve taşınması için gerekli önlemleri almalı ve özeni göstermelidir. Sefere devam etmeden önce, uğrak yapacağı limanların gereklilikleri ve kısıtlamaları hakkında bilgi sahibi olmalı ve genel olarak seferle ilgili tüm konularda gerekli bilgileri önceden tahmin etmelidir.
- Geminin her açıdan, özellikle stabilite, trim ve gerilimler açısından denize elverişli bir durumda olmasını sağlamalıdır.
- Gemi güvertesi prosedürleri, ilgili dokümantasyon ve belirlenen şartların gözlemlenmesini ve gerçekleştirilmesini sağlamalıdır.
- Riskli veya tehlikeli bir durumda uygunsuzluklar meydana geldiğinde acil düzeltici kararlar vermelidir.
- Geminin köprüüstü işlemlerini organize eder ve yönetir.
- Emniyetli Yönetim Sistemi belgelerini ilgili kural ve prosedürlere göre yönetir.

7.2. 1. Zabit

1. Zabit vardiya tutmanın yanı sıra güverte bölümünün etkili, verimli ve ekonomik bir operasyon ve bakım-onarım yapması bakımından kaptana karşı sorumludur. 1. Zabitin başlıca görev ve sorumlulukları ise şöyledir;

- Gemideki Disiplinin sürdürülmesinden ve tüm mürettebatın talimatlarına sıkı sıkıya uyulmasından kaptana karşı sorumludur. 1. Zabit, kaptanla görüşükten sonra, geminin doğru yüklenmesi, boşaltılması ve balastlanması için kaptana karşı sorumlu olacaktır.
- Cankurtaran, yangın söndürme ve su geçirmezlik ekipmanlarının her zaman düzgün bir şekilde korunmasını sağlar.
- Güverte Departmanı yönetimi altında tekne, makine ve teçhizatın durumunu ve bakım planlarını bilir.
- Sorumluluğuna giren önemli belgeleri, çizimleri, sertifikaları, kayıtları ve resmi belgeleri güvenli bir şekilde muhafaza etmek
- Astlara rehberlik eder, onları değerlendirir ve değerlendirme raporlarını Kaptana sunar.
- Gemide emniyet ve sağlık işlerinden sorumludur.
- Gemi limandayken kıyıya erişim prosedürleri ve iletişim prosedürleri ile ilgili düzenlemeler yapar.

7.3. 2. Zabit

2. Zabit gemi limandayken kargo için, denizdeyken de seyir vardiyası tutmak gibi görevleri vardır. Ayrıca (Akın, 2005);

- Geminin pozisyonunu sabitler ve her gün gemi seyir halindeyken diğer seyir hesaplamalarını yapar ve sonuçları Kaptana rapor eder.
- Yolculuğun sonunda sefer istatistiklerini hesaplar ve Kaptana rapor eder.
- Haritaları ve diğer denizcilik yayınlarını revize eder ve Kaptandan onay alır.
- Sefer, kanallar, limanlar ve hava koşulları için referans belgeleri muhafaza eder, en son sefer bilgilerini toplayıp ve Kaptana rapor eder.
- Limandan ayrılmadan, demir almadan önce ve yük elleçleme işinin denetiminde 1. Zabite yardımcı olur.

7.4. 3. Zabit

3. Zabit her gemi organizasyonunda yer almamakla birlikte genelde güverte zabitlerine yardımcı olur ve seyir ve liman vardiyaları tutar. Bunlar dışında (Akın, 2005);

- Her gün gemi seyir halindeyken geminin pozisyonunu ve diğer seyir hesaplamalarını düzeltir ve sonuçları Kaptana rapor eder.
- Yük elleçleme operasyonları sırasında 1. Zabite yardımcı olur.
- Gün ortası raporları, sefer istatistiklerini, koşulları hazırlar ve gerekli kalemleri Kaptana rapor eder.
- Köprüüstünde seyir ekipmanlarının (navtex cihazı, seyir fenerleri, radarlar vb.) kontrolünü yapar.

7.5. Telsiz Zabiti

Telsiz zabiti direk Kaptana karşı sorumludur ve aşağıdaki görevleri yapmakla mükelleftir (ISM Odin, 2002):

- Haberleşme ekipmanlarının kullanımında maksimum verimlilik sağlar.
- İletişimin ve gizliliğin devam etmesini sağlar.
- Alınan normal hava durumu raporlarını bildirir.
- Radyo kayıt defterine düzenli kayıt girişlerini yapar.
- Kaptanın izni olmadıkça herhangi bir yetkisiz kişinin radyo odasına girmemesinden sorumludur.
- Geminin emniyetini içeren herhangi bir mesajı kaptana bildirmekten sorumludur.
- Gemiyi terk etmek gerektiğinde, Kaptanın emri olmadan gemiyi terk etmemelidir.

7.6. Güverte Lostromosu

Güverte lostromosu, güverte bölümünde en tecrübeli gemici olarak görev yapar ve gemide reis olarak tanımlanır. Gemide 1. Zabite karşı sorumludur ve güverte işlerinde 1. Zabitin verdiği işleri ve görevleri gemiciler arasında dağıtır ve işlerin takibini yapar.

7.7. Usta Gemici ve Gemici

Usta gemici ve gemici birbirine çok yakın görev ve sorumlulukları oldukları için aynı başlık altında değerlendirilmiştir. Köprüüstünün ve lumbarağzının temiz tutulması, güverte lostromosunun vereceği görevlerin yerine getirilmesi, güverte ekipmanlarının (cankurtaran botları, can simitleri, kılavuz merdiveni, vb.) bakımının yapılması, görev verildiği takdirde demirleme, kargo elleçleme gibi işlere yardımcı olunması usta gemicinin ve gemicilerin görev ve sorumlulukları arasındadır.

7.8. Başmühendis/Başmakinist

Aldıkları eğitim ve bunun sonucunda aldıkları yeterlilik sonucunda başmühendis veya başmakinist unvanlarını alırlar ve makine bölümünün en yetkili personelidirler. Görev ve sorumlulukları ise şöyledir (Odin ISM Manual, 2002):

- Gemi ana ve yardımcı makinelerinden Kaptana karşı sorumludur.
- Gemi genelinde teknik tesisat ve ekipmanların bakımı için planlar geliştirir ve kontrol eder.
- Gemiye yeterince yakıt ikmali yapılmasını ve yolculuk için yeterli temiz suya sahip olmasını sağlar.
- Teknik donanım ve teçhizata özel olarak, geminin denize elverişliliği ile ilgili konularda Kaptana tavsiyede bulunur.
- Kaptan ile bağlantılı olarak, geminin yola elverişliliği tam olarak sağlandığında limandan ayrılmasını sağlar.
- Planlı Bakım Sistemini güncel tutar ve ilgili tüm belgeleri tamamlar.
- Yakıt, yağlama yağı ve yedek parça kullanımında optimum verimliliği sağlar.
- Çevre kirliliğinin önlenmesi ile ilgili tüm yerel, ulusal ve uluslararası sözleşmelere uyulmasını sağlar.

7.9. 2. Mühendis/Makinist

2. mühendis/makinist makine bölümünün en yetkili ikinci personelidir. Başmühendis/başmakiniste gerektiğinde vekalet eder ve makine bölümünün sorumluluğunu üstüne alır. Bunlar dışında (Odin ISM Manual, 2002):

- Köprüüstü dışındaki tüm alanlarda ekipmanlara (vinçler, ırgatlar) aşına olur ve bakımlarını yapar.
- Başmühendise/Başmakiniste her zaman geminin denize elverişliliği ile ilgili konularda tavsiyelerde bulunur.
- Makine ve ilgili teçhizatın tüm bakımlarını ve kalitesini kontrol eder, gerektiğinde bakım onarımında şahsen görev alır.
- Planlı Bakım Sisteminin işlemesine ve belgelerin düzenlenmesine yardımcı olur.
- Bakım sırasında tüm emniyet gereksinimlerinin karşılandığından emin olur.
- Kirliliğin önlenmesi ile ilgili tüm yasal gerekliliklere uyar.
- Baş Mühendisin verdiği diğer görevleri yerine getirir veya getirilmesini sağlar.

7.10. 3. Mühendis/Makinist

- Makine arızalarını teşhis eder, mümkün olduğunda düzeltici önlemler alır ve rapor eder
- Kendisine verilen tüm görev ve işleri planlar.

- Elektrik sistemleri hakkında bilgi sahibi olur ve gerekirse Elektrik Zabıtine vekalet eder
- Gerek Başmühendis/Başmakineci gerekse 2. Mühendis/Makinistin vermiş olduğu görevleri yerine getirir.
- Tüm emniyet ve yangın pompa sistemleri, klima sistemleri, hava kompresörleri, filika motorları gibi sistemlerin kontrolünü yapar gerekirse onarım için rapor sunar (Odin ISM Manual, 2002).

7.11. 4. Mühendis/Makinist

- Ana makine veya ekipmandan herhangi birinde bir arıza tespit edildiğinde 2. Mühendis/Makiniste rapor verir.
- Acil bir durumda geçici tedbirler alır.
- Geminin limanda olduğu zamanlarda sefer nöbeti, çapa nöbeti gibi gerekli görevleri yapar.
- Makine Jurnalının ve diğer hesaplamaların kayıtlarını tutar ve gerektiğinde rapor olarak sunar.
- Başmühendis/Başmakineci ve 2. Mühendis/Makinist tarafından verilen tüm görevleri yerine getirir (Akın, 2005).

7.12. Elektrik Zabiti

- Geminin her türlü operasyonel gereksinim için tüm elektriksel konularda hazır olmasını sağlar.
- Elektrik/elektronik bakımlarının genel planlamasını yapar.
- Elektrik arızalarını teşhis eder, düzeltici önlemler alır ve raporlamalarını yapar.
- Tüm alarm sistemlerinin, yangın detektörlerinin ve telsiz sistemlerinin, mümkün olduğu durumlarda Telsiz Zabıtının yardımı ile bakım ve onarımını gerçekleştirir.
- Seyir fenerleri, acil durum ışıklandırması ve normal ışıklandırma sistemlerini çalışır halde bulundurur.
- Gemideki akü sistemlerinin kontrolünü yapar, ihtiyaç durumunda bunların değişimini sağlar.

7.13. Makine Lostromosu

Makine lostromosu makine zabıtları ve tayfası arasında tampon görevi görür ve 2. Mühendis/Makinist tarafından verilen işlerin dağıtımını ve takibini yapar. Makine dairesindeki tüm yağlama, temizlik, boya işlerinin yapılmasını sağlar .

7.14. Yağcı

- Makine ve teçhizatın bakımında sorumlu mühendise yardımcı olur.
- Sorumlu olduğu makine veya teçhizatta eksiklik tespit edilmesi halinde görevli mühendise veya sorumlu mühendise rapor verir.
- Belirlenen görev üzerinde çalışır, sorumlu olduğu çeşitli makine ve teçhizatın kullanımı, tankların ve boru vanalarının düzenlenmesi hakkında bilgi sahibi olur.
- Bu teçhizatı kontrol eder ve bakımını yapar. İkinci Mühendis tarafından kendisine emanet edilen makine ve teçhizata aşına olur (Akın, 2005).

7.15. Aşçı

- Gemideki yemeklerin hazırlanması ve sunumundan sorumludur.
- Gemideki kiler, yemekhane, yemek salonlarının temizlik ve hijyenini sağlar.
- Yemek zamanlarını gemilerin çalışma şekline göre planlar.
- Gemi kaptanı ile menüler üzerinde istişarede bulunur.
- Yemek sunumunun yüksek standartta olmasını ve tüm sağlık ve hijyen kurallarına uygun hareket edilmesini sağlar (Akın, 2005).

7.16. Kamarot

- Zabitan sınıfının yemek servisini yapar.
- Yemek salonlarının yemeğe hazır olmasını sağlar.
- Kaptan kamarasının temizliğinden sorumludur.
- Zabitan salonunun temizliğinden sorumludur.
- Kumanyalıklar, revir, ofisler, buzdolapları büfe ve diğer salonların temizliğini yapar.

KAYNAKÇA

- Akın, T. 2005. Crew Manning on Turkish Merchant Fleet and Status of the Crewmember, Diploma Project. The School Of Maritime Business And Management, Izmir. David L. Kurtz, Contemporary Business (Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011)
- Downard, J., M. (1996). Managing Ships. Coulsdon, Surrey: Fairplay Publications
- Ivancevich, J., M. and Duening, T. N., 2007. Business: Principles, Guidelines, and Practices Mason, OH: Atomic Dog Publishing
- Lloyds Manager, 2002. Diploma in Ship Management, The Structure of Maritime Industry. London
- Mitroussi, K. 2003. Third Party Ship Management: The Case of Separation of Ownership and Management in The Shipping Context. Maritime Policy & Management. 30(1): 77-90
- Odin Ship Management Company, 2002. ISM Manual
- Özünan, B. 1999. Organizational Structure and Impacts of ISM Code to The Shipping Companies, Diploma Project. The School Of Maritime Business And Management, Izmir
- Panayides, P., M. 2001. Professional Ship Management: Marketing and Strategy. England: Ashgate Publishing Ltd.
- Robins, Stephen P. 1998, Managements Concepts and Applications, (2nd ed.) USA, Prentice-Hall Inc.
- Spruyt, J. 1994. Ship Management, 2nd edition, London: LLP.
- Willingale, M. 1998. Introduction to Ship Management, London, Lloyd's of London Press
- URL-1 https://saylordotorg.github.io/text_small-business-management-in-the-21st-century/s16-01-principles-of-management-and-o.html 13.05.2021
- URL-2 <https://en.wikipedia.org/wiki/Management> 10.05.2021