

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLERDE ARAŞTIRMA VE DEĞERLENDİRMELER

CİLT 2

EDİTÖR

DOÇ. DR. MUSTAFA METE

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. Mustafa Mete

Birinci Basım / First Edition • © Şubat 2021
ISBN • 978-625-7342-69-8

© 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

Cilt 2

Editör

DOÇ. DR. MUSTAFA METE

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 27

PERFORMANS YÖNETİMİ

Özgül YÜKSEKBİLGİLİ 1

BÖLÜM 28

YEREL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ: YABANCI ZİYARETÇİLERİN ETKİSİ ÜZERİNDEN EDİRNE İLİ ÖRNEĞİ

Ayça BEYOĞLU 21

BÖLÜM 29

GÜÇLENDİRME ALGISININ BİREYSEL PERFORMANS VE DUYGUSAL BAĞLILIK ÜZERİNE ETKİSİ

Sabiha SEVİNÇ ALTAŞ 43

BÖLÜM 30

MOBİL BANKACILIK UYGULAMALARINDAN ALGILANAN FAYDA VE PERFORMANS BEKLENTİLERİ

Ali KAHRAMANOĞLU 63

BÖLÜM 31

ANA MARKA VE ALT MARKAYA İLİŞKİN TÜKETİCİ TUTUMLARININ ARAŞTIRILMASI: KARAMAN İLİNDE BİR UYGULAMA

Harun ÖZMERDİVANLI & Murat ÖZ 83

BÖLÜM 32

KARİZMATİK LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK UNSURLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE BİR ARAŞTIRMA

Mehmet Ozan CİNEL 117

BÖLÜM 33

TÜRKİYE'DE İKTİDAR-SİVİL TOPLUM İLİŞKİSİNİN GELİŞİMİ

Yücel ÖZDEN 145

BÖLÜM 34

ŞEHİR PAZARLAMASI BAĞLAMINDA ÜNİVERSİTE-ŞEHİR ETKİLEŞİMİ; ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Filiz ASLAN ÇETİN 167

BÖLÜM 35

SERMAYE YAPISININ AKTİF KÂRLİLİĞA ETKİSİ: BORSA İSTANBUL'DA GIDA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

M. M. Tuncer ÇALIŞKAN & Attila KAYA 191

BÖLÜM 36

GÜVEN, ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİ

Bekir KUL 203

BÖLÜM 37

ÇEVRESEL SORUNLARA YÖNELİK ÜRETİM İŞLETMELERİ İÇİN MİKRO DÜZEYDE BİR ÇÖZÜM ÖNERİSİ: ÇEVRE MUHASEBESİ

Servet ÖZKAN & Mehmet Münip BABUR & Süleyman ELÇİ 225

BÖLÜM 38

DİJİTAL DÖNÜŞÜMLERİN MUHASEBE MESLEĞİ VE MUHASEBE UYGULAMALARI ÜZERİNE ETKİLERİ

Rozi MİZRAHİ 255

BÖLÜM 39

SLOVENYA'DA E-DEVLET UYGULAMALARI VE DE- BÜROKRATİZASYON SORUNU

Hatice KOÇ 281

BÖLÜM 40

TÜRKİYE'DE YOKSULLAŞTIRAN BÜYÜME VE TURİZM SEKTÖRÜ

İbrahim AYTEKİN 307

BÖLÜM 41

TÜRK YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE GÜVENCESİ VE STRATEJİK PLANLAMADA ÇEVİK LİDERLİK

Hakan SİPAHİ..... 325

BÖLÜM 42

FİNANSAL GELİŞME VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN AMPİRİK ANALİZİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Evren İPEK & Selda BAYKUŞ 343

BÖLÜM 43

İŞ GÜVENLİĞİ KÜLTÜRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: KAHRAMANMARAŞ MUTFAK EŞYASI SEKTÖRÜNDE YÖNETİCİLERİN VE ÇALIŞANLARIN İŞ GÜVENLİĞİ KÜLTÜRÜ ALGILARI

Mehmet YILMAZ & Meryem DANIŞMAZ SEVİN & Aylin ARICI & Yasemin ERTAN KOÇAK..... 373

BÖLÜM 44

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE İNSAN KAYNAKLARI PLANLAMASI

Ümit Deniz İLHAN..... 407

BÖLÜM 45

ÇALIŞANLARIN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ, DUYGUSAL BAĞLILIK VE İŞTE KALMA NİYETİ ALGILARININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Nilüfer SERİNİKLİ 431

BÖLÜM 46

İSLAMİ HİSSE SENEDİ PİYASALARININ FİYAT TAHMİN EDİLEBİLİRLİK DURUMLARININ ORTAK İŞARET TESTİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI: QISMUT ÜLKELERİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Recep ÇAKAR..... 455

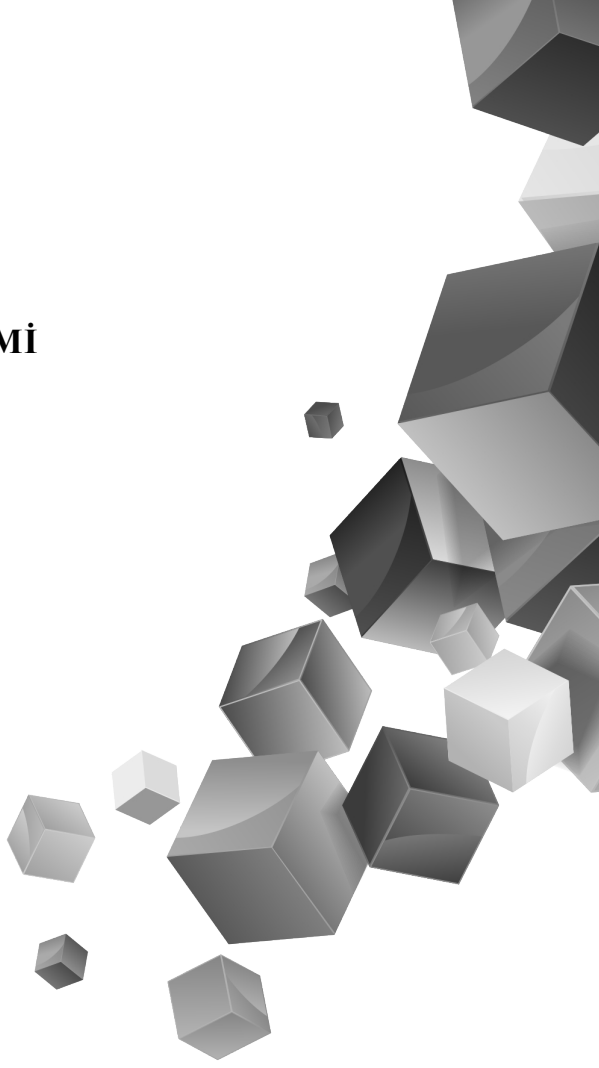
BÖLÜM 47

TARİHSEL PERSPEKTİFTEN GELECEĞE DEMOKRASİ

Nikolin AGALLIJA 475

Bölüm 27

PERFORMANS YÖNETİMİ



Özgül YÜKSEKBİLGİLİ¹

¹ Dr. Özgül Yüksekbiçgili

1. GİRİŞ

Günümüzde her organizasyon, rekabette üstünlük kazanmak ve rakip firmaların önüne geçebilmek için insan kaynaklarını çok etkili bir biçimde kullanması gerekmektedir.

İşletmede çalışanların performansı işletmelerin başarısını etkileyen en önemli faktörlerden birisidir. Hem bireysel hem de örgütsel etkinliği ve verimliliği artırma amacıyla olan her işletme için çok önemlidir.

Performans yönetimi, örgütün ve çalışanların sadece geçmişteki performans seviyelerini belirlemek ile kalmaz, örgüt ve çalışanlar için bir yol gösterici olup proaktif bir yaklaşım ile hem örgüte hem de çalışanlara yol gösterir.

2. PERFORMANS KAVRAMI

2.1. Performansın Tanımı

Performans planlanan bir faaliyet sonunda oluşan nitel veya nicel olarak belirleyen bir kavram olarak ifade edilmiştir (Bayyurt, 2011:578). Performans, kişilerin ya da işletmelerin hedeflerine ulaşabilme ölçütüdür. Performans, bir işi veya bir görevi başarabilme gücü olarak sözlükte tanımlanabilir.

Performans, belli bir zamanda üretilen mal veya hizmet miktarı olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca alan içerisinde Etkinlik, verim, çıktı kavramları ile de tanımlanabilmektedir. Ayrıca kişinin yeteneği ve motivasyonu arasındaki etkileşim olarak da ifade edilebilir (Torrington ve Hall, 1995: 316). Performans, işi yapan bir çalışanın, grubun veya kurumun bunu ne kadar gerçekleştirdiğinin nitelik ve niceliksel olarak bir ifadesidir (Celep, 2008:54).

Diğer bir ifadeyle belirlenen hedeflere ulaşılma derecesine göre gerçekleştirilen faaliyeti ifade etmek için kullanılır. Bu yönüyle performans etkililik (effectiveness) kavramıyla yakından ilgilidir (Çevik, 2008:54). Performans işi yapan çalışanın hedefe ne kadar yaklaştığını nereye ulaşabildiğini gösterir.

2.2. Performansı Etkileyen Faktörler

Performansı etkileyen faktörleri 3'e ayrılmaktadır. Bunlar;

- Kişisel faktörler
- Örgütsel faktörler
- Çevresel Faktörler

2.2.1. Kişisel Faktörler

Performansı etkileyen faktörlerin başında kişisel faktörler yer almaktadır. Her kişisel faktörlerin özelliği işin yapısına göre değişiklik gösterebilmektedir. Sonuç olarak da performans artacaktır. Bu nedenle iş görenin iş performansını arttırmak için; öncelikle kişinin kişisel özellikleri ve yetenekleri ile işi arasında uyumun sağlanması çok önemlidir. Bu nedenle yöneticinin temel çabasının ilki özellik tespiti yapmak olmasıdır (Işık, 2012: 20).

2.2.2. Örgütsel Faktörler

Personelin başarısını ve performansını etkileyen faktörlerden bir de örgütsel faktörlerdir. Örgütsel faktörler kavramını ise örgütün yapısı, örgütün amaçları, örgütün politikaları, örgütteki sorumluluklar, yetkiler, görev paylaşımı ve örgütteki çalışma koşulları oluşturmaktadır. Örgütte çalışan her birey yaptığı işin gerektirdiği yeteneğe ve becerilere sahip olmalı ve ayrıca görev tanımları da olmalıdır. Örgüt içindeki çalışanlar arasındaki uyum ve ayrıca örgütte birimler arasındaki etkili bir eşgüdümün sağlanmış olması da performansı etkilemektedir (Işık, 2012: 20).

2.2.3. Çevresel Faktörler

Toplumsal sistemlerden biri de örgüttür. Örgütler açık sistem olup, çevre ile örgüt arasında etkileşim bulunmaktadır. Bu nedenle çevreden girdi alır ve çevrelerine bir takım çıktılar verirler. Örgüt çevresinden hammadde, enerji, inşaa gücü vb. kullanarak mal ve hizmete dönüştürürler.

Kültür kişinin gerek dış çevre ile olan ilişkisini gerek ise genel kültüre olan yakınlık derecesini de etkiler. Yaşadığı kültür içinde ilişkide bulunduğu işletmelerle olumlu ve olumsuz beraberlikler kişi için önemlidir. Olumlu etkileşimler kişiye güdüleyici ve başarıyı artırıcı nitelik taşır (Uysal, 2012: 15).

3. PERFORMANS DEĞERLENDİRME KAVRAMI

3.1. Performans Değerlendirme

Performans değerlemede iki amaç bulunmaktadır. Bunlardan ilki; örgütteki iş görenlere bireysel performansları hususunda iş geri besleme vermesini sağlamaktır. Diğer ise, çalışanlar ve yöneticiler arasındaki bilgi alışverişini sağlamak ve böylelikle çalışanların katkısını sağlayan bir ortam meydana getirmektir (Palmer, 1993:66). Günümüzde işletmelerin başarısında birçok faktör olsa da genellikle personelin göstereceği performansa bağlı olmaktadır. Personeldeki yüksek performans netice-

sinde işletme amaçları yüksek kalitede, hızlı bir şekilde ve çok az hata ile gerçekleştirilecektir (Yaralıoğlu, 2001: 129).

Son yıllarda Türkiye’de insan kaynakları uygulamalarındaki performans değerlendirmeleri ile ilgili çalışmalarının sayısı giderek artmıştır. Performans, kişilerin veya kurumların ulaşmak istedikleri amaca hangi oranda ulaşabildiğinin ölçütü iken performans değerlendirmesi ise, kişilerin ya da kurumların performanslarının önceden belirlenmiş bazı standartlara göre ölçüldüğü süreçtir (Sümer, 2000: 59). Çoğu örgüt günümüzde artan rekabet ortamında başarı kazanmak için inşaa kaynaklarını etkili bir şekilde kullanılması gerekliliğinin farkına varmışlar ve performans yönetiminin önemi artmaya başlamıştır.

Performans değerlemesi yapılarak, çalışanlar ve örgüt analiz edilir, başarı düzeyi belirlenir. Performans değerlemesi; örgütte çalışanların işteki verimliliklerini tespit etmek ve aynı zamanda etkinliklerinin, eksikliklerinin, yeterliliklerinin, fazlalıklarının, yetersizliklerinin değerlendirilerek çalışanların başarılarını ölçen bir süreç olarak tanımlanabilir (Bayraktar ve Şentürk, 2007: 360).

Performans değerlemesi dinamik bir sistem olup, eğitim ve gelişmeye açık bir sistemdir. Performans değerlendirme sisteminin kurulması gereklidir. Bunun için ise bir ön çalışma yapılmalıdır. Performans değerlemenin kimlere, kimler tarafından yapılacağı belirlenmeli, ayrıca değerlendirme periyodlarının ile değerlendirme yönteminin açık ve net bir şekilde belirlenmelidir (Sabuncuoğlu, 2005:186).

3.2. Performans Değerlendirmenin Amaçları

Performans ölçümüne ilişkin çalışmalar, genellikle örgütlerin verimliliğini ve etkililiğini artıracı olacak prosedürlere ve araçlara odaklanmıştır. Araştırmalar, uygun ölçüm ve performans yönetimi yoluyla örgütlerin aşağıdaki alanlarda fayda sağlayabileceğini göstermiştir (Micheli ve Mari, 2014: 148);

- a) Örgüt stratejisinin oluşturulması, uygulanması ve gözden geçirilmesi,
- b) Elde edilen sonuçların paydaşlara iletilmesi, marka ve itibarın güçlendirilmesi,
- c) Her seviyedeki çalışanların motivasyonu, performans iyileştirme kültürünün oluşturulması ve örgütsel öğrenmenin teşvik edilmesidir.

3.3. Performans Değerlendirmenin Kuralları

İyi bir şekilde dizayn edilmiş performans yönetimi süreci başarılı bir performans yönetimi sistemini beraberinde getirecektir (Çolak, 2010: 14).

Performans yönetimi kuralları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Organizasyon hedefleri paylaşılmalı, çalışanların hedefleri ile işletmenin hedefleri birbirine uyumlu olmasına çalışılmalı,
- Hedefler net ve anlaşılır olmalı,
- Performans geliştirmeye yönelik bir plan geliştirilmeli,
- Zorlamadan çok işbirliği ile hareket edilmeli,
- Performansın artırılmasına yönelik olarak işletmenin vizyonu geliştirilmeli ve bunlar çalışanlara anlatılmalı,
- Çalışanların inisiyatif almaları teşvik edilmeli,
- Yönetim tarzı açık, dürüst ve karşılıklı iletişime dayalı olmalı,
- Bilgi akışında bilgilendirme sürekli olmalı, işletmenin kendisinin ve dış çevresinin performans durumları hakkında bilgi toplanmalı ve sürekli güncellenmeli,
- Hedefler revizyon edilebilmeli, organizasyonun değişen hedefleri çalışanlara anlatılmalı,
- Hedefler gerçekleştirilirken ortak performans gösterilmeli, ölçüm ve değerlendirme birlikte yapılmalı,
- Tüm organizasyonda sistemi uygulanması sağlanmalıdır.

3.4. Performans Değerlendirmenin Yararları

Örgütler ve iş görenler için çok önemli olan performans değerlendirmelerin yararları çalışanlar, yöneticiler ve işletmeler olmak üzere üç başlık altında incelenecektir.

a. Performans Değerlendirmenin Çalışanlar İçin Yararı

Performans değerlendirmenin çalışanlar açısından yararları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Helvacı, 2002: 160);

- İş görenin işini düzgün yapması için gerekli olan yetenek, bilgi ve nitelikleri belirler,
- Güçlü yanlarını görüp takdir etmeyi ve zayıf yanları varsa bunları belirleyerek sorunları beraber çözer,

- Staj ihtiyaçlarını, şikâyetleri, disiplin problemlerini, terfi olasılıklarını belirler.

b. Performans Değerlendirmenin Yöneticiler İçin Yararı

Performans değerlendirmenin çalışanlar açısından yararları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kaplan, 2013: 25);

- Astlar ile ilişkileri ve iletişimi güçlendirir.
- Yüksek performanstaki iş gücünün tespit edilmesini sağlar.
- Düşük performanstaki iş gücünün tespit edilmesini sağlar.
- Kurumun; elemanlarından ne istediğini tanımlamasını yapar.
- Performans ile ilgili yapıcı geri bildirim verir.
- Çalışanın yeteneklerini nasıl kullanması gerektiği hakkında rehberlik eder.
- Kişisel gelişim ve kişisel eğitimleri organize eder.
- Çalışanlar ile arasındaki güveni geliştirir.
- Performans değerlendirmesi ile yönetici de kendi performansını değerlendirebilir.

c. Performans Değerlendirmenin Örgüt İçin Yararı

Performans değerlendirilmesi ve performansın ölçülmesi bilimsel kriterler ve ilkeler ışığında olmalıdır. Bu ilkeler (Aktan, 2009: 37):

- Kriterler objektif ve ölçülebilir nitelikte olması gereklidir. Çalışan iş gücü ile ilgili öznel değerlendirmelere yer verilmemesinde fayda vardır.
- Kriterler sadece yapılan işle ilgili olmalı.
- Çalışanlar performans kriterlerini önceden bilmelidir.
- Performans değerlendirme objektif olunmalıdır.
- Performans değerlendirme kriterleri oluşturulurken amaç her zaman başarıyı tanımak ve ödüllendirmek olmalıdır.
- Performans değerlendirme için kullanılan kriterler tespit edilirken çalışma sonuçları ölçülmelidir.
- Performans değerlendirme ve ölçülmesinde çalışanın liderlik ve yöneticilik yeteneği dikkate alınmalıdır.

- Organizasyon içinde çalışanların performans değerlendirilmesinde müşterilerin şikayetleri de esas alınabilir.

4. PERFORMANS YÖNETİMİ

Örgütsel etkinliği artırmayı amaçlayan çalışanların performans ölçümü ve yönetimi ifade eden performans yönetimi, organizasyonlarda giderek daha yaygın bir uygulama olmaya başlamıştır (Dewettinck ve Dijk, 2013: 806). Performans yönetimi, belirlenen hedefler ve standartlar doğrultusunda örgütten pozitif sonuçlar almak için bir aracı olarak tanımlanmıştır (Armstrong, 1991:397). Performans yönetimi, örgütün hedeflerine sürekli etkin ve verimli bir şekilde ulaşılmasını sağlayan faaliyetlerdir.

Performans yönetimi, örgütsel etkililiğin kritik bir yönüdür. Ayrıca, çalışanların üçte birinden daha azı, örgütlerin performans yönetimi sürecinin performanslarını iyileştirmede kendilerine yardımcı olduğuna inanmaktadır (Gruman ve Saks, 2011: 123).

Örgütlerin karşılaştığı zorluklar, performans yönetimine dikkat çekmiş olup sistemlerine yeniden odaklanılmasına ve çalışan performansını iyileştirmenin yollarını keşfetmesine yol açmıştır (Gruman ve Saks, 2011: 123). Performans yönetimi ile örgütün becerilerini ve katkılarını sürekli iyileştirmeleri gerektiği bir örgüt kültürü oluşturmak genel amaçtır (Bolton, 1997: 248).

Performans yönetimi içinde insan kaynakları yönetimi, iletişim, örgütsel kültür, yönetim anlayışı gibi temel faaliyetleri birbirine bağlayan bir stratejidir. Bu unsurlar örgütten örgüte değiştiği için performans yönetimi stratejisi de değişiklik gösterecektir (Çevik ve Göksu, 2008: 57). Performans yönetimini uygulamanın tek bir yolu yoktur. Bunun için örgütün ihtiyaçları, farklılıklarını göz önüne alarak şirkete özgü bir model oluşturulmalıdır (Öztürk, 2009: 42).

4.1. Performans Yönetimi Sistemi Süreci

Performans değerlendirme, çalışanın niteliklerinin işin gereklerine uygun olup olmadığının ve çalışanın iş içerisindeki performansının analizidir (Kozak, 1999:30). İş performansı, iş tanımı ve iş analizleri ile belirlenen standartlara ne kadar yakınlıklarına dair geri beslemeye yönelik iki hedefi bulunmaktadır (Tınaz, 1999: 399).

Performans değerlendirme öncesi değerlendirme ile ilgili uyulması gereken temel kurallar kısaca aşağıdaki gibidir (Yıldız, 2012: 24);

- Değerlendirme kriterlerinin belirlenmesi

- ✓ Kişilik özelliklerine dayalı kriter
- ✓ Davranışlara dayalı kriter
- ✓ Çıktılara yada sonuçlara dayalı kriter
- Kriterlerin değerlendirilmesi
- ✓ Kriterlerin uygunluğu
- ✓ Kriterlerin eksikliği
- ✓ Kriter karşılığı
- Standartların belirlenmesi
- ✓ Karşılaştırmalı standartlar
- ✓ Mutlak standartlar
- Faktör seçimi
- Değerlendirmeyi kim/kimlerin yapacağını belirlenmesi
- ✓ Değerlendirmenin bağlı bulunan yönetici tarafından yapılması
- ✓ Kendi kendine değerlendirme
- ✓ İş arkadaşları tarafından değerlendirme
- ✓ Astlar tarafından değerlendirme
- ✓ Müşteriler tarafından değerlendirme
- Değerlendirme aralıklarının belirlenmesi
- Değerlendirmenin nasıl yapılacağını belirlenmesi
- Değerlendirme yapacakların eğitilmesi
- Yöneticilere ve işgörelere bilgi verme

4.1.1. Performans Planlama

Planlama aşamasında örgüt için belirlenen stratejik plan doğrultusunda örgütteki çalışanlar için daha kısa vadeli hedefler oluşturulmalıdır. Hedefler, belirli bir zamanda organizasyonlardan veya çalışanlardan beklenen sonuçlardır. Hedefler performans kriterlerine göre belirlenmelidir. Genellikle 6 aylık veya yıllık olarak yapılır ve oluşturulan planlar yıl içinde gözden geçirilir. Performans planlama; işletme ve bölüm hedeflerinin incelenmesi, yöneticinin iş tanımının oluşturulması, performans planlarının oluşturulması, hedef belirlemelerin yapılması adımlarını içermelidir (Yıldız, 2012: 25). Etkili bir performans yönetimi için çalı-

şandan ne beklenildiğinin açık bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Aynı zamanda örgütün ve çalışanın performansının iyileştirilmesi için ne, ne zaman, nasıl, kim sorularının da cevaplanması gerekmektedir.

4.1.2. Performans Değerlendirme

Performans değerlendirmesi, çalışanların veya kurumların performanslarının belirlenen kriterlere göre ölçme işlemini içeren bir süreçtir (Yelboğa, 2006: 200).

Performans değerlendirmesi, çalışanların görev başındaki performansları için kullanılan bir süreçtir olup çalışanlar ile birlikte performans yönetimi sisteminin bir parçasıdır (Uysal, 2015: 33).

4.1.3. Performans Geliştirme

Mwit'ya göre örgütte çalışanların performansını geliştirmek için aşağıdaki maddelerim örgüt tarafından üstlenilmedi gerekmektedir (Şanlı, 2011: 23);

- Bireysel ve örgütsel amaçların net bir şekilde belirlenmesi,
- Ortak bir planlamanın yapılması,
- Örgütün amacı ile stratejisi ile ilgili bağ kurulması,
- Çalışanların eğitim ve gelişim ihtiyaçlarının tanınması,
- Çalışanların performans değerlendirme sonuçlarını kullanması,
- Performans anlaşmaları yapması,
- İç ve dış iletişim ağının kurulması.

4.2. Performans Planlarının Yapılması

Performans planlanma sorumluluğu kurumun yöneticisine aittir. Performans planlarının yapılması aşamasında astın katılımı ile sistemin işleyişin daha yararlı olacaktır. Performansın planlanması, kendi içinde bir süreç olarak kabul edilmelidir. Çünkü planlama, sadece çalışanın ulaşması gereken hedeflerin belirlenmesi olarak kabul edilmemekte, aynı zamanda örgüt tarafından belirlenen hedeflere ulaşmak için gerekli olan süreçlerin hazırlanması, yöneticinin performans planlarını uygularken karşılaştacağı sorunların önceden tahmin edilmesi ile çıkacak sorunlarla ilgili önlemlerin alınması gibi hususları da kapsamaktadır (Uysal, 2012: 41).

Performans Yönetimi, örgütsel etkinliğin artırılması nihai amacı ile bir kişi veya grubun performansını artırmak için bir örgüt tarafından uğraşılan bir dizi etkinliği içerir (Dewettinck ve Dijk, 2013: 809).

4.3. Performans Değerlendirme Yöntemleri

Performans değerlemenin amacı değerlendirme amaç ve geliştirme amacı olmak üzere iki gruba ayrılabilir. Değerleme amaçları; ücretlendirme, ödüllendirme, terfi, rütbe düşürme, işten uzaklaştırma gibi konular ile alakalı iken geliştirme amaçları ise; yönetici geliştirme, başarının geliştirilmesi, geribildirim, insan gücü planlaması gibi süreçleri ile alakalıdır (Can ve Kavuncubaşı, 2001: 170). Performans değerlendirme çalışmalarını çok sık yapmak verimli değildir. Çünkü bu çalışmalar zor ve zaman alıcıdır. Bunun yanı sıra performans değerlendirmenin çok sık yapılması ise örgütte çalışanlar üzerinde baskı oluşolusturaaktır (Barutçugil, 2002: 186).

Günümüzde birçok performans değerlendirme yönteminden bahsedilebilir. İşletmeler yapıla işin niteliğine göre en uygun performans değerlendirme yöntemini belirlemek zorundadır. Uygulanacak olan performans yönteminin doğru seçilmesi performans değerlendirmenin en önemli adımıdır. Çünkü kullanılacak olan yöntemin yanlış seçilmesi sonucunda elde edilecek sonuç da yanlış olacak bu ise bir işletmenin karşı karşıya kalabileceği en önemli problemlerden biri olacaktır.

4.3.1. Kişilerarası Karşılaştırmalara Dayalı Yaklaşım

4.3.1.1. Sıralama Yöntemi

Bu yöntemde; bir çalışanı diğerleriyle karşılaştırmak esastır. Bu değerlendirme yapılırken değerlemeyi yapan kişinin çalışanı ve başarıyı beraber dikkate alması gerekmektedir. Bu yöntemde kişiler sayısal olarak değerlendirilmezler bu nedenle de çalışanlar arasındaki başarı farklılıklarının derecesi de tam anlamı ile anlaşılamamaktadır. Ayrıca çalışanların güçlü ve güçsüz yanları ve geleceğe yönelik yol göstermesi hakkında geri bildirim sağlamıyor olması da dezavantajdır (Barutçugil, 2004: 428).

4.3.1.2. Zorunlu Dağılım Yöntemi

Schneider ve Schmitt'e göre zorunlu dağılım yöntemi; birden çok değerlendirme amirinin varlığında ve değerlendirilen kişi sayısının fazla olması durumlarında düzgün sonuçlara ulaşmak için kullanılan faydalı bir yöntemdir (Öztürk, 2008: 19).

Zorunlu dağılım yöntemi çalışanlar arasındaki karşılaştırmalar ile yapılmaktadır. Değerlendirme yapanların değerlendirdikleri çalışanları değerlendirme ölçeği ya da çizelgesinin herhangi bir yerinde kümelenmelerine engel olmak amacıyla bu yöntem geliştirilmiştir. Örgütlerde

işgörenlerin performans düzeylerinin normal dağılım eğrisine (çan eğrisine) uygun bir dağılım göstermesi gerektiği düşünülür. Bu nedenle dörtlü ya da beşli bir ölçeğe göre değerlendirme yapılır (Helvacı, 2002: 162).

4.3.2. Ortak Performans Kriter ve Standartlarına Dayalı Yaklaşım

Çalışanın performansı görev ve sorumluluklarını hangi ölçüde yerine getirdiklerine göre değerlendiren bir yaklaşımdır. Her çalışanın performansı birbirinde bağımsız olarak değerlendirilmelidir. Kurum içindeki çalışanların hepsi aynı kıstaslara göre değerlendirilmesi uygun olmayabilir. Örgütte çalışan gruplara farklı değerlendirme kriterleri uygulanabilir (Ada, 2008: 26).

a. Grafik Değerlendirme Ölçekleri Yöntemi

Performans değerlendirme yöntemleri içerisinde en fazla kullanılan yöntemlerden birisidir. değerlendirmesini yapacağı her ast için değerlendirmecide, bir form bulunur ve bu formdaki kriterlere göre değerlendirmesini yapar.

Grafik değerlendirme ölçekleri farklı şekillerdedir. Grafik değerlendirme ölçekleri yöntemi, işin başarı bir şekilde yapılmasına dari bir ölçek oluşturularak, derecelendirme yapma esasına göre dayanmaktadır (Akçakanat, 2009: 27-28).

b. Kontrol Listesi Yöntemi

Kontrol listesi yönteminde değerlendirci, formda belirtilen faaliyetlerden çalışanın sahip olduğu kriterleri seçmesine dayalıdır (Eraslan ve Algün, 2005: 97).

✓ Avantajları:

- o Bu yöntem pratiktir ve maliyeti düşüktür,
- o Değerlendirmeci işaretleme işlemini kolay yapmaktadır,
- o Bu yöntemin sonuçları tutarlıdır.

✓ Dezavantajları:

- o Halo etkisi görülebilir,
- o Ağırlıklı puanlar iyi atanmalıdır.
- o Aynı departmanda bile bazı faaliyetler aynı ağırlığa sahip olmayabilir.

4.3.3. Geleneksel Değerlendirme Skalaları

Bu yöntemlerde değerlendirme kriterleri üç gruptadır: Çalışanın bireysel özellikleri, işe ait davranışları ve yaptığı işin çıktıları ölçülür. Bu yöntemgrafik değerlendirme skalaları olarak da bilinmektedir. Çalışanın performansının aynı özelliği birden çok faktör ile ölçülmemelidir.

4.3.4. Davranışsal Değerlendirme Skalaları

Bu yöntem, performansı davranışsal düzeyde değerlendirmeyi hedefleyen bir yöntemdir (Helvacı, 2002: 164). Davranışsal değerlendirme skalaları yöntemi çalışanın durumu ile ilgili tek seçeneğin işaretlenmesi ile yapılmaktadır. Bu formun hazırlanmasında çalışanın katılımına izin verilmesi sağlamıştır (Eraslan ve Algün, 2005: 97).

✓ Avantajları:

- Çalışanın daha fazla benimsediği bir yöntemdir,
- Ücret ve kariyer planlaması için kaynaklık eder,
- Çalışanın işi esas alınır.

✓ Dezavantajları:

- Yöntem zaman alıcıdır ve maliyeti yüksektir.

4.3.5. Bireysel Performans Standartlarına Dayalı Yaklaşım

Kişiler, gerçekleştirdikleri hedeflere göre oluşturulan bireysel standartlara göre değerlendirilmektedirler. Bu yaklaşımda; doğrudan indeks yöntemi, standartlar yöntemi ve amaçlara göre yönetim olmak üzere üç temel yöntem bulunmaktadır (Daştan, 2012: 58).

a. Doğrudan İndeks Yöntemi: Yöneticiler, astlarının devam ya da işten ayrılma oranları birer değerlendirme kriteridir. Yönetici olmayan çalışanlar için ise durum kalite ve miktar standartlarına göre değerlendirilirler. Bu yöntemde müşteri şikayetlerinin sayısı, hatalı ürün miktarları, üretilen parça sayısı, müşteriler değerlendirme kriterlerini meydana getirir (Uyangil, 1994: 51).

b. Standartlar Yöntemi: Standartlar yönteminde performans standartları, işgören ile yönetici yada işgörenlerin oluşturduğu bir grup ile yöneticileri arasındaki görüşmeler sonucu işletmenin amacına uygun biçimde belirlendikten sonra oluşturulan standartlar, sonuçlar ile karşılaştırılır ve çalışanların performans dereceleri saptanır (Daştan, 2012: 59).

Bu yöntemi kullanmanın en önemli avantajı, hedefler dikkate alınarak, çalışana açık ve net bir şekilde yön çizilerek örgütte çalışanların

motivasyonunun arttırılmasıdır.

4.3.6. 360 Derece Performans Değerlendirme Yöntemi

Performans değerlendirmesi içerisinde en yeni ve popüler olanı çok kaynaklı performans değerlendirmesi ve geribildirim kullanılmasıdır. Organizasyonlarda personellerin çok sayıda insanla birlikte çalışmaya başlaması ve çalışanlarla ilgili farklı perspektiflerden daha kapsamlı ve doğru geribildirim alma gereksinimin ortaya çıkması 360 Derece Performans Değerlendirme sistemini gerekli kılmıştır. Özellikle Toplam Kalite Yönetimi (TKY) yaklaşımlarının hakim olduğu, yöneticilerin yanında personelin de karar alma süreçlerinde söz sahibi olduğu organizasyonlarda, sadece üstün astı değerlendirdiği geleneksel-klasik değerlendirme yöntemleri (yukarıdan-aşağı yaklaşımı) işlevsiz hale gelmiştir (Camgöz ve Alperen, 2006: 194).

Bir çalışanın performansının algılanması astlarına, meslektaşlarına ve amirlerine göre değişim göstermektedir. Bir çalışanın yöneticisi ile yaptığı etkileşim mutlaka bir gösterge değildir aynı zamanda çalışanın meslektaşları veya astları ile nasıl etkileşime girdiği de önemlidir (Latham vd., 2005: 80). Bu şekilde çalışanın farklı yönlerini de gözlemlemek için çok yönlü geribildirim alınmış olunur.

4.4. Performans Değerlendirme Sonuçlarının Kullanım Alanları

Performans yönetimi; çalışan işe başladıktan sonra bir takım performans kriterlerine göre çalışanın izlenmesi, değerlendirilmesi, bu değerlendirmeye göre ödüllendirilmesi ve gelişim-eğitim faaliyetlerinin planlanması-uygulanması ve kişinin kariyer planı ile şirket yedekleme planı ışığında kariyerin yönetildiği bir süreçtir. Bu süreçte neyi ölçeceğiniz, nasıl ölçeceğiniz, hangi zaman aralıklarında ölçeceğiniz kadar, ölçüm sonucunda elde edilen sonuçların nerelerde ve nasıl kullanılacağı da çok önemli bir unsurdur. Performans değerlendirme sonuçlarının örgütlerde birçok kullanım alanları bulunmaktadır (Işık, 2012: 22).

4.5. Performans Yönetimi Sistemindeki Hatalar

Bu bölümde performans değerlendirmesi sırasında yapılan çeşitli hatalardan ve bunları önleme çalışmaları yer almaktadır.

4.5.1. Hale Etkisi

Değerlendiricinin astının performansındaki, birbirinden bağımsız ve belirgin özellikler arasındaki farklılıkları görememesi ve doğrultuda hatalı 66 değerlendirme yapması anlamına gelmektedir (Kaynak vd., 1998: 222). Hale etkisi, yöneticinin belli bir iş alanında mükemmel olan

çalışanını diğer alanlarda da daha yüksek değerlendirmesinden kaynaklanır. Bu durumun aksi de geçerlidir. İşin tamamında başarılı bir çalışan bir tek yönde başarılı değilse, çalışanın başarılı olmadığı yönü ile öne çıkarılması ve değerlendirmesi de hale etkisine neden olur (Yıldız, 2012: 38).

4.5.2. Ortalama Eğilim (Gos Eğrisi)

Çalışanlarla ilgili yapılan değerlemelerin kontrolünde kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde beş derece bulunmaktadır. Yönteme göre; 1. Derecede yer alan çalışan işin gerekleri bakımından yetersizdir. 3. Derecede yer alan çalışan işin gereklerini yerine getiren bilgi, yetenek ve kişiliği ile ön planda olan kişidir. 5. Derecede bulunan çalışan ise, işin gereklerinin çok üstünde yetenek ve beceriye sahip kişi olarak dikkate alınır (Sabuncuoğlu, 2000: 180).

Performans değerlendirmelerinde sıklıkla karşılaşılan sorunlardan biri, herkesin “vasat” olarak değerlendirilmesi eğilimidir. Bu durumda değerlendirme gerçek değildir. Ayrıca hiç kimse yüksek ve düşük bir değerlendirme almaz. Değerlendirici, çalışanlara yol göstermekten ve çalışanlara tavsiyede bulunmaktan ve olumsuz bir değerlendirme yapmaktan kaçınır (Uysal, 2012: 81).

4.5.3. Fazla Hoşgörü

Fazla hoşgörü üç nedene dayanmaktadır. Bunlardan ilki; değerlendiren kişilerin konu ile ilgisiz olmaları nedeniyle bol not vermesidir. İkinci neden; değerlendiren kişilerin insani özelliklerinin ağır basması ile gerçekçi bakamamasıdır. Üçüncü neden ise; bazı amirlerin değerlendirme sistemine karşı olan tutumlarıdır (Uysal, 2012: 81).

4.5.4. Fazla Katılık

Değerlendiricilerin değerlendirdikleri işgörenler hakkında genellikle olumsuz düşünmesi ve puanlama sırasında oldukça düşük puanlar vermesi durumunda ortaya çıkmaktadır (Uysal, 2012: 81). Bu şekildeki bir eğilim ise çalışanların heyecanlarının ve motivasyonlarının düşmesine neden olacaktır (Bingöl, 2006: 351).

4.5.5. Yakın zaman Etkisi

Performans değerlendirmeleri tüm performans dönemini kapsamalıdır. Genellikle değerlendirme dönemi bir yılı kapsar. Dönem başındaki olayları hatırlamakta zorlanan yönetici sürecin başındaki olayları hatırlamada zorlanacağı için değerlendirme son birkaç ay içinde yaşanan olaylara göre yapmaktadır (Uyargil, 1994: 79).

4.5.6. Kontrast Hatalar

Bu hata türü birden çok işgücünün rastgele birbirleri ile kıyaslanmaları sonucu ortaya çıkabilmektedirler (Ügeöz, 2003: 207). Bu duruma örnek olarak; orta düzeydeki bir eleman, çok başarılı olan birkaç elemanın ardından değerlendirildiğinde başarısız olarak değerlendirilebilir ya da yine aynı eleman birkaç başarısız elemandan sonra değerlendirildiğinde ise başarılı sayılabilmektedir. Değerlendirilen kişi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak ve her çalışanı spesifik olarak değerlendirmek bu tür yanlış değerlendirmeleri önleyebilir (Uysal, 2012: 81).

4.5.7. Tek Yönlü Ölçüm Hatası

Yönetici genellikle tek ölçütle yetinmektedir. Bu durumda yapılan bir performans değerlemesinde yanlış bir kanıya oluşmakta ve bunun sonucunda ise sağlıklı bir değerlendirme yapılamaz. Bu nedenle de kuruma yarardan çok zararı olabilir (Bayraktaroğlu, 2008: 133).

4.5.8. Kişisel Önyargılar ve Objektif Olamama

Değerlendiren ile değerlendirilen arasındaki kişisel önyargılar performansın önyargılı değerlendirilmesine neden olacaktır (Bingöl, 2006: 352). Bu şekilde yöneticilerin kişisel önyargıları ile hareket etmektedirler.

5. SONUÇ

Çağımızın en belirgin özelliği sürekli ve hızlı bir değişim içinde bulunmasıdır. Bu durum da örgütler üzerinde; yeni gelişmeleri takip etmek ve yenilikçi ve yaratıcı olmak için baskı yaratmaktadır. Günümüzde örgütler, başarıya ulaşabilmek için yaratıcı, yenilikçi ve değişimci olmak zorundadırlar.

Örgütlerin en büyük rekabetçi yönü insan kaynaklarıdır. Örgütte, insandan etkin faydalanmanın tek yolu ise etkili bir performans yönetim sisteminin kurulmasıdır. Performans yönetim sisteminin etkinliği de çok yönlü geri bildirimlerin alındığı dinamik bir örgüt yapısı ile mümkündür.

Yöneticiler kurumlarda verimlilik ve etkinliğin sağlanmasında ve kurumda hizmetlerin daha kaliteli bir şekilde yürütülmesinden sorumludur. Bunun için çalışanların başarılarının ölçülmesi, eksikliklerinin giderilmesi, üretken olmaya teşvik edilmeleri gerekmektedir. Performans yönetimi sistemi kurumlarda verimliliğin ve etkinliğin sağlanmasında büyük önem taşımaktadır. Performans yönetimi ile performansın artırılmasına yönelik olarak bir planın belirlenmesi, çalışanların per-

formanslarının izlenerek, ölçülmesi ve ortaya çıkan sonuçların analiz edilmesi ile yönetsel kararlar alınmasına yardımcı olacak verilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır. Bu süreçte çalışanların gelişmeye yönelik eğitim ihtiyaçları belirlenir, motivasyonları sağlanır, terfi yükselme gibi kararlar alınır.

Günümüzde kurumsal performans seviyesi, işletmelerin pazardaki gücünü belirleyen önemli bir gösterge olarak görülmektedir. Dolayısıyla işletmeler kurumsal performansı iyileştirme ve yükseltmeye önem vermeli, bu yönde yapılması gerekenleri bir “yönetim” mantığı içinde ele almalıdır.

KAYNAKLAR

- Ada, B. (2008). Türk Kamu Personelinin Performans Değerlendirmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Akçakanat, T. (2009). İnsan Kaynakları Yönetiminde Performans Değerlendirme: Isparta İl Emniyet Müdürlüğü'nde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Aktan, C., C. (2009). Performans Yönetimi: Organizasyonlarda Performans Değerlendirme Ve Ölçme. Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 1, Sayı 1, 25-49.
- Armstrong, M. (1991). A hand book of personel management practice. 4. the edition, London: Kogan Page
- Bakan, İ. vd. (2012). Bankalarda Performans Değerleme Ve Ücretleme İlişkisine Dair Çalışanların Algılamaları: Yerli Ve Yabancı Menşeli Banka Uygulamalarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Alan Araştırması. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.17
- Barutçugil, İ. (2004). Performans Yönetimi. İstanbul, Kariyer Yayıncılık.
- Bayraktaroğlu, S. (2008). İnsan Kaynakları Yönetimi, Sakarya.
- Bayyurt, N. (2011). İşletmelerde Performans Değerlendirmenin Önemi Ve Performans Göstergeleri Arasındaki İlişkiler, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Sayı:53.
- Bingöl, D. (2006). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Arıkan Yayıncılık.
- Bolton, T. (1997). Human Resource Management: An introduction. Massachusetts: Blackwell Publishers.
- Camgöz S., M., Alperen İ., N. (2006) “360 Derece Performans Değerlendirme ve Geri Bildirim: Bir Üniversite Mediko-Sosyal Merkezi Birim Amirlerinin Yönetmelik Yetkinliklerinin Değerlendirilmesi Üzerine Pilot Uygulama Örneği. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa, Yönetim Ve Ekonomi, Cilt:13 Sayı:2.
- Can, H., Akgün, A., Kavuncubaşı, Ş. (2001). Kamu ve Özel Kesimde İnsan Kaynakları Yönetimi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Celep, H., (2010). Kamu Sektöründe Performans Yönetimi Ve Ölçümü. T.C. Maliye Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.
- Çevik, H., H., vd. (2008). Kamu Kurumlarında Performans Yönetimi. Seçkin Yayın, Ankara.
- Çolak, C. (2010). Performans Kavramı, Değerlendirmesi Ve Balıkesir İl Emniyet Müdürlüğü Yıldırım Ekipler Amirliği'nde Performans Uygulaması Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi.

- Daştan, S. (2012). Organizasyonlarda Zaman Yönetiminin İş görülenlerin Performansına Etkisi. Gazi Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Dewettinck, K., Dijk, H., V. (2013). Linking Belgian Employee Performance Management System Characteristics With Performance Management System Effectiveness: Exploring The Mediating Role Of Fairness. The International Journal of Human Resource Management, Vol. 24, No. 4, February
- Eraslan, E., Algün, O. (2005). İdeal Performans Değerlendirme Formu Tasarımında Analitik Hiyerarşi Yöntemi Yaklaşımı”, Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Der. Cilt 20, No 1.
- Gruman, J. A. and Saks, A. M. (2011). Performance management and employee engagement. : 123). Human Resource Management Review 21. 123–136.
- Helvacı, M., A. (2002). Performans Yönetimi Sürecinde Performans Değerlendirmenin Önemi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt:35, sayı1-2.
- Işık, M. (2012). İnsan Kaynakları Yönetimi Ve Performans Değerlendirme Konusunda Ampirik Bir Çalışma. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş.
- Kaplan, H. (2013). İlkokul Ve Ortaokul Yöneticilerinin Performansını Düşüren Okul İçi Etkenler. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Kaynak, T., Adal, Z., Atalay, İ., Uyargil, C., Sadullah, Ö., Acar, A., C., Özçelik, O., Dünder, G., Uluhan, R., (1998). İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları.
- Kozak, M. A. (1999). Otel işletmelerinde insan kaynakları yönetimi ve örnek olaylar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Latham, G.P., Almost, J., Mann, S. and Moore, C. (2005). New Developments in Performance Management. Organizational Dynamics, Vol. 34, No. 1, pp. 77–87.
- Micheli, P. and MARI, L. (2014). The theory and practice of performance measurement. Management Accounting Research 25 (2014) 147–156
- Öztürk, S. (2008). Bir Üretim İşletmesinde Bireysel Performans Değerleme Sistemi Kurulumu Ve Bir Karar Destek Sistemi Tasarımı” Başkent Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Palmer, M. S. (1993). Performans değerlendirmeleri. İstanbul: Rota Yayınları, Kişisel Gelişim ve Yönetim Dizisi: 9.
- Sabuncuoğlu, Z. (2000). İnsan Kaynakları Yönetimi, Bursa: Ezgi Kitapevi Yayınları.
- Sabuncuoğlu, Z. (2005). İnsan Kaynakları Yönetimi, 2.baskı, Bursa.
- Sümer, C. H. (2000). Performans Değerlemesine Tarihsel Bir Bakış ve Kültürel Bir Yaklaşım. Türk Psikoloji Dergisi, 57-90.

- Şanlı, B., M. (2011). İlköğretim Okullarındaki Performans Yönetimi Uygulamaları İle Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki. Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Tınaz, P. (1999). Performans değerlendirme sistemlerinin önemi ve Türkiye’deki uygulamalarına ilişkin bir inceleme. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, (5).
- Torrington, D., Hall, L. (1995). Personel Management. HRM in Action
- Uyangil, C. (1994). İşletmelerde Performans Yönetimi ve Sistemi. İstanbul Üniversitesi. İşletme Fakültesi Yayınları. No:262. İstanbul.
- Uysal, A. (2012). Hemşirelerde Performans Değerleme Yöntemi Konusunda Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul
- Ügeöz, P. (2003). Performans Değerlemesi ve Sorun Alanları. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, (3):199-213.
- Yaralıoğlu, K. (2001). Performans Değerlendirmede Analitik Hiyerarşi Proses. D.E.Ü.İ.İ.B.F Dergisi, Cilt:16, Sayı:1
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, “İş,Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi Cilt:8 Sayı:2 , Haziran, ISSN: 1303-2860
- Yıldız, F. (2012). Performans Verimlilik Ve Ücret İlişkisi”, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi

Bölüm 28

YEREL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ:

YABANCI ZİYARETÇİLERİN ETKİSİ

ÜZERİNDEN EDİRNE İLİ ÖRNEĞİ



Ayça BEYOĞLU¹

¹ Doktora Öğrencisi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Doktora Programı, ayca.beyoglu@hotmail.com, ORCID ID: 0000 0002 6094 4009

Giriş

Kalkınma, gelişme ve büyüme yolculuğu kapsamında, insanlık tarihi boyunca var olan bir uğraş durumundadır. Her ülkenin kendi gelişim süreci içerisinde, farklı dönemlerde farklı şekillerde kullanılan kalkınma çabaları, pek çok ülkede ulusal düzeyde izlenen ekonomik politikalar arasında yer almaktadır.

Az gelişmiş ve gelişmiş ülke ayrımına dayanaklık eden sanayi devrimi ve ülkelerin sanayi bakımından geri kalmış olma durumu göz önünde bulundurulduğunda jeopolitik konum, doğal kaynaklar ve sosyo-kültürel değerler açısından zengin bir mirasa sahip olan destinasyonların turistik değerlerine yapacağı yatırımın kalkınma için önemi yadsınamaz durumdadır.

Bacasız sanayi olarak nitelenen turizm sektörü, turistik potansiyele sahip ülke ve bölgeler açısından ekonominin önemli bir kaldıracı durumundadır. Hizmetler sektörü içerisinde, ulaşım, yeme-içme, ticaret, konaklama, inşaat ve bankacılık sektörü gibi farklı sektörlerle de etki eden turizm; başta döviz girdisi sağlamakla birlikte ödemeler dengesi, ihracat, gelir dağılımında yarattığı düzenleyici etki, istihdam ve yeni iş imkânları sağlamak suretiyle yarattığı ekonomik etkiler ile refah seviyesinin yükselmesinde önemli bir yere sahiptir.

Turizm sektörünün, dünyada hızlı büyüyen sektörlerin başında geldiği bilinmektedir. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizme artarak devam eden ilgi, son yıllarda ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile birleşerek boş zaman ve harcanabilir geliri turistlerin destinasyon tercihlerine göre değişik coğrafyalara kolayca ulaştırabilmiştir.

Kalkınma çabalarında yerelin, yerel kalkınma anlayışı içerisinde de turizmin rolü her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Turistik potansiyele sahip olan yörelerin özellikle sanayi sektörü üzerinden gelişim şansı bulamadığı durumlarda turistik potansiyelini stratejik bir yönetim ile avantaja çevirebilmesi kalkınma çabalarında önemli bir yer tutmaktadır.

Bu çalışmada, kalkınma, yerel kalkınma ve turizm kavramları açıklanarak turizmin yerel kalkınmadaki rolü Edirne ili örneği üzerinden incelenmektedir. Edirne'nin turistik açıdan sahip olduğu potansiyeli; Edirne'nin eski bir Osmanlı başkenti olarak biriktirdiği tarihsel, kültürel ve mimari miras, kentin ülkemizi Avrupa'ya bağlayan bir sınır kenti olarak konumlanışı ile birleşerek Edirne'yi önemli bir turistik destinas-

yon haline getirmiştir. Bu çalışmada, bir sınır kenti olarak Edirne'nin yabancı turistler tarafından yoğun olarak ziyaret ediliyor oluşu yabancı turistlerin sayısı ve gerçekleştirdikleri harcamaları kapsamında yerel ekonomide yarattıkları katkı üzerinden incelenmiştir. Turizmin ekonomik ve siyasi koşullar-kısıtlamalar, doğal afet, savaş, terör ya da salgın hastalıklar gibi dış faktörler sebebiyle maruz kalabileceği olumsuz etki kapsamında, dünyayı 2020 yılının başından itibaren etkisi altına alan Covid-19 salgının küresel ekonomide yarattığı durgunluk da çalışma kapsamında göz önünde bulundurulmuştur. Bu etki gözetilerek, salgın koşullarında turizmin seyri, Edirne ili özelinde 2020 yılına ait verilerin önceki yıllar ile karşılaştırılması üzerinden yerel ekonomiye yansımaları tartışılmıştır.

1. Kalkınma Kavramı ve Yerel Kalkınma

Kavram olarak kalkınma; gelişme ve ilerleme idealleri taşıyan ve sıklıkla modernleşme, sanayileşme, ekonomik büyüme gibi hedef değerleri gözeten anlamlara bürünmüş şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bu algıda, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonunda sanayileşmesini ileri düzeye taşımış ülkeler ile geri kalmış olarak nitelenen ülkeler arasındaki gelir makasının büyük ölçüde açılması etkili olmuştur. Sanayileşme ile birlikte üretim, çalışma hayatı, istihdam ve dolayısıyla ekonomi üzerinde yoğunlaşan tartışmalar kalkınma kavramının ekonomik büyüme ile birlikte anılır olmasına ve ulusal düzeyde bir kalkınma anlayışının gündeme gelmesine sebep olmuştur (Kaya, 2007:8).

Ekonomiye ilişkin sayısal göstergeler izlenerek bir ülke ya da bölge ekonomisi hakkında elde edilen veriler üzerinden izlenen rakamsal artışlar çoğunlukla kalkınma olarak algılanmakla birlikte bazı durumlarda artan rakamların yapısal anlamda bir dönüşümü sağlayamıyor oluşu bu rakamsal artışların “büyüme” kavramına işaret ettiğini göstermektedir (Kılıçoğlu, 2018:5).

Ekonomik kuramlar açısından büyüme; toplam gelir artışı ve kişi başına düşen ortalama gelir artışını ifade etmektedir. Gelir artışı sermaye, toprak, hammadde ve iş gücü gibi üretim faktörlerinin de arttığının göstergesidir (Demiral, 2017:158). Ekonomik göstergeler, mal-hizmet üretimi ve tüketimi ile ekonominin farklı seviyelerine ilişkin değişimleri ölçmektedir. Bir ülke veya bölgedeki ekonomik faaliyetin ölçülmesi halkın ekonomik refahı hakkında da bilgi vermekte ve yaratılan ekonomik değerin halkın refahını karşılama seviyesi ölçülmektedir (The World Bank).

Kalkınma kavramı, yapısal bir gelişim ve beraberinde yaşanan bir ilerleme sürecini ifade ederken, zaman içerisinde, eğitim, sağlık, sosyal, kültürel, çevresel vb. ön takılar olarak kapsamı genişlemiş ve farklı boyutları ile tartışılır olmuştur.

Kalkınmanın özü “insan” ve insan ihtiyaçları” ile birlikte şekillenen bir refah artışı olarak; eğitilmiş nüfus, kalifiye işgücü, nüfusun sosyal güvenliği, sağlık ihtiyaçlarının karşılanması, kültürel ve çevresel zenginlik ile birleşerek yaşam kalitesindeki artışa işaret etmektedir.

Zaman içerisinde, toplum refahı, eğitim, sağlık, sosyal politikalar, kültürel ve çevresel alan kavramları ile birlikte anılarak kapsamı genişleyen kalkınma olgusu, farklı boyutları ile ele alınmaya başlandıkça kalkınmaya yönelik çabaların da merkezi yönetimin yanı sıra yerel yönetimleri sürece dâhil eden yeni bir arayış ile evrildiği görülmektedir (Kaya, 2007:9).

Ulusal düzeyde yürütülen ekonomik büyüme ve kalkınma çabalarının tüm hükümetlerin temel amaçlarından biri olduğu çok açıktır. Bu amaca ulaştıran temel araç ise mevcut kaynakların ve potansiyelin en verimli şekilde kullanımıdır. Merkezi yönetim tarafından yürütülen ulusal kalkınma politikalarının belirli merkezler etrafında yoğunlaşabilmesi bazı durumlarda eşitsizliklere neden olabilmekte; bazı bölgeler diğerlerinden daha hızlı kalkınabilmekte ya da bazı bölgeler geri kalmışlığa mahkûm olabilmektedir. Bu durum, bölgeler arasında ekonomik faaliyetler, nüfus dağılımı, kentlerin ve çevre bütünlüğünün bozulması gibi sorunlara yol açmış ve kalkınmanın ekonomik ve sosyal maliyetlerini arttırmıştır (Kılıçoğlu, 2018:7)

Bu olumsuz etkiyi giderebilmek adına, son yıllarda, merkezi yönetim politikalarına dayanan ulusal kalkınma anlayışının yanı sıra yerel potansiyeli kullanarak ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel vb. alanlarda sürdürülebilir bir kalkınma anlayışının sağlayacağı faydalar üzerine tartışılmaktadır (Pektaş, 2010:7). Şüphesiz bu çabanın altında yerelleşme kavramının yattığı ortadadır. Yönetimsel faaliyetlerin en etkin şekilde yürütülebilmesinin halka en yakın olan birimler eli ile gerçekleşeceği yönündeki eğilim kalkınma kavramının da yerel kavramı ile birlikte anılmasına sebep olmuştur.

Bölgesel ölçekte ekonomik kalkınma ve yenilikçiliğin sağlanmasında, “mekân” boyutunun önemi ortadadır (Demiral, 2017:158). Mekân, yerel kalkınma anlayışının da ana temellerinden biridir. Yerel kalkınmada genel kanı, ekonomik bir kalkınma modeli olarak, kentte yaratılan ekono-

miyi canlandırarak yeni iş imkânları yaratmak suretiyle işsizliği önleme, azaltma ve yoksullukla mücadele üzerine geliştirilen yerel politikalardan oluşmaktadır (Darıcı, 2007:218). Bununla birlikte literatürde görüş birliğine varılan bir diğer nokta da yerel kalkınmanın sağlanabilmesi için yönetim yaklaşımı perspektifinde kamu, özel sektör ve sivil toplum ortaklığı ile birleşen “katılım” ve “iş birliği”nin gerekliliğidir. Bu anlayış çerçevesinde yerel yönetim, özel sektör, sivil toplum, üniversiteler, meslek odaları ve mümkünse sınır ötesi iş birlikleri kurulabilmesi önemlidir.

Bu iş birliği ile şekillenen yerel kalkınma sürecinin temel amacı ekonomik olarak kalkınmadır. Yerel ekonomik kalkınma anlayışı ile yerel kaynakların pazarlanması; yerel düzeyde büyüyen ya da yeni açılan işletmelerin sayısındaki artış, artan iş gücü ihtiyacı ve yerel ekonomiye dışarıdan sağlanan kaynak girişi ile birleşerek toplumsal refah artışı ile neticelenmektedir.

2. Yerel Kalkınmada Turizmin Yeri ve Önemi

21. yüzyılda, turizmin, dünyanın en büyük ekonomik faaliyetlerinden biri olduğu bilinmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hükümetler bir ithalat ve diplomasi aracı olarak turizm ile ilgilenmeye başlamış ve ulaşım inovasyonundaki gelişmeler ile birlikte turizm, uluslararası alanda büyüyen bir sektör haline gelmiştir (www.britannica.com).

Son yıllarda, ulaşım, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı dönüşüm ve ekonomik anlamda harcanabilir gelirin artması ile birleşen gelişmeler yeni destinasyonlara seyahat edebilmek için gerekli alt yapıyı sağlamış (Özer, 2010:1) gözükmektedir.

Turizm nedir? sorusu üzerinde tartışıldığında, tüm sosyal kavramlarda olduğu gibi, pek çok tanımın yapıldığı görülmektedir. Kavramın özü Latince “tornus” kelimesinden doğmakta ve “bir eksen etrafında dönme” hareketini ifade etmektedir. Kavram İngilizce, “tour” olarak “dairesele bir hareket içerisinde dolaşp geri dönme” şeklindeki hareketliliği ifade ederken bu hareketliliğin öznesi de gittiği yerlerde sürekli yerleşme amacı olmadan seyahat eden “turist”tir. Turizme ilişkin yapılan tanımlamalarda üzerinde uzlaşılan temel noktalar; insanların sürekli olarak yaşadığı yerlerden başka bölge ya da ülkelere tüketici olarak ve geçici süreliğine, gezip görme, eğlence, dinlenme, alış-veriş, ziyaret vb. sosyo kültürel ve psikolojik ihtiyaçlar ve bazen de iş sebebiyle yaptıkları ziyaretin varlığıdır (Yıldız, 2011:55).

Turistik faaliyetler ise, meydana geldikleri mekâna göre iki ana başlıkta incelenmektedir. Ülke sınırları içerisinde gerçekleştirilen seyahat-

leri kapsayan hareketlilik iç turizm olarak tanımlanırken, ülke sınırları dışında başka ülkelere yapılan ve yabancı dil bilgisi, döviz, pasaport gerektiren turizm türü ise dış turizm olarak adlandırılmaktadır. Turistlerin kendi ülkeleri dışına gerçekleştirdikleri ziyaretler gidilen ülkeye döviz girdisi sağladığından turist çeken ülkeler için ödemeler dengesi üzerinde önemli bir ekonomik etkiye sahip olmaktadır (Şeker, 2011:6).

Bu hareketlilik ekonomik anlamda geniş etkilere yol açarak günümüz dünyasının temel bir ihtiyacı halini almıştır. Öyle ki, günümüzdeki turizm aktiviteleri; iş, alış-veriş, arkadaş-akraba ziyareti, kültürel geziler, gastronomi, spor faaliyetleri, sanat ve festivaller gibi çeşitli amaçları kapsar hale gelmiştir.

Günümüz dünyasında turizm sektörünün büyüklüğüne bakıldığında, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine dayanarak, 2019 yılında en fazla turist çeken destinasyonlar; 89 milyon turist ile Fransa, 84 milyon ile İspanya, 79 milyon ile Amerika Birleşik Devletleri, 66 milyon ile Çin, 65 milyon ile İtalya ve 51 milyon turist ile Türkiye olarak açıklamıştır (UNWTO). Türkiye, son 5 yılda, gelen turist sayısı bakımından düzenli bir artış göstermektedir. Bu rakam 2015 yılında yaklaşık 40 milyon iken 2018 yılında 46 milyon civarındadır (UNWTO Tourism Highlights 2015-2020).

Ekonomiyle bağlantılı şekilde istihdama etkileri açısından turizm sektörü, 2018 yılı verileri itibarıyla, Türkiye’de yaklaşık 1 milyon 600 bin kişiye iş sağlayarak; dünya turizm sektörü istihdamında 5925000 çalışanı ile ABD, 5366000 çalışanı ile Filipinler, 2605000 çalışanı ile İspanya ve 2183000 çalışanı ile Brezilya’dan sonra 5. sırada yer almaktadır. Bu rakam 2015 yılından 2018 yılına gelen %15’lik bir artışı da ifade etmektedir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020:64).

Dünyanın 2020 yılı başından itibaren karşı karşıya kaldığı Covid-19 salgınının turizm üzerinde yarattığı etki bir yana bırakılırsa, bir ekonomik sektör olarak turizmin, ulusal-bölgesel-yerel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı açısından oldukça önemli bir yere sahip olduğu ortadadır. Bu yönüyle turizm, bölgesel gelişme anlamında yaşanabilen dengesizliklerin giderilmesinde de aktif rol almaktadır. Turist çekme anlamında avantajlı olan ve ürettiği strateji -politikalar ile bu avantajı gelire çevirebilen destinasyonlar için tarım, sanayi vb. kaynaklar ile gelişme imkânına sahip olmasa dahi dengeli bir şekilde kalkınmayı sağlayabilme fırsatı doğmaktadır.

Turizm, gelir etkisi ile kalkınma için gerekli olan döviz gücünü sağlamaktadır. Turizm yolu ile elde edilen gelirler, dış ülkeler ya da ku-

ruleşlardan alınan ekonomik yardımlara oranla olası siyasi yaptırımlar ve ekonomik kısıtlamalardan muaf oluşu sebebiyle üstünlüklere sahiptir. Dahası, ihracat bazında, tarımsal ürün ve hammadde ihracatından da daha fazla üstünlüğe sahip olan turizm mal ve hizmetlerinin fiyatları, ülkenin geleneksel ihracat ürünlerinin fiyatlarına oranla kendi denetimi altındadır. Bu noktada, yerli ve yabancı turistlerin ziyaretleri esnasında gerçekleştirdikleri tüketim harcamaları ile birleşen artan turizm talebini karşılamaya yönelik olarak yapılan turistik yatırımlarının da gerek turizm sektörü gerekse de turizmden etkilenen diğer sektörlerde gelirleri arttırma noktasında yarattığı zincirleme etki de ortadadır. Böylece, turizmin ekonomiye sağladığı katma değer, turistik mal ve hizmet üretiminin gayrisafi yurt içi hasıla içindeki payı ve turizm gelirlerinin ihracata oranı anlamında dış ticaretini de etkileyen bir sektör olarak turizmi kalkınma için önemli bir lokomotif haline getirmektedir (Çeken, 2008:298-300).

Ülkemizde, turizm sektörünün yapısı, büyüklüğü ve ekonomiye olan katkısının yarattığı zincirleme etkiyi incelemek adına Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği'nin 2014 yılında gerçekleştirdiği bir araştırma; öncelikle gıda, yeme-içme ve ulaşım olmak üzere 54 sektör üzerinde doğrudan etkisi olduğu saptanan turizm ve konaklama sektörünün, ekonomik kalkınmada itici güce sahip sektörlerin başında geldiğini ortaya koymuştur. Yoğun emek gücü talep eden sektörün özellikle istihdam sağlama açısından önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular, turizmdeki 1 birimlik talep artışının, ekonomiyi 2 birim canlandırdığını ve turizm sektörünün ekonomik faaliyet gösteren 59 sektör içerisinde ekonomiyi canlandıran 20. sektör durumunda olduğunu göstermiştir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020:15).

Günümüzde, dijital çağ olarak nitelenen süreçte geline nokta da ise dijitalleşme etkisi ile ekonomik yaşamın da büyük bir hızla dönüştüğü ve değiştiği görülmektedir. Öyle ki; bundan 200–300 yıl öncesine ülke ekonomileri için en önemli faaliyet ve sektör tarım iken, sanayi devrimi ve sonrasında yakalanan üretim artışı ile birlikte sanayi sektörü kalkınma ve ekonomik büyümenin anahtarı olarak görülmüştür (Bahar, 2008:61). Dijital çağ olarak nitelenen ve 2000li yıllardan sonrasına denk gelen yıllarda ise ekonominin itici gücü hizmetler sektörü ve yaratıcı gücü de insan zekası ve dahası yapay zekâ durumundadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri, ulaşım ve yapay zekâ entegrasyonunda 21. yüzyılın, ulusal ve yerel ekonomiyi güçlendirme ve kalkınma noktasındaki ihtiyacı, hizmetler sektörü ve dolayısıyla turizm üzerinden gelişmeye devam edecek şekilde dönüşümüne devam etmektedir.

3. Edirne'nin Turizm Açısından Sahip Olduğu Potansiyel

3.1. Tarihsel Süreçte Edirne

Kültürel etkinliklerin yoğun yaşandığı, süsleme sanatı ile mimari eserlerin vücut bulduğu, tıp tarihine geçen ilk uygulamaların görüldüğü ve Selimiye Camii ile ülkemize Batı'dan gelen ziyaretçileri karşılayan “Serhat şehri” ve “Der-i Saadet” (Mutluluk Kapısı) nitelemelerine sahip Edirne kentindeki ilk yerleşme hareketinin, yörede yaşayan en eski halk olan Trak soyundan gelen Odris’lerce Meriç ve Tunca nehirlerinin birleştiği noktada kurulduğu bilinmektedir. Odrisler’den sonra yörede Makedonyalılar egemen olmuş ve yörenin adı bu dönemde Orestia/Orestas olarak anılmaya başlanmıştır. Roma İmparatorluğu döneminde ise Hadrianus (117-138), kasabaya, sahip olduğu stratejik önem sebebiyle kent statüsü vermiş ve kendi adını koymuştur. Roma İmparatorluğu dönemi boyunca kent, Hadrianpolis olarak anılmaya başlanmış ve zamanla bu adlandırma Adrianopol olarak değişmiştir (edirneozelidare.gov.tr).

Asıl kimliğini Osmanlı hâkimiyetindeki yıllarda bulan kent, Edrinus/Edrune/Edrianabolı/Endiye olarak anılmaya başlanmış ve 16. yüzyılın başlarında kentin “Edirne” olarak adlandırıldığı görülmüştür. Sahip olduğu stratejik konumu sebebiyle Edirne, Osmanlı İmparatorluğu için her zaman kilit bir merkez görevi görmüş ve 1361 yılında 1. Murat tarafından gerçekleştirilen Edirne’nin fethi Osmanlı’ya, İstanbul’a yapılacak bir harekât için ihtiyacı olan stratejik üstünlüğü sağlanmıştır. Bu noktada Edirne, İstanbul’un fethine kadar, 1365-1453 yılları arasında, Osmanlı İmparatorluğu’na başkentlik yapmış ve Osmanlı’nın batıya yönelik tüm seferlerinde orduların konaklayarak batıya yöneldiği bir merkez üssü olarak kullanılmıştır (edirneozelidare.gov.tr).

3.2. Edirne İlinin Coğrafi Konumu

Marmara Bölgesi’nin Batı ucu olan Trakya bölümünde yer alan Edirne, batısında Yunanistan, kuzeyinde Bulgaristan, güneyinde Ege Denizi ve doğusunda Tekirdağ, Kırklareli ve Çanakkale illeri ile çevrili bir konumda bulunmaktadır. Edirne, kara ve demir yolu ile İstanbul’a ve sınır kapıları üzerinden de Avrupa’ya bağlanmış durumdadır. Edirne, ülkemizin Avrupa’ya bağlantısını sağlayan 5 adet sınır kapısına sahiptir. Kapıkule sınır kapısı Türkiye’nin en büyük kara ve demiryolu kapısıdır. Türkiye, Bulgaristan üzerinden Avrupa’ya Kapıkule ve Hamzabeyli sınır kapıları ile açılabilirdiği gibi Türkiye’den Yunanistan’a açılan diğer sınır kapıları da Pazarkule ve İpsala sınır kapılarıdır. Bunun yanı sıra Yunanistan’a Uzunköprü ilçesinden giden bir demiryolu sınır kapısı da mevcuttur (Edirne Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, s.17).

Şekil 1: Edirne İl ve İlçe Sınırları



Kaynak: *cografyaharita.com*, 08.02.2021.

3.3. Edirne İlının Sahip Olduğu Turistik Değerler

Bir ülke, bölge ya da yörenin sahip olduğu turizm arz koşulları ile o destinasyonun sahip olduğu doğal varlıklar, sosyo-kültürel varlıklar, altyapı ve ulaşım olanakları ifade edilmektedir. Bu kaynaklardan doğal ve sosyo-kültürel varlıklar destinasyonun turizm üstyapısını oluştururken, ulaşım ve altyapı olanakları ise turizm altyapısı kapsamında değerlendirilmektedir. Bu genel sınıflandırma ile birlikte her turistik destinasyonun eşit olanaklara sahip olmadığı, bazılarının bu olanaklar bakımından sahip olduğu üstünlüklerin varlığı ortadadır. Özellikle, kendiliğinden oluşan doğal varlıklar açısından değerlendirildiğinde örneğine başka hiçbir yerde rastlanamayan varlıklara sahip olmanın sağlayacağı çekicilik turizm açısından benzersiz bir avantaj ve üstünlüğü sağlamanın yadsınamaz katkısını ortaya koymaktadır (Bahar, 2008:70).

Sahip olduğu turizm kaynakları açısından Edirne ili, hem Türkiye’de hem de dünyada önemli avantajları sağlayacak değer ve olanaklara

sahiptir. Avrupa'ya açılan bir coğrafi konumda olması nedeniyle Edirne ili tarih boyunca zengin bir kültürel mirası biriktirebilmiştir.

Osmanlı yönetimi içerisinde “şehir mimarı” ve “mimarbaşı”nın yönlendirmeleriyle anıtsal nitelikte çok sayıda mimari esere kavuşan Edirne, dünyada, metrekare başına düşen tarihi eser sayısı bakımından ön sıralarda yer alan şehirler arasındadır. Eski Cami, Üç Şerefeli Cami, II. Bayezid Külliyesi ve Sağlık Müzesi, Sv. Georgi Bulgar Ortodoks Klisesi, Sv. Konstantin ve Helena Klisesi, Büyük Sinagog ve özellikle UNESCO Dünya Mirası Listesine kabul edilen Selimiye Camii gibi çok sayıda mimari şaheser ile donatılmış durumda olan Edirne’de Rumeli’de doğan ve günümüzde halen gerçekleştirilen Kırkpınar Yağlı Güreşleri, dünyanın en eski güreş festivali olarak, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası listesinde yer almaktadır (Benian, 2016).

4. Turizmin Edirne Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi

Türkiye’nin Avrupa’ya açılan sınır kapısı konumunda olan Edirne, ülkemizin en çok ziyaretçi alan turizm destinasyonları sıralamasında ilk sıralarda yer almaktadır. Kapıkule sınır kapısı ile Avrupa Birliği’ne bağlanan kent, özellikle Bulgar ve Yunan ziyaretçilerin uğrak noktası olmakla birlikte ülkemize giriş yapan gurbetçilerin de uzun yolculukları esnasında dinlenme noktası olarak konakladıkları bir noktadadır.

Türkiye’ye giriş yapan yabancı ziyaretçilere ilişkin verilerin izlendiği Şekil 2 de sınır kapılarından ülkemize giriş yapan yabancı ziyaretçilerin sayılarına ilişkin verilere yer verilmektedir.

Şekil 2: Türkiye’ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Sınır Kapılarının Bağlı Olduğu İllere Göre Dağılımı-Kasım 2020

Türkiye ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Sınır Kapılarının Bağlı Olduğu İllere Göre Dağılımı



Kaynak: <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/dashboard/1317>, 29.01.2021.

Haritada Türkiye'ye giriş yapan yabancı ziyaretçilerin Kasım 2020 tarihi itibariye sayılarına yer verilmiştir. Buna göre, yoğun olarak giriş yapılan sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında Edirne, İstanbul (5721856) ve Antalya (3406522) illerinden sonra 1992776 adet ziyaretçi ile üçüncü sırada yer almaktadır.

Tablo 1: 2018-2020 Yılları Aralık Ayında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere Göre Dağılımı

ÜLKELER	2020*	2020 MIL. PAYI %	2019	2019 MIL. PAYI %	2018	2018 MIL. PAYI %
Bulgaristan	102222	14.62	228800	10.65	206141	10.57
Rusya Fed.	90378	12.92	130521	6.08	99147	5.08
Almanya	47150	6.74	191846	8.93	178293	9.14
Diğer	459580	65.72	1596711	74.34	1467124	75.21
Toplam	699330	100	2147878	100	1950705	100

(*): Veriler geçicidir

Kaynak: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>
Turizm İstatistikleri Aralık 2020, 06.02.2021.

Veriler incelendiğinde, ülkemize en yoğun giriş yapılan üçüncü sınır kapısı Kapıkule sınır kapısı ve ülkemize gelen en yüksek sayıdaki yabancı ziyaretçi de Bulgaristanlı ziyaretçilerdir. Bu ziyaretçilerin giriş, geçiş ve yeri geldiğinde konaklama noktası da Edirne kentidir.

Edirne kentine gelen ziyaretçi sayısındaki artış, Turizm Bakanlığı'nın sınır kapılarında hesaplanan yabancı ziyaretçi sayısına ilişkin olarak yayınladığı istatistiklerinde, 2016 yılı Ekim ayında 2,5 milyon yabancı ziyaretçi iken, bu rakam 2019 yılı Ekim ayında 3,7 milyona ulaşmıştır. Her yıl yüzde 10 gibi istikrarlı bir artış gösteren yabancı ziyaretçi sayısının, 2020 yılında Covid-19 salgını sebebiyle ani bir düşüş yaşanmamış olduğu varsayımıyla 4 milyon olacağı tahmin edilmiştir. Son yıllarda açılan yeni oteller ve doluluk oranları, özellikle hafta sonları ve gurbetçilerin ülkemize yoğun olarak giriş yaptığı dönemler baz alındığında, bu artış devam etme eğilimindedir. Yaşanan bu gelişmeler, Edirne kentini, turizmin yanı sıra lojistik, sanayi ve hizmetler sektörü açısından önemli bir cazibe merkezi konumuna getirmiştir. Bu noktada Edirne'nin sosyo-ekonomik kalkınması açısından adeta bir sıçrama etkisi gösterecek gelişmenin de Ulaştırma Bakanlığı ve Avrupa Birliği ortaklığında inşası devam eden Halkalı-Kapıkule hızlı tren hattının

2023 yılında tamamlanmasıyla birlikte gerçekleşmesi beklenmektedir. Türkiye'nin kalbi durumundaki İstanbul ile Avrupa Birliği'ni birleştirecek köprü vazifesi gören Edirne, içinde yer aldığı Balkan coğrafyası için turizm, kültür, lojistik ve hizmet merkezi olma yolunda ilerlemektedir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020:37).

Tablo 1'de, son 3 yılın Aralık aylarına ilişkin veriler, ülkemize en çok turistin Bulgaristan'dan geldiğini göstermektedir. Bulgar ziyaretçiler ile birlikte Yunanistan'dan gelen ziyaretçilerin de ülkemize giriş yaptığı kapı olan Edirne'de özellikle son yıllarda TL'nin Bulgar Levası ve Euro karşısında yaşadığı değer kaybı ile kent adeta bir alış-veriş destinasyonuna dönüşmüştür. Bu dönemler itibarıyla, küçük esnaf ve pazar yerlerinden restoranlara, mağazalardan alış-veriş merkezlerine kadar Bulgarca ve Yunanca tabelalar ve yabancı plakalı araçlar Edirne'nin günlük rutini halini almıştır.

Fotoğraf 1: *Edirne'ye Bulgar Turist Akını*



Kaynak: <https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/edirneye-bulgar-turist-akini-suruyor>, 04.02.2021.

Fotoğraf 2 ve 3: Edirne 'de Bulgarca Ürün Tanıtımları



Kaynak: <https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/edirneye-bulgar-turist-akini-suruyor, 04.02.2021>.

2020 yılının başlarında dünyaya yayılan Covid-19 salgını sosyo-e-konomik hareketlilikte de dramatik bir düşüşe sebep olmuştur. Covid-19 sürecinde tüm dünyada alınan ulaşım ve sosyal mesafeye yönelik ted-birler ekonomik hareketlilikteki duraksamaların sebebi durumundadır. Dünyada yaşanan bu ekonomik kırılma döneminde Edirne Belediye Başkanı Recep Gürkan Covid-19 salgınına rağmen her gün yaklaşık

on adet işyeri açma ruhsatı imzaladığını belirtmiştir (Milliyet, 2020). Yabancı ziyaretçilerin ortalama harcamaları baz alındığında, Covid-19 kaynaklı ekonomik krizin aksine Edirne'ye ciddi bir döviz girdisi sağlandığı açılan yeni iş yeri hareketliliği ile açığa çıkmaktadır.

Covid-19 salgınının etkilerini bertaraf edercesine, Edirne'nin elde ettiği döviz girdisine ilişkin olarak, Edirne Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Recep Zıpkıncı, yabancı ziyaretçilerin ortalama 150 Euro harcadıklarını ve bu kapsamda gıdadan temizliğe, tekstilden hediyelik eşyaya, mobilyadan sağlık harcamalarına kadar adeta iğneden ipliğe tüm ihtiyaçlarını Edirne'den karşıladığını belirtmiştir. Bulgar toptancıların dahi Edirne'den alış-veriş yapıyor oluşu Edirne esnafı ve halkını Bulgarca afiş ve tanıtımlar ile birlikte yaşam sürer hale getirmektedir.

Aynı verileri destekleyen bir başka çalışmada Edirne Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yapılan bir anket, 2019 yılına ilişkin olarak, sınır kapılarında gerçekleşen giriş-çıkış rakamları incelendiğinde yaklaşık 2 milyon 200 bin Bulgar ziyaretçiye ek olarak 570 bin Yunan ziyaretçi ile Edirne ekonomisine ortalama 100 Euro harcama üzerinden yaklaşık 270 milyon Euro'ya yakın döviz girdisi sağlandığını göstermektedir (ticaret.gov.tr).

Tablo 2: Turizm geliri ve ziyaretçi sayısı, Çeyrekler Bazında 2019-2020

Yıl	Çeyrek	Çıkış yapan ziyaretçiler				Kişi başı ortalama harcama (\$)	Gecelik ortalama harcama (\$)
		Turizm geliri (Bin \$)	Değişim oranı ⁽¹⁾ (%)	Kişi sayısı	Değişim oranı ⁽¹⁾ (%)		
2019	Yıllık	34 520 332	17,0	51 860 042	13,7	666	68
	I	4 629 679	4,6	6 644 391	8,5	697	67
	II	7 973 963	13,2	12 762 346	15,3	625	68
	III	14 031 122	22,0	21 611 964	15,0	649	73
	IV	7 885 568	20,6	10 841 340	12,3	727	62
2020	Yıllık ⁽²⁾	12 059 320	-65,1	15 826 266	-69,5	762	61
	I	4 101 206	-11,4	5 639 413	-15,1	727	70
	II	-	-	-	-	-	-
	III	4 044 356	-71,2	5 604 155	-74,1	722	61
	IV	3 913 758	-50,4	4 582 698	-57,7	854	54

Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.

(1) Değişim oranı: Bir önceki yılın aynı dönemine göre hesaplanmaktadır.

(2) 2020 yılına ait yıllık veriler 1., 3. ve 4. çeyrekleri kapsamaktadır.

- Koronavirüs (COVID-19) nedeni ile sınır kapılarında anket yapılamadığından 2020 yılı 2. çeyreğe ilişkin veri yayınlanamamıştır.

Kaynak: <https://tuikweb.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=37438>, 04.02.2021.

Tablo 2'de Türkiye'nin 2019 ve 2020 yıllarına ait turizm geliri ve kişi başına ortalama harcama tutarlarına yer verilmiştir. 2019 yılında turizm gelirlerinde bir önceki yıl göre %17 artış kaydedilirken Covid -19

salgınının tüm dünyada yarattığı ekonomik krizin etkisiyle 2020 yılına ait turizm geliri %65 oranında bir gerileme kaydetmiştir.

Fotoğraf 4: *Kapıkule Sınır kapısında Bulgar Turistlerin Oluşturduğu Araç Kuyruğu*



Kaynak: <https://www.trthaber.com/foto-galeri/kapikulede-bulgar-turistler-uzun-arac-kuyrugunu-olusturdu/31960.html>, 08.02.2021.

Fotoğraf 4’te kaydedildiği üzere, Edirne ilinde, özellikle Covid-19 salgını döneminde Bulgaristan sınır kapısının açık olduğu aylarda elde edilen döviz girdisi kentte ciddi bir ekonomik rahatlamanın anahtarı olmuştur. En yakın tarih itibarıyla, 2020 Aralık ayında, yeni yıl alış-verişi için gelen ve Paskalya-yılbaşı kutlamalarından dönerken Kapıkule sınır kapısında yoğun bir özel araç kuyruğu oluşturan yabancı ziyaretçilerin yarattığı yoğunluk göze çarpmaktadır. Bu hareketlilik, Covid 19 salgını döneminde tüm dünyada yaşanan ekonomik sıkıntılara inat Edirne esnafının yüzünü güldürmüş durumdadır.

Tablo 2’de, ülkemizde geceleme yapan yabancı ziyaretçilerin gerçekleştirdiği ortalama harcama tutarı 2019 yılında 68 \$, 2020 yılında ise 61 \$ olarak gösterilmiştir. Tablo, Edirne örneği ile kıyaslandığında, Edirne Ticaret ve Sanayi Odası (ETSO) Başkanı Recep Zıpkıncı’nın 2019 yılında gerçekleştirdikleri bir anketin sonuçlarına dayanarak yaptığı açıklama üzerinden “*dövizdeki kur farkından faydalanmak için özel araç ve turlar ile kente gelen Yunan ve Bulgar turistlerin kentte yaptığı ortalama harcamanın 100 Euro ve yıllık 270 milyon Euro ile başta Edirne olmak üzere ülkemiz ekonomisi için önemli bir döviz girdisi olduğunu ve yerli-yabancı turist sayısı konusundaki 2023 yılı hedefinin 10 milyona ulaşmak olduğunu*” (ticaret.gov.tr, 2020) görmekteyiz.

Edirne'nin bir sınır kenti olması dolayısıyla, yurt dışına çıkışlarda kullanılan sınır kapıları bakımından ülkemizi Yunanistan'a da bağlıyor oluşu ve Yunanistan'ın Türk vatandaşları için sıklıkla tercih edilen bir tatil destinasyonu olması da özellikle İpsala sınır kapısı ve Pazarkule sınır kapısını ülkemizden Yunanistan'a sağlanan karayolu geçişlerinde işler hale getirmektedir. Öyle ki, 2019 yılında yaklaşık 800bin Türk vatandaşı Yunanistan'ı ziyaret etmiştir. Edirne üzerinden sağlanan geçişlerin bu rakamdan alacağı payın kent ekonomisi için sağlayacağı canlılık da katkısı bakımından değerlendirilmeye değer durumdadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020:34).

Sonuç ve Öneriler

Dünyada, hızla büyümeye devam eden ekonomik sektörlerden biri olarak turizm, yaratılan ekonomik değerden pay alma sürecinde, ulusal ve uluslararası boyutta bir rekabetin de baş aktörü durumundadır. Ulaşım ve iletişim olanaklarının gelişmesiyle birlikte küreselleşen turizm hareketleri turizmden elde edilen ekonomik kazancı ulusal sınırları aşan bir hızla dolaşıma sokmaktadır.

Turistik potansiyele sahip ülkeler için bağlantılı olduğu sektörleri de canlandıran bir etki alanına sahip olan turizm, döviz getirisi, mili gelire katkısı, istihdam etkisi, ödemeler dengesi ve cari açığın kapatılmasında önemli bir ekonomik işlev görmektedir.

Ekonomik kalkınmaya olan etkisi ile turizm, entegre olduğu destinasyonlara sosyo-ekonomik ve kültürel bir değeri yönlendirmekte ve yöre halkının ekonomik ve sosyal refahında etki sahibi olmaktadır.

Edirne'nin sahip olduğu turistik potansiyel, son yıllarda, özellikle sınır komşusu olduğu ülkelerden aldığı ve günümüz itibariyle sayısı 4 milyonu bulması beklenen (Covid-19 salgını öncesinde ulaşılması beklenen yabancı turist sayısı) turist sayısı ile kentin Balkan coğrafyasında gözde bir yatırım alanı olarak ele alınmaya başlanmasında etkili olmuştur. Açılan yeni konaklama tesislerinden restoranlara, alış-veriş merkezlerinden yeni ruhsatlandırılan iş yerlerine kadar artan talep bu yönelimi doğrular niteliktedir. 2023 yılında tamamlanması planlanan Halkalı-Kapıkule hızlı tren hattının da aktif hale gelmesiyle Edirne'ye yönelik yatırımların artacağı ortadadır.

Turistik anlamda yapılan ziyaretlerin iş, alış-veriş, akraba ziyareti, kültürel gezi, sağlık, inanç ziyareti, kültür-sanat, festivaller, spor, gastronomi vb. amaçları bulunmaktadır. Bu amaçlar Edirne ili özelinde ele alındığında Edirne'nin tarih, kültür, gastronomi ve alış-veriş destinasyonu olarak ön plana çıktığı görülmektedir.

Bu hususlar yabancı ziyaretçiler açısından ele alındığında, yapılan pek çok araştırmaya göre, bu ziyaretçilerin Edirne'ye öncelikli geliş amaçlarının alış-veriş yapmak olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, akraba veya arkadaş ziyaretleri ve eğlence de diğer önemli seyahat amaçlarıdır. Turistlerin Edirne'ye gelme amaçlarının ağırlıklı olarak alış-veriş yapmak olduğu göz önüne alındığında, kentin bir alış-veriş destinasyonu olarak tanıtımının arttırılması yerel ekonomide canlanmayı arttıracak ve döviz girdisi, istihdam etkisi gibi ekonomik göstergelere olumlu şekilde yansıyacaktır. Ağırlıklı olarak alış-veriş amaçlı ziyaretlerin gerçekleştirildiği göz önüne alındığında, Edirne'ye yönelik olarak hazırlanan seyahat programlarında alış-verişe yönelik etkinliklere yer verilmesi ve tanıtımının yapılması önerilebilir. Edirne'nin hem tarihi hem de alış-veriş kaynaklı değerleri olarak değerlendirilebilecek öncelikli alanlar ise, Edirne'nin simge alış-veriş mekânları olan Kapalı Çarşı, Arasta çarşısı ve Bedesten çarşısı olarak öne çıkarılabilir. Böylece hem tarihi-kültürel hem de alış-veriş turizmi birlikte sunulurken gelir elde edilebilecektir. Bununla birlikte Edirne'nin sahip olduğu alış-veriş mekânlarının Yunanistan ve Bulgaristan'ın Edirne'ye yakın olan bölgelerinin sahip olduğu alış-veriş olanaklarına göre daha ileri seviyede ve çeşitlilikte olması da yabancı turistlerden döviz girdisi elde edilebilmesi adına önemlidir.

Edirne'ye yönelen yabancı ziyaretlerin bir diğer önemli özelliği de tekrar ziyareti olmalarıdır. Bu anlamda, tek seferlik ya da birkaç kez ziyaret edilen destinasyonların elde ettiği avantajın yanı sıra aynı ziyaretçileri tekrar tekrar ağırlayan destinasyonların turizm hacmi için ilave bir değer sağladığı ortadadır. Edirne'nin Avrupa'ya açılan bir sınır kenti konumunda oluşu Edirne'yi ziyaret eden yabancı turistlerin ağırlıklı olarak Yunanistan, Bulgaristan'dan geldiği ve bu ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun Edirne'ye yönelik gerçekleştirdikleri ziyaretlerin alış-veriş amaçlı tekrar ziyaretleri olduğu bilinmektedir. Edirne'ye yönelik tekrar ziyaretinde bulunan turistlerin, genel olarak Edirne'yi tanıyan ve daha önceki Edirne ziyaretlerinden tatmin olmuş bireyler olduğu söylenebilmektedir. Bu durum dikkate alındığında, Edirne'yi ziyaret eden turistlerin, tekrar tekrar Edirne'ye gelmelerini ve harcamalar yapmalarını sağlayıcı teşviklerin sunulması ve kentin mevcut olanaklarının bu yönde geliştirilmesi yerinde olacaktır. Bu kapsamda turistlere, Edirne'nin alış-verişin yanı sıra çok fonksiyonlu bir destinasyon olduğunu gösteren tanıtımların yapılması ve gelecek seyahatler için özendirilmeleri gibi uygulamaların hayata geçirilmesi Edirne'nin yerel ekonomisine katkı sağlayacak bir diğer husustur.

Turizmin kalkınmaya etkisinin bir diğer boyutu olarak farklı kültürleri buluşturuyor oluşu Edirne özelinde ele alındığında, ülkemizin bazı dönemlerde siyasi sebepli tatsızlıklar yaşadığı özellikle Yunanistan açısından ülkemize yönelik negatif algıyı kırabilecek niteliktedir. Bu noktada Edirne ili aldığı yoğun Bulgar ve Yunanlı ziyaretçi ile ülkemiz ve vatandaşımızın tanıtımında bir köprü rolü üstlenmektedir.

Toplumsal etkileri bakımından değerlendirildiğine yabancı ziyaretçilerin sayısındaki artış, kentli vatandaşlar açısından da tarihi ve kültürel varlıklara olan ilgi, öğrenme ihtiyacı, yabancı dil öğrenme eğilimi, temiz çevre ve sürdürülebilirlik bilincinin sağlanmasına önderlik edecek niteliktedir.

Ülkemiz ve Balkan coğrafyasında, sahip olduğu potansiyel ile marka bir turizm destinasyonu olabilecek Edirne ilinin, turistik potansiyelini yerel kalkınmada daha da işlevsel kılabilmesi için; yerel yönetim, il özel idaresi ve ticaret-sanayi odasının yanı sıra kentteki tüm paydaşların katılımını gerekli kılan bir ortak harekete ihtiyacı olduğu da ortadadır. Bu kapsamda geliştirilebilecek öneriler;

- Edirne'nin sahip olduğu turistik değerlere yönelik tanıtım stratejilerinin geliştirilmesi,
- Kent yönetiminin, temiz bir çevrede sağlıklı yaşam alanı sunacak şekilde ulaşım ve altyapı hizmetlerini sorunsuz şekilde işler hale getirmesi,
- Kent yönetiminin, üretilecek proje ve etkinlikler ile ulusal ve uluslararası düzeyde Edirne'nin tanıtım sürecine katılımı genişletmesi,
- Yazılı ve görsel medya desteğini de kullanarak broşürler, afişler, reklamlar, kısa film v.b. tanıtım araçlarından destek alınması,
- Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak web sitesi ve sosyal medya desteğinin kullanılması,
- Yerel-ulusal ve uluslararası turizm firmaları ile iletişime geçilerek Edirne'nin stratejik konumunun tanıtımının yapılması,
- Kentte bulunan konaklama, dinlenme ve eğlence tesislerinin kapasite bazında kontrollerini gerçekleştirerek gelişimlerine destek sağlanması şeklinde sıralanabilir.

Kaynakça

- Bahar, O. (2008). Muğla Turizminin Türkiye Ekonomisi Açısından Yeri ve Önemi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 21, 61-80.
- Çeken, H. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt 10, Sayı 2, 293-306.
- Darıcı, B. (2007). Yerel Kalkınmada Küresel Yaklaşımlar ve Türkiye'nin Konumu, *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 215-221.
- Demiral, B. (2017). *Yönetim, Ekonomi, Siyaset Sarmalında Bölge*. İstanbul: Paradigma Akademi.
- Kaya, E. (2007). *Kent Yönetiminde Yeni Yaklaşım Yerel Kalkınma Yönetimi*. İstanbul:Okutan Yayıncılık.
- Kılıçoğlu, İ. (2018). *Yerel Kalkınmada Turizm Sektörünün Rolü ve Bartın İli Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Karaman.
- Özer, U. S. (2010). *Şehir Turizmi ve Kültür: Yabancı Turistlerin Kültürel Bir Destinasyon Olarak İstanbul'u Değerlendirmeleri Üzerine Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Pektaş, E. K. (2010). Türkiye'de Sosyal Belediyecilik Uygulamaları ve Temel Sorunlar, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, 4-22.
- Şeker, H. (2011). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Amasya Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerine Etkisi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt 3, Sayı 5, 54-71.
- URL-1:EdirneİlÖzelİdare,İlimizinTarihçesi,<http://edirneozelidare.gov.tr/ilimizin-tarihesi#:~:text=Edirne%201361%20y%C4%B1l%C4%B1nda%20I.Murat,bir%20%22%C5%9Eenlikler%20%C5%9Eehri%22%20d%C4%B1r>, (Erişim Tarihi: 30.01.2021).
- URL-2: Edirne Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, <https://www.edirne.bel.tr/images/Mevzuat%20ve%20Raporlar/2015%20-%202019%20Stratejik%20Plan.pdf>, (Erişim Tarihi: 30.01.2021).
- URL-3: Esin Benian, Tarih ve Kültür Kenti Edirne, <https://www.arkitera.com/gorus/tarih-ve-kultur-kenti-edirne>, (Erişim Tarihi: 30.01.2021).

- URL-4: Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Sınır Kapılarının Bağlı Olduğu İllere Göre Dağılımı, <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/dashboard/1317>, (Erişim Tarihi: 29.01.2021).
- URL-5: Bulgarlar Yılbaşı Alışverişi İçin Edirne'ye Akın Etti, <https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/bulgarlar-yilbasi-alisverisi-icin-edirneye-akin-etti-6392761>, (Erişim Tarihi: 04.02.2021).
- URL-6: Edirne'ye Bulgar Turist Akını Sürüyor, https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/edirneye-bulgar-turist-akini-suruyor,Qnc_8aLlkUGbovtuSNgkoA/GUg7uqPeR0SZ1QfF9h1ZAA, (Erişim Tarihi: 04.02.2021).
- URL-7: Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni Sayı 37438, <https://tuikweb.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=37438>, (Erişim Tarihi: 04.02.2021).
- URL-8: Ekonomi, The World Bank, <https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/themes/economy.html#:~:text=Growth%20in%20the%20economy%20is,in%20GDP%20at%20constant%20price.&text=It%20is%20also%20used%20to,income%2C%20and%20high%2Dincome>, (Erişim Tarihi: 05.02.2021).
- URL-9: Turizm, <https://www.britannica.com/topic/tourism>, (Erişim Tarihi: 05.02.2021).
- URL-10: Kapıkule Sınır kapısında Bulgar Turistlerin Oluşturduğu Araç Kuyruğu, <https://www.trthaber.com/foto-galeri/kapikulede-bulgar-turistler-uzun-arac-kuyruğu-olusturdu/31960.html>, (Erişim Tarihi: 08.02.2021).
- URL-11: Edirne İli Beş Yıldızlı Otel Ön Fizibilite Raporu, <https://www.yatirimadestek.gov.tr/pdf/assets/upload/fizibiliteler/edirne-ili-bes-yildizli-otel-on-fizibilite-raporu2020.pdf> (Erişim Tarihi: 08.02.2021).
- URL-12: TopDestinations, <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456> (Erişim Tarihi: 08.02.2021).
- URL-13: Edirne İl ve İlçe Sınırları, <http://cografyaharita.com/haritalarim/41-edirne-ili-haritasi.png>, (Erişim Tarihi: 08.02.2021).
- URL-14: Turizm İstatistikleri Aralık 2020, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html> Turizm İstatistikleri Aralık 2020, (Erişim Tarihi: 06.02.2021).
- URL-15: Bulgaristanlı ve Yunanistanlı Turistler Edirne'ye 270 Milyon Euro Bıraktı, <https://ticaret.gov.tr/blog/ulkelerden-ticari-haberler/bulgaristanli-bulgaristanli-ve-yunanistanli-turistler-edirneye-270-milyon-euro-birakti> (Erişim Tarihi: 09.02.2021).

Bölüm 29

GÜÇLENDİRME ALGISININ BİREYSEL PERFORMANS VE DUYGUSAL BAĞLILIK ÜZERİNE ETKİSİ



Sabiha SEVİNÇ ALTAŞ¹

1 Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO, Tıbbi Hizmetler ve Teknikleri, sabihass@sakarya.edu.tr, ORCID No: 0000-0003-2556-0357

GİRİŞ

Günümüzde bilim ve teknoloji sürekli gelişmekte, işgücünün yerini makinaların almaya başladığı görülmektedir. Bu gelişmelere rağmen hala işgücü örgütlerin en önemli kaynağıdır. Üstelik küreselleşme, artan rekabet ve değişen çevre koşullarında işgörenler en önemli rekabet avantajı olmaya devam etmektedir. Örgütü daha güçlü kılmak isteyen yöneticiler işgörenlerini güçlendirmektedir. Güçlendirme kavramı, iş gücüne daha fazla esneklik ve işle ilgili kararlar almak için daha fazla özgürlük sağlanmasını içermektedir (Nzuve ve Bakari, 2012, 83- 84). Güçlendirme, inisiyatif alma ve işteki zorluklara karşı nasıl yaratıcı tepkiler verileceğini öğrenmeyi ifade etmektedir (Laschinger vd., 2004:527). Güçlendirme, bireyin sahip olduğu işe yüklediği anlam, yetkinlik, otonomi ve etki ile ifade edilen dört alının oluşturduğu güdüsel bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca yapılan çalışmaların güçlendirmenin belirleyicileri ve sonuçları üzerinde yoğunlaştığı göze çarpmaktadır (Conger ve Kanungo, 1988; Thomas ve Velthouse, 1990; Spreitzer, 1995, 1996; Spreitzer et al., 1997).

İlgili yazın incelendiğinde, güçlendirmenin örgütsel ve yönetsel açıdan etkinliğin en temel bileşeni olduğu görülmektedir (Conger ve Kanungo, 1988: 471). Artan rekabet ortamında uygulanan güçlendirme ile, çalışanların inisiyatiflerini ve motivasyonlarını yükseltip, işin geliştirilmesi, örgütsel performansın, katılımın, esnekliğin ve bağlılığın artırılmasını amaçlayan bir yol olarak görülmektedir (Barrutia vd., 2009, 42).

Bu çalışma ile ilk olarak güçlendirme kavramı tanımlanmaktadır. Güçlendirme ile ilgili kuramsal çalışmalar irdelenmektedir. Yapılan bir araştırma ile güçlendirme, duygusal bağlılık ve bireysel performans arasındaki ilişkiler incelenmektedir.

1.TEORİK ÇERÇEVE

1.1.Güçlendirme Algısı

Günümüze kadar yapılan çalışmalardaki güçlendirme ile ilgili tanımlamalarda çeşitlilik görülmektedir. Güçlendirmenin çok boyutlu yapısı kavramın tanımlanmasını güçleştirmektedir. Ayrıca güçlendirmenin sağlanabilmesi için üst kademe yönetime bir takım görev ve sorumluluklar düşmektedir. Dolayısı ile güçlendirmeye bunlarla birlikte yöneticilerin yerine getirmesi gereken faaliyetler açısından bakıldığı görülmektedir (Honald, 1997: 202-203).

Pastor (1996) güçlendirmeyi, işgörenlerin kendi işlerinin gerektirdiği sorumluluğu alabilecekleri bir ortamın oluşturulması olarak tanımlamak-

tadır (Erstad, 1997: 325). Kanter (1977, 1979) ise, güçlendirmede örgütsel gücün paylaşılması gerektiğini ya da gücün işgörenlere verilmesini savunmaktadır. Honald (1997:203) güçlendirmenin sağlanabilmesi için merkezi olmayan bir yapının oluşturulması ve de işgörenlerin katılımının arttırılması gerektiğini ifade etmektedir.

Thomas ve Velthouse (1990) güçlendirmenin çok yönlü olduğunu ifade ederek daha geniş bir şekilde, artan içsel görev motivasyon oluşması olarak tanımlamışlardır. Böylece güçlendirme; anlam, yetkinlik, özerklik ve etkiden oluşan dört boyutlu motivasyonel bir yapı olarak açıklanmaktadır.

1-Anlam (Meaning): bir görevin yapılış amacının değeri, işgörenin ideallerine ve standartlarına bağlıdır. Bireyin sahip olduğu inanç, değer ve gösterdiği davranışlarla işin gerekleri arasındaki uyumla ilgilidir.

2-Yetkinlik (Competence): Kişinin, işini başarılı bir şekilde yapabilmesi için yeteneklerine olan inancı olarak açıklanmaktadır. Kişinin hem işini hem iş ortamını oluşturmak istemesi ve bunu gerçekleştirecek yetisinin bulunmasıdır.

3-Özerklik (Self-determination): Kişinin iş süreci ile ilgili inisiyatif kullanabilmesidir. Yani işi başlatma, devam ettirme ve denetleme gibi konularda karar verebilmesidir. İş metotları, iş hızı ve sarfedilen çaba konusunda kararlar alabilme iş davranışları, iş süreçleri ile ilgili özerklik örneklerindendir.

4-Etki (impact): İşgörenin işyerinde stratejik, idari veya operasyonel sonuçları ne derece etkileyebileceğidir. Etki ve özerklik birbirinden farklıdır. İkisi de kontrol duygusu ile ilgili olmasına rağmen, özerklik kişinin kendi işi üzerindeki, etki kişinin örgütsel sonuçlar üzerindeki kontrol duygusuna yöneliktir (Spreitzer,1995: 1443 - 1444).

Bahsi geçen dört boyuttan biri diğerinin öncülü ya da sonucu olmaktan ziyade hepsi güçlendirmenin farklı boyutlarıdır. Thomas ve Velthouse (1990), dört bileşeni ile güçlendirmeyi bilişsel bir yapı olarak ifade etmektedir. Ama, dört bileşenden birinin eksikliği kişinin güçlendirilme düzeyini düşürecektir. Dört bileşen, güçlendirmeyi neredeyse eksiksiz açıklayan bilişsel bir set sunmaktadır (Spreitzer, 1995:1443).

Bolat'a (2003:205-206) göre güçlendirmenin davranışsal ve bilişsel olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Konu sadece davranışsal boyut açısından ele alındığında, güçlendirme için gerekli olan şartlar oluşturulmaya çalışılırken işgörenlerin düşünceleri ihmal edilecektir. Halbuki güçlendirme aynı zamanda bilişsel bir olaydır ve psikolojik, kişisel özelliği de

bulunmaktadır. Bu sebeple koşullar oluşturulduğunda, çalışanlar arasında farklı biçimlerde algılama gerçekleşecektir. Bazı çalışanlar kendilerini güçlendirilmiş hissederken, bazıları tam tersini hissedebilmektedir. Dolayısıyla her iki boyut ta dikkate alınmalıdır. Çalışanların mevcut koşulları algılamaları, hissettikleri, nasıl güçlendirildikleri araştırılmalıdır. Elde edilen bulgular ile güçlendirme için gerekli koşullar mutlaka oluşturulmalıdır.

1.2.Bireysel Performans

Borman ve Motowidlo'ya (1997) göre iş performansı, genellikle resmi iş tanımlarında açıklanan işe özgü etkinlikleri içermektedir (Chiocchio, Essiembre, 2009:389). Genellikle işgörenlerin işlerini gerçekleştirmek için yaptıkları eylemlerden meydana gelmektedir. İşe harcanan çaba ve bunların sonucunda iş gereklerini gerçekleştirme ya da hedeflediklerine ulaşma derecesi olarak ifade edilmektedir. Performans, yalnızca örgütsel hedefin gerçekleştirilmesinde fark yaratabilecek davranışları ifade etmektedir (Motowidlo, Kell, 2012 :95). Benligiray'a göre (2004:141) performans, işinin gereğini yapan işgörenin, grubun veya örgütün hedeflenen amaç doğrultusunda neye ulaşılabilirdiğinin ya da neyin sağlanabildiğinin ortaya konduğu nitel ve nicel bir kavramdır. Örgütün işlerle ilgili amaçları bulunmaktadır. Birey ve grup performansı bu doğrultuda hedeflenenlere ne derece ulaşılabilirdiğinin göstergesi olmaktadır. Sistemin toplam performansı ise örgütsel performansı oluşturmaktadır. Fakat bireysel performans örgütler için en önemli ve de öncelikli performanstır. Bir örgütün işgöreninin gösterdiği performans kadar iyi olabileceği ifade edilmektedir (Çöl, 2008: 38). Performans, örgütsel hedeflere ulaşmak için çalışanların davranışlarının derecesini ifade etmektedir (Grant,2008:50). Açıklandığı üzere, işgören performansı çok önemli bir kavramdır ve örgütsel davranış literatüründe de çok çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Bu araştırma ile işgören performansı algısal bir durum olarak kabul edilerek, konulan hedeflerin başarılması, kaliteli ürün ve hizmet üretilmesi, zamanın iyi kullanılarak görevlerin tamamlanması ve aynı zamanda sorunların çözülmesi olarak tanımlanmaktadır.

1.3.Duygusal Bağlılık

Örgütsel bağlılık kavramı literatürde Whyte (1956) tarafından yer almaya başlamıştır ve kısa sürede araştırmacıların yoğun olarak üzerinde çalıştığı bir kavram olarak göze çarpmaktadır (Candan ve İnce, 2016: 234). Örgütsel bağlılık ile ilgili yapılan tanımlardaki farklılıklar dikkat çekicidir. O'Reilly (1989:18) örgütsel bağlılığı "Bir bireyin örgüte işle ilgili katılım, sadakat ve kurumun değerlerine olan psikolojik bağları" olarak

tanımlamaktadır. Porter ve arkadaşlarının örgütsel bağlılık tanımı literatürde kabul görmüş bir tanımdır ve bu tanımın üç özelliği dikkat çekicidir.

-Örgütün amaç ve değerlerine duyulan güçlü inanç,

-Örgüt amaçlarının başarılması için çabalama,

- Örgüt üyeliğinin kalıcı olmasına yönelik kuvvetli arzudur (Porter vd., 1974: 656).

Meyer & Allen (1984)'ın geliştirdiği örgütsel bağlılık modeli çok boyutludur ve en çok kabul gören model olarak görülmektedir. İlk başta duygusal ve zorunlu bağlılık boyutlarından oluşan modele sonradan normatif bağlılık eklenmiştir. Meyer ve Allen'in çok boyutlu örgütsel bağlılık modeli ile işgörenlerin örgütlerine olan bağlılığının duygusal, normatif ve zorunlu olmak üzere farklı, ayırt edilebilir üç unsura sahip olduğu ifade edilmektedir (Meyer vd., 2001: 20-21).

Allen & Meyer'in (1990)'ın geliştirdiği örgütsel bağlılık modelinin birinci unsuru duygusal bağlılıktır. Duygusal bağlılık işgörenlerin örgütlerine karşı duygusal ilgileri ile ilgilidir. Örgüte katılma, ait olma ve örgütsel özdeşleşme arzusu olarak tanımlanmaktadır. Zorunlu bağlılık, işgörenin işini kaybetmesi durumunda karşı karşıya kalacağı maddi boyut algısından oluşan bu sebeple örgüte devam bağlılığıdır. Zorunlu bağlılıkta çıkar, kazanç ve mübadele esasları ile ilgilidir. Zorunlu bağlılığın oluşmasında temel faktör örgütten ayrılmanın maddi boyutunun yüksekliğidir. İş görenler bu riski çoğu zaman almak istemezler. Örgütsel bağlılığın üçüncü boyutu olan normatif bağlılıkta değerler, inançlar vb. faktörler önemli rol oynamaktadır. Ahlaki değerler ve inançlar gereği örgütte kalmak ahlaki bir zorunluluk olarak algılanmaktadır (Meyer vd., 1998: 42).

1.4.Çalışanlarda Güçlendirme Algısı ile Bireysel Performans ve Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişki

Güçlendirme, yönetsel ve örgütsel etkinliğin sağlanmasında önemli rolü olan bir kavramdır. Çalışanların güçlendirildiği örgütlerde koşullar, çalışanların işlerini yapmaktan dolayı tatmin duymalarına, motivasyonlarının artmasına, işlerine ve örgütlerine daha çok bağlanmalarına yardımcı olmaktadır (Kluska vd., 2004:116).

İşgörenlerin örgütlerine olan bağlılıklarını arttırabilmek için, güçlendirmeden faydalanılmaktadır. Takım çalışmaları, işgörenlerin davranışlarını olumlu etkileyerek, örgütsel bağlılığı arttırmaktadır. İşgörenler takım içerisinde güven ve destek algısının oluşması ile bağlılıkta doğal olarak artmaktadır (Greenberg ve Baron, 2003). Güçlendirme çalışmaları ile iş-

görenler işin sahibi kabul edilerek örgütün bir parçası haline gelmektedir. Doğal olarak örgütsel bağlılık oluşmaktadır (Gümüştakin, Emet,2007:19).

Çöl(2004:125) tarafından onüç devlet üniversitesinde güçlendirme ve örgütsel bağlılık araştırılmıştır. Akademisyenler ve idari personele uygulanan çalışmada güçlendirmenin bağlılık türleri üzerindeki etkisi sorgulanmıştır. Bulgular, güçlendirmenin örgütsel bağlılığın duygusal ve normatif bağlılık boyutlarını arttırdığı yönündedir. Güçlendirme algısı akademisyenlerde zorunlu bağlılığı azaltmaktadır. İdari çalışanlarda ise zorunlu bağlılığı etkilememektedir. Duygusal bağlılık akademisyen ve idari personelde en çok hissedilen bağlılık türü olmuştur. Bir devlet üniversitesindeki 175 öğretim üyesi üzerinde gerçekleştirilen araştırmada güçlendirmenin dört boyutundan anlam ve otonomi boyutlarının örgütsel bağlılığı pozitif yönde arttırdığı bulgulanmıştır (Çekmecelioğlu, Eren, 2007:13). İki devlet üniversitesi çalışanları üzerinde gerçekleştirilen bir başka çalışmada da psikolojik güçlendirmenin duygusal bağlılık üzerinde doğrudan ve pozitif yönde etkisinin olduğu bulgulanmıştır (Tolay vd., 2012:449).

Ambad ve Bahron'un (2012), inşaat sektöründe çalışanlar üzerinde yaptığı çalışmada, güçlendirme boyutlarından anlam ve yetkinliğin örgütsel bağlılık üzerinde etkili olmadığını, özerklik ve etki boyutuyla örgütsel bağlılık arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu tespit etmiştir.

Üretim sektöründe orta ölçekli işletmeler arasında gerçekleştirilen bir araştırmada güçlendirme, duygusal bağlılık ve nicel işletme performansı arasında ilişkiler sorgulanmıştır. Bahsi geçen değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişkiler söz konusudur (Eren, 2014).

Ordu'da otel çalışanları üzerinde gerçekleştirilen bir çalışmada güçlendirme algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinin güçlü olmadığı tespit edilmiştir (Işık, Basım,2017:1590).

Güçlendirmenin örgütsel bağlılık (Laschinger vd., 2009a; Boonyarit vd., 2010) ve duygusal bağlılık (DeCicco vd., 2006) üzerinde pozitif etkileri olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Bahsi geçen pozitif çalışmaların yanı sıra güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişkili olmadığını belirten çalışmalara da (Chiang ve Jang, 2008) rastlanmaktadır.

İlgili yazında yapılan araştırmalar göz önünde bulundurularak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1. İşin anlamlılığı duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.

H2. İşgörenin yetkinlik duygusu duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.

H3. İşgörenin özerklik duygusu duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.

H4. İşgörenin etki duygusu duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.

Sigler ve Pearson (2000) güçlendirme ile performans ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri araştırarak pozitif ve anlamlı ilişkiler tespit etmiştir (Sigler, Pearson, 2000: 45-46). Çöl (2008) araştırmasında, güçlendirme algısının anlam-yetkinlik ve özerklik boyutlarının iş performansını pozitif etkilediğini bulgulamıştır. Oysa güçlendirmenin etki boyutu ile performansı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Afzali ve arkadaşlarının İran'da banka çalışanları üzerinde gerçekleştirdiği çalışmalarında güçlendirmenin iş performansını pozitif etkilediği tespit edilmiştir. Kirkman ve Rosen (1999:58) çalışmalarında güçlendirildiğini hisseden takımların bu duyguyu hissetmeyen takımlara göre daha üretken olduklarını bulmuştur. Erdem vd. (2016) eğitim sektöründe gerçekleştirdikleri çalışmalarında güçlendirmenin dört boyutu ve iş performansı arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler bulgulamıştır.

İlgili yazında yapılan araştırmalar göz önünde bulundurularak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H5. İşin anlamlılığı işgören performansını pozitif yönde etkiler.

H6. İşgörenin yetkinlik duygusu işgören performansını pozitif yönde etkiler.

H7. İşgörenin özerklik duygusu işgören performansını pozitif yönde etkiler.

H8. İşgörenin etkililik duygusu işgören performansını pozitif yönde etkiler.

Örgütsel bağlılığın bireysel performansa olan etkisinin araştırıldığı birçok çalışma bulunmaktadır. Eğitim, otelcilik, bankacılık gibi alanlarda yapılan çalışmalarda örgütsel bağlılığın iş performansı üzerindeki pozitif etkileri tespit edilmiştir (Ertan, 2008; Uludağ, 2018; Erdirençelebi & Yazgan, 2017; Kılıç, 2019). Otomotiv sektöründe gerçekleştirilen bir çalışmada duygusal ve normatif bağlılığın iş performansını pozitif etkilediği bulunmuştur (Altaş, Çekmecelioğlu, 2007). Özutku (2008) örgütsel bağlılığın üç boyutu ve performans arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında normatif bağlılık ile iş performansı arasında anlamlı bir ilişki bulamamıştır. Fakat duygusal bağlılık ile devam bağlılığı iş performansını pozitif yönde etkilemektedir.

İlgili yazında yapılan araştırmalar göz önünde bulundurularak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H9.Duygusal bağlılık işgören performansı ile pozitif ilişkilidir.

2.METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Sakarya ili Kamu Hastanelerinde görev yapan sağlık çalışanlarının güçlendirme algısı, bireysel performans ve duygusal bağlılık ilişkilerinin belirlenmesidir.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın anakütlesini Sakarya il ve ilçelerindeki kamu hastaneleri çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise il merkezinde bulunan üç kamu hastanesinin farklı bölümlerinde çalışan 219 kişi oluşturmaktadır.

2.3. Ölçekler

Bu çalışmanın verileri anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma Sakarya ili kamu hastanelerinin 219 çalışanı üzerinde gerçekleştirilmiştir. 300 anket sağlık çalışanlarına ulaştırılmıştır. 219 hastane personelinden elde edilen veriler SPSS 25.0 programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Faktör analizi ile güçlendirme, duygusal bağlılık ve performans değişkenlerinin faktör yapısı ortaya koyulmuştur. Güvenilirlik analizi ile belirlenen faktörlerin içsel tutarlılığı (alfa değerleri) hesaplanmıştır. Korelasyon analizi ile değişkenlerin birbiriyle ilişkileri tespit edilmiştir. Ardından bağımsız değişken güçlendirmenin bağımlı değişken olan bireysel performans ve duygusal bağlılık üzerindeki etkileri regresyon analizi ile belirlenmiştir. Son olarak duygusal bağlılık bağımsız değişken olarak ele alınıp bağımlı değişken bireysel performans üzerindeki etkilerini belirlemek üzere regresyon analizine tabi tutulmuştur. Anketler hastane ziyaretleri ile araştırmanın önemi yüz yüze anlatılarak teslim edilmiş ve geriye alınmıştır. Çalışanlara anketi oluşturan güçlendirme, duygusal bağlılık ve performans algısı ile ilgili açıklama yapılmıştır. Anket soruları beşli Likert ölçeği ile derecelendirilerek ölçülmüştür. (1) Kesinlikle Katılmıyorum (2) Katılmıyorum (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (Kararsızım) (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle Katılıyorum. Fakat eksiksiz olarak geriye dönen 219 veri SPSS 25.0 programı yolu ile değerlendirilmiştir. Anketlerin geriye dönüş oranı %73'tür.

Değişkenleri en iyi şekilde ölçebilmek için kapsamlı bir yazın taraması yapılmıştır. Uluslararası yazında çok çeşitli araştırmalar yapılarak

geçerliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçekler kullanılmıştır. Ölçeklerin çevirisi dil konusunda yetkin kişiler tarafından yapılmıştır. Önce İngilizceden Türkçe'ye çevrilmiştir. Sonra herhangi bir hata olmaması için sorular tekrar İngilizce'ye çevrilerek orjinalleri ile kontrol edilmiştir. Bu kontroller sonucunda anket formu oluşturulmuştur.

Bu araştırmanın temel değişkeni güçlendirme algısıdır. Kullanılan ölçek Spreitzer (1995) tarafından geliştirilmiştir ve 12 sorudan oluşmaktadır. Spreitzer'ın (1995) tarafından geliştirilen güçlendirme ölçeği ilgili yazında en çok kabul görmüş ölçektir. Güçlendirme dört boyuttan oluşmaktadır. Her boyut üç soru ile ölçülmektedir. Meyer ve Allen tarafından 1991 yılında geliştirilen örgütsel bağlılık ölçeği üç boyutludur. Literatürde en çok kullanılan ölçektir. Bu çalışmada üç boyuttan sadece duygusal bağlılık boyutu altı soru kullanılarak ölçülmüştür. Performans algısı ise Kirkman ve Rosen (1999)'dan alınan 4 ifade ile ölçülmüştür. Tüm değişkenlerin güvenilirlikleri kabul edilebilir 0,70'lik Cronbach α düzeyinin üzerinde bulunmuştur.

3. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

3.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri incelenmiştir. Katılımcıların %68,9 oranında kadın olduğu görülmektedir. 66 erkek çalışanın anketi cevapladığı görülmektedir. Tablo 1'de çalışmaya katılan 219 sağlık çalışanının %55,3'ü bekarıdır. Çalışmaya katılanların %58'inin 30 yaş ve altı olduğu görülmektedir. %15,5 ile 30-35 yaş aralığı izlemektedir. Anketi cevaplayanların %47,5'i lisans mezunudur. %46,6'sı lise mezunudur. Yine anketi cevaplayanların %61,6'sı 1 ile 5 yıldır şu anki kurumlarında görev yapmaktadır. Katılımcıların yaşları ve kıdemlerinde beklenildiği üzere benzerlik görülmektedir.

Tablo 1: Demografik Özellikler

		N	%
Cinsiyet	Kadın	151	68,9
	Erkek	66	30,1
Medeni Durum	Evli	96	43,8
	Bekar	121	55,3

Yaş	30'dan az	127	58,0
	30-35	34	15,5
	36-40	22	10,0
	41-50	26	11,9
	51 ve üstü	7	3,2
Eğitim	İlkokul-ortaokul	2	0,9
	Lise	102	46,6
	Lisans	104	47,5
	Lisansüstü-doktora	7	3,2
Kıdem	1-5 yıl	135	61,6
	6-10 yıl	36	16,4
	11-15 yıl	11	5,0
	16yıl ve üstü	30	13,7

3.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Varimaks dönüşümlü keşifsel faktör analizi kullanılarak değişkenlere ilişkin faktör yapısı ortaya çıkarılmıştır. Sağlık çalışanlarına 12 soru sorularak güçlendirme algıları ölçülmüştür. Tablo 2'de güçlendirme algısına uygulanan faktör analizinin sonuçları görülmektedir. Yapılan faktör analizi ile güçlendirmenin özerklik ve etkinin aynı faktöre yüklendiği tespit edilmiştir. Bu durum ile beklenen dört faktörlü yapı üçe düşmüştür. Faktörler yüksek düzeyde güvenilirlik katsayılarına sahiptir. Faktör yük değerlerinin 0,50 üzerinde olması hedeflenmiş ve sonuçlar bu doğrultuda çıkmıştır. KMO (yeterlilik katsayısı) ,838 olarak tespit edilmiştir. Tüm bu sonuçlar güçlendirmenin bir bütün olarak içsel tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Güçlendirme Algılarına Ait Faktör Yükleri

SORULAR		Faktör1	Faktör2	Faktör3
Anlam	-Benim için işim çok önemlidir.	,597		
	-Benim için işimin gereği olarak yaptıklarım özel bir anlam ifade eder.	,742		
	-Yapmakta olduğum iş benim için anlamlıdır.	,723		
Yetkinlik	-Sahip olduğum yetenekler kesinlikle yapmakta olduğum iş için yeterlidir.		,769	
	- Sahip olduğum kapasite yapmakta olduğum iş için yeterlidir.		,838	
	- Sahip olduğum beceri ve uzmanlık derecesi yapmakta olduğum iş için yeterlidir.		,689	

Özerklik-Etki	-İşimi planlamada özgürlüğe sahibim.			,655
	-İşimi yürütme kararlarını kendim veririm.			,594
	-İşimde değişik yöntemleri deneme konusunda özgürlüğe sahibim.			,704
	-İşimde bölümümdeki gelişmelerde fazlaca etkiye sahibim.			,874
	- İşimde bölümümdeki olaylarda kontrolüm çok fazladır.			,879
	- İşimde bölümümdeki olaylarda nüfuzum çok fazladır.			,835

Tablo 3’ de işgören performansına ait faktör analizi değerleri görülmektedir. Sağlık çalışanlarına performans ile ilgili sorulan soruların faktör yükleri ,764 ile ,790 arasında değişmektedir .

Tablo 3. İşgören Performansı ile İlgili Faktör Yükleri

SORULAR	Faktör1
-Tam zamanında işimin gereklerini tamamlarım.	,787
-İşimle ilgili hedeflerime ulaşırım ve aşarım.	,790
-İşimde sunduğum hizmet kalitesi standartların kesinlikle üzerindedir.	,784
-İşimde bir problemle karşılaştığımda çok hızlı çözüm üretirim.	,764

Duygusal bağlılığa ilişkin faktör analizi sonuçları Tablo 4’te sunulmuştur. Tablo 4’te görüleceği üzere sağlık çalışanlarına yöneltlen duygusal bağlılığa ilişkin ifadeler üzerinde yapılan analizde faktör yükleri ,798 ile ,918 arasında değişmektedir.

Tablo 4. Duygusal Bağlılık ile İlgili Faktör Analizleri

SORULAR	Faktör1
-Kariyerimin kalanını bu kurumda geçirmek bana mutluluk verir.	,798
-Kurumumun problemlerini adeta kendi problemlerim gibi hissedirim.	,805
-Kurumum bana kendimi “ailenin bir parçası” gibi hissettirir.	,892
-Kurumuma karşı herhangi bir duygusal bağ hissetmem.	,915
-Kurumum anlamı benim için çok büyüktür.	,896
-Kurumum için güçlü bir aidiyet hissetmem.	,918

Tablo 4’te görüldüğü üzere faktör yükleri oldukça yüksektir. Bu sonuçlar, duygusal bağlılık sorularının diğer sorularla ortak bir varyansı taşıdığını göstermektedir. Yani soru grupları birbiriyle ilişkilidir. Toplam varyansın güçlendirme algılarında % 59 ile % 87’sini, işgören performansında ise %76 ila % 79, duygusal bağlılıkta %79 ile %91’ini açıkladığını göstermektedir.

Araştırmada kullanılan bireysel performans ve duygusal bağlılık tek faktör altında toplanmıştır. Bireysel performans ölçeğinin örneklem yeterlilik katsayısı (KMO) ,766 olarak hesaplanmıştır. Duygusal bağlılık ölçeğinin örneklem yeterlilik katsayısı (KMO) ,908 olarak hesaplanmıştır.

3.3.Güvenilirlik Değerleri ve Korelasyonlar Analizi Sonuçları

Cronbach α değeri, araştırmalarda kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini hesaplamak için kullanılmaktadır. Tablo 4’ de görüleceği üzere güçlendirme ve performans algısı ile duygusal bağlılığın güvenilirlikleri tek tek hesaplanmıştır. 0,70 Cronbach α literatürde kabul gören bir düzeydir. Araştırmaya konu olan değişkenlerin değerleri 0,70 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Değişkenlerin Güvenilirlik Göstergeleri

DEĞİŞKENLER	SORU SAYISI	CRONBACH ALFA KATSAYILARI (α)
Anlam	3	,715
Yetkinlik	3	,722
Özerklik-Etki	6	,897
Performans	4	,780
Duygusal Bağlılık	6	,937

Korelasyon analizinde güçlendirme ve performans algısı ile duygusal bağlılık arasındaki birebir ilişkileri temsil eden Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmıştır.

Korelasyon ve regresyon analizi yapılarak araştırma modelinde yer alan değişkenler arası ilişkiler incelenmiştir. Tablo 6’ da görüldüğü üzere yapılan korelasyon analizi sonucunda, güçlendirmenin “anlam” boyutu “yetkinlik” ile ($r=0,508$); “özerklik-etki” ile ($r=0,458$); “performans” ile ($r=,546$) ve “duygusal bağlılık” ile ($r=0,288$) arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. “Anlam” ve “performans” arasındaki korelasyon oldukça yüksektir. Güçlendirmenin “yetkinlik boyutu” “özerk-

lik-etki" ile ($r=0,389$); "performans" ile ($r=0,588$) arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Güçlendirmenin "özerklik-etki" boyutu "performans" ile ($r=0,493$) ve "duygusal bağlılık" ile ($r=0,354$) arasında yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. "Performans" ve "duygusal bağlılık" arasında ($r=0,255$) ilişki bulgulanmıştır.

Tablo 6. Bileşik güvenirlik, ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri

	Ort	St.	1	2	3	4	5
1.Anlam	4,31	0,67	(,715)				
2.Yetkinlik	4,33	0,59	,508**	(,722)			
3.Özerklik-etki	3,59	0,89	,458**	,389**	(,897)		
4.Performans	4,19	0,63	,546**	,588**	,493**	(,780)	
5.Duygusal Bağlılık	3,67	0,98	,288**	,045	,354**	,255**	(,937)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regresyon analizi incelendiğinde (Tablo 7), güçlendirmenin anlam, yetkinlik ve özerklik-etki boyutlarının bireysel performansı istatistiksel olarak pozitif ve yüksek bir oranda etkilediği, yetkinliğin bireysel performans üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu görülmektedir ($\beta=.393$, $p<.01$). Güçlendirmenin anlam, yetkinlik ve özerklik-etki boyutlarının duygusal bağlılığı istatistiksel olarak pozitif ve yüksek bir oranda etkilediği, özerklik-etki boyutunun duygusal bağlılık üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu görülmektedir ($\beta=.353$, $p<.01$). Kurulan tüm modeller istatistiksel olarak (Sig.0,000) anlamlıdır.

Tablo 7. Güçlendirme Boyutlarının Performans ve Duygusal Bağlılık Üzerindeki Etkileri

Bağımsız Değişkenler	Performans		Duygusal Bağlılık	
	Model 1		Model 2	
	β	t	β	t
Anlam	,235	4,107**	,353	3,206**
Yetkinlik	,393	6,269**	-,335	-2,778**
Özerklik-etki	,167	4,118**	,353	4,516**
Model F	63,453**		15,178**	
Model R2	0,470		0,175	
**p< .01				

Regresyon analizi incelendiğinde (Tablo 8), örgütsel bağlılığın performansı pozitif olarak etkilediği görülmektedir ($\beta=.165$, $p<.01$). Kurulan model istatistiksel olarak (Sig._0,000) anlamlıdır.

Tablo 8. Duygusal Bağlılığın Performans Üzerindeki Etkileri

Bağımsız Değişken	Performans Model 3	
	β	t
Duygusal Bağlılık	,165	3,877**
Model F	15,035**	
Model R2	0,065	
**p< .01		

Tablo 9. Hipotez Test Sonuçları

Hipotezler	Sonuç
Güçlendirmenin anlam boyutu bireysel performansı pozitif yönde etkiler.	Desteklendi.
Güçlendirmenin yetkinlik boyutu bireysel performansı pozitif yönde etkiler.	Desteklendi.
Güçlendirmenin özerklik-etki boyutu bireysel performansı pozitif yönde etkiler.	Desteklendi.
Güçlendirmenin anlam boyutu duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.	Desteklendi.
Güçlendirmenin yetkinlik boyutu duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.	Desteklendi.
Güçlendirmenin özerklik-etki boyutu duygusal bağlılığı pozitif yönde etkiler.	Desteklendi.
Duygusal bağlılık bireysel performansı pozitif yönde etkiler.	Desteklendi.

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırma ile sağlık sektöründe güçlendirme algılarının duygusal bağlılık ve bireysel performans üzerindeki etkileri ortaya konmaktadır. Analiz sonuçları güçlendirmenin anlam, yetkinlik ve özerklik-etki boyutlarının duygusal bağlılığı ve bireysel performansı pozitif olarak etkilediğini ortaya koymaktadır. Ayrıca duygusal bağlılıkta bireysel performansı pozitif olarak etkilemektedir. Bulgular literatür ile paralellik göstermektedir.

Rekabetin acımasızca yaşandığı günümüzde işletmeler ayakta kalabilmek için kaliteli hizmet vermek zorundadır. Bu zor koşullarda başarıyı yakalayabilmek için güçlendirilmiş, örgütüne bağlı ve performansı yüksek çalışanlar istihdam edilmelidir. İşgücü halen en önemli rekabet avantajı sağlamaya yarayan kaynaktır. İşgörenlere serbestlik tanıyarak, kararlara katılım hakkı veren, işin sahibi haline gelmesini sağlayarak güçlendirmek çok faydalı olacaktır. Bu hislere sahip olan işgören kuşkusuz

kendini örgütün bir parçası gibi görecektir. Kendini değerli hissederek örgüte bağlılığı ve performansı artacaktır.

Bu çalışmada elde edilen bulgular literatürün teorik bilgi birikimine katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra uygulamadaki yöneticilere de önemli katkılar içermektedir. Sağlık çalışanları üzerinde yapılan bu araştırma sonuçları Sakarya ilinde 219 kişinin görüşleri ile sınırlıdır. Gelecekte araştırmacıların farklı meslek ve sektörlerden kişilerin dahil edilmiş olduğu örneklemeler üzerinde araştırmalar yapması gelecek araştırmacılara önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Afzali, A., Motahari, A. A. ve Loghman, H. S. (2014). Investigating the influence of perceived organizational support, psychological empowerment and organizational learning on job performance: an empirical investigation. *Tehnički Vjesnik*, 21(3), 623-629.
- Altaş, S.S. & Çekmecelioğlu, H.G. (2007). İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık, ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Performansı Üzerindeki Etkileri: Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi.S.B.E. Öneri Dergisi*, 7(28), 47-57.
- Ambad, S. N. A. ve Bahron, A. (2012). Psychological empowerment: The influence on organizational commitment among employees in the construction sector. *The Journal of Global Business Management*, 8(2), 73-81.
- Barrutia, José M. & Gilsanz, Ainhize. (2009). E-Service quality: overview and research agenda. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 29 –50.
- Benligiray, S. (2004). İnsan kaynakları yönetimi. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi.
- Boonyarit, I., Chomphupart, S, Arin, N. (2010) “Leadership, Empowerment and Attitude Outcomes” *The Journal of Behavioral Science*, 5(1):1-14.
- Bolat, T. (2003). Personeli güçlendirme : davranışsal ve bilişsel boyutta incelenmesi ve yönetim kavramlarıyla karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, cilt 17, sayı 3-4, 199-219.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. 1997. Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human Performance*, 10: 99–109.
- Candan, H. ve Mehmet, İ. (2016). Siber Kaytarma ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Emniyet Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 229-235.
- Conger, J. A., Kanungo, R. N. (1998). The Empowerment process : integrating theory and practice, *Academy of Management Review*, Vol.13, no.3, pp.471- 482.
- Chiocchio, F. and Essiembre, H. (2009) Cohesion and Performance: A Meta-Analytic Review of Disparities between Project Teams, Production Teams, and Service Teams. *Small Group Research*, 40, 382–420.
- Çekmecelioğlu, H., Eren, E. (2007). Psikolojik Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık ve Yaratıcı Davranış Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi. *Yönetim Dergisi*, 57, 13-25.
- Chiang, C.F. ve Jang, S.S. (2008) “The Antecedents and Consequences of Psychological Empowerment: The Case of Taiwan’s Hotel Companies” *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(1):40-61.

- Çöl, G. (2008) “Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1):35-46.
- De Cicco, J., Laschinger, H. ve Kerr, M. (2006) “Perceptions of Empowerment and Respect: Effect on Nurses Organizational Commitment in Nursing Homes” *Journal of Gerontological Nursing*, 49-56.
- Erdem, H., Gökmen, Y., Üren, U.,(2016) Psikolojik Güçlendirme Boyutlarının İş Performansı Üzerine Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü: Görgül Bir Araştırma, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17 (2) 2016, 161-176.
- Erdirençelebi, M. ve Yazgan, A. E. (2017). Mobbing, örgütsel sinizm, örgütsel bağlılık ve bunların algılanan çalışan performansı üzerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 267-284
- Eren, M. Ş. (2014). Güçlendirme ile nicel işletme performansı arasındaki ilişkide örgüte güven ve duygusal bağlılığın aracılık etkileri, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 303-327.
- ERSTAD, M. (1997). Empowerment and organizational change. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.9, no.7, pp. 325-333
- Ertan, Hayrettin (2008). “Örgütsel Bağlılık, İş Motivasyonu ve İş Performansı Arasındaki İlişki: Antalya’da Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir İnceleme”, *Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 7.
- Grant, A. M. (2008). Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. *Journal of Applied Psychology*, 93, 48–58. doi:10.1037/0021- 9010.93.1.48
- Gümüştekin, G.E ve Emet, C. (2007) “Güçlendirme Algılarındaki Değişimin Örgütsel Kültür ve Bağlılık Üzerindeki Etkileşimi” *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17:90-116.
- HONOLD, L. (1997). A Review of the literature on employee empowerment. *Empowerment in Organizations*, Vol.5(4), 202-212.
- Işık, U. & Yasım, Y. K (2017). Otel çalışanlarının psikolojik güçlendirme ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişki, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (2), 1581-1594.
- Kluska, K.M., Laschinger, H.K.S. ve Kerr, M.S. (2004) “Staff Nurse Empowerment and Effort-Reward Imbalance” *Nursing Leadership*, 17(1):112-128.
- Kılıç, M. Y. (2019). Okullarda yöneticinin sağladığı etik iklimin, örgütsel bağlılık ve öğretmen performansına etkisi. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 8(3), 807-836. doi: 10.30703/cije.561366
- Kirkman, B. L., B. Rosen. 1999. Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment. *Acad. Management J.* 42 58-74.

- Laschinger, H.K.S., Finegan, J.E., Shamian, J., Wilk, P. (2004) "A Longitudinal Analysis of the Impact of Workplace Empowerment on Work Satisfaction" *Journal of Organizational Behavior*, 25(4):527-545.
- Laschinger, H.K.S., Finegan, J. ve Wilk, P. (2009a) "Context Matters: The Impact of Unit Leadership and Empowerment on Nurses' *Organizational Commitment*" *Journal of Nursing Administration*, 39(5):228-235.
- Meyer, J.P. ve Allen, N.J. (1991) "A ThreeComponent Conceptualization of Organizational Commitment" *Human Resource Management Review*, 1(1):61-89.
- Meyer, J., Allen, N. & Topolnytsky, L. (1998),"Commitment In a Changing World of Work", *Canadian Psychology*, Vol.39, Iss.1\2.
- MEYER, J., STANLEY, D., HERSCOVİTCH, L., TOPOLNYTSKY, L., 2001, "Affective, Continuance, And Normative Commitment To The Organization: Meta Analysis Of Antecedents,Correlates, And Consequences", *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
- Meyer, J.P., Stanley, D.J., Herscovitch, L. and Topolnytsky, L. (2002) 'Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates and Consequences', *Journal of Vocational Behavior* 61: 20–52.
- Motowidlo, S.J., Kell, H.J.(2012) *Job Performance, Handbook of Psychology*, Second Edition 12
- Nzuve, S. N. M, Bakari, T. H., (2012). "The relationship between empowerment and performance in the city council of nairobi", *Problems of Management In the 21st Century*, Vol. 5, 83-98.
- O'Reilly, C. (1989). Corporations, culture, and commitment: Motivation and social control in organizations. *California management review*, 31(4), 9-25.
- Özutku, H. (2008). Örgüte duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık ile iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 79–97
- SIGLER, T.H., PEARSON, C. M. (2000). Creating an empowering culture: examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of Quality Management*, Vol.5, pp.27-52.
- Spreitzer, G. M., (1995). "Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement, and validation", *Academy of Management Journal*, Vol. 38, No.5, 1442-1465.
- Spreitzer, G. M. (1996). 'Social structural characteristics of psychological empowerment'. *Academy of Management Journal*, 35, 483–504.
- Spreitzer, G. M., Kizilos, M. A. and Nason, S. W. (1997). 'A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness, satisfaction, and strain'. *Journal of Management*, 23, 679–704.

- Thomas, K. W. and Velthouse, B. S. (1990). 'Cognitive elements of empowerment: an "interpretative" model of intrinsic task motivation'. *Academy of Management Review*, 19, 312–30.
- Tolay E., Sürgevil O., Topoyan M. (2012). Akademik Çalışma Ortamında Yapısal Ve Psikolojik Güçlendirmenin Duygusal Bağlılık Ve İş Doyumu Üzerindeki Etkileri. *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 12 S: 4 • Ekim 2012, 449-465.
- Uludağ, G. (2018). Örgütsel Bağlılık İle İşgören Performansı İlişkisini İncelemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 171-193.

Bölüm 30

MOBİL BANKACILIK UYGULAMALARINDAN ALGILANAN FAYDA VE PERFORMANS BEKLENTİLERİ

Ali KAHRAMANOĞLU¹

¹ Dr.Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Bafra İşletme Fakültesi, Sigortacılık ve Aktüerya Bilimleri Bölümü, Samsun, Türkiye, ali.kahramanoglu@omu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-8333-9151

Giriş

Finansal teknolojiler konusunda bankaların ciddi yatırımları ve çabaları söz konusu olmakla birlikte, hizmetin doğasında var olan karşılıklı olma durumu bu teknolojilere ilişkin bir takım durumların tartışılmasına yol açmaktadır. Bankalarca sunulan teknolojik olanakları müşterilerce kullanılması ve benimsenmesi konusunda teknoloji kabulü olgusu söz konusu olmaktadır. Zira arz edilen hizmetin müşteri tarafından kullanılması ve benimsenme durumu ile hizmet kalitesi ve bileşenleri arasında karşılıklı bir etkileşim olduğu ifade edilebilir. (Güven ve Öztürk, 2014).

Teknolojik gelişmeler ve müşteri tercihlerindeki değişikliklerin sonucu olarak artan rekabet, bankaların varlıklarını korumak ve rekabet avantajı elde etmek için yeni stratejiler geliştirmelerini sağlamıştır. Bu kapsamda, bankalar şubelerinin yanında ATM'ler, internet ve mobil bankacılık uygulamaları müşterilerine ulaşılmaya başlamıştır. Akıllı telefonların kullanımlarının artmasıyla beraber, firmalar için de mobil olmak önem kazanmıştır. Bu noktada, bankalar da pazarda rekabet üstünlüğü elde edebilmek amacıyla mobil olmaya önem göstermeye başlamışlardır.

Gelişen teknoloji sonucunda tüketicilerin şubelere veya ATM'lere gitmeden 7/24 bankacılık işlemleri yapabildikleri mobil bankacılık uygulamalarının hem şirket hem de tüketiciler için avantajları vardır. Artan müşteri odağı, azalan şube, personel ve kira giderleri, ürün yeniliği ve çeşitliliği, pazarlama ve iletişim, coğrafi bölgeye ve zamana bakılmaksızın hizmet verilmesi, bu dağıtım kanallarının sağladığı faydalardır (Hernondo, Niet 2007; Gan vd. 2006). Müşteriler açısından ise mobil bankacılığın daha düşük bankacılık işlem maliyetleri ve hesap açma, para gönderme gibi daha kolay ve daha hızlı işlemler gibi avantajları vardır (Devlin, 1995; Chou, 2000).

Türkiye'de mobil bankacılık yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam müşteri sayısı Haziran 2019 itibarıyla 69 milyon kişidir. Bunların 43 milyon 584 bin kişisi (yüzde 63'ü) Nisan-Haziran 2019 dönemi içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmıştır. Son bir yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış mobil bankacılık müşteri sayısı ise 53 milyon kişidir. Toplam (bireysel ve kurumsal) aktif müşteri sayısında bir önceki döneme göre yaklaşık 2 milyon kişi artış olmuştur. Mobil bankacılık hizmetlerini kullanma sayısı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Mobil Bankacılık Kullanan Müşteri Sayısı

	Ocak-Mart 2019	Nisan-Haziran 2019
Bireysel müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	40.532	42.238
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	62.953	66.510
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	49.184	51.499
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	64	64
Kurumsal müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	1.295	1.346
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	2.315	2.495
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	1.682	1.785
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	56	54
Toplam müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	41.827	43.584
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	65.268	69.005
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	50.866	53.284
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	64	63

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği (TBB), 2019

Nisan-Haziran 2019 dönemi itibariyle, mobil bankacılık hizmeti kullanılarak yapılan finansal işlemlerin toplam adedi 442 milyon, tutarı ise 1 trilyon TL olmuştur. EFT, havale ve döviz transferi işlemlerini kapsayan para transferleri işlemleri, finansal işlem hacminin yüzde 57'sini oluşturmuştur. İkinci sıradaki yatırım işlemlerinin adedi 29 milyon adet, hacmi ise 333 milyar TL (yüzde 31) olmuştur. Nisan-Haziran 2019 döneminde mobil bankacılık kanalıyla kullandırılan anlık kredi adedi 899 bin, hacmi 10,5 milyar TL'dir. Aynı dönem içinde gerçekleştirilen sigorta satışı 491 bin adettir.

Bu çalışmada Samsun İli Bafra İlçesinde mobil bankacılık kullanan müşterilerin davranışsal niyetleri, algılanan fayda ve performans beklentileri değişkenlerine ilişkin görüşleri belirlenmiş ve bu değişkenler arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular literatürde yapılmış olan diğer çalışmalar ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

1. Mobil Bankacılık

Cep telefonu bankacılığı olarak da adlandırılan (Zhou vd., 2010) mobil bankacılığın bir çok tanımı bulunmakla birlikte, bu tanımlar birbirine çok benzemektedir.

Ensor, Montez ve Wannemacher (2012) mobil bankacılığı “müşterilere hesap bakiyelerini kontrol etmek, para transferi yapmak ve diğer bankacılık ürün ve hizmetlerine her zaman, her yerden erişmek gibi finansal bilgi, iletişim ve işlemler sağlamak için mobil cihazların kullanılması” şeklinde tanımlamışlardır.

Zou, Lu ve Wang (2010)’e göre ise mobil bankacılık “kablosuz uygulama protokolü (WAP) üzerinden bankacılık ağlarına erişmek için cep telefonları ve kişisel dijital asistanlar (PDA’lar gibi) aracılığıyla mobil terminallerin kullanılmasıdır”.

Shaikh ve Karjaluo (2015) ise mobil bankacılığı “müşterilerin ağ bağlantısı yardımıyla mobil cihaz, akıllı telefon veya tablet kullanarak bankacılık işlemlerini yapabildiği hizmet” olarak tanımlamıştır.

Mobil bankacılık, mobil cihaz tarafından erişilebilen bir hesapta para depolamak, depolanan hesapla nakit ve nakit çıkış işlemlerini tamamlamak ve farklı hesaplar arasında para transferi yapmak üzere üç temel işlem gerçekleştirmesine olanak tanır(Masrek vd. 2014). Bununla birlikte mobil bankacılığın sağladığı bazı avantajların yanında beraberinde getirdiği dezavantajları da bulunmaktadır. Chandran (2014); mobil bankacılığın avantajlarını şu şekilde sıralamıştır:

-Zaman tasarrufu: Bir bankaya gitmek için zaman ayırmak yerine, o sürede hesap bakiyelerini kontrol edebilir, ödemeleri planlayabilir ve ödeme alabilir, para transferi yapabilir ve hesaplarınızı düzenleyebilirsiniz.

-Kullanışlı: Nerede olursanız olun banka hesaplarına erişme, ödeme yapma ve hatta yatırımları izleme olanağı vardır. Bankacılık işlemlerini, kuyruklarda beklemek yerine, size uygun bir zamanda ve yerde yapabilirsiniz.

-Güvenli: Genel olarak, iyi mobil bankacılık uygulamalarının bir güvenlik garantisi vardır veya size ek güvenlik sağlamak amacıyla ödeme yapacağınız zaman gereken bir SMS doğrulama kodu gönderir.

-Finansmanınıza kolay erişim: Mobil bankacılığın tanıtılmasıyla mali bilgilerinize çalışma saatlerinin dışında bile erişebilirsiniz. Bankayı arayarak bile bankacılık hizmetlerinden yararlanmanıza yardımcı olur.

-Artan verimlilik: Mobil bankacılık işlevsel, verimli ve rekabetçidir. Aynı zamanda bankada sıra bekleme sorunlarının çözülmesine yardımcı olur ve hem bankacı hem de müşteri için evrak miktarını azaltır.

-Hileleri azaltma: Müşteriler hesaplarını izlemek için gerçek zamanlı olarak vekalet ediliyor.

-Telekom operatörlerinin mobil bağlantılarını kullandığı için internet bağlantısı gerektirmez.

-Hesap bakiyenizi kontrol edebilir, son işlemleri inceleyebilir, para transferi yapabilir, faturaları ödeyebilir, ATM'leri bulabilir, mevduat çekleri yapabilir, yatırımları yönetebilirsiniz.

-Mobil bankacılık 7/24/365 gün boyunca kullanılabilir, kolay ve rahattır ve kırsal alanlardaki çoğu cep telefonu sahibi için finansal hizmetlere erişmek için ideal bir seçimdir.

Chandran (2014); mobil bankacılığın beraberinde getirdiği dezavantajları ise şöyle sıralamıştır:

-Mobil bankacılık kullanıcıları sahte SMS ve dolandırılma amacıyla sahte teklif alma riski altındadır.

-Kişinin mobil cihazını kaybetmesi, kötü niyetli kişilerin mobil bankacılık PIN'e ve diğer hassas bilgilere erişebileceği anlamına gelir.

-Akıllı telefon ve tabletler gibi modern mobil cihazlar, mobil bankacılık için eski cep telefonu ve cihaz modellerinden daha uygundur.

-Düzenli kullanıcılar zaman içinde bu uygulama için başkalarına ödeme yapmak durumunda kalabilirler.

-İnternet ve mobil cihazların yaygın olmasına karşın, mobil alanı destekleyen önemli bir işletim sisteminin olmaması hackerlara kolaylık sağlamaktadır.

-Çoğu mobil bankacılık uygulamasının çalışabilmesi için bir internet bağlantısına ihtiyacı vardır, bu nedenle internet bağlantınızla ilgili sorunlar yaşıyorsanız hesabınıza erişemezsiniz. Aynı şey cep telefonunuzun pili biterse de geçerlidir.

-Çoğu cep telefonu, internette gezinme kapasitesine sahip olsalar bile anti-virüs yazılımı yoktur. Bazı telefonlar mevcut anti-virüs yazılımı ile bile uyumlu değildir ve insanların kurumsal cep telefonlarına kendilerine kayıtlı anti-virüs yazılımlarını koyamadıkları gibi durumlar mevcuttur. Her ne kadar kimlik hırsızları, en başarılı bilgisayar numaralarından bazılarını (kimlik avı, spam, virüs yayma, hesap hackleme, vb.) cep telefonu düzeyinde uygulamayı tam olarak öğrenmemiş olsa da uzmanlara göre bu durum sadece zaman meselesidir.

-Bazı bankalar, mobil bankacılık için şahsen şubede yapılan işlem-

ler ile aynı düzeyde koruma sunmamaktadır. Riskler hala bilinmediği için bazı bankalar, mobil bankacılığı kullandığınızda nelerin kapsanacağı veya kapsanmayacağı konusunda söz vermekte yavaş kalmıştır.

2.Literatür

Laforet ve Li, 2005 yılında Çin'deki çevrimiçi ve mobil bankacılık piyasasının durumunu araştırmıştır. Çevrimiçi ve mobil banka kullanıcılarının demografik, tutum ve davranışsal özelliklerini incelemek amacıyla yapılan anket çalışması sonucunda 128 geçerli veriye ulaşılmıştır. Araştırma sonuçları Çin'deki çevrimiçi ve mobil banka kullanıcılarının, Batı dünyasındaki elektronik banka kullanıcılarının aksine, ağırlıklı olarak genç ve yüksek eğitilmiş olmayan erkekler olduğunu göstermiştir. Güvenlik konusunun çevrimiçi bankacılığın benimsenmesindeki en önemli faktör olmasının yanı sıra risk algısı, bilgisayar ve teknolojik beceriler ile Çin'de geleneksel olan nakit taşıma kültürünün de çevrimiçi bankacılığın benimsenmesinin önündeki başlıca engeller olduğu sonucuna ulaşılmıştır(Laforet ve Li, 2005).

Luarn ve Lin, 2005 yılında; bir güvene dayalı yapı (algılanan güvenilirlik) ve iki kaynağa dayalı yapı (algılanan öz-yeterlik ve algılanan finansal maliyet) ekleyerek mobil bankacılık bağlamında uygulanabilirliğini genişletmek amacıyla Tayvan'da düzenlenen bir e-ticaret fuarına ve sempozyuma katılan 180 mobil bankacılık kullanıcısından veri toplamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan güvenilirlik ve algılanan öz-yeterlilik kullanım niyetini olumlu yönde etkilerken, algılanan finansal maliyeti olumsuz etkilemektedir. Ayrıca, algılanan güvenilirliğin davranışsal niyet üzerindeki etkisinin geleneksel değişkenlerinden daha fazla olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, algılanan öz-yeterliliğin algılanan kullanım kolaylığı üzerinde etkisi olduğunu ve bu etkinin algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanışlılık, algılanan güvenilirlik ve davranışsal niyet üzerindeki etkisini arttırdığı görülmüştür.

Kim, Shin ve Lee, 2009 yılında Kore'de tüketicilerin mobil bankacılığa olan güvenin ilk oluşumu ve mobil bankacılığı kullanma niyeti ile ilişkili mekanizmaları ortaya koymak amacıyla 192 kişiden anket yöntemiyle toplanan veriler ışığında bir çalışma yapmışlardır. Araştırmada kurumsal teklif (yapısal güvenceler), biliş(algılanan faydalar), kişilik (güven eğilimi) ve firma özellikleri (firma itibarı) olmak üzere güveni tetikleyen dört öncülün önemleri ve bu öncüllerin güvene ve mobil bankacılık kullanım niyetine etkisi incelenmiştir. Bulgular, yapısal güvenceler, göreceli faydalar ve firma itibarının mobil bankacılığa yönelik ilk

güven üzerinde etkili olduğunu, ancak güvene kişisel eğilimin güvene ve mobil bankacılık kullanım niyetine etkisi olmadığını göstermiştir. Ayrıca, ilk güvenin ve algılanan faydanın mobil bankacılık kullanım niyetinin geliştirilmesinde büyük öneme sahip olduğu görülmüştür.

Liu, Min ve Ji, tüketicilerin mobil bankacılığı benimseme niyetini daha iyi anlamak için 2009 yılında Çin’de bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışma kapsamında güveni Teknoloji Kabul Modeli’ ne entegre etmişler ve çok boyutlu bir perspektife dayalı olarak güvenin rolünü incelemişlerdir. Anket yöntemiyle 438 katılımcıdan elde edilen veriler ışığında güvenin, öncelikle niyetin birincil doğrudan göstergesi olan algılanan kullanışlılık üzerindeki etkisi yoluyla mobil bankacılığı benimseme niyetinin dolaylı bir öncüsü olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, tüketicilerin güveninin teknolojiye güven, satıcıya güven ve yapısal güvence olmak üzere üç boyuttan etkilendiği ve yapısal güvencenin genel güvenin en önemli tanımlayıcısı olduğu görülmüştür.

Riquelme ve Rios, 2010 yılında Singapur’daki internet bankacılığının mevcut kullanıcıları ve cinsiyetin aracı bir değişken olarak mobil bankacılığın benimsenmesini etkileyebilecek faktörleri test etmeyi amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Araştırma kapsamında internet bankacılığı kullanan 681 kullanıcının mobil bankacılığı kullanma niyetleri, mobil cihazın göreceli avantaj algıları, risk algısı, sosyal normlar, cihazın bankacılık amaçları için kullanım kolaylığı ve kullanışlılığı hakkında görüşlerinden yararlanılmıştır. Diğer çalışmalardan farklı olarak cinsiyet değişkeni moderatör, risk değişkeni ise bağımsız değişken olarak araştırma kapsamına alınmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, sırasıyla kullanışlılık, sosyal normlar ve sosyal risk mobil bankacılık hizmetlerini benimseme niyetini en çok etkileyen faktörlerdir. Bununla birlikte kullanım kolaylığı kadın katılımcılar üzerinde erkeklerden daha güçlü bir etkiye sahipken, göreceli avantajın erkek katılımcılar üzerinde kullanışlılık algısı üzerinde daha güçlü bir etkisi olduğuna ve sosyal normların kadın katılımcılar arasında benimsemeyi erkeklerden daha güçlü bir şekilde etkilediği görülmüştür. Araştırmacılar cinsiyetin kullanım kolaylığı, sosyal normlar ve göreceli avantaj algısında ılımlı bir rol oynadığı için, şirketlerin iletişim taktiklerini cinsiyete göre hedeflemeleri önermişlerdir.

Koenig-Lewis, Palmer ve Moll, 2010 yılında TAM ve Yeniliklerin Yayılması Teorisi temelinde mobil bankacılık hizmetlerini benimsemenin önündeki engelleri araştırmıştır. Yazarlar, araştırma modelini, TAM’a uyumluluk, güven, güvenilirlik, algılanan risk ve maliyet de-

gişkenlerini de ekleyerek oluşturmuşlardır. Almanya’da çevrimiçi anket yöntemiyle 263 tüketiciden toplanan veriler doğrultusunda ulaşılan bulgular uyumluluk, algılanan yarar ve riskin, mobil bankacılık hizmetlerinin benimsenmesinde önemli göstergeler olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, uyumluluğun mobil bankacılığın benimsenmesinde sadece güçlü bir doğrudan etkiye sahip olmakla kalmadığı, aynı zamanda algılanan kullanım kolaylığı, algılanan kullanışlılık ve güvenilirlik için önemli bir öncül olarak tanımlandığı görülmüştür. Ayrıca, güven ve güvenliliğin mobil bankacılığın genel algılanan riskini azaltmada önemli belirleyiciler olduğu görülmüştür.

Saleem ve Rashid, 2011 yılında Pakistan’da müşteri memnuniyeti ve mobil bankacılığın benimsenmesi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için bir çalışma yapmışlardır. TAM ve TPB’ nin temel boyutlarının incelendiği çalışmada, müşteri memnuniyetini etkileyen mobil teknolojiyi benimsemenin temel faktörlerini belirlemek amaçlanmıştır. Müşterilere mobil bankacılık hizmeti sunan üç bankanın 150 çalışanı ve 150 müşterisi olmak üzere toplam 300 kişiden veri toplanmıştır. Araştırma bulguları müşterilerin teknolojinin güvenliği, özgünlüğü ve güvenliliği konusundaki endişelerinin önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca, firmaların bilgi teknolojileri uygulamasına, yenilikçi hizmetlere, güvenliğe, müşteri güvenine ve riskine odaklanmaları gerektiği belirtilmiştir.

Akturan ve Tezcan, 2011 yılında algılanan faydalar ve algılanan riskler konusundaki çalışmalarla TAM’ın entegrasyonu yoluyla tüketicilerin mobil bankacılığı benimsemesini araştırmayı amaçlayan bir çalışma yapmışlardır. Veriler daha önce mobil bankacılık kullanmamış olan 435 üniversite öğrencisinden toplanmıştır. TAM’ı genişleterek bir risk-fayda modelinin geliştirilmesini amaçlayan bu araştırma kapsamında risk değişkeni alt boyutlarında incelenmiştir. Araştırma sonucunda algılanan kullanışlılığın, algılanan sosyal riskin, algılanan performans riskinin ve algılanan faydanın mobil bankacılığa yönelik tutumları doğrudan etkilediği ve tutumun mobil bankacılığı benimseme niyetinin temel belirleyicisi olduğu bulunmuştur. Buna karşın algılanan faydanın kullanım niyetini, algılanan kullanım kolaylığının ve riskin (finansal risk, zaman riski, güvenlik/gizlilik riski) ise tutumu doğrudan etkilediğine dair bir bulguya rastlanmamıştır.

Zhou (2011), ilk güvenin mobil bankacılığın kullanımının benimsenmesi üzerindeki etkisini incelemiştir. Veriler Çin’in en büyük mobil telekomünikasyon operatörünün müşterisi olan ve mobil internet deneyimine sahip 210 kişiden toplanmıştır. Araştırma bulguları yapısal gü-

vencenin ve bilgi kalitesinin ilk güveni etkileyen ana faktörler olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, bilgi kalitesinin ve sistem kalitesinin algılanan faydayı önemli ölçüde etkilediği görülmüştür. İlk güven algılanan yararlılığı etkilerken söz konusu her iki faktör de mobil bankacılığın kullanım amacını öngörmektedir.

Lin, 2011 yılında Tayvan'da Yeniliklerin Yayılması Teorisi ve bilgiye dayalı güven literatüründen yararlanarak; algılanan göreceli avantaj, kullanım kolaylığı ve uyumluluktan oluşan inovasyon özelliklerinin ve algılanan yeterlilik, yardımseverlik ve bütünlükten oluşan bilgiye dayalı güvenin mevcut ve muhtemel tüketicilerin mobil bankacılık kullanımına yönelik tutum ve niyetlerine etkisini incelemek için bir araştırma modeli geliştirmiştir. 191 mevcut müşteri ve 177 potansiyel müşteriden anket sonucu elde edilen sonuçlara göre mobil bankacılığa yönelik tutumun öncüllerinin potansiyel ve mevcut müşteriler arasında farklılık göstermektedir. Ayrıca, algılanan göreceli avantaj, kullanım kolaylığı, uyumluluk, yetkinlik ve dürüstlük değişkenleri mobil bankacılığa yönelik tutumu önemli ölçüde etkilerken, tutum da mobil bankacılığı benimseme veya kullanmaya devam etme niyetini olumlu etkilemektedir.

Bankole ve Brown, 2011 yılında Nijerya'da mobil bankacılığın benimsenmesini inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Güven ve gizlilik, rahatlık ve maliyet, kullanıcı memnuniyeti, fayda beklentisi, çaba beklentisi (algılanan kullanım kolaylığı) ve kültürünün mobil bankacılığın kullanıcı tarafından benimsenmesi üzerindeki etkisini göstermek için söz konusu değişkenler entegre edilmiştir. Araştırma örneklemini öğrencilerden ve farklı çalışma alanlarından işçilerden oluşan mobil bankacılık müşterilerinden oluşmuştur. Anketler posta yoluyla hedeflenen gruplar içindeki katılımcılara gönderilmiş ve fiziksel olarak ulaşılamayan diğer kişilere e-posta ile gönderilmiş olup toplam 231 geçerli veri elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Nijerya'da mobil bankacılığın benimsenmesini etkileyen en önemli faktör, kültürdür. Bireysellik mobil bankacılığın çaba beklentisiyle olumlu olarak ilişkili bulunmasına karşın fayda beklentisiyle arasında bir ilişki bulunmamıştır. Belirsizlikten kaçınma mobil bankacılığa duyulan güven ve çaba beklentisi ile olumlu olarak ilişkili olmasına karşın fayda beklentisiyle arasında bir ilişkisi olmadığı incelenmiştir. Ataerkillik ve mobil bankacılık hizmetlerine yönelik kullanıcı memnuniyeti, mobil bankacılığın fayda beklentisi ve çaba beklentisiyle ile olumlu olarak ilişkili bulunmuştur. Çaba beklentisi fayda beklentisini olumlu olarak etkilemektedir. Bununla birlikte söz konusu bu iki değişken ve yüksek güç mesafesi mobil bankacılık kullanım niyetini, niyet ise mobil bankacılık hizmetlerinin kabulünü olumlu

olarak etkilemektedir. Buna karşın güven ve gizlilik, sosyal faktörler ve kolaylık ve maliyetin mobil bankacılığın benimsenmesine bir etkisi olmadığı görülmüştür.

Al-Jabri ve Sohail, 2012 yılında Suudi Arabistan'daki bankaların müşterileri için uygun ve benimsenebilecek mobil hizmetler tasarımlarına yardımcı olabilmek amacıyla, Yeniliklerin Yayılması Modelini temel teori olarak kullanarak mobil bankacılığın benimsenmesini etkileyen bir dizi faktörü incelemiştir. 330 mobil bankacılık uygulaması kullanan müşteriden elde edilen veriler doğrultusunda göreceli avantaj, uyumluluk ve gözlenebilir mobil bankacılığın benimsenmesi üzerinde olumlu etkisi, algılanan riskin ise olumsuz etkisi olduğu bulunmuştur. Buna karşın, denenebilir ve karmaşıklığın mobil bankacılığın benimsenmesi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır.

Aboelmaged ve Gebba, 2013 yılında Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki mobil kullanıcılar arasında mobil bankacılığın benimsenmesini etkileyen faktörleri inceleme amacıyla kolayda örnekleme yoluyla Dubai'de eğitim gören 119 lisans ve lisansüstü öğrenci ile anket yöntemiyle veri toplamışlardır. Araştırma kapsamında Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Teorisini entegre ederek oluşan yeni modelin mobil bankacılığın benimsenmesini öngörmedeki rolünü araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, algılanan kullanım kolaylığı algılanan kullanışlılığı, algılanan kullanışlılık tutumu, tutum ve algılanan öznel norm mobil bankacılığın benimsenmesini olumlu etkilemektedir. Davranışsal kontrol ve kullanışlılığın mobil bankacılığın benimsenmesi üzerindeki etkileri önemli bulunmamıştır. Ayrıca algılanan kullanım kolaylığının mobil bankacılığa karşı tutum üzerindeki etkisi desteklenmemiştir.

Kazi ve Mannan, 2013 yılında Pakistan'da özellikle düşük gelirli nüfusa odaklanarak mobil bankacılık hizmetlerinin benimsenmesini etkileyebilecek belirleyicileri araştırmıştır. Araştırmanın temel modeli TAM'a algılanan risk ve sosyal etki değişkenleri eklenerek yeni bir model oluşturulmuştur. 372 kişiden anket yöntemiyle toplanan veriler ışığında tüketicilerin mobil bankacılık hizmetlerini benimseme niyetinin sosyal etki, algılanan risk, algılanan kullanışlılık ve algılanan kullanım kolaylığından önemli ölçüde etkilendiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca, sosyal etkinin mobil bankacılık hizmetlerini benimseme niyeti üzerinde en fazla etkiye sahip olan değişken olduğu görülmüştür.

Masrek vd.; teknolojiye olan güven ile mobil bankacılık memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 2014 yılında Malezya'da bir çalışma yürütmüşlerdir. Araştırma kapsamında mobil teknoloji, mobil

bankacılık web sitesi ve cep telefonu olmak üzere üç teknoloji grubu mobil bankacılık memnuniyetine karşı incelenmektedir. 312 mobil bankacılık kullanan müşteriden elde edilen verilerin analizi sonucundaki bulgular, her üç teknoloji güveninin de mobil bankacılık memnuniyeti ile pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir.

3. Veri Toplama Aracı ve Yöntem

Veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan bir anket kullanılmıştır. İlk bölümde araştırmacı tarafından hazırlanan 9 adet demografik bilgi formu yer almaktadır. Bu formda cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki deneyim, mobil bankacılık işlemlerini kullanma sıklığı, mobil bankacılık kullanma süresi gibi sorular yer almaktadır.

İkinci bölümde ise Uğur ve Turan (2016) tarafından geliştirilen mobil uygulama kabul ölçeğinde yer alan sorulardan faydalanarak soru listesi oluşturulmuştur. Ölçek toplam 14 madde ve 3 boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan maddelere verilen yanıtlar 1-Katılmıyorum, 2-Kararsızım, 3- Katılıyorum şeklindedir. Ölçekte yer alan maddelerin 6'sı Davranışsal Niyet boyutunda, 5'i Algılanan Fayda boyutunda ve 3'ü Performans Beklentisi boyutunda yer almaktadır.

Bu çalışmada; Samsun İli Bafra İlçesinde 2019 yılında faaliyet gösteren Esnaf ve Sanatkarlar odalarına kayıtlı 3049 esnaftan, rastgele örneklem yöntemiyle %90 güven aralığı ve % 5 hata payı ile 249 tanesi seçilmiştir.

4. Bulgular

Katılımcılardan elde edilen bulgulara göre; cinsiyet dağılımının 191 Erkek ve 58 kadın olduğu ve eğitim düzeylerinin 81 ilköğretim, 113 lise, 29 ön lisans, 21 lisans ve 5 lisansüstü olduğu saptanmıştır. Yaş gruplarının 27 kişi 21-29 yaş arası, 86 kişi 30-39 yaş arası, 79 kişi 40-49 yaş arası ve 57 kişi 50 yaş ve üzeri olduğu saptanmıştır. Bunun yanında 59 kişinin 0-10 yıl arası, 129 kişinin 10-20 yıl arası ve 61 kişinin 20 yıl ve üzeri mesleki deneyime sahip olduğu saptanmıştır. Katılımcılara ait demografik özellikler Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2: Demografik Özellikler (n=249)

Gruplar	frekans	%	Gruplar	frekans	%
Cinsiyet			Yaş		
Erkek	191	76,71%	21-29	27	10,84%
Kadın	58	23,29%	30-39	86	34,54%

Eğitim Düzeyi			40-49	79	31,73%
İlköğretim	81	32,53%	50 ve üzeri	57	22,89%
Lise	113	45,38%	Mesleki Deneyim		
Ön Lisans	29	11,65%	0-10 yıl	59	23,69%
Lisans	21	8,43%	10-20 yıl	129	51,81%
Lisansüstü	5	2,01%	20 yıl ve üzeri	61	24,50%

Katılımcılardan 47 kişi günde birkaç kez, 44 kişi her gün, 70 kişi haftada bir kez 47 kişi ayda bir kez ve 41 kişi hiç mobil bankacılık sistemini kullanmamaktadır. 51 kişi bir yıldan kısa süredir, 48 kişi 1-2 yıl arası, 40 kişi 3-4 yıl arası, 53 kişi 5-6 yıl arası ve 16 kişi ise 7 yıldan fazla süredir mobil bankacılık hizmetlerini kullanmaktadır. Katılımcıların mobil bankacılık kullanma özellikleri Tablo 3’ de verilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Mobil Bankacılık Kullanma Özellikleri (n=249)

<i>Mobil bankacılık işlemlerini kullanma sıklığı</i>	<i>n=249</i>	<i>Mobil bankacılık kullanma süresi</i>	<i>n=208</i>
Günde birkaç kez	47	Bir yıldan az	51
Her gün	44	1-2 yıl	48
Haftada bir	70	3-4 yıl	40
Ayda bir	47	5-6 yıl	53
Hiç	41	7 yıldan fazla	16

Araştırmaya katılan esnafın mobil bankacılık hakkındaki niyetleri incelendiğinde; katılımcıların mobil bankacılık hakkında olumlu düşüncelere sahip olduğu analiz sonucunda ortaya koyulmuştur. Esnafın büyük çoğunluğu mobil bankacılığı kullandığını, kullanma devam edeceğini veya devam etme niyetine sahip olduklarını beyan etmişlerdir. Ayrıca geleneksel bankacılık yöntemleri yerine mobil bankacılık uygulamalarını kullanmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların mobil bankacılığa karşı davranışları hakkındaki niyetleri Tablo 4’ te verilmiştir.

H_0 = Kullanıcılar mobil bankacılığa olumlu bakmaktadır.

H_1 = Kullanıcılar mobil bankacılığa olumlu bakmamaktadır.

Tablo 4: *Katılımcıların Davranışsal Niyetleri (n=249)*

	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum
Gelecekte de mobil uygulamaları kullanmaya devam edeceğime inanıyorum.	79	80	90
Kesinlikle mobil uygulamaları kullanmaya devam edeceğim.	63	105	81
İşlerimi hallederken mobil uygulamaları kullanmaya niyetim var.	72	63	114
Mobil uygulamaları sıklıkla kullanmaya niyetim var.	61	86	102
Amacım, işlerimi hallederken geleneksel yöntemler yerine, mobil uygulamaları kullanmaktır.	117	61	71
İşlerimi geleneksel yöntemlerle halletmektense, mobil uygulamaları kullanmayı tercih ederim.	81	82	86

Ki-Kare: 55.831 P= 0 P<0.05 olduğundan Ho hipotezi kabul edilir. (İlişki anlamlıdır).

Katılımcıların verdiği yanıtlar analiz edildiğinde; mobil bankacılık uygulamalarından bekledikleri ve umdukları faydayı elde edemediklerini görülmektedir. Araştırmaya katılan esnaflar, bankacılık işlemlerini mobil uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirmenin üretkenlik, performans ve işleri kolaylaştırması açısından genelde kararsız kaldığını beyan etmişlerdir. Katılımcıların mobil bankacılık kullanımından algıladıkları fayda Tablo 5’ de verilmiştir.

H_2 = Kullanıcılar mobil bankacılığı faydalı bulmaktadır.

H_3 = Kullanıcılar mobil bankacılığı faydalı bulmamaktadır.

Tablo 5: Mobil Bankacılıktan Algılanan Fayda (n=249)

	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum
Mobil uygulamalar beni günlük işlerimde daha etkin kılar.	56	101	92
Mobil uygulamalar günlük işlerimle ilgili performansımı artırabilir.	69	73	107
Mobil uygulamalar beni daha üretken yapar.	62	85	102
Mobil uygulamalar işlerimi yapmamı kolaylaştırır.	73	78	98
Mobil uygulamalar günlük işlerimi daha iyi yapmamı sağlar.	53	82	114

Ki-Kare: 12.696 P= 0.123 P>0.05 olduğundan H_2 hipotezi red edilir. (İlişki anlamsızdır).

Araştırma kapsamında alınan yanıtlara göre; esnaflar mobil bankacılıktan daha fazla erişim esnekliği beklemekte ve ilgili uygulamaların yapısal olarak dikkatlerini çekmediğini ve uygulamalarda fazla zaman geçirmediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların mobil bankacılıktan performans beklentisi Tablo 6’ da verilmiştir.

H_4 = Kullanıcılar mobil bankacılıktan daha fazla beklenti içindedir.

H_5 = Kullanıcılar mobil bankacılıktan daha fazla beklenti içinde değildir.

Tablo 6: Katılımcıların Mobil Bankacılıktan Performans Beklentisi (n=249)

	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum
Mobil uygulamaları, istediğim yerde erişim sağlayabildiğim için, esnek buluyorum.	98	64	87
Mobil uygulamaları, istediğim zaman erişim sağlayabildiğim için, esnek buluyorum.	107	43	99
Yapacak hiçbir şeyim olmadığı anda mobil uygulamalar kullanarak zamanın nasıl geçtiğini fark etmiyorum.	157	61	31

Ki-Kare: 57.777 P= 0 P<0.05 olduğundan H_4 hipotezi kabul edilir. (İlişki anlamlıdır).

6.Sonuç

Bu çalışmada Samsun İli Bafra İlçesinde mobil bankacılık kullanan müşterilerin davranışsal niyetleri, algılanan fayda ve performans beklentileri değişkenlerine ilişkin görüşleri belirlenmiş ve bu değişkenler arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular literatürde yapılmış olan diğer çalışmalar ile karşılaştırılarak yorumlanmıştır. Araştırmada katılımcıların ne sıklıkla mobil bankacılık hizmetlerini kullandıkları incelenmiş ve çoğunluğun (%67) en az haftada bir defa bu hizmetten faydalandığı gözlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun mobil bankacılık hizmetlerini en az 2 yıldır kullanmakta olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında katılımcıların mobil uygulamaları kullanma niyetlerinin olumlu olduğu sonucuna varılmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu mobil bankacılığı kullandığını, kullanma devam edeceğini veya devam etme niyetine sahip olduklarını beyan etmişlerdir. Ayrıca geleneksel bankacılık yöntemleri yerine mobil bankacılık uygulamalarını kullanmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Burada elde edilen sonuçlar literatürde; Masrek vd.(2014), Kazi ve Mannan (2013), Al-Jabri ve Sohail (2012), Bankole ve Brown (2011), Lin (2011) ve Riquelme ve Rios (2010) çalışmaları ile uyumlu olduğu saptanmıştır. Diğer yandan; Akturan ve Tezcan (2011), Kim, Shin ve Lee(2009), Luarn ve Lin (2005) ve Laforet ve Li (2005) çalışmaları ile uyumsuz sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bu durum incelendiğinde özellikle erken dönemlerde yapılan çalışmalarda uyumsuzluk yaşandığı görülmekte ve kullanıcıların zamanla mobil bankacılık hakkında niyetlerinin değiştiği görülmektedir.

Elde edilen veriler analiz edildiğinde; mobil bankacılık uygulamalarından bekledikleri ve umdukları faydayı elde edemediklerini görülmektedir. Araştırmaya katılan esnaf, bankacılık işlemlerini mobil uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirmenin üretkenlik, performans ve işleri kolaylaştırması açısından genelde kararsız kaldığını beyan etmişlerdir. Bu sonuçlar ile literatürde yer alan; Aboelmaged ve Gebba (2013), Al-Jabri ve Sohail (2012), Bankole ve Brown (2011), Akturan ve Tezcan (2011) ve Luarn ve Lin (2005) çalışmaları iyi uyumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun aksine; Masrek vd.(2014), Zhou (2011), Koenig-Lewis, Palmer ve Moll (2010) ve Kim, Shin ve Lee (2009) çalışmalarıyla uyumlu sonuçlar oluşmadığı görülmektedir. Bu durum bölgesel ve kültürel farklılıkları ile açıklanabilir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar analiz edildiğinde; mobil bankacılık uygulamalarından bekledikleri ve umdukları faydayı elde edemedik-

lerini görülmektedir. Araştırmaya katılan esnaflar, bankacılık işlemlerini mobil uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirmenin üretkenlik, performans ve işleri kolaylaştırması açısından genelde kararsız kaldığını beyan etmişlerdir. Literatürle kıyaslandığında; Kazi ve Mannan (2013) Akturan ve Tezcan (2011), Saleem ve Rashid (2011), Lin (2011), Kim, Shin ve Lee (2009) ve Luarn ve Lin (2005) çalışmaları ile uyumlu sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Al-Jabri ve Sohail (2012), Bankole ve Brown (2011) ve Riquelme ve Rios (2010) çalışmalarından uyumsuz sonuçlar elde edilmiştir.

Yapılan çalışma sonunda müşteri beklentileri ve kullanımları değerlendirildiğinde; mobil bankacılık uygulamalarının sürekli güncellenmesi, iyileştirmelerin yapılması, yenilikçi fikirlere açık olması, basit, hızlı ve anlaşılır olmasının yanında güvenlik önlemlerinin de müşteri tatmin edecek seviyede olması gerekmektedir

Kaynaklar

- Aboelmaged, M. G. Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2(1), 35-50.
- Akturan, U. Tezcan, N. (2012). Mobile banking adoption of the youth market: Perceptions and intentions. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 444-459.
- Al-Jabri, I. Sohail, M. (2012). Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(4), 379-391.
- Bankole, F. O. and Brown, I. (2011). Mobile Banking Adoption in Nigeria. *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, 4(2), 1-23.
- Chandran, R. (2014). Pros and cons of Mobile banking. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(10), 1-5.
- Chou, D. C. Chou, A. Y. (2000). A Guide to the Internet Revolution in Banking. *Information System Management*, 17(2), 51-57.
- Devlin, F. (1995). Technology and Innovation in Retail Banking Distribution. *International Journal of Bank Marketing*, 13(4), 19-25.
- Ensor, B. Montez, T. Wannemacher, P. (2012). *The state of mobile banking 2012*. Amerika: Forrester Research.
- Gan, C. Clemes, M. Limbombunchai, V. Weng, A. (2006). A Logit Analysis of Electronic Banking in New Zeland. *International Journal of Bank Marketing*, 24(6), 360-383.
- Güven, O. F. Öztürk, A. (2014). *Bankacılık ve Sigortacılıkta Pazarlama*, İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Hernondo, I. Niet, M. (2007). Is The Internet Delivery Channel Changing Banks' Performance? The Case of Spanish Banks. *Journal of Banking and Finance*, 31, 1083-1099.
- Kazi, A. K. Mannan, M. A. (2013). Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan: Empirical Evidence. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 2(3), 54-61.
- Kim, G. Shin, B. Lee, H. G. (2009b). Understanding dynamics between initial trust and usage intentions of mobile banking. *Information Systems Journal*, 19, 283-311.
- Koenig-Lewis, N. Palmer, A. Moll, A. (2010). Predicting young consumers' take up of mobile banking services. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 410-432.

- Laforet, S. Li, X. (2005). Consumers' attitudes towards online and mobile banking in China. *International Journal of Bank Marketing*, 23(5), 362-380.
- Lin, H. F. (2011). An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management*, 31, 252-260.
- Liu, Z. Min, Q. Ji, S. (2009). An Empirical Study on Mobile Banking Adoption: The Role of Trust. *Second International Symposium on Electronic Commerce and Security*, (s. 7-13).
- Luarn, P. Lin, H.-H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873-891.
- Masrek, M. Mohamed, I., Daud, N. Omar, N. (2014). Technology Trust and Mobile Banking Satisfaction: A Case of Malaysian Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129, 53-58.
- Riquelme, H. E. Rios, R. E. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328-341.
- Saleem, Z. Rashid, K. (2011). Relationship between Customer Satisfaction and Mobile Banking Adoption in Pakistan. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 6(2), 537-544.
- Saleem, Z. Rashid, K. (2011). Relationship between Customer Satisfaction and Mobile Banking Adoption in Pakistan. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 6(2), 537-544.
- Shaikh, A. A. Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: a literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129-142.
- Türkiye Bankalar Birliği TBB / İstatistiki Raporlar /İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri /Haziran 2019 https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1196/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Haziran_2019.pdf
- Uğur, N. G. ve Turan, A. H. (2016). Mobil Uygulama Kabul Modeli: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 34 (4), 97-126.
- Zhou, T. (2011). An empirical examination of initial trust in mobile banking. *Internet Research*, 21(5), 527-540.
- Zhou, T. Lu, Y. Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption. *Computers in Human Behavior*, 26, 760-767.

Bölüm 31

ANA MARKA VE ALT MARKAYA İLİŞKİN TÜKETİCİ TUTUMLARININ ARAŞTIRILMASI: KARAMAN İLİNDE BİR UYGULAMA¹

Harun ÖZMERDİVANLI²

Murat ÖZ³

1 Bu çalışma Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD Yüksek Lisans öğrencisi Harun ÖZMERDİVANLI tarafından Doç. Dr. Murat ÖZ danışmanlığında hazırlanan “Ana Marka-Alt Marka İlişkisinin Marka Mimarisi Açısından İncelenmesi: Tüketicilerin Alt Marka Algısına Yönelik Bir Araştırma” isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

2 Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, harunoz@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1096-5976

3 Doç. Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, muratoz@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4955-3848

GİRİŞ

Marka tarihçesi çok eski çağlara dayandırılmakla birlikte modern anlamda markaların doğuşu Sanayi Devrimine dayanmaktadır. Sanayi devriminden günümüze markaların gelişimini destekleyen pek çok gelişme yaşanmıştır. Kitle üretimindeki artış, lojistik faaliyetlerinin gelişmesi, teknolojik gelişmeler, internetin yaygınlaşması gibi pek çok gelişme markaları hayatımızın vazgeçilmez parçaları haline getirmiştir. İlk zamanlarda üretici sahipliğini belirten markalar daha sonra kalite ve işlev bakımından ürün farklılaşma aracı haline gelmiş, günümüzde ise markalar farklılaştırmanın ötesinde tüketici için duygusal faydalarla birlikte bir yaşam tarzı vaat eden, işletmelerin en önemli varlıkları haline gelmiştir.

Marka ile ilgili çok sayıda tanım yapılmasına rağmen, bu tanımlar içerisinde en yaygın olarak kullanılan Amerikan Pazarlama Derneğinin (American Marketing Association) yaptığı tanımdır. Buna göre marka bir satıcının veya bir grup satıcının mal veya hizmetlerini tanımlamak ve rakiplerinden farklılaştırmak amacıyla kullandıkları isim, terim, işaret, sembol veya tasarım veya bunların bir kombinasyon olarak ifade edilebilir (Kaptan ve Pandey, 2010: 2). Bu tanım fazla ürün odaklı olması ve işaret, sembol gibi sadece görsel unsurlarla sınırlandırılması nedeniyle eleştirilmiştir. Ancak eleştirilere rağmen tanım bu haliyle çağdaş pazarlama literatüründe Watkins, Aaker, Doyle, gibi birçok kişi tarafından benimsenmiştir (Wood, 2000: 664).

Günümüzün yoğun rekabet ortamında her geçen gün sayıları artan ve nitelik olarak birbirine benzeyen ürünler gerek tüketiciler gerekse üreticiler açısından tehdit oluşturmaktadır. Tüketicilerin ve üreticilerin bu tehditten korunmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri olarak marka ön plana çıkmaktadır. Ürünü benzerlerinden ayırıştırarak üreticilere ve tüketicilere fayda sağlamak markanın en önemli fonksiyonu olarak bilinmektedir (Tosun, 2014: 12).

Markalar sayesinde işletmeler tutundurma faaliyetlerine yardımcı olarak talep oluşturmakta, satışlarını ve rekabet gücünü artırmakta, sadık müşteri kitlesi oluşturabilmekte, bu sayede pazar paylarını artırabilmekte ve ihracat yaparken kolaylık sağlamaktadır. Marka, müşterilere belirli kalite, özellik, yarar ve hizmetlerin firmalar tarafından devamlı olarak sunulacağını garanti etmekte ve müşterilerin karar vermelerine yardımcı olmaktadır. Tüketiciler markaların fonksiyonel faydalarına ilaveten duygusal faydaları ile de tatmin olmaktadır. Bununla birlikte marka; fonksiyonel riski, finansal riski, fiziksel riski, sosyal riski, psi-

kolojik riski ve zamansal riski azaltmaktadır. Aracılar ise kendi markalarını oluşturmaları halinde üretici markalara bağımlılıktan kurtulmakta, maliyetlerini düşürüp, kar marjlarını yükseltmektedirler. Diğer yandan markalar istihdam, milli gelir ve döviz girdilerinin artırılması, dış ticaret açığının azaltılması gibi ülke ekonomisine faydalar sağlamaktadır (Ar, 2007: 10-12; Tosun, 2014: 14-15; Erdil ve Uzun, 2010: 14-18; İslamoğlu ve Fırat, 2011: 8-11; Yılmaz, 2011: 7-8).

Markalama stratejisi, tüketicinin zihninde ürünlerin en verimli biçimde organize edilip sınıflandırılması amacıyla, uygun marka unsurlarının bir araya getirilmesi anlamına gelmektedir. Markalama stratejisi, bir kuruma ait tüm ürünlerin marka denkliklerinin ve değerinin maksimize edilmesi için kullanılacak marka öğelerinin sınıflandırılmasını ifade etmektedir. Bu bağlamda marka stratejisi; mark adı, logo, renk, karakter gibi marka unsurlarının hangi kategorilerde kullanılması veya kullanılmaması gerektiği yönünde karar alınmasını kapsamaktadır (Tosun, 2014: 279).

İyi planlanmış marka stratejileri yeni pazarlarda işletmelere güçlü kimlikler kazandırmada yardımcı olmaktadır. Ayrıca, marka değeri oluşumunda işletmelerin marka stratejileri rekabet gücünü artırıcı unsur olarak büyük rol oynamaktadır. Bunların yanı sıra marka stratejileri güçlü olan işletmeler, mevcut markalarını genişletebilir ve bu marka isimlerini kullanarak yeni ürün ve hizmetleri pazara sunabilir, bu stratejiler sayesinde oluşturdukları markalar ile başarılı olabilirler (Altuna, 2007: 160).

İşletmeler rekabet avantajı elde etmek, tüketicilerin markalarından en iyi şekilde yararlanmalarını sağlamak amacıyla yeni markalama, çoklu markalama ve marka genişletme gibi çeşitli marka stratejileri uygulamaktadır. Genel olarak ya yeni bir marka ismi oluşturarak ya da mevcut marka ismini farklı ürünlere vererek marka stratejisi izleyen işletmelerin ne zaman hangi stratejiyi uygulayacaklarını çok iyi belirlemeleri gerekmektedir. İşletmelerin çok farklı marka yapılanmaları olmakla birlikte genel olarak işletmeler bütün ürünleri için tek bir marka kullanabilecekleri gibi her bir ürün için ayrı ayrı markalar da kullanabilmektedir. Tüketicilerin işletmeyi ve markalarını algılaması işletmenin büyümesini ve geleceğini etkileyebildiğinden marka yapılanması önem arz etmektedir.

Bir marka genişletmesinin ortaya çıkmasını sağlayan mevcut marka asıl marka veya ana marka olarak ifade edilmektedir (Akat ve Taşkın, 2012: 74). Alt markalar, müşterilerin kafasının karışması ve marka gücünün azalmasını önleyerek, bir marka adı altında farklı ürünler sunmak

ve yeni pazarlara hitap etmek için kullanılmaktadır (Aaker, 2014: 271). Alt markalar ana markanın bir alt seviyesinde bulunan güçlü markalar olarak ifade edilmektedir. Lenova ThinkPad, Apple Iphone, Toyota Prius örnek verilebilir (Davis, 2011: 100). Alt marka ayrı bir isim ve kimlik ile ana markadan ayrılan bir ürün markası olarak tanımlanmasına karşın (Jo, 2007: 184), ana markaya bağlı olan ve ana marka çağrışımı güçlendirdiği veya değiştirdiği de vurgulanmaktadır (Aaker ve Joachimsthaler, 2000: 13).

İşletmeler marka portföyünü genişletmek, riski dağıtmak, farklı tüketici gruplarına hitap etmek ve niş pazarları ele geçirmek gibi çeşitli amaçlarla alt markalar oluşturmaktadırlar. Ana markalar alt markaların sahibi konumunda yer almaktadır. Tüketicilerin ana marka ve alt marka algıları, bu markalarla kurdukları ilişki bu markaların başarısını etkilemektedir.

Çalışmanın amacı tüketicilerin ana marka ve alt markaya yönelik tutumlarının; ana marka, alt marka ve tüketim ilişkileri, markalı ve markasız ürünlere yönelik değerlendirmeler açısından incelenmesidir. Çalışmanın amacına ulaşması için Karaman ilinde 488 kişiye yönelik bir anket çalışması yapılmış, ankette bulunan yargılara verilen cevaplardan elde edilen veriler SPSS 21 programı ile faktör, regresyon, korelasyon, T testi ve Anova analizlerine tabii tutulmuştur.

Çalışma kapsamında yapılan analizler ile çalışmanın literatüre çeşitli katkılar sağlaması beklenmektedir. Öncelikle, çalışma ana marka ve alt marka tutumunu birlikte incelemeye imkan tanımaktadır. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde ana markanın daha çok marka genişlemesi açısından incelendiği görülmekte olup, bu çalışmada ise *ana marka, alt marka ve tüketim ilişkileri, markalı ve markasız ürünlere yönelik değerlendirmeler ve lüks bir markanın ucuz bir alt marka çıkardığı farazi durum* değişkenleri açısından ana marka tutumu ve alt marka tutumu incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın çok yönlü bir inceleme sunduğu söylenebilir. Alt marka ile ilgili yapılan çalışmalar da daha çok marka mimarisi ve marka stratejileri içerisinde ele alınmakta olup, bu çalışmalarda alt marka tutumunu ölçmekten ziyade kavramsal incelemelere yer verilmektedir. Alt marka tutumuna yönelik yeterli düzeyde uygulama bulunamaması sebebiyle bu çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Bununla birlikte ana marka ve alt marka tutumunu ölçmeye yönelik doğrudan ölçek bulunamaması nedeniyle çok çeşitli kaynaklardan yararlanılarak bir ölçek geliştirilmiştir. Bu çalışmada oluşturulan ölçeğin daha sonra yapılacak çalışmalara uygulama açısından katkı sağ-

layabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışma sağlayabileceği katkılara rağmen sosyal bilimler alanında yapılan diğer çalışmalarda olduğu gibi bazı kısıtlara sahiptir. İlk kısıt, çalışma kapsamında yapılacak uygulamada kullanılan literatürde doğrudan bir ölçek bulunamamasıdır. Yapılan uygulamanın Karaman ilinde yaşayan tüketicilere (büyük çoğunluğu Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrenci, akademisyen ve memurlarına) uygulanması ve dar bir ana kütle çerçevesinde incelenmesi diğer bir kısıttır. Ayrıca zaman ve maliyet kısıtlarından da bahsetmek mümkündür.

Çalışmada öncelikle konu ile ilgili literatür ortaya koyulmuştur. Ardından çalışmanın kapsamı, çalışmada kullanılan veri toplama ve analiz yöntemleri incelenmiş ve analiz sonucu elde edilen bulgular sunularak çalışma sonlandırılmıştır.

1.Literatür İncelemesi

Literatürde marka ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, ana marka ve alt markaya yönelik tutumun birlikte incelendiği yeterli düzeyde çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Ana markanın incelemeye konu olduğu çalışmalar ise daha çok marka genişlemesi konusu altında incelenmekte olup bu çalışmalar içerisinde en çok referans alan çalışmalardan bazıları Tablo 1.'de özetlenmektedir.

Tablo 1: Ulusal ve Uluslararası Literatürde Ana Marka İle İlgili Yapılan Çalışmalar

Yazarlar	Yıl	Çalışma Adı	Yöntem	Bulgu ve Sonuçlar
David A. Aaker and Kevin Lane Keller	1990	Consumer Evaluations of Brand Extensions	Deneysel çalışma, 228 kişi ile yapılmıştır.	Ana marka tutumu ile genişletilmiş marka tutumu arasında pozitif bir ilişki olduğu, genişletilmiş markanın ana marka ile olan uyumunun genişletilmiş marka tutumuna etki ettiği bulunmuştur.
William B. Dodds and Jean B. Romeo	1991	An Investigation of How Similarity and Price Influence Consumers' Responses to Brand Extensions	Deneysel Çalışma, 115 kişi ile yapılmıştır.	Genişletilmiş marka-ana markanın ürün kategorileri açısından benzerliği ile genişletilmiş markaya olan tutum arasında pozitif ilişki olduğu bulunmuştur.
Srinivas K. Reddy, Susan L. Holak and Subodh Bhat	1994	To Extend or Not to Extend: Success Determinants of Line Extensions	Sektör Araştırması	Ana markanın gücü, sembolik değeri, sektörde veya alanında ilk olması, firmanın büyüklüğü gibi faktörlerin genişleme başarısı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Kim, Byung-Do; Sullivan, Mary	1998	The Effect of Parent Brand Experience on Line Extension Trial and Repeat Purchase.	Panel Veri	Ana marka deneyimi arttıkça genişletilmiş markaya ilişkin kalite beklentisinin arttığı ve genişletilmiş markanın deneme ihtimalinin de arttığı bulunmuştur.
Daniel A. Sheinin	2000	The Effects of Experience with Brand Extensions on Parent Brand Knowledge	Deneysel çalışma, 250 kişi ile yapılmıştır.	Tüketicilerin genişletilmiş marka deneyimleri, tanınmış ana markaya göre tanınmamış ana marka tutumlarını daha fazla değiştirebilmekte olduğu bulunmuştur.
Arthur Cheng-Hsui Chen, Shaw K. Chen	2000	Brand dilution Effect of Extension Failure – a Taiwan Study	Anket	Başarısız genişletilmiş markaların ana markaların marka denkliği ölçüsünde markaya zarar verdiği bulunmuştur.
Eva Martínez, José M. Pina	2003	The Negative Impact of Brand Extensions On Parent Brand Image	Deneysel çalışma, 94 kişi ile yapılmıştır.	Genişletilmiş markanın algılanan kalitesi ve ana marka ile uyumunun ana markanın imajını etkilediği bulunmuştur.
Dr Leif E. Hem, Leslie De Chernatony & Nina M. Iversen	2003	Factors Influencing Successful Brand Extensions	Anket, 701 kişi ile yapılmıştır.	Genişletilmiş markanın ana marka ile benzerliği arttıkça genişletilmiş markanın tüketicilerce kabullenmesin arttığı, ana markanın saygınlığının genişletilmiş markanın başarısında etken rol oynadığı bulunmuştur.
Yeşim Uzun, T. Sabri Erdil	2004	Marka Yayma Stratejilerinde Ürün Benzerliğinin Etkisi ve Üç Ayn Marka Üzerinde Bir Uygulama	Anket, 130 kişi ile yapılmıştır.	Ana marka hakkındaki olumlu görüş ile genişletilen ürünlerin benzerlik değerlendirmeleri arasında ilişki bulunmuştur. Ayrıca, genişletilen ürünler arasındaki benzerlik düzeyiyle, genişleme değerlendirmeleri arasında da bir ilişki bulunmuştur.
Mary R. Zimmer, Subodh Bhat,	2004	The Reciprocal Effects of Extension Quality and Fit on Parent Brand Attitude	Deneysel çalışma, 92 kişi ile yapılmıştır.	Genişletilmiş markanın kalitesi ve ana marka ile uyumu ana markayı sulandırmamakta diğer bir deyişle ya ana markaya olan tutum değişmemekte ya da etkisi çok sınırlı olmakta olduğu bulgu sonucunda ifade edilmektedir.
Helge Thorbjørnsen	2005	Brand Extensions: Brand Concept Congruency and Feedback Effects Revisited	Anket, 205 kişi ile yapılmıştır.	Genişletilmiş markaları ile uyumsuz (alakasız) ana markaların bilinirliği fazla ise ana markanın negatif algılanma riski daha fazla olduğu bulgu sonucunda belirtilmektedir.

Jansanem Jular	2008	Tüketicilerin Marka Genişlemesi Üzerindeki Algılamalarına İlişkin Bir Uygulama	Anket, 509 kişi ile yapılmıştır.	Araştırma sonucunda marka genişlemesinin tüketicilerce değerlendirilmesinde en etkili faktörün ana marka ve önerilen genişlemenin tüketici zihnindeki algısal uyumluluğu olduğu bulunmuştur.
Şakir Erdem, H.Neylan Uslu	2010	Marka Değerinin Marka Genişlemesine Etkisi ve Çay Sektöründe Bir Uygulama	Anket, 424 kişi ile yapılmıştır.	Tüketicilerin ana marka için geliştirdikleri olumlu tutum ve davranışları genişletilmiş ürün kategorilerine aktarmaya eğilimli olduklarına dair bulgular elde edilmiştir.
Konul Sattarova	2010	Algılanan Kalitenin Marka Genişlemesine Etkisi Üzerine Bir Araştırma	Anket, 276 kişi ile yapılmıştır.	Marka bağlılığı, algılanan kalite, marka çağrışımları ve marka farkındalığı faktörlerinin marka genişleme davranışına pozitif yönde etki ettiği bulunmuştur.
Ian Clark Sinapuelas, Sanjay Ram Sisodiya	2010	Do Line Extensions Influence Parent Brand Equity? An Investigation of Supermarket Packaged Goods	318 Süper market markası ile panel veri analizi yapılmıştır.	Ana markanın sahip olduğu yeni hat genişlemesi sayısı ile ana markanın algılanan değeri arasında pozitif bir ilişki olduğu; ana markanın yenilikçi olmasının algılanan marka değerini arttırdığı; genişletilmiş marka için uygulanan solo reklamın ana markanın algılanan değerine etki ettiği bulunmuştur.
Soyoung Kim & Hyunjong Chung	2012	The Impacts of Perceived Fit, Brand Familiarity, and Status Consciousness on Fashion Brand Extension Evaluation	Anket, 187 kişi ile yapılmıştır.	Ana marka bilinirliğinin genişletilmiş marka üzerinde pozitif etkisi olduğu, ana marka ile genişletilmiş marka arasındaki uyumun yatay yönlü marka genişleme değerlendirmesine pozitif, dikey yönlü marka genişleme değerlendirmesine negatif etkisi olduğu bulunmuştur.
Plavini Punyatoya	2013	Consumer Evaluation of Brand Extension for Global and Local Brands: The Moderating Role of Product Similarity	Anket, 416 kişi ile yapılmıştır.	Ana markanın küreselliği (global ölçekte büyüklüğü) genişletilmiş markaların tüketicilerce değerlendirilmesinde ciddi etki yapmaktadır.
Francesca Dall'olmo Riley, Chris Hand & Francesca Guido	2014	Evaluating Brand Extensions, Fit Perceptions And Post-Extension Brand Image: Does Size Matter?	Anket, 1200 kişi ile yapılmıştır.	Ana markanın müşteri sayısı ile genişletilmiş markaya olan tutum ve ana marka-genişletilmiş marka arasında algılan uyum arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Amber Thanwarani, Adil Virani, Munir Thanwarani	2014	Customers' Evaluation of Brand Extension: An Empirical Study of Skin Care Products	Anket, 500 kişi ile yapılmıştır.	Ana marka deneyimi, güvenilirliği, çağrışımları ve algılanan kalitesi ve ana marka ile genişletilmiş marka uyumunun genişletilmiş marka değerlendirmesini etkilediği yönünde bulgular elde edilmiştir.
Şükran Karaca ve Derya Fatma Biçer	2015	Marka Genişleme Stratejilerinin Üniversite Öğrencilerinin Satın Alma Niyetleri Üzerine Etkileri	Anket, 445 kişi ile yapılmıştır.	Çalışmada öğrencilerin Adidas firmasının marka genişlemesine yönelik uygulamalarının hayali ürün kategorisi olan kot pantolon ürününe karşı olumlu tutum sergilediklerini, diğer hayali ürün kategorileri olan cep telefonu ve dizüstü bilgisayar açısından bazı faktörler dışında olumlu bir tutum sergilemedikleri ortaya çıkmıştır.
Çağatan Taşkın, Gül Emel, Onur Öztürk, Gülcan Petriçli	2016	Marka Genişletilmiş Başarısının Öncülleri: Güzellik Bakım Ürünleri Sektöründe Bir Araştırma	Anket, 159 kişi ile yapılmıştır.	Marka genişleme başarısında rol oynadığı düşünülen “algılanan kalite”, “algılanan uyum”, “tüketicilerin yenilikçiliği”, “tüketicilerin bilgi düzeyi” ve “algılanan risk” gibi olası başarı faktörlerinin, marka genişletme başarısı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

*** Tablo yazar tarafından hazırlanmıştır.

Alt marka ile ilgili yapılan çalışmalar da daha çok marka mimarisi ve marka stratejileri içerisinde ele alınmakta olup, bu çalışmalarda alt marka algısını ölçmekten ziyade kavramsal incelemelere yer verilmektedir. Bu çalışmaların pek çoğu Aaker ve Joachimsthaler (2000) tarafından yapılan çalışmayı referans almaktadır (Sönmez, 2010; Rajagopal ve Sanchez, 2004; Chailan, 2009; Esbjerg vd, 2004; Gneccchi ve Ricotti, 2000; Hsu vd., 2010; Temporal, 2011; Aaker, 2014).

2. Çalışmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Günümüzde tüketiciler birçok marka ile karşı karşıya kalmakta, işletmeler de marka portföyünü birçok yeni marka ile genişletmektedir. Bu markalar içerisinde ana markalara bağlı pek çok alt marka da tüketicilerin beğenisine sunulmaktadır. Tüketicilerin ana marka ve alt markaya yönelik tutumlarının belirlenmesinin, işletmelerin hem ana markasını hem de alt markalarını daha etkili bir şekilde yönetmelerinde yol göstereceği düşünülmektedir. Bu açıdan önem arz eden araştırmada genel olarak tüketicilerin markalı ve markasız ürünlere bakış açısını saptamak, özel olarak ana marka ve alt markaya yönelik tutumlarını belirlemek ve alt marka algılarını ölçmek amaçlanmıştır.

Bu çalışmada veri türlerinden birincil veriler içerisinde yer alan anket yöntemi uygulanmıştır. Anketin yapılmasında hem yüz yüze görüşme hem de online yöntem uygulanmıştır. Yüz yüze yöntemde 398 anket yapılmış, bunlar içerisinde 10 anket cevapsız bırakılan sorular yüzünden değerlendirmeye alınmamıştır. Dolayısıyla bu yöntemde 388 anket değerlendirmeye alınmıştır. Online yöntemde ise toplam 103 kişi anket katılım göstermiş ve 100 anket değerlendirmeye alınmıştır. 3 Anket çelişkili bilgiler nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Toplam 498 (398+100) anket değerlendirmeye alınmış ve SPSS programı ile çeşitli analizler yapılmıştır.

Anket soruları oluşturulmadan önce geniş bir literatür taraması yapılmış, muhtelif ölçeklerden faydalanılmıştır. Araştırma konusu ile ilgili doğrudan bir ölçek bulunmamakla birlikte daha çok marka genişlemesi konusunda yapılan çalışmalardan ve marka ile ilgili diğer konularda yapılan çalışmalardan ve David Aaker'ın kitaplarından faydalanılmıştır. Anket soruları oluşturulmadan önce Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencileri üzerinde ön test yapılmıştır. Öğrencilerin eleştirilerine ilaveten aynı üniversitenin akademisyenlerinin de görüşleri alınarak anket soruları olgunlaştırılmıştır. Anket uygulanan son hali ile demografik bilgiler hariç toplam 5 bölüm ve 70 adet 5'li likert (1: Kesinlikle Katılmıyorum... 5: Kesinlikle Katılıyorum) ölçeği ile yönetilmiş sorulardan oluşmaktadır. Anketin demografik kısmında ise; cinsiyet, yaş, mezuniyet durumu, meslek ve gelir düzeyi ilişkin sorular yer almaktadır.

Araştırmanın ana kitlesini Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesindeki öğrenciler, akademisyenler, memurlar ve hem e-posta hem de sosyal medya üzerinden ulaşılan kişiler oluşturmaktadır.

3.Bulgular

Ankette bulunan ifadelere verilen cevaplardan elde edilen veriler SPSS 21 programı ile faktör, regresyon, korelasyon, T testi ve Anova analizlerine tabii tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular bu bölümde sunulmaktadır.

3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri, Ölçeklerin Faktör Yapısı, Geçerliliği ve Güvenilirliği

Anket içerisindeki yargıları cevaplayan kişilerin demografik özellikleri Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	%	Eğitim Durumu	Frekans	%
Erkek	232	47,5	İlköğretim	5	1,0
Kadın	256	52,5	Lise	75	15,4
Yaş	Frekans	%	Ön lisans	36	7,4
18-26	211	43,2	Lisans	245	50,2
27-35	179	36,7	Yük. lisans	72	14,8
36-44	81	16,6	Doktora	55	11,3
45-53	14	2,9	Meslek	Frekans	%
54+	3	,6	Öğrenci	170	34,8
Gelir	Frekans	%	Memur	117	24,0
0-1000	160	32,8	Akademisyen	127	26,0
1001-2000	44	9,0	Mühendis	20	4,1
2001-3000	93	19,1	İşçi	12	2,5
3001-4000	52	10,7	Özel Sektör	27	5,5
4001-5000	89	18,2	Diğer	15	3,1
5001+	50	10,2			
Toplam	488	100	Toplam	488	100

Tablo 2’den de anlaşılacağı üzere cevaplayıcıların yüzde 52,5’i kadın yüzde 47,5’i erkektir. Cevaplayıcıların yüzde 43,2’si 18-26 yaş aralığındayken yüzde 36,7’si ise 27-35 yaş aralığındadır. Bu durumda cevaplayıcıların büyük bir kısmının 35 ve altı yaş aralığında olduğu söylenebilir. Onların yüzde 32,8’inin gelirleri 100 lira ve altındayken, yaklaşık yüzde 20’sinin geliri 2001-3000 lira arasındadır. 488 kişinin 245’i yani yarısı lisans mezunu iken 75’i (yüzde 15,4) lise, 72’si (yüzde 14,8) yüksek lisans, 55’i ise (yüzde 11,3) doktora düzeyinde öğrenim görmüştür. Cevaplayıcıların kabaca yüzde 85’ini öğrenciler, memurlar ve akademisyenler oluşturmaktadır.

Tablo 3: Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumların Faktör Analizi

Faktör	İfade	Faktör Yüğü	Açıkladığı Varyans (%)	Cronbach-Alpha
Alt Marka Bilinirliğı ve Ucuzluğı	Alt marka üreticisinin tanıdığım bir firma olması benim için önemlidir	,719	11,19	0.80
	Üreticisi pek bilinmeyen bir alt marka almak riskli bir satın alma davranışdır	,694		
	Hakkında yeterli bilgi sahibi olmadığım alt markalara güven duymam	,683		
	Alt markaların paramın karşılığını vermemesinden endişe ederim	,666		
	Alt markanın ana markaya göre daha ucuz olmasını beklerim	,547		
	Yaşam tarzıma uygun olmayan ana markanın alt markasını da tercih etmem	,433		
Ana Markanın Alt Markadan Üstün Olduğı İnancı	Genellikle ana markalar alt markalara göre daha kalitedir	,848	10,58	0,74
	Genellikle ana markalar alt markalara göre daha güvenlidir	,840		
	Ana markalar alt markalara göre daha çok prestij sağlar	,724		
Ana Markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	Düşük fiyatlı alt marka çıkaran bir ana markanın imajının zarar görebileceğini düşünürüm	,913	10,01	0,89
	Düşük fiyatlı alt marka çıkaran bir ana markanın değerinin düşebileceğini düşünürüm	,906		
	Düşük fiyatlı alt marka çıkaran bir ana markanın kalitesinin de düştüğünü düşünürüm	,825		
Ana Marka İmajı	Alt markayı sadece onu çıkaran ana marka kaliteli ise tercih ederim	,695	9,74	0,74
	Marka imajı güçlü bir ana markanın alt markasını da tercih ederim	,645		
	Alt markayı çıkaran firmanın büyüklüğü marka tercihim i etkiler	,596		
	Olumlu deneyim sahibi olduğum ana markanın alt markalarını da tercih ederim	,571		
	Ana markanın çıkardığı eski alt markalar başarısız ise yeni alt markalarına tutumum pozitif olmaz	,526		

Alt Marka Tercihi	Kullandığım ana markanın karşısında aynı kalitede fakat daha düşük fiyatlı bir alt marka varsa onu tercih ederim	,698	8,83	0,62
	Pahalı güçlü markalar yerine bu markaların ürettiğini bildiğim daha ucuz alt markaları tercih ederim	,646		
	Çıkarılan yeni alt marka alanında ilk olan bir marka ise o markayı denemek isterim	,622		
	Üreticisi güvenilir alt markaları üreticisini bilmediğim ana markalara tercih ederim	,422		
Ana Markanın Alt Markaya Desteği	Reklam desteği yüksek alt markaları tercih ederim	,699	8,04	0,64
	Premium, gold, elit, a sınıfı gibi üst sınıfı niteleyen ibarelerin alt markada kullanılması marka tercihim olumlu etkiler	,690		
	Bir alt markanın ismi, logosu, sloganı onun kalitesi hakkında fikir verir	,556		
	Arkasında ana marka desteği olan alt markaların kalitesinden şüphe duymam	,433		
KMO = 0,87; Bartlett's S.T = 4848,981 (325), sig <0.05 (0.0001.); Açıklanan Top. Var = 0.58, Cronbach Alpha = 0.88				

Ana marka ve alt markaya ilişkin ifadeler faktör analizine tabi tutulduğunda 6 faktörlü bir yapının teşekkül ettiği gözlenmektedir. Bu faktörler; *Alt Marka Bilinirliği ve Ucuzluğu*, *Ana Markanın Alt Markadan Üstün Olduğu İnancı*, *Ana Markanın Uğradığı Değer Erozyonu*, *Ana Marka İmajı*, *Alt Marka Tercihi* ve *Ana Markanın Alt Markaya Desteğidir*. *Alt Marka Tercihi* ve *Ana Markanın alt markaya desteği* değişkenlerinin Cronbach-alfa katsayılarının 0.7'in altında olduğu göz önüne alındığında bu faktörlerin güvenilirliği ile ilgili bazı sıkıntılar olduğu söylenebilir. Yine de yapı için önem teşkil ettiği düşünüldüğünden bu faktörler de analize dahil edilmiş fakat yorumlama esnasında ilgili sonuçlara ihtiyatlı yaklaşılmıştır. 16. ifade olan “*Bildiğim ve sevdiğim bir ana markanın çıkaracağı alt markalarını da tercih ederim*” ve 40. ifade olan “*Sürekli kullandığım ana markanın gözümdeki değeri başarısız alt markaları karşısında değişmez*” ifadeleri birden fazla faktöre çok yakın faktör yükleri ile yüklenmesi ve 0.3'un altında bir faktör yüküne sahip olması nedeniyle analize dahil edilmemiştir.

Bu 6 faktör tüm yapıdaki değişimin (varyansın) yaklaşık yüzde 58'ini açıklamaktadır. KMO değeri oldukça yüksektir ve ifade setinin faktör analizine tabi tutulmak için yeterli sayıda olduğunun göstergesidir. Bartlett küresellik testi sonucu elde edilen ki kare değerinin 323 serbestlik derecesinde anlamlı oluşu ifadelerin birbiriyle ilişkili olduğunu bu yüzden faktör analizine tabi tutulabileceğini gösterir.

Alt Marka Bilinirliği ve Ucuzluğu ana markanın ürettiği alt markaların bilinir ve ucuz olduğu ölçüde tüketiciler tarafından daha fazla tercih edileceğine yönelik ifadeleri bünyesinde barındırmaktadır. *Ana Markanın Alt Markadan Üstün Olduğu İnancı* ana markanın alt markalara göre daha kaliteli, güvenli ve prestijli olduğuna yönelik ifadelerden müteşekkil bir faktördür. *Ana Markanın Uğradığı Değer Erozyonu* düşük fiyatlı bir alt marka çıkaran ana markanın kalitesinin imajının ve güvenilirliğinin tüketiciler tarafından sorgulanabileceğine işaret etmektedir. *Ana Marka İmajı*, ana markaya ilişkin büyüklük, imaj, kalite ve olumlu deneyimlerin o ana markanın çıkardığı alt markaya yönelik tutumu da etkileyebileceğine vurgu yapar. *Alt Marka Tercihi* ana markaya nispetle daha ucuz olmak, alanında öncü olmak, üreticisinin güvenilir olması gibi koşulları sağladığı takdirde ana markaya tercih edilebileceğini içeren ifadelerden oluşur. *Ana Markanın Alt Markaya Desteği* ise Premium, gold gibi üst sınıfı niteleyen ifadelerin ve ana marka ile özdeşleşmiş sembol veya simgelerin alt markada bulunmasının ve ana markanın alt markayı desteklediğini göstermesinin alt marka tercihi olumlu etkileyeceğini ifade eden maddelerden oluşan bir faktördür.

Tablo 4: *Ana Marka, Alt Marka ve Tüketim İlişkileri İle İlgili Faktör Analizi*

Faktör	İfade	Faktör Yüğü	Açıkladığı Varyans (%)	Cronbach-Alpha
Ana Markaya Yönelik Olumlu Tutum	Bir ana markaya olan tutumum ne kadar pozitifse alt markasına da o derece pozitif olur	.754	23,02	0,85
	Bir ana markanın çok sayıda kaliteli ürününün olması yeni alt markalarına karşı tutumumu pozitif yönde etkiler	.744		
	Bir ana marka ne kadar çok tercih edilirse alt markasına olan tutumum o derece pozitif olur	.742		
	Güvendiğim bir ana markanın alt markasını da tercih ederim	.727		
	Çevremde çok rağbet gören bir ana markanın alt markasına karşı tutumum pozitif olur	.687		
	Kalitesi yüksek bir ana markanın alt markasının da yüksek kalitede olmasını beklerim	.667		
	Alt marka ana marka ile ne kadar uyumlu ise (benzer özellik, kategori/sektörde olmaları) alt markayla ilgili tutumum o ölçüde pozitif olur	.645		
	Basit mallar için alt markaları rahatlıkla tercih ederim	.502		

Tüketici Yeniliği	Yeni ve farklı ürünler denemekten hoşlanırım	,834	16,44	0,78
	İlgi duyduğum konularda yeni ürünler ilgimi çeker	,772		
	Bilindik markalar yerine yeni çıkan markaları denemek isterim	,699		
	Güvendiğim bir ana marka uzmanlık alanı dışında bir marka çıkarırsa o markayı denemek isterim	,553		
Marka Genişlemesine yönelik genel tutum	Aynı marka adı altında çok farklı ürünlerin satılmasını olumsuz karşılıyorum. (Gıda ürünleri üreten Torku'nun deterjan üretmesi gibi)	,788	9,24	0,55
	Bir markanın farklı bir kategoride farklı bir adla bir marka çıkarmasını alakasız buluyorum. (Ülker'in Golf markasıyla dondurma çıkarması gibi)	,745		
	Aynı marka adı altında benzer ürünlerin satılmasını olumlu karşılıyorum. (Çikolata üreticisi Nestle'nin bisküvi üretmesi gibi)	,508		
Alt marka Tercihinde Sosyal Çevre odaklılık	Yeni çıkan bir ürünü çevremde ilk deneyen kişi olmak isterim	,599	7,73	0,70
	İlgimi çeken yeni ürünler/markalar hakkında çevremdekilerden daha çok bilmek isterim	,580		
	Sosyal çevremde kabul görmeyecek alt markaları tercih etmem	,489		
KMO = 0,86; Bartlett's S.T = 3119,974 (171), sig <0.05 (0.0001.); Açıklanan Top. Var = 0.55; Cronbach Alpha = 0.84				

Ana marka, alt marka ve tüketim ilişkilerine ilişkin ifadeler faktör analizine tabii tutulduğunda 4 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu faktörler *ana markaya yönelik olumlu tutum*, *tüketici yeniliği*, *marka genişlemesine yönelik genel tutum* ve *alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılık* olarak isimlendirilmişlerdir. *Marka genişlemesine yönelik genel tutum* faktörünün Cronbach-alfa katsayısının 0.7'in altında olduğu göz önüne alındığında bu faktörlerin güvenilirliği ile ilgili bazı sıkıntılar olduğu söylenebilir. Bu sebepten dolayı bu faktör analize dahil edilmemiştir. 58. İfade olan “*Yüksek risk algıladığım ürünlerde alt marka yerine ana marka tercih ederim*” ifadesi ise birden çok faktöre birbirine oldukça yakın faktör yükleriyle yüklendiği için analize dahil edilmemiştir.

Bu 4 faktör tüm yapıdaki değişimin (varyansın) yaklaşık yüzde 55'ini açıklamaktadır. KMO değeri oldukça yüksektir ve ifade setinin faktör analizine tabi tutulmak için yeterli sayıda olduğunun göstergesidir. Bartlett küresellik testi sonucu elde edilen ki kare değerinin 171 serbestlik derecesinde anlamlı oluşu ifadelerin birbiriyle ilişkili olduğunu bu yüzden faktör analizine tabi tutulabileceğini gösterir.

Ana Markaya Yönelik Olumlu Tutum faktörü ana markanın kalite, tercih edilme, rağbet görme, güvenilirlik, alt markası ile uyum bakımından ne kadar iyiye alt markasına yönelik tutumun da o derece pozitif olacağına yönelik ifadeler içeren bir değişken olarak tanımlanmıştır. Tüketici yeniliği hem genel olarak yeni ürün ve markaları hem de bilindik ana markaların çıkardığı yeni alt markaları denemeye yönelik olumlu tutumları içermektedir. Markalar genişlemesine yönelik genel tutum, ana markanın çok sayıda ve çeşitteki ürünleri için aynı markayı kullanmasına yönelik olumsuz tutum, farklı kategorilerde farklı marka isimleri ile piyasada yer almasına yönelik olumsuz tutum ve benzer ürünlerde aynı marka ismiyle piyasada yer almasına yönelik olumlu tutumları içeren ifadeleri barındırmaktadır. Alt marka tercihinde çevre odaklılık bir yönüyle tüketici yeniliğine benzemekte fakat yeni ürün ve markaları deneyimleme arzusunu çevresine kıyasla ifade etmesi bakımından özgün bir boyutu ifade eden ayrıca yine sosyal çevresinin hakkında olumlu düşünmeyeceği markalara yönelik olumsuz tutumları ifade eden özetleyen, sosyal çevrenin tüketime etkisini vurgulayan bir faktör olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 5: Markalı ve Markasız Ürünlerle İlgili Faktör Analizi

Faktör	İfade	Faktör Yüklü	Açıkladığı Varyans (%)	Cronbach-Alpha
Fonksiyonel Fayda	Daha pahalıdır	,835	36.03	0,89
	Daha güvenilirdir	,811		
	Daha yüksek standartlarda ürünlerdir	,740		
	Beklentilerimi daha çok karşılar	,712		
	Arandığında daha kolay bulunur	,624		
Psikolojik Fayda	Markalı ürünler ne alacağıma karar vermeme kolaylaştırır	,829	32,57	0.83
	Markalı ürün satın aldığımda ödediğim paranın gerçek karşılığını alacağımı düşünürüm	,826		
	Markalı ürün satın almak psikolojik olarak kendimi daha iyi hissetmemi sağlar	,802		
KMO = 0,90; Bartlett’s S.T = 2553,331 (36), sig <0.05 (0.0001.); Açıklanan Top. Var = 0.68; Cronbach Alpha = 0.89				

Markalı ve markasız ürünlerin tüketiciler tarafından nasıl değerlendirildiğine ilişkin ifadeler faktör analizine tabii tutulduğunda 2 faktörlü

bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu faktörler *fonksiyonel fayda* ve *psikolojik fayda* olarak isimlendirilmiştir. Fonksiyonel fayda değişkeni markalı ürünlerin markasız ürünlere kıyasla daha güvenilir, daha yüksek standartlarda, daha kolay bulunan ve beklentileri daha fazla karşılayan ürünler olduğunu ifade eden, psikolojik faydadan ziyade, fonksiyonel faydayı vurgulayan ifadelerdir. Psikolojik fayda değişkeni ise markalı ürünlerin markasız ürünlere göre tüketiciyi karar verme, ürüne ödediği fiyatın karşılığını bulma ve kendini daha iyi hissetme hususunda bazı psikolojik gerilimlerden kurtardığına yönelik ifadelerden müteşekkil bir yapıdır.

Bu 2 faktör tüm yapıdaki değişimin (varyansın) yaklaşık yüzde 68'ini açıklamaktadır. KMO değeri oldukça yüksektir ve ifade setinin faktör analizine tabi tutulmak için yeterli sayıda olduğunun göstergesidir. Bartlett küresellik testi sonucu elde edilen ki kare değerinin 36 serbestlik derecesinde anlamlı oluşu ifadelerin birbiriyle ilişkili olduğunu bu yüzden faktör analizine tabi tutulabileceğini gösterir.

Markasız ürünleri markalı ürünlerle kıyaslayan ifade seti bir nevi markalı ürünleri markasız ürünlerle kıyaslayan ifade setinin kontrol soruları hüviyetinde olduğundan onun için ayrı bir faktör analizi yapmaya gerek duyulmamıştır. Lüks bir markanın ucuz bir alt marka çıkardığı farazi durum ile ilgili 4 ifade, ifade sayısının azlığı nedeniyle yine faktör analizine tabi tutulmadan, bu durumu olumlu karşılayan ve bu durumu olumsuz karşılayan ikişer ifadenin ortalamasının alınması suretiyle 2 değişken oluşturularak faktörleştirilmiştir.

3.2. Hipotezler

Çalışmanın amacına ulaşması için test edilen hipotezler aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumlar- Ana Marka -Alt Marka- Tüketim İlişkileri

H1. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H1a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H1b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H1c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H1d. Ana marka imajı ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H1e. Alt marka tercihi ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H1f. Ana markanın alt markaya desteği ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H2. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H2a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H2b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H2c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H2d. Ana marka imajı tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H2e. Alt marka tercihi tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H2f. Ana markanın alt markaya desteği tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H3. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar marka genişlemesine yönelik genel tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H3a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu marka genişlemesine yönelik genel tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H3b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı marka genişlemesine yönelik genel tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H3c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu marka genişlemesine yönelik genel tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H3d. Ana marka imajı marka genişlemesine yönelik genel tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H3e. Alt marka tercihi marka genişlemesine yönelik genel tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H3f. Ana markanın alt markaya desteği marka genişlemesine yönelik genel tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H4. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H4a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H4b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H4c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H4d. Ana marka imajı alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H4e. Alt marka tercihi alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H4f. Ana markanın alt markaya desteği alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumlar- Markalı ve Markasız Ürünlere Yönelik Değerlendirmeler

H5. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H5a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H5b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H5c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H5d. Ana marka imajı fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H5e. Alt marka tercihi fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H5f. Ana markanın alt markaya desteği fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H6. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar psikolojik faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H6a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu psikolojik faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H6b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı psikolojik faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H6c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu psikolojik faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H6d. Ana marka imajı psikolojik faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H6e. Alt marka tercihi psikolojik faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H6f. Ana markanın alt markaya desteği psikolojik faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumlar- Lüks Bir Markanın Ucuz Bir Alt Marka Ürettiği Farazi Durum

H7. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H7a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H7b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H7c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H7d. Ana marka imajı lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H7e. Alt marka tercihi lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H7f. Ana markanın alt markaya desteği lüks bir markanın ucuz bir

alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H8. Ana marka ve alt markaya yönelik tutumlar lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H8a. Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H8b. Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H8c. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H8d. Ana marka imajı lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H8e. Alt marka tercihi lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

H8f. Ana markanın alt markaya desteği lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler.

3.3. Değişkenler Arası İlişkilerin Analizi

3.3.1. Ana Marka-Alt Markaya Yönelik Tutumların Ana Marka-Alt Marka ve Tüketim İlişkisine Yönelik Tutumlara Etkisi

Tablo 6: Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumların Ana Markaya Yönelik Olumlu Tutumlara Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

<i>Ana Markaya Yönelik Olumlu Tutumlar (Bağımlı Değ.)</i>	<i>B</i>	<i>SH</i>	<i>β</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
Sabit	1,121	,146		7,657	,000
Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu	,041	,041	,046	,999	,318
Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı	,112	,030	,159	3,768	,000
Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	-,067	,023	-,105	-2,886	,004

Ana marka imajı	,279	,041	,307	6,756	,000
Alt marka tercihi	,225	,040	,244	5,673	,000
Ana markanın alt markaya desteği	,112	,037	,127	3,032	,003
<i>Model 1</i> $R=0,656$, $R^2=0,430$, $F=60.414$, $df: 486$, $sig; <0.01$ (0.0001)					

Bağımsız değişkenlerden ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı, ana marka imajı, alt marka tercihi, ana markanın alt markaya desteği değişkenleri ana markaya yönelik olumlu tutumları pozitif bir biçimde etkilemektedir ve bu etki istatistiki açıdan anlamlıdır. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu değişkeni ise ana markaya yönelik olumlu tutumları negatif ve anlamlı bir biçimde etkilemektedir. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki toplam varyansın yüzde 43'ünü açıklamaktadır ve model genel olarak anlamlıdır. Bu durumda H1a reddedilirken, H1b, H1c, H1d, H1e ve H1f hipotezler kabul edilmiştir.

Tablo 7: Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumların Tüketici Yeniliğine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Tüketici Yeniliği (Bağımlı Değ.)	B	SH	β	t	Sig.
Sabit	1,456	,215		6,773	,000
Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu	,060	,061	,055	,980	,327
Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı	,059	,044	,070	1,357	,175
Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	-,019	,034	-,025	-,564	,573
Ana marka imajı	,108	,061	,099	1,784	,075
Alt marka tercihi	,276	,058	,249	4,751	,000
Ana markanın alt markaya desteği	,019	,054	,018	,353	,724
<i>Model 1</i> $R=0,387$, $R^2=0,149$, $F=14.060$, $df: 486$, $sig; <0.01$ (0.0009)					

Bağımsız değişkenlerden sadece alt marka tercihi tüketici yeniliğini pozitif ve anlamlı bir biçimde etkilemektedir. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki toplam varyansın yüzde 14'ünü açıklamaktadır ve model genel olarak anlamlıdır. Bu durumda H2e kabul edilirken, H2 grubundaki diğer hipotezler reddedilmiştir.

Marka genişlemesine yönelik genel tutum düşük Cronbach-Alfa katsayısı sebebiyle analizlere dahil edilmemiş ve bu durumda H3 grubu hipotezleri sınanma olanağı bulunmadığından reddedilmiştir.

Tablo 8: Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumların Alt Marka Tercihinde Sosyal Çevre Odaklılık Değişkenine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılık (Bağımlı Değ.)	B	SH	β	t	Sig.
Sabit	1,441	,213		6,752	,000
Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu	,027	,060	,026	,454	,650
Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı	,037	,043	,045	,853	,394
Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	,037	,034	,048	1,074	,284
Ana marka imajı	,146	,060	,136	2,420	,016
Alt marka tercihi	,102	,058	,094	1,764	,078
Ana markanın alt markaya desteği	,164	,054	,158	3,044	,002
<i>Model 1</i> $R=0,363$, $R^2=0,132$, $F=12.143$, df: 486, sig: <0.01 (0.0001)					

Bağımsız değişkenlerden ana marka imajı ve ana markanın alt markaya desteği alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılık değişkenini pozitif ve anlamlı bir biçimde etkilemektedir. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki değişimin yüzde 13'ünü açıklamaktadır ve model genel olarak anlamlıdır. Bu durumda H4d ve H4f kabul edilirken, H4 grubunun diğer hipotezleri reddedilmiştir.

3.3.2. Ana Marka-Alt Markaya Yönelik Tutumların Markalı ve Markasız Ürünlere Yönelik Tutumlara Etkisi

Tablo 9: Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumların Markalı Ürünlerin Fonksiyonel Faydasına Etkisi İle İlgili Regresyon Analizi

Markalı Ürünlerin Fonksiyonel Faydası (Bağımlı Değ.)	B	SH	β	t	Sig.
Sabit	1,041	,220		4,731	,000
Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu	,142	,062	,118	2,278	,023
Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı	,287	,045	,304	6,423	,000
Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	,045	,035	,053	1,289	,198
Ana marka imajı	,231	,062	,189	3,714	,000
Alt marka tercihi	,051	,059	,041	,850	,396
Ana markanın alt markaya desteği	,009	,056	,008	,166	,868
<i>Model 1</i> $R=0,534$, $R^2=0,285$, $F=31.943$, df: 486, sig: <0.01 (0.0002)					

Bağımsız değişkenlerden alt marka bilinirliği ve ucuzluğu, ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı ve ana marka imajı markalı ürünlerin fonksiyonel faydası değişkenini pozitif bir biçimde etkilemektedir ve bu etki istatistiki açıdan anlamlıdır. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki değişimin yüzde 28'ini açıklamaktadır ve model genel olarak anlamlıdır. Bu durumda H5a, H5b ve H5d kabul edilirken, H5 grubunun diğer hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 10: Ana Marka ve Alt Markaya Yönelik Tutumların Markalı Ürünlerin Psikolojik Faydasına Etkisi İle İlgili Regresyon Analizi

Markalı Ürünlerin Psikolojik Faydası (Bağımlı Değ.)	B	SH	β	t	Sig.
Sabit	,968	,288		3,360	,001
Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu	-,020	,082	-,013	-,245	,807
Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı	,202	,059	,174	3,452	,001
Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	,177	,046	,167	3,847	,000
Ana marka imajı	,242	,081	,162	2,983	,003
Alt marka tercihi	-,182	,078	-,120	-2,343	,020
Ana markanın alt markaya desteği	,272	,073	,187	3,737	,000

Model 1 $R=0,435$, $R^2=0,189$, $F=18.704$, df: 486, sig: <0.01 (0.0002)

Bağımsız değişkenlerden ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı, ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu, ana marka imajı, alt marka tercihi ve ana markanın alt markaya desteği değişkenleri markalı ürünlerin psikolojik faydası değişkini pozitif yönde ve anlamlı biçimde etkilemektedir. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki değişimin yüzde 18'ini açıklamaktadır ve model genel olarak anlamlıdır. Bu durumda H6a dışında, H6 grubu hipotezlerinin tamamı kabul edilmiştir.

3.3.3. Ana Marka-Alt Markaya Yönelik Tutumların Lüks Bir Markanın Ucuz Bir Alt Marka Ürettiği Farazi Duruma Yönelik Tutumlara Etkisi

Tablo 11: Ana Marka-Alt Markaya Yönelik Tutumların Lüks Bir Markanın Ucuz Bir Alt Marka Ürettiği Farazi Duruma Yönelik Olumlu Tutumlara Etkisi İle İlgili Regresyon Analizi

<i>Lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutum (Bağımlı Değ.)</i>	<i>B</i>	<i>SH</i>	<i>β</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
Sabit	,969	,245		3,951	,000
Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu	-,174	,069	-,134	-2,508	,012
Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı	-,004	,050	-,004	-,089	,929
Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	-,050	,039	-,055	-1,291	,197
Ana marka imajı	,334	,069	,254	4,828	,000
Alt marka tercihi	,388	,066	,291	5,860	,000
Ana markanın alt markaya desteği	,194	,062	,152	3,126	,002
<i>Model 1 R=0,487, R²=0,237, F=24.381, df: 486, sig; <0.01 (0.0001)</i>					

Bağımsız değişkenlerden alt marka bilinirliği ve ucuzluğu, ana marka imajı, alt marka tercihi ve ana markanın alt markaya desteği değişkenleri lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutum değişkenini pozitif yönde etkilemektedir ve bu etki istatistiki açıdan anlamlıdır. Ayrıca bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki değişimin yüzde 23'ünü açıklamaktadır ve model genel olarak anlamlıdır. Bu durumda H7a, H7d, H7e ve H7f kabul edilirken, H7b ve H7c reddedilmiştir.

Tablo 12: Ana Marka-Alt Markaya Yönelik Tutumların Lüks Bir Markanın Ucuz Bir Alt Marka Ürettiği Farazi Duruma Yönelik Olumsuz Tutumlara Etkisi İle İlgili Regresyon Analizi

<i>Lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutum (Bağımlı Değ.)</i>	<i>B</i>	<i>SH</i>	<i>β</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
Sabit	2,495	,260		9,589	,000
Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu	,077	,074	,060	1,052	,293
Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı	-,119	,053	-,117	-2,252	,025

Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu	,281	,041	,304	6,770	,000
Ana marka imajı	-,017	,073	-,013	-,231	,818
Alt marka tercihi	-,289	,070	-,217	-4,107	,000
Ana markanın alt markaya desteği	,164	,066	,129	2,490	,013
<i>Model 1</i> $R=0,368$, $R^2=0,136$, $F=12.564$, $df: 486$, $sig; <0.01$ (0.0003)					

Bağımsız değişkenlerden ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu ve ana markanın alt markaya desteği değişkenleri lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumsuz tutum değişkenini pozitif ve anlamlı bir biçimde etkilemekteken; ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı ve alt marka tercihi değişkenleri bağımlı değişkeni negatif ve anlamlı bir biçimde etkilemektedir. Bağımsız değişkenler bağımlı değişkendeki değişimin yüzde %13'ünü açıklamaktadır ve model genel olarak anlamlıdır. Bu durumda H8b, H8c, H8e ve H8f hipotezleri kabul edilirken, H8a ve H8d hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ

Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkilemektedir. Genellikle ana markalar kendi alt markalarına göre özellikle pazarlama iletişimi araçları vasıtasıyla tüketici nezdinde daha popüler bir hale getirildiğinden alt markalara göre daha çok tanınırlar. Bu da dolayısıyla, ana markanın kendi alt markasından daha üstün niteliklere sahip bir marka olduğu inancını pekiştirir. Tüketicilerin bu tip eğilimleri arttıkça genellikle ana markadaki üstün niteliklerin alt markaya da yansıdığına yönelik ifadeler içeren ana markaya yönelik olumlu tutumları da pozitif yönde bir artış gösterebilir.

Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler. Yapılan regresyon analizi neticesinde bu etki negatif yönlü olarak bulunmuştur. Yani tüketicilerin ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında değer kaybedeceğini düşünme eğilimi arttıkça, ana markaya yönelik olumlu tutumu da nispeten küçük bir değerde de olsa azalış göstermektedir. Bu bağlamda bazı tüketiciler bazı ana markaların ucuz bir alt marka çıkarmak suretiyle kendi prestijinden ödün verdiğini düşünebilir ve bu durumda bu tüketicilerin o ana markaya yönelik olumlu tutumlarında da bir azalış görülebilir.

Ana marka imajı ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler. Tüketicilerin beğendikleri, tercih ettikleri markalara hangi sebepten dolayı ilgi gösterdikleri farklılaşmaktadır. Örneğin bazı tüketiciler bazı markalara sırf tat, lezzet, vb. fonksiyonel gerekçelerle sadakat gösterirken, bir kısım tüketiciler o markaların imaj, marka kişiliği gibi sembolik bileşenlerinden etkilenirler. Ana marka imajı, ana markanın fonksiyonel özelliklerinden ziyade prestij gibi sembolik özellikleri ile ilgili bir kavramdır. Yapılan analiz neticesinde tüketicilerin ana marka imajına atfettikleri önem arttıkça ana markaya yönelik olumlu tutumlarında da kayda değer gelişmelerin olduğu sonucuna varılmıştır.

Alt marka tercihi ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkilemekte ve bu etki pozitif yönde gerçekleşmektedir. Bu özetle şu anlama gelir: Güvendikleri, tercih ettikleri ana markaların piyasaya sürdükleri alt markaları kaliteli, güvenilir ve tercih edilebilir bulan tüketicilerin bu eğilimi arttıkça ana markaya yönelik olumlu tutumları da giderek daha güçlü bir hale gelmektedir. Bu süreç bir yönüyle ana markanın tüketiciler nezdinde var olan olumlu çağrışımlarının alt markalara da sirayet etmesi sonucu başlarken diğer yönüyle bu alt markalardan memnuniyet duyan, güvenilirliği, kalitesi, ana markaya nispetle ucuzluğu gibi sebeplerle onu tercih eden tüketicilerin ana markaya yönelik olumlu tutumlarının da artmasına sebep olarak nihayete erer. Böylece ana markanın gücü firmaya çift yönlü bir avantaj sağlayabilir.

Ana markanın alt markaya desteği ana markaya yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkilemekte ve bu etki pozitif yönlü bir biçimde gerçekleşmektedir. Ana markanın alt markaya desteği söylemiyle kastedilen, ana markanın sembolü, simgesi ve sloganının ve premium, gold, elit, a sınıfı gibi üst sınıfı niteleyen ibarelerin alt markada kullanılmasının ana markanın alt markasına verdiği güçlü desteğin bir göstergesi olduğudur. Tüketiciler bu tip faaliyetleri alt markasını destekleyen ana markaları olumlu olarak değerlendirdikçe, onlara yönelik müspet bir tutum geliştirdikçe bu vaziyet genel itibariyle ana markaya yönelik olumlu tutumlara da pozitif bir biçimde yansımaktadır.

Alt marka tercihi tüketici yeniliğini istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkilemekte ve bu etki pozitif yönlü olarak gerçekleşmektedir. Buradan hareketle güvendikleri, tercih ettikleri ana markaların piyasaya sürdükleri alt markalarını da kaliteli, güvenilir ve tercih edilebilir bulan tüketicilerin aynı zamanda piyasaya sürülen yeni ve farklı ürünleri de-

nemekten hoşlanmaya, ilgi duyduğu konulardaki yeni ürünleri denemeye daha eğilimli insanlar olduğu sonucuna varılabilir. Ana markaların kalitesi, imajı ve prestijine güvenen tüketicilerin bu markaların piyasaya sürdükleri yeni ürünleri denemeye daha istekli olması bizi, ana markanın yeni ürün yahut markanın tüketicie getireceği riski güçlü marka sermayesiyle azaltmasının mümkün olduğu sonucuna götürebilir.

Ana marka imajı alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler. Alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı tüketicinin, ana markaların çeşitli sektörlerde piyasaya sürdükleri alt markaları değerlendirirken, tercih ederken içinde bulunduğu sosyal çevrenin normlarını, değerlerini ve beğenilerini göz önünde bulundurması olarak tanımlayabiliriz. Böyle bir durumda tüketici bir alt marka için satın alma kararı verirken hem arkadaşları, ailesi vb. gibi yakın çevresinden oluşan informal referans gruplarının hem de iş arkadaşları, yöneticileri vb.den oluşan formal referans gruplarının beğenilerini, tercihlerini, normlarını, değerlerini vb. dikkate alır. Yapılan analize göre tüketicilerin ana markanın sembolik boyutlarından biri olan ana marka imajına atfettikleri önem arttıkça, bu tip markaların alt markaları için satın alma kararları verirken içinde bulundukları sosyal çevrenin beğenilerini dikkate alma eğilimi de artmaktadır. Bu tip tüketicilerin referans gruplarının beğenmediği bir alt markayı satın alma olasılığı ana marka imajına fazla önem atfetmeyen tüketicilere göre daha azdır.

Ana markanın alt markaya desteği alt marka tercihinde sosyal çevre odaklılığı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkilemekte ve bu etki kuvvetli bir etki olmasa da pozitif yönlü olarak gerçekleşmektedir. Yani Premium, gold gibi üst sınıfı niteleyen ifadelerin ve ana marka ile özdeşleşmiş sembol veya simgelerin alt markada bulunmasının ve ana markanın alt markayı desteklediğini göstermesinin alt marka tercihi olumlu etkileyeceğini ifade edeceğini ifade eden tüketiciler alt marka tercihlerinde daha fazla sosyal çevre odaklıdırlar. Bu tip tüketiciler daha önce ifade edildiği gibi markanın prestijini, statüsünü niteleyen sembolik göstergelere markanın kendilerine sağladığı fonksiyonel faydalara nispeten daha fazla önem verdiklerinden, markanın bu boyutunun sosyal çevreleri ve referans grupları tarafından nasıl karşılanacağı konusunda da belirli bir hassasiyet gösterirler.

Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu fonksiyonel faydayı istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkilemekte ve bu etki çok kuvvetli bir etki olmasa da pozitif yönde gerçekleşmektedir. *Alt Marka Bilinirliği ve Ucuzluğu* ana markanın ürettiği alt markaların bilinir ve ucuz olduğu ölçü-

de tüketiciler tarafından daha fazla tercih edileceğine yönelik ifadeleri bünyesinde barındırmaktadır. Fonksiyonel fayda ise markalı ürünlerin markasız ürünlere kıyasla daha güvenilir, daha yüksek standartlarda, daha kolay bulunan ve beklentileri daha fazla karşılayan ürünler olduğunu ifade eden, psikolojik faydadan ziyade, fonksiyonel faydayı vurgulayan ifadelerdir. Buradan hareketle, alt marka tercihlerinde markanın bilinirliği ve ucuzluğu gibi fonksiyonel faydaları göz önünde bulunduran tüketicilerin genel olarak markaların markasız ürünlere göre tüketicilere daha fazla fonksiyonel fayda sağladığı fikrinde oldukları sonucuna varılabilir. Bununla beraber yapılan analizlere göre fonksiyonel faydayı ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı da istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler ve bu etki pozitif yönlüdür. Genellikle ana markalar kendi alt markalarına göre özellikle pazarlama iletişimi araçları vasıtasıyla tüketici nezdinde daha popüler bir hale getirildiği için alt markalara göre daha çok tanınırlar ve bu durumda ana markaların kendi alt markalarından daha üstün olduğu inancını pekiştirir. Tüketicilerin bu tip düşünceleri arttıkça, markalı ürünlerin markasız ürünlerden kalite, bilinirlik, performans gibi ölçütlere göre daha iyi olduğunu düşünme eğilimi de artış göstermektedir.

Yapılan analizlere göre ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı, alt marka tercihi, ana markanın alt markaya desteği gibi faktörler fonksiyonel faydada olduğu gibi psikolojik faydayı da pozitif yönlü olarak etkiler. Bu etkinin motivasyonlarının, fonksiyonel faydadaki motivasyonlarla benzeştiği söylenebilir. Bununla beraber ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonunun markalı ürünlerin markasız ürünlere göre daha çok psikolojik fayda sağladığı inancını pozitif bir biçimde etkiler. Birçok marka, sosyo-ekonomik açıdan daha alt sınıflara hitap edebilmek için daha ucuz alt markalar üretmektedir. Örneğin Ülker markasının alt markası Halk bisküvileri, bizim yağ vb. buna örnek teşkil edebilir. Fakat bazı tüketiciler bu tip prestijli markaların kendi markalarını daha düşük sosyal statülü tüketici grupları için piyasa sürülen ürünlerde kullanılmasını hoş karşılamayabilir. Bunu bir değer aşınması olarak görebilir. Zaten firmalar da bu tip riskleri alarak bir konumlandırma hatası yapmak istemezler. Ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında değer erozyonuna uğrayacağını düşünen tüketicilerin, markalı ürünlerin sağladığı sembolik faydalara karşı da daha hassas olması bu bağlamda yorumlanabilir. Son olarak ana marka imajı da psikolojik faydayı pozitif bir biçimde etkiler. Yani tüketicinin ana marka imajına verdiği önem arttıkça markalı ürünlerin markasız ürünlere göre daha fazla sembolik fayda sağladığı düşüncesine olan eğilimi de

artmaktadır. Ana marka imajına verilen önem her ne kadar fonksiyonel faydayı da olumlu etkilese de yapılan analize göre bu etki psikolojik fayda söz konusu olduğunda daha kuvvetli olarak gerçekleşir.

Alt marka bilinirliği ve ucuzluğu lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu istatistiki olarak anlamlı bir biçimde etkiler. Fakat yapılan analize göre bu etki negatif yönlüdür. Yani ana markanın ürettiği alt markaların bilinir ve ucuz olduğu ölçüde tüketiciler tarafından daha fazla tercih edileceğini düşünen tüketiciler ilginç bir biçimde lüks bir markanın ucuz bir alt marka üretmesine sıcak bakmamaktadır. Bu durumun sebeplerinden biri ana markanın lüks olmasından kaynaklı yüksek fiyatının bir şekilde alt markaya da sirayet edeceği ve bu alt marka piyasaya ucuz olarak sürülse bile zaman içerisinde fiyat seviyesinin lüks nitelikteki ana markaya yaklaşacağına yönelik bir beklenti olabilir. Bununla beraber ana marka imajı, alt marka tercihi ve ana markanın alt markaya olan desteği lüks bir markanın ucuz bir alt marka ürettiği farazi duruma yönelik olumlu tutumu pozitif yönde etkilemektedir.

Ana markanın alt markadan üstün olduğu inancı, ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında uğradığı değer erozyonu, alt marka tercihi ve ana markanın alt markaya desteği faktörleri lüks bir markanın ucuz bir alt marka çıkarmasına yönelik olumsuz tutumu pozitif bir biçimde etkilemektedir. Burada en dikkat çeken nokta, ana markanın ucuz bir alt marka çıkardığında değer kaybedeceğini düşünen tüketicinin, lüks bir markanın ucuz bir alt marka çıkarmasına yönelik olumsuz bir tutum da takınıyor olmasıdır. Bu tip tüketiciler lüks bir markanın, daha alt sosyo-ekonomik gruplara hitap edecek ucuz markalar çıkarmasını uygun bulmamakta, bu tip alt markaların ana markanın lüks imajına zarar vereceğini düşünmektedir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. ve Joachimsthaler, E. (2000). The brand relationship spectrum: The key to the brand architecture challenge. *California Management Review*, 42(4), 8-23.
- Aaker, D. A. ve Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.
- Aaker, D. A. (2014). *Güçlü markalar yaratmak* (4. Baskı). (Çev. Demir, E.). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Akat, Ö. ve Taşkın, Ç. (2012). *Marka ve marka stratejileri* (Gözden Geçirilmiş 2. Baskı). Bursa: Alfa Aktüel Yayınları
- Altuna, O. K. (2007). Uluslararası marka strateji formülasyonu: Standardizasyon ve uyarlama yaklaşımları. *I. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi*, 37, 159-171.
- Ar, A. A. (2007). *Marka ve marka stratejileri* (Gözden Geçirilmiş 2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Chailan, C. (2009). Brand architecture and brands portfolio: A clarification. *EuroMed Journal of Business*, 4, 173 – 184.
- Davis, J. A. (2011). *Rekabetçi başarı: Markalaşma nasıl değer katar?* (1. Baskı). (Çeviri Ekibi: Kargüzel, T., Basat, O., Kuruoğlu, A., Aydeniz, L., Altay, H. A., Kahya, M. ve Dürüst, Y.). İstanbul: Brandage Yayınları.
- Dodds, W. B., ve Romeo, J. B. (1991). An investigation of how similarity and price influence consumers' responses to brand extensions. *Journal of Business and Psychology*, 6(2), 247 -263.
- Erdem, Ş. ve Uslu, H. N (2010). Marka değerinin marka genişlemesine etkisi ve çay sektöründe bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 166-184.
- Erdil, T. S. ve Uzun, Y. (2010). *Marka olmak* (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Esbjerg, L., Grunert, K. G., Larsen, T. B., Juhl, H. Jørn. J., ve Brunsø, K. (2004). *Manufacturer and retailer brands in food retail assortments notes from a shopping trip across Europe* (Working Paper No. 85). University of Aarhus, Aarhus School of Business, Erişim Tarihi: 1 Ocak 2017, <https://docs.google.com/viewer?docex=1&url=http://pure.au.dk/portal/files/32305033/WP85.pdf>
- Gnecchi, F. ve Ricotti, P. (2000). Brand portfolio reengineering: The gruppo coin case. *SYMPHONY Emerging Issues in Management*, 1, 35-50.
- Hem, L. E., Chernatony L. D. ve Iversen, N. M. (2003). Factors influencing successful brand extensions. *Journal of Marketing Management*, 19(7-8), 781-806.

- Hsu, L., Fournier, S. ve Srinivasan, S. (2010). Brand portfolio strategy effects on firm value and risks (Working Paper ,10-001). Boston University, School of Management, Erişim Tarihi: 10 Ocak 2017, <https://docs.google.com/viewer?docex=1&url=http://questromapps.bu.edu/qstnet/Personal/Faculty/Publication/pubUploads/wp2010-1.pdf>
- İslamoğlu, A. H. ve Fırat, D. (2011). *Stratejik marka yönetimi* (Genişletilmiş 2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Jo, M. S. (2007). Should a quality sub-brand be located before or after the parent brand? An application of composite concept theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35, 184-196.
- Jular, J. (2008). *Tüketicilerin marka genişlemesi üzerindeki algılamalarına ilişkin bir uygulama*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul
- Kaptan, S. S. ve Pandey, S. (2010). *Brand imitation*. Mumbai: Himalaya Publishing House.
- Karaca, Ş., Biçer, D. F. (2014). Marka genişleme stratejilerinin üniversite öğrencilerinin satın alma niyetleri üzerine etkileri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 121-142.
- Kim, B. D. ve Sullivan, M. W. (1998). The effect of parent brand experience on line extension trial and repeat purchase. *Marketing Letters*, 9(2), 181-193.
- Kim, S. ve Chung, H. (2012). The impacts of perceived fit, brand familiarity, and status consciousness on fashion brand extension evaluation. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 5(3), 203-211.
- Punyatoya, P. (2013). Consumer evaluation of brand extension for global and local brands: The moderating role of product similarity. *Journal of International Consumer Marketing*, 25(3), 198-215.
- Rajagopal ve Sanchez, R. (2004). Conceptual analysis of brand architecture and relationships within product categories. *Brand Management*, 11(3), 233-247.
- Reddy, S. K., Holak, S. L. ve Bhat, S. (1994). To extend or not to extend: success determinants of line extensions. *Journal of Marketing Research*, 31(2), 243-262.
- Riley, F. D.O., Hand, C. ve Guido, F. (2014). Evaluating brand extensions, fit perceptions and post extension brand image: Does size matter? *Journal of Marketing Management*, 30(9-10), 904-924.
- Sheinin, D. A. (2000). The effects of experience with brand extensions on parent brand knowledge. *Journal of Business Research*, 49, 47-55.
- Sinapuelas, I. C. ve Sisodiya, S. R. (2010). Do line extensions influence parent brand equity? An investigation of supermarket packaged goods. *Journal of Product & Brand Management*, 19(1), 18-26.

- Sönmez, E. (2010). Markalama stratejilerine genel bir bakış. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 227-238.
- Taşkın, Ç., Emel, G., Öztürk, O. ve Petriçli, G. (2016). Marka yayma başarısının öncülleri: Güzellik bakım ürünleri sektöründe bir araştırma. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 18(1), 101-115.
- Temporal, P. (2011). *İleri düzey marka yönetimi değişen dünyada markaları yönetmek*. (Çev. Kuruoğlu, A., Keçim, A., Şahin, D. Y., Özdural, K., Kaplan, M. D., Eldaş, Ö. ve Çaysever, R. Ö.). İstanbul: Brandage Yayınları.
- Thorbjørnsen, H. (2005). Brand extensions: Brand concept congruency and feedback effects revisited. *Journal of Product & Brand Management*, 14(4), 250-257.
- Tosun, N. B. (2014). *Marka yönetimi* (Genişletilmiş 2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Uzun, Y. ve Erdil, T. S. (2004). Marka yayma stratejilerinde ürün benzerliğinin etkisi ve üç ayrı marka üzerinde bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5(2), 227-241.
- Wood, L. (2000). Brands and brand equity: Definition and management. *Management Decision*, 38(9), 662-669.
- Yılmaz, E. (2011). *Marka imajı: Alışveriş merkezlerine ilişkin bir araştırma*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Bölüm 32

KARİZMATİK LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK UNSURLARI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ VE BİR ARAŞTIRMA¹

Mehmet Ozan CİNEL²

1 Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ozan CİNEL, Giresun Üniversitesi, Orcid Id: 000-0003-4606-8097.

2 Bu çalışma; Mehmet Ozan CİNEL' in yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

1. GİRİŞ

Liderlik kavramının ortaya çıkışı insanlık tarihi kadar eskidir. Bugüne kadar hakkında çok sayıda kitap yazılmasına ve yine çok sayıda makale, konferans, seminer ve benzeri araştırma ve yayınlar yapılmasına rağmen önemini yitirmemiş bir konudur. Toplumsal yaşamın var olduğu her yerde liderler vardır. İnsanlar amaçlarını gerçekleştirmek, başarılı, etkili ve etkin olmak için aralarında iş bölümü, işbirliği yapmak zorundadırlar. Bu işbirliğini sağlayacak, izleyicileri bir amaç doğrultusunda zevkle çalıştıracak, lidere ihtiyaç duyulmaktadır. İşlerin yolunda gittiği barış, istikrar, huzur ve refah dönemlerinde lider ve liderliğin önemi pek fark edilmemiş olsa bile, özellikle toplumsal, askeri, siyasal ve ekonomik bunalım dönemleri ile büyük ve radikal değişim devrelerinde insanlar kendilerini yönetecek, kendileri adına karar verip uygulayabilecek liderlere gereksinim duymuşlardır.

Modern liderlik yaklaşımları içinde oldukça sık bahsedilen ve önemli kavramlardan biride karizmatik liderliktir. Çünkü karizmatik liderler; yol gösteren, ilham ve güven veren, saygı uyandıran, geleceğe yönelik olumlu düşünmeye teşvik eden, insanların yaşamlarında gerçekten önemli olan şeyleri görmelerini kolaylaştıran, misyon duygusu aktaran ve güdüleyen liderlerdir.

Örgütsel bağlılık olgusu da işletmeler için önemli kavramlardan biridir. Günümüz yoğun rekabet şartlarında ve yönetim paradigmalarında yaşanan hızlı değişimler, çalışanların bağlılık ve sadakat duygularını artırıcı şekilde organizasyonların yeniden yapılanmalarını gerektirmektedir. Bu nedenle örgütler için, çalışanlarının yaptıkları işten ve yaptıkları organizasyondan memnun olmalarını sağlamak, mal veya hizmet üretmek kadar önemlidir. Çünkü konuyla ilgili araştırmalar yüksek düzeyde duyulan bağlılığın, çoğu zaman daha fazla sorumluluk sahibi olma, daha fazla sadakat ve daha yüksek verimlilikle sonuçlanmaktadır.

Ayrıca karizmatik liderler, izleyicilerine vizyon oluşturabilen, bağlılık geliştirmeleri için destek olan, kolektif amaçlar peşinde koşturabilen ve yönetimi altındakilere öngörülen amaçlara ulaşıldığında tatmin hissi veren yollar gösterebilen kişilerdir. Bu açıdan da karizmatik liderlik ile örgütsel bağlılık birbirleriyle ilişkili kavramlardır.

Bugünün rekabetçi ortamında işletmeler için örgütsel bağlılık ve karizmatik liderlik çok önemli ve birbirini besleyen iki kavramdır. Hem örgütsel bağlılık hemde karizmatik liderlik örgüt üyelerinin işle ilgili davranışlarını anlamada oldukça önemli teşhis ve tespitler sunmaktadır.

Bugüne kadar yapılan çalışmalar karizmatik liderlik ve örgütsel bağlılığın aynı sonuçlara odaklandığını göstermektedir. Bu iki kavramın örgütün değer, misyon ve vizyonunu kabullenme, örgütle özdeşleşme, motivasyon sağlama, takım ruhunu geliştirme, ekstra çaba sarf etme, gönüllü olarak örgütte kalma gibi çalışanların tutum ve davranışları ile doğrudan ilişkili olduğu kabul edilmektedir. Sonuç olarak bu tutum ve davranışların da iş tatmini, işgücü devir oranı, işten ayrılma niyetini azaltma ve kişisel ve örgütsel performans üzerinde olumlu etkiler yaptığı bilinmektedir.

Bu araştırmada karizmatik liderlik ve örgütsel bağlılık kavramları ve bu kavramlar arasındaki ilişkiler irdelenmiştir. Bunun için karizmatik liderliğin; vizyon belirleme, çevresel duyarlılık gösterme, sıradışı davranışlar sergileme, kişisel risk üstlenme, üye ihtiyaçlarına duyarlılık gösterme ve statükoyu sürdürmeme gibi altı özelliğinin, duygusal, devamlılık, normatif bağlılık üzerindeki etkileri incelenmiştir. Conger ve Kanungo'dan alınan karizmatik liderlik faktörleri, çalışmamızda dört ayrı faktöre ayrılmıştır. Allen ve Meyer'den alınan örgütsel bağlılık faktörlerinin ise üç ayrı faktöre ayrıldığı görülmüştür. Konuya ilişkin literatürün incelenmesi yanı sıra, değinilen ilişkiyi test etmek amacıyla 103 kişi üzerinde bir anket çalışması yapılmış ve sonuçları analiz edilerek değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

2. Karizmatik Liderlik

Karizmatik liderlik, yeni liderlik yaklaşımlarında oldukça sık bahsedilen önemli bir kavramdır. Genel olarak karizmatik liderler, yol gösteren, ilham ve güven veren, saygı uyandıran, geleceğe yönelik olumlu düşünmeye teşvik eden, insanların yaşamlarında gerçekten önemli olan şeyleri görmelerini kolaylaştıran, misyon duygusu aktaran ve güdüleyen davranışlar sergileyen liderlerdir şeklinde tanımlanmaktadır (Gül ve Çöl, 2003:165).

Karizmatik lider kavramı özellik teorilerinde olduğu gibi karizmanın liderin bir özelliği olduğunu varsaymaktadır. Karizma kişilerarası çekicilik şeklinde kabul edilme ve desteklenmeyi önermektedir. Kimi zaman denetleyicilerden çok astların davranışlarını etkilemede karizmatik üstler daha başarılı olmaktadır (Keçecioğlu, 2003:45).

Karizmatik liderler, güçlü, güvenli ve dinamik bir süreç yansıtır. Ses tonları ikna edici ve büyüleyicidir. Göz temasını direkt sağlarlar. Otoriteler göz kontağının önemli bir bileşen olduğunu söylemektedirler (Erçil, 1997:536).

Karizmatik liderlik teorileri izleyicilere örgütün yeni vizyonlarını iletmedeki liderin yetenekleri üzerinde durmaktadır. Karizmatik liderlere bazı zamanlar dönüştürücü liderler ismi de verilmektedir, liderler grup amaçlarının değeri ve önemini izleyicilerce anlaşılmasına önem vermekte, onları kendi ilgi alanlarına doğru yönlendirmektedirler. Karizmatik liderler, liderlerin vizyonun önemini astlarına inandırılmasıyla örgütsel performansın yükseleceğine inanmaktadırlar (Keçecioğlu, 2003:45).

Karizmatik liderler, sıradan takdirin, sevginin, bağlılığın ötesinde çok büyük çekme gücüne sahiptirler. Bu güç, bağlılığın yanı sıra sevgiyi, saygıyı içerir. Karizmatik kişiye ve onun misyonuna karşı tanımlanamayan bir inanç vardır. Liderle birlikte tanınma isteği mevcuttur (Erçil, 1997:537).

1977 yılında karizmatik liderlik teorisini öneren Robert House değişik sosyal bilim disiplinlerinin araştırma buluntularını kavramsal çerçeve olarak ele almıştır (House, 1977:188). Teori bundan dolayı karizmatik liderlerin kendine özgü özellikleri ve davranışlara sahip olduklarını ifade eder.

Karizmatik liderler izleyicilerine vizyon oluşturabilen, bağlılık geliştirmeleri için destek olan, kolektif amaçlar peşinde koşturabilen ve öngörülen amaçlara ulaşılınca kendilerini başarılı hisseden bir yol aşlamayı becerebilen kişilerdir. Karizmatik liderler izleyicilerinin ihtiyaçlarını, değerlerini, tercihlerini ve isteklerini değiştirir. Özetle karizmatik liderler sahip oldukları öz güvenleri, cesaretleri, konuşma ve ikna yetenekleri, vizyon ve değerleriyle başkalarını etkileyebilen kişilerdir (Gül ve Çöl, 2003:165).

Karizmatik liderler izleyicilerindeki güvenilirliğini ifade etme ve izleyicilerin performansı hakkındaki yüksek beklentilerini astlarına iletme eğilimindedirler. House, karizmatik liderlerin kişisel özelliklerinin kullanımını, ideolojik vizyon, astların yüksek beklentisi, astlara güvenme biçiminde karakterize etmiştir (House, 1977:189).

Conger ve Kanungo niteliksel olaylar ve durumlarla değişen öneri olarak karizma özelliklerini belirlemişlerdir. Lider özellikleri karizmatik nitelikleri hızlandırır, kendine güvenme, yönetim kabiliyetlerini etkileme, sosyal duyarlılık ve etkileme de bu nitelikler arasında yer alır. Karizmatik liderlik statüko nedeniyle çok tatminsiz olan kimi izleyiciler için kesin değişime gereksinim duyma olgusunu da gündeme getirir. Bass, karizmatik liderliğin diğer teorilere nazaran daha gerçekçi olduğunu ileri sürmüştür (Keçecioğlu, 2003:47-48).

Karizmatik bir lider örgütsel faaliyetlerin anlamını izleyicilerine aktarmalıdır. Anlam çalışanların, topluma önemli bir katkıda bulunmalarını sağlar ve değişim çalışmalarında onlara öncülük eder.

Karizmatik liderlik konusunda yapılan çalışmalar bu liderlik türünü lider temelli, izleyici temelli ve ilişki temelli olarak ele almışlardır. Yakın zamanlara kadar bu çalışmalar birinden diğerine geçiş yapmaksızın ve aralarında bağlantı kurmaksızın liderlik davranışlarına ve izleyicilerin tepkilerine farklı açılardan yaklaşmışlardır.

İzleyici temelli yaklaşım, izleyicilerde liderin etkisi ve karizmatik etki içeren lider davranışları üzerinde durmuştur. Lider temelli yaklaşım, karizmatik liderin davranışlarıyla ilgilenmiştir. Liderin ideolojik terimlerle ifade edilebilen misyon ve vizyon oluşturmaları, inançlarına, değerlerine ve kendisine yüksek derecede güven duyulması, sağlıklı iletişim kurabilmesi gibi konular bu yaklaşımın odak noktasını oluşturmaktadır. Son olarak, ilişki temelli yaklaşım ise, izleyiciler tarafından bir lidere karizma atfedilmesinin nedenleri üzerinde durmuştur (Gül, 2003:22).

3. Örgütsel Bağlılık

İnsan, örgütlerin değişmez üretim faktörlerinden biridir. 2000’li yıllar teknoloji çağı olmasına rağmen, bir örgütün var olabilmesi ve mevcut teknolojik yeniliklerden yararlanabilmesi için insanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bir örgütün amaçları doğrultusunda başarılı bir şekilde faaliyetlerinin devamlılığını sağlayabilmek için en önemli konulardan birisi, işgörenlerin işe devamlılıklarının sağlanmasıdır. Örgütte yüksek bir işgören devir oranı, maddi kayıplara neden olmanın yanı sıra, mevcut işgörenler arasında motivasyon azalmasına ve bunun sonucunda yapılan işin kalitesinin düşmesine de neden olacaktır. Örgütlerde işgören devir oranının neden olduğu olumsuzlukların ortadan kaldırılmasında “örgütsel bağlılık” konusu önemli bir faktör olarak görülmektedir.

İşgörenlerin çalıştığı örgüte bağlılığını yansıtan psikolojik bir durumu ifade eden örgütsel bağlılık, son yıllarda örgütsel davranış ve örgütsel psikoloji alanında oldukça sık incelemeye başlanan bir konu haline gelmiştir. Bunun sonucunda, işgörenlerin örgüte olan bağlılıklarını araştıran çalışmaların sayısında da artış olmuştur. Örgütsel bağlılık konusunun bu kadar önemli hale gelmesindeki temel neden “insan” faktörüdür. Örgütte mal ve hizmet üretimi için gerekli olan diğer üretim faktörlerinin devamlılığını sağlamak, insan faktörüne oranla daha kolaydır. Her insanın farklı önem derecelerinde çeşitli ihtiyaçları vardır. Ayrıca,

insanların işyerinde duygu ve düşüncelerine göre hareket etmesi insan yönetimini zorlaştırmaktadır. Bir işgören, ihtiyaçlarının karşılandığı ve kendini mutlu hissettiği bir örgütte çalışmaya devam edecek ve örgüte olan örgütsel bağlılığını sürdürecektir. Ancak, her işgörenin çalıştığı örgütün amaç ve değerlerini benimsemesi ve örgüte bağlılığı birbirinden farklı olabilir (Güçlü, 2006:5-6).

Her örgüt, üyelerinin örgütsel bağlılığını artırmak istemektedir. Araştırmalar, örgütsel bağlılığı yüksek çalışanların görevleri yerine getirmede daha çok çaba harcadığını göstermektedir. Buna ek olarak örgütsel bağlılığı yüksek çalışanların örgütte daha uzun süre kaldıkları ve örgüt ile olumlu bir ilişki yürüttükleri ifade edilmektedir. Yürütülen araştırmalar örgütsel bağlılık ve stres ile örgütsel bağlılık ve işten ayrılma arasında önemli ilişkiler olduğuna işaret etmektedir. Bunlar arasında örgütsel bağlılığın öncelikle personel devri ve iş tatmini üzerinde belirleyici bir rol oynadığı üzerinde durulmaktadır. Diğer taraftan örgütsel bağlılıkla ilgili yapılan diğer çalışmalar bağlılığın örgütler açısından beş farklı sonucu olduğu üzerinde durmaktadırlar. Bunlar, işteki performans derecesi, örgütteki kıdem, devamsızlık, işe geç gelme ve işten ayrılma oranı olarak belirtilmektedir.

Yapılan bazı çalışmalarda, çalışanların örgütsel vatandaşlık düzeyini geliştirmede, örgütte kalma niyetini arttırmada, daha az bir devamsızlığın ortaya çıkışında örgütsel bağlılığın etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Hatta bu nedenle 1990'lı yılların insan kaynakları yönetiminin yönetsel uygulamalarını örgütsel bağlılığa odaklandığı dikkat çekmektedir (Bayrak Kök, 2006:299). Örgütsel bağlılık konusunun örgütler açısından önem kazanmasının belki de en önemli nedeni, örgütte insan yönetiminin zor ve karmaşık bir iş olması ve bu konunun örgüt yönetimini etkilemesinden kaynaklanmaktadır (Güçlü, 2006:6).

Örgütsel bağlılık ile ilgili tanımlar incelendiğinde örgütsel bağlılığın örgüte duyulan sadakat, örgüt için özveride bulunma, örgüt amaçlarını benimseme, kendini örgüte adama, örgüt faaliyetlerine katılma olarak tanımlandığı ve örgütsel bağlılığı yüksek bireylerin örgüte pozitif katkılarda bulunduğu görülmektedir (Çekmecelioğlu ve Eren, 2007: 16).

Örgütsel bağlılık çalışmalarına en önemli katkı Allen ve Meyer tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar örgütsel bağlılık kavramını; “bireyi örgüte bağlayan psikolojik bir durum” olarak tanımlamışlardır (Meyer ve Allen, 1991:66). Örgütsel bağlılığı, işgörenlerin örgütlerine yaptıkları yatırımlar sonucunda gelişen bağlılık biçiminde tanımlayan Becker, örgütsel bağlılığı sadece maliyetler açısından ele almıştır. İşgöreni örgüte

bağlayan maliyetler arasında; örgütten elde edilen haklar, örgütteki çalışma süresi ve işgörenin işinden ayrılması durumunda ortaya çıkacak olan yeni iş arama zorluğu gibi unsurlar gösterilmektedir (Becker, 1960:35).

4. Karizmatik Liderlik İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler

Liderliğin örgütsel bağlılıkla ilişkisi bağlamında, liderin yapılandırıcı ve anlayış gösterici özelliklerinden her birinin örgütsel bağlılıkla orta düzeyde olumlu ilişkili olduğu görülmüştür. Benzer şekilde, doğru ve zamanında iletişim alan bir yöneticinin iş çevresini güçlendirdiği ve böylece işgörenlerin bağlılığını yükselttiği göz önüne alındığında, lider iletişiminin bağlılıkla olumlu ilişkisi doğrulanmış olmaktadır (Meyer ve Allen, 1991:66).

Karizmatik liderlik birey, iş grupları ve örgütsel açıdan olağanüstü performans ve yetenekleri ortaya koyan ve liderle izleyicileri arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışan bir liderlik türüdür. Karizmatik bir liderle çalışmak ve onun tarafından yetkilendirilmek, izleyicilerin üzerinde çok önemli etkiler meydana getirmektedir. Bunlar (Baltaş, 2000:138)

- Örgütte çalışanlar, liderlerinin vizyonunu içselleştirmektedir. Böylece çalışanlar, bu vizyonun örgüte yüklediği misyonu kendi misyonları olarak görmektedirler. Örgütsel hedef, değer ve amaçların kabul edilmesini ifade eden örgütsel bağlılıkla karizmatik liderliğin bu etkisi aynı anlama gelmektedir.

- İzleyenler, karizmatik lidere en üst düzeyde güvenmekte ve inanmaktadırlar. Bu durum, şüphesiz liderin vizyona ulaşmak için gerekli olan radikal değişimleri daha rahat yapabilmesine olanak tanımaktadır.

- Karizmatik liderle çalışmak izleyicilerin özgüvenlerinin artmasına sebep olmaktadır. Örgütte görevlerin yerine getirilmesinde, çok yüksek bir yeterlilik ve güçlülük duygusu yaşanmasına vesile olabilmektedir. Bu durumda izleyiciler, daha fazla inisiyatif almakta ve daha fazla aktif olmaktadır.

- Böyle bir liderle çalışanların örgütsel bağlılık düzeyleri oldukça yüksektir.

- İzleyenler, lideri bir ilham kaynağı olarak görmektedirler.

- İzleyenler, liderin değer ve amaçları peşinde koşmaktadırlar.

Karizmatik liderliğin performans, başarı, çaba gibi pek çok sonucu vardır. Ancak belki de lider ve izleyicilerinin ortak bir misyon, vizyon

yada üstün amaçlar etrafında yüksek düzeyde bağlılık göstermeleri karizmatik liderliğin en önemli sonucudur. Literatürde karizmatik liderliğin performans, işten ayrılma niyeti, işe devamsızlık ve örgütsel vatan-daşlık davranışları gibi bir takım çıktılarla ilişkileri incelenmiş ancak örgütsel bağlılıkla ilişkileri konusunda çok fazla çalışma yapılmamıştır.

Yapılan araştırmalara baktığımızda, Seltzer ve Bass'ın (1987) çalışması-nda olduğu gibi karizmatik liderlikle örgütsel bağlılık arasında yüksek korelasyonlu bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yine Smith tarafından yapılan diğer bir çalışmada ise, karizmatik liderlerle çalışan izleyicilerin kendine güvenlerinin arttığı ve işlerini daha istekli yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır (Seltzer ve Bass, 1987). House ve Singh (1987), karizmatik ve dönüşümcü liderlerin etki ve davranışlarının ele alındığı araştırmalarında, karizmatik liderlerin izleyicilerinin çaba, performans ve duygusal tepkile-rini arttırdığını ileri sürmektedirler (House ve Singh, 1987: 677).

Howell (1986) tarafından yapılan bir araştırma, karizmatik liderle-rin grupların verimliliklerini arttırdığını göstermektedir. Yine Mullin (1987) tarafından yapılan bir araştırmada ise, karizmatik sistemde ça-lışan izleyicilerin karizmatik olmayan sistemde çalışan izleyicilerden daha yüksek hedefler setine sahip oldukları iddia edilmekte ve bu ça-lışanların motivasyon ve performans düzeylerinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Ayrıca bu çalışmada, karizmanın, izleyicilerin sadakat, sevgi, saygı, kabul, korku, kişisel güçlerinin ve liderin heyecanlandırıcı açıklamalarını somutlaştırmalarının, merkezi değerlere ulaşma yetenek-lerinin izleyicilere aktarılması ile ilgili duyguların bir bütün olduğu tes-pit edilmiştir (Rowden, 2000:30-31).

5. Araştırmanın Metodolojisi

Bu bölümde ilk olarak araştırmanın amacı, kapsamı, modeli ve hi-potezleri açıklanmıştır. Daha sonra anketin uygulanması ile ilgili bilgi-ler verilmiş ve yapılan analiz sonuçları açıklanmıştır. Son olarak da elde edilen bulguların sonucu açıklanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

5.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Liderlik ve örgütsel bağlılık kavramları günümüzde çok önemli iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütler; işgörenlerini yönlendi-recek ve onları işlerine motive edecek liderlere ihtiyaç duymaktadırlar. Aynı zamanda örgütsel bağlılık da işgörenlerin işlerine motive olmaları açısından önemli diğer bir kavramdır. Kuşkusuz işini sevmeyen yada liderinin davranışlarından olumsuz etkilenen çalışanın verimliliği düşe-cek buda örgütün verimliliğinin düşmesine neden olacaktır.

Literatüre bakıldığında bu konuda bazı araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Ancak bu araştırmalardan, ülkemizde yapılanların sağlık sektörü üzerinde olmaması bizi sağlık sektörü üzerinde çalışmaya yönlendirmiştir. Bu amaçla örneklemimizi Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi öğretim üyeleri ve sağlık personeli arasından kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen çalışanlar oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı; liderlik yaklaşımları içinde üzerinde sıkça durulan kavramlardan biri olan karizmatik liderlik kavramı ile örgütsel bağlılık kavramlarını ele alarak, karizmatik lider özelliklerinin örgütsel bağlılık unsurları üzerindeki etkilerini araştırmak ve test etmektir.

5.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmamızda anket tekniği kullanılmıştır. Anketler yüzyüze görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Soruların ölçülmesinde beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek; 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Fikrim Yok, 4. Katılıyorum, 5. Kesinlikle Katılıyorum cümlelerinden oluşmaktadır.

Anket uygulaması Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi'nde yapılmıştır. Dağıtılan 150 adet anket formundan 120 tanesi geri dönmüş, geri dönen bu 120 anketten 17 tanesi eksik doldurulduğu için değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. 103 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

5.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmada karizmatik liderlik özelliklerinin örgütsel bağlılık unsurları üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Bu sebeple Conger ve Kanungo'nun geliştirdiği karizmatik liderlik ölçekleri olan; vizyon belirleme, çevresel duyarlılık gösterme, sıra dışı davranışlar sergileme, kişisel risk üstlenme, üye ihtiyaçlarına duyarlılık ve mevcut durumu sürdürmeme değişkenleri bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Ancak elde edilen verilerle yapılan faktör analizleri sonucunda; vizyon belirleme, çevresel duyarlılık gösterme ve üye ihtiyaçlarına duyarlılık gösterme değişkenlerine ait soruları katılımcıların algılamaları benzerlik gösterdiğinden bu değişkenler birlikte ele alınmıştır. Çevresel duyarlılık gösterme değişkenine ait 39. sorunun, sıra dışı davranışlar sergileme değişkeniyle anlamlı faktör yüküne sahip olduğu görülmüş ve bu değişken ile birlikte incelenmiştir.

Araştırmanın bağımlı değişkenleri ise; Allen ve Meyer'in geliştirdiği örgütsel bağlılık ölçekleri olan; duygusal, devamlılık ve normatif

bağlılıktır. Bağlılık ile ilgili yapılan faktör analizlerinde ise devamlılık bağlılığıyla ilgili sorulardan sadece 10. ve 11. soruların bu faktörü yansıttığı görülmüş, diğer sorular ile yapılan analizlerde güvenilirlik analizinin (alfa katsayısı) düşük çıkması nedeniyle diğer sorular analize dahil edilmemiştir.

Araştırmanın hipotezleri şunlardır:

H_{1a} : Vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.

H_{1b} : Vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.

H_{1c} : Vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.

H_{2a} : Sıra dışı davranışlar sergileme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.

H_{2b} : Sıra dışı davranışlar sergileme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.

H_{2c} : Sıra dışı davranışlar sergileme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.

H_{3a} : Kişisel risk üstlenme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.

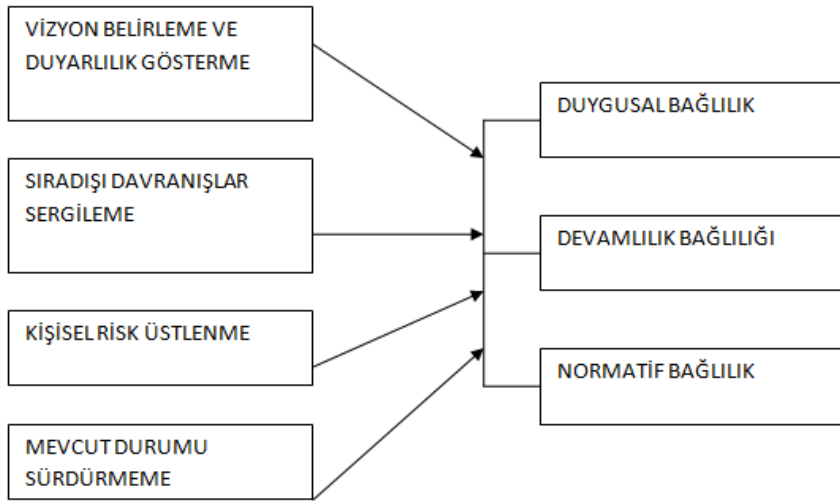
H_{3b} : Kişisel risk üstlenme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.

H_{3c} : Kişisel risk üstlenme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.

H_{4a} : Mevcut durumu sürdürmeme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.

H_{4b} : Mevcut durumu sürdürmeme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.

H_{4c} : Mevcut durumu sürdürmeme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.



Şekil 4. Araştırma Modeli

5.4. Araştırma ile İlgili Analizler

Araştırmamızda anketlerden alınan veriler genel olarak değerlendirilerek SPSS 11.5 paket programı aracılığıyla bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıda gösterilmektedir.

5.4.1. Demografik Özellikler

Tablo 3’de katılımcıların demografik özellikleri gösterilmektedir. Büyük çoğunluğunu sağlık personelinin (%71,9) oluşturduğu katılımcıların 12’si profesör, 6’sı doçent, 7’si yardımcı doçent, 1’i uzman, 3’ü araştırma görevlisi, 74’ü ise sağlık personelidir.

Tablo 3: Demografik Değişkenler

Görev	Frekans	Yüzde (%)	Toplam Yüzde (%)
Profesör	12	11,7	11,7
Doçent	6	5,8	17,5
Yrd. Doçent	7	6,8	24,3
Uzman	1	1	25,2
Arş. Gör.	3	2,9	28,2
Cinsiyet			

Erkek	40	38,8	38,8
Kadın	63	61,2	100
Eğitim Durumu			
Lise	24	23,4	23,4
Y.O./Üniversite	52	50,5	73,8
Lisans Üstü	27	26,2	100
Medeni Hal			
Bekar	41	39,8	39,8
Evli	62	60,2	100
Yaş			
20-29 arası	33	32	32
30-39 arası	38	36,9	68,9
40-49 arası	27	26,2	95,1
50 veya daha yukarı	5	4,9	100
Aylık/YTL			
500-1000	50	48,5	48,5
1000-2000	29	28,2	76,7
2000-3000	14	13,6	90,3
5000 ve üzeri	10	9,7	100
Yıl			
1'den az	9	8,7	8,7
1-5	33	32	40,8
6-10	27	26,2	67
11-15	31	30,1	97,1
15'den çok	3	2,9	100

Katılımcıların cinsiyetine baktığımızda %61,2'si kadın, %38,8'i ise erkektir. Ankete katılanların eğitim durumlarına baktığımızda ise büyük çoğunluğunun (%50,5) Y.O./Üniversite mezunu olduğunu görmekteyiz. Ankete katılan 24 kişi lise, 52 kişi Y.O./Üniversite mezunu, 27 kişi ise lisansüstü eğitim mezunudur.

Katılımcıların medeni durumuna baktığımızda %60,2'sinin evli, %39,8'inin de bekar olduğunu görmekteyiz. Yaş durumlarına baktığımızda dağılımın 20-49 arasında çoğunlukta olduğu görülmektedir. 50 ve üzeri yaşlarda ise 5 kişi bulunmaktadır. Gelir durumu ile ilgili so-

nuçlara baktığımızda %48,5'lik kısmın aylık gelirinin 500-1000 YTL arasında olduğu görülmektedir. Buda katılımcıların çoğunluğunun gelir durumlarının düşük olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların iş yerlerindeki çalışma sürelerini gösteren tabloya baktığımızda ise 1 yıldan kısa süre çalışan 9 kişi, 1-5 yıl arası 33 kişi, 6-10 yıl arası 27 kişi, 11-15 yıl arası 31 kişi, 15 yıldan daha fazla süre çalışan ise 3 kişinin olduğu görülmektedir.

5.4.2. Ortalama ve Standart Sapmalar

Faktörlerin ortalamalarına baktığımızda ise ortalamaların 2,97 ile 3,51 arasında olduğu görülmektedir. Bu da ankete katılanların “Fikrim yok (ne katılıyorum nede katılmıyorum)” seçeneğini daha fazla işaretlediğini göstermektedir. Ancak Mevcut durumu sürdürmeme faktöründe yer alan sorulara katılımcıların verdiği cevapların 3,5194 ortalama ile “Katılıyorum” seçeneğine daha yakın olduğu görülmektedir. Buna dayanarak anket katılımcılarının, liderlerinin mevcut durumu sürdürmeme davranışı gösterdiklerini algıladıklarını anlamak mümkündür.

Ayrıca kişisel risk üstlenme faktöründe yer alan sorulara katılımcıların 2.9782 ortalama ile ‘Katılmıyorum’ seçeneğine kısmen yakın cevaplar verdiği görülmektedir. Bu ise bize ankete katılanların, liderlerinin kişisel risk üstlenme davranışı göstermediklerini algıladıklarını belirtmektedir.

Tablo 4: Ortalama ve Standart Sapmalar

	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Standart Sapma
Duygusal Bağlılık	103	1	5	3,1019	0,94255
Devamlılık Bağlılığı	103	1	5	3,1602	0,97572
Normatif Bağlılık	103	1	5	3,0078	0,74303
Vizyon Belirleme ve Duyarlılık Gösterme	103	1	5	3,2728	0,90013
Kişisel Risk Üstlenme	103	1	5	2,9782	0,93614
Sıradışı Davranışlar Sergileme	103	1	5	3,1723	0,79214
Mevcut Durumu Sürdürmeme	103	1	5	3,5194	0,87985

5.4.3. Faktör Analizi

Araştırma bulgularından karizmatik liderlikle ilgili olanlar birlikte faktör analizine tabi tutulmuş, örgütsel bağlılık faktörleri ise ayrı ayrı faktör analizine tutularak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 5: Karizmatik Liderlik Ölçeğinin Faktör Yükleri

Toplam Açıklanan Varyans: %74,29	VB VE DG	SDS	KRÜ	MDS
Yöneticim topluluğa karşı heyecan verici bir konuşmacıdır.	,801			
Yöneticim bir gruba karşı sunum yaparken çok kabiliyetli görünmektedir.	,769			
Yön. ilham vericidir ve hastane çal. yaptıklarının önemini açıkça belirterek motive edebilmektedir.	,796			
Yön. vizyona sahiptir ve gel. ihtimaller hakkında fikirler ortaya koyabilir.	,804			
Yöneticim hastanenin gel. hakkında sürekli olarak yeni fikirler üretir.	,776			
Yön. hast. amaçlarını gerç. karşısına çıkabilecek olan sosyal ve kültürel çev. engelleri önceden görebilir	,829			
Yön. hast. amaçlarını gerç. karşısına çıkabilecek olan fiziksel çev. engelleri önceden görebilir	,718			
Yön. hast. diğer üyelerin sınırlarını görebilir	,663			
Hast. amaçlarını gerç. destek olacak yeni çev. fırsatları önceden görebilir	,644			
Yön. hast. diğer üyelerin iht. ve duyg. karşı oldukça hassasiyet gösterir	,700			
Yöneticim yatırımcıdır ve amaçlara ulaşmak için yeni iş fırsatları yaratır		,530		
Yön. kurumsal amaçlara ul., alışılmışın dışında davranışlar gösterir		,724		
Yön. kurumsal amaçlara ulaşmada, geleneksel olmayan yöntemler kullanır		,815		
Yön. sık sık, hast. diğer üyelerini de şaşırtan kendine özgü dav. bulunur		,744		
Yön. kurumsal amaçlara ul. için, önemli derecede kişisel riske girecek şekilde faaliyetlerde bulunur			,760	

Yön. kurumsal amaçlara ulaşmak için, önemli derecede kişisel fedakarlık göst. şekilde faaliyetlerde bulunur			,755	
Yöneticim hastane uğruna yüksek derecede kişisel risk alır			,809	
Yöneticim sık sık, hastane uğruna yüksek kişisel zararlara katlanır			,814	
Yön. mevcut durumu veya işl. normal yapılma şekillerini korumaya çalışır			,789	
Yön. kurumsal amaç. ul. için, riskli olmayan ve iyi tanınmış, doğruluğu ortaya konmuş har. tarzlarını savunur			,854	

Karizmatik liderlikle ilgili yapılan faktör analizleri sonucunda dört faktöre ayrıldığı görülmüştür. Normalde altı olan bu ölçek sayısının dörtlü çıkması ankete katılanların vizyon belirleme, çevresel duyarlılık gösterme ve üye ihtiyaçlarına duyarlılık gösterme ile ilgili soruları benzer algılandığını göstermektedir. Bizde analizimizin diğer aşamalarında bunları tek bir faktör olarak ele alıp inceleyeceğiz. Ayrıca çevresel duyarlılıkla ilgili 39. sorunun sıra dışı davranışlar ile ilgili sorularla bir bütünlük oluşturduğu faktör analizleri sonucunda anlaşılmış ve bu ölçeğe dahil edilmiştir.

Tablo 5'den de görüldüğü üzere karizmatik liderlikle ilgili faktör yükleri 0,530 ile 0,854 arasında değişmektedir. Karizmatik liderlikle ilgili değişkenlerin faktör analizinde oldukça güçlü bir faktör yapısı elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans katsayısı ise %74,29'dur. Bunun da oldukça iyi bir sonuç olduğu söylenebilir.

Duygusal bağlılıkla ilgili faktör yükleri tablosuna baktığımızda toplam açıklanan varyansın %62,601 olduğu görülmektedir. Faktör yüklerinin ise 0,730 ile 0,834 arasında değiştiği görülmektedir. Duygusal bağlılıkla ilgili sorulan sekiz sorunun da faktör yüklerinin yüksek derecede anlamlı çıkması duygusal bağlılığı ölçmek için kullandığımız anket sorularının bir bütünlük arzettiğini ve değişkenlere beklenildiği gibi yüklenildiğini göstermektedir.

Tablo 6: Duygusal Bağlılık Ölçeğinin Faktör Yükleri

Toplam Açıklanan Varyans: %62,601	Duygusal Bağlılık
Bu hastanede kendimi ailenin bir parçası gibi hissediyorum	,754
Kendimi çalıştığım hastaneye duygusal olarak bağlı hissediyorum	,797
Bu hastanede çalışmanın benim için çok fazla kişisel anlamı var	,816
Bu hastaneye güçlü bir aidiyet hissediyorum	,794
Bu hastanede çalıştığımı diğer kişilere söylemekten gurur duyuyorum	,825
Emekli olana kadar bu hastanede çalışmaktan mutluluk duyarım	,834
Bu hastanenin karşı karşıya geldiği problemin kendi problemim olduğunu hissedirim	,774
Bu hastane hakkında dışarıdaki kişilerle konuşmaktan keyif alırım	,730

Devamlılık bağlılığı ile ilgili sekiz soruyla yapılan faktör analizlerinden ilk olarak anlamlı sonuçlar elde edilememiş, altı soru alfa katsayısını düşürdüğü gerekçesiyle analiz dışı bırakılmış geri kalan iki soru ile yapılan faktör analizinde ise 0,857 ile anlamlı faktör yüklerine ulaşıldığı anlaşılmıştır.

Tablo 7: Devamlılık Bağlılığı Faktör Yükleri

Toplam Açıklanan Varyans: %73,36	Devamlılık Bağlılığı
Eğer isteseydim bile şu an işimden ayrılmanın benim için zor olacağını düşünüyorum	,857
Eğer bu hastaneden ayrılmak istediğime karar verseydim yaşantımda haddinden fazla şey bozulurdu	,857

Normatif bağlılıkla ilgili altı soruyla yapılan faktör analizinde, faktör yükü düşük olan 17. soru bütünlüğü bozduğu gerekçesiyle analiz dışı bırakılmış daha sonra yapılan faktör analizinde anlamlı faktör yüklerine ulaşılmıştır. Bu durum, normatif bağlılığı ölçmek için kullandığımız anket sorularının bir bütünlük arzettiğini ve değişkenlere doğru yüklenildiğini göstermektedir.

Tablo 8: Normatif Bağlılık Faktör Yükleri

Toplam Açıklanan Varyans: %43,37	Normatif Bağlılık
Benim için avantajlı olsaydı bile şu anda ayrılmanın doğru olduğunu düşünmüyorum	,663
Şimdi bu hastaneden ayrılısam suçluluk duyardım	,676
Bu hastane sadakatimi hak ediyor	,675
Bu hastanedeki kişilere karşı görevlerim nedeniyle şimdi işten ayrılmak yanlış olurdu	,631
Bu hastaneye çok şey borçluyum	,646

5.4.4. Güvenirlik Analizleri

Faktör analizleri sonuçlarına göre gruplanan sorular, alınan cevaplara göre birleştirilerek güvenirlilik analizine tabi tutulmuştur. Aşağıdaki tabloda değişkenlerin alfa katsayılarının 0,6369 ile 0,9486 arasında değiştiği görülmektedir. Bu da faktör analizi sonucunda elde edilen değişkenlerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Yani bu değişkenlerin içsel olarak tutarlı olduklarını göstermektedir.

Tablo 9: Değişkenlerin Güvenirlik Göstergeleri

Değişkenler	Soru Sayısı	Alfa Katsayıları
VB VE DG	10	,9486
KRÜ	4	,9064
SDS	4	,7826
MDS	2	,8274
DUYB	8	,9140
DEVB	2	,6369
NORB	5	,6731

5.4.5. Korelasyon Analizi

İki değişken arasındaki ilişki düzeyini ve yönünü belirlemeye yarım eden yöntem korelasyon analizi adı verilmektedir. Diğer bir ifadeyle korelasyon, iki değişken arasındaki ilişkinin büyüklüğünü, yönünü ve önemini ortaya koyan bir yöntemdir (Yamak, 2001:1).

Yaptığımız korelasyon analizi sonucunda; cinsiyet ile duygusal bağılılık arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde Tablo 10' da görüldüğü gibi negatif yönde bir ilişki vardır. Bu da erkeklerin duygusal bağılılıklarının düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 10: Karizmatik Liderlik Özellikleri ile Bağlılık Türleri Arasındaki Korelasyon Analizi ve Görev, Cinsiyet, Eğitim, Medeni Durum, Yaş, Gelir ve Görev Süresi.

	GÖR	CİNS	EĞT	MD	YAŞ	GELİR	GS	DUYB	DEVB	NORB	VBVE DG	KRÜ	SDS	MDS
GÖR	1													
CİNS	0,300**	1												
EĞT	-0,747**	-0,180	1											
MD	-0,015	-0,038	-0,051	1										
YAŞ	-0,507**	-0,395**	0,313**	0,351**	1									
GELİR	-0,837**	-0,391**	0,700**	0,192	0,646**	1								
GS	-0,369**	-0,201*	0,218*	0,334**	0,635**	0,466**	1							
DUYB	-0,156	-0,203*	0,243*	-0,041	0,277**	0,166	0,129	1						
DEVB	0,036	0,070	0,135	-0,060	-0,024	0,009	0,089	0,541**	1					
NORB	-0,012	0,008	0,115	-0,142	-0,030	-0,003	-0,110	0,611**	0,520**	1				
VBVE DG	-0,121	0,038	0,039	-0,133	-0,034	-0,054	0,003	0,338**	0,340**	0,430**	1			
KRÜ	-0,121	-0,019	0,064	-0,062	-0,094	0,045	-0,031	0,311**	0,287**	0,424**	0,614**	1		
SDS	-0,059	0,231*	0,095	-0,086	-0,080	-0,026	0,008	0,172	0,297**	0,304**	0,492**	0,549**	1	
MDS	-0,058	-0,062	0,071	-0,208*	0,018	-0,078	0,024	0,375**	0,230*	0,352**	0,598**	0,410**	0,276**	1

**0.01 anlamlılık düzeyinde korelasyon.

*0.05 anlamlılık düzeyinde korelasyon.

Yine tablodan eğitim düzeyi ile duygusal bağlılık faktörü arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu kişilerin eğitim düzeyleri arttıkça duygusal bağlılıklarının arttığını göstermektedir. Yaş ile duygusal bağlılık arasında 0,277'lik bir ilişki bulunmaktadır. Bu bize kişilerin yaşları arttıkça duygusal bağlılıklarının arttığını göstermektedir.

Tablo 10'da görüldüğü gibi demografik faktörler ile devamlılık ve normatif bağlılık arasında herhangi bir ilişki bulunmamaktadır.

Karizmatik liderlik faktörleriyle ilgili yapılan analizler sonucunda; 0.01 anlamlılık düzeyinde vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme (VB VE DG) ile duygusal bağlılık (DUYB) arasında 0,338'lik, devamlılık bağlılığı (DEVB) arasında 0,340'lık ve normatif bağlılık (NORB) arasında 0,430'luk pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Bunun anlamı ise işgörenlerin, yöneticilerinin vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme algılarının yüksek olmasının duygusal, devamlılık ve normatif bağlılıklarını arttırdığını göstermektedir.

Tablo 10' da 0,01 anlamlılık düzeyinde kişisel risk üstlenme (KRÜ) ile duygusal bağlılık arasında 0,311'lik, devamlılık bağlılığı arasında 0,287'lik ve normatif bağlılık arasında 0,424'lük pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişkiye göre işgörenlerin, yöneticilerinin kişisel risk üstlenme davranışı gösterme ile ilgili algılarının duygusal, devamlılık ve normatif bağlılıklarını arttırdığı anlaşılmaktadır.

Yine tablodan cinsiyet ile sıra dışı davranışlar sergileme (SDS) arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu bize kadın işgörenlerin, yöneticilerinin sıradışı davranışlar sergilemeleriyle ilgili algılarının daha fazla olduğunu açıklamaktadır. Ayrıca tablodan 0,05 anlamlılık düzeyinde sıradışı davranışlar sergileme ile örgütsel bağlılık faktörleri arasında pozitif yönde ilişkiler olduğu görülmektedir. Bu ise bize işgörenlerin, yöneticilerinin sıra dışı davranışlar sergilemelerini algılayışları arttıkça duygusal,devamlılık ve normatif bağlılıklarının arttığını göstermektedir.

Son olarak Tablo 10' da karizmatik liderlerin özelliklerinden mevcut durumu sürdürmeme (MDS) ile örgütsel bağlılık faktörlerinden 0,01 anlamlılık düzeyinde duygusal bağlılık ile 0,375'lik, normatif bağlılık ile 0,352'lik pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca 0,05 anlamlılık düzeyinde mevcut durumu sürdürmeme ile devamlılık bağlılığı arasında 0,230'luk bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bu ilişkiler bize; işgörenlerin, yöneticilerinin mevcut durumu sürdürmemeleri yani değişimi sağlayan davranışlarda bulunmalarını algılayışlarının örgüte duygusal,

normatif ve devam bağılılıklarını arttırdığını göstermektedir.

Yukarıdaki açıklamalardan ve Tablo 10'dan da görülebileceği gibi karizmatik lider özelliklerinin tümü ile normatif bağılılık arasında diğer bağılılık türlerine oranla daha güçlü bir ilişki bulunmuştur. Sadece sıra dışı davranışlar sergileme ile duygusal bağılılık arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

5.4.6. Regresyon Analizleri

Hipotezleri test etmek amacıyla üç regresyon modeli öne sürülmüştür. Kullanılan regresyon modelleri aşağıda verilmiştir.

Model-1: Karizmatik lider özelliklerinin, duygusal bağılılık üzerindeki etkileri ile ilgili regresyon modeli;

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4$$

Model-2: Karizmatik lider özelliklerinin, devamlılık bağılılığı üzerindeki etkileri ile ilgili regresyon modeli;

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4$$

Model-3: Karizmatik lider özelliklerinin, normatif bağılılık üzerindeki etkileri ile ilgili regresyon modeli;

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \beta_4 \cdot X_4$$

Modellerde kullanılan Y =Örgütsel bağılılık değişkenlerini, β_0 = Sabit sayıyı ($\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots$ değerlerinin sıfır olduğu durumda Y 'nin beklenen değeridir.), $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ ise değişkenlere ait parametrelerde bir birimlik değişmeye karşılık Y 'deki ortalama değişme oranını göstermektedir. X_1 = Vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, X_2 = Kişisel risk üstlenme, X_3 = Sıradışı davranışlar sergileme, X_4 = Mevcut durumu sürdürmemeyi göstermektedir.

Tablo 11' de karizmatik lider özelliklerinin duygusal bağılılık üzerine etkileri ile ilgili regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Tablo'daki F değeri, modelin anlamlılığını gösteren bir değerdir. F değerinin 5,221 olması ve bu istatistiğe denk gelen p değerinin 0,05'den küçük olması anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelde R^2 değeri 0,176 olarak bulunmuştur. Buna göre, modeldeki karizmatik lider özellikleri ile ilgili değişkenlerin tümü duygusal bağılılığın ancak %17,6'sını açıklayabilmektedir.

Tablo 11: Duygusal Bağlılık İçin Regresyon Analizi

Değişkenler	Standardize Beta Katsayısı	Anlamlılık
VB VE DG	,103	,450
KRÜ	,164	,192
SDS	-,040	,727
MDS	,257*	,027
F	5,221	,001
R ²	,176	

Bağımlı Değişken: Duygusal Bağlılık

Modeldeki bağımsız değişkenlerden karizmatik liderlerin mevcut durumu sürdürmeme özellikleri ile duygusal bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 12’ de görüldüğü üzere vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme özelliği ile devamlılık bağlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tablo 12: Devamlılık Bağlılığı İçin Regresyon Analizi

Değişkenler	Standardize Beta Katsayısı	Anlamlılık
VB VE DG	,202*	,040
KRÜ	,062	,626
SDS	,152	,191
MDS	,042	,718
F	4,030	,005
R ²	,141	

Bağımlı Değişken: Devamlılık Bağlılığı

Normatif bağlılıkla ilgili regresyon analizlerine baktığımızda ise F değerinin 7,686 p değerinin ise 0,05’den küçük olmasından dolayı anlamlı olduğu görülmektedir. Modelde R² değeri 0,239 olarak bulunmuştur. Buna göre, modeldeki karizmatik lider özellikleri ile ilgili değişkenlerin tümü normatif bağlılığın ancak %23,9’unu açıklayabilmektedir.

Tablo 13: Normatif Bağlılık İçin Regresyon Analizi

Değişkenler	Standardize Beta Katsayısı	Anlamlılık
VB VE DG	,183	,165
KRÜ	,228*	,030
SDS	,051	,637
MDS	,135	,225
F	7,686	,000
R ²	,239	

Bağımlı Değişken: Normatif Bağlılık

Modeldeki bağımsız değişkenlerden karizmatik liderlerin sadece kişisel risk üstlenme özellikleri ile normatif bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Regresyon analizinin son aşamasında ise ileri sürülen hipotezlerin kabul-red durumları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 14: Hipotezlerin Kabul veya Red Durumu

Hipotezler	Kabul/Red Durumu
H _{1a} : Vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.	Red
H _{1b} : Vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.	Kabul
H _{1c} : Vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.	Red
H _{2a} : Sıra dışı davranışlar sergileme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.	Red
H _{2b} : Sıra dışı davranışlar sergileme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.	Red
H _{2c} : Sıra dışı davranışlar sergileme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.	Red
H _{3a} : Kişisel risk üstlenme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.	Red
H _{3b} : Kişisel risk üstlenme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.	Red
H _{3c} : Kişisel risk üstlenme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.	Kabul
H _{4a} : Mevcut durumu sürdürmeme, örgüte duygusal bağlılığı etkilemektedir.	Kabul
H _{4b} : Mevcut durumu sürdürmeme, örgüte devam bağlılığını etkilemektedir.	Red
H _{4c} : Mevcut durumu sürdürmeme, örgüte normatif bağlılığı etkilemektedir.	Red

5.5. Sonuç ve Değerlendirme

Karizmatik lider özelliklerinin örgütsel bağlılık unsurları üzerindeki etkilerini inceleyen bu araştırmamızda, çeşitli faktörler arasında anlamlı ilişkiler ortaya çıkmıştır.

İnsan faktörünün günümüzde çok önemli bir hale gelmesi; çalışanların sıkı işbirliği ve örgüte sadakatine dayanan örgütsel bağlılığa aynı zamanda vizyoner ve duyarlı, statükodan uzak, sıra dışı karizmatik liderlere olan ihtiyacı artırmaktadır. Örgüt ve çalışanlar arasındaki ilişkinin odağını örgütsel bağlılık oluşturmaktadır. Bugünün yoğun rekabet ortamında örgütler eskiye oranla daha fazla örgüt-çalışan bütünlüğüne ihtiyaç duymaktadır. Çalışanların hedef ve değerleriyle örgütün hedef ve değerlerinin bütünleşmesi, çalışanların örgüte daha fazla bağlanmalarını ve çalışmalarında daha içten olmalarını sağlamakta buda problemlerin çözümünde kolaylık sağlamaktadır.

Örgütsel bağlılık tek taraflı gelişen bir olgu değildir. Çalışanların da örgütlerinden bir takım beklentileri olması kaçınılmazdır. Bu beklentilerin karşılanmasında liderlik türü ve uygulamalarının önemi büyüktür.

Literatürde Conger ve Kanungo'nun karizmatik liderlik teorisi ile Allen ve Meyer'in örgütsel bağlılık modelini bir arada test etmeye yönelik bazı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan Gül tarafından 2003 yılında Karaman ve Aksaray Emniyet Müdürlükleri'nde yapılan bir araştırmada karizmatik lider özellikleri ile örgütsel bağlılık unsurları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Gül. 2003:164). Yine Kadirov tarafından 2003 yılında İstanbul İtfaiye Grup Amirlikleri'nde yapılan başka bir araştırmada karizmatik lider özellikleri ile örgütsel bağlılık unsurları arasında çeşitli boyutlarda anlamlı ilişkiler ortaya çıkmıştır (Kadirov, 2003:78). Bu çalışmada da karizmatik liderlerin vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, kişisel risk üstlenme, sıra dışı davranışlar sergileme ve mevcut durumu sürdürmeme gibi özelliklerinden bazılarının her üç örgütsel bağlılık unsuru üzerinde de etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Yapılan araştırmada karizmatik liderlerin mevcut durumu sürdürmemelerinin duygusal bağlılık üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Karizmatik liderlerin en dikkat çekici özelliklerinden biri de mevcut durumu sürdürmekten çok yenilikler peşinde koşarak bir değişim yaratmasıdır. Bu tür liderler, örgütsel amaçlara ulaşmada işleri kendilerinden önce yapıldığı gibi yapmak yerine, farklı bir yoldan yapmayı ve mevcut durumu değiştirmeyi tercih etmektedir. Literatürde, mevcut durumu sürdürmeme ile ilgili özelliklerin duygusal bağlılığa etkileri konusunda farklı bulgular elde edilmiştir. Gül (2003) tarafından 215 kişi üzerinde yapılan bir araştırmada mevcut durumu sürdürmeme ile duygusal bağlılık arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Ancak Kadirov (2003) tarafından 109 kişi üzerinde yapılan bir diğer araştırmada ise

mevcut durumu sürdürmeme ile duygusal bağlılık arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Yaptığımız araştırmanın sonuçları Gül'ün (2003) sonuçlarını desteklemektedir. Buna göre, mevcut durumun farklılaşacağına inanan çalışanların duygusal bağlılıkları artmaktadır.

Duygusal bağlılık üzerinde etkili olup olmadığını araştırdığımız diğer karizmatik lider özelliklerinden olan; vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme, kişisel risk üstlenme ve sıra dışı davranışlar sergileme ile duygusal bağlılık arasında istatistiksel olarak herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlar Kadirov'un sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Hipotezlerimizde karizmatik lider özellikleri ile ilişkisini test ettiğimiz diğer bir örgütsel bağlılık unsuru ise devamlılık bağlılığıdır. Daha önce geniş olarak ele aldığımız bu kavram, bireyin örgütten ayrılmasının maliyetlerini göze alamaması dolayısıyla örgütte kalmaya devam etmesidir. Bu çalışmada karizmatik lider özelliklerinden biri olan vizyon belirleme ve duyarlılık gösterme özelliğinin devamlılık bağlılığı üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Liderlerin vizyon belirlemeleri ve bu vizyon çerçevesinde çalışanlarının istek ve ihtiyaçlarını, çevresel etkileri de göz önüne alacak şekilde bir yönetim tarzı benimsemeleri örgüt üyelerinde mevcut yatırımlarının korunması izlenimi uyandırarak örgüte devam bağlılıklarını artıracaktır.

Sıra dışı davranışlar sergileme, mevcut durumu sürdürmeme ve kişisel risk üstlenme özelliklerinin devamlılık bağlılığı üzerinde herhangi bir etkisi bulunamamıştır. Literatürde Gül'ün (2003) araştırmasında da kişisel risk üstlenme ile devamlılık bağlılığı arasında benzer bir durum ortaya çıkmıştır.

Araştırmamızda incelediğimiz üçüncü örgütsel bağlılık türü ise normatif bağlılıktır. Normatif bağlılık, çalışanın örgüte bağlılık göstermesini bir görev olarak algılaması ve örgüte bağlılığı doğru ve ahlaki bir davranış olarak düşünmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Elde ettiğimiz sonuçlara göre sadece kişisel risk üstlenme ile normatif bağlılık arasında olumlu bir ilişki bulunmuştur. Elde edilen bu ilişkiyi; liderlerin risk üstlenerek çeşitli kararlar almalarının, çalışanlar tarafından doğru ve ahlaki bir davranış olarak algılandığı bunun ise örgüte normatif bağlılığı artırdığı şeklinde yorumlayabiliriz.

Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi öğretim üyeleri ve sağlık personeli ile yaptığımız araştırma sonucunda karizmatik lider özelliklerinin bazılarının örgütsel bağlılık unsurları

üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Bu sonuçlara göre, Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi çalışanlarının kurumlarına duygusal, devamlılık ve normatif olarak bağlı olduklarını ancak bu bağlılık düzeyinin düşük olduğunu söyleyebiliriz. Buradan, yöneticilerin karizmatik liderlik davranışlarını göstermelerinin çalışanların, duygusal, devamlılık ve normatif bağlılıklarını kısmen arttırdığını söylemek doğru bir sonuç olacaktır.

Kuşkusuz karizmatik liderlik ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri inceleyen bu gibi araştırmaların bundan sonrada farklı sektörlerde ve farklı örneklem sayılarıyla yapılması faydalı olacaktır.

Önceki bölümde detaylı bir şekilde ele aldığımız bulgu ve görüşler göstermektedir ki çalışanların bağlılıklarının sağlanmasında karizmatik liderlerin özellik ve davranışlarının payı yadsınamaz. Dolayısıyla her türlü örgüt ve kurumdaki yönetici ve liderler, karizmatik liderlik davranışları sergileyerek çalışanların bağlılık düzeylerinin yükselmesini sağlayabilirler. Bu suretle örgütsel çıktılarda iyileşmeler sağlayabilecekleri gibi, hizmette kalite ve daha etkili bir işyeri geliştirebilirler. Bu da çalışmamızda ele aldığımız sektörün insan sağlığı ile ilgili olması açısından fazlaca üzerinde durulması ve önemsenmesi gereken bir konudur.

Ancak unutmamak gerekir ki, örgütsel bağlılık çeşitli faktörlerden etkilenen ve algılanması bireye ve zamana göre değişen subjektif bir yapıya sahiptir. Bağlılığın sağlanması zor ve uzun süren bir çabayı gerektirirken, kaybedilmesi kolay ve hızlı olmaktadır. Liderler örgütsel bağlılığı sağlayacak ve koruyacak uygulama ve programlar geliştirirken, konunun zamana ve bireye göre değişebileceğini ve uzun zaman alabileceğini dikkate almak zorundadırlar.

KAYNAKÇA

- BALTAŞ, A. (2000), *Değişimin İçinden Geleceğe Doğru Ekip Çalışması ve Liderlik*, 1.b., İstanbul: Remzi Kitabevi.
- BAYRAK KÖK, S. (2006), İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 20(1), 291-317.
- BECKER, H. S. (1960), Notes on the concept of commitment, *American Journal of Sociology*, 66, 32-42.
- ÇEKMECELİOĞLU, H., EREN, E. (2007), Psikolojik Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık ve Yaratıcı Davranış Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi, *İ.Ü. İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 18(57), 13-25.
- ERÇİL, Y. (1997), *Lineer Olmayan Karizmatik Liderlik Modeli*, İstanbul: 21. Y.Y'da Liderlik Sempozyumu Bildiriler Kitabı.
- GÜÇLÜ, H. (2006), *Turizm Sektöründe Durumsal Faktörlerin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi*, 1.b., Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- GÜL, H. (2003), Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Basılmamış Doktora Tezi, G.Y.T.E Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÜL, H., ÇÖL, G. (2003), Atıf Teorisinde Belirtilen Karizmatik Lider Özelliklerinin Üçlü Örgütsel Bağlılık Modeliyle İlişkileri Üzerine Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 3-4(17), 60-80.
- HOUSE, R. J. (1977), A 1976 Theory Of Charismatic Leadership, In J. G. Hunt & L. L. Larson (Eds.), *Leadership: The Cutting Edge* (pp. 189-207). Carbondale: Southern Illinois: University Press.
- HOUSE, R. J., SINGH, J. V. (1987), Organizational Behavior: Some New Directions for I/O Psychology, *Faculty Of Management Studies*, 38, 669-718.
- KADİROV, İ. (2003), Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, G.Y.T.E. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KEÇECİOĞLU, T. (2003), *Liderlik ve Liderler*, 1.b., İstanbul: Okumuş Adam Yayınları.
- MEYER, J.P., ALLEN, N.J. (1991), A Three-Components Conceptualization Of Organizational Commitment, *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- ROWDEN, R.W. (2000), The Relationship Between Charismatic Leadership Behaviours And Organizational Commitment, *Leadership & Organization Development Journal*, 21(1), 30-35.

- SELTZER, J., BASS, B.M. (1987), Transformational Leadership: Beyond Initiation And Consideration, *Annual Meeting Of The American Psychological Association*, New York.
- YAMAK, R. (2001), Ekonometri-I Ders Notları, Teksir, Karadeniz Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F.

Bölüm 33

TÜRKİYE'DE İKTİDAR-SİVİL TOPLUM İLİŞKİSİNİN GELİŞİMİ



Yücel ÖZDEN¹

¹ Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO Öğretim Görevlisi, Bitlis, TÜRKİYE
,yozden@beu.edu.tr, 0000-0003-2455-9151

1. Giriş

Sivil toplum kavramı, çağımızın fenomen olgularından birisidir. Sivil toplum, bireyi devlet karşısında koruyan, toplumun çıkarlarını kamusal alana taşıyan ve devletin demokratikleşmesine katkı sağlayan bir boyuta sahiptir.

Sivil toplum kavramının gelişim süreci Aristo'dan günümüze kadar farklılaşarak seyretmiştir. Bu gelişim evresi devlete ve topluma göre şekillenirken, evrensel niteliğe kavuşmasının da bir takım sosyo-ekonomik değişimlere bağlı olduğu söylenebilir.

Türkiye'de de sivil toplum kavramı son derece önemlidir. Öncelikle sivil toplum, 12 Eylül 1980 Darbesi'nin ve onun yarattığı anti-demokratik ortamın alternatifi olarak algılanmış ve devlet dahil toplumun tüm kesimleri, sivil toplumun geliştirilmesini savunmuştur. Bu bağlamda “devlet dışılık” misyonu taşıması gereken sivil toplum, ciddi bir anlam kayması yaşamış ve her kalıba uyar hale gelmiştir.

Türkiye'de sivil toplum tartışmaları demokratikleşmenin anahtarı olarak da yorumlanmış ancak demokrasinin “sine qua non” şartı olan farklılıkların kamusal alanda temsili düşüncesine şüpheyle yaklaşılmıştır. 1980 sonrası dönemde merkez-çevre ilişkisindeki değişiklik ve devletin yeniden yapılandırılma süreci, sivil topluma karşı şüpheyi ortadan kaldırırsa da iktidarla organik ilişkiler bağlamında kavramı bağımsızlaştıramamıştır.

Modern anlamda sivil toplumun devletten bağımsız olması, onu etkileyebilmesi, inisiyatif alabilmesi ve devlet-sivil toplum ilişkilerinin hukuksal dayanağı olması gereklidir. Sivil toplumun ekonomik alanda olup olmaması gerektiği konusunda tam bir uzlaşma olmasa da demokratikleşme sürecini destekleyeceği kabul görmektedir.

Bu çalışmada Türkiye'de sivil toplum-devlet ilişkisinin 1980 sonrası dönemde yaşadığı dönüşümler küreselleşme ve bireyleşme bağlamında irdelenecektir. Bu nedenle çalışmada öncelikle iktidar, sivil toplum kavramları tanımlanacak ardından sivil toplumun demokrasiyle ilişkisi ve küreselleşmenin yarattığı etki değerlendirilecektir.

2. Kavramsal Çerçeve İktidar ve Sivil Toplum

Bu başlık altında kavramsal çerçevede iktidar ve sivil toplum olguları ele alınarak, tarihsel süreçte bu kavramların geçirdiği dönüşümler üzerinde durulacaktır.

2.1. İktidar ve Siyasal İktidar Kavramı

İktidar kavramı dilimizde; erk, kudret, bir işi yapabilme gücü, devlet yönetimini elinde bulundurma ve devlet gücünü kullanma yetkisi olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2011: 3). İktidar toplumsal hayatın her alanında gözlemlenen bir olgudur. Bu doğrultuda iktidar, başkalarının davranışlarını yönlendirme veya etkileme gücüdür. İktidarın resmi ve doğal biçimlerinden söz edilebilir. Yasal olarak örgütlenmiş bir insan grubu (siyasi parti, sendika, dernek vb.) içinde ortaya çıkan iktidar, iktidar ilişkisinin resmi biçimini oluştururken, biçimsel bir örgüt içindeki doğal ilişkiler veya aile ve arkadaşlık grubu gibi kendiliğinden oluşan sosyolojik yapılar içindeki ilişkiler de iktidarın doğal biçimini –yani mikro iktidarı- oluşturmaktadır (Erdoğan, 2007: 1).

Akal'a göre (1990: 39); genel anlamıyla iktidar bazı kişi ya da kümelerin, bazı kişi veya kümeler üzerindeki etkisidir. İktidar malik olma, egemen olma ve toplumsal ilişkileri buna göre düzenlemeyi öngörür (Çam, 1999: 90). İktidar ilişkisi eşitsizliğe dayalıdır. Ayrıca iktidar ilişkisinde; zorun, zorlamanın, baskının ve müdahalenin birlikte geliştiği sonucuna varılabilir.

İktidar bir tarafın diğer taraftan daha fazla avantaj sağlayacağı, ancak avantajsız durumda olanında değiş tokuştan yüzde yüz zararlı çıkmayacağı, eşit olmayan bir güç ilişkisidir (Akal, 1990: 40). Dolayısıyla iktidar ilişkisi eşit olmayan bir yapı ortaya çıkarmaktadır. Çünkü üstün olan taraf, verdiği emirler ile karşı tarafı yönlendirebilmekte ve onların davranışlarını düzenleyebilmektedir.

Duverger ise iktidarı, otorite ve meşrutiyet kavramları ile birlikte ele alır. İktidar kullanıldığı toplumun normlarına, inançlarına değerlerine uygun bir şekilde oluşan etki ya da güç biçimidir. İktidarın temelinde yatan olgu ise, toplumun açık ya da kapalı bir biçimde yöneticilerin varlığını kabullenmiş olmalarıdır (1980: 125). Bununla birlikte, Bartolli ise iktidarı devlet ve kuvvet ilişkisi içinde ele almıştır. İktidar devlet değildir, fakat yasal ve kurumlaşmış bir kuvvet, devleti ele geçiren kuvvetlerin bütünüdür. Bu bağlamda siyasal iktidar, sosyal yapının bütününe temsil eder ve refahını sağlama kabiliyeti olduğu inancı ile yasallaştırılır (Çam, 1999: 95).

Siyaset biliminin konusunu oluşturan iktidar kavramı, ülkenin ve toplumun tümü üzerinde geçerli olan siyasal iktidar kavramı ile anlatılmaktadır. Bu anlamda, Çam'a göre siyasal iktidar kavramının tanımlanmasında iki farklı görüş bulunmaktadır. Birinci görüşe göre, siyasal ik-

tidar sadece toplumun bütününde ortaya çıkan iktidarken, ikinci görüşe göre iktidar egemenlik kavramıyla tanımlanan ve sınırlandırılmayandır (1999: 328).

Siyasal iktidar, bir yandan toplumun ne adına yönetileceği sorusuna cevap verirken, diğer yandan da yönetimin nasıl ve kim tarafından gerçekleştirileceğini belirler. Siyasal iktidar tüm siyaseti ve siyasi ilişkilerin belirlendiği bir düzlem olarak meşruiyeti, şiddeti, otoriteyi, itaati ve düzeni kapsamaktadır (Çetin, 2003: 63).

Maddi kuvvet ve zor kullanma gücene sahip ülke içindeki en üstün iktidar biçimi olan siyasal iktidar, kendi iradesini başkalarına kabul ettirme, onların davranışlarını kontrol etme ve son sözü söyleme yetkisine sahiptir (Kapani, 2007: 52). Siyasal iktidar toplumun kaderiyle ilgili temel kararları alabilen, merkezi ve kapsayıcı iktidardır ve siyasal iktidarın maddi unsurunu cebir, manevi unsurunu ise meşruluk oluşturmaktadır (Erdoğan, 2007: 2).

Meşruiyet kaynağı aramayan, düzenleyici ya da uygulayıcı gücünü bir yasaya dayandırmayan siyasal iktidar var olamaz, bir ilkeye ya da yasaya gönderme yapılmadan siyasal iktidar sürdürülemez. Ayrıca siyasal iktidar, toplumu ne adına yönettiğini söylemeden, toplumdan onay almadan meşrulaşamaz. Bu doğrultuda, hiçbir toplum da saygı duyduğu aşkın bir ilke adına var olmayan siyasal iktidara rıza göstermez ve kendisini yönettirmez (Akal, 1991: 7). İşte bu noktada siyasal iktidarın toplumsal duyarlılıkları dikkate almasında ve alınan kararların meşruiyetinin tartışılmasında sivil toplum gibi kavramların önemi ortaya çıkmaktadır.

2.2. Tarihsel Gelişim Sürecinde Sivil Toplum Kavramı

Sivil toplum, bireylerin kamusal alanda seslerini duyurmak amacıyla politikayı etkileyebilme iradesini, gönüllük esasına göre örgütlemesidir. Gücünü de gönüllü örgütlenme, şiddet ve devlet dışılık gibi özelliklerinden almaktadır. Kavramın daha net anlaşılabilmesi için farklı görüşlere yer vermek faydalı olacaktır.

Çaha'ya göre sivil toplum, bireylerin herhangi bir zorlamaya maruz kalmaksızın kendi aralarında anlaşarak oluşturdukları ortak yaşamı ifade etmektedir (2005: 15). Sivil toplum-siyasi toplum kavramlarından yola çıkan Yavaşgel (2004: 274) ise sivil toplumu haklar ve sözleşme temelinde rekabete dayalı, özerk ve gönüllü birliktelikler, Akal (1990: 32) devlet müdahalesi dışında birey ve grupların kendi alanlarını düzenleyebildikleri mekan, Yılmaz (2003: 322) hukuki düzen içinde işleyen

örgütlü sosyal yaşamı, Özbudun (1998: 112) kendi kendini yaratan ve ortak değerler kümesiyle sınırlı olan örgütlü toplumsal yaşam alanı ve son olarak Keane (1994: 36) devlet dışı üyelik ve faaliyetlerle kurumlar üzerinde baskı ve denetim mekanizmasını kuran, kendi kimliğiyle, dönüştüren kurumlar olarak sivil toplumu tanımlamaktadır.

Sivil toplum, Aristo'dan günümüze farklılaşarak gelişen ancak kendisini “devlete göre” konumladığımız bir kavramdır. Modern anlamda “özerk alanların çoğulculuğu”, “bireylerin özerkliği”, “gönüllü birlikler”, “yasallık”, “kamusallık”, “devlet dışılık” gibi alanları referans almaktadır (Arda; 2003: 531).

Bir şekilde devletle ilişkili olan fakat iktidarı ele geçirme amacı taşımayan (Aslan, 2010: 262) sivil toplum, devletten bağımsız bir toplumsal alan olup, vatandaşların, aile veya devlet tarafından temsil edilmeyen ortak çıkarlarının alanıdır (Erdoğan, 2005: 668).

Sivil toplum, yalnızca devletin dışında olmakla kalmayıp, aynı zamanda politik toplumun da dışında olan (Gönenç, 2001: 42) ve politik toplumu etkilemek, politik topluma ulaşmak için çalışan grup ve sınıfları kapsamaktadır (Tuncel, 2005: 711). Öte yandan, sivil toplum alanı devlet ile aile arasında her türlü etkinliği değil, sadece kamusal alan içinde gerçekleşen ve toplumdan kaynaklanan kolektif etkinlik biçimlerini kapsamaktadır (Erdoğan, 2005: 669).

Literatürde, sivil toplumun geniş anlamda devletin dışında olduğu kabul görmekle birlikte, sivil toplumun mekan ve etkinlik türü olarak hangi alanları kapsadığı konusunda tam bir uzlaşma yoktur (Aslan, 2010a: 263).

Sivil toplum; özerklik (otonomi), çoğulculuk, her türlü siyasal katılımı sağlayacak ve politika üretebilecek sosyal örgütlenmeleri var etmek özelliklerine sahiptir. Sivil toplumun var olabilmesi ve gelişebilmesi için öncelikle toplumsal düzeyde etnik, kültürel, dinsel, ideolojik ve mesleki toplumsal farklılaşmaların olması gerekir. Sivil toplum, devletle aile arasındaki özerk ve çoğulcu yapıya dayanan gönüllü örgütlenme alanıdır (Aslan; 2010b: 357-358).

Şerif Mardin, sivil toplumun karşıtının askeri toplum olmadığını, sivil toplum kavramının medeni yani şehirli olana denk geldiğini ve bunun karşıtının da gayr-ı medenilik olduğunu ifade etmektedir (2008: 9). Mardin'in bu tanımlaması aynı zamanda modern sivil toplumun da ifadesidir.

Batı toplumlarında 12. yüzyıldan itibaren feodalizm içerisinde gelişme gösteren ve kullanılmaya başlayan sivil toplum kavramı, 17. yüzyılla birlikte bazı değişimler yaşamıştır. Bu değişimlerin altında yatan nedenler ise siyasi sistem değişiklikleri, kişi hak ve özgürlüklerinde meydana gelen gelişmeler, toplumsal tabakalaşma ve kitle iletişim araçlarının gelişerek kullanım alanlarının yaygınlaşması olarak ifade edilebilir (Arslanel, 2017: 15).

Tarihsel gelişim süreci göz önüne alındığında 18. yüzyılın ortalarına kadar devlet ile sivil toplum arasında bir ayrımın olmadığı, sivil toplum ile devletin özdeş görüldüğü tespit edilmektedir. Sonraki dönemlerde, sivil toplum kavramı dört evrede ele alınmış olup her bir evrede bu kavrama yüklenen anlamlar devlete referansla farklı şekillerde tasnif edilmiştir. Sivil toplumun gelişim evresi Keane tarafından şu şekilde ifade edilmiştir (Tamer, 2010: 91-96);

Birinci aşamada, sivil toplum devletin varlığını meşrulaştıran bir araç olarak ele alınmakta ve devletin üyesi olmakla özdeşleşen anlamından kurtularak sözleşmecî teorisyenlerce toplumsal yaşamın her alanını kapsamaktadır. İkinci aşamada, sivil toplumun devletle özdeş olmadığı kabul edilmekte, toplumların kendilerini devlete karşı koruma düşüncesi meşruiyet kazanmakta ve sivil toplum bireysel hakların korunduğu, uygarlığın merkezi kabul edilmektedir. Üçüncü aşamada, Hegel'in etkisiyle devlet-sivil toplum ayrımı yapılarak devlet sivil alandaki çıkar çatışmalarını önlemek suretiyle sivil toplumu korumakla görevli kabul edilmiştir. Son olarak, dördüncü aşamada Tocqueville'nin etkisi gözlenmekte ve sivil toplum, üyelik ve eylemlerin gönüllülük esasına dayandığı, aile ve devlet arasındaki tüm ilişkileri ve ağları (sivil toplum kuruluşları, dini grup ve kurumlar, mesleki örgütlenmeler, kendine yardım amaçlı gruplar, sosyal hareketler, bağımsız medya...) içermektedir. Bu yaklaşımda üç ana sektöre dayalı toplum modeli temel alınmakta ve devlet, piyasa ve kar-amacı gütmeyen grupların birbirlerinden bağımsız ancak birbirleri ile karşılıklı olarak bağlantılı olduğu savunulmaktadır.

Sivil toplum kavramı Avrupa'da üç dalga şeklinde anlam kazanmıştır. İlk olarak, modern topluma geçişin göstergesi olarak bireysel hakların yasal dayanağının olduğu toplum düşüncesini; ikinci olarak, sivil toplumun demokrasi ile ilişkisi çerçevesinde sivil toplumun totaliter devlete karşı konumlanışını ve son olarak devlet-toplum-birey ilişkilerinde katılımcı demokrasinin sağlanması amaçlarını taşımıştır (Keyman, 2006: 314-317).

Sivil toplumun oluşabilmesi için devletten ayrışabilen bir sivil alanın, sivil referansın ve sivil kimliğin olması gerekmektedir. Bu anlamda, sivil toplum devletten ayrışabilen bireylerin bulunduğu toplulukların alanını oluşturmaktadır (Çaha, 2016: 13). Bununla birlikte, sivil toplum demokratik anlayışa sahip yönetimler için anahtar kavramlardan birisidir. Bireyin çıkarlarını dile getirmesinin bir aracı olmakla birlikte rasyonel birey anlayışına da atıf yapmaktadır. Çünkü rasyonel birey olmak, kişinin kendi haklarını bilmesini, geleceğini yönetebilmesini ve tercihleri hakkında karar verme bilincini gerektirir.

Sivil toplum tanımlamaları incelendiğinde sivil toplumun, devletten özerk, kendiliğinden ve gönüllülük esasına dayanarak oluştuğu gözlenmektedir. Sivil toplum, kendi içinde örgütlü, ortak değerlere ve amaçlara sahip sosyal bir yapıdır.

Kavramın gelişim düzeyi incelendiğinde gözden kaçırılmaması gereken önemli bir boyut, ekonomik sistemin kavram üzerindeki etkisidir. Kapitalist ekonomi derinleştikçe sivil toplum-devlet ayrışması derinleşmektedir.

Sivil toplum, refah devleti anlayışının terk edilmesinden ve liberalleşme politikalarından sonra daha etkili bir araç olmuştur. Küreselleşmenin etkisiyle sivil toplum, alt toplumsal grupların, kimliklerin yaygınlaşmasına ve farklı taleplerin doğmasına neden olarak, vatandaşlığı homojenlikten heterojenliğe taşımıştır. Ayrıca, devletin dolduramadığı alanları sivil toplum doldurmuştur. Bu noktada sivil toplumun, toplumsal farklılaşma, örgütlenme, baskı mekanizması oluşturma gibi niteliklere sahip olması gerektiği ifade edilmelidir (Abay: 271-281). Çünkü STK'ların önemli özelliklerinden biri de devletin müdahalesi olmaksızın kendileri hakkında karar alma, inisiyatif kullanma yeteneğine sahip olmaları ve devleti etkileyebilmeleridir. Buradaki amaç genel olarak, sivil toplumun kamusal alanda devletin karşısında/yanında yer alarak toplumsal ve bireysel hak ve özgürlüklerin kazanılması veya genişletilmesidir. Bu sayede demokratikleşmenin sağlanabileceği söylemi kabul görmektedir.

3. Demokrasi ve Sivil Toplum İlişkisi

Sivil toplum ve demokrasi ilişkisi birbirini tamamlayan iki kavram olarak ele alınabilir. Zira sivil toplum demokrasinin kurumsallaşması bağlamında bireylere/gruplara yönetime katılma hakkı sağlamaktadır. Ayrıca yurttaşlar arasında demokratik değerlerin savunulmasını, temsil edilmeyen grupların temsilini sağlarken, birey ve toplum arasında

arabuluculuk mekanizmasını da kurarak kamusal alanların oluşmasına katkı sağlamaktadır (Özalp; 2008: 15).

Aslan'a göre (2010b: 370); devletin aşırılıklarını törpülemek için sivil topluma, sivil toplumun da korunma açısından devlete ihtiyacı vardır. Ancak, sivil toplumun devletin korumacılığında olmaya ihtiyacı olup olmadığı konusunda literatürde fikir birliği bulunmamaktadır. Fikir birliği, sivil toplum ve devlet arasında müdahalesiz bir iş birliğinin hukuk devleti ile mümkün olacağı konusundadır.

Sivil toplum ve devlet birbirlerine meşruiyet sağlarlar. Sivil toplumun devlet üzerindeki etkisi, devletin yerini almak değil, onu bilgilendirme, gözetleme, denetleme ve baskı yapma etkisidir (Aslan, 2010b: 370). Bununla birlikte, devlet dışı alan olarak sivil toplum başıboş bırakıldığında burada eşitlikçi, katılımcı ve demokratik bir yapılanmanın olacağının garantisi de yoktur (Erdoğan Tosun, 2005:130). Dolayısıyla sivil toplum ile devleti birbirini tamamlayan ve güç ilişkilerinde dengeyi sağlayan yapılar olarak görmek faydalı olacaktır.

Sivil toplumun demokrasiye katkısı sivil toplum alanındaki örgütlenmelerin sayısından ve çeşitliliğinden çok söz konusu oluşumların bir araya gelerek birbirleriyle kuracakları demokratik ilişkilerle ve kendi iç ilişkilerinde demokratik değerleri özümsemiş olmalarıyla mümkündür. Sivil toplumun demokrasiye katkısı, devlet iktidarını kontrol etme, devletin azınlık bir grup tarafından ele geçirilmesini önleme, katılımı sağlama, demokratik tutumları yerleştirme, toplumsal ihtiyaç ve talepleri biçimlendirme, kutuplaşmaları yumuşatma, yeni siyasal liderleri yetiştirme ve sosyal sorumluluk düzeyini yükseltme olarak sıralanabilir (Aslan, 2010b: 370). Sivil toplumun modern içeriği de tam bu noktada anlam kazanmaktadır. Siyasal sürece katılma ve kamusal alanda sivil toplumun kendini ifade edebilmesi demokrasinin var olabilmesinin ön koşuludur. Bu durum, bireylerin STK'lar aracılığıyla kamusal alanda kendilerini ifade etme, taleplerini ulaştırma ve çıkarlarını koruma imkanına kavuşmaları ile ilgilidir.

Benzer şekilde, Yılmaz tarafından sivil toplum demokrasi ilişkisinde, sivil toplumun varlığının devlet iktidarının sınırlandırılması ve kontrol edilmesi noktasında önemli olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, sivil toplumun hukukun korunduğunu, bürokratik yozlaşmanın engellendiğini, sivil alanın okul rolü oynadığını, hoşgörü, farklılıklara saygı ve tolerans gibi değerlerinden dolayı demokrasinin değerlerine katkıda bulunduğunu, siyasete kanal açarak bütünleştirme ve siyasal katılımı sağladığını, geleneksel sınıf ve bağılıkları zayıflatarak iletişimi artırdığını

belirtmiştir (2003: 322-323).

Yılmaz'ın bu saptamaları 1980 sonrasında gelişen yeni toplumsal hareketler bağlamında anlamlıdır. Yeni toplumsal hareketler, sınıf siyasetinden ziyade toplumsal statü temelli, çoğulcu, pragmatik, dağınık, merkezlessiz, demokratikleşme eğilimli ve siyasal alana rağmen sivil alanı genişletme amacını taşır (Coşkun, 2006: 73).

1980 sonrası sivil alanda, sendikalar ve işçilerin yanında kadınlar, savaş karşıtları, eşcinseller, çevreciler, küreselleşme ve nükleer karşıtları, etnik ve dini gruplar var olmuştur. Yükselen bu hareketler birçok konuda ezber bozmamıza neden olmuş ve demokratikleşme tartışmalarının yeni bir boyut kazanmasını sağlamıştır.

Sarıbay'a göre, sivil toplumun demokratik olarak temellendirilmesi, esasen toplumsal hareketlerce ifade edilen topluluk kültürlerinin keşimsel noktalarında mümkündür. Ona göre, her bir toplumsal hareketin gündelik hayatı yeniden inşa edebilecek güçte kültürel önerilere sahip olması ve devlet iktidarı arayışına yönelmemesi gereklidir (2001: 174). Zira sivil toplum kuruluşları özü itibarıyla çıkar gruplarını ifade etmekte ve kendi lehlerine karar aldırabilme çabasını göstermelidir. Aksi takdirde, STK'ları siyasi partilerden ayıran ideolojisizlik durumu ortadan kalkacaktır.

Karadağ ise sivil toplum demokrasi ilişkisini; sivil toplumun, devlet iktidarını sınırlayan siyasal, ekonomik, kültürel ve ahlaki temellerin kaynağını oluşturduğunu, sivil toplum içindeki farklılaşmaların devletin bir grup azınlık tarafından ele geçirilmesini önlediğini belirtmiştir (2005: 70).

Sivil toplumun demokratikliğinin önemli belirleyicilerinden birisi, kendi içindeki çoğulculuğa izin verme derecesidir. Kamusal alanda sivil örgütler ve gruplar ne kadar fazla ise ne kadar farklılıkları bir arada yaşatabiliyor ve birbirleri üzerinde hegemonya kurmaksızın birlikte yaşamayı gerçekleştirebiliyorsa, sivil toplum o derece demokratiktir (Tosun, 2001:152- 153).

Devletten özerk/bağımsız ve örgütlü bir sivil alanın varlığı hem toplumsal ilişkilerin hem de devlet ile toplum arasındaki ilişkinin yumuşamasını ve karşılıklı hoşgörü kültürünün doğmasını sağlamaktadır. Genel olarak devlet, toplumsal taleplerden ve toplumdan uzak olamamakta ve toplum da karar alma süreçlerine katılabilmektedir. Bu bağlamda sivil toplum alanının genişliğinin ve etkinliğinin demokratikleşmenin boyutunu belirlediğini söylemek yanlış olmayacaktır.

4. Türkiye’de Devlet-Sivil Toplum İlişkisi

Bu başlık altında devlet-sivil toplum ilişkisi ve bu ilişkinin dönüşümü farklı boyutlar kapsamında değerlendirilecektir.

4.1. Devlet-Sivil Toplum İlişkisi ve Dönüşümü

Birey, liberal demokrasilerde özne kabul edilmektedir. Türkiye’nin liberalleşme sürecinde de devlet karşısında birey, hak sahibi olarak muhatap kabul edilmiştir. Devlet-sivil toplum ilişkisinde bireyin ön plana çıkması sivil toplumun gelişmesine katkı sağlamaktadır. Çünkü bireyler sivil toplum aracılığıyla kendilerini ifade etme şansına sahip olmaktadır.

Bireyin siyasal özne olması pasif yurttaşlığı aktif yurttaşlığa dönüştürmektedir. Birey katılımcılığının yüksek olduğu kamusal alan ise demokrasinin pekiştirilmesini sağlamaktadır. Gönenç’e göre, demokrasinin tabandan tavana doğru yaygınlaşması STK’ların devlet üzerindeki gücünü artırırken, siyasal iktidarın tirana dönüşmesini engellemektedir (2001: 50).

Türkiye’de demokrasi ve sivil toplum ilişkisi değerlendirildiğinde 1980 sonrasında yeni paradigmaların ortaya çıktığı gözlenmektedir. Çünkü 1980’ler boyunca yükselişe geçen iki değer özgürlük ve sivil toplumdur (Çaha; 2010: 567). Özgürlük boyutu, yasal düzenlemeler sayesinde genişleyen bir alanı ifade ederken katılımcı demokrasi fikrinin toplumsallaşması da özgürlüğü derinleştirmiştir. Bu bağlamda bireyin siyasal alanda yer almaya başlaması sivil toplum kuruluşları sayesinde gerçekleşmiştir.

Türkiye’de sivil topluma yönelik olumlu adımların doğmasında önemli etkilere birisi de uluslararası alanda kabul gören düşüncelerdir. Zira Soğuk Savaş sonrasında Batı insan haklarını yüksek standartlara ulaştırma çabasındaydı (Ethridge; 1994: 547). Türkiye ise 1980 Darbesi’yle insan hakları ihlallerinin yoğun yaşandığı ülkelerden biriydi. 1980 sonrasında devlet-birey ilişkileri insan hakları temelinde tartışılmış ve sivil toplum tarafından desteklenmiştir.

Sivil toplum tarafından oluşan bu desteğin temelinde ise Türkiye’nin liberalleşme süreci etkilidir. Çaha, 1980 sonrası dönemde ekonomik liberalleşme eğilimiyle yeni gelişen orta sınıfın kamusal alanı farklılaştırarak sivil alanı geliştirdiğini belirtir (2010: 569).

Devletin küçültülmesi ve piyasaya işlerlik kazandırılması düşüncesi liberal politikalarla devletin ekonomik hayattaki yerini belirlerken siyasal alanda neo-liberal politikaların ve küreselleşmenin etkisi de dev-

letin siyasal ve toplumsal alandaki yerini belirlemiştir. Devletin görev alanı sorgulanırken, yetkecilği eleştirilmiş ve yetkecilikten sıyrılmak için sivil toplum ön plana çıkarılmıştır. Bu noktada Caniklioğlu (2007: 13) piyasa ile sivil toplumun özdeş kılındığını, milliyetçiliğin de sivil toplumun ardına gizlenerek otoriter görünümün yumuşadığına işaret etmektedir. Türkiye'nin liberalleşme deneyimi ekonomide, devlet karşısında piyasaya yer açarken; otoriter yönetimlerden kurtulma bağlamında siyasal olarak da sivil topluma yer açmıştır.

1980 sonrası dönemde liberalleşme eğilimi Türk Siyasal Hayatı'nda da dönüşümü başlamıştır. Zira Özal tarafından ifade edilen inanç, vicdan, düşünce ve ifade özgürlüğü, özel teşebbüs söylemlerinin devletin en üst kademesinden vurgulanması Türk tarihinde hem bir ilk hem de klasik merkezîyetçi devlet geleneğinden radikal bir kopuşun ifadesidir (Çaha; 2007 :228). Devletteki bu dönüşüm, devlet-piyasa, devlet- sivil toplum tartışmalarını gündeme getirirken piyasa-sivil toplum ilişkisini/ birlikteliğini zorunlu bir sonuca dönüştürmüştür. Merkezîyetçilik eleştirisi, sivil toplumun geliştirilmesiyle çözülebilir kabul edilmiş ve söyleme dönüşmüştür.

Siyasal iktidarda söz konusu söylem, aydınlar ve medya aracılığıyla da desteklenmiştir. Bu durum politik söylemde uzlaşmayı sağlarken devletin idare ve icraatları tartışılmaya başlanmıştır. 1980 sonrasında oluşan yeni toplumsal hareketler yeni kültürel ve bireysel duyarlılıkları kamusal alana taşımıştır (Göle; 1997: 509-511). Özellikle özel televizyonların kurulması da süreci desteklemiştir. Aşkın devlet anlayışı eleştirilirken bireysel hak ve özgürlük talepleri kamusal alanda ifade bulmaya başlamıştır.

Türkiye'de sivil toplum kamusal alanda etkinlik kazanmasına rağmen yapısal problemlere sahiptir. Bu problemlerden biri Caniklioğlu tarafından ifade edilmiştir. Caniklioğlu'na (2007: 126-150) göre, Türkiye'de sivil toplum kuruluşları sadece siyasi uygulamaları protesto etmekte ancak sorumluluk almamaktadır. Bunun sonucunda da yazar birey kimliğinin, sivil toplum zihniyetinin ve kültürünün oluşmadığını düşünmektedir.

Sarıbay ve Kalaycıoğlu (1997:458) ise, 1980 öncesinde devletin toplumdaki yerinin sorgulanmaya başlaması sonucunda sivil toplumcu-devletçi ayrımlaşmasının görüldüğünü belirtmektedir. Anti-devlet olmanın aynı zamanda demokrat sayılmaya yeteceği gibi bir yanlısın doğru kabul edildiğini belirten Sarıbay, tüm toplumsal kesimlerin sivil toplumcu olmalarına rağmen Türkiye'nin demokratikleşemediğini de bu çerçevede açıklamaktadır.

Sarıbay'ın açıklamaları Türkiye'de 1980 sonrasında sivil toplum kavramının pek çok kesimde kabul gördüğünü ancak kavramın bir yandan da yanlış yorumlandığını göstermektedir. Siyasi partilerden sivil toplum örgütlerine, aydınlardan topluma hatta devlete kadar sivil toplumun gelişmesi gerektiği düşüncesi giderek yaygın bir söyleme dönüşmektedir. Sivil topluma yüklediğimiz anlam ve sivil topluma karşı oluşan beklentiler demokratikleşme konusundaki başarımızla uyum göstermemektedir. Bu yönüyle Sarıbay'ın tespitinin gerçeklik taşıdığı söylenebilir.

1980 sonrası Türkiye'de sivil toplum kuruluşlarının ve genel olarak sivil toplumun görüntüsü değişmektedir. Bu değişimde, 1990'lı yıllarda gerçekleştirilen Habitat II konferansları, mevzuatta yer alan düzenlemeler ve özellikle AB ile müzakere süreci etkili olmuştur. Sivil toplumun yaşadığı niceliksel ve niteliksel değişim Türkiye'nin sivilleşme ve demokratikleşme sürecinde kuşkusuz önemli bir yere sahip olmuştur.

Türkiye'de STK'lar arasındaki sınıflandırma da yukarıda ifade edilen problemlerden birisidir. Zira “kamu yararına çalışan” STK sınıflandırması diğerlerini dolaylı olarak “kamu yararına çalışmayan” statüsüne taşımaktadır (Tuncel, 2005: 730). STK'ların devletle olan ilişkisindeki bu uygulama demokratikleşme sürecinde olumsuz etki yaratmaktadır. Bu bağlamda 2010-2014 Dünya Değerler Araştırması'na göre (www.worldvaluessurvey.org.tr); Türkiye'de önemli boyutlarda hoşgörüsüzlük ortamı olduğu, bireysel, toplumsal ve siyasal güven sorunu yaşandığı ifade edilmektedir. Bu durumda, sivil toplumun yeterince gelişme fırsatı bulamadığı ve STK'ların demokrasiye katkısının düşük olduğu belirtilmektedir.

Türkiye'de sivil toplum tartışmaları değerlendirildiğinde STK'ların etki alanlarının nereler olması gerektiği konusunda uzlaşma bulunmadığı gibi STK-devlet-birey ilişkisinin de sağlıklı yürütülemediği yapılan araştırmadan anlaşılmaktadır. Türkiye'de toplumsal bilinç eksikliği ile aşkın devlet geleneği, sivil toplumun demokratik bir değer olarak yaygınlaşmasına engel olmaktadır.

4.2. Küreselleşme Sürecinde Sivil Toplum

Türkiye'de sivil toplumun dönüşümü genel olarak iki alanda kendini gösterir: AB üyelik süreci ve küreselleşme. Küreselleşme süreci Türkiye'de devletin dönüşümünü ifade etmekte kullanılan en temel kavramlardan birisidir. Dolayısıyla devlet-sivil toplum ilişkisinin dönüşümü konusunda da önemli bir yere sahiptir. Zira Türkiye'de küreselleşme ve sivil toplum eş zamanlı gelişen kavramlardır.

Keyman (2013: 211) sivil toplumu yükselen orta sınıfın isteği olarak yorumlamakta, küresel gelişmelerin toplumsal dönüşümlerin önünü açan sivil talepler olarak ortaya çıktığını ve bu durumun yeni siyasal faaliyet biçimlerine yol açtığını belirtmektedir. Ayrıca Keyman (2013: 211) AB üyelik sürecinin sivil toplum aktörlerince itici güç olarak yorumladığını çoğulcu demokrasi ve kademeli yönetim düşüncesi bağlamında sivil toplumu dönüştürdüğünü savunmaktadır.

Küreselleşme sürecinin ulus devleti aşındırması, kimlik siyasetinin gelişmesinde etkili olmuştur. Demokratikleşme bağlamında farklı kimliklerin ve aidiyetlerin kamusal alanda yer alma çabalarında ise sivil toplum kuruluşları yol göstericidir.

Tuncel (2011:166) de küreselleşme sürecinin bireylerin ekonomik ve sosyal kazanımlar elde ederek siyasal ve idari alanı etkilediğini ve bunun sonucunda devletin yapısal ve işlevsel alanda yeniden yapılandırıldığının altını çizmektedir. Zira toplum üyelerinin bireyleşme süreci, devlet- birey ilişkilerinin yeniden yorumlanmasını sağlamıştır.

Küreselleşmenin yarattığı dönüşüm, devlet-sivil toplum ayrışması bağlamında demokratik olma/ olmama, piyasa ekonomisini savunup/savunmama şeklinde tezahür etmiştir. Bu noktada kamusal alanda tek söz sahibi olan yetkeci devlet sivil topluma yer açarken kamu bürokrasisi ve merkezîyetçi devlet geleneğinin direnciyle de karşılaşmıştır.

1980'li yıllardan itibaren Türkiye'de sivil toplumun varlığını geliştirebileceği bir siyasal kültürün filizlenmeye başladığı söylenebilir. Bu dönemde, bireysel özgürlük, sınırlı devlet, hukukun üstünlüğü, piyasa ekonomisi gibi temalar siyasal söyleme dönüşürken, kadın hakları, eğitim hakları ve kimlik hakları gibi talepler de yaygınlaşmaya başlamıştır (Çaha, 2016: 15). Dolayısıyla, 1980 sonrası dönemde Türkiye'de sivil toplum, niceliksel ve niteliksel açıdan değişmiş; kamu bürokrasisinin savunduğu resmi ideoloji dışında ve ona rakip olabilecek potansiyele sahip yeni bir güç oluşmuştur (Tuncel, 2011: 202).

1990'lı yıllarda Türkiye'de, sivil alan ekonomik, siyasal, kültürel ve iletişim gibi alanlarda yaşanan değişimlerin etkisiyle genişlemiştir. Bu dönemde, askeri yönetimin etkisinin azalması, özel radyo ve televizyon yayınları (1993), siyasal partilerin, derneklerin, vakıfların, meslek odalarının organik ilişkilerini yasaklayan anayasa maddelerinin kaldırılması (1995) sivil toplumun gelişmesini olumlu yönden etkilemiştir (Karadağ ve Aslan, 2013: 308).

Türkiye'de 2000'li yıllara bakıldığında, toplumsal yaşamın değişik

alanlarında görülmekte olan sivil görüntülerin sivil bilince yeterince kavuşmadığı izlenimini vermektedir. Sivil bilincin inşa edilebilmesi için özgürlükçü ve demokratik bir kültüre ihtiyaç duyulmaktadır. Bu dönemde, Türkiye’de daha önceki dönemlerden farklı tarzda toplumsal alanda çeşitliliğin var olduğu söylenebilir (Çaha, 2016: 19). Dolayısıyla, sivil toplumun önündeki engellerin kaldırılarak, toplumsal alandaki zenginlik sivil toplumun gelişmesinde rol oynayabilir.

Türkiye’de merkez-çevre ilişkileri değerlendirildiğinde 1983-1991 yılları arasında çevre egemenliği, 1991-1995’te merkezdeki çözülme, 1995-1999’da çevrenin radikalleşmesi, 1997-2002’de çevrenin yenilenmesi, 2002-2007’de çevre radikalizmi ve 2007’den itibaren ise merkezdeki çevre, çevredeki merkez koalisyonu söz konusudur (Akyol, 2013: 424). Dolayısıyla Türkiye’de 1983’ten itibaren çevre egemenliğinin farklı boyutlarla etkisi gözlenmektedir. Resmi ideoloji savunusu olarak ifade edilen merkez karşısında, özellikle dini referans içeren çevrenin önce Refah Yol Hükümetiyle, sonrasında 2002 yılından itibaren AK Parti Hükümetiyle iktidar şansını yakalaması devletin yeniden yapılandırılmasına neden olmuştur. Yeniden yapılandırma sivil toplum bağlamında değerlendirildiğinde devlet karşısında yeni sermaye gruplarının, etnik ve kültürel baskı gruplarının varlığı yadsınamamaktadır.

Söz konusu sermaye gruplarının en önemli örneklerinden birisi MÜSİAD’dır. 2002 yılından itibaren 1980 Darbesini destekleyen TÜSİAD’ın karşısında yer alan MÜSİAD, siyasal ve sosyal alanda daha etkin bir konuma sahip olmuş, askeri bürokrasi karşısında hükümetten yana tavır sergilemiştir (Tuncel, 2001: 225). Ancak, Türkiye’de merkez-çevre ilişkileri bağlamında modern sivil toplumun işlevi sorgulandığında hükümet değişikliklerine bağlı olarak, bazı STK’ların devletle bağları zayıflarken bazılarının da devletle bağının arttığı da bir gerçekliktir.

STK’ların devletle olan ilişkilerinde söz konusu olan bu yapısal problemin temelinde STK’ların siyasal mirastan bağımsız kalamamış ve “devlet dışılık” yerine “halkın temsili” niteliğini taşımış olmaları yatmaktadır (Gümüş, 2004: 14). Bu durum Türkiye’de sivil toplumun modern niteliğine kavuşmadığını, STK’ların siyasal iktidarla uzlaşma çabalarına başvurarak kendi çıkarlarını savunan gruplara dönüştüğünü ve siyasal işlevlerin STK’ları sınıflandırarak ayrıştırması sonucunda hizmet üretenlerle karar vericilerin birbirine karıştığını göstermektedir (Gümüş, 2004: 3).

Türkiye’de sivil toplumun modern anlamına kavuşması noktasındaki söz konusu engeller (Karadağ ve Aslan; 2013:310-316); devletin

müdahale alanını genişletmek adına pek çok eylemi kamusallaştırması, siyasal alanın sivil alandan büyük olması, devletin resmi ideolojisinin olmasının STK'ları taraf olmaya/devlet ideolojisini kamusal alanda üretmeye sevk etmesi, örgütlenme alışkanlığının yetersiz olması, rant dağıtım mekanizması, bürokrasi ve demokrasinin özümsememesi şeklinde ifade edilebilir.

Türkiye'nin aşkın devlet geleneği, devleti bireyden ve toplumdan önce konumlamıştır. Bu bağlamda devletin koruyucu ve kontrolcü misyonu kamusal alanda yeşeren sivil topluma şüpheli yaklaşımla da süreç sivil toplumla uzlaşmayı gerektirmiştir. Ancak bu uzlaşma STK'ları devletten taraf ya da karşıt olmaya sürüklemiştir.

Türkiye'de sivil toplum-devlet ilişkisi irdelendiğinde devletin görev alanına giren kimi konularda STK'ların bu rolü üstlendiği görülmektedir. Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları aracılığıyla sosyal yardım faaliyetleri topluma ulaştırılmaktadır. Bu uygulama ile kaynak aktarımları vakıflara yapılarak, sosyal yardımlaşma ile sosyal dışlanma ve yoksulluk önlenmek istenmektedir. Ancak, sosyal devlet uygulamalarının öz itibarıyla devletin yürütücülüğünde olması gereken yarı kamusal ve tam kamusal hizmetleri içerdiği de göz ardı edilmemelidir.

Türkiye'de devlet-STK ilişkisi hakkında önemli araştırmalardan birisi TÜSEV tarafından gerçekleştirilmiştir. 2019 yılında TÜSEV tarafından yayınlanan raporda (2019: 7-10); 2016-2018 yılında Türkiye'de sivil toplum alanını etkileyen iki önemli kırılmanın yaşandığı belirtilmektedir. Bu dönemde, ilk olarak OHAL döneminde KHK ile yapılan düzenlemeler çerçevesinde sivil toplumun faaliyet alanını sınırlandırılmıştır. Ardından kamu yönetimi ve yasa yapım sürecinin yeniden şekillenmesini gerekli kılan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmesi ile birlikte STK'larla ilgili yeni yapılanma sürecinin başlatılmasıdır. Bu süreçte sivil toplumun geliştirilmesine yönelik bütüncül yaklaşım sergilenememiştir.

Gözlenmektedir ki, Türkiye'de devlet-sivil toplum ilişkisinde devletin belirleyiciliği söz konusudur. Sivil toplumun devletle iletişimi sınırlı olmakla birlikte bu sınırlılık demokratikleşme bağlamında olumsuz bir durumu yansıtmaktadır. Oysaki sivil toplum devlet dışılık misyonunu taşıyarak, toplum lehine politika oluşturma sürecine katılabildiği ölçüde Türkiye'de demokrasinin gelişmesine katkı sağlayabilir.

SONUÇ

Yirmi birinci yüzyılın fenomen kavramlarından olan sivil toplum, devlet karşısında bireyin ve toplumun çıkarlarını gözeterek, zaman za-

man devletle iş birliği kurarak demokrasinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Modern toplumdaki sivil toplum-devlet ilişkileri hukukun belirleyiciliğindedir. Düzgün işleyen bir demokrasi ve ekonomik gelişme için gereklilik olan sivil toplum kavramı, bireylerin gönüllü olarak bir araya gelmeleri ve kendi çevrelerinden başlayarak, toplumsal yapıyı değiştirme çabaları olarak değerlendirilmelidir.

Türkiye’de sivil toplum tartışmaları 1980 sonrası dönemde demokrasi tartışmaları ile beraber yürütülmüştür. Sivil toplum, Türkiye’nin demokratikleşmesinde bir araç olarak görülmüştür. Bu dönem, Türkiye’nin ekonomik ve siyasal liberalizmi benimsediği bir dönemdir. Türkiye’de liberalleşme eğilimi öncelikle asker-sivil ilişkileri bağlamında sivil alana yer açarken, bireyleşme bağlamında da özel teşebbüs ile hak ve özgürlükler temelinde gelişmiştir. Böylece, hak ve özgürlüklerin önce devlet aracılığıyla sonrasında kamusal alan bileşenlerince ifade edilmesi sivil toplumu devlet karşısında güçlendirmiştir. Sivil toplumun güçlenmesi niceliksel ve nitelikselidir. Öncelikle 1980 Darbesi sonrasında kapatılan STK’ların tekrar açılması ve sınıf siyasetinden farklı olarak yeni toplumsal hareketler biçiminde ortaya çıkan STK’lar Türkiye’de sivil toplumun görüntüsünü değiştirmiştir. Bu dönüşüm, daha önce tartışmaya açılmayan konuların, kamusal alanda yer bulması şeklinde tezahür etmiştir. Bu bağlamda, kamusal alan zenginleşerek, taleplerin dile getirildiği alana dönüşmüştür. Bu durum, farklı fikirlere tahammül ve saygıyı öncelerken demokratik bir üslubun kullanılmasını da sağlamıştır.

Türkiye’de sivil toplum darbe dönemlerinin alternatifi olarak değerlendirildiğinden, sivil toplumun gelişiminde devlet etkisi göze çarpmaktadır. Sivil toplum, devlet dışılık, gönüllülük, çoğulculuk ve politika oluşturma sürecine katılma gibi temel değerlere sahip olsa da Türkiye’de devlet tarafından yönlendirilmesi kavramın içeriğini boşaltmıştır.

Türk Siyasal Kültürü’nün aşkın niteliği, sivil topluma şüpheyle yaklaşılmasına neden olmuş ve sivil toplumun kontrol altında tutulması sonucunu doğurmuştur. Bu nedenle, devlet sivil toplumu sınıflandırırken, sivil toplum da değişen iktidara göre, devlet eksenli şekillenmiştir. Özellikle merkez-çevre ilişkisi çerçevesinde değerlendirildiğinde, devletle organik ilişkiler kuran STK’ların, iktidar değişikliğine bağlı olarak devletle ilişkileri de değişmektedir. İki binli yıllarda yaşanan siyasi kutuplaşma, özellikle Türkiye’de büyük toplumsal hareketlerde sivil toplum-devlet ayrışmasını/bütünleşmesini daha belirgin hale getirmiştir. Elbette ki bu durum Türkiye’nin demokratikleşme sürecini olumsuz etkilemiştir. Ancak sivil toplum-devlet ilişkisi konusunda çıkarılması

gereken bir sonuçta, STK'ların "kendi iyi"lerini "kamusal iyi" olarak yansıtmaları ve bunu toplumsallaştırma çabalarıdır.

Küreselleşme süreci ulus devlet anlayışını aşındırırken, Türkiye'de sivil toplum nicel ve nitel olarak değişmiştir. Devlet dışılık özelliği taşıması gereken STK'lar, kimlik temelli temsilcilik işlevi görmüştür. Bu durum, sivil toplumun modern anlamıyla bağdaşmamaktadır. Farklı kimlikler seslerini STK'lar aracılığıyla duyursa da diğer kimlikler üzerinde hegemonya kurma çabaları demokratikleşme sürecine yönelik aykırı tutumlardır.

Sivil toplum-devlet ilişkisinde, devletin kendi dışında oluşan özerk bir sivil toplumu tanıması ve yurttaşların bu sivil alana aktif katılımı gereklidir. Küreselleşme süreci bireye ve bireysel faydaya düşünsel anlamda atıf yaparken, sivil toplumun da bu perspektifte kendisini yeniden düzenlemesi gereklidir. İkinci olarak küreselleşme sürecinin sonuçlarından biri olan yönetim düşüncesi, ancak devlet-birey-sivil toplum arasındaki ilişkinin hukuksal temele bağlanması ve özerkleşmesi ile mümkündür. Türkiye'de elbette ki bu ilişkiler hukuksal temele dayanmaktadır. Ancak, STK'lar devletten bağımsızlaşmadıkça iyi yönetilen bir süreçten bahsedilemez.

Sonuç olarak Türkiye'de sivil toplum, demokratikleşme sürecini destekleyecekse ilk olarak devletle ilişkilerini tekrar gözden geçirmelidir. Sivil toplum ve devlet ilişkisinin demokratikleşme sürecinde çift yönlü işlemesi önemlidir. Zira bir ülkenin siyasal kültürü hem sivil toplum için hem de demokratikleşme süreci için gereklidir. Sivil toplum-devlet ilişkisinde katılımcı ve çoğulcu bir anlayışın hakim kılındığı bir yapının inşa edilmesi anlamlıdır.

KAYNAKÇA

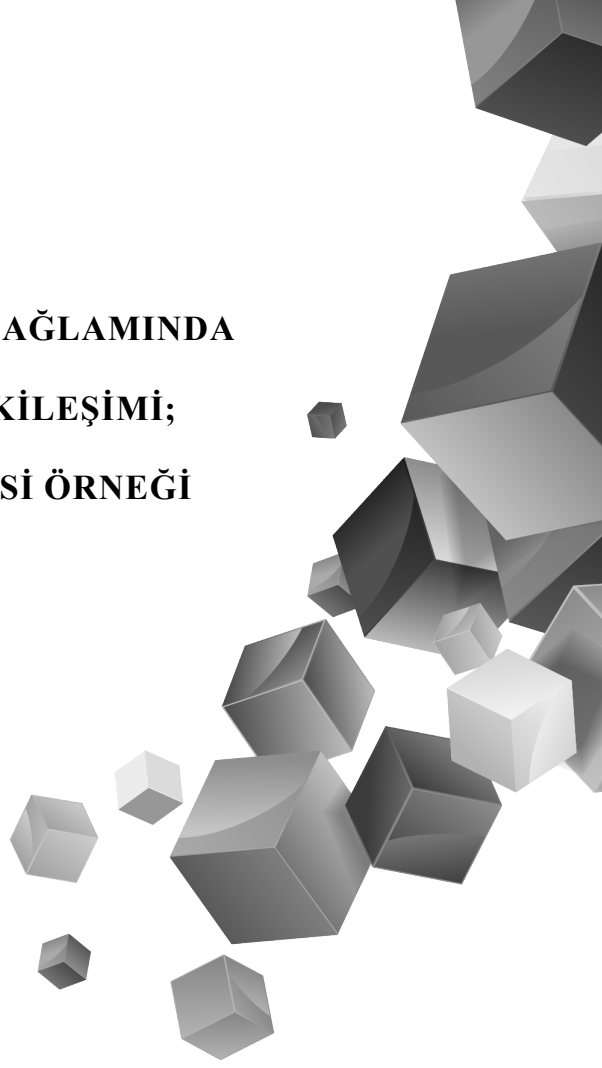
- Abay, A. R. (2009). “Sivil Toplum ve Demokrasi Bağlamında Sivil Dayanışma ve Sivil Toplum Örgütleri”, *Üçüncü Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Eskişehir, ss.271-281.
- Akal, C. B. (1991). *Yasa ve Kılıç*, İstanbul: Afa Yayınları.
- Akal, C. B. (1990). *Sivil Toplumun Tanrısı*, İstanbul: Afa Yayınları.
- Akyol, E. (2013). “Merkez Çevre İlişkileri ve Modelin Geçerliliği” *Osmanlı’dan Cumhuriyete Türkiye’de Siyasal Hayat* (Der. Ahmet KARADAĞ), Ankara: Orion Yayınevi.
- Arda, E.; Kiliçgedik, N.; Bakan, S.; Bakan, İ.; Kemer, B. (2003). *Sosyal Bilimler El Sözlüğü*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Arslanel, M. (2017). *Türkiye’de Demokrasi Sürecinde Sivil Toplumun Gelişimi*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Aslan, S. (2010a). “Türkiye’de Sivil Toplum”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 31, ss. 260-283.
- Aslan, S. (2010b), “Sivil Toplum ve Demokrasi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 2, ss. 357-374.
- Caniklioğlu, M. (2007). *Sivil Toplum ve Türkiye Demokrasisindeki İzdüşümleri*, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Coşkun, M. K. (2006). “Süreklilik ve Kopuş Bağlamında Türkiye’de Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, S:61, C:1, s.73.
- Çaha, Ö. (2005). “Sivil Toplum Üstüne”, Sivil İnisiyatif, *Sivil Toplum ve Demokrasi*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Çaha, Ö. (1999). *Sivil Toplum Aydınlar ve Demokrasi*, İstanbul: İz Yayınları.
- Çaha, Ö. (2016). *Sivil Toplum ve Devlet*, Ankara: Orion Yayınları.
- Çam, E. (1999). *Siyaset Bilimine Giriş*, İstanbul: Der Yayınları.
- Çetin, H. (2003). “Siyasetin Evrensel Sorunu: İktidarın Meşruiyeti-Meşruiyetin İktidarı”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt: 58, Sayı:3, ss 61-86.
- Duverger, M. (1980). *Siyaset Sosyolojisi*, (Çev. Şirin Tekeli), İstanbul: Varlık Yayınları.
- Ethridge, M. E. ; Handelman, H. (1994). *Politics In A Changing World A Comparative Introduction To Political Science*, St Martin’s Press, New York.
- Erdoğan, M. (2007). *Anayasal Demokrasi*, Ankara: Orion Yayınları.

- Erdoğan, M. (2005). “Sivil Toplum: Bir Kavramın Anatomisi”, *21. Yüzyılın Eşliğinde Türkiye’de Siyasal Hayat* (Ed: Selahaddin Bakan, Adnan Küçük ve Ahmet Karadağ), Cilt 2, İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Göle, N. (1997). “80 Sonrası Politik Kültür”, *Türkiye’de Siyaset, Süreklilik ve Değişim* (Ed.Ali Yaşar Sarıbay ve Ersin Kalaycıoğlu), İstanbul: Der Yayınları.
- Gönenç, A. (2001). *Sivil Toplum Düşünsel Temelleri ve Türkiye Perspektifi*, Elektronik Kitap, www.altkitap.net.
- Gümüş, K. (2004). Yakın Tarihimizde STK Hareketinin Gelişimi ve Kamu Sivil Toplum Kuruluşları İlişkisi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları Savunuculuk ve Politikaları Etkileme Konferans Yazıları no: 3.
- İnaç, H.; Erdoğan, S. (2007). “Farklı Kuramsal Perspektifler Çerçevesinde Sivil Toplum Kavramının Karşılaştırmalı Analizi”, *Akademik Bakış Dergisi*, 11, ss. 1-10.
- Kapani, M. (2007). *Politika Bilimine Giriş*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Karadağ, A. (2005). *Demokratikleşme ve Sivil Toplum: Liberal Düşünce Topluluğu Örneği, Sivil Toplum ve Demokrasi*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Keane, J. (1994). *Demokrasi ve Sivil Toplum*, (Çev. Necmi Erdoğan), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keyman, F. (2013). *Türkiye’nin Yeniden İnşası Modernleşme, Demokratikleşme, Kimlik*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Keyman, F. (2006). “Avrupa’da ve Türkiye’de Sivil Toplum”, (Ed. Mehmet Zincirkıran), *Dünden Bugüne Türkiye’nin Toplumsal Yapısı*, Ankara: Nova Yayınları.
- Mardin, Ş. (2008). *Türkiye’de Toplum ve Siyaset*, (Der. Mümtaz’er Türköne ve Tuncay Önder), İletişim yayınları, İstanbul.
- Özalp, A. (2008). “Sivil Toplum Örgütlerinin Toplumsal Ve Siyasal Bakımdan Önemi”, TC İçişleri Bakanlığı Dernekler Dairesi Başkanlığı, Dernekler Denetçiliği Yeterlilik Tezi, Ankara.
- Özbudun, E. (1998). “Türkiye’de Sivil Toplum ve Demokratik Konsolidasyon”, *Sivil Toplum, Demokrasi ve İslam Dünyası* (Ed.Elisabeth Özdalga, Sune Persson), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Sarıbay, Ali Yasar, (2001). *Postmodernite, Sivil Toplum ve İslam*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sarıbay, A. Y.; Kalaycıoğlu, E. (1997). *Türkiye’de Siyaset: Süreklilik ve Değişim*, İstanbul: Der Yayınları.
- Tamer, M. (2010). “Tarihsel Süreçte Sivil Toplum”, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27 (1), ss.97-98.
- Tosun, G. E.; Tepeciklioğlu, E. E. (2014). “Sivil Toplum ve Baskı Grupları”, *Siyaset Bilimi* (Ed.Halis Çetin), Ankara: Orion Yayınevi.

- Tosun, G. E. (2001). *Demokratikleşme Perspektifinden Devlet-Sivil Toplum İlişkisi*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- Tuncel, G. (2011). *Sivil Toplum ve Devlet*, İstanbul: Bilsam Yayınları.
- Tuncel, G. (2005). “Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşlarının Tarihsel Gelişimi”, *21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye’de Siyasal Hayat* (Ed: Selahaddin Bakan, Adnan Küçük ve Ahmet Karadağ), İstanbul: Aktüel Yayınları.
- Tüsev (2019). Sivil Toplum İçin Elverişli Ortamın İzlenmesi ve Geliştirilmesi Raporu, TÜSEV Yayınları, <https://www.tusev.org.tr/usrfiles/images/MM2019Turkce14072020.pdf>, (Erişim Tarihi:10.01.2021).
- Savran, G. (2003). *Sivil Toplum ve Ötesi Rousseau, Hegel, Marx*, İstanbul: Belge Yayınları.
- Şahin, A. (2011). “Siyasal Düşünceler Tarihinde Sınırlı Devlet Fikrinin Kadimliği Ya da Genel Kamu Hukuku Bağlamında, İnsan, Özgürlük ve Devlet İktidarı Algısındaki Evrilme”, *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt: 15, Sayı:3, ss.311-362.
- Yavaşgel, E. (2004). *Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler*, Ankara: Babil Yayınları.
- Yılmaz, Aytekin (2003). *Çağdaş Siyasal Akımlar Modern Demokraside Yeni Arayışlar*, Ankara: Vadi Yayınları.
- World Values Survey (2010-2014). <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSOnline.jsp>, (Erişim Tarihi: 25.06.2020).

Bölüm 34

ŞEHİR PAZARLAMASI BAĞLAMINDA ÜNİVERSİTE-ŞEHİR ETKİLEŞİMİ; ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ



Filiz ASLAN ÇETİN¹

¹ Filiz ASLAN ÇETİN, Doç. Dr., Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD, Orchid No: 0000-0002-8210-799X, filizaslan79@gmail.com.

Giriş

En eski zamanlardan beri şehirler özellikle insanoğlunun yaşam tarzına yön veren yerleşim yerleri olmuştur. Günümüzde ise artık şehirler insanların “cazibe merkezi” olarak adlandırdıkları öneme sahiptirler. Aslında şehir yöneticileri, bu yerleşim birimlerini iş ve yaşam alanı olarak düzenleyip gelir elde etmek ve şehirde yaşayan insanları belirli bir refah düzeyine ulaştırmayı amaçlamışlardır. Refah düzeyinin artması demek şehre daha fazla yatırımcı ve yerleşimci sağlayacağından pazarlama biliminin şehirleri bir ürün olarak incelemesi doğal bir süreçtir.

Öncelikle şehir pazarlamasının ilk adımı, şehrin özgün özelliklerini öne çıkararak bu özellikleri rekabet ortamında kullanmaktır. Şehrin diğer şehirlere göre avantajlarının öncelikli olarak analiz edilmesi ve hedef kitlenin şehre çekilmesi için kullanılabilir hale getirilmesi oldukça önemlidir. Bununla birlikte şehrin yoğun şekilde rekabet ettiği diğer şehirlerin koşullarını da analiz etmesi gerekmektedir. Hedef kitlenin şehre çekilebilmesi ancak güçlü ve geleceği olan planların kitlenin zihninde yer edinmesi ile mümkündür.

Bu bağlamda çalışmanın konusunu teşkil eden Ardahan ili ve Ardahan Üniversitesi'nin şehir pazarlaması özellikleri çerçevesinde incelenmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Ardahan ilinin doğal ve sosyo-kültürel açıdan öne çıkan unsurları ile bölgede önemli olması ve bu özelliklerinin şehrin en önemli kurumlarından olan Ardahan Üniversitesi üzerindeki yansımalarının teorik olarak incelenmesine çalışılmıştır. Aslında Ardahan ilinin ve Ardahan Üniversitesi'nin birlikte gelişmesi ve kalkınması için önem arz eden şehir pazarlamasına dair ipuçları çalışmanın içinde yer almaktadır.

Üniversitelerin içinde bulundukları şehre sayısız katkılar sundukları kabul edilen bir gerçektir. Özellikle bir üniversite şehir için insan kaynağı, bilgi ve sunacağı sayısız hizmetler anlamında önemli bir kaynak olmaktadır. Sunulan bu katkının karşılıklı olarak artışının sağlanması, ancak şehir ile üniversite ilişkisinin kurulması ve iş birliklerinin geliştirilmesi ile mümkündür. Aslında üniversite-şehir ilişkisinin kurulmasının temel amacı, üniversitenin kentte oluşturduğu etkinin incelenmesi ve kurumsal açıdan toplumda nasıl algılandığının belirlenmesidir.

Özetle, bu çalışma Ardahan Üniversitesi'nin Ardahan'a ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan hangi katkıları sunabileceği ve bu katkıların nasıl geliştirilebileceğine yönelik değerlendirmenin yapılması için oluşturulmuştur. Bu anlamda şehir-üniversite ilişkisini şehir pazarlaması

bağlamında inceleyen bir çalışma olarak literatüre katkı sunması beklenmektedir.

1. ŞEHİR PAZARLAMASI

Bir şehrin ne olduğuna dair herkesin bir fikri mevcuttur. Şehir kavramı, bazı insanlara göre sürekli bir etkinlik, yoğunlaştırılmış iş enerjisi ve olağanüstü inovasyon mekanıdır. Bazı insanlar da şehri tüketim ve keşif için bir mekân olarak görmektedirler. Aleyhte düşünen insanlar ise şehri gürültüsü olan, kalabalık ve yoğun, sağlığa zararlı koşulları olan bir yerleşim birimi olarak ifade etmektedir.

Şehir planlamacıları hem ilerleme hem de sorunlar açısından şehirlerde büyük bir potansiyel görmektedirler. Şirketler açısından ise şehirler; büyüme ve uygun iş iklimi için fırsat olarak görülmektedir. Hemen hemen herkes geleceğin daha şimdiden şehirlerde olacağını düşünmektedir. Ama şehirlerin gelecekte var olabilmesi ekonomik duruma, coğrafi konuma ve deneyime bağlı olmaktadır (Herzberg, 2017: 19).

1950'lerden itibaren özellikle dünya nüfusunun üç kattan fazla arttığı görülmüştür. Ondan önceki yıllarda dünya nüfusunun sadece %35'lik bir bölümü şehirlerde yerleşmişken ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler şehirleşme oranı %85'e kadar artırmıştır. 21.yüzyılın sonunda %90 oranında nüfusun şehirlerde yerleşik halde olacağı öngörüsü bulunmaktadır. Bu bağlamda teknoloji, sağlık, ekonomi, pazarlama ile bütün bilim dallarında özellikle şehir merkezli bir değişim gerçekleşecektir.

Bütün bu öngörülerden dolayı son dönemlerde en çok kabul gören pazarlama alanlarından biri olarak şehir pazarlaması ön plana çıkmaktadır. Şehir pazarlaması özellikle şehir cazibesinin artırılması ve bununla birlikte yerel kalkınmanın desteklenmesi amacıyla ortaya çıkmıştır. Bir bütün olarak incelediğimizde şehir pazarlaması yalnızca turizm ya da tarım ürünlerini değil şehrin sahip olduğu tüm değerleri paydaşlara sunmak için çabalamaktadır (Şalvarcı ve Ayhan, 2020: 134).

Bu bağlamda ürünler ve hizmetler için kullanılan pazarlama iletişimi stratejileri daha fazla ziyaretçi, daha fazla yatırım, daha fazla kişi başına düşen gelir elde etmek isteyen şehirler için uygulandığında ortaya şehir pazarlaması çıkmaktadır. Ürün gibi şehirleri de satılabilir kılaacak stratejiler ve taktikler sayesinde şehirler yeni müşteri ya da alıcılar kazanabilmektedir. Yerel yönetimler ve ilgili çevreler yeni iş alanları oluşması, mevcut iş imkanlarını sürdürmek ve geliştirmek için şehir pazarlamasından yararlanabileceklerini görmeye başlamışlardır.

Stratejik bir şehir pazarlaması modeli hedef pazarlar, pazarlama faktörleri ve planlama grubundan oluşmaktadır. Hedef pazarlar, şehirle ilgili pazarlama mesajlarının gönderileceği, belirlenmiş hedef kitleyi ifade etmektedir. Pazarlama faktörleri şehrin cazip yönlerini ve alt yapı tesislerini, insanları, şehrin imajını ve yaşam tarzını ifade etmektedir. Planlama grubu ise şehrin pazarlanmasında planlama ve kontrol sürecinin önemine vurgu yapmaktadır (Kaya, 2010: 67-68).

Aslında pazarlama faaliyetinin amacına ulaşip başarılı olabilmesi için hedef kitlenin optimal şekilde belirlenmesi ve ortak çalışmaların yürütülmesi gerekmektedir. aynı zamanda hedef kitlenin ihtiyacının spesifik olarak ortaya konulması önemli bir konudur. Söylenildiği üzere şehir pazarlaması uygulamalarının ilk adımı; hedef kitlenin ortaya konmasıdır (Sevim ve Kırcova, 2019: 133).

Tablo 1. Şehir Pazarlamasının Hedef Kitlesi

ZİYARETÇİLER	ŞEHİR SAKİNLERİ	YATIRIMCILAR	ŞİRKETLER
İş amaçlı yerli ve yabancı ziyaretçiler	Öğrenciler	Girişimciler	Küçük İşletmeler
İş amaçlı olmayan yerli ve yabancı turistler	Akademisyenler	İş Adamları	KOBİ'ler
	İşçiler (nitelikli, niteliksiz, Geçici)	Yöneticiler	Büyük Yerel Şirketler
	İşçiler		Çok Uluslu Şirketler

Kaynak: Sevim ve Kırcova, 2019: 133.

Tablo 1'de görüldüğü üzere şehir pazarlamasının hedef kitlesini oluşturan gruplar; ziyaretçiler, şehir sakinleri, yatırımcılar ve şirketler olarak ifade edilmektedir. Özellikle üniversite mensubu olan öğrenciler ve akademisyenler ise şehir sakinleri grubu altında incelenmektedir.

Aslında pazarlama; tüketiciler, paydaşlar, yatırımcılar yani genel olarak bütün bir toplum için değer ifade eden unsurların ortaya çıkarılması, sunulması ve değiş tokuşunun gerçekleştiği bir süreçtir. Günümüzde pazarlama kavramının kapsamı sadece ürünleri ve hizmetleri değil insanları, etkinlikleri ve ülke, bölge ya da şehir gibi yerleri içine alacak şekilde genişlemiştir. Bu bağlamda şehir pazarlaması, şehrin potansiyelini ortaya çıkarmak ve şehir sakinleri ve yabancılar açısından şehrin sahip olduğu gerçek imajı sunmak için yapılan bütün faaliyetleri ifade etmektedir.

Modern pazarlama anlayışına bakıldığında uzun vadeli olarak kar hedefine ulaşmak için özellikle müşteri ihtiyaç ve isteklerine aynı zamanda memnuniyetine odaklanmak zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Kısaca, işletmeler açısından tüketici odaklı bir yaklaşım benimsenmelidir. Benzer şekilde, hedef kitlenin deneyimleri ve memnuniyeti de şehir pazarlaması için önemlidir çünkü şehirler değerlendirilirken hedef kitle açısından şehre ait tüm somut ve soyut unsurlar dikkate alınmaktadır. Bu bağlamda şehir yöneticileri pazarlama araçlarının kullanılmasıyla diğer şehirlerle oluşan rekabet ortamında bir avantaj yakalayabilir ve şehri daha iyi konumlandırmak için çabalayabilirler (Akdağ ve Ergen, 2020: 49-50).

Bununla beraber yapılan şehir ziyaretlerini iyi analiz etmekte fayda vardır. En geçerli sebep olarak ekonomi gösterilse de çoğu zaman ekonomi dışında bir sebep oluşturabilmek de önemlidir. Bu anlamda bir şehrin imajı oluşturulurken zayıf olan imaj güçlendirilir ve olumsuz imaj da iyileştirilmeye çalışılır. Başka bir önemli sebep şehre daha fazla yabancı gelmesinin sağlanmasıdır. Özellikle şehirleri ziyaret etmek ve bu anlamda deneyim yaşamak boş zamanları değerlendirmenin en iyi yollarından biridir. Ancak şehir ziyaretleri sırasında trafik sıkışıklığı, ekonomik durgunluk gibi sebepler itici görülmektedir. Bu yüzden şehirle ilgili yeni endüstri alanlarının keşfedilmesi ya da şehir sakinlerinin istihdamının optimal düzeyde yapılması şehre canlılık kazandıracak ve yabancıları şehre çekecektir (Van Limburg, 1998: 475).

Esasında pazarlamayı mekânsal açıdan ele alan yer pazarlaması şehir pazarlamasının doğuşunu sağlamıştır. Yer pazarlaması; ülke, bölge, şehir ya da özel bir destinasyon gibi mekân bazlı pazarlama faaliyetlerini açıklamaktadır. Bu anlamda şehir pazarlaması coğrafya, tarih, sosyoloji, mimarlık, turizm, iletişim, sanat ve siyaset gibi pek çok bilim dalının ilgilendiği multi-disipliner bir çalışma alanıdır. Aslında şehir pazarlaması, sayılan bütün bu bilim dallarının pazarlama ile bütünleştirilmesidir.

Şehir pazarlamasına konu olan şehirlerin kendi pazarları olmasına rağmen çok daha büyük kitlelerin dikkatini çekmek için sürekli bir rekabet ortamı içinde oldukları da aşikardır. Oluşan bu rekabetin sonucu, şehirler altyapı hizmeti veren, istihdam oluşturan ve sosyal olanaklar sağlayan bir yapı olmaktan strateji geliştirmesi gereken bir birim haline gelmiştir. Pazarlama biliminde olduğu gibi şehir pazarlamasında da şehir yönetimleri dünyadaki eğilimleri izlemek ve müşteri odaklı bir yaklaşım sergilemek zorundadır. Bu bağlamda Amerikan Pazarlama Birliği şehir pazarlamasını; müşteri odaklı bir yaklaşımın desteklediği, şehrin

yabancı ve yerli halk açısından değer ifade eden bir kentsel sunum oluşturmak ve dönüşüm yaratabilmek için pazarlama araçlarının eşgüdümlemesi olarak tanımlamaktadır (Öncü vd., 2020: 88).

Temel olarak teknolojinin ilerlemesi, ulaşım araçlarının çeşitlenmesi ve fiyatlarının düşmesi, aynı zamanda insanların ulaşım araçlarına kolaylıkla erişebilmesi gibi sebepler insanları daha çok seyahat etmeye ve seyahat edilen yerleri deneyimlemeye yönlendirmiştir. İnsanların seyahat etmesi gidilen bölgelere döviz girdisi sağlamakla beraber yatırımların artmasına, turizmin canlanmasına ve altyapı hizmetlerinin iyileşmesine katkı sağlamaktadır. Sağlanan bu ekonomik faydaların yanında sosyo-kültürel açıdan da topluma yarar sunduğu aşikardır. Bundan dolayı globalleşme ile ortaya çıkan rekabet ülkeler, bölgeler ve hatta şehirler arasında da şiddetli biçimde hissedilmektedir. Bu rekabette ön plana çıkabilmek pazarlama faaliyetlerinden yararlanma gereksinimini ortaya çıkarmıştır.

Bu bağlamda şehir pazarlamasının pazarlama teori ve stratejilerinden yararlanması da olasıdır. Esasen şehir pazarlaması, pazarlama biliminin kar gütmeyen işletmelerde ve etkinliklerde de kullanılması ile oluşmuştur, çünkü şehir içerisinde hem ürün hem de hizmet barındıran bir birimdir. Şehir pazarlamasında baş aktörler yerel yöneticiler, özel sektör yöneticileri ve şehir sakinleri olarak görülmektedir. Bu anlamda şehir pazarlaması uzun dönemli olarak planlanan, sürdürülebilir olması gereken ve şehrin eğitim kurumlarından ticaret merkezlerine ya da eğlence merkezlerine kadar giden oldukça kompleks bir yapıya sahiptir. Bu sebeple şehir pazarlaması faaliyetleri yürütülürken şehrin baş aktörlerinin ortak hedefler doğrultusunda hareket etmesi, iş birliği içinde olması ve ortak bir vizyon etrafında buluşması ancak faaliyetlerin başarı ile sonuçlanmasını sağlayabilmektedir (Tosyalı ve Öksüz, 2020: 1487).

Şehir pazarlaması aynı zamanda şehirlerde ekonomik, politik ve sosyal alanda birçok değişiklik yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Özellikle şiddetli rekabet, şehirlerin artan mobil kaynakları kullanmasını ve üstlenilen misyonun güçlendirilmesini bununla birlikte yeni görevler yüklenilmesini de gerektirmektedir. Bunun anlamı şehirlerin turizmden ve ulusal veya uluslararası yatırımlardan daha fazla pay alacak olmasıdır. Aynı zamanda yeni yatırımlar sonucu ortaya çıkan yeni rekabet gücü şehre ziyaretçi sayısını artırarak mevcut ekonomik birimlerin güçlenmesine ve ekonomik hacimlerinin genişlemesine sebep olacaktır ve bu hedeflere ulaşmak ancak şehir pazarlamasının başarılı olarak uygulanması ile gerçekleştirilebilir (Şalvarcı ve Ayhan, 2020: 135).

Yüzyıllar boyunca şehirler politik önemleri, doğal kaynakları ya da coğrafi konumları gibi özelliklerinden dolayı çok çeşitli bilimler tarafından incelenmiştir. 20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde ise şehirler yoğun bir biçimde pazarlama biliminin kapsamı içerisinde yer almaya başlamıştır. Günümüzde şehirler, finansal ve beşerî kaynaklara sahip olan karmaşık örgütsel yapılar şeklinde tanımlanmaktadır. Aynı zamanda şehir pazarlaması üzerinde çalışma yürüten birçok bilim insanı şehirlerin ürün olarak pazarlanabilmesine olanak tanımış; hatta şehirlerin bir ürünün ötesinde çok boyutlu bir birim olduğunu da söylemişlerdir.

Özellikle şehirlerdeki nüfus, yoğunluklu biçimde tarım dışı alanlarda çalışan insanlardan oluşmaktadır. Yönetim ve hizmet sektörünün ağırlıklı olduğu şehirler; ekonomik güçleri ile paralel şekilde varlıklarını sürdürmektedirler. Bu sebeple yatırım çekebilmek, turizm açısından ziyaretçi sayısını artırabilmek ya da şehir sakinlerine iyi bir yaşam alanı sağlayabilmek için diğer şehirlerle rekabet etmek zorundadırlar. Aslında uluslararası medya kanallarının çeşitlenmesi ve ulaşılabilirliği, seyahat maliyetlerinin azalması, kurumsal markaların güçlenmesi ve global pazarlarda yerini alması aynı zamanda insanların satın alma gücündeki artış gibi nedenlerle şehirlerin birbirinden farklılaşmasını zorunlu hale getirmiştir (Şentürk ve Kartal, 2020: 28).

Geçen yüzyıllar boyunca şehir yöneticileri şehirlerin yaşam kalitesinin artmasına çalışmıştır, bunun için kamu ve özel sektörün birlikte hareket etmesi gerekliliği her zaman önemini korumuştur. Özellikle 21. yüzyılda küresel ekonomik sistemler; ülkelerle beraber şehirleri de iş insanları, turistler, yatırımcılar ve öğrencileri şehre kazandırma noktasında rekabete zorlamıştır. Bu yaklaşım sebebiyle şehre kimlik kazandırmak, değer yaratmak ve pazara tanıtmak gibi faaliyetler öncelikli hale gelmiştir (Akdağ ve Ergen, 2020: 49-50).

Esasen şehirler, pazarlama teori ve stratejilerinden yararlanarak kendilerini rakipleri içerisinde görünür kılmayı amaçlamaktadır. Tabiki her şehrin kendine özgü özellikleri ve bir şehir imajı vardır. Bu sebeple bir şehir için ortaya konulan bir strateji başka bir şehir ya da bölge için uygun olmayabilir. Şehir pazarlaması, şehrin kendine özgü özelliklerinin ön plana çıkarılarak insanların şehirde uzun vadeli olarak kalmasını sağlayacak tüm pazarlama çabalarıdır. Ayrıca şehir pazarlaması uygulamaları şehrin çevresine de daha iyi odaklanmasını sağlamaktadır, bu sayede şehre olan ilginin de artırılması mümkündür. şehrin daha çok ziyaret edilmesi sonucu elde edilen döviz girdisi, şehrin itibarını yenilemek ve gelirini artırmak için iyi bir yoldur. Bununla beraber bir şehri

pazarlamak ürün ya da hizmeti pazarlamaktan çok daha zordur. Dolayısıyla şehir pazarlaması stratejisi, şehirde bulunmaktan mutluluk duyan her insanı kapsamaktadır (Tosyalı ve Öksüz, 2020: 1488).

2. ÜNİVERSİTE-ŞEHİR ETKİLEŞİMİ

Günümüzde oluşan bilgi toplumunun ilerlemesini sağlayan en önemli unsurlardan biri beşerî sermayeyi artıran eğitim unsurudur. Aynı zamanda globalleşme ile gelen hızlı değişim ve yenilenme zorunluluğu nitelikli çalışan gereksinimini de artırmıştır. Başka bir deyişle, eğitim gereksinimi artmış olmakta birlikte eğitimin içeriğinin de değişim gereksinimi ortaya çıkmıştır. Sınırlı bilgi ve beceriye sahip olmak yeterli görülmemekte, bu bilgi ve becerinin yenilenmesi ve gelişmesi umulmaktadır. Toplumda böyle bir etki yaratabilmek ancak üniversite yani üst düzey eğitim kurumlarının varlığı ile mümkündür. Bu anlamda üniversiteler gelişimin, değişimin ve üretimin merkezi olarak görülen temel dinamiklerden biridir (Öztürk vd., 2011: 146).

Çok boyutlu bir kavram olan üniversite; bir ülkenin ekonomik, bilimsel, kültürel ve teknolojik gelişiminde ve kalkınmasında önemli görevler üstlenen kurumlar olarak tanımlanmaktadır. Üniversiteler, bütün düşüncelerin özgürce ifade edildiği ve eğitimin de bu serbest düşünce tarzından kaynaklandığı nitelikli insan yetiştirebilen birimlerdir. Özellikle toplumsal ve teknolojik gelişmenin temelinde insan gücünün eğitilmesi yatmaktadır. Bu yüzden üniversiteler insan gücünün eğitimi için hizmet veren kurumlardır. İnsanlığı, bilimi ve bütün ülkeleri ilgilendiren bilimsel ve teknik konuların çözüldüğü üniversiteler, aynı zamanda rasyonel biçimde kalkınmaya da özen göstermektedir. Bu bağlamda 21. yüzyıl bilgi işçilerinin yüzyılı olacaktır.

Özellikle üniversitelerin bulundukları bölgelere ve çevresine anlamlı bir etkisinin olduğu ve istihdam olanaklarını artırdığı görülmektedir. Bu yüzden gelişmekte olan ülkelerde kırsal alanlara üniversitelerin yerleştirilmesi bir ekonomik fayda olarak algılanmaktadır. Sadece ekonomik olarak değil sosyal açıdan da gelişime katkı sunan üniversiteler, bulundukları bölgelerde yaşayan insanların eğitim hizmetini de üstlenmektedirler. Ayrıca üniversiteler içerisinde bulunan kütüphane, spor tesisleri, kültürel etkinliklerin yürütüldüğü alanlar ve sosyal hizmet sahaları da sadece üniversite öğrencilerine değil şehir sakinlerine de fayda sağlamaktadır. Özellikle sanayi tesislerinin bulunduğu şehirlerde üniversiteler ekonomik gelişimin hızlanması için araştırma-geliştirme ve danışmanlık hizmeti de vermektedirler (Gültekin vd., 2008: 265-266).

Geleneksel olarak üniversiteler eğitim-öğretim faaliyetleri ve bilimsel araştırmaları yürütmek gibi temel işlevlere sahiptirler. Ancak üniversitelerin bulundukları şehre dolaylı ya da doğrudan birçok etkileri de bulunmaktadır. İlk belirgin etkiyle, demografik özellikler içerisinde karşılaşılmaktadır. Bilhassa şehirlere üniversitelerin kurulmaya başlandığı dönemlerde nüfus, yaş ve göç gibi unsurlarında açık şekilde değişimler meydana gelmiştir. Ayrıca üniversitelerin şehirlerde kurulmaya başlanması dolaylı olarak kamu çalışanlarındaki artıştan dolayı istihdam yaratılmasına sebep olmaktadır. Gerek çalışanların gerek ziyaretçilerin gerekse öğrencilerin şehirde yaptıkları harcamalardan dolayı da şehirlerin ekonomik olarak canlanmasına da katkı sağlamaktadır.

Üniversiteler sadece demografik açıdan değil mekânsal dönüşüm yani mimari açıdan da şehri etkilemektedir. Şehir bünyesinde bulunan birçok alanın büyüme gerekliliği, konut piyasalarındaki canlanma ve hatta yeni yerleşim alanlarının ortaya çıkması gibi yapısal değişimler de yaşanmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının ve yerel yönetimlerin üniversitelerle ortak çalışmaları sonucu ortaya çıkan projeler, çalıştaylar ve kongreler de şehrin sosyo-kültürel yapısını değiştirmektedir. Bu açıdan üniversitelerin Türkiye’de şehirlerin kalkınması noktasında önemli görevleri olduğu unutulmamalıdır (Kaya vd., 2018: 2).

Daha önce ifade edildiği gibi üniversitelerin bölgesel gelişim ve kalkınmaya etkisi açıktır. Ancak bir kurumun varlığını sürdürebilmesi için toplumun onayını ve desteğini de alması gerekliliği bulunmaktadır. Toplumun bu desteği verebilmesi kurumun faaliyetlerinin nasıl algılandığı ile yakından ilişkilidir. Tabi ki olumlu bir algı olması, kurumun toplumsal açıdan sağladığı faydaya da bağlıdır (Saracel vd., 2000: 2).

Aslında sosyo-ekonomik açıdan kalkınma sanayileşme, ekonomik ve sosyo-kültürel yapıdaki derin değişiklikler veya yenilenmeler olarak açıklanmaktadır. Bu değişim ya da yenilenme birçok faktöre bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda bir şehrin turizm ya da sanayi bakımından gelişmesi, önemli bir liman merkezi olması ya da maden kaynaklarının zengin olması gibi faktörler etkili olabilmektedir. Ancak üniversitelerin özellikle teknolojik, ekonomik ve sosyal açıdan şehrin sahip olduğu kaynaklara yoğun şekilde destek verdiği yapılan birçok araştırmayla belirlenmiştir.

Bu bağlamda nitelik ve nicelik bakımından toplumsal kalkınmaya katkıda bulunan en önemli eğitim kurumu olarak kabul edilen üniversiteler devlet ve toplum hayatı üzerinde birçok olumlu etkiye sahiptir. Nitelikli işgücünü yetiştirme, teknolojik gelişim, girişimci sınıfının

oluşturulması, fırsat eşitliği oluşturma, gelir dağılımı dengesi ve tasarruf eğilimi yaratma gibi etkileri örnek olarak göstermek mümkündür (Akengin ve Kaykı, 2013: 503).

Üniversitelerin toplumsal gelişime yön verirken aynı zamanda gelişimi engelleyen yanlış bilgi akışını da ortadan kaldırması önemlidir. Bununla birlikte sosyal kurumlardan biri olan üniversiteler, idari ve akademik personeli ve sahip oldukları öğrencileri ile bilimsel çevreyle de sürekli iletişim ve etkileşim içindedirler. Bu durum ülke çapında üniversitelerin sunduğu katkıların yayılmasını sağlamaktadır.

Özetlemek gerekirse üniversiteler genel olarak incelendiğinde ülkenin ve bölgenin geleceğine yön vermektedirler. Ortaya çıkardığı fırsatlar da göz önünde bulundurulduğunda üniversiteler şu açılardan fırsat yaratırlar (Öztürk vd., 2011: 151-152);

- Şehrin ekonomik yapısında ve gelir kaynaklarında iyileşme,
- Nitelikli işgücü hareketliliği,
- Konut, iletişim olanakları ve taşımacılıkta iyileşme,
- Sağlık olanaklarının iyileştirilmesi,
- Kültürel etkinliklerin artış göstermesi,
- Yaşam kalitesinin iyileştirilmesi,
- Eğitime katılma oranının yükselmesi,
- Göç oranının azalması.

Aslında üniversite ve şehir arasındaki ilişkiyi incelerken birbirlerini güçlendirici ve yapıcı bir iş birliği olanağı sunan bir ilişkiden bahsedilmektedir. Üniversitelerden tek taraflı bir bilgi aktarımı değil şehrin kaynakları dikkate alınarak yapılan projeler ve araştırma-geliştirme çalışmaları ile katkı sunması umulmaktadır. Modern şehirler tanımlanırken; belirli bir tarihsel ve coğrafik geçmişi olan ve kurumlarının üretim, yönetim, iletişim açılarından etkileşim halinde olduğu mekanlar kastedilmektedir. Bu yönüyle bakıldığında, üniversiteler modern şehirler açısından önemli bir kaynaktır.

Üniversiteler tarafından oluşturulan çıktılar, şehir-üniversite ilişkisinin kurulmasında bir çerçeve rolü oluşturmaktadır. Üniversite çıktılarından kastedilen; insan sermayesinin paylaşımı, teknolojik bilgi aktarımı, sermaye yatırımı ve liderlik yapmadır. Bu çıktıların hepsi şehrin ve çevresinin gelişiminde birçok olumlu etkide bulunacaktır. Ayrıca yeni iş alanlarının oluşturulması, sürdürülebilir kalkınma, bölge kapasitesinin

artırılması, şehrin sorunlarına yönelik çözüm önerileri de üniversitelerin görevleri arasında bulunmaktadır. Bunlarla beraber bilhassa öğrencilerin ve öğretim üyelerinin şehrin sosyo-kültürel canlanmasına katkıda bulunması da yadsınamaz.

Üniversitelerin şehrin karar alma mekanizmalarında dinamik bir etkisi olduğu da bir gerçektir. Ancak şehir sakinlerinin şehir ve üniversite yöneticilerinden bağımsız şekilde üniversiteyi nasıl algıladıkları ve ona ilişkin düşünceleri de dikkate alınmalıdır. Sadece üniversite-şehir ilişkisinin gücü elinde bulunduranlara yönelik olması ve diğer kitlelerin taleplerinin göz ardında tutulması bu ilişkiye çok derin zararlar verebilmektedir. Bu yüzden üniversitenin kendi içerisinde yeterli düzeye ulaştıktan sonra şehre geri bildirimde bulunması algılanma biçimi açısından önemlidir (Sankır ve Demir Gürdal, 2014: 91-92).

Hem bölgesel hem yerel anlamda yeni girişimleri cesaretlendirecek, ulusal düzeyde uygulanan, çok sayıda, gelişmiş müdahale programı bulunmaktadır. Sorun ve fırsatların daha somut olduğu, yerel ve bölgesel düzeyde ise, şehrin manzarası hızlı bir şekilde değişebilmektedir. Bu manzaradan daha önemli bir faktör; küresel pazarın ihtiyaçlarını ve fırsatları görebilecek ve bu fırsatlar doğrultusunda, yerel güçleri harekete geçirebilecek bir liderlik kapasitesinin varlığıdır.

Aynı zamanda yerel ve bölgesel karar odaklarını cesaretlendiren, bölgesel kalkınma ajansları teşvik edilmektedir. Bu ortamda, yerel kamu yöneticileri ve yerel iş dünyasının ilişkisi önem kazanmaktadır (İlgüner ve Asplund, 2011: 36).

Aslında modern çağda toplumların en fazla önemseddiği alanlar bilim ve teknolojidir. Bunun sebebi bilim ve teknolojinin toplumlar üzerindeki olumlu etkilerinin diğer alanlarla kıyaslandığında daha fazla olmasıdır. Söz konusu faydaların etkin bir şekilde toplumlar içerisinde kendisini göstermesi sonucunda ekonomik kalkınma gerçekleşmektedir. Bu yüzden geleceğin oluşturulması bilim ve teknolojiye yapılan yatırımlarla mümkündür. Bunu fark eden ülkeler uluslararası platformda rekabet üstünlüğü sağlamak için gerekli stratejileri oluşturmuşlardır. Ancak ülkelerin bu küresel rekabette üstünlük sağlayabilmesi için bireysel başarıların birleşmesi gerekmektedir. sözü edilen durum için ülke içerisinde bulunan tüm kurumların özellikle eğitim, araştırma-geliştirme, teknoloji alanında ön plana çıkan üniversitelerin diğer sektörlerle ve kamu kurumlarıyla iş birliğine gitmeleri gerekmektedir.

Bu anlamda üniversitelerin bilgi paylaşımlarındaki etkinlik, üni-

versite içerisinde bulunan akademisyenlerin bakış açıları, sivil toplum kuruluşları gibi kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla topluma faydalı olmak amacının birlikte güdülmesi gibi sebepler üniversitelerde dahil yerel ve ulusal bütün paydaşların buluşma noktasıdır (Adıgüzel ve Özkan 2013: 281).

Sonuç olarak üniversitelerin şehrin çekiciliğini artıran ve şehre birçok açıdan canlılık kazandıran bir kurum özelliği mutlaka vurgulanması gereken bir durumdur (Ergun, 2014: 230).

3. ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ

İletişim teknolojisinin gün geçtikçe gelişmesi ve bu gelişimin çok hızlı olması sosyal bilimciler tarafından “*bilgi toplumu*” olarak tanımlanan yeni bir toplumsal yapıyı işaret etmektedir. Bilgi toplumu, bilgiyi stratejik bir araç olarak gören ve yaşam boyu öğrenmeyi vurgulayan aynı zamanda teknolojinin gelişmesiyle hız kazanan küresel rekabetin şiddetlendiği bir dönemi temsil eden bir toplumdur. Böyle toplumlarda bilgi merkez olarak kabul edilir ve yeni bilginin üretilmesi ve aktarılması ya da teknoloji yoluyla işlenmesi temeldir. Yani öğrenme güdüsünü en çok artıran ve yaratıcı olan aynı zamanda değişimi de başlatma kabiliyetine sahip toplumlardır. Bilgi toplumunun sıfır noktası kabul ettiği yer üniversitelerdir, çünkü üniversite araştırma-geliştirme, eğitim ve yenileşme faaliyetlerinin buluşma yeridir. Bilgi toplumlarında üniversitelerin işlevi hem küresel hem de yerel düzeyde birçok alanda kalkınmayı sağlamaktır. Ayrıca iş dünyasının ihtiyaçlarına cevap verebilen nitelikli insan gücünün oluşturulmasında da üniversitelerin rolü büyüktür.

Bu bağlamda kongre, sempozyum, panel, konferans, seminer, kurs gibi teorik ya da uygulamalı faaliyetler sayesinde toplumun büyük bir kesiminin bilgilendirildiği kabul edilmektedir. Bunun yanında farklı kültürlerde yetişmiş öğrencilerin buluşması ile iletişim ve etkileşim düzeyinin artacağı ve çatışma, yadırgama, yabancılaşma, dışlanma gibi sorunların azaltılarak sosyal normların çok kültürlülüğe dönüşeceği belirtilmektedir (Şahbudak ve Öztürk, 2017: 46-47).

Ayrıca üniversite bünyesinde gerçekleşen öğrenci ve öğretim üyelerinin ulusal ve uluslararası değişim programları yoluyla yerel ve uluslararası ağlara entegre olması ve bu entegrasyon sebebiyle şehrin, bölgenin hatta ülkenin gelişmesine katkıda bulunduğu da aşıkardır. Özellikle şehre çekilen nitelikli ve başarılı öğrencilerin üniversite eğitimlerini tamamladıktan sonra şehre yerleşmeleri ve çalışmaları da ihtimaller arasındadır (Taşçı vd., 2011: 134).

Diğer bir yandan üniversitelerin özellikle büyük şehirler yerine küçük şehirlere kurulmasının pek çok nedeni vardır. Bu sebeplerden biri, küçük şehir yöneticilerinin üniversiteye tesis temini konusunda sorun yaşamamasıdır, yani üniversite binaları, birtakım hizmetlerin verileceği sosyal tesisler, öğretim elemanları için lojmana temini ya da öğrenci yurtları gibi konularda kolaylık sağlanmaktadır. Küçük şehirlerde kurulan üniversitelere verilen destekler sonrasında bu şehirlerin fonksiyonel açıdan gelişebilme ihtimalleri de büyük şehirlere göre oldukça yüksektir. Üniversitelerin zaman içerisinde büyümeleri ve akabinde öğrenci ve öğretim elemanı sayılarının hızla artması sebebiyle bulundukları şehirde birçok olumlu değişimler gerçekleştirecekleri açıktır (Akengin ve Kaykı, 2013: 503-504).

Bu bağlamda Ardahan Üniversitesi 2008 tarihinde kurulmuş ve bir dünya üniversitesi olma gibi bir misyonla yola çıkmıştır. Ardahan Üniversitesi özellikle Ardahan başta olmak üzere bilimin izinde bölgenin ve akabinde Türkiye'nin sorunlarını incelemek ve çözüme kavuşturmak amacıyla yola çıkmıştır (<https://www.ardahan.edu.tr>, 24.10.2020). Bununla birlikte Ardahan Üniversitesi kuruluşundan uzun bir zaman geçmemesine rağmen bu zaman sürecinde birçok başarıya imza atmıştır. Özellikle ulusal ve uluslararası alanda birçok bilimsel etkinliğe ev sahipliği yapan Ardahan Üniversitesi Kafkasya Üniversiteler Birliği'ni (KÜNİB) 2009 yılında kurmuştur. Ayrıca bilimsel yayın sıralaması itibarıyla kendisi ile aynı zamanda diğer şehirlerde kurulmuş olan devlet üniversitelerinin büyük bir bölümünden daha iyi performans sergileyerek öne çıkmıştır (Karadağ vd., 2018: 747).

Ardahan Üniversitesi'nin daveti üzerine kurulan Kafkasya Üniversiteler Birliği Türkiye'den Ardahan, Artvin, Kars, Erzurum, Iğdır illerinde bulunan devlet üniversiteleri ile Gürcistan Ahıska Devlet Üniversitesi ve Nahçıvan Devlet Üniversitesi iş birliğiyle Ardahan'da bir protokol imzalanarak kurulmuştur. Kafkasya Üniversiteler Birliği ya da kısa adıyla KÜNİB, Kafkasya üniversitelerinin bir arada bulunduğu en büyük birlik olarak belirtilmektedir (<https://tr.wikipedia.org>, 28.10.2020).

Bu bağlamda aşağıdaki tabloda Ardahan Üniversitesi'nin birimlere göre öğrenci sayıları verilmektedir.

Tablo 2. Ardahan Üniversitesi Birimlere Göre Öğrenci Sayıları

Ardahan İnsani Bilimler ve Edebiyat Fakültesi	1708
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	471
Ardahan Meslek Yüksekokulu	25

Ardahan Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu	515
Mühendislik Fakültesi	45
Ardahan Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	329
Ardahan Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	555
Çıldır Meslek Yüksekokulu	177
Nihat Delibalta Göle Meslek Yüksekokulu	222
Sosyal Bilimler Enstitüsü	233
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu	405
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu	45
Güzel Sanatlar Fakültesi	184
İlahiyat Fakültesi	248
Sağlık Bilimleri Yüksekokulu	146
Posof Meslek Yüksekokulu	218
Sağlık Bilimleri Fakültesi	95
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	144

Kaynak: <https://ubys.ardahan.edu.tr>, (17.10.2020).

Tablo 2’de görüldüğü üzere Ardahan Üniversitesi bünyesinde altı fakülte, yedi meslek yüksek okulu, üç yüksek okul ve iki enstitü bulunmaktadır. Toplam öğrenci sayısı 5736 olan Ardahan Üniversitesi’nin sosyal, fen, sağlık ve teknik bilimler gibi alanlarda çeşitli birimlere sahip olması öğrenci tercihleri açısından olumlu bir izlenim yaratmaktadır. Ayrıca rektörlük bünyesinde konaklama, yemek ve sağlık hizmetlerinin verilmesinin yanında spor ve sağlıklı yaşam tesislerinin bulunması da üniversitenin hem ziyaretçi hem şehir sakinleri hem de öğrenciler ve öğretim üyeleri açısından bir cazibe merkezi olarak algılanmasına yardımcı olmaktadır.

Tablo 3. Ardahan Üniversitesi Toplam Akademik Personel Sayısı

Profesör	19
Doçent	17
Doktor Öğretim Üyesi	93
Öğretim Görevlisi	115
Araştırma Görevlisi	87
Araştırma Görevlisi (ÖYP)	10
Yabancı Uyruklu Öğretim Elemanı	9
TOPLAM	350

Kaynak: <https://ubys.ardahan.edu.tr>, 30.10.2020.

Tablo 3’te görüldüğü gibi Ardahan Üniversitesi’nin 19 profesör ve 17 doçent ünvanlı öğretim üyesi olmakla birlikte toplamda 350 akademik personeli bulunmaktadır. Bir önceki tabloda görüldüğü üzere toplam öğrenci sayısı 5736 olan Ardahan Üniversitesi’nin akademik perso-

nel itibariyle yetersiz olduğu kesinlikle söylenemez. Ayrıca Tablo 5’te görülen yabancı uyruklu öğrenci sayısı baz alındığında akademik personel içerisinde yabancı uyruklu öğretim elemanlarının da mevcut olduğu görülmektedir.

Genel anlamda 2019 Türkiye İstatistik Kurumu verilerine bakıldığında Ardahan ilinin nüfusuyla ilgili bilgiye ulaşılabilmektedir.

Tablo 4. Türkiye’de En Az Nüfusa Sahip İlk 5 İl

	2019 Yılı Nüfusu	Toplam Nüfus İçindeki Oranı (%)
Tunceli	84.660	0,10
Bayburt	84.843	0,10
Ardahan	97.319	0,12
Kilis	142.490	0,17
Gümüşhane	164.521	0,20

Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>, 30.10.2020.

Tablo 4’te görüldüğü üzere 2019 yılında Türkiye’de en az nüfusa sahip ilk 5 il içerisinde Ardahan 97.319 kişi ile 3. sıradadır. 2019 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye’nin toplam nüfusu 83 milyon 154 bin 997 kişidir ve Ardahan’ın bu toplam nüfus içerisindeki payı tabloda görüldüğü gibi 0,10’dur. Diğer yandan nüfus yoğunluğu en az olan il ise bir önceki yılda olduğu gibi, kilometrekareye düşen 11 kişi ile Tunceli olmuştur ve Tunceli’yi 20 kişi ile Ardahan ve Erzincan illeri izlemiştir.

Aynı zamanda Ardahan nüfusu bir önceki yıla göre %1.588 azalmıştır (<https://www.nufusu.com>, 24.10.2020). Şehir nüfusunun Türkiye ortalamasına göre az olmasının yanında şehrin yıllar itibariyle sürekli göç vermesi de nüfusun her yıl azalmasına sebep olmaktadır. Sonuç böyle olunca şehir pazarlaması faaliyetleri açısından düşünüldüğünde Ardahan Üniversitesi’nin öğrenci, akademik ve idari personel sayısının Ardahan için göz ardı edilemeyecek geniş bir hedef kitleyi oluşturduğu aşıkardır (Yılmaz, 2016: 34).

Tablo 5. Ardahan Üniversitesi Uyuğu Göre Öğrenci Sayıları Dağılımı

ÜLKE ADI	ERKEK	KADIN	TOPLAM
Türkiye	2811	2800	5611
Gürcistan	-	1	1
Azerbaycan	48	11	59

Kazakistan	7	6	13
Türkmenistan	43	20	63
Özbekistan	-	1	1
Kırgızistan	3	4	7
Mısır	2	-	2
Suriye	2	-	2
İran	3	1	4
Çin	-	1	1

Kaynak: <https://ubys.ardahan.edu.tr>, 20.10.2020.

Tablo 4'te görüldüğü üzere Ardahan Üniversitesi'nin yoğun olarak Kafkasya'dan olmak üzere 10 farklı ülkeden 154 uluslararası öğrencisi bulunmaktadır. Bu bağlamda özellikle coğrafi konumu itibarıyla Ardahan Üniversitesi Kafkasya, Orta Asya ve Uzak Doğu'ya yönünü çevirmiş ve bu yolda ilerleyen bir üniversite olmayı kendine misyon edinmiştir. Özellikle bu coğrafyada bulunan bilim insanları ve öğrenciler bakımından bir bilim merkezi olmak ve bu açıdan bölgesel kalkınmaya da destek olmayı amaçlamıştır (<https://www.ardahan.edu.tr>, 28.10.2020).

Bununla birlikte 2008 yılında Ardahan Üniversitesi, Kafkaslara açılan bir coğrafyada kurulmuş olmasıyla ilgili hususlar çerçevesinde faaliyetlerine devam etmektedir. Ardahan Üniversitesi kuruluşundan itibaren hem yerel hem ulusal hem de uluslararası paydaşları için olumlu bir algı yaratmaya çalışmıştır (Kılıç ve Altay, 2018: 672).

Daha önce de ifade edildiği gibi üniversiteler bulundukları şehirlerin kalkınmasında teşvik edici bir destek rolündedirler. Özellikle farklı kültürel özelliklere sahip bireylerin bir araya gelerek olumlu şehir üzerinde bir değişim yaratmasına yol açmaktadırlar. Müşteri ilişkileri yönetimi açısından baktığımızda nasıl ki işletmelerin amacı müşteri memnuniyetinin sağlanması ise yani müşteri odaklı düşünme, müşteriye yakınlık, mutlu müşteriler oluşturma, müşteri ilişkilerinin sürekliliğini ifade ediyorsa şehir pazarlamasında da aynıdır. Şehir pazarlamasındaki müşteri kitlesi yatırımcı, ziyaretçi, göçmen, nitelikli işgücü, turistler, şehir sakinleri ve üniversite nüfusedir. Özellikle bu kitlelerin memnun bir şekilde şehirde yaşaması ya da şehirden ayrılması da çok önemlidir.

Şehir pazarlaması bakımından özellikle şehirde bulunan üniversite öğrencilerinin memnuniyetine ve mutluluğuna dönük çalışmaların yapılması öğrenci istek, şikâyet ve önerilerinin dikkate alınması temelli bir politika diğer şehirlerle rekabette öne geçmek için kullanılmaktadır.

Bilhassa dünyada ve Türkiye’de artan üniversite sayısı göz önüne alındığında üniversitelerin bulundukları şehirlerde memnuniyet oluşturulması hem diğer şehirlerin hem de kamuoyunun dikkatini çekmektedir (Ruhan, 2020: 38).

Bu bakımdan üniversite öğrenimi sebebiyle şehre gelen öğrencilerin öncelikle şehre dönük algılarının iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Bu amaçla şehre gelen öğrencilerin farklı bir şehirden gelmeleri şehir sakinlerinden daha tarafsız şekilde şehrin sahip olduğu özellikleri değerlendirmelerine sebep olmaktadır. Aynı zamanda her bir öğrencinin eğitim geçmişinin farklı olması ve üniversiteden dolayı içerisinde bulundukları şehre olan bağlılıklarının henüz gerçekleşmemesi değerlendirmenin daha önemli hale gelmesini sağlamaktadır (Gümüş, 2017: 300-301).

Diğer bir yandan Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığının istatistiki bölge sınıflandırılmasına bakıldığında sosyo-ekonomik gelişmişlik açısından Kars, Ardahan, Iğdır ve Ağrı’nın içerisinde bulunduğu TRA2 bölgesi maalesef 26 istatistiki bölge arasında 25. sıradadır. TRA2 bölgesi içerisinde bir değerlendirme yapıldığında ise sıralama Kars, Iğdır, Ardahan ve Ağrı olarak görülmektedir. Kars ve Iğdır’ın ardından üçüncü sırada yer alan Ardahan’ın sosyo-ekonomik göstergeler açısından durumu Türkiye ortalamasının oldukça altında görünmesidir (Demirci, 2019: 72).

Bu bağlamda yüz bin kişiye yakın toplam nüfusu ile Ardahan aslında %62,8’lik işgücüne katılma oranı ile ülke birincisi konumundadır. Ayrıca %5,8 oranında bir işsizlik oranı ile oldukça dikkat çekmektedir. Okullaşma oranı dikkate alındığında ise %44’lük bir paya sahip Ardahan, maalesef en az teşvik belgeli yatırım oranına sahip il olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilhassa istenilen düzeyde sosyo-ekonomik gelişmenin olabilmesi için katma değeri yüksek ve özellikle sanayi ya da hizmet sektöründe istihdam oranının daha fazla olması yani eğitilmiş ve nitelikli işgücünün bulunması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında eğitim ekonomik anlamda zorunlu iken sosyal anlamda da kültürel zenginlik ve yaşam kalitesinin artışı anlamına gelmektedir (<https://www.bebka.org.tr>, 27.10.2020).

Bununla birlikte 2018 yılına ait illerarası rekabetçilik endeksine bakıldığında Ardahan’ın beşerî sermaye, yaşanabilirlik ile üretim ve ticaret alt endekslerinin genel endekse olan katkısının bir önceki döneme göre arttığı tespit edilmiştir. Son dönemlerde ildeki doktora derecesi-

ne sahip nüfusun oranında artış gözlemlenmiştir (<http://www.urak.org>, 30.10.2020). Bu sonuçlar içerisinde Ardahan Üniversitesi'nin Ardahan iline yaptığı katkılar yadsınamaz.

Sonuç olarak üniversiteler sadece ekonomik ya da sosyo-kültürel alanda değil sağlık, iletişim, taşımacılık gibi alanlarda da kuruldukları şehrin hatta bölgenin kalkınmasında önemli katkılar sunmaktadır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde üniversitelerin bulundukları bölgeye refah getirdiği ve şehir üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir. Özellikle yüksek öğretime yapılan kamu yatırımlarının şehrin büyümesine yoğun oranda katkı sunmaktadır. Buradan hareketle bilhassa potansiyeli olan ve geniş bir kırsal yapıya sahip şehirlerde üniversitelerin kurulması ve çeşitli programların açılmasıyla birçok kazanım elde edilebileceği belirtilmiştir. Bilhassa yüksek işsizlik sorunu yaşayan şehirlerde kurulan üniversitelerin yerel etkileri daha anlamlı bir hale gelmektedir (Aydın vd., 2016: 307).

Sonuç

Şehir pazarlaması kavramı bir şehri geliştirmek için yapılan sayısız uygulamalardan biridir. Her şehre ait özgün özellikleri ve öncelikleri baz alarak şehri çeşitli pazarlama araçları ile başarı elde etmek mümkündür. Şehir pazarlaması yaklaşımı; şehrin paydaşlarının tespit edilmesi ve bu paydaşların analiz edilmesi noktasında yoğun şekilde kullanılmaktadır. Şehrin paydaşları olarak yatırımcılar, kamu ve özel kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve şehir sakinleri gibi gruplar ön plana çıkmaktadır. Bu yaklaşım sayesinde aynı zamanda şehirler için önemli olan sosyo-ekonomik parametrelerde kapsamlı bir değerlendirmeye tabi tutulmaktadır.

Bu bağlamda şehir pazarlamasının incelediği paydaşlardan biri olan üniversiteler yerel, ulusal ve uluslararası ölçekte önemi olan kurumlardır. Bilimsel faaliyetler yapmak dışında faaliyet sonuçlarının toplumla paylaşılarak topluma fayda getirecek çözümler ortaya konması, ayrıca iş dünyasının gereksinim duyduğu nitelikli iş gücü için insan kaynağı yetiştirilmesi de üniversitelerin bulundukları bölgeye katkı sağladıkları en önemli alanlardır. Özellikle üniversitelerin, kuruldukları şehirlerde sosyo-ekonomik anlamda gelişme ve büyümeye destek olma misyonları bulunmaktadır. Tabi evrensel anlamda günün gerektirdiği koşullara uyum sağlama görevleri de üniversitelere yüklenmektedir.

Üniversite denildiğinde akla gelen ilk şey; üniversitedeki nüfus yoğunluğu ve kentte yaptığı harcamalar neticesinde ne oranda kazandırdığıdır. Çünkü ekonomik gelişme ile sosyal ve kültürel anlamdaki geliş-

me birbirine paralel şekilde ilerlemektedir. Bu bağlamda üniversitelerin hem yarattığı gelir hem de şehrin gelişimine ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan sağladığı katkılar bulunmaktadır.

Bununla beraber üniversitelerin araştırma rolleri de önem kazanmaktadır. Yani yerel ve bölgesel ihtiyaçların incelenerek bunlara yönelik projelerin üretilmesi ya da bu ihtiyaçların ulusal ve uluslararası platformlarda dile getirilmesi de üniversiteler tarafından gerçekleştirilmektedir. Aynı zamanda şehir ile üniversiteler arasındaki etkileşimin yaratılabilmesi için şehir pazarlaması araçlarının kullanılması ve bütün paydaşların iş birliği içerisinde olması da yararlı olacaktır. Başarılı bir üniversite ve şehir ilişkisi sosyal sorumluluk anlayışını temel almalıdır.

Zaten üniversiteyi şehirden ayrı ya da şehri üniversiteden ayrı düşünmenin bir anlamı yoktur. Üniversitenin yıllar içinde hızlı bir gelişim sergilemesinin bulunduğu şehir ile yakından ilgisi vardır. Üniversite çalışanları açısından bakıldığında hem akademik hem de idari personelin barınma, ulaşım, aileleri için eğitim, sosyal ve kültürel aktivite alanları gerekmektedir. Maalesef bu alanları karşılayamayan şehirlerin o üniversitede çalışamayacakları aşıkardır. Bu durum aynı zamanda üniversitenin gelişiminde ve büyümesinde de önemli bir rol oynamaktadır. Aynı durum öğrenciler içinde geçerlidir, benzer ihtiyaçları karşılanmayan öğrencilerin o şehirde bulunan üniversiteyi tercih etme olasılıkları düşmektedir. Bundan dolayı beklenen hizmetleri ve ürünleri sunamayan şehirlerin üniversitenin gelişimini de etkilediği düşünüldüğünde şehirlerin pazarlama uygulamalarından yararlanarak hedef kitleleri memnun etmeleri kaçınılmazdır.

Sonuç olarak Ardahan Üniversitesi'nin Ardahan için “başarılı bir şehir” algısının oluşturulmasında önemli olduğu aşıkardır. Özellikle Ardahan ilinin sahip olduğu kaynaklar düşünüldüğünde bu kaynakların kullanımının artması hatta yeni kaynakların bu sayede keşfedilmesi de mümkündür. Aynı zamanda sürekli göç veren bir şehrin nüfusunun dengelenmesi adına da üniversite ile şehir ilişkisinin yoğun şekilde sürdürülmesi gerekmektedir. Çalışma içerisinde belirtildiği gibi yıllar itibarıyla gösterilen tablolarda Ardahan Üniversitesinin nüfus üzerindeki etkisi hem akademik personel hem öğrenci hem de uluslararası öğrenci ve öğretim üyesi aynı zamanda var olan ve açılması planlanan programlarla açıkça görülmektedir.

Göreceli şekilde yeni kurulmuş ve gelişmekte olan bir üniversite izlenimi veren Ardahan Üniversitesi'nin misyon ve vizyon tanımları arasında üniversite-şehir ilişkisini vurgulayan ifadeler bulunmaktadır.

En hızlı şekilde yapılması gereken tüm aktörlerin şehir ve üniversite için politika ve strateji geliştirmesidir. Karşılıklı olarak birbirinin gelişim sürecini hızlandıracak olan Ardahan ve Ardahan Üniversitesi rakiplere kıyasla eksik olan yönleri tamamlayacaktır.

Üniversite ve şehir arasındaki ilişkinin şeffaf olması ile ortaya çıkacak tabloda Ardahan'ın "üniversite şehri" olarak kabul görmesi mümkündür. Bunun başarılabilmesi üniversitenin şehre olan katkılarının iyi anlaşılması, bu anlamda da paydaşların üniversiteyi onaylaması ve desteklemesi gerekmektedir. Ortak alanlar yaratılması, iş birliğini sağlayan politikalar ve stratejiler üretilmesi ve iyi bir iletişim ağı ile Ardahan Üniversitesi ve Ardahan arasındaki ilişki sağlamlaşacaktır.

Kaynakça

- Adıgüzel, O. & Özkan, D. S. (2013). Üniversite-Sanayi-Kent Etkileşimi ve Bir Markalaşma Stratejisi Olarak: Bilim Kent Uygulamaları ve Isparta Örneği. *Journal Of Suleyman Demirel University Institute Of Social Sciences*, 18 (2), 279-307.
- Akengin, H. & Kaykı, A. (2013). Şehirleşme Üniversite İlişkisine Bir Örnek: Gazimağusa. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (28), 501-525.
- Aydın, G., Darıcı, B. & Aydın, A. (2016). Yüksek Öğretim Kurumlarının Yerel Ekonomilere Katkıları: Manyas Meslek Yüksek Okulu Örneği. *Balikesir University Journal Of Social Sciences Institute*, 19 (36), 305-328.
- Demirci, Ç. (2019). *Ardahan İlinin Sosyo-Ekonomik Yapısına İlişkin Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Yüksek Lisans Tezi. Ardahan: Ardahan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ergun, C. (2014). Üniversite ve Kent İlişkisi Üzerine Görüşler: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (31), 216-237.
- Girginkaya Akdağ, S. & Ergen, A. (2020). Role of Location-Based Mobile Apps In City Marketing: Beşiktaş As A Student-Friendly District. *Journal of Location Based Services*, 14 (2), 49-70.
- Gültekin, N., Çelik, A., & Nas, Z. (2008). Üniversitelerin Kuruldukları Kente Katkıları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (24), 264-269.
- Herzberg, C. (2017). *Akıllı Şehirler Dijital Ülkeler*. İstanbul: Optimist Yayınevi.
- http://www.urak.org/wp-content/uploads/2019/05/URAK_%C4%B0RE_2018-2.pdf, (30.10.2020).
- <https://data.tuik.gov.tr/tr/display-bulletin/?bulletin=adrese-dayali-nufus-kayit-sistemi-sonuclari-2019-33705>, (30.10.2020)
- https://tr.wikipedia.org/wiki/Kafkasya_%C3%9Cniversiteler_Birli%C4%9Fi#Tarihi, (28.10.2020).
- <https://ubys.ardahan.edu.tr/BIP/BusinessIntelligence/Officer/Academicians>, (30.10.2020).
- <https://ubys.ardahan.edu.tr/BIP/BusinessIntelligence/Students/StudentsByNationality>, (20.10.2020).
- <https://ubys.ardahan.edu.tr/BIP/BusinessIntelligence/Students/StudentsByUnits>, (17.10.2020).
- <https://www.ardahan.edu.tr/bologna/?nm=11>, (28.10.2020).
- <https://www.ardahan.edu.tr/detay-menu.aspx?id=17>, (24.10.2020).
- https://www.bebka.org.tr/admin/datas/sayfas/89/sege-2017_1581687211.pdf, (27.10.2020).

[https://www.nufusu.com/il/ardahan-nufusu#:~:text=Ardahan%20n%C3%BCfusu%20bir%200%C3%B6nceki%20y%C4%B1la,%2C%20%47%2C91%20kad%C4%B1nd%C4%B1r,\(24.10.2020\).](https://www.nufusu.com/il/ardahan-nufusu#:~:text=Ardahan%20n%C3%BCfusu%20bir%200%C3%B6nceki%20y%C4%B1la,%2C%20%47%2C91%20kad%C4%B1nd%C4%B1r,(24.10.2020).)

- İlgüner, M., & Asplund, C. (2011). *Marka Şehir*. İstanbul: Marketing Yayınları.
- İri, R. (2020). Şehir Pazarlaması Kapsamında Şehirlerin Tercih Edilebilirliğinde Üniversite Öğrenci Mutluluğu ve Memnuniyetinin Önemi ve Araştırılması: Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Örneği. *Asya Studies*, 4 (13), 35-50.
- Karadağ, T. F., Karataş, Ö., & Yücel, A. S. (2018). Öğretim Elemanlarının Demografik Özelliklerinin İş Doyumu Düzeylerine Etkisi; Ardahan Üniversitesi Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 13 (26), 745-755.
- Kaya, F., Yalçinkaya, Ö., & Yazgan, Ş. (2018). Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesinin Ağrı'nın Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri ve Kentin Üniversite Algısı. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2), 1-20.
- Kaya, İ. (2010). *Pazarlama Bi'tanedir*. İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı,
- Kılıç, A. & Altay, Ş. (2018). Marka ve Marka Kişiliği Algısı: Bir Üniversite Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 670-692.
- Öncü, H., Katırcı, H. & Yüce, A. (2020). Marka Şehir Algısı ve Rekreasyon İlişkisi: Eskişehir İli Örneği. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 3 (1), 85-98.
- Öztürk, S., Torun, İ. & Özkök, Y. (2011). Anadolu'da Kurulan Üniversitelerin İllerin Sosyo-Ekonomik Yapılarına Katkıları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16), 145-158.
- Sankır, H. & Demir Gürdal, A. (2014). Bülent Ecevit Üniversitesi'nin Zonguldak'a Etkileri ve Kentin Üniversite Algısı. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4 (2), 90-98.
- Saracel, N., Özkara, B., Karakaş, M., Yelken, R., Vatandaş, C., Bayaram, K. & Koçak, H. (2000). *Afyon Kocatepe Üniversitesi'nin Kurumsal İmajı: Afyon Halkının Üniversiteyi Algılaması Tutum ve Beklentilerine İlişkin Araştırma*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Sevim, M. A., & Kırcova, İ. İstanbul Şehir Pazarlamasında Kamu Aktörlerinin Rolü. *Strategic Public Management Journal*, 5 (10), 131-144.
- Şahbudak, E. & Öztürk, M. (2017). Üniversite-Kent Etkileşimi Bağlamında Sivas'ta Cumhuriyet Üniversitesi Algısı. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 41 (1), 45-62.
- Şalvarcı, S. & Aylan, F. K. (2020). Evaluation Of Historical and Cultural Areas As A Tool For City Marketing: Case Of Eskişehir Province. *Journal Of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3 (1), 134-140.
- Şentürk, E. E. & Kartal, C. (2020). Türkiye'de Kent Markalaması Alanında Yapılan Akademik Çalışmalar Üzerinde Bir İnceleme. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 4 (1), 26-41.

- Taşçı, D., Gökalp, E., Genç Kumtepe, E., Kumtepe, A. T. & Toprak, E. (2011). Kentin Üniversite Algısı: Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Örneği. *Amme İdaresi Dergisi*, 44 (2), 131-146.
- Tosyalı, H. & Öksüz, M. (2020). Şehir Markalaşmasında Sosyal Medya Kullanımının Yeri ve Önemi. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1485-1509.
- Van Limburg, B. (1998). City Marketing: A Multi-Attribute Approach. *Tourism Management*, 19 (5), 475-477.
- Yılmaz, H. (2016). *Ardahan İli Marka Şehir Algısı: Ardahan Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi. Rize: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bölüm 35

SERMAYE YAPISININ AKTİF KÂRLILIĞA ETKİSİ: BORSA İSTANBUL'DA GIDA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

M. M. Tuncer ÇALIŞKAN¹
Attila KAYA²

¹ Dr. Öğr. Üyesi M.M. Tuncer Çalışkan, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü.
mcaliskan@bandirma.edu.tr

² Dr. Öğrencisi Attila KAYA, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme
A.B.D. akaya501616@gmail.com

1- GİRİŞ

İşletmelerin varoluş amaçları doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmeleri ve gelecekte daha iyi konumlara ulaşabilmeleri temel olarak kârlılıkla ilgili bir durumdur. Kısa bir tanımla “kâr” kavramı; işletmenin gelirlerinin giderlerinde fazla olması durumu şeklinde ifade edilebilir. Faaliyetlerinde kâr elde eden işletmeler yeni yatırım ve uygulamalar ile alanlarını genişletirken, zarar eden veya gerektiği kadar kâr elde edemeyen işletmeler kısa veya uzun vadede faaliyetlerini sonlandırmaya varacak kadar hedeflerinden ciddi sapma yaşamaktadırlar. Faaliyet başlangıcında işletmenin sermaye yapısında borç ayağının fazla olması faiz ve ödemeler dengesi açısından önemli riskler oluştururken, salt öz kaynağa dayalı sermayelerde devlet teşviki, vergi avantajları ve benzeri diğer avantajlardan yararlanamama gibi sıkıntılar ortaya çıkabilmektedir. Diğer taraftan elde edilen kârın ne kadarının sermaye sahiplerine dağıtılacağı ne kadarının öz sermayeye ekleneceği de işletmenin geleceği açısından önemli bir mevzuudur. Bu nedenle işletmelerin kârlılıklarını etkileyen en önemli unsurlardan birisi de işletmelerin sermaye yapılarıdır.

Finansal olarak sermaye kavramı, şirketlerin finansal temelini oluşturan öz sermaye, kısa vadeli sürekli kaynaklar ile uzun vadeli kaynakların bütünüdür. Daha açık bir ifade ile sermaye, işletme sahiplerince, ortaya konulan para, mal ve emekten, İşletmenin sermaye yapısını finanse etmede kullandığı menkul kıymetlerden oluşmaktadır (Kâradeniz V.D., 2016; 39). Sermaye yapısının işletmeler açısından önemi, hem sürekli olan kısa vadeli borçların ödenmesinde hem de işletme için ödeme gerektirecek ani durumlarda kaynak yapısının söz konusu gider durumlarını karşılayabilecek ölçüde olmasıyla bağlantılıdır. Sermaye yapısındaki güçlü likidite, işletmenin piyasa değeri ve kendi geleceği açısından oldukça önemlidir (Eljelly, 2004:48). İşletmenin sermaye durumu, üst yönetim için geleceğe dair alınacak kararların ve uygulamaların temelini oluşturmaktadır. Ayrıca finansal birimler tarafında işlenerek uygun hale getirilen işletmenin finansal verileri aynı zamanda işletmenin ortakları veya diğer finansal fayda sağlayan gruplar tarafından da değerlendirilmektedir. Sermaye yapısına konusunda Geleneksel, Modigliani ve Miller yaklaşımı, v.b. Net yaklaşımların yansırı, asimetrik bilgi, vekalet teorisi ve finansal hiyerarşi gibi temel yaklaşımlar da geliştirilmiştir. (Akkaya, 2008;2)

Gıdaların ve içeceklerin insanların yaşamları için zorunlu bir ihtiyaç olması nedeniyle tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de gıda sek-

törü ekonomik faaliyetlerin temel taşlarından birisini oluşturmaktadır. Bir tarım ülkesi olan Türkiye’de gıda sektörü üretim ve perakendecilik anlamında en gelişmiş sektörler arasında yer almaktadır. Birçok sektörle bağlantılı olarak giderek gelişen ve çeşitlenen sektör, hem bölgesel anlamda hem de dış ticaret açığına pozitif etkisi nedeniyle kalkınmanın temel dinamiklerinden birisini oluşturmaktadır. Ülkemizde gıda sektörü 2017 yılı ilk altı aylık döneminde ihracatta bir önceki yıla göre %2,2, ithalat ise %14,9 oranında artmıştır. 2017 dış ticaret hacmi 2016 yılına göre %7,5 artışla 14,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Sektör, 2017 yılında 4 milyar 908 milyon 526 bin dolarlık ithalata karşı, 10 milyar 679 milyon 989 bin dolarlık ihracatla, 5 milyar 771 milyon 463 bin dolar dış ticaret fazlası vermiştir (<https://risk.gtb.gov.tr>).

Bu çalışmada ülkemiz için çok önemli görülen gıda sektöründe faaliyet gösteren halka açık işletmelerin, sermaye yapılarının kârlılıkları üzerindeki etkisi incelenmiştir. BİST 100’de işlem gören gıda sektörü işletmelerine ait 2013-2018 yıllarına ait verilerden yararlanılarak panel veri çoklu regresyon analizi yapılmıştır.. Çalışmada sırasıyla ilgili literatüre yer verilmiş, verilerin analizi yapılmış ve son kısımda elde edilen bulgular değerlendirilerek öneriler sıralanmıştır.

2. LİTERATÜR

Titman and Wessels (1988) araştırmalarında sermaye yapısını oluşturmada borç miktarının fazla olmasının işletmenin kârlılığını azaltacağı ve işletmenin sermaye gücü ile kullandıkları finansal kaldıraç arasında pozitif bir ilişki bulunduğundan bahsetmişlerdir. Chung (1993) işletmelerde sermaye yapısında düşük oranda borç kullanılmasının yüksek riske rağmen büyüme ve kârlılık üzerinde pozitif etkisinin bulunduğunu, buna karşın aşırı borç yapısına sahip sermayelerin ödemeler konusunda dezavantaj oluşturduğunu söylemiştir. Pandey (2001), 1994-2000 yıllarında Kuala Lumpur borsasında işlem gören bazı işletmelerin sermaye yapılarını kârlılıkları ve işletme gücüne olan etkisini incelemiştir. Borç yapısı ve vergilendirmenin kontrol değişkeni olarak kullanıldığı çalışmada; sermaye yapısındaki borçlanma oranı ve vergi istisnalarının kârlılık üzerinde anlamlı ve negatif bir etkisinin bulunduğunu söylemiştir. Bunun yanı sıra sermaye yapısı ile firma büyüklüğü arasında da pozitif bir ilişki vardır.

Deloof (2003) brüt faaliyet kârının bağımlı, Borç Ödeme, Stok Devir ve Alacak Tahsil Sürelerinin bağımsız değişkenler olarak kullandığı çalışmada yaptığı regresyon analizinde; kârlılık ve işletme büyüklüğü ile satış artışları arasında pozitif, kârlılık ve bağımsız değişkenle-

rin tümü arasında ise negatif bir ilişki bulmuştur. Asarkaya ve Özcan (2007), bankacılık sektörü üzerine yapmış oldukları çalışmada, bağımlı değişken olarak sermaye yapısını oluşturan sermaye yeterliliği, bağımsız değişkenler olarak büyüme hızı, portföy riski, sektörün sermaye gereksinimi ve mevduat tutarı ile öz kaynak kârlılığını kullanmışlardır. Çalışma sonucunda; mevduat ve sermaye yeterliliği arasında negatif bir ilişki bulunduğu, diğer bağımsız değişkenlerin sermaye yeterliliği üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu bulunmuştur. Ege ve Bayrakdaroğlu (2008), Mart 2000-Aralık 2004 tarihleri arasında BİST 100'de işlem gören altı sigorta firmasının 3'er aylık mali tablolarına dayanarak yaptıkları çalışmada, firmaların sermaye yapılarının piyasa değerleri ve verimlilikleri üzerindeki etkisini araştırılmıştır. Regresyon analizi kullanılarak yapılan çalışma sonucunda, firmaların sermaye yapısı ile piyasa değeri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamazken, sermaye yapısı ve verimlilik arasında negatif yönlü bir ilişkinin bulunduğu belirtilmiştir.

Nazir ve Afza (2009), Pakistan Kâraçi Borsasında 1998-2005 yılları arasında işlem gören farklı sektörlerden 204 şirketin sermaye yapısı ve yönetimi ile şirket kârlılığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Regresyon analizi kullanılarak yapılan çalışmada, sermaye yapısı gereksiniminin sektörlere göre değiştiğini ve sermaye yatırımları ile kârlılık arasında negatif bir ilişkinin olduğunu savunmuşlardır. Okuyan ve Taşçı (2009) işletmelerde uygun sermaye yapısının oluşturulmasında önemli olan değişkenleri araştırmışlardır. Çalışmanın değişkenleri olarak sermaye sahipliği aile, grup ve yabancı ortaklı şirketlerden BİST 100'de işlem gören 194 firmanın 2005-2007 yıllarındaki finansal verileri kullanılmıştır. ANOVA ve regresyon analizi kullanılarak yapılan veri analizinde, sahiplik şekli ve sermaye yapısı arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.

Korteweg (2010) bir şirketin 1994 - 2004 yıllarına ait finansal verileri üzerinde panel veri analizi kullanarak yaptığı çalışmada, kârlılık ve sermaye yapısı arasında güçlü pozitif ilişki bulmuştur. Şahin (2011) İMKB'ye kayıtlı 18 küçük ve orta ölçekli işletmenin 2006-2010 yılları arasındaki verileri panel veri analizi kullanarak yaptığı çalışmada; kârlılığı, kâr marjını ve firma performansını bağımlı, sermaye yapısını ise bağımsız değişken olarak kullanmıştır. Analiz sonucunda, firma performansının üzerinde sermaye yapısının belirgin bir öneminin bulunduğu belirtilmiştir. Gülşen ve Ülkütaş (2012), İMKB'de işlem gören sanayi işletmelerinin 1990 - 2005 yıllarındaki mali tabloları kullanılarak iki farklı model kurgulanmış ve panel veri analiziyle test edilmiştir. Yapı-

lan analiz sonucunda, kaldıraç ile kârlılık ve firma büyüklüğü arasında yüksek seviyede negatif korelasyon olduğu bulunmuştur.

Akinlo ve Asaolu (2012), Nijerya’da faiz oranlarının yüksek olduğunu bu nedenle yüksek borçla kurulan sermaye yapılarında kârlılık oranının düşük olduğunu bulmuşlardır. Yener ve Kârakuş (2012) ise kaldıraç oranı ve firma değeri arasındaki ilişkiyi incelemek için borsada kayıtlı 63 işletmenin 2004-2009 yıllarına ait verilerini kullanarak panel veri analizi yapmışlardır. Çalışmada işletmelerin hisse senedi getirileri bağımlı, toplam borçların toplam aktiflere oranı bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Analiz sonucunda aktif yapısı 500 milyon TL’nin altındaki işletmelerde kaldıraç oranları ile hisse senedi getirileri arasında negatif ilişki bulunurken, aktif yapısı 500 milyon TL’den büyük olan işletmelerde söz konusu ilişki anlamlı bulunmamıştır. Toroman ve Sönmez (2015), BİST 100’de işlem gören perakende ticaret sektöründe faaliyet gösteren 11 firmanın 2009–2013 yıllarına ait verileri, Panel veri tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, işletmenin çalışma sermayesi ile brüt kârlılığı arasındaki bir ilişkinin bulunmadığı tespit etmiştir.

3. SERMAYE YAPISININ AKTİF KÂRLILIĞA ETKİSİ: BORSA İSTANBUL’DA GIDA SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmanın amacı, Borsa İstanbul’da işlem gören gıda şirketleri üzerinden sermaye yapısını oluşturan unsurlar ile kârlılıkları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya konu olan 27 gıda şirketinin 2013-2018 yılları arasındaki dönemde, yıl sonu mali tabloları üzerinden finansal yapıları incelenmiş ve sermaye bileşenlerinin net kâr ile aktif kârlılığa etkisi panel veri analizi sabit etkiler regresyon modeli tekniği kullanılarak değişkenler arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Ekonomik analiz teknikleri içerisinde kullanılan Panel veri analizi yöntemi değişkenlerin zamansal ve yatay boyutunu serbest olarak eni iyi açıklayan tekniklerden birisidir. (Erol, 2007: 33). Çalışmada bağımlı değişken olarak “Aktif Kârlılık Oranı” ($AKO = \text{Net Dönem Kârı} / \text{Toplam Aktifler}$), bağımsız değişkenler olarak ise “Öz Kaynak Oranı” ($ÖKO = \text{Öz Kaynak} / \text{Toplam Aktifler}$), “Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar” ($UVYK = \text{Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar} / \text{Toplam Varlıklar}$), “Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar” ($KVYK = \text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar} / \text{Toplam Varlıklar}$) ile “Yasal Yedekler Oranı” ($YYO = \text{Yasal Yedekler Oranı} / \text{Toplam Varlıklar}$) belirlenmiştir.

Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Gıda Şirketleri

Anadolu Efes Biracılık Ve Malt Sanayii A.Ş.	Ekiz Kimya Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Banvit Bandırma Vitaminli Yem Sanayii A.Ş.	Kârsusan Kâradeniz Su Ürünleri Sanayii A.Ş.
Coca-Cola İçecek A.Ş.	Taze Kuru Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş.	Ulusoy Un Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Ersu Meyve Ve Gıda Sanayi A.Ş.	Pınar Su Ve İçecek Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
Frigo-Pak Gıda Maddeleri Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	Pınar Süt Mamulleri Sanayii A.Ş.
Kent Gıda Maddeleri Sanayii Ve Ticaret A.Ş.	Selçuk Gıda Endüstri İhracat İthalat A.Ş.
Kerevitaş Gıda Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	Tat Gıda Sanayi A.Ş.
Konfrut Gıda Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	Tukaş Gıda Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
Kristal Kola Ve Meşrubat Sanayi Ticaret A.Ş.	Türk Tuborg Bira Ve Malt Sanayii A.Ş.
Merko Gıda Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş.
Penguen Gıda Sanayi A.Ş.	Vanet Gıda Sanayi İç Ve Dış Ticaret A.Ş.
Pınar Entegre Et Ve Un Sanayii A.Ş.	A.V.O.D. Kurutulmuş Gıda ve Tarım Ürünleri A.Ş.
Altınyaz Kombinaları A.Ş.	

3.2. Verilerin Analizi

Çalışmanın modeli ve model bağlı olarak oluşturulan hipotez aşağıdaki şekilde belirlenmiş olup, modele göre sermaye yapısının kârlılık üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılacak panel veri analizi çoklu regresyon testi öncesinde, her bir değişkenin durağan olup olmadığının tespiti için Augmented Dickey Fuller (ADF) birim kök testi analizi yapılmıştır.

$$AKO_{it} = \alpha_{it} + \bar{OKO}_{it} + UVYK_{it} + KUYK_{it} + YYO_{it} + \varepsilon_{it}$$

H_0 : sermaye yapısının kârlılık üzerinde etkisi yoktur

H_1 : sermaye yapısının kârlılık üzerinde etkisi vardır

3.2.1. Birim Kök Testi Analizi

Finansal analizlerde kullanılan makroekonomik veriler genellikle durağan olmamakla birlikte, değişkenlerin en doğru biçimde analiz edilebilmesi için serilerin farkları veya logaritmaları alınarak durağanlaştırılmaktadır.

Tablo 2. *Birim Kök Testi*

ADF		
Bağımlı değişken	t	p*
AKO	-3.455185	0.0030
Bağımsız Değişkenler		
ÖKO	-5.290249	0.0016
UVYK	-4.560617	0.0049
KVYK	-5.084489	0.0022
YYO	-4.312097	0.0098

Birim kök testi ADF analizi sonuçlarına göre araştırmada kullanılan değişkenlerin tüm anlamlılık seviyelerine göre (%1-5-10) durağanlığı elde edilmiştir. Söz konusu değişkenlerden öz kaynak oranı, kısa vadeli yabancı kaynaklar oranı ve yasal yedekler oranı birinci düzeltme sonucunda durağan hale gelirken, diğer değişkenler Aktif karlılık oranı ile uzun vadeli yabancı kaynak oranının birinci seviyede durağan oldukları tespit edilmiştir. Bu şekilde araştırma hipotezinin panel veri çoklu regresyon analizi ile test edilmesinde sakınca bulunmamaktadır.

3.2.2. Çoklu Regresyon Analizi

Sosyal bilimler alanında olayların sonuçları birden fazla nedene bağlı olabildiği için araştırmalarda bağımlı değişkenlerin birden fazla bağımsız değişkenle izah edilmesi gerekmektedir (www.ekonomianaliz.com). Bu nedenle işletmelerde aktif karlılık oranını etkilediği düşünülen bağımsız değişkenler ilişkisi için çoklu regresyon analizi yapılmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 3. *Çoklu Regresyon Analizi*

	Std. Error	t	P*
ÖKO	1.068208	1.284313	0.02350
UVYK	0.139135	4.014847	0.00390
KVYK	0.301508	-1.244617	0.03485
YYO	0.074390	-0.539469	0.05042
Adjusted R-squared	0.753700		
Durbin-Watson	1.912170		

$p < 0,05$

Tablo 3 incelendiğinde; öncelikli olarak Durbin-Watson katsayısının 1,91 çıkmasının modelde otokorelasyonun bulunmadığını, diğer bir ifadeyle değişkenler arası bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir. Modelin tamamı için R^2 değeri 0,75 olarak açıklanmıştır. Bu durum değişkenlerin bütüncül olarak bağımlı değişken olan aktif kârlılık üzerindeki etkisinin %75 olduğunu göstermektedir. t istatistiki sonuçlarına göre bağımsız değişkenlerden özkaynak oranı ve uzun vadeli yabancı kaynak oranının aktif kârlılık üzerinde pozitif etkisi, kısa vadeli yabancı kaynak oranı ve yasal yedek oranının ise negatif bir etkisinin bulunduğu görülmektedir. Özkaynak oranındaki 1 birimlik artışın aktif kârlılık üzerinde 0,28 birimlik, uzun vadeli yabancı kaynak oranındaki 1 birimlik artışın ise 4 birimlik bir artışa sebep olduğu bulunmuştur. Bu şekilde aktif kârlılık üzerindeki en büyük etkinin uzun vadeli yabancı kaynak oranı olduğu söylenebilir. Regresyon analizi sonucuna göre araştırmanın H_0 hipotezi red, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

4. SONUÇ

İşletmelerde sermaye yapısı ile yönetiminin genel performans üzerinde etkili olması ve Kârlılık oranının işletmenin sürekliliği için hayati önem taşıması nedeniyle çeşitli veriler aracılığıyla günümüze kadar bu alanda bir çok araştırma yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı da işletmelerde sermaye yapısını oluşturan unsurlarda Özkaynak, uzun vadeli yabancı kaynak, kısa vadeli yabancı kaynak ve yasal yedek oranlarının aktif kârlılıkları üzerindeki etkisini BİST 100' de işlem gören gıda sektörü işletmelerinin 2013-2018 dönemine ait yıllık verileri aracılığıyla araştırmaktır.

Çalışmada öncelikli olarak bağımlı ve bağımsız değişkenlerin durağan olup olmadıklarını tespit etmek amacıyla birim kök testi yapılmış ve tüm değişkenlerin birinci seviyede durağan olduğu görülmüştür (%1-5-10). Değişkenler arası etkilerin ölçülmesi amacıyla yapılan panel veri çoklu regresyon analizi sonucunda birinci bağımsız değişken olan öz kaynak kullanım oranının aktif kârlılık oranı üzerinde pozitif bir etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Özellikle kriz dönemlerinde öz kaynağa dayalı güçlü sermaye yapısı anlayışının bir sonucu olduğu söylenebilen bu durum, Dilmaç v.d. (2015), Alsu (2017), Meckling (1976) ve Myers'in (1977) çalışmaları ile de benzerlik göstermektedir. İkinci bağımsız değişken olan Uzun Vadeli Yabancı Kaynak Oranını aktif kârlılık üzerinde bire dört oranında ciddi bir etkisini bulunduğu görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde faiz ve dövizin yüksek getiri sağladığı dönemlerde, işletmelerin öz kaynak yerine uzun vadeli uygun yabancı kaynak

kullanımına yöneldiği söylenebilir. Murphy de (1968), farklı endüstriler üzerinde uzun dönem kapsayan çalışmasında, öz sermaye kullanımı yerine uygun maliyetli uzun vadeli yabancı kaynak kullanılmasının teorik olarak işletmenin kârlılığını artıracakını söylemiştir.

Araştırmanın üçüncü bağımsız değişkeni olan kısa vadeli yabancı kaynak oranının ise aktif kârlılık üzerinde negatif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde banka sektörü üzerinde çalışma yapan Poyraz (2012), KVKYK kullanımının cari oranı etkilemesi nedeniyle kısa vadeli yabancı kaynak oranındaki artışın kârlılığı düşürdüğünden bahsetmiştir. son olarak yasal yedek oranının da yine aktif kârlılık oranı üzerinde negatif bir etkisi bulunduğu tespit edilmiştir. Sermaye yapısının işletmeler açısından çok önemli olduğu düşünüldüğünde, benzer araştırmalarda kullanılan değişkenler ve sonuçların sektörel bazda değişiklik gösterebileceği söylenebilir. BİST 100’de işlem gören bütün gıda sektörü işletmeleri üzerinden yürütülen bu çalışmada, sektörü açısından uzun vadeli yabancı kaynak kullanımının oldukça önemli olduğu açıkça ortaya konulmuştur. Konunu firma bazında değişiklik gösterip göstermeyeceği anlaşılabilmesi açısından, ilerleyen dönemlerde bilançosu en güçlü firma ile en zayıf iki firmanın karşılaştırmalı analizinin “nakit dönüş süresi” ve “stok devir hızı” gibi yeni bağımsız değişkenlerin modele eklenerek yapılması ve ortaya çıkan sonucun literatüre katkı babında bu çalışma ile kıyaslanmasını planlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akinlo, Olayinka ve Asaolu, Taiwo (2012). "Profitability And Leverage: Evidence From Nigerian Firms". *Global Journal of Business Research* 6 (1): 17–25.
- Alsul, E. (2017). Effect on Profitability Of Capital Structure Panel Data Analysis on BIST 100. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (2), 303-312.
- Asarkaya, Y. ve Özcan, S. (2007). Determinants of Capital Structure in Financial Institutions: The Case of Turkey. *Journal of Banking and Financial Markets*, 1(1), 91-109.
- Chung, Kee H.; (1993), "Asset Characteristics and Corporate Debt Policy: An Empirical Investigation", *Journal of Business Finance and Accounting*, 20, (3), ss. 70-74
- Dilmaç M., Dikmen A.T. ve Keleş, Ş. (2015). Bankaların Finansal Yapılarının Kârlılıkları Üzerine Etkileri: Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Uygulama (1998-2015). *The International New Issues In Social Sciences (TINI-SOS)*, 1, 143-165.
- DeLoof, M. (2003). Does working capital management affects profitability of Belgian firms?. *Journal of Business Finance and Accounting*, 30(3-4), 573-587.
- Ege, İ. & Bayrakdaroğlu, A. (2008). Sermaye Yapısının Cari Değer ve Verimlilik Üzerine Etkisi: Türk Sigortacılık Sektöründe Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 379-395.
- Eljelly, A. (2004), "Liquidity-Profitability Tradeoff: An Empirical Investigation In An Emerging Market", *International Journal Of Commerce & Management*, 14(29).
- Erol, H. (2007). Bankalarda Net Faiz Marjının Belirleyicileri, Risk Duyarlılığı ve Politika Önerileri. *Uzmanlık Yeterlilik Tezi*, Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü.
- Gülşen, Ahmet Zafer ve Ülkütaş, Özge (2012). "Sermaye Yapısının Belirlenmesinde Finansman Hiyerarşisi Teorisi Ve Ödünleşme Teorisi: İMKB Sanayi Endeksinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Uygulama". *Zonguldak Kâraelmas University Journal of Social Sciences* 7 (15): 49–60.
- https://risk.gtb.gov.tr/data/52c53691487c8eca94a7c66a/g%C4%B1da_05_10_2017.pdf
- http://www.ekonomianaliz.com/coklu-regresyon-analizinde-varsayimlardan-sapmalarin-incelenmesi/#_ftn1
- Erem Işıl (2013) Sermaye Yapısına Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi: Türk Bankacılık Sektörü Örneği, 17. Finans Sempozyumu, Muğla, 329-338

- Kâradeniz, E., Kaplan, F. ve Günay, F. (2016). Sermaye Yapısı Kâarlarının Kârlılığa Etkisi: Borsa İstanbul Turizm Şirketlerinde Bir Araştırma. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 13 (3), 38-55.
- Korteweg, Arthur (2010). "The Net Benefits To Leverage". The Journal of Finance 65 (6): 2137–2170.
- Meckling, W. H. (1976). Values And The Choice Of The Model Of The Individual In The Social Sciences. Swiss Journal Of Economics And Statistics (SJES), 112, 545-560.
- Murphy, Joseph E. (1968). "Effect Of Leverage On Profitability, Growth And Market Valuation Of Common Stock". Financial Analysts Journal 24 (4): 121–123.
- Myers, S. C. (1977). Determinants Of Corporate Borrowing. Journal Of Financial Economics, 5(2), 147-175.
- Nazir, Mian, S. and Afza, Talat (2009). A Panel Data Analysis of Working Capital Management Policies. Business Review, 4 (1), 143-157.
- Okuyan, H. A. ve Taşçı, H. M. (2009). İMKB’de İşlem Gören Reel Sektör İşletmelerinde Sermaye Yapısının Belirleyicileri, Ekonomik Yaklaşım Dergisi, 21 (76), 55-76
- Pandey, I.M. (2001). Capital structure and the firm characteristics: evidence from emerging markets, <https://econpapers.repec.org/paper/iimiimawp/wp01757.htm>
- Poyraz, E. (2012). İşletme Sermayesi Finanslama Stratejilerinin Kârlılık Oranları Üzerindeki Etkisi (Akbank T.A.Ş. Uygulaması)Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 27 (1), 47-56.
- Şahin, O. (2011). KOBİ’lerde Finansal Performansı Belirleyen Faktörler. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. c.7 s. 14 ss. 183-200.
- Titman, S., & Wessels, R. (1988). The Determinants Of Capital Structure Choice. The Journal Of Finance, 43(1), 1-19.
- Toraman, C., ve Sönmez, A. R. (2015). Çalışma sermayesi ve kârlılık arasındaki ilişki: perakende ticaret sektörü üzerine bir uygulama. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(1), 15-24.
- Yener, E., & Kârauş, R. (2012). Sermaye Yapısı ve Firma Değeri İlişkisinin Farklı Aktif Büyüklüklerde Kârşılaştırmalı İncelenmesi: İMKB 100 Firmaları Üzerine Bir Uygulama. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(2), 75-98.

Bölüm 36

GÜVEN, ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİ



Bekir KUL¹

¹ Ankara Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gayrimenkul Geliştirme ve Yönetimi Bölümü, bekirkul@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6687-717X>

1. Giriş

Geleneksel yönetim paradigmasında formal, hiyerarşik ve klasik bürokrasiye dayalı uygulamalarının ve çalışanların insanî yönünün geri planda tutulması anlayışının terk edilerek, çalışanlara daha fazla değer verildiği, işbirliğine ve koordinasyona dayanan, yetki ve sorumlulukların paylaşıldığı, karar vermede katılımcılığın güçlendirildiği çağdaş yönetim anlayışının benimsendiği görülmektedir (Costa vd., 2001). Çalışanların özel hayatlarında olduğu gibi çalışma ortamlarında da etkileşim ve iletişim halinde oldukları ya da belirli bir amaç veya iş çerçevesinde bir araya geldikleri biçimsel ve biçimsel olmayan gruplar bulunmaktadır.

Büyük değişimler, meydan okumalar ve zorluklarla karşı karşıya kalan organizasyonlarda, rol model olarak yöneticilerin önemi ve etkisi daha da artmıştır. Liderlik davranışları ve uygulamaları; çalışanların birbirleriyle olan etkileşimlerinde ve organizasyonel uygulamalar düzeyinde doğru davranışlar göstermelerinde büyük önem kazanmıştır. Yöneticilerin tutum ve davranışları güveni ve personelin örgütsel bağlılığını doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda, güven ve bağlılığın performansı artıracağı konusunda genel bir fikir birliği vardır. Bu görüş birliğinin kamu sektöründeki yansımalarına görebilmek amacıyla çalışmada güven, örgütsel bağlılık ve performans birbirleriyle ilişkili olarak ele alınmış ve incelenmiştir. Bu araştırmanın amacı çalışma ortamlarında güvenin örgütsel bağlılık ve performans ile ilişkisini belirlemektir. Çalışmaya ulusal düzeyde faaliyet gösteren kamu kurumlarında yöneticilik dışındaki kadrolarda görevli ve en az bir yöneticiye bağlı olan 260 çalışan katılmıştır. Araştırmada çalışanların güven düzeyleri, kurumlarına karşı duydukları örgütsel bağlılıkları ve kurumlarının performansı ile ilgili algıları belirlenmeye çalışılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Güven

Yönetim zihniyetinin ve yönetim biçimlerinin zaman içerisinde değişime uğraması özellikle son yıllarda örgütsel güven kavramının sıklıkla çalışılmasına sebep olmuştur (Mayer vd., 1995). Araştırmacılar, güvenle ilgili tanımların çok sayıda ve farklı boyutlarda olduğunu belirtmektedirler. Çok geniş boyutlu bir kavram olan güven sadece yönetim, işletme ve örgütsel davranış alanında değil aynı zamanda psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, ekonomi, antropoloji, tarih gibi sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinin de konusu olmaktadır (Gambetta, 1988; Lewicki

ve Bunker,1996; Worchel,1979). Bireysel beklentiler, kişilerarası ilişkiler, ekonomik değişimler, sosyal yapılar ve etik ilkeler bağlamında farklı güven tanımları önerilmiştir (Hosmer, 1995).

Güven ilgili tüm taraflarca kolayca anlaşıldığı düşünülen fakat açıklanması veya tanımlanması zor görülen kavramlardan biridir (Taylor, 1989). Güven her biri bireyin güvene ilişkin algılarını etkileyen zihinsel, duygusal ve davranışsal faktörlerden oluşmaktadır. Farklı alanlarda farklı şekillerde tanımlanan (Giffin, 1967; Hosmer, 1995; Mayer vd., 1995) örgütsel güven daha çok yönetici, organizasyon ve takım arkadaşlarına karşı geliştirilen inanç, algı, tutum ve davranış boyutları üzerinden açıklanmaktadır.

Güven, işbirliğinin önemli bir temeli olarak görülmektedir. Daha savunmacı-agresif temelli tercihler yerine güvene dayalı tercihler işbirliği kültürünü geliştirmektedir. Williams (1988) bu görüşü desteklemiş ve güvenini bir “işbirliği motivasyonu” olarak ele almıştır.

Bazı araştırmacılar kişiler ve örgütler arası güvenin birbirleriyle ilgili fakat birbirlerinden farklı kavramlar olduğunu (Zaheer vd., 1998) belirtmektedirler. Birey ve örgüt düzeyinde oluşan güveni birbirlerinden farklı kavramlar olarak ele alan araştırmacılara göre (Doney ve Cannon, 1997) kişisel güven; kişiler arası farklara dayanmakta ve kişiye özel bir durumdur; örgütsel güven ise kişilerden çok kurumlara odaklıdır. Nooderhaven (1992), örgütsel güvenin örgütün kimliğine veya kişiliğine olan güveni temsil ettiğini ve bunun küçük organizasyonlar için örgüt sahibinin kişiliğinden, merkezileşmiş yapıdan veya örgüt kültüründen kaynaklanabileceğini belirtmiştir. Cook ve Wall (1980), bir organizasyonda bireyler ve gruplar arasındaki güvenin, örgütün uzun vadeli istikrarında çok önemli bir bileşen olduğunu belirtmektedirler.

İlgili literatürde en çok atıf yapılan ve hem bireysel beklentileri hem de toplumsal yapıları içeren tanımlamaya göre güven bir tarafın, onun doğrudan denetleyemeyeceği, gözlemleyemeyeceği ve kendi çıkarları ile ilgili olan konularda kendisinden beklediği gibi davranacağı konusunda diğer tarafa karşı kendi isteğiyle savunmasız hale gelme durumudur (Mayer, Davis ve Schoorman, 1995). Luhmann (1979) örgütsel güveni, çalışanların örgüte kuvvetli bir bağlılık duygusu ile bağlanmaları, örgütün amaç ve değerlerini özümsemeleri şeklinde tanımlamıştır. Greenberg (1990) de örgütsel güveni, çalışanların örgüte duygusal olarak bağlanmaları ve örgütün amaç ve değerlerini paylaşılarak örgütte kalıcı olmaya istekli olmaları şeklinde tanımlamıştır.

Örgütsel güvenin duyuşsal düzeyde inanç temelli tanımlarının yapıldığı da görülmektedir: Sashkin örgütsel güveni, çalışanların örgüt yönetimine olan güveni ve yönetimin söylemlerine ilişkin inançlarının derecesi şeklinde tanımlamıştır (Sashkin, 1990). Örgütsel güven, çalışanların tutum ve inançlarına bağlı olarak geliştirilen işbirliği yapma davranışlarını destekleyen eylemlerine duyulan inanç olarak tanımlanmaktadır (Dirks ve Ferrin, 2001; McAllister, 1995). Örgütsel güven, örgütlerde karşılıklı iletişim ve etkileşimle gelişen davranış ve faaliyetlerin olumlu veya olumsuz sonuçlarına olan güçlü bir inançtır (Bhattacharya vd., 1998). Shockley-Zalabak vd. ise örgütsel güveni, örgütsel roller, ilişkiler, beklentiler ve karşılıklı bağımlılıklar doğrultusunda örgütteki bireylerin davranışlarına ve niyetlerine karşı pozitif beklenti ve inançlar şeklinde tanımlamışlardır (Shockley-Zalabak vd., 2000).

Kar amacıyla veya kar amacı gütmeksizin kurulan organizasyonlarda güven profilleri yüksekse, daha fazla başarıya sahip oldukları bilinmektedir. Bunun aksine güvensizlik yüksek maliyeti beraberinde getirmektedir (Braun, 1997). Farklı bağlamlarda, kültürlerde ve disiplinlerde yürütülen geniş kapsamlı bir çalışma, organizasyonlarda başarılı bir işbirliği ve etkililik için güvenin gerekli olduğunu göstermiştir. (Paliszkiewicz, 2011).

Organizasyonlar ve liderler, yalnızca güvenilirlik konusunda rol model olmakla yetinmemeli, aynı zamanda örgütsel güveni destekleyen bir ortam da tasarlamalıdır (Korthuis-Smith, 2002). Shaw'a (1997) göre güven, örgüt içerisinde kendiliğinden ortaya çıkmamaktadır. Yöneticiler güven ortamını oluşturabilmek için güven olgusunu tüm çalışanlar üzerinde yapılandırmalı ve özenli bir şekilde yönetmelidir. Bu bağlamda yöneticiler, ortaya koydukları uygulamalar ve verdikleri sözlerle örgüt içerisinde güven olgusunu sağlarlar ya da ortadan kaldırırlar. Güvensizliğin hâkim olduğu çalışma ortamlarında "Onlara karşı biz" davranışları oluşmakta ve sonuçta güvensizlik; çalışanların örgütsel hedeflere katkıda bulunma arzularını azaltmaktadır. Gruplarda ilişkilerin sağlıklı olması ve devamı için ise güven en önemli koşullardandır. Güven duygusunun eksik olduğu çalışanlardan oluşan grupların ortak bir amaç doğrultusunda hareket etmesi güçleşmektedir. Grup içi ve gruplar arası ilişkilerde, diğer üyelerde güvensizlik oluşturan çalışanlar gruptan dışlanır ve dolayısıyla bu durum da o çalışanı örgüte yabancılaştırabilir. Güvenin kaybedildiği durumlarda maaşlara yapılan zamlar, ekstra ödemeler veya promosyonlar gibi ödüller güveni geri getirememektedir (Tourish, Paulsen ve Bordia, 2004) Örgütsel güven, örgütsel adaletin sağlanması, tepe yönetiminin çalışanlara desteği, çalışanların istek ve

ihtiyaçlarının karşılanması, örgüt içi sosyal ilişkilerin güçlendirilmesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla güven zor kazanılan ancak kolay kaybedilen bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2. Örgütsel Bağlılık

Çalışanların işe yönelik tutumlarından biri olan örgütsel bağlılık, son 50 yılda oldukça üzerinde odaklanmış bir kavramdır. Ancak bu kavramın tanımında tam bir fikir birliğine ulaşılamamıştır.

Örgütsel bağlılığın en çok kabul gören tanımı Mowday, Porter ve Steers (1982) tarafından yapılmıştır. Bu araştırmacıların çalışmalarına göre örgütsel bağlılık, çalışanların örgütsel hedeflere ulaşmak için çaba gösterdiklerinde, örgütsel değerleri benimsediklerinde ve örgütle özdeşleştiklerinde ortaya çıkmaktadır. Mowday ve diğerlerine göre bağlılık üç bileşenden oluşur. Bunlar, organizasyon yönünde ekstra çaba sarf etmek, örgütsel hedef ve değerleri benimsemek ve bunlara güçlü bir inanç beslemek, güçlü bir üyeliğe devam etme arzusunun varlığıdır. Allen ve Meyer'e (1990) göre bağlılık, "mesleklerin örgütle ilişkisini yansıtan psikolojik bir bağlantıdır. Örgütsel bağlılık, işgörenlerin çalıştıkları örgütlerinin amaçlarını ve normlarını benimseme derecesi ve örgütlerine karşı hissettikleri duygusal bir bağlılık ve örgütte çalışmaya devam etme isteği olarak tanımlanabilir (Allen ve Meyer, 1996).

Allen ve Meyer, bağlanmayı somut olarak ele almış ve örgütsel bağlılığı çalışanın örgüte katılımını yansıtan psikolojik bir durum olarak değerlendirmiştir (Allen ve Meyer, 1990). Meyer ve Allen (1984) başlangıçta örgütsel bağlılığı iki boyutlu, yani duygusal ve devam bağımlılığı olarak görmüşlerdir. Daha fazla araştırma yapan Allen ve Meyer iki boyutlu modele (1990) üçüncü bir boyut olan normatif bağlılığı eklemiştir. Bu boyutlar farklı çalışmalarla da doğrulanmıştır (Allen ve Meyer, 1996; Lee, Allen, Meyer ve Rhee, 2001; Meyer, Stanley ve Parfyonova, 2012; Meyer, Stanley, Jackson, McInnis, Maltin ve Sheppard, 2012).

Örgütsel bağlılık üç boyutta ele alınmaktadır:

- Duygusal Bağlılık: Çalışanların örgütleri ile özdeşleşmeleri, örgüte bağlanmaları ve örgüte duygusal olarak bağlılıklarını (Allen ve Meyer, 1996) ve bundan dolayı da örgütte kalma isteklerini (Meyer, Stanley ve Parfyonova, 2012; Starnes ve Truhon, 2006 Meyer vd, 2012) ifade etmektedir.

- Devam Bağlılığı: Çalışanların örgütlerinden ayrılması durumunda ortaya çıkacak maliyetlerin farkına varmasını ifade eder (Allen ve Meyer, 1996; Meyer, Stanley ve Parfyonova, 2012; Meyer vd, 2012).

- Normatif Bağlılık: Çalışanların zorunluluk duygusu hissetmeleri sonucunda örgüte karşı gösterdikleri bağlılığı ifade eder (Allen ve Meyer, 1996; Meyer, Stanley ve Parfyonova, 2012; Meyer vd, 2012). Normatif bağlılıkta bir zorunluluğa vurgu yapılır (McInnis, Meyer, ve Feldman, 2009)

2.3. Performans

Anlaşılması zor ve çok boyutlu bir kavram olan performans, gözlemcinin bakış açısına, gözlemlenen süreye ve kullanılan kriterlere göre değişiklik göstermektedir. Performans, bir organizasyonun kaynaklarını etkin ve verimli kullanarak hedeflerine ulaşma yeteneği olarak tanımlanabilir (Daft, 2000). Örgütsel performans, firma sonuçlarının üç spesifik alanını kapsar: finansal performans, ürün pazar performansı ve hissedar getirisi (Richard vd., 2009). İşletme performansı, kurumsal performans olarak da adlandırılan operasyonel performans bir dizi işlemin birleşimidir.

Şirketler, kuruluşlar ve devlet kurumlarının tümü müşterilerinin değerini, verimliliğini ve etkililiğini artırmak ister. Bir organizasyonun performansı, önceden tanımlanmış hedeflere ne ölçüde ulaşıldığı ve en önemlisi rakiplerle kıyaslandığında, performansı artırmak için becerilerin nasıl etkin bir şekilde kullanılabileceğinin belirleyicisidir (Agarwal, 1997).

Operasyonel performans, bir değer akışı yönetimi ve operasyonel zeka kombinasyonu kullanılarak iyileştirilebilir. Bu, karlılığı en üst düzeye çıkarırken ve müşteri değerini en üst düzeye çıkarırken iş süreçlerinin etkinliğini ve verimliliğini optimize eder. Organizasyonel performans ise bir projenin amaçlanan çıktılarına (veya amaçlarına ve hedeflerine) göre ölçülen gerçek çıktı veya sonuçları içerir.

Performansı iyileştirmeye yönelik birçok yaklaşım olsa da, bu, yönetim perspektifinin, uygun bir iyileştirme metodolojisinin ve en iyi sonuçları vermek için görünürlüğü ve ilişkili performans ölçülerini analiz etme becerisinin bir kombinasyonudur.

Örgütler, belirli hedeflere ulaşmak için bilinçli olarak yapılandırılmış sosyal varlıklar olarak tanımlanır ve yöneticiler de organizasyonel amaçlara en kolay ulaşılacak çözümler bulmaya çalışan kişiler olarak nitelendirilir (Daft, 2000). Bu noktada örgütsel yapılanma ile belirlenen performans düzeyi arasında da bir ilişki vardır. Her organizasyonun bir yapısı vardır ve organizasyondaki bireylerin davranışları gibi organizasyon performansı da bu yapıdan etkilenir. Bu nedenle organizasyonel

yapılanma organizasyonel bazda hedeflenen performansa ulaşma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Dalton vd., 1980).

Operasyonel performansı ölçmek için farklı kriterler kullanılmaktadır. Operasyonel performansı belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada; “Rakiplere kıyasla teslimat hızı, rakiplerine nazaran ürün birim maliyeti, toplam verimlilik ve genel müşteri memnuniyeti” kriterleri kullanılmıştır. (Shah and Ward, 2003).

Bu çalışmada ise performansın ölçülmesinde: geliştirilen ürün ve hizmetlerin kalitesi, müşteri memnuniyeti, yeni ürün ve hizmet projelerinin sayısı, çalışanların işten aldığı tatmin, çalışanların kuruma bağlılığı, kurumun genel performansı ile nitelikli ve vasıflı personel sayısı kriterleri esas alınmıştır.

2.4. Değişkenler Arası İlişkiler ve Hipotezler

Bir organizasyon içinde tüm davranışların her zaman tatmin edici bir performans seviyesine ulaşmaya yönelik olduğu açıktır (Snow ve Lawrence, 1980). Bu performans seviyesi, her kuruluş için rekabet gücünün bir işaretidir. Birçok çalışmada bağlılık ve güvenin örgütsel performans için gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Mayer ve Gavin, 2005; Rousseau vd. 1998)

Örgütsel bağlılık gibi değişkenlerle güçlü bir şekilde ilişkilendirilmesine rağmen, örgütsel güven kavramsal olarak farklılık göstermektedir. Örgütsel bağlılık kurumsal hedeflerin belirlenmesi ve değerlendirilmesiyle ilgili iken, örgütsel güven çalışanların hedeflerine ve liderlerine olan inançla ilgilidir ve nihayetinde örgütsel eylemin çalışanlara fayda sağlayacağına inanılmaktadır (Gilbert ve Tang, 1998). Örgütsel güvenin sağlandığı ortamlarda çalışanların talep ve ihtiyaçları adil bir şekilde karşılanır ve performanslarının karşılık göreceği güvencesi verilir (Paine, 2007).

Örgütsel bağlılık, bir bireyin kendisini ne ölçüde tanımladığını ve dahil olduğu bir organizasyonla ne kadar meşgul olduğunu temsil eder. Bu nedenle, örgütsel bağlılık ne kadar yüksek olursa, çalışanın şirketten gönüllü olarak ayrılma şansı o kadar düşük olur. Bazı araştırmacılar, örgütsel güvenin örgütsel bağlılığın önemli bir göstergesi olduğunu düşünürken, diğerleri iş tatmininin bir bağlılık işareti olduğunu ileri sürmektedir. Örgütsel güven, iş tatmini ve örgütsel bağlılığın tümünün çalışma davranışlarının ve etkili örgütsel bağlılığın bir parçası olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, iş tatmini aynı organizasyon içinde iş değişikliği ile artırılabilirliğinden ve koşullara özgü olduğu için, örgüt-

sel bağlılık ve güven, sonradan ortaya çıkan şirketten ayrılma davranışının daha iyi bir göstergesi olabilir. Bunun yanında bazı araştırmacılar iş tatminin örgütsel bağlılığın birçok bileşeninden biri olduğuna inanmaktadır (Gilbert ve Tang, 1998). Sonuç olarak, örgüt tarafından adil muamele ve destek algısı, güven tarafından yaratılan örgütsel bağlılığı da etkileyebilmektedir (Neves ve Caetano, 2006).

Darrrough (2006), örgütsel güven ile örgütsel bağlılık arasında güçlü bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Örgütsel güven, örgütsel değerlerin, amaçların ve hedeflerin paylaşılmasında önemli bir etkidir. Şüpheli durumda örgütsel değerlerin, amaçların ve hedeflerin paylaşımı sınırlıdır ve çalışanın bağlılığı da ilgi alanlarına dayalı bir ilişkidir. Örgütsel bağlılık örgütsel güvene dayanmalı aksine bir çıkar ilişkisine dayanmamalıdır. Örgütsel güven, çalışan verimliliğini artırarak örgütsel bağlılığı güçlendirir (Kaneshiro 2008). Özellikle örgütsel güven; bireysel ve ekip performansı, bağlılık, problem çözme, bilgi paylaşımı ve iletişim gibi davranışsal ve performans sonuçlarının sağlanmasında etkilidir.

Çalışanların organizasyon tarafından kendilerine sağladığı desteğe yönelik algıları, liderin doğru sözlü olacağına ve sözünde duracağına olan inancı olarak tanımlanan (Mishra ve Morrissey, 1990) örgütsel güven; takipçileri ve liderleri birbirine bağlayan duygusal bir araç olarak nitelendirilmekte, genellikle ekonomik performans ve örgütsel hedeflerin başarısı ile ilişkilendirilmektedir (Covey ve Merrill, 2010).

Örgütlerde güvene dayalı ilişkilerin kurulması, çalışanların liderlerine, çalışma arkadaşlarına ve bir bütün olarak örgütlerine güven duyması; örgütlerine duygusal açıdan bağlı, kendilerini örgütleri içinde tanımlayabilen, işlerinden tatmin olan ve örgütlerinden ayrılmayı istemeyen çalışanlar yaratabilir. Örgüte olan güven, örgüt içerisindeki her türlü faaliyetin açık ya da şeffaf bir şekilde gerçekleştirilmesiyle mümkün olabilecektir (Tan ve Lim, 2009). Bunlara rağmen iş hayatında güvenin geliştirilmesi karmaşık ve oldukça zor bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Çalışanlar arasındaki güven ilişkisini olumlu yönde geliştirmek için karar alma süreçleri ve performans dayalı ödül sistemleri adil bir şekilde yapılandırılmalıdır. (İşcan ve Sayın, 2010). Ayrıca yöneticiler bilgi ve tecrübeyi arttırmaya yönelik eğitimlere ağırlık verip, işbirliğine dayalı bir örgütlenme sürecini gerçekleştirerek çalışanların kendilerine güven duymalarını sağlayabilirler (Chowdhury, 2005).

Çalışanlar samimiyet, sosyal ihtiyaçlar, ortak ilgi alanları, saygı duyulma, güvende hissetme gibi gereksinimler nedeniyle bir gruba üye olabilirler. Grup üyeleri arasında bir bağlılık, sahiplenme ve grup dina-

miği oluşur. Yabancılaşma durumunda ise çalışanın motivasyonu ve iş başarımı azalarak örgüte olan bağlılığı ve verimliliği olumsuz yönde etkilenir. Bu nedenlerle çalışma arkadaşlarına güvenmek örgütsel başarı için son derece önemlidir. Ayrıca çalışma arkadaşları arasındaki güven ne kadar fazla olursa, örgüt içerisinde kontrol etme ve edilme ihtiyacı o ölçüde az hissedilmektedir (Neves ve Caetano, 2006; Leifer ve Mills, 1996). Mayer ve diğerlerine göre çalışanlar, ancak olumlu beklentiler içinde olduklarında karşı tarafa güvenirlir ve beklentilerinin karşılanmaması riskini gönüllü olarak üstlenirler, aynı zamanda bu beklentileri yerine getirmeleri için de karşı tarafı zorlayamaz ve kontrol altına alamazlar (Mayer vd., 1995). Costa vd., (2001) güvensizliğin hâkim olduğu ortamlarda çalışanların aşırı stresli oldukları, iş tatminlerinin ve performans algılarının düşük oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Yöneticiye güven, örgütsel bağlılık ve operasyonel performans değişkenleri arasında var olan ve yukarıda tartışılan değişkenler arası ilişkilere dayanarak aşağıdaki hipotezler ileri sürülmüştür:

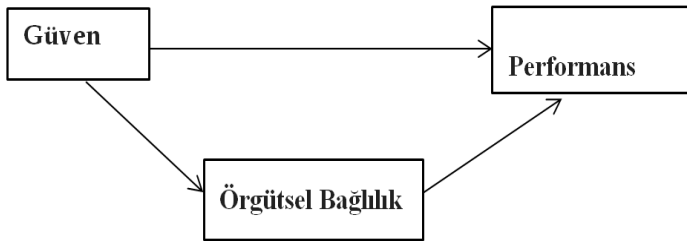
H1: Güven, örgütsel bağlılık üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.

H2: Güven, performans üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.

H3: Örgütsel bağlılık, performans üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.

2.5. Teorik Model

Literatür taraması ve araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen teorik model Şekil-1’de gösterilmektedir.



Şekil 1.

Araştırmanın teorik modeli

3. Çalışmanın Amacı

Yabancı literatürde birçok çalışma olmasına rağmen ulusal düzeyde güven, örgütsel bağlılık ve performans arasındaki ilişkiyi araştıran çok

az araştırma yapılmıştır. Yukarıda belirtilen değişkenler arasındaki ilişki incelenmeye çalışılan bu araştırmanı ulusal literatürdeki boşluğu doldurmaya katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada, “Çalışma ortamlarında güvenin ve örgütsel bağlılığın performansa etkisi nedir?” sorusunun cevabını bulmaya çalışılmıştır. Bu nedenle aşağıdaki sorulara cevaplar aranmıştır::

- Çalışma ortamlarında algılanan “güven” düzeyi nedir?
- Örgütsel bağlılık ne düzeydedir?
- Güven ve örgütsel bağlılık, performansın önemli bir göstergesi midir?

4. Yöntem

4.1. Çalışma Modeli

Bu çalışma ilişkisel tarama modelindedir. İlişkisel tarama modeli, iki veya daha fazla değişkenin birlikte değişimini veya düzeyini araştıran bir tarama modeli türüdür (Karasar, 1999, Büyüköztürk vd., 2010).

4.2. Örneklem

Araştırmada örneklem belirlenirken amaçsal yöntem kullanılmıştır. Bu doğrultuda kamu kurumlarının merkez ve taşra teşkilatlarında görev yapan ve bir yönetici bağlı olarak çalışan 260 devlet memuru araştırmanın örneklemi oluşturmuştur.

4.3. Verilerin toplanması ve analizi

Verilerin analizi SPSS ve AMOS istatistik programları kullanılarak yapılmıştır. Değişkenler üzerinde SPSS programında aritmetik ortalama (X), standart sapma (s), frekans (f), yüzde (%) ve Pearson moment korelasyon analizi yapılmıştır.

Değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkilerinin değerlendirildiği model, AMOS programında yol analizi tekniği kullanılarak test edilmiş ve sonuçlar raporlanmıştır. Çalışmada anlamlılık düzeyi $p < .05$ olarak belirlenmiştir.

Tablo 1
Demografik Profil

		n	%
Cinsiyet	Erkek	158	60.7
	Kadın	102	39,3
Eğitim	Lisans	169	65
	Lisansüstü	91	35

4.4. Ölçümler

“Güven” ve “Örgütsel Bağlılık” değişkenlerine yönelik kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), ne katılıyorum ne de katılmıyorum (3), katılıyorum (4), kesinlikle katılıyorum (5) arasında; “Performans” değişkeni için ise çok zayıf (1), zayıf (2), orta (3), iyi (4), Çok iyi (5) arasında 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır

Araştırmada verilerin toplanmasında üç farklı ölçeği içeren anket formu kullanılarak veri toplanmıştır. “Güven” değişkeni Rich (1997) tarafından geliştirilen ölçekten dört madde kullanılarak ölçülmüştür ($\alpha = 0.90$). Bir maddeye örnek olarak “TR1: Yöneticim asla çalışanları aldatarak bir avantaj elde etmeye çalışmaz” şeklindedir. “Örgütsel Bağlılık” değişkeni Meyer vd. (1993), ($\alpha = 0.89$) tarafından geliştirilen ölçekten yirmi madde kullanılarak ölçülmüştür (Örnek: “ACS1: Kariyerimin geri kalanını çalıştığım kurumda geçirmekten çok mutlu olurum.”. “Performans” değişkeni ise Banker vd. (1996), Flynn vd. (1995), Hendricks ve Singhal tarafından geliştirilen ölçekteki yedi madde kullanılarak ölçülmüştür. (1997), Upton (1997), ($\alpha = 0.94$), (Örnek “PER1: Kurum personelinin nitelik ve vasıfları.)

Yapı geçerliliği, Hair ve diğerlerinin dört tavsiyesi kullanılarak ölçülmüştür. (2009). Buna göre; tüm öğeler için standartlaştırılmış yüklenme tahminleri 0.5’in üzerindedir. Varyans tahminleri, yakınsak geçerliliği gösteren 0.5’in üzerindedir. Her değişken için yapı güvenilirliği 0.7’ nin üzerindedir. Faktörler arasındaki varyans tahminleri, faktörler arasındaki korelasyonların karesinden daha büyüktür.

Tablo 2
Faktör Analizi

Rotated Component Matrix					
	Component				
	1	2	3	4	5
ACS5: Çalıştığım kurumda kendimi “ailenin bir parçası” gibi hissediyorum.	,909				
ACS4: Çalıştığım kuruma duygusal olarak bağlı hissediyorum.	,899				
ACS6: Çalıştığım kurumun benim için büyük bir kişisel anlamı var.	,888				
ACS3: Çalıştığım kuruma güçlü bir aidiyet hissediyorum.	,886				
ACS2: Çalıştığım kurumun sorunları bana aitmiş gibi hissediyorum.	,797				

ACS1: Kariyerimin geri kalanını çalıştığım kurumda geçirmekten çok mutlu olurum.	, 794
PER5: Geliştirilen ürün ve hizmetlerin kalitesi	, 898
PER6: Müşteri memnuniyeti.	, 886
PER4 : Yeni ürün ve hizmet projelerinin sayısı	, 878
PER3 : Kurumumda çalışanların işten aldığı tatmin	, 864
PER7: Kuruluşun genel performansı yüksektir.	, 819
PER2 : Çalıştığım kurumda personelin kuruma bağlılığı yüksektir	, 813
PER1: Kurum personelinin nitelik ve vasıfları.	, 770
TR3: Yöneticimin bana her zaman adil davranmaya çalışacağından oldukça eminim.	, 851
TR4: Yöneticime karşı güçlü bir sadakat duygum var.	, 834
TR2: Yöneticime güçlü bir bağlılık hissediyorum.	, 786
TR1: Yöneticim asla işçileri aldatarak bir avantaj elde etmeye çalışmaz.	, 683
NCS3: Kuruluşumdan şimdi ayrılırsam kendimi suçlu hissederim.	, 817
NCS4: Kuruluşumdan şu anda ayrılmam çünkü içindeki insanlara karşı bir yükümlülük duygum var.	, 760
NCS2: Avantajım olsa bile, şimdi organizasyonumdan ayrılmanın doğru olacağını düşünmüyorum.	, 720
NCS6: Organizasyonuma çok şey borçluyum.	, 603
CCS6: Bu organizasyondan ayrılmanın birkaç sonucundan biri, mevcut alternatiflerin azlığı olacaktır.	, 842
CCS5: Bu organizasyona kendimden çok şey katmamış olsaydım. Başka bir yerde çalışmayı düşünebilirim.	, 719
CCS1: Şu anda, organizasyonumda kalmak arzu kadar bir zorunluluk meselesi.	, 696
CCS3: Kuruluşumdan şimdi ayrılmaya karar verirsem, hayatımın çoğu altüst olur.	, 657
Extraction Method: Principal Component Analysis.	
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.	
Total Variance Explained: 74,638	

4.5. Analiz Sonuçları ve bulgular

Bu bölümde, değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler, değişkenler arasındaki ilişkiler, uyum indekslerinin iyiliği, hipotez testleri ve Demografik Profile Göre Değişimler verilmiştir.

Tablo 3
Korelasyonlar, Güvenilirlik Katsayıları ve Tanımlayıcı İstatistikler

	Mean	Std. Deviation	Alpha	1	2	3
Güven	3,63	, 729	$\alpha = ,908$	1		
Örgütsel Bağlılık	3,18	, 608	$\alpha = ,899$	, 512 **	1	
Performans	3,35	, 642	$\alpha = ,948$	, 486 **	, 349 **	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 3’e göre ortalamalar bakımından “Örgütsel Bağlılık” ($\bar{x} = 3.18$) ve “Performans” ($\bar{x} = 3 , 35$) değişkenleri “Güven” değişkenine göre daha düşük değerlere sahiptir. ($\bar{x} = 3,63$). Korelasyon analizine göre en yüksek ilişki “Güven” ile “Örgütsel Bağlılık” arasında, en düşük ilişki “Güven” ile “Performans” değişkenleri arasındadır.

Analiz sürecinde öncelikle ölçüm modelini test edilmiştir. Doğrulamalı faktör analizi (DFA) sonuçları ve verilerin modelle iyi uyum gösterdiğini doğrulamaktadır. (Byrne, 1994; Schermelleh -Engel ve Moosbrugger , 2003):

Tablo 4
Uyum İndekslerinin İyiliği (Goodness Of Fit Indices)

χ^2	df	p	CFI	NFI	GFI	AGFI	RMSEA
282,19	181	0,00	97	0,94	0,91	0,88	0,05

Tablo 5
Hipotez Testleri

		Estimate	S.E.	T value	P
H1	Güven → Örgütsel Bağlılık	, 763	, 120	8.706	***
H2	Örgütsel Bağlılık → Performans	, 210	, 087	1.556	, 120
H3	Güven → Performans	, 343	, 112	2.934	, 003

Sonuçlar “H1: Güven, örgütsel bağlılık üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.” Hipotezini desteklemekte, “H2: Güven, performans üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.” İle “H3: Örgütsel bağlılık, performans üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir.” Hipotezlerini desteklememektedir. Bunun yanında oluşturulan modelin örgütsel bağlılıktaki değişimin % 58’ini açıkladığı ($R^2 = 0 , 58$) belirlenmiştir.

Tablo 6
Demografik Profile Göre Değişimler

	Güven → Örgütsel bağlılık		Güven → Performans		Örgütsel Bağlılık → Performans	
	Est.	T value	Est.	T value	Est.	T value
Tüm Veri	, 76	8,69	, 34	2,93	, 19	1.55
Cinsiyet	Erkek , 79	6,90	, 36	2,24	, 19	1,10
	Kadın , 71	4,93	, 34	1,91	, 18	, 93
Eğitim	Lisans , 70	6,18	, 32	2,45	, 20	1,42
	Lisansüstü , 85	5,93	, 64	2,54	, 11	, 46

“Güven”, “Örgütsel Bağlılık” ve “Performans” değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkilerinin Demografik profile göre değişim durumlarının incelendiği analize göre; cinsiyet değişkenine göre güven, örgütsel bağlılık ve performans değişkenlerinin değerlerinde önemli bir farklılaşma görülmemiştir. Ancak eğitim durumuna göre önemli farklılıkların olduğu bulgulanmıştır: Yüksek lisans derecesine sahip çalışanlara göre, güven performansı artırmaktadır. Öte yandan, lisans mezunu katılımcıların verdikleri cevaplara göre örgütsel bağlılık performansı artırmaktadır.

5. Sonuç

Çalışmada elde edilen verilerin analiz sonuçlarına göre güven ile örgütsel bağlılık ve performans arasında pozitif bir ilişki vardır. Kurulan yapısal eşitlik modelinde (YEM) güvenin sadece örgütsel bağlılığı arttırdığı aynı etkiyi performans üzerinde göstermediği belirlenmiştir.

Araştırma bulgularına dayanarak kamu çalışanlarının algıladıkları güven düzeyleri arttıkça, kuruma olan bağlılıklarının da arttığı söylenebilir. Bu doğrultuda sonuçlar çalışma hayatındaki beklenti ve gerekliliklerle uyum göstermektedir. Günümüz iş dünyasında sürdürülebilir başarıyı hedefleyen ve değişime açık kuruluşlar açısından insan kaynaklarının önemi gittikçe artmaktadır. İnsan kaynağının çalışma ortamlarında en üst düzeyde kullanılması ancak çalışanların güveni ve bağlılığı ile mümkün olmaktadır. Kuruluşlar, hızlı değişikliklere yanıt verebilmek için çalışanlarının güven ve sadakatlarını artırmanın yollarını aramaktadırlar. Bununla birlikte araştırma bulguları, örgütsel bağlılık ve güven düzeyinin performans üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını göstermiştir.

Kamu kurumlarında görev yapan çalışanlara yönelik gerçekleştirilen bu çalışmada elde edilen sonuçlara dayanarak kurumlara, yöneticilere ve araştırmacılara aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

- Yönetmel güven de dahil olmak üzere örgütsel güven, çalışanlara ait oldukları kuruluşun bireysel beklentilerine göre davranılacağına dair inançlar olarak tanımlanır. Bireysel beklentilerini karşılamayan çalışanların bir süre sonra güvensizlik duygusu yaşamaları kaçınılmazdır. Bu sebeple örgütsel strateji, vizyon, hedef ve amaçlar ile çalışanların bireysel beklentilerinin mümkün olduğunca yakınlaştırılması gerekmektedir.

- Örgütsel güven kazanılması zor kaybedilmesi kolay ve maliyetli bir değerdir. Bu nedenle kurumlar ve yöneticiler çalışanların “güven” duygusuna güçlendirecek alanlara yatırım yapmalıdır.

- İlgili değişkenlere yönelik sonraki çalışmalarda kamu-özel sektör karşılaştırmaları incelenebilir. Ayrıca güvenin farklı tür ve boyutlarına yönelik araştırmalar yapılabilir. Bu çalışmada beklenilenin aksine güven ve örgütsel bağlılığın performansı etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bunu güçlendirecek daha fazla araştırmaya ve kanıta ihtiyaç duyulmaktadır.

Kaynaklar

- Agarwal, D., (1997). An Empirical investigation of the impact of advanced manufacturing technology on business performance. Ph.D Dissertation, the City University of New York.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1996). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: An examination of construct validity. *Journal of Vocational Behavior*. 49, 252–276.
- Allen, N. J., Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Banker, R.D., Field, J.M., Schroeder, R.G., Sinha, K.K., (1996). Impact of work teams on manufacturing performance: a longitudinal field study. *Academy of Management Journal* 39 (4), 867–890.
- Bhattacharya, R., Devinney, T. M., & Pillutla, M. M. (1998). A formal model of trust based on outcomes. *Academy of Management Review*, 23 (3), 459-472.
- Braun, Charles. (1997). Organizational infidelity: How violations of trust affect the employeeemployer relationship. *The Academy of Management Executive*, 4, 11 & 94.
- Butler, J. K. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of conditions of trust inventory. *Journal of Management*, 17, 643-663.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem-A Yayınları.
- Byrne B. M., (1994). *Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Chowdhury, S. (2005). The role of affect- and cognition-based trust in complex knowledge sharing, *Journal of Managerial Issues*, 22(3), 310-326.
- Cook J., Wall T., (1980), New Work Attitude Measures of Trust, In *Journal of Occupational Psychology*, “Organizational Commitment And Personal Need Nonfulfillment”, 53, 39-52.
- Costa, A. C., Roe, R. A., Taillieu, T., (2001). Trust within teams: The relation with performance effectiveness. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 10: 3.
- Covey S. M. R., Merrill R. R., (2010). *The Speed of Trust: The One Thing That Changes Everything*.
- Daft, R.L., (2000). *Management*. 5th ed., New York: The Dryden Press.

- Dalton, D., Todor, W., Spedolini, M., Fielding, G., Porter, L., (1980). Organization structure and performance: a critical review. *Acad. Manage. Rev.*, 5(1): 49-64.
- Darrough, O. G., (2006). An Examination of the Relationship Between Organizational Trust and Organizational Commitment in the Workforce. A Dissertation Submitted to the H. Wayne Huizenga School of Business and Entrepreneurship Nova Southeastern University.
- Dirks, K. T. and Ferrin D. L., (2001). The Role of Trust in Organizational Settings. *Organization Science*
- Doney P.M.; Cannon, J.P.; (1997). An Examination of The Nature Of Trust n Buyer-Seller Relationships. *Journal Of Marketing*, 61(2): 35-51
- Driscoll, J.W. (1978). Trust and participation in organizational decision making as predictors of satisfaction. *Academy of Management Journal*, 21 (1), 44-56.
- Flynn, B.B., Schroeder, R.G., Sakakibara, S., (1995). The impact of quality management practices on performance and competitive advantage. *Decision Sciences* 26 (5), 659–691.
- Gambetta D. (Ed.), (1988). *Trust: Making and breaking cooperative relationships.*, New York: Basil Blackwell.
- Giffin, K. (1967). The contribution of studies of source credibility to a theory of interpersonal trust and the communication process. *Psychological Bulletin*, 68: 104-120.
- Gilbert, J.A. & Tang, T.Li-Ping. An examination of organizational trust antecedents. *Public Personnel Management*. 27: 3, 1998, 321-338.
- Greenberg, J. (1990). Looking fair versus being fair: managing impressions of organizational justice. *Research in Organizational Behavior*, 12 (1) 11-157.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson R. L., (2009). *Multivariate data analysis* (6th ed.), Prentice Hall, Upper Saddle, NJ.
- Hendricks, K.B., Singhal, V.R., (1997). Does implementing an effective TQM program actually improve operating performance? *Management Science* 43 (9), 1258–1274.
- Hosmer L. T., (1995). Trust: The connecting link between organization theory philosophical ethics. *Academy of Management Review* 20(2), 379–403.
- Kaneshiro, P., (2008). Analyzing the organizational justice, trust and commitment in a public organization. Unpublished dissertations, Northcentral University Graduate Faculty of The Department of Business and Technology Management, Arizona.
- Karasar N., (1999). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.

- Lee, K., Allen, N. J., Meyer, J. P. & Rhee, K. Y. (2001). The three-component model of organisational commitment: An application to south korea. *Applied Psychology: An International Review*, 50 (4), 596-614.
- Leifer R, Mills PK (1996). An information processing approach for deciding upon control strategies and reducing control loss in emerging organizations. *J of Manag* 22:113–137
- Lewicki R.J., Bunker B. B., (1996). Developing and maintaining trust in work relationships. In R. M. Kramer, T. R. Tyler (Eds.). *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*. London: Sage.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power: Two Works*. New York: John Wiley&Sons.
- Mayer, R. C., Gavin, M. B., (2005). Trust in management and performance: Who minds the shop while the employees watch the boss? *Academy of Management Journal*, 48, 874 – 888.
- Mayer, R.C., Davis J.H., Schoorman, F. D., (1995). An integrative model of organizational trust”, *Academy of Management Review*, 20, 709-734.
- McAllister D., (1995), Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.
- McInnis, K. J., Meyer, J. P. & Feldman, S. (2009). Psychological contracts and their implications for commitment: A feature-based approach. *Journal of Vocational Behavior*, 74 (2), 165-180.
- Mcknight, D.H., Cummings, L.L., Chervany, N. L., (1998), Initial trust formation in new organizational relationships, *Academy of Management Review*, 23 (3), 473-490. ss.
- Meyer, J. P, Allen, N.J., Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.
- Meyer, J. P. & Maltin, E. R. (2010). Employee commitment and well-being: A critical review, theoretical framework and research agenda. *Journal of Vocational Behavior*, 77 (2), 323-337.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
- Meyer, J. P., Allen, N.J. (1984). Testing the “side-bet theory” of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69, 372-378.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Jackson, T. A., McInnis, K. J., Maltin, E. R. & Sheppard, L. (2012). Affective, normative, and continuance commitment levels across cultures: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 80 (2), 225-245.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. McGraw

- Meyer, J. P., Stanley, L. J. & Parfyonova, N. M. (2012). Employee commitment in context: The nature and implication of commitment profiles. *Journal of Vocational Behavior*, 80 (1), 1-16.
- Mishra J., Morrissey M. A., (1990). Trust in Employee-Employer Relationships: A Survey of West Michigan Managers. *Personnel Management*. 19, 443-485.
- Mowday, R., Porter, L. and Steers, R. (1982) *Employee—Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*. Academic Press, New York.
- Neves, P., & Caetano, A. (2006). Social Exchange Processes in Organizational Change: The Roles of Trust and Control. *Journal of Change Management*, 6, 351-364.
- Paine, K. D., (2007). *How to Measure Social Media Relations: The More Things Change, the More They Remain the Same*. Published by the Institute for Public Relations.
- Paliszkiewicz J., (2011). Inter-organizational trust: Conceptualization and measurement”, *International Journal of Performance Measurement*, 1, 15-28.
- Rich, G., (1997). The sales manager as a role model: Effects on trust, job satisfaction, and performance of salespeople. *A Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Richard, J. P., Timothy, D., George, Y., Gerry, J., (2009). *Measuring Organizational Performance: Towards Methodological Best Practice*. *Journal of Management*.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., Camerer, C., (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23, 393– 404.
- Sashkin, M. (1990). *The visionary leader trainer guide: Leader behavior questionnaire* (3rd ed.). Washington, DC: Organization Design & Development, Inc.
- Schermelleh-Engel K., Moosbrugger, H., (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2): 23-74.
- Shah, Rachana. ve Ward, Peter.T., (2003). Lean manufacturing: context, practice bundles and performance. *Journal of Operations Management*, 21, 129-49.
- Shaw, R.B. (1997). *Trust in balance: building successful organizations on results, integrity and concern*. Jossey-Boss Publishers, San Francisco
- Shockley-Zalabak, P., & Ellis, K., & Winograd, G. (2000). Organizational trust: What it means, why it matters. *Organization Development Journal*, 18(4), 35–48.

- Snow, C., Hrebiniak, L., (1980). Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance. *Administrative Science Quarterly*, 25(2), 317-336.
- Starnes, B. J. & Truhon, S. (2006). A Primer on organizational commitment. Human Development and Leadership Division. <http://asqhdandl.org/index.html>.
- Suthar, B.K., Chakravarthi, T. L., Pradhan, S., (2014). Impacts of job analysis on organizational performance: an inquiry on Indian public sector enterprises. In *Procedia Economics and Finance*, Volume 11.
- Tan, H. H., & Lim, A. K. H. (2009). Trust in coworkers and trust in organization. *The Journal of Psychology*, 143, 45-66.
- Taylor, R. G. (1989). The role of trust in labor-management relations. *Organization Development Journal*, 7: 85-89.
- Tourish, D, N. Paulsen, E. Hobman, and P. Bordia (2004). The downsides of downsizing: Communication processes and information needs in the aftermath of a workforce reduction strategy. *Management Communication Quarterly*, 17, 485-516.
- Upton, D. M., (1997). Process range in manufacturing: an empirical study of flexibility. *Management Science* 43 (8), 1079–1092.
- Williams, B., (1988). Formal structures and social reality. in D. Gambetta (ed) *Trust: Making and breaking cooperative relations*, Oxford: Basil Blackwell: 3-13.
- Worchel, P., (1979). Trust and distrust. In G.W. Austin ve S Worchel (Eds.), *The Social Psychology and Intergroup Relations*, Belmont, CA: Wadsworth.
- Zaheer A, McEvily B, Perrone V. (1998). Does trust matter? exploring the effects of interorganizational and interpersonal trust on performance. *Organization Science* 9: 141–159.

Bölüm 37

ÇEVRESEL SORUNLARA YÖNELİK ÜRETİM İŞLETMELERİ İÇİN MİKRO DÜZEYDE BİR ÇÖZÜM ÖNERİSİ: ÇEVRE MUHASEBESİ



Servet ÖZKAN¹

Dr. Mehmet Münip BABUR²

Süleyman ELÇİ³

1 Öğretim Görevlisi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, servetozkan@yyu.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-8101-9173

2 Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Bölümü mezunu, munipbabur@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7614-8579 (Sorumlu Yazar)

3 Doktora Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Bilim Dalı, suleymanelci65@gmail.com, ORCID No: 0000-0002-0124-4950

GİRİŞ

17. YY Bilimsel Devrim, 18. YY Aydınlanma Düşüncesi, 19. YY Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi modernite olarak adlandırılan sosyal, politik, ekonomik ve kültürel bir yapı kurmuştur. Bu alanlarda kurulan yapı, Ortaçağ düşüncesi ve yapılarından farklı bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Başta Batı medeniyeti olmak üzere Küre üzerinde derecesi değişmekle birlikte tüm diğer bölge ve yapıları da etkileyerek dönüştürmüştür. Ancak bir süre sonra bu yeni yapılar çelişki ve karşıtlarını da üretmiş, sorunları gün yüzüne çıkmaya başlamıştır. Bu anlamda ekonomi de klasik mal, ticaret, finans ekonomilerinden sonra bilgi ekonomilerine doğru evrilmeye başlamıştır. Bilgi ekonomilerine ilişkin ilk belirtiler, 1960'lardan itibaren Aydınlanma, İlerleme ve bunlara dayalı düşünce, kurum ve yapılara karşı tereddütler ortaya çıkmıştır. 2000'li yıllardan itibaren güçlenerek ve şimdilerde “yeni normal” koşullarında bilgi temelli yapılar ve özellikle yeni ekonomi sözkonusu edilir olmuştur. Klasik ekonomide doğa üretim araçlarının başında geliyordu. Bu kaynak neredeyse sorunsuzca uzun dönemler boyunca ekonomik amaçlarla kullanılmıştır. Ancak bu kullanımların doğaya ve sonrasında insana olumsuz etkileri ortaya çıktı. Bu olumsuzluklar çevresel bilincin artmasına yol açmıştır. Bu bilinç ve duyarlılık, sosyal teorilerde bir ‘yeşillenme’yi beraberinde getirmiştir. Çevre hareketleri ortaya çıkmış ve bu hareketler partileşerek Batı Avrupa demokrasilerinde ve AB parlamentosunda temsil imkanı bulmuştur. ‘Vulgar’ kapitalizmine karşı ‘yeşil kapitalizm’ gündeme getirilmeye başlanmış ve hem ulusal hem de uluslararası anlaşmalarla ülkelere ve işletmelere çevresel sorunlara karşı önlemler alma yükümlülükleri getirilmiştir.

Bir problem olarak ortaya çıkan ve giderek ağırlaşan çevre sorunları, bu sorunların işletmeler, ülkeler ve küre açısından ortaya çıkardıkları maliyetler sözkonusudur. Muhasebe kavramlarından biri olan sosyal sorumluluk, insan, doğa, toplum, işletme, taraflar ve devletin haklarının korunması ve duyarlılığın arttırılması öngörüsünden hareketle sosyal bilincin oluşması ve herkesin bu bilinçle hareket etmesi üzerine şekillenmiştir. Özellikle işletmeler açısından hem bir maliyet unsuru hem de bir pazarlama strateji olarak kullanılabilen çevresel sorunlara duyarlılıkların muhasebeleştirilmesine ilişkin önerilen uzmanlık muhasebelerinden biri çevre muhasebesidir. Çevre muhasebesi, hem bir maliyet muhasebesi hem de bir yönetim muhasebesi alt muhasebe dalı olarak çevreye duyarlılıkların, çevresel maliyetlerin, çevresel pazarlamanın bir aracı olarak kullanılmaktadır.

Çevre muhasebesinin uygulanabilmesi için öncelikle Tekdüzen Hesap Planı'nda bir değişikliğin yapılması gerekmektedir. Hesap planında boş bulunan 0 ve 8 no.lu hesaplar bu amaçla kullanılabileceği gibi, ilgili hesaplarda alt hesapların standartlaştırılması ve kullanım zorunluluğunun getirilmesi çevre bilincini artıracaktır.

1. SANAYİ TOPLUMUNDAN BİLGİ TOPLUMUNA GEÇİŞ

Tarihte farklı sıklıklarda büyük değişiklikler meydana gelmekte adeta her seferinde yeni bir dünya kurulmaktadır. Değişim Drucker'ın (1993:9) "sınır" dediği şeyin aşılmasıyla bir yeni yapılanma, dünya görüşü, temel değerler, sosyal, politik ve ekonomik yapı, kültür, kilit kurum ve kuruluşların değişmesiyle ortaya çıkmaktadır. Ancak son dönemlerde değişim aralıkları oldukça kısalmış, değişim küreselleşme olgusuyla birlikte yayılmıştır. Kapitalizm sonrası toplumun en büyük kaynağının bilgi olacağını öngören Drucker'a (1993:13) göre, bu toplum örgütlü bir toplum olup ulus devletin de bir parçası olduğu hem küresel hem de oldukça yerelleşmiş aşiret tipi örgütlenmelerin bir arada görüldüğü yapıda olacaktır. Buradan hareketle, bilgi toplumu hem bilgi hem de kuruluşlar toplumdur (Drucker, 1993:298).

Sanayi sonrası bilgi temelli yeni topluma ilişkin Porat'ın (1977) "bilgi toplumu" (information society), Touraine'ın (1971) ve Bell'in (1976) "sanayi sonrası toplumu", Castells'in (2008) "ağ/bilgi toplumu" gibi isimlendirmeleri vardır. Bilgi toplumlarında bilgi piyasa kurallarına tabi olarak ticari bir meta/hizmet gibi mübadelelerin konusu haline gelmiştir. Bilginin özlü bir temsili ile bilgi unsurları ve aralarındaki ilişkilerden oluşan bilgi yapıları (Burgin, 2017) sanayi sonrası toplumda devam eden bir değişim süreci içinde bulunmaktadır. Küresel bilgi toplumları eskinin dikey bilgi yapılarından ziyade yatay bilgi yapıları temeline dayanmakta ve bu yeni bilgi yapısını "bilenler"ın (knowers) sosyal kategorilerine ve toplumsal eşitsiz güç ilişkisi tecrübelerine dayalı olarak yüksek düzeyde bir bölümlenmeye giderek özelleştirmektedir (Moore, 2007:50).

Piyasalardaki aktörler arasında bilginin eşitsiz dağılımına işaret eden "bilgi asimetrisi" (Akerlof, 1970:490) sözkonusudur. Bu nedenle bilgi üzerinden yerel veya küresel düzeyde dayanışmalar ve mücadeleler sözkonusudur. Bilgi toplumlarında büyük bilgilerin toplanması, analizi ve değerlendirmesi olası hale gelmiştir. Bu şekilde elde edilen bilgiler, bilgi kaynaklarının büyük kısmını oluşturan bireyler ve insan topluluklarının bilgilendirilmeleri veya açık rızaları olmadan kullanılabilmektedir.

Platon ve Aristoteles'ten günümüze politik ve sosyal kuramların güç/iktidar kavramına odaklandığını ileri süren Drucker'a (1993:141) göre, ancak kapitalizm ötesi toplumun enformasyonunu ve yapılanmasını "sorumluluk" ilkesi sağlayacaktır. Bu nedenle bilgi toplumu ve ekonomisi *sorumluluğa* dayalı bir yapı olmayı gerektirmektedir. Bu sorumluluk *sosyal sorumluluğu* da kapsamaktadır. Neticede bu toplumda oyuncular sorumluluk almayı bilmek zorundadırlar (Drucker, 1996:243).

2. BİLGİ EKONOMİSİ YAKLAŞIMI

Bilginin ekonomik anlamda bir değer olduğu geçmişte de yadsınan bir durum olmayıp "ekonomik insan"ın seçimlerinin 'bilgiye dayalı' olduğu varsayılıyordu. Bu varsayım klasik ekonominin temel ve kurucu bir ilkesiydi. Ancak günümüzde hem ekonomi hem de ekonomi bilimi üzerinde bilginin rolü ve ağırlığı belirleyici bir konuma gelmiştir (Machlup, 1984). Bu konumu da giderek güçlenmektedir.

1990'lardan itibaren Drucker'a (1993:17-18) göre, kapitalizm ve Marksizmin her ikisini aşan yeni ve farklı bir toplum ortaya çıkmaktadır. Bu yeni yapıda, ekonomik anlamda "üretim araçları" artık "sermaye", doğal kaynaklar "toprak" ve emek değil giderek daha fazla olacak şekilde bilgi olmuştur. Bu yeni ekonomik sistem serbest piyasa mekanizmasını kullanmaya devam etmektedir. Bilgi ekonomisinde bilgi yöneticileri ve bilgi işçileri vardır. Ancak bu yeni gruplar üretim araçlarından ve üretim olanaklarından soyutlanmış değerlerdir. Bilgi ekonomisinde kapitalizmin burjuva ve proleter sınıflarının yerini bilgiye dayalı sınıflar alacaktır (Drucker, 1993:16). Yeni ekonominin farklı yönlerine ilişkin öngörüler sözkonusu olmuştur. Bunlardan biri "bilgi kapitalizmi" (Burton-Jones, 2003) ve bir diğeri "bilgi sosyalizmi" (Peters, 2021) kavramlarıdır. Yeni ekonominin farklı taraflarına bakmaktan kaynaklanan bu terimler, gelecekte yeni ekonominin gidişatına ilişkin beklentileri yansıtmaktadır.

Bilgiye dayalı ekonominin ortaya çıkmasını sağlayan koşullardan biri bilgi yapısının değişmesidir. Bu nedenle küresel bilgi toplumunun ekonomisi de yeni tipte bir ekonomidir. Rooney vd.nin (2005) "bilgi ekonomisi" ve Quah'ın (2003) dijital veya "ağırlıksız" ekonomi olarak isimlendirdiği bu yeni ekonomi, bireyler, işletmeler ve kuruluşlara yararlı veya kullanılabilir bilgiyi sağlayarak sahip oldukları maddi ve maddi olmayan kaynaklardan en yüksek faydayı veya verimi elde etmelerini vaat etmektedir (Geuna, 1999).

1990-2000'lerden itibaren küreselleşmenin sonuçlarının daha bariz

hale gelmesiyle birlikte bilgi ticarileşme ve ekonominin bir kaynağı haline gelmişse de yeni bilgi üretimine adım adım geçişi Meuser & Nagel (2009) 1960'lardan itibaren endüstri toplumu, modernite, ilerlemecilik, bilimselleşme, disiplinleşme mantığına olan inancın sarsılmasından başlatmaktadır. Üniversitelere dayalı klasik bilgi üretim şeklinin yanı sıra *yeni bilgi üretimi (new knowledge production)* (Gibbons vd., 2010) şeklinde farklı aktörler tarafından pratik yönelimi yüksek bir bilginin üretiminin yaygınlaşması bilgiye dayalı ekonominin ortaya çıkışını ve yayılmasını sağlayan etkenlerden biri olmuştur. Bu etken, başka ilişkili birçok başka etkindir biridir. Bu diğer etkenler, küreselleşme, teknolojik gelişmeler, medya ve iletişimdeki ilerlemelerdir. Godin ve Gingras (2000) hastaneler, endüstriler ve laboratuvarlarca bilgi üretiminin yaygınlaşmasına karşın halen kendileri de *girişimci üniversite* uygulamaları kapsamında yeni bilgi üretimi kapsalar da klasik bilgi üretim merkezleri olan üniversitelere bilgi üretimi bakımında bağımlılıkları devam etmektedir. Bilgi toplumunda henüz yeni bir eğitim sisteminin kurulamadığını ileri süren Drucker'a (1993:280) göre, bilgi toplumunda insanların öğrenmeyi öğrenmesi gerekmektedir. Bu sürekli öğrenmeyi ve yenileşmeyi getirdiğinden uzmanlık bilgisinden farklı bir bilgi olan yatay temelli bilgiyi ön plana çıkarmaktadır.

Sanayi Devrimi, modernite ve küreselleşme bir değişim sürecini işaret etmektedir. Ancak bu değişimler sorunsuz bir şekilde olamamıştır. Beraberinde her zaman kendilerinin bir alternatifini de taşımışlardır. Modernite 19. yüzyıl sonrası Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilalinin etkisiyle ortaya çıkmış ve sonrasında yayılmıştır. Modernite olarak yansıyan Batı kültürü, insanoğlunu doğadan ayrı ve üstün bir varlık olarak ele almıştır. Bu nedenle insan merkezci (anthropocentrism) (Hayward, 1997) bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle doğayı fethetmeye, ele geçirmeye, ona kendine boyun eğdirmeye çalışan bir kültürdür. Ekonomik anlamda bu eğilim, doğa kaynaklarının sınırsız bir şekilde ekonomik bir kaynak olarak kullanımı anlamına gelmektedir. Modernite sorunları, tarih, politika, ekonomi ve sosyoloji gibi sosyal bilimlerin konuları arasında yer almaktadır. Düzen, değişim-dönüşüm konuları ve bunlara ilişkin dinamiklerin incelenmesi farklı teoriler ve yaklaşımlara konu edinilmiştir. Bir süreden beri modernite ve sonuçları ile ilgili konuların başında çevreye ilişkin konular yer almaya başlamıştır. Bu anlamda çevre sosyoloji gibi bazı bilim alanlarda alt alan olmayı başarmış ve bilimsel çalışmaların temel bir konusu haline gelmiştir. 1970'lerde güçlü bir sembolik anlama sahip 22 Nisan günü "Dünya Günü" olarak ilan edilmiş (Dunlap & Catton, 1979) ve bu olay çevreye ilişkin bir kısım yasal düzenleme-

lerin başlamasını sağlamıştır. Çevreye bakış uzun bir tarihsel süreçte kaynak yönetimi yaklaşımı çerçevesinden olmuştur (Dunlap & Catton, 1979:246). Bu bakış açısı aynı zamanda 19. Yy Sanayi Devrimi sonrası modernist klasik çevre yaklaşımını yansıtmaktadır. İlk dönemlerde öncelikle, insanın kullanım sürecinde doğal kaynakların çıkarılması, taşınması, kullanılması ve fosil yakıtlar, ormanlar ve balıkçılık gibi kaynakların korunmasına odaklanılmıştır. İkinci olarak, insanların kaynakları tüketim sürecinde ürettiği atıklara odaklanılmıştır. Daha sonra dünyaya habitat olarak diğer tüm canlılar gibi insanoğluna da barınmak, yaşamak, çalışmak, eğlenmek için bir yer sağlamasına odaklanılmıştır (Dunlap & Catton, 1979).

Sosyal bilimlerin en bilinen ikiliklerinden bir kısmı doğa ve insanı karşı taraflara konumlandırmaktadır. Bunlardan en bilineni Kartezyen beden –ruh ikiliği başta olmak üzere doğa-kültür, doğa-insan gibi ikiliklerdir (Dunlap & York, 2019). Bu ikiliklerden ikincilere birincilere göre bir üstünlük tanınarak aralarında hiyerarşi oluşturulmuştur. Sosyal bilimlerin çevreye ve insana bakışını bu ikilikler ve bunlara karşı yapılan eleştiriler oluşturmaktadır. Varlıklar arasında yapılan hiyerarşinin tepesine aydınlanmadan itibaren insan oturtulmuştur. Böylece insana istisnai ve ayrıcalıklı bir yer verilmiştir. Modernitenin temelini bu hiyerarşinin şekillendirdiği ileri sürülmektedir.

Bu yapılandırma, günümüzde çevrenin toleransının sınırına varılması ve güçlü reaksiyonlar göstermesi neticesinde sorgulanmaya başlanmıştır. Özellikle insan kaynaklı çevresel sorunlar bu sorgulanmayı gerekli kılmıştır. Bu nedenle sosyal bilimlerde çevre temaları kendilerine yer bulabilmiş ve teorilerde görünür olmaya başlamışlardır. Marksizmin çevresel bir yeniden okuması olarak “yeşil Marksizm” (Benton, 1996) okuması örneğinde olduğu gibi bir çok klasik sosyal teorilerin çevre ile ilgili yeniden okumaları yapılmıştır. Çevre sorunlarının insani boyutları giderek ağır basmaktadır. Ekonomi başta olmak üzere insan faaliyetleri, küresel iklim değişiklikleri dahil çevre sorunlarının birinci dereceden sorumlusu haline gelmiştir. Buradan hareketle çevresel sorunların başlıca sebeplerinden biri olan kriz içindeki “vulgar” kapitalize (Amin, 2010) bir eleştiri ve düzeltme olarak “yeşil kapitalizm” (Wallis, 2010) ekonomik faaliyetlerin çevresel etkilerine daha duyarlı bir yaklaşımı yansıtmaktadır. Ayrıca çevresel kaygıların yaygınlaşması, özellikle gelişmiş toplum ve ekonomilerde toplumsal hareketlerin en güçlülerinden biri olarak “çevre hareketleri”nin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu hareketler, özellikle Batı Avrupa ülkelerinde politik partilere dönüşmüş ve parlamentolarda temsil imkanına kavuşmuşlardır. Ancak gelişmek-

te olan ülkelerde bu kaygılar nispeten daha sınırlı kalmıştır. Özellikle Batı demokrasi ve ekonomilerinde çevre sorunları, çevre politikalarının konusu olabildiğinden ekolojik demokrasi veya çevresel demokrasiden bahsedilmektedir. Bu anlamda ayrıca çevresel yönetim ve yeşil demokrasi gibi kavramlar literatürde kendine yer bulabilmektedir (Pickering, Bäckstrand, & Schlosberg, 2020).

3. TEMSİLCİLİK TEORİSİ YAKLAŞIMI

Yönetimin son yıllardaki yaklaşımı, muhasebenin agency theory olarak literatürde adlandırılan “temsilcilik teorisi”dir. Temsilcilik bir veya birden çok kişinin karar verme yetkilerini kendi namına hareket etmek üzere başka bir kişi veya kuruluşa devretme işlemi olarak bilinmektedir. Temsil teorisi ise, işletme sahip veya sahipleri ile işletme yöneticileri arasında çıkar ortaklığı anlaşmasının yapılması ve uygulanmasıdır. Bu anlaşmaların temel özelliği, yöneticileri işletme sahiplerinin yararına çalışması için özendirilecek mali sitemlerin geliştirilmesidir. Dışarıdan temsilci olarak atanan yöneticiler, hissedarlardan çok kendi menfaatlerini ve de kendilerini işe alan kişilerin menfaatlerini ön plana alabilirler (Usul, H. 2009).

Bir Kuruluş yaratıcı iş programını, kendi bilimsel ve teknik bilgisini arttırmak ve işinin rekabet gücünün korunmasına katkıda bulunulacak yeni uygulamalar geliştirmek için üstlenir. Bu nedenle araştırma ve geliştirme faaliyetleri maliyetlerinin muhasebe işlemlerinde ele alınış şeklinin açıklanması, finansal tabloları kullananlar için önemlidir (Durmuş, 1992).

4. ÇEVRE MUHASEBESİ İLE İLİŞKİLİ MUHASEBE YAKLAŞIMLARI

4.1. Çevre Muhasebesi İle İlişkili Muhasebe Yaklaşımları

Çevre muhasebesiyle ilişkili yaklaşımların incelenmesine geçmeden önce çevre muhasebesinin amaçlarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

- 1- Olağan muhasebe uygulamalarında ilerlemeler ve gelişmeler sağlamak,
- 2- Olağan muhasebe sistematığı içinde yer alan, gelirleri ve çevresel maliyetlerin ayrı bir tanımını yapmak,
- 3- İşletmelerin ilişkili bulunduğu iç ve dış bilgi kullanıcıları için, yeni formlar geliştirmek ve performans ölçüm raporları hazırlamak,

4- İşletme yönetim kararlarında daha etkin çevresel fayda sağlamak için yeni finansal ve finansal olmayan muhasebe bilgi sistemleri kurmak şeklinde (Güney ve Can, 2015:326).

Amaçlardan yola çıkarak işletmelerin faaliyetleri esnasında çevresel kaygılar nedeniyle çevrenin korumasının yanı sıra çevre kirliliğini önleme amaçlı yüklendikleri maliyetlere genel olarak çevresel maliyetler olarak tanımlandığı görülmektedir. İlk zamanlarda bu çevresel maliyetler atık ürünlerin uzaklaştırılması ve çevre temizliği giderleri olarak algılanmasına karşın şimdilerde çevresel kirlenmeyi önleme alanında günümüzde, çevre kirliliğine karşı önleme çalışmaları, çevresel manada yasal düzenlemeler ve çevre koruma yönetim süreçleri olarak farklı bir bakış açısı kazandırılmıştır. EPA “1995” iki kategoriye ayırmak suretiyle çevresel maliyetlerin değerlendirmesini yapmıştır. Bunların; birincisi İçsel (Özel) Maliyetler: İşletmeler tarafından çevreye üretim nedeniyle zararlar vermemek ya da meydana gelecek zararın en aza indirilmesini amaçlayan doğrudan finansal etki yapan parasal değerler olarak tanımlanmıştır. İkinci kategori ise Dışsal (Sosyal) Maliyetlerdir. Bu maliyetlerin en önemli özelliği dolaylı olmalarıdır. İşletmeleri finansal manada sorumlu tutmamanın yanında birey, çevre ve toplumda meydana getirdiği etkiler anında hesaplanmamaktadır. Fakat, uzun vadede etkilerinin hissedildiği maliyet türüdür. Bu çevre maliyetleri, işletmeler üzerinde doğrudan etki yapmadığından dolayı az gelişmiş ülkeler başta olmak üzere sosyal maliyetler bakımından bu giderleri dikkate almazlar. Bunun sebebi, sosyal maliyetlerin ölçülmesinin güç olmasıdır. Bu nedenle üretim işletmelerinin faaliyetlerinden dolayı meydana gelen çevresel hasarların etkilerinin toplum tarafından üstenilen maliyetlerin anlaşılması ve hesaplanması zorunluluk haline gelmiştir (Aydın ve Gözütok, 2015:246).

Konun önemi bakımından çevre muhasebesinin yeni bir disiplin olarak benimsenmesinin ve uygulanmasının işlerlik kazanabilmesi için diğer muhasebe dallarıyla bağlantısının ortaya konulması gerekmektedir. Günümüzde çevresel sorunların çözümü için bir muhasebe sistemi meydana getirilmesi bir zaruret haline gelmiştir. Bunun nedeni sorunların en önemlileri olan çevresel kaynak kullanılması ile çevrenin kirlenmesi gibi sebeplerden meydana gelen zarar ve maliyetlerin bir muhasebe bilgi sistemi ile izlenmesinin ve kontrol edilmesinin amaçlanmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenlerle çevre muhasebesinin ilişkili olduğu muhasebe yaklaşımlarına değinildikten sonra çevre muhasebesinin teorik çerçevesi ve sistematığı hakkında bilgi verilmesi gerekecektir. Çevresel amaçlı olarak ortaya konulan muhasebe yaklaşımlarının başında dışsal-

lık muhasebesi gelmektedir. Bu muhasebe disiplini adından da anlaşılacağı gibi belli bir gerçek veya tüzel kişiliğin kendi aralarında herhangi bir resmi veya ticari bir ilişki olmadan yaptıkları eylemler nedeniyle bir yarar ya da maliyet meydana getirmeleridir. Bu nedenle bu eylemlerin sonucunda meydana gelen maliyetlere dışsallık denmektedir (Bengü ve Can, 2009:159).

Farklı bir bakış açısıyla çevresel sorunlardan kaynaklanan maliyetler dört kategoriye ayrılabilir. Bu maliyetler; (1) Üreticiden üreticiye yansıtılan dışsal maliyet çeşitleri, (2) Üreticiden tüketiciye yansıtılan dışsal maliyet çeşitleri (3) Tüketiciden tüketiciye yansıtılan dışsal maliyet çeşitleri (4) Tüketiciden üreticiye yansıtılan dışsal maliyet çeşitleri olarak sıralanabilir. Bunun yanı sıra bir kişi ya da kurumun üretim sonucunda başka bir kişi veya kurumun üretim fonksiyonuna bağımsız bir değişken olarak yerleşerek olumlu ya da olumsuz yönde etkilemesi de üretim bakımından dışsallığa örnek teşkil etmektedir (Yetkin, 2013:41). Dışsallık muhasebesinin amacına da ayrıca değinilecek olursa meydana gelen dışsallık maliyetlerinin muhasebe bilgi sistemi içine yerleştirilmek şeklinde içselleştirilmesiyle çevresel sorunların önlenmesinin amaçlanması faaliyetidir. Başka bir anlatımla dışsallık muhasebesi çevre sorunlar bakımından, “ üretimde çevresel kaynakların bir maddi bedel ödemediği kişi veya kurumlara zarar verecek şekilde kullanımı olmaktadır” tanımladığımız dışsal maliyetlerin kayda alınmasıdır.

İkinci bir yaklaşım olarak doğal kaynak muhasebesine gelince; çevresel sorunların muhasebe bilgi sistemi içerisine alınmasına ilişkin literatürde iki görüş dikkate değerdir. Bu görüşlerin birincisi Nordhaus ve Tobin tarafından 1972 yılında ortaya konulan çevresel problemlere ait konuların parasal olarak ölçülmesine yönelik olanıdır. Bu konudaki ikinci yaklaşım ise 1974 yılında Norveç Hükümeti’nin öncülüğünü yaptığı doğal kaynak muhasebesi yaklaşımı olup, bu yaklaşım fiziksel temele dayanmaktadır (Ağ ve Vural, 2017:176).

Bu muhasebe yaklaşımının farklı bir tanımlaması da doğal kaynak muhasebesi bir ülkenin sahip olduğu orman, maden, su kaynakları ve tarım arazileri gibi doğal kaynakların korunması, ömürlerinin uzatılması bakımından önemli bir muhasebe sistematığı olmaktadır. Bu nedenle milli servetin korunmasına yönelik politikaların geliştirmesinde de yol gösteren bir pusula olmaktadır. Üretim işletmeleri tarafından bu kaynakların kullanılmasından dolayı kaynakların etkilenmesi nedeniyle bu muhasebe disiplini çevre muhasebesi tarafından da ilgili bir dal haline gelmiştir (Karakaş, 2002:34).

Önemleri bakımından doğal kaynaklar ülke ekonomilerini de yakından ilgilendirmektedir. Ülkelerin iktisadi gelişmelerinde doğal kaynaklara önemli bir rol yüklenmektedir. Önemli bir gelişme sayılan sanayi devrimi sonrasında ülkeler yüklü üretime geçilmişler ve bunun neticesinde teknolojik gelişmeler hız kazanmıştır. Bu duruma nüfus artışının da eklenmesiyle iktisadi ilerlemelerin bulunduğu sınırları aşarak doğal kaynakların normalden fazla kullanılmasının nedeni olmasının yanında, doğal kaynakların israfı da gündeme gelmiştir. Fakat doğal kaynaklar çevrede kıt bulunmasından dolayı etkin kullanımları gerekmektedir. Bu nedenlerden dolayı doğal kaynaklarda verimin sağlanabilmesi için Doğal Kaynak Muhasebesinin sisteminin yürürlüğe konulması bir gereklilik olmaktadır. Doğal Kaynak muhasebesi sistemi veriler sonucunda ülke doğal kaynaklarının etkin yönetilmesine katkı sağlayacaktır (Özkol, 1998:16).

Doğal Kaynakların verimli kullanılmasından ve yönetilmesinden elde edilmek istenilen amaçlar şöyle sıralanabilir.

- a- Ülke gelir dağılımındaki adaleti ve refahı sağlayarak yoksulluğa çözüm olmak,
- b- Ülkelerde iktisadi manada sürdürülebilirliği sağlamak suretiyle ekonomik gelişimi sağlamak,
- c- Ülkelerde nüfus artışına karşın çevreyi korumak ve insanların sağlıklı ve güvenli bir çevrede yaşayabilmelerine zemin hazırlamak,
- d- Ekonomi ve çevre arasındaki dengeyi sağlamak.

Bunun yanı sıra doğal kaynak muhasebesi “*natural resources accounting*”, ülke doğal kaynaklarının gereğinden fazla kullanılmasının ve bunun sonucunda meydana gelen zararlar, maliyetler ve kirlilikler gibi çevresel sorunların erkenden tespiti ve önlenmesi için ülke doğal kaynakları ile ülke ekonomisi arasında makro düzeyde bilgi paylaşımını sağlamayı amaçlar. Bunu bağlamda doğal kaynakların değerlendirilmesinin “*parasal olarak ifade edilmesi*”, yanı sıra stok düzeylerinin, üretimde kullanılmalarının, değişimlerinin, gelecekteki rezerv düzeylerinin tespiti doğal kaynaklar muhasebesinin özünü ifade edilmektedir. Sıralanan amaçlardan ve nedenlerden dolayı bu problemlerle mücadelede başarılı olunması için doğal kaynakların yönetiminde doğal kaynak muhasebesinin geliştirilmesi ve bir muhasebe sistemi olarak bilgi üretmesi zorunluluk haline gelmiştir. Çevresel kirlilik sebebiyle çevre kalitesinin de meydana gelen bozulmanın neticesinde insan yaşamında etkiler yapması da milli gelir hesaplama yönteminde dikkate alınma-

sı gerekmektedir. Bunun sonucunda çevre koruma maliyetleri kişilerin gayri milli hasıllarını artırıcı yönde etki eden bir faktör olmaktadır. Bunun sağlanabilmesinin sonucunda doğal kaynak muhasebesi ile elde edilen veriler ülke doğal kaynaklarının etkin yönetimini temin edebilecektir. (Parlak, 2020:127)

Farklı bir yaklaşım Sosyal Sorumluluk Muhasebesidir. Kavram olarak muhasebe açısından yüklenilen sorumluluğun yerine getirilmesinde, muhasebenin işlevlerini, kapsama alanlarını anlamsal bütünlüğünü, yerini ve amacını ifade etmektedir. Sosyal sorumluluk kavramı; muhasebe işlemlerinin organizasyonunda, muhasebe uygulamalarının yerine getirilmesinde ve mali tabloların hazırlanması ve sunulmasında; belli kişi veya grupların değil, tüm toplumun çıkarlarının gözetilmesi ve dolayısıyla bilgi üretiminde gerçeğe uygun, tarafsız ve dürüst davranılması gerektiğini ifade eder (Daştan ve Bellikli, 2015:178).

Bunun yanında çevre muhasebesi ile ilişkili muhasebe yaklaşımı olarak sosyal sorumluluk muhasebesinin bir diğer katkısına değinmek gerekmektedir. Kurumsal manada sosyal sorumluluğun yerine getirilmesinde muhasebe biliminin farklı kişi ve kurumlara bilgi sunması yükümlülüğünden kaynaklanmaktadır. Bu konuda meslek mensuplarının sorumluluğu muhasebe olayları hakkında doğru, tarafsız ve adil bilgileri kullanıcılara sunmaktan kaynaklanmaktadır. Bu görevin yerine getirilmesinde en önemli faktör sosyal sorumluluk kavramının meslek mensuplarınca benimsenmesinden ve bir görev bilinci haline getirilmesinden geçmektedir. Bu nitelikli bilgiler doğrultusunda yargılara varan kullanıcıların rasyonel kararlarından işletmeleri etkilenmekte, bu süreç işletmelerin faaliyetlerini sürekli hale getirerek uzun ömürlü olmalarına olanak sağlamaktadır. Muhasebe bilimi sosyal sorumluluk yükümlülüğünü yerine getirmesinin ötesine geçerek, toplumsal çevre hedeflerine ulaşılmasında öneli bir araç görevini de yerine getirmektedir. Muhasebe fonksiyon olarak finansal nitelikli bilgiler üretip sunması sonucunda toplumun tüm kesimlerini ilgilendiren etkilerde meydana getirmektedir. Bu fonksiyonun tam olarak yerine getirilmesinde önemli gösterge kurumsal sorumluluk anlayışı olmaktadır. Bu anlayışın yerine getirilmesinin önemi, muhasebe meslek mensubunun bu bilinçle hareket etmesini bir zorunluluk haline getirmektedir. Bunun yanında sosyal sorumluluk kavramı işletmelerin, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklarını yerine getirmelerinde büyük önem taşımaktadır. Sonuçta muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluk kavramı çevresel önlemlere önemli katkılar sağlamakta olduğu anlaşılmaktadır (Demir, 2013:229).

Çevre muhasebesiyle ilişkilendirilen bir diğer muhasebe yaklaşımı Patrimuan Muhasebesi olmaktadır. Bu muhasebe yaklaşımı adını Fransızca mecazi manada kullanılan Patrimuan kelimesinden almaktadır. Bu terim çevresel varlık, doğal varlık, ya da ortak mal anlamında kullanılmaktadır. Bu muhasebe yaklaşımı ile ilgili olarak Fransız muhasebe uzmanları ve bilim insanları Patrimuan muhasebesi adıyla anılan muhasebe sistemi üzerinde uzun yıllar geliştirmek için çalışmalar yapmışlardır. Bu muhasebe sistemi için uygulama süreci ile ilgili materyalin ve kaynağın az olması süreci yavaşlatmış fakat bu duruma karşılık çeşitli fikirler üretilmesinin yolunu açmıştır. Bu konuda yapılan araştırmalarda muhasebe sistemi bakımından doğal çevre üç temel fonksiyona ayrılmak suretiyle tanımlaması yapılmıştır. Bunlar ekonomik, ekolojik ve sosyal fonksiyonlardır. Günümüze kadar olan araştırmalara bakıldığında bu muhasebe yaklaşımı sadece doğal kaynak hesaplarının oluşturulması bakımından çalıştırılmıştır. (Karakoyun, 2020: 47-48).

4.2. Çevre Muhasebesi

Yukarıda izah edilen çevreye ilişkin muhasebe yaklaşımlarının çevre muhasebesinden önemli sayılabilecek farklılıkları yoktur.

Çevre muhasebesi, gerek geleneksel gerekse de çevre yönetimi ile ilgili karar almada kullanılmak amacıyla üretim sürecine ilişkin bilgilerin, çevresel maliyetlerin tespit edilmesi, analiz edilmesi ve hem işletme içi hem de işletme dışı ilgililere raporlanması faaliyetlerinin bütünü olarak ifade edilebilir. Çevre muhasebesi, işletmenin faaliyetlerinden doğan ancak sorumluluk kapsamına girmeyen maliyetleri de kapsamaktadır (Özbirecikli, 2002: 26).

Çevre muhasebesi sisteminin işletmelere sağlayacağı faydalar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

a- Malzemelerin geri dönüşümünden ya da atıkların başka bir takım faaliyetlerde kullanılması yoluyla gelir elde edilmesi gibi daha önceden saptanmamış, gizli kalmış bir takım gelir artırıcı fırsatların ortaya çıkarılmasını kolaylaştırabilir.

b- Çevresel maliyetlerin kesin ve dikkatli bir şekilde saptanması, ürün fiyatlandırma, ürün karmasının belirlenmesi ve ürün geliştirme sürecinde rehber niteliği taşıyacak bilgileri sağlar.

c- Çevre muhasebesi kapsamında elde edilen bilgiler, işletmenin çevresel faaliyetleri önem derecelerine göre sıralama imkânı vermektedir.

d- Çevresel maliyetlerin hesaplanması, işletmelere faaliyetlerinin çevresel etkileri ile ilgili veri toplamada kolaylık sağlayarak; içsel ve dışsal raporlamaya yardımcı olur.

e- Çevre muhasebesi sistemi, çevreyle ilgili yasal düzenlemelere ve işletmenin kendisinin belirlediği politikalara uyumda maliyet etkinliğini sağlayarak; çevrenin korunmasına yönelik çabaları destekler.

f- İşletmenin; faaliyetlerinin çevresel etkilerini yönetme ve azaltma çabaları, çalışanları üzerinde olumlu bir etki bırakarak, işletmeye olan bağlılıklarının da artmasına katkıda bulunabilecektir. - Bu çabalar aynı zamanda toplumda işletme itibarının da artmasına katkıda bulunacaktır.

g- Daha temiz bir çevre için işletmenin çevresel maliyetlerini ve etkilerini azaltma çalışmaları, ayrıca insanların ve toplumun da elde ettikleri faydayı artıracaktır.

h- İşletme faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesinde ve sağlanmasında yardımcı olur (Parlak, 2020:127).

4.2.1 Çevre Muhasebesi ve Yönetim Muhasebesi

Yönetim kararlarının alınmasında zamanında ve geçerli bilgi sağlanmasında ihtiyaç duyulabilecek çevre muhasebesi bilgileri şu şekilde sıralanabilir.

- a- İhtimali olan riskler için muhasebe
- b- Çevresel koruma, enerji ve çöp gibi alanlarda maliyet analizleri
- c- Çevresel faktörleri de içine alacak yatırım değerlendirmeleri
- d- Muhasebe tekniklerini geliştirerek mali tablolarda ve maliyet hesaplamalarında ekolojik terimler (finansal olmayan) oluşturmak
- e- Çevrenin iyileştirilmesi programlarının maliyet ve gelirlerinin değerlendirilmesi ve vergilendirilmesi şeklinde ele alınabilir.

Çevresel maliyet değerlendirme sistemleri;

- a- Üretilen mamulün karışım kararları,
- b- Üretimde oluşacak giderlerin seçimi kararları,
- c- Çevre kirliliğinin önleme projelerinin değerlendirilmesi kararları,
- d- Üretim veya diğer atıkların değerlendirme tercihleri kararları,

e- Belli süreçlerle oluşan çevresel maliyetlerin karşılaştırılması kararları,

f- Üretilen mamulün fiyatlaması kararları gibi kararların daha farklı açılardan ele alınmalarına yardımcı olacaktır (Managing and Industrial and Business Environment, 1996: 2).

Bu çevresel maliyet değerlendirme kararları yanı sıra yeni karar verme tekniklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Mevcut muhasebe sisteminin düzenlenmesi ile bu mümkün olacaktır. Çevresel katkı için verilerin toplanması, açıklanması ve analiz edilmesi çevresel ve ekonomik karlılıklara katkı sağlayabilir. Çevre muhasebesini gerektirecek hesap hareketlerinin belirlenmesi, muhasebe verilerinin raporlanması, raporlanan bilgilerin sunumu şeklinde ihtiyaca cevap verebilecek değişiklikler bir taraftan karar alıcılara diğer taraftan çevresel bilince katkı sağlayacaktır. Hali hazırda çevrenin korunması için yapılan harcamalar çeşitli fonksiyonel hesaplarda izlenmektedir. Oysa yapılması gereken çevre muhasebesinin mevcut muhasebe sitemine entegresini sağlayacak metotların geliştirilmesi ve tanımlanarak muhasebe enstrümanlarının gerçekleşmesini sağlamaktır (Managing and Industrial and Business Environment, 1996:3) (Özkol, 1998:23-25).

Çevresel unsurların muhasebenin genel kabul görmüş ilkelerinde yer alması ve finansal tablolarda kullanılması gerektiği konusunda görüş birliği olmasına rağmen özellikle ekonomik, teknolojik, yasal, politik ve ekolojik belirsizlikler çevre muhasebesinin maliyet hesaplamalarında kullanılmamasına yada gecikmelere neden olmaktadır. Her şeye rağmen işletmenin kullandığı doğal çevreye ait maliyetlerin hesaplanması, belgelenmesi, muhasebe kaydı şekline çevirerek raporlaması çevresel etkilerin görünürlüğünü artıracaktır. Böylece her işletme kendi faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel zararları görecektir ve çeşitli önlemler almaya çaba gösterecektir. İşletmelerin çevrenin geliştirilmesi, korunması adına yaptıkları bu katkılar çevresel yarar sağlayacak ve buradan çevresel kavramlar çevre muhasebesinin özünü oluşturacaktır.

Finansal muhasebe açısından çevre muhasebesinin uygulanmasında çeşitli zorluklar söz konusudur. Bunları üç grupta toplamak mümkündür.

1- Muhasebe kayıtları bilgi ve belgeye dayanmaktadır ancak çevre muhasebesinde özellikle belgelenmenin kolay olmadığı bilinmektedir.

2- İşletme varlıklarına etki edecek çevresel bozulmanın ve çevreye olan etkinin ölçülmesi kolay değildir.

3- Bu etkilerin muhasebe uygulamalarında kullanılabildiğinin uygun dönüşüm ve ölçüm yöntemi (parasal değere dönüştürme) standart değildir.

Bunların yanı sıra yasal bir zorunluluk olmaması kurumsal bazda işletme ve kurumlardan çevre kirliliği hakkında bilgi toplamının zorluğu da sözkonusudur.

IASC'ın sosyal başarı için öngördüğü, Kalkınma toplumu, İnsan kaynakları, Fiziki kaynaklar ve çevresel katkılar, Mal ve hizmet katkıları bir anlamda çevre muhasebesinin olması ve çevrenin korunmasının kontrol altında tutulması gerektiğini ifade etmektedir. Çevre muhasebesi muhasebenin bir dalı olarak kabul edilen sosyal sorumluluk muhasebesinin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Çevrenin geliştirilmesi için katlanılan maliyetler çift yönlü kayıt tekniğine uygun bir şekilde ve uygun başlık altında –sosyal maliyetler, toplum refahı, sosyal yardımlar, çevre geliştirme, çevre koruma ve güvenlik vb. - kayıt altına alınabilir. Bu oluşan maliyetler beklenen yararın gerçekleşme durumuna bağlı olarak ilgili dönemin gelirine uygulanabilir veya gelecek dönemlere dağıtılabilir.

4.2.2 Çevresel Maliyet Kategorileri

Ortaya çıkış şekline göre çevresel maliyetler farklılık gösterebilir. Çevresel maliyetlerin bir kısmı çevrenin korunmasına yönelik gerçekleştirilen faaliyetlerin sonucunda ortaya çıkarken bazıları kaynak kullanımının sonucuna bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bir kısım çevresel maliyetler ise işletmelerin sebebiyet verdiği çevresel kirlenmeden ortaya çıkmaktadır. Bu tespitlerden yola çıkılarak çevresel maliyetleri üç ana kategoride toplamak mümkündür.

Bu kategoriler aşağıda belirtilmiştir:

A- Azaltma Maliyetleri:

- 1- Çevre Planlama,
- 2- Süreç Kontrol,
- 3- Emisyon Ölçüm Cihazları,
- 4- Çevreye Zararsız mamul tasarım geliştirme,
- 5- Geri Dönüşüm tasarımları,
- 6- Çevreye Zararsız ambalaj geliştirme,
- 7- Çevre geliştirme,

- 8- Çevresel Eğitim,
- 9- Biyolog, kimyager hizmetleri,
- 10- Çevre raporları,
- 11- Çevre etiketleri,
- 12- Çevre güvenilirlik,
- 13- Çevresel bilgi sistemi,
- 14- Çevre yönetim sistemi,
- 15- Çevre denetimi,
- 16- Çevre el kitabının hazırlanması,
- 17- Ürün sorumluluk sigortası,
- 18- Atık kontrolü,
- 19- Atıkların bertarafı,
- 20- Atıkların arıtımı,
- 21- Araştırma – geliştirme,
- 22- Diğer azaltma maliyetleri.

B- Kullanma Maliyetleri:

- 1- Hava maliyeti,
- 2- Su maliyeti,
- 3- Toprak Maliyeti,
- 4- Gürültü maliyeti,
- 5- Görüntü maliyeti,
- 6- Doğal Gaz Maliyeti,
- 7- Petrol Maliyeti,
- 8- Kömür maliyeti,
- 9- Enerji maliyeti,
- 10- Diğer kullanma maliyetleri,

C- Zarar Maliyetleri:

- 1- Hava Kirliliği,
- 2- Su Kirliliği,

- 3- Toprak Kirliliği,
- 4- Gürültü Kirliliği,
- 5- Görüntü Kirliliği,
- 6- Ceza ve tazminatlar,
- 7- Çevre temizleme,
- 8- Şikayet araştırmaları,
- 9- Kefalet ve garanti giderleri,
- 10- Satış azalmaları,
- 11- Diğer zarar maliyetleri.

Çevresel maliyetlerin muhasebeleştirilmesinde hesap planlarına eklenecek alt hesap gruplarıyla veya kullanılmayan 0 ve 8 nolu boş hesaplara işlerlik kazandırılarak kullanılması muhasebede kolaylık sağlayacaktır. Çevresel maliyetlerin muhasebe hesaplarında sınıflandırılması aşağıdaki gibi alt hesaplara ayrılarak yapılabilir.

Çevre Gider Çeşitleri	Çevre Giderleri Grup Çeşitleri
01 X giderleri	10 Önleme maliyetleri
02 Y giderleri	20 Kullanma maliyetleri
03 Z giderleri	30 Zarar maliyetleri

Çevre Özellikli Ana Hesaplar (7/A Seçeneği)

- 715 DİMM Çevre Giderleri
- 725 Dİ Çevre Giderleri
- 735 Genel Üretim Çevre Giderleri
- 745 Hizmet Üretim Çevre Maliyetleri
- 755 Araştırma – Geliştirme Çevre Giderleri
- 765 Pazarlama Satış Dağıtım Çevre Giderleri
- 775 Genel Yönetim Çevre Giderleri
- 785 Finansman Çevre Giderleri

4.2.3 Çevre Muhasebesi - Muhasebe Standartları

Çevre muhasebesi yaklaşımı Uluslararası Muhasebe Standartları kapsamında çevresel sorunların etkilendiği aşağıdaki işlemlerin yapılmasını öngörmektedir.

- a- Çevresel sorumluluk ve maliyetlerin ortaya çıkarılması
- b- Çevresel harcamaların aktifleştirilme ölçütünün tespit edilmesi
- c- Çevreye zararlı varlıkların ve malların zayıflatılmasına gidilmesi
- d- Çevreyi kirletme ve emisyon ile ilgili cezalar getirilmesi

IASC (Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi)'nin Evresel Maliyet'i tanımlarken bir kuruluşun faaliyetlerine ilişkin çevresel etkilerin yönetimi için gerekli sürecin maliyetlerini kapsadığını ifade etmektedir. Dolayısıyla evresel maliyet bir taraftan işletmenin kendi çabalarının maliyetlerini diğer taraftan dış etkiler sonucundaki çabaların maliyetlerini kapsamaktadır.

Bir teşebbüsün çevresel maliyetlerle ilgili görev ve ödevleri olarak tanımlanan çevresel sorumluluk, işletmelere çevresel etkilerin muhasebeleştirilmesini ve sunulmasını bir ödev olarak sorumluluk yüklemektedir. UMS-5 (International Accounting Standards) Finansal Tablolarda Açıklanması Gereken Bilgiler başlığında, finansal tabloların açık ve anlaşılır bir şekilde sunumunun yapılması için gerekli tüm bilgilerin tablolarda yer alması gerektiğini, ancak tabloda açıklanmayan bilgilerin dip not olarak ek bilgi şeklinde izahını gerekli görmüştür. Aynı zamanda karar almada etkin olan işlemlerin ayrı bir başlık şeklinde gösterilmesi gerektiğini vurgulamıştır. UMS-16; Mülk, Tesis ve Malzeme standardında, UFRS (Uluslararası Finansal Raporlama Standardı)'ye karşılık gelen Sermaye Piyasasında Muhasebe Standartları Hakkında Tebliği'nin 17,19,21,31,31 kısımlarında ve TMUDESK tarafından yayımlanan 1 no.lu standartta çevresel etkilerin özellikleri ve belirtileri sunulabilmektedir.

İşletmelerde işlemlerin aktifleştirilmesi, ancak harcamanın işletmeye ilerde bir ekonomik katkı sağlaması durumunda gerçekleştirilmektedir. UMS-5 deki finansal tablolarda açıklama aktifleştirme işlemini kapsamakta ve kirlenme, emisyon vb. gibi harcamaların ve bunlara bağlı cezaların çevresel maliyet olarak algılanması, bu maliyetlerin mamul maliyetlerine yüklenebileceği gibi olağandışı gider ve zarar olarak kaydedilmesi de tercih edilebilir.

4.2.4 Çevre Muhasebesi Ve Maliyet Muhasebesi İlişkisi

İşletmelerin rekabet ortamında başarılı olma isteği, yüksek kalite, düşük stok, otomasyon, esnek üretim ve teknolojik bilgi birikimiyle donatılması ve yeni üretim ortamlarını oluşturması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu süreç maliyet muhasebesine bakış açısını değiştirmiş, "üretim mamul ya da hizmet maliyetinin saptanması" yerini "maliyet bilgileri-

nin karar vermede, planlamada, maliyet azaltmada ve maliyet kontrolünde kullanılmasına” bırakmıştır. Bu bağlamda, muhasebenin alt sistem bölümlemesi;

- Finansal Muhasebe,
- Maliyet ve Yönetim Muhasebesi, olmak üzere iki alt sisteme ayrılmıştır.

Finansal muhasebe işletmenin varlıkları, borçları ve sermayesi hususunda işletmenin dışındaki gruplara bilgi sunarken, bir hesap dönemindeki faaliyet sonuçlarını, öz sermaye değişimini ve nakit akışlarını raporlamaktadır. Maliyet muhasebesi daha çok işletme içi gruplara yöneliktir ve finansal muhasebe ile yönetim muhasebesine işlevsellik kazandırmaktadır. Maliyet muhasebesi üretim işletmelerinde bilançoya aktarılacak hesaplamaları finansal muhasebeye sağlarken, karar verme sürecinde yönetim muhasebesine bütçeleme ve planlama bilgileri sunmaktadır. Etkin bir muhasebe yönetimi için zamanında, doğru ve anlaşılır bilgilerin sağlanması bir taraftan finansal muhasebe verilerinin diğer taraftan maliyet ve yönetim muhasebesi verilerinin ilgili kişi ve gruplara sunulması önem arz etmektedir. Özellikle globalleşen dünyada ekonomik rekabetlerin en üst düzeyde gerçekleşmesi stratejik maliyet ve yönetim muhasebesi kavramını ortaya çıkarmıştır.

Stratejik maliyet yönetimi, işletmelerin hesap verilebilirliğini uluslararası platforma taşımış ve böylece işletmelerin uluslararası muhasebe standartlarında veri hazırlamaları ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu aynı zamanda işletmenin bugünü ile yarını arasında bir planlamayı ve gelecekte varolabilme çabasını ve işletmenin rekabet stratejilerini de içermektedir. İşletme yararının bugün ve gelecekte maksimum edecek kararların alınmasında maliyet ve yönetim muhasebesi verilerinin hayati önem taşıdığı aşikardır. Son zamanlarda gelişen çevre bilinci ve uluslararası anlaşmalar maliyet ve yönetim muhasebesinde çevre muhasebesi verilerinin de belirlenmesi ve hesaplarda, tablolarda ve raporlarda sunulması gerekmektedir. Bu sebeple stratejik maliyet yönetiminde çevre muhasebesinin dikkate alınması bir zorunluluk halini almıştır. Etkin bir maliyet yönetiminin ilgili olduğu alanları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

- a- Mutlak ve göreceli maliyet düzeyini etkileme,
- b- Maliyet yapısının optimizasyonu,
- c- Maliyet esnekliğinin optimizasyonu,
- d- Maliyet davranışlarını etkileme,

e- Karmaşıklık maliyetini düşürme ve

f- Maliyet şeffaflığının sağlanması.

4.2.4.1 Maliyetleme İlkeleri

CAM-I konsorsiyumunca maliyet yönetimi ilkeleri,

a- Maliyet ilkeleri,

b- Başarı (performans) ölçümleme ilkeleri ve

c- Yatırım yönetimi ilkeleri olmak üzere üç ana grupta ele alınmaktadır.

4.2.4.2 Maliyet İlkeleri

Maliyet yönetim sisteminin amaçlarından biri, işletme faaliyetleri sonucunda tüketilen kaynakların maliyetlerini ölçmektir. Maliyet yönetiminden elde edilen verilerin ilgili birimlere zamanında ve yeterli düzeyde iletilmesi gerekmektedir. Bu amaçla bir maliyet ve yönetim sisteminin geliştirilmesi gerekmektedir. İşletmelerin maliyet yönetim sisteminin geliştirilmesinde aşağıdaki ilkelere uyulması gerekmektedir.

a- Değer oluşturmeyan faaliyetlerin tespiti ve maliyetlerinin belirlenmesi,

b- Teknolojik maliyetlerin mamullere doğrudan yüklenebilmesi,

c- Yüklenebilmeleri açısından maliyetlerin izlenebilirliğinin geliştirilmesi,

d- Mamul yaşam dönemi ile uyumlu olarak maliyetlerin tespit edilmesi,

e- Raporlama amaçları bakımından maliyetlerin doğrudan izlenebilir olması,

f- Benzer faaliyet grupları için ayrı maliyet merkezlerinin oluşturulması,

g- Faaliyet maliyetlerine dayalı farklı maliyet dağıtımlarının geliştirilmesi,

h- Varlıkların elde bulundurma maliyetinin tespiti,

i- Savurganlığın önlenmesi için fiili mamul maliyetlerinin hedef maliyetlerden ayrı olarak hesaplanması,

j- Otomasyon ortamında iç kontrole yönelik maliyet etkinliği olan yaklaşımların geliştirilmesi.

4.2.4.3 Başarı (Performans) Ölçümleme

Performans ölçümlemede amaç, işletme faaliyetlerinin stratejik planlama sürecinde amaç ve hedeflere ulaşmadaki etkinliğinin ölçülmesidir. Arzu edilen hedeflere ulaşmak için gerekli olan performans ölçümleme ilkelerini şu şekilde sıralayabiliriz.

- a- Performans ölçüleri işletmenin amaçlarına uygun olmalıdır,
- b- Performans ölçüleri önemli faaliyetler için geliştirilmelidir,
- c- Performans ölçüleri maliyet taşıyıcılarının görünürlüğünü iyileştirecek şekilde oluşturulmalıdır,
- d- Performans ölçümlemede hem finansal hem de finansal olmayan faaliyetler olmalıdır,
- e- Her performans ölçütünün amacı, işletme içindeki tüm ilgili kademelerde bilinmeli ve benimsenmelidir. Bu nedenle işletme amaçlarıyla bireysel amaçlar arasındaki ilişki açıklanmalıdır.

4.2.5 Yatırım Yönetimi İlkeleri

Yatırım yönetiminin amacı, işletmelerin belirlenmiş amaç ve hedeflerine en az kayıpla ulaşmalarını sağlayacak optimal kaynak ve faaliyet yapısını tespit etmektir. Yatırım yönetiminin başarısı için dikkate alınması gereken ilkeler şu şekilde sıralanabilir.

- a- Yatırım yönetimi kararları işletme hedefleri ile uyumlu olmalıdır,
- b- Yatırım yönetimi sermaye bütçeleme sürecinden daha geniş kapsamlı görülmelidir,
- c- Yatırım kararlarını değerlendirirken çok sayıda ölçütten yararlanılmalıdır,
- d- Yatırımlar ve bağlı riskler yatırım stratejisinin ilişkili unsurları olarak görülmelidir,
- e- Faaliyet verileri belirli yatırım fırsatları açısından izlenebilmelidir,
- f- Yatırım yönetimi kararları değer oluşturmeyen faaliyetlerin ortadan kaldırılmasını destekler nitelikte olmalıdır,
- g- Yatırım yönetimi kararları hedef maliyetlere ulaşmayı destekler nitelikte olmalıdır. (Alkan, 2003: 4-5-6-7-8-9-10)

4.2.5.1 Maliyet Yönetiminin Amacı

Maliyet yönetim sisteminde amaç, yönetimin kalite, maliyet ve zamana ilişkin ihtiyaç duyduğu bilgileri, istenen zamanda ve doğru bir şekilde sağlamaktır. Mamul ve/veya hizmet üretiminde firma kaynaklarının en uygun kullanılmasında bu bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır. Maliyet yönetim sistemi, küresel pazarlarda maliyet, kalite ve fonksiyonel açıdan rekabet edilebilir mamul ve ya hizmet üretiminde kaynakların verimli kullanımı için karar vericilere yardımcı bilgilerin sağlanması şeklinde tanımlanabilir. Bu tanımdan çıkarılabilecek amaçları şu şekilde sıralamak mümkündür.

a- Firmanın temel faaliyetlerini gerçekleştirmesinde kaynak kullanım maliyetlerinin belirlenmesi (muhasabe modelleri ve uygulamaları),

b- Firmanın gerçekleşen faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliğinin saptanması (performans ölçümlenmeleri),

c- Firmanın gelecekteki performansını artırabilecek ve geliştirebilecek özellikte, yeni faaliyetlerin belirlenmesi ve değerlemesi (yatırım yönetimi),

d- İlk üç amacın değişen teknolojinin biçimlendirdiği çevre ile uyumunun sağlanması (üretim uygulamaları).

İşletmelerin maliyet yönetiminde yukarıda sıralanan amaçları dışında aşağıdaki gibi amaçları da sözkonusu olabilir.

a- Karın ölçülmesi,

b- Mamul maliyetinin doğru tespiti,

c- Maliyet tahmini ve doğru bir fiyat tespiti,

d- Faaliyetlerin veya bölümlerin başarısının ölçümü,

e- Maliyet azaltımının yönetimi,

f- Otomasyon sistemlerinin yönetimi,

g- Eylem odaklı raporlama,

h- Bütünleşme.

Maliyet yönetiminden de anlaşıldığı gibi, işletmelerde değer yaratmayan faaliyetlerin tespit edilmesi ve özellikle verimlilik kayıplarına neden olan bu faaliyetlerin durdurulması maliyet ve yönetim açısından önem arz etmektedir. Bu yüzden ki işletmelere katkı sağlayan ve yararlı olan maliyet yönetimi tamda bu noktada ortaya çıkmaktadır (Alkan, 2003:10-11).

4.2.5.2 Maliyet Yönetiminin Yararları

Günümüz rekabet koşullarında faaliyet gösteren üretim işletmelerinde maliyet yönetiminin karar alıcılara sağladığı birçok yararı bulunmaktadır. Bunlardan bazılarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür.

- a- Yönetimin karar verme araçlarını arttırır.
- b- Mamullerin yaşam dönemi performanslarının optimizasyonuna yardımcı olur,
- c- Başarı ölçe kriterlerini finansal performans ile bütünleştirir.
- d- Farklı üretim felsefeleri ve çeşitli otomasyon düzeylerini düzenler,
- e- Yönetim raporlama amaçlarına yönelik maliyet takibi yapar,
- f- İşletmelerde oluşacak otomasyon uygulamalarında maliyetler için bir iç kontrol sisteminin geliştirilmesini mümkün kılar.
- g- Yatırım yönetimi kararlarında katma değer yaratmayan faaliyetlerin ortadan kaldırılmasına olanak tanır,
- h- Yatırım kararlarının alınmasında pazar payına ulaşma hedeflerinin gerçekleştirmeye yardımcı olur.
- i- İşletmenin gelecekteki başarısının tesisinde faaliyet değerlemesine imkan sağlar ve mamul yaşam devresinde oluşan maliyetlerin izlenmesini sağlar.
- j- Maliyetlerin mamullere yüklenebilme imkanlarını optimal olarak neden-sonuç ilişkisine dayandırarak arttırır(Alkan, 2003 :11-12).

Belirtilen yararlarla ilave olarak, günümüzde birçok alanda, örneğin “tarımsal maliyet muhasebesi”, “hizmet işletmeleri maliyet muhasebesi” vb.gibi endüstri dışı alanlarda da kullanılan ve halen en iyi uygulamasının yapıldığı ve “endüstri muhasebesi” adını verebileceğimiz maliyet muhasebesinin başlıca yararlarını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

- a- Mamullerin üretim birim maliyetlerini saptayarak, bilançoda mamul ve yarı mamul stoklarının, gelir-gider tablosunda satılan mamul maliyetinin belirlenmesini sağlar,
- b- Yönetimin kısa vadeli planlama ve mamul fiyatlandırma çalışmalarına ışık tutacak tarihsel (fiili) ve tahmine dayalı gider ve maliyetleri belirleyerek, gider bütçelerinin düzenlenmesine yardımcı olur.

c- Giderlerin gider merkezlerinde ayrıntılı bir biçimde izleyerek, giderleri standartlara göre karşılaştırarak ortaya çıkan sapmaları sebeplerine göre çözümleyerek, yöneticilere maliyet kontrolü ve performans değerlemesi için gerekli temel bilgileri sağlar.

d- İşletme yönetiminin uzun vadeli ya da olağan dışı kararlarla ilgili seçeneklerin maliyetlerini saptayıp karşılaştırmalı bir şekilde ortaya koyarak, özel yönetim kararlarına ışık tutar. Maliyet Muhasebesi, birincisi öncelikle finansal muhasebeye, diğerleri ise doğrudan yönetim muhasebesine dönük bulunan bu amaçlarını, bir “ maliyet sistemi “ ve bu sistem üzerinden kurulmuş “ maliyet analizleri “ yardımıyla gerçekleştirmeye çalışır. (Büyükmirza, 2008:)

SONUÇ

Geçmişten günümüze insanoğlu yaşadığı dünyanın karmaşık yapısını anlamaya çalışmakta, ancak kendi ihtiyaç arzu ve hevesleri uğruna hunharca kullanmaktadır. Çevresini sürekli tahrip eden ve o çevrenin kendisine sağladığı imkanları sınırsızca kullanma eğiliminde olması insan yaşamına vereceği zararları hesaplamaması çeşitli senaryoların ortaya atılmasına ve bir anlamda bu senaryoların gerçekleşebileceği ihtimallerini güçlendirmektedir. Senaryoların en önemlisi küresel ısınmanın giderek devam edeceği ve sonunda yaşamın son bulacağı üzerine kurulmuştur. Küresel ısınma tehdidi insanoğluna çevrenin korunması ve sürdürülebilirlik ile ilgili çalışmalarını özenle sürdürmesi gerektiğini hatırlatmaktadır. Aynı zamanda çevresel sorunları, kalkınmanın doğal ve katlanılması zorunlu sonuçlarıdır. Kalkınma için çevrenin aşırı tahribatı sadece bugünü düşünmenin ve kendi bencilliği ile gelecek nesillere kullanabilecekleri yeterli kaynak ve temiz bir çevre bırakmama düşüncesinde yatmaktadır.

Çevre kirliliğine sebebiyet veren en önemli nedenlerden biri çevrenin korunmasında katlanılacak ek maliyetlerin toplam maliyetleri artıracığı düşüncesidir. Bundan dolayı fazla maliyete katlanmamak için daha ucuz olan çevreyi kirliletmek işletmelerin tercih ettiği bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak çevresel maliyetlerin yapışkan maliyet olduğu ve sosyal sorumluluk gereği göz ardı edilemeyecek ve çevresel maliyetlerin domino etkisiyle kümülatif olarak birikecek ve nihayetinde üstesinden gelinemeyecek maliyetler haline dönüşeceği bir gerçektir.

Günümüz tüketim alışkanlıkları tüketicilerin beklentisi ihtiyaçlarının en yüksek düzeyde karşılanması ile birlikte kendisine, yaşadığı çevreye ve yaşadığı dünyaya değer verilmesini talep etmektedir ve aynı

zamanda sorgulamaktadır. Dolayısıyla işletmelerin çevreye daha duyarlı olmasını zorunluluk haline getirmektedir.

Muhasebe açısından işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirebilmeleri açısından çevre duyarlılığı çevre muhasebesinin uygulanması ile gerçekleşmektedir. Son yıllarda yapılan araştırmalarda geçmişe nazaran önemli ölçüde çevre duyarlılığı artmış, işletmelerin büyük çoğunluğunun çevre muhasebesi uygulamasına geçtiği gözlemlenmiştir. Çevre bilincinin artması işletmeleri, arıtma maliyetlerini ve atıkları önlemeye yönelik maliyetlere katlanmaya ve sürdürülebilir bir çevrenin sağlanmasına katkıda bulunmaya teşvik etmektedir. Bu anlamda birçok ülkede alınan kararlar ve çıkarılan kanunların ciddi katkılarının olduğu belirtmek gerekir. Daha temiz bir çevre için tüm ülkelerin daha duyarlı olması sürdürülebilir bir çevre ve nihayetinde sağlıklı ve sorunları azalan bir yaşam sağlayacağı açıktır.

KAYNAKLAR

- Akerlof, G. (1970). The market for lemons: qualitative uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84, 488-500.
- Ağ, Alırıza ve Vural, Seda, (2017). Çevresel Sorunların Önlenmesinde Önemli Bir Yönetim Aracı Olarak Çevre Muhasebesi. *Journal Of Social And Humanities Sciences Research*. Vol:1-Issue:10, pp. 173-181. (http://www.jshsr.org/Makaleler/332800549_4.%202017_JSHSR_Vo14_Issue3_Makale_14.%20Alir%c4%b1za%20AG%20&%20Seda%20VURAL_173-181.pdf)
- Alkan, Hasan (2003). Maliyet Yönetimi Aracı Olarak Hedef Maliyetleme ve Devlet Orman İşletmelerinde Uygulanabilirliği “Doktora Tezi Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Isparta.
- Amin, S. (2010). Exiting the crisis of capitalism or capitalism in crisis?. *Globalizations*, 7(1-2), 261-273.
- Aydın, Yüksel ve Gözütok, Esra, (2015). Sivas İlindeki Muhasebe Meslek Mensuplarının Çevresel Muhasebeye Yönelik Algılarının Ölçülmesi. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt.16, Sayı 2. 2015. (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/48584>)
- Bell, D. (1976). *The coming of the post-industrial society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books
- Bengü, Haluk ve Can, Ahmet Vecdi, (2009), Çevre Muhasebesinin Muhasebenin Temel Kavramlarından “Sosyal Sorumluluk Kavramı” Bağlamında Temellendirilmesi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt:7 Sayı:1 Sayfa 155-160 2009 (Sosyal Bilimler 7/1 (2009) s.155-160. <https://arastirmax.com/tr/system/files/dergiler/123831/makaleler/7/1/arastirmax-cevre-muhasebesinin-muhasebenin-temel-kavramlarindan-sosyal-sorumluluk-kavrami-baglaminda-temellendirilmesi.pdf>)
- Benton, T. (Ed.). (1996). *The greening of Marxism*. Guilford Publications
- Burgin, M. (2017). *Theory of knowledge: structures and processes*. Singapore: World Scientific Publishing
- Burton-Jones, A. (2003). Knowledge capitalism: the new learning economy. *Policy Futures in Education*, 1(1), 143-159.
- Büyükmirza, Kamil. (2008). Maliyet ve Yönetim Muhasebesi, 12. Baskı, Gazi Kitabevi. Ankara
- Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür*, 1. Cilt. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Daştan, Abdülkerim ve Bellikli, Uğur. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Etkileşimi: Türkiye’de Kurumsal Yönetim Endeksine Dahil İşletmelerde Bir Araştırma, Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari

- Bilimler Dergisi. https://www.researchgate.net/publication/276193624_Kurumsal_Sosyal_Sorumluluk_Ve_Muhasebe_Etkilesimi_Turkiye_De_Kurumsal_Yonetim_Endeksine_Dahil_Isletmelerde_Bir_Arastirma)
- Demir, Berna, (2013), Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, Ağustos 2013 Cilt:2 Sayı:3 (<http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/27b.demir.pdf>)
- Dunlap, R. E. & York, R. (2019). Environmental sociology. *The Wiley Blackwell Companion to Sociology*, 283-300.
- Dunlap, R. E., & Catton Jr, W. R. (1979). Environmental sociology. *Annual review of sociology*, 5(1), 243-273.
- Drucker, P. F. (1993). *Kapitalist Ötesi Toplum*. İstanbul: İnkılap Kitabevi
- Drucker, P. F. (1996). *Yeni Gerçekler: Devlet ve Politika Alanında Ekonomi Bilimi ve İş Dünyasında Toplumda ve Dünya Görüşünde*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları
- Geuna, A. (1999). *The economics of knowledge production: funding and the structure of university research*. Edward Elgar Publishing
- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P., & Trow, M. (2010). *The new production of knowledge: the dynamics of science and research in contemporary societies*. London: Sage Publication
- Godin, B., & Gingras, Y. (2000). The place of universities in the system of knowledge production. *Research policy*, 29(2), 273-278.
- Hayward, T. (1997). Anthropocentrism: a misunderstood problem. *Environmental Values*, 6(1), 49-63.
- Machlup, F. (1984). *Knowledge: Its creation, distribution and economic significance, Volume III: The economics of information and human capital*. New Jersey: Princeton University Press
- Meuser, M., & Nagel U. (2009). The expert interview and changes in knowledge production. *Interviewing Experts* içinde (ss. 17-42). London: Palgrave Macmillan.
- Moore, R. (2007). *Sociology of knowledge and education*. London: Continuum Publishing
- Quah, D. (2003). *Digital goods and the new economy*. London: Centre for Economic Performance, London School of Economics and Political Science
- Özbirecikli, Mehmet. (2002). Çevre Muhasebesi, Naturel Kitap ve Yayıncılık, Ankara.
- Özkoç, A.Erdal, (1998). Çevre Muhasebesi, D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:13, Sayı:1, Yıl:1998, İzmir. (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/211528>) (03.01.2011)

- Pellow, David N. ve Brehm, Holie Nyseth, (2013). *An Environmental Sociology For The Twenty- First Century*, The Annual Review of Sociology, Minnesota, USA.
- Peters, M. A. (2021). Knowledge socialism: the rise of peer production-collegiality, collaboration, and collective intelligence. 53 (1), 1-9.
- Pickering, J., Bäckstrand, K., & Schlosberg, D. (2020). Between environmental and ecological democracy: theory and practice at the democracy-environment nexus
- Porat, M. U. (1977). *The information economy: definition and measurement*. Washington: U.S. Government Printing Office
- Rooney, D., Hearn, G., & Ninan, A. (Eds.). (2005). *Handbook on the knowledge economy*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing
- Touraine, A. (1971). *The post-industrial society*. Random House
- Wallis, V. (2010). Beyond” green capitalism. *Monthly Review*, 61(9), 32-48.

Bölüm 38

DİJİTAL DÖNÜŞÜMLERİN MUHASEBE MESLEĞİ VE MUHASEBE UYGULAMALARI ÜZERİNE ETKİLERİ

Rozi MİZRAHİ¹

1 Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe-Finansman ABD, rozi.mizrahi@ikcu.edu.tr, Orcid Id: 0000-0001-7173-4456

GİRİŞ

Dijital çağ olarak literatürde kabul gören şu an içinde bulunduğumuz dönem Endüstri 4.0 olarak adlandırılmaktadır. Endüstri 4.0 kavramı 2011 yılında Almanya’da Hannover fuarında ortaya çıkmıştır. Bilişim teknolojileri ile endüstriyi bütünleştirmeyi amaçlayan bir stratejidir. Üretim ekipmanlarının insansız olarak çalışması ve internet bağlantılı akıllı elektronik sistemler oluşturulması amaçlanmaktadır. Bir sonraki hedef olan Endüstri 5.0 da ise toplum odaklı insansız teknolojiler yer almaktadır. Japonlar tarafından ortaya atılan Toplum 5.0 bilgi toplumundan süper akıllı topluma geçişi ifade etmektedir. Akıllı toplumda bireyler robotlarla çalışacak ve yapay zeka uygulamaları yardımıyla mesleklerini sürdüreceklerdir (<https://www.accaglobal.com/gb/en.html> Erişim T.: 01.02.2021).

Geleceğin işletmelerinde tüm işletme fonksiyonlarının elektronik ortamda sürdürülmesi ve insanın fonksiyonun ‘veri sistemin tasarlayıcısı’ olması hedeflenmektedir(Erturan ve Ergin, 2017: 17). Her ne kadar geçmişte robotlar bilim kurgu filmlerinde insanların yerine işlerini yapıyorlarsaydı da günümüzde tüm sektörlerde pek çok işte robotlar insanların yerini almaya başlamıştır. Yapılan bir araştırmaya göre; 2030 yılına kadar dünyada 800 milyon çalışanın yerini robotların alacağı öngörülmüştür(Sheedy, 2017). Dijital dönüşümün, gelecek on yılda 800 milyon kişinin işsiz kalması, kendilerinin ve bakmakla yükümlü oldukları kişilerin hayatlarının devam ettirebilmeleri için yeni iş alanlarına yönelmeleri sonucunu doğuracağı öngörülmektedir.

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu pek çok meslekte olduğu gibi muhasebe mesleğinde de çalışma alanı değişikliği yaşanmaktadır. Muhasebe verilerinin dijital ortamda üretilmesi, denetim faaliyetlerinin yazılımlarla yapılması SMMM, YMMM, Bağımsız Denetçi ve diğer muhasebe çalışanlarının işlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Tüm muhasebe çalışanları bu dijital dönüşüme ayak uydurmak ve yeni beceriler kazanmak durumundadır. Geleceğin muhasebe çalışanları teknolojiye ayak uyduran veri analizi ve yorumlama kabiliyetine sahip kişiler olacaktır.

Bu bölümde öncelikle muhasebe mesleğinde dijital dönüşüme neden olan big data (büyük veri), blockchain(blok zinciri) ve yapay zekâ(artificial intelligence) kavramları açıklanmaktadır. Daha sonra ise yaşanan dijital dönüşümlerin muhasebe uygulamalarına ve muhasebe mesleğine olası etkilerinden bahsedilmektedir. Mevcut gelişmeler göz önünde bu-

lundurularak muhasebe uygulamalarının ve muhasebe mesleğinin geleceğine dair bir takım öngörülerde bulunmaktadır.

1.ENDÜSTRİ 4.0. VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ

Tarihsel süreç içerisinde yaşanan her bir sanayi devrimi toplumsal hayatta köklü değişikliklere neden olmuştur. Birinci sanayi devrimi, buhar gücünün üretimde kullanılmasıyla tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişe neden olmuştur. Beden gücü ile üretimden makine ile üretime geçilmesiyle birlikte kıtalar arası ticaret başlamıştır (Kabaklarlı, 2016:34).1840 yılında telgraf, 1880 yılında telefonun icat edilmesi ikinci sanayi devriminin temelini atmıştır. Elektrik enerjisine dayalı üretim yapılması, işçi sınıfının ortaya çıkması, taylorizm yönetim felsefesinin doğuşu ile 19. Yüzyılın sonunda ikinci sanayi devrimi gerçekleşmiştir (Akdoğan ve Akdoğan, 2018:2). Henry Ford'un otomobil fabrikasında kitlesel üretim tekniğiyle üretim yapılması ile kitlesel üretim çağı başlamış ve buna Fordizm denilmiştir. Seri üretim yöntemiyle üretilen makineler demiryolu ve karayolu ile pazarlara taşınmıştır.(Eğilmez, 2017). 20. yüzyılın sonlarında bilgisayarlar üretime katılarak sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş yapılmış ve dijital devrim olarak adlandırılan üçüncü sanayi devrimi gerçekleşmiştir. Dünya küresel bir pazar haline gelmiş ve üretim işgücünün ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelere kaymıştır. Gelişmiş ülkeler rekabet güçlerini kaybetmişlerdir. 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz sonrasında gelişmiş ülkeler ekonomilerini canlandırmak için yeni stratejiler bulma yoluna gitmişlerdir. Amerika, Almanya, İngiltere gibi gelişmiş ülkelerin yoğun rekabet ortamında ayakta kalmak için geliştirdikleri bir sanayi tekniği olan Endüstri 4.0 bu strateji arayışlarının ürünü olarak ortaya çıkmıştır.

Bilişim, internet ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler Endüstri 4.0 adı verilen sanayi devrimini ortaya çıkarmıştır (Banger, 2017: 55). Endüstri 4.0 devrimini diğer sanayi devrimlerinden ayıran özellik öncelikle yayılma hızının çok yüksek olmasıdır. Birinci sanayi devriminin sembolü olan iplik makinasının Avrupa dışına 120 yılda yayılmışken, internet on yıldan kısırsızda tüm dünyaya yayılmıştır. Endüstri 4.0 devrimi sadece akıllı makineler ve sistemlerle ilgili değildir. Yenilenebilir enerjiden kuantum bilgi işlemeye, gen dizilemeden nanoteknolojilere kadar çok geniş bir alanı kapsamaktadır.Tüm bu teknolojiler fiziksel, biyolojik ve dijital alanlarda karşılıklı etkileşim içerisinde (Schwab, 2017: 14).



Şekil 1. Endüstri 4.0'ın Teknolojik Unsurları

Kaynak: Pendrous R. "Smart Food Factories Move Even Closer". <https://www.foodmanufacture.co.uk/Article/2017/06/15/Smart-food-factories-move-even-closer> (E.T. 01.02.2021)

Yukarıdaki Şekil 1.de yer alan endüstri 4.0 ın teknolojik unsurları birbirleriyle etkileşim içerisinde olup birbirlerinin ilerlemelerinden etkilenebilirler. Dünya Ekonomik Forumu'nun kurucusu ve Başkanı olan Klaus Schwab'a göre Endüstri 4.0; üçüncü sanayi devriminin devamı niteliğinde değildir. Şöyle ki (Bulut ve Akçacı, 2017:54);

- Genişlik ve Derinlik : Birbiriyle bağlantılı olan birçok yeni teknoloji birbiriyle etkileşimde bulunarak hızlı biçimde gelişme göstermektedir.
- Sistem Etkisi: Tüm ülkeler, şirketler ve de sektörler için bütünsel bir değişim oluşturmaktadır.
- Hız: Dijitalleşme süreci ile birlikte yayılma hızı artmıştır. Doğrusal değil, üstsel bir hızla yayılmaktadır.

Dijitalleşme kavramı; verilerin, elektronik araçlar kullanılarak sayısallaştırılması olarak tanımlanabilir. Elektronik sistemlerin gelişmiş teknolojilerle kullanılması ve bilgiye hızlı bir şekilde ulaşılması dijitalleşme olarak algılanmaktadır (Adiloğlu ve Yücel, 2018). Yalnızca bilgisayar kullanımı dijitalleşme olarak algılanmamalıdır. Dijitalleşme kavra-

mından anlaşılması gereken, birden fazla elektronik cihazın bağlantılı olarak çalışmasıdır. İnternet teknolojileri sayesinde kişi ve kurumların birbirleriyle elektronik olarak iletişim kurabilmeleri ile tüm işlemler hız kazanmıştır (Yücel ve Adiloğlu, 2019: 55). Dijitalleşme, dijital dönüşümün ayrılmaz bir alt parçasıdır. Dijital dönüşüm, iş süreçlerine dijital teknolojilerin entegrasyonu ile geleneksel iş modellerinin değişmesi sürecini tanımlayan bir ifadedir. Endüstri 4.0 devrimi ile birlikte iş süreçlerinde yaşanan değişimleri ve gelişimleri ifade eder.

Bu bölümde dijital dönüşüm sürecinde muhasebe mesleği ve uygulamalarında köklü değişimlere neden olan big data, blockchain ve yapay zekâ teknolojilerinden bahsedilmektedir. Bu teknolojilerin sağladığı avantajların yanısıra olası riskleri ve dezavantajlarına da değinilmektedir. Mevcut gelişmeler göz önünde bulundurularak bu teknolojilerin yakın gelecekte muhasebe mesleğinde yaratacağı değişimlerle ilgili öngöründe bulunmaktadır.

1.1. Big Data (Büyük Veri)

Kavram olarak 2007- 2008 lerde ifade edilmeye başlanan ‘Big Data’nın Türkçe karşılığı ‘Büyük Veri’dir. Literatürde bu kavram ile ilgili olarak çok sayıda tanımlama yapılmıştır. The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)’ya göre ; standart bilgisayar yazılımları ile yönetilemeyecek kadar büyük, karmaşık ve aynı zamanda dinamik veri topluluğuna big data denmektedir (ACCA ve IMA, 2013: 11). Bir başka tanıma göre; terabyte ve petabytelerla ölçülen ve excel programı ile analiz edilemeyecek büyüklükteki veri topluluklarına big data denir (Gürsaka, 2014: 9). Big Data önceleri 3V şeklinde kısaltılarak ifade edilmekteydi. Ancak son yıllarda iki özellik daha eklenerek 5V olarak kısaltılmış şekilde kullanılmaya başlanmıştır. 5V nin açılımı ise Hacim (Volume), Çeşitlilik (Variety), Hız (Velocity), Doğruluk (Veracity) ve Verinin Değeri (Value) dir.



Şekil 2. *Big Data Nedir?*

Kaynak: <https://www.fonepartner.com/blog/images/upload/5631121412020.png>
(E.T.10.01.2021)

- Hacim (Volume) : Geleneksel yazılım programlarıyla analiz edilemeyecek yüksek hacimli veri setleridir.
- Çeşitlilik (Variety) : İç ve dış kaynaklarda elde edilmiş olan, birbirine benzemeyen ve büyük ölçüde yapılandırılmamış verilerdir.
- Hız (Velocity) : Sürekli olarak yeni veriler üretilir.
- Doğruluk (Veracity) : Bu özellik kavrama son yıllarda eklenmiştir. Düzensiz haldeki verilerde gerçeklik ve güvenlik sıkıntısı yaşanmaktadır. Verilerin doğrulanabilir, gerçek ve güvenilir olması gerekir.
- Verinin Değeri(Value): Big Dataya beşinci özellik olarak eklenmiştir. Firmalar bu veri setlerinin kullanarak değer yaratırlar. Şöyle ki; İş süreçlerini iyileştirir, hizmet kalitesini, performanslarını artırır ve müşterilerinin daha kaliteli hizmet sunarlar (Kaya vd., 2017: 172).

Günümüzde Big Data, sağlıktan ekonomiye, bilimden siyasete, sosyolojiden hizmet sektörüne kadar tüm sektörlerde kullanılmaktadır. Örneğin; Stanford Üniversitesi'nde bir yüksek lisans öğrencisi tezinde matematik ve siyaset bilimini birleştirerek bloglarda yazılan yazıları, siyasetçilerin konuşmalarını bilgisayarda analiz ederek siyasal düşüncelerin nasıl yayıldığını anlamaya çalışmıştır (Gürsakal, 2014: 9).

Big Datanın avantajlarına baktığımızda büyük hacimli verilerin analiz edilmesi riski kontrol altına alarak yönetmeyi sağlamaktadır. Stratejik yönetim kararlarında büyük hacimli verilerin analiz sonuçlarından yararlanılması işlevsel olmaktadır. Böylelikle örgütsel performansın artırılmasına katkı sağlanmaktadır. Tüm bu avantajlarının yanısıra big datanın bir takım dezavantajları da söz konusudur. Big Datayı kullanırken verilerin kalitesi, veri kümesinin seçilmesi ve modellerin oluşturulmasında karşılaşılabilecek riskler göz önünde bulundurulmalıdır. Büyük hacimli verilerin nasıl kullanılacağına bilinmemesi, personelin bilgi ve deneyim eksikliği hatalı sonuçlar alınmasına sebep olmaktadır. İşletme içerisindeki departmanlar arasında yaşanan kopukluklar büyük veriye ulaşmayı engellemektedir. İşletmelerin büyük verileri analiz edebilmeleri için yeni teknolojileri satın alma ihtiyacı doğmakta ve bu da maliyetlerde ciddi artışa neden olmaktadır. Tüm bunların yanısıra işletmelerin siber saldırılara uğrama riski nedeniyle big datayı etkin şekilde kullanamadıkları görülmektedir (Aslan ve Özerhan, 2017: 867-868).

Muhasebe alanında Big Data; maliyet muhasebesi , yönetim muhasebesi, iç kontrol ve denetim uygulamalarında sıklıkla kullanılmaktadır. Büyük hacimli muhasebe verileri; video kayıtları, ses kayıtları ve metin veriler şeklindedir. Video kayıtları ile üretim miktarı, çalışanların verimliliği, maddi duran varlıklardaki değer düşüklüğünün tespit edilmesi vb. unsurlar analiz edilerek iç kontrol sistemine destek sağlanır. Ses kayıtları; müşteriler ile görüşmeler, toplantılar, çalışanların konuşmaları vb. den oluşur. Bu veriler ile muhasebe bilgilerinin kalitesini artırmak amaçlı ek kanıtlar toplanabilir. Metin veriler ise sayısal olmayan verilerdir. E-mailler, sosyal medya haberleri bunlara örnek olarak gösterilebilir. Metin veriler, yönetim muhasebesi alanında işletmenin performans değerlendirme sürecine katkı sağlar (Waren vd., 2015: 398).

Büyük hacimli veri setlerini analiz etme becerisine sahip muhasebe meslek mensuplarının yetiştirilmesi big data- muhasebe işbirliğinden olumlu sonuçlar alınabilmesi açısından son derece kritik öneme sahiptir. ACCA ‘nın 2012 yılında yaptığı araştırmaya göre muhasebe mesleğine gelecekte yön verecek en önemli faktörlerden biri Big Data’dır (ACCA ve IMA, 2013: 5). Bu bağlamda ACCA önümüzdeki yıllarda Big Datayı avantaja dönüştürmek üzere muhasebe çalışanlarının sahip olmaları gereken nitelikleri şöyle sıralamaktadır :

- Varlıkları değerlemede Big Datayı kullanabilmelidir: Geleceğin muhasebe meslek mesubu veri değerlendirme becerisine sahip olmalıdır (ACCA ve IMA, 2013: 15).

- Big Datayı karar almada kullanma yeteneğini geliştirmelidir: Veri toplama, analiz etme ve yorumlama konusunda uzmanlaşan muhasebe çalışanları Big Datayı stratejik karar almada kullanabilecekler ve avantaj sağlayacaklardır (ACCA ve IMA, 2013: 19).

- Big Datayı risk yönetiminde kullanabilmelidir : Risk hesap tabloları ve filtreleri kullanarak işletme riskini öngörebilmelidir (Ciger vd, 2017: 249).

- Adli muhasebe ve hile denetiminde Big Datayı etkin şekilde kullanma becerisine sahip olmalıdır (ACCA ve IMA, 2013: 15).

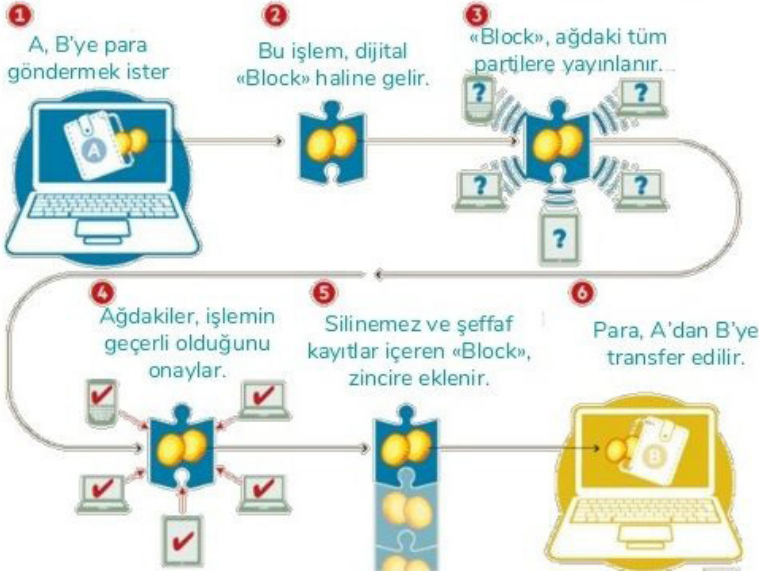
Yapılan araştırmalar önümüzdeki yıllarda özellikle iç kontrol, denetim, maliyet analizi, risk yönetimi, varlık değerlendirme, hile denetimi vb. konularda muhasebe meslek mensuplarının Big Datadan yararlanacaklarını ortaya koymaktadır. Ancak Big Datadan yararlanacak meslek mensuplarının veri toplama, analiz etme ve yorumlama becerisine sahip olması gerekmektedir. Bu bağlamda muhasebe meslek örgütlerine üniversitelerde muhasebe- finansman anabilim dalında çalışan akademisyenlere önemli görevler düşmektedir. Meslek mensuplarının Big Datayı avantaja dönüştürebilecek donanıma sahip olabilmeleri için üniversite ve meslek örgütlerinin işbirliği içinde gerekli eğitim faaliyetlerini organize etmeleri ve meslek mensuplarının gelişimine katkı sağlamaları gerekmektedir.

1.2. Blockchain (Blok Zinciri)

Blockchain (blok zinciri) kavramına ilişkin literatürde çok sayıda tanımlama mevcuttur. Peters ve Panayi(2016) blok zinciri; bilgisayar tarafından kaydedilen işlemlerden oluşan kronolojik bir veri tabanı olarak tanımlamışlardır. Blok zinciri dağınık bir veri tabanı olup sürekli yeni eklenen verileri içerisinde barındırırken verilerin değiştirilmesini veya zarar görmesini önleyecek düzeyde güçlüdür. Sistemde verileri barındıran alanların herbirine blok denir. Önceki blok tamamlandıktan sonra yeni blok oluşur. Oluşan bloklar bir zincir oluşturur. Blok zincirine dağıtık defter(decentralized ledger) ve değerlerin interneti(internet of values) de denir. Blok zincirini düzenleyen herhangi bir üst otorite ya da kuruluş yoktur. Ancak blok zinciri, üst otoriteye bağlı sistemlerden daha güvenilir olduğu iddiasını taşır. Bloklardan biri dışarıdan değiştirilse dahi diğer bloklar bu değişikliği kabul etmezler ve gerçek veri bu sayede korunur (Özdoğan ve Kargın,2018: 163).

Blok zinciri teknolojisi ilk olarak 2008 yılında Bitcoin ile hayatımıza girmiştir. Satoshi Nakamoto takma isimli bir kişi yayınladığı ma-

kalede çevirimiçi ödemelerin aracısız olarak doğrudan gönderilmesine imkan sağlayan eşler arası elektronik bir sürüm olarak Bitcoin'i tanımlamıştır. Merkezi bir otoriteye ihtiyaç olmadan transfer edilebilen dijital paralar blok zinciri teknolojisini kullanmaktadır (Nakamoto, 2008: 1).



Şekil 3. Blockchain'in Çalışma Mantığı

Kaynak : <https://blokzincir.bilgem.tubitak.gov.tr/blok-zincir.html> (E.T.10.01.2021)

Blok zinciri teknolojisi dağıtık veri ve eşten eşe ağ anlayışı olmak üzere iki temel anlayışa dayanır. Dağıtık veri anlayışında internet ortamında veri güvenliği sağlanır. Tüm katılımcılar aynı veri tabanına sahiptirler ve kendi kendilerinin işlem yapacakları taraf ile ilgili verileri doğrularlar. Eşten eşe ağ anlayışı ise veri dağıtımını amacıyla kullanılan bir iletişim protokolüdür. Eşten eşe ağda her bir düğüm veri taşır. Tüm veriler şifreleme yöntemi ile güvence altına alınır. Kullanıcılar için genel ve özel anahtar tanımlıdır. Veri, alıcının genel adresine gönderilir ancak göndericinin özel anahtarı ile elektronik ortamda imzalanır. Genel ve özel anahtar eşleştğinde veri akışı sağlanır. Veri doğrulanıncaya değin askıda kalır. Veri doğrulandıktan sonra zincire eklenerek yeni bir blok oluşturur (Özkul ve Alkan, 2020: 222).

Blok zincirleri kamuya açık ve özel olmak üzere iki gruba ayrılabilir. Kamuya açık blok zincirlerine herkes dahil olabilir. Herhangi bir izin söz konusu değildir. Teknik yeterliliği olan herkes kayıt olabilir. Genellikle para ödülü verilir. Bitcoin'i bu çeşit blok zincirlerine örnek olarak

gösterebiliriz. Özel blok zincirleri ise şirketlerarası veya şirket içi uygulamalarda kullanılmak üzere oluşturulur. Özel blok zincirlerine herkes dahil olamaz. Kimlerin dahil olabileceği önceden belirlenir. Genellikle şirketler maliyet avantajı sağlamak için veya güvenli bir buldukları için şirket içi uygulamalarda kullanmak üzere özel blok zincirleri oluştururlar (Peters ve Panayi, 2016: 5).

Blok zinciri teknolojisinin muhasebe alanında uygulanabilirliği ilk kez Lazanis (2015) tarafından ortaya konmuştur. Lazanis'e göre şirketler muhasebe sistemlerinde blok zinciri teknolojilerini kullandıklarında banka ya da sigorta şirketi gibi bir kuruluşun aracılığına ihtiyaçları kalmayacaktır. Tapscott 2016 yılında 'dünya çapında defter (world wide ledger) kavramını ortaya atmıştır. Dünya çapında defter uygulamasında şirketler, tüm işlemlerini bilgi kullanıcıları tarafından kullanılabilir hale getirecek şekilde, doğru ve güvenilir olarak blok zinciri muhasebe sistemi üzerinden yayınlayabilirler.

Muhasebe olaylarında kayıt gerektiren işlemler, alıcılar ve satıcılar tarafından ayrı ayrı kayıt altına alınır. Finansal bilgi kullanıcıları bu bilgilere ulaşamaz. Blok zinciri temelli muhasebe sistemine ise üç taraflı muhasebe sistemi denir. Çünkü alıcı ve satıcı ile birlikte blok zinciri içinde merkezi olmayan ve herkese açık bir muhasebe kaydı oluşturulur. Muhasebe süreçlerinde blok zinciri teknolojisinden yararlanılarak şeffaflık ve erişilebilirlik sağlanır. Paydaşların muhasebe verilerine kolay erişimi ile çoklu kontrol mekanizmalarına olanak sağlanır. Üç taraflı muhasebe sistemi, çoklu kontrol mekanizmaları sayesinde hata ve hile riskini önemli ölçüde azaltır (Özkul ve Alkan, 2020: 225).

Blok zinciri teknolojisi temelli muhasebe sistemlerinde finansal tablolar belli dönemlerde değil istenildiği tarihte oluşturulabilir (Potekhina ve Riumkin, 2017: 2). Denetim süreçlerinde önemli ölçüde zaman ve maliyet tasarrufu sağlanır. Kağıt ortamında denetim yerine dijital ortamda denetim yapılır. Örneklem almak yerine verilerin tümüne denetim teknikleri uygulanarak denetim işlemleri gerçekleştirilir. Bu sayede yeterli düzeyde denetim kanıtı toplayarak makul güvence seviyesine ulaşmak yerine tüm verileri denetleyerek mutlak güvence düzeyine ulaşılır (Özkul ve Alkan, 2020: 225).

Muhasebede son yıllarda elektronik imza, e- defter, e-fatura, e-arşiv kavramları hayatımıza girmiştir. E-defter uygulamasına 2014 yılında başlanmıştır. İşletmeler resmi defterlerini kağıt ortamında değil elektronik ortamda saklamakta ve elektronik imza ile maliyeye iletilmektedir. ERP yazılımları ile elektronik fatura ve defterler işletmelerin faaliyet

süreçlerine hız kazandırmıştır. Ancak ERP yazılımlarında sadece şirket içi bilgi kullanıcıları bilgilere erişebilir. Oysa ki blok zinciri teknolojisinin ERP yazılımıyla entegre edilmesi durumunda tüm paydaşlarla bilgi paylaşımı sağlanabilecektir. İzinsiz veri değişiklikleri önlenerek üst düzeyde veri güvenliği sağlanacaktır. Blok zinciri teknolojisinin sunduğu bir imkan olan akıllı sözleşmeler sayesinde şirket bilgileri siber saldırılara karşı korunacaktır (Özkul ve Alkan, 2020: 222).

Blok zinciri teknolojisi ile birlikte hayatımıza giren bir diğer kavram da akıllı sözleşmelerdir. Akıllı sözleşmeler, sözleşme şartlarını otomatik olarak yerine getiren bilgisayar yazılımlarıdır. Dijital protokollar tarafından otomatik olarak uygulanırlar. Bu sözleşmelerde koşullar önceden belirlenir (Potekhina ve Riumkin, 2017: 20). Koşullar oluştuğunda akıllı sözleşme otomatik olarak devreye girer ve taraflar işlem yapmaya başlarlar. Akıllı sözleşmeler, borsada hisse senedi alım satımlarında işlem sürelerini oldukça kısaltır. Akıllı sözleşmelerin ödemelerde kullanılması vergi hesaplamalarında kolaylık sağlayacak herhangi bir aracı olmadan verginin hesaplanıp vergi dairesine iletilmesini sağlayarak vergi kayıplarını önler (New Economy Taxation Team, 2017).

1.3. Yapay Zekâ (Artificial Intelligence)

Yapay zeka kavramının kurucusu John McCarthy olarak bilinmektedir. 1955 yılında yapay zekâyı akıllı makineler yapmanın bilimi ve mühendisliği olarak tanımlamıştır (McCarthy, 1955: 12). Endüstri 4.0 felsefesinin temelinde yer alır. Literatürde zaman içerisinde yapay zekâ ile ilgili birçok tanımlama yer almıştır. Copeland (1993) karmaşık problemlerin çözülmesi ve eski bilgilerin yeni bilgilerle uyumlaştırılması ile kendini geliştirebilen akıllı programlar olarak yapay zekâyı tanımlamıştır. Civalek (2003) 'e göre ise yapay zeka; birçok alana uygulanabilen ve insan zekâsında yer alan işlevlere sahip akıllı bilgisayarlar bilimidir.

Yapay zeka sistemleri genel olarak robotik teknoloji, bilgi tabanlı sistemler ve sinir ağı olarak sınıflandırılabilir (Moudud-UI-Huq, 2014: 11):

- Robotik Teknoloji: Yapay zeka teknikleri kullanılarak; bilgi tabanlı sistemler, yapay zeka ağları ve karar verme sistemlerini içeren robotlar üretilir. Robot teknolojinin geniş bir uygulama alanı vardır.

- Bilgi Tabanlı Sistemler: Bilgiyi kullanarak karmaşık yapıya sahip problemleri çözen bilgisayar programlarıdır. Geleneksel bilgisayarlar, programcılar tarafından hazırlanan algoritmalar yardımıyla problemleri çözer. Bilgi tabanlı sistemler ise insan bilgisini yakalar ve programa

sembolik biçimde aktarır. Programda sembolik biçimde saklanan bu bilgilerle karmaşık sorunları çözer.

- Sinir Ağı Tekniği: Borsada işlem yaparken ve ürünler talep tahminlemede sıklıkla kullanılır. Olay hakkındaki arka plan bilgisi ile diğer kavramları ilişkilendiren bilgi tabanlı bir sistemdir. Sinir ağı tekniği ile karar vermenin kalitesi artırılabilir.



Şekil 4 : *Yapay Zeka Haritası - Akıllara Durgunluk Veren Gelecek Tahminleri*

Kaynak : <https://azure.microsoft.com/tr-tr/overview/ai-platform/> (E.T. 12.02.2021)

Günümüzde dört farklı tip yapay zekâ olduğu bilinmektedir. Aşağıda bu yapay zekâ tipleri birer örnek yardımıyla açıklanmıştır (Mijwel, 2016: 6) :

- 1. Tip Yapay Zekâ: Reaktif makinelerdir. Hafızaları yoktur. Bu yüzden geçmiş olaylar kayıt altına alınamaz. Örneğin: IBM şirketi Deep Blue isimli satranç programını tasarlamıştır. Bu program ünlü Rus satranççı Gary Kasparov'u yenmiştir.

- 2. Tip Yapay Zekâ: Sınırlı bellek olarak adlandırılırlar. Örneğin; yeni üretilen bazı otomobillerde şerit değiştirdiğinde sistemin sürücüyü uyarması.

- 3. Tip Yapay Zekâ: Zihin teorisi olarak isimlendirilmektedir. Henüz uygulamada örneği yoktur.

- 4. Tip Yapay Zekâ: Kişisel bilgiyle ilgilidir. Makinelerin de kendilerine özgü bilinci vardır. Henüz uygulamada örneği yoktur.

Yapay zekâ ile birlikte işletmelerde beyaz yakalı çalışanlar tarafından yapılan birçok işin de artık makineler tarafından otomatik olarak yapılır hale geldiği görülmektedir (Yaninen, 2018: 8).

Manpower Group tarafından 2016 yılında ‘Beceri Devrimi’ başlıklı bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırma kasamında 18.000 civarı işverene anket yapılmıştır. Anket sonuçlarına göre:

- İşverenlerin %90’ı işletmelerinin dijitalleşmeden etkileneceğini düşünmektedir.
- İşverenlerin %12 si dijitalleşmeden sonra çalışan sayısını azaltacağını belirtmiştir.
- İşverenlerin %75 i önümüzdeki yıllarda çalışanlarda yeni becerilere ihtiyaç duyulacağını düşünmektedir.
- Yeteneklerin çok önemli olacağı düşünülmektedir ve Z kuşağının yapacağı işlerin %65 inin henüz mevcut olmadığı düşünülmektedir.
- Önümüzdeki yıllarda insan faktörü ile teknolojiyi doğru sentezleyebilen işletmelerin ayakta kalabileceği öngörülmektedir.
- İnsanlar yeni beceriler kazanabilmek için eğitime her zaman- kinden daha fazla ihtiyaç duyacaklardır. İşverenlerin %75’i mevcut becerileri güncel tutmak için, % 44’ü yeni becerilere sahip olabilmek için eğitime yatırım yapmaktadırlar (Manpower, 2016).

Manpower Group tarafından yapılan bu araştırmanın çarpıcı sonuçlarından biri de yapay zekâdan istihdamın azalması yönünde en fazla etkilenecek olan sektörün muhasebe- finans olacağı yönündeki beklentidir. Bu sektörde yapay zekâ uygulamalarının yaygınlaşması ile birlikte işlerin otomatikleşeceği ve istihdamın önümüzdeki 30 yıl içerisinde azalacağı öngörülmektedir (Serçemeli, 2018: 371).

Harvard Business Review Türkiye 2017 yılında ‘Gelecek Beş Yıl’ başlıklı bir çalışma yapmıştır. Bu çalışma kapsamında, iş dünyasında birçok sektörün üst düzey yöneticilerine gelecek beş yıl ile ilgili vizyonları sorulmuştur. Alınan cevaplar değerlendirildiğinde; CEO’lar iş dünyasının önümüzdeki beş yılda yapay zeka, robotlar, dijitalleşme, endüstri 4.0 gibi kavramlardan etkileneceğini düşünmektedirler. Bazı iş kollarının yok olacağı ve bununla birlikte bazı yeni iş alanlarının da doğacağı yönünde beklentiler söz konusudur (Serçemeli, 2018: 379).

Muhasebe alanında dünyanın en büyük dört denetim firması olan Ernst&Young, Deloitte, KPMG ve PwC firmaları yapay zeka uygula-

malarına büyük çaplı yatırımlar yapmaktadırlar. Earnst&Young firması Hindistan'da kendi yapay zekâ merkezini kurmuştur. Deloitte firması güvenlik altyapısında yapay zekâ uygulaması kullanmaktadır. KPMG , 2015 yılında beri yapay zekâ uygulamalarını kullanmaktadır. PWC firması küresel bir yapay zekâ çalışması gerçekleştirmiştir. 2030 yılı itibarıyla gelirlerinin %45'inin bu çalışmaların sonucu olarak gerçekleşeceğini öngörmektedir (Yaninien, 2018: 10).

Gülten(2019)'a göre muhasebenin işlevleri yapay zekâ açısından tekrar ele alınmalıdır. Yapay zekâ yardımıyla yakın gelecekte, faturalar tarayıcıdan geçirilerek otomatik olarak muhasebe kayıtlarına aktarılabilir. Muhasebenin sınıflandırma, özetleme ve raporlama işlevleri ise halihazırda bilgisayarlı muhasebe paket programları aracılığıyla yapılabilir. Analiz işlevinin yerine getirilmesinde yapay zekâ teknolojisi kullanılabilir. Yorumlama kısmında ise muhasebe meslek mensuplarına iş düşmektir. O halde geleceğin muhasebe çalışanları yorumlama becerisine sahip ve analitik düşünebilen bireyler olmalıdırlar(Tekbaş, 2019: 79).

Yeminli Mali Müşavirler Birliği ACCA, 'Değişim ve Gelecek Becerileri' konulu araştırmasında 2025 yılına kadar gerçekleşmesi beklenen değişimleri ve bu değişimlere karşın edinilmesi gereken becerileri araştırmıştır. Araştırmanın sonuçlarından bazıları aşağıdaki gibidir (İslam, 2017):

- Muhasebe çalışanları akıllı yazılımlar kullanacaklardır. Finansal bilgi kullanıcıları büyük verileri yorumlamak için sosyal medya araçlarını kullanacaklardır.
- Küreselleşme muhasebe çalışanları için fırsat yaratmasının yanı sıra tehdit de oluşturacaktır. Amerika, Avrupa Birliği ve Avusturya'da muhasebe firmaları, maliyetlerini azaltmak için Hindistan ve Çin'den dış kaynak kullanımı sağlayacaktır. Bunun sonucu olarak muhasebe sektöründe istihdam anlamında değişim yaşanacaktır.
- Vergisel düzenlemeler, yönetmelikler vs. artış gösterecektir. Vergi kaçırma, kara para aklama gibi unsurların önüne geçebilmek için yapılan yasal düzenlemelerde artış meydana gelecektir.

Günümüzde muhasebe – finans sektöründe yapay zeka uygulamalarını kullanan çok sayıda şirket vardır. Örneğin HSBC sahteciliğin tespit edilebilmesi için yapay zeka uygulamalarından faydalanmaktadır. Kredi kartlarından veya banka kartlarından yapılan işlemlerden şüpheli olanlar işaretlenmekte ve müşterilere bildirimde bulunmaktadır. Finans

danışmalık firması olan Morgan Stanley robo danışmanlar(makine) kullanmaktadır. Bu robo danışmanlar müşterilere güncel verilere dayalı yatırım tavsiyelerinde bulunmaktadır (Wilson ve Daugherty, 2018).

Yapay zeka uygulamalarıyla halihazırda yapılabilecek belli başlı muhasebe işlemleri aşağıdaki gibidir (Marr, 2018):

- Gider Yönetimi : Muhasebe çalışanları için harcamaların tek tek gözden geçirilmesi ve uygun olmayanların tespit edilmesi çok zaman alıcı bir işlemdir. Oysa ki makineler gider makbuzlarını okuyabilir ve şüpheli gördüklerini işaretleyerek geri bildirimde bulunabilir.

- Faturaların Kaydedilmesi: Günümüzde yapay zeka destekli fatura yönetim sistemleri vardır. Bu yazılımlar sayesinde faturalar kolaylıkla sisteme kaydedilebilir.

- Denetim : Denetim sürecinin dijitalleşmesi denetime olan güveni arttırır. Çünkü geleneksel denetimde örneklem alınarak denetim yapılırken, yapay zeka destekli denetimde şirketin tüm finansal verileri denetlenir.

- Hesapların Kapatılması: .Yapay zeka temelli sistemler birçok kaynaktan veriyi alıp birleştirip karşılaştırma imkanına sahiptir. Bu sayede hesapların karşılıklı tutturulması daha hızlı bir şekilde gerçekleşecektir. Müşteri ve tedarikçilerin verilerine ulaşma süresi kısaldığında mütabakat sağlama süreci de hızlanacaktır.

Yapay zekânın muhasebe alanında kullanılmasıyla birlikte veri girişlerinde oluşan insan kaynaklı hatalar ortadan kalkacaktır. Hata ve hilelerin önlenmesiyle birlikte vergi ziyayı da önlenecektir. Denetim işinde ciddi ölçüde zaman ve maliyet tasarrufu sağlanacaktır (Tuzcu, 2018).

Yapay zekânın yukarıda bahsedildiği üzere pekçok avantajlı yönü bulunmaktadır. İnsan zekası duygusaldır ve bu yüzden sübjektif karar alabilir. Ancak yapay zekâda duygulara yer yoktur ve bu yüzden %100 objektiftir. Yapılan her bir iş belgelere dayalıdır. Ancak doğal zeka gibi yaratıcı değildir. İnsan zekası doğası gereği yeni karşılaşılan sorunlara karşın çözüm üretebilir.Yapay zeka uyuglamalarında bu durum oldukça sınırlıdır (Dülger, 2018). Oluşabilecek mantık hataları nedeniyle hatalı sonuçlar doğurabilir. Hatalı sonuçlardan müşteriler, tedarikçiler vb. tüm paydaşların olumsuz etkilenmesi söz konusu olabilir. Etik problemler ortaya çıkabilir. Etik problemlerin çözümü için kişiye özel gizlilik ve güvenlik seçenekleri sağlanması gerekir. İşletmenin itibarının olumsuz yönde etkilenmesine sebep olabilir. İşletme sahipleri yatay zekya gerekli yatırımları yapmaktan kaçındıklarında da bu durum onların rakiplerinin

gerisinde kalmalarına neden olabilir. İşletmeler doğru sonuçlara ulaşabilmek için yeterli miktarda veriye sahip olmayabilirler. Doğru sonuçlara ulaşmak için yeterli verinin iç kaynaklardan sağlanmadığı durumda dış kaynaklara başvurulması gerekir. Dış veri kaynaklarına ihtiyaç duyulduğunda maliyet artışı söz konusu olacaktır (ICAEW, 2017: 9).

Yapay zeka kullanımı sonucu karşılaşılabilecek olumsuz durumlardan kaçınılması için personelin eğitimi son derece önemlidir. Personelin teknoloji becerilerinin artırılması, risklere yönelik farkındalık sağlanması gerekmektedir. Elde edilen sonuçların kurumların beklentilerini karşılaması için gerekli düzeltici tedbirleri alabilmeleri zorunludur (IIA, 2017).

2. TÜRKİYE'DE MUHASEBE UYGULAMALARINDA DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ

Ülkemizde muhasebe uygulamalarının dijital dönüşümü sürecinde yasal düzenleme yapmaya yetkili kurum Maliye Bakanlığı Gelirler İdaresi Başkanlığı(GİB) dir. Vergi Daireleri Otomasyon Projesi(VEDOP) kapsamında internet vergi dairesi 1 Eylül 2000 tarihinden itibaren kurumlar vergisi mükelleflerine, 1 Eylül 2001 tarihinden itibaren gelir vergisi mükelleflerine hizmet vermeye başlamıştır. 1 Ekim 2004 tarihinde ise VUK 304 sıra nolu tebliği ile e-beyanname uygulaması başlatılmıştır. E-beyanname uygulamasının amacı; bilişim teknolojilerinden yararlanarak mükelleflerin beyannamelerini güvenli, hızlı, doğru ve ekonomik şekilde vergi dairelerine ulaştırmalarını sağlamaktır. E-beyanname sayesinde, beyanname doldurma sırasında oluşabilecek hataların en aza indirilmesi, kabul, tarh ve tahakkuk işlemlerinin kolaylaştırılarak iş yükünün hafifletilmesi sağlanmıştır(Bakmaz, 2007:199).

GİB, e-fatura ile ilgili olarak ilk pilot uygulamasını 2008 yılında Elektronik Fatura Kayıt Sistemi(EFKS) ile başlatmıştır. EFKS uygulaması faturalar üzerindeki birtakım bilgileri GİB sistemine aktararak, faturaların kağıt olarak çıktısının alınması gereğini ortadan kaldıran bir uygulamadır. Bu uygulamada alıcıya verilecek olan nüsha da dijital ortamda e-imzalı olarak oluşturulmaktadır. E-fatura uygulaması 2010 yılında 397 nolu VUK genel tebliği ile yürürlüğe girmiştir. 2013 yılından itibaren ise e-fatura kullanılması bazı mükellefler için zorunluluk kapsamına girmiştir. Günümüzde e-faturalar, e-arşiv faturası olarak düzenlenmektedir. Sevk irsaliyesi belgelerinin e- irsaliye olarak düzenlenmesine 2017 yılında başlanmış olup 2019 yılında zorunluluk kapsamına alınmıştır(Tektüfekçi, 2018:374). Mükellefler e-irsaliye uygulamasına GİB portalından veya GİB den izin almış özel entegratörlerin bilgi iş-

lem sistemleri üzerinden giriş yapabilirler. Ayrıca 2018 yılı itibariyle zorunluluk olmamakla beraber sisteme e-serbest meslek makbuzu ve e-müstahsil makbuzu uygulamaları da eklenmiştir(<http://www.efatura.gov.tr> E.T.: 15.01.2021).

Bilanço usulüne göre defter tutan birinci sınıf tüccarların tutmak zorunda oldukları yevmiye defteri ve büyük defterlerle ilgili olarak e-defter uygulaması 1 sıra nolu tebliğ ile 2011 yılında yürürlüğe girmiştir. 01.09.2014 tarihinden itibaren ise uygulama kapsamına giren mükellefler için zorunluluk kapsamına alınmıştır. 2018 yılının başından itibaren elektronik defterin kapsamına belirlenen mükellefler için Defter-Beyan sisteminin kullanılması da eklenmiştir. Defter-Beyan sistemi, serbest meslek erbabı, işletme hesabı esasına göre defter tutan mükellefler ile basit usule tabi olan mükelleflerin kayıtlarının elektronik ortamda tutulması, bu mükelleflerden defter tutmak zorunda olanların defterlerinin bu kayıtlardan hareketle elektronik ortamda oluşturulması ve saklanması, vergi beyannamesi, bildirim ve dilekçelerin elektronik ortamda verilebilmesi ile elektronik ortamda belge düzenlenebilmesi amacıyla geliştirilen sistemdir. Basit usule tabi mükellefler ile serbest meslek erbapları (noterler ile noterlik görevini ifa ile mükellef olanlar hariç) 1/1/2018, diğer mükellefler ise 1/1/2019 (serbest meslek kazanç defteri yanında işletme hesabı esasına göre defter tutanlar açısından 1/1/2018) tarihinden itibaren sistemi kullanmaya başlamışlardır (<https://www.defterbeyan.gov.tr/tr/yaridim/isletme-hesabi> E.T. : 15.02.2021)

Kamu denetçileri, mükelleflerin ibraz ettiği e-defter ve beratı Gelirler İdaresi Başkanlığı'nın 'e-defter görüntüleme aracı' yardımıyla doğruluğunu kontrol ederler. Daha sonra denetim işlemi GİB den onay almış uyumlu yazılım programları yardımıyla yapılır. E-arşiv faturalarının kontrolü için ek bir programa ihtiyaç yoktur. GİB sayfasındaki'in resmi internet sitesinde yer alan sorgulama kısmından kontrol edilir (https://www.turmob.org.tr/arsiv/mbs/resmigazete/-e-Defter_Saklama_Kullanici_Kilavuzu.pdf E.T.: 13.01.2021).

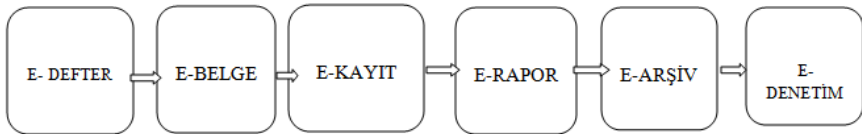
Türkiye'de muhasebe ve denetim alanında kullanılan çok sayıda web tabanlı yazılım programı bulunmaktadır. TÜRMOB tarafından hazırlanan Luca Muhasebe yazılımında bulut mimari teknolojisi kullanılmıştır. Luca projesi, yazılımın servis olarak sunulması(SaaS) modelinin Türkiye'deki ilk başarı ödüllü uygulamasıdır. TÜRMOB tarafında Luca projesi kapsamında; Luca Mali Müşavir Paketi, Luca Kobi Net Ticari Yazılımı ve Luca Koza Yazılımı geliştirilmiş ve piyasaya sunulmuştur. Luca yazılımı ; E-arşiv fatura, e-irsaliye, e-defter uygulamalarına

uyumludur. Luca yazılımıyla yapılan kayıtların defter beyan sistemine çevrilerek online olarak aktarılması için gerekli çalışmalar da tamamlanmıştır (<http://www.luca.com.tr>, E.T.25.02.2021).

Ülkemizde elektronik kayıt sistemine geçiş ile iç denetim ve bağımsız denetim alanında da dijital dönüşüm hız kazanmıştır. Türkiye’de yaygın olarak kullanılan denetim yazılımları Mikrocom, CAP, Luca ve FAS’dır. Bazı denetim firmaları ise kendi kuruluşlarının ihtiyaçlarına uygun olarak yazılım firmalarına excel tabanlı denetim yazılımları hazırlatarak kullanılmaktadırlar. Bilgisayar tabanlı denetim yazılımları sayesinde denetimler, planlı şekilde, daha verimli, kaliteli ve kısa zamanda sonuçlanabilmektedir. Hali hazırda yaygın olarak kullanılan denetim yazılımları ucuz, pratik ve yol gösterici olmalarına rağmen yavaşlardır. Zaman içerisinde dünya genelinde yaygın olarak kullanılan İDEA vb. denetim yazılımları örnek alınarak, mevcut yazılımların eksik yönlerinin geliştirileceği öngörülmektedir (Soğuksu, 2020: 304-305).

Türkiye’de muhasebe uygulamalarının dijital dönüşümü sürecinde son yirmi yılda yaşanan gelişmeler ve yapılan yasal düzenlemelerden yukarıda ana hatlarıyla bahsedilmiştir. E-muhasebe uygulamaları ile işletmeler, alıcılar ve satıcılar arasındaki ticari işlemlerin elektronik ortamda kayıt altına alınarak takip edilebilmesi, finansal bilgi kullanıcılarının ihtiyaç duydukları bilgiye kolaylıkla ulaşmalarını sağlayacak mali tabloların eş zamanlı olarak internet üzerinden sunulması hedeflenmektedir (Durmuş ve Kaya, 2019: 365).

Dursun v.d (2019)’ a göre; teknolojik gelişmeler muhasebe mesleğini, bilirkişilik, danışmanlık ve tahkim konularında herhangi bir daralmaya zorlamayacaktır. Ancak defter, belge, kayıt, rapor, arşiv ve denetim konularında değişiklikler yaşanacaktır. Dursun vd (2019) a göre dijital dönüşümde e-muhasebe sürecinin aşağıdaki şekilde işlemesi öngörülmektedir.



Şekil 5: E- Muhasebe Süreci (Muhasebe 4.0)

Kaynak: Dursun, Ektik ve Tutucu, 2019: 255

E-defterler, e-belgeler aracılığıyla kodlar, akıllı sistemler ve algoritmalar sayesinde ilgili hesaba aktarılmasıyla otomatik olarak doldurulabilecektir. E- kayıtlar kullanılarak muhasebe bilgi kullanıcılarının

ihtiyaç duydukları raporların sisteme e-raporlar şeklinde tanımlanması sağlanabilecektir. Tüm mali işlemler bulut sistemler sayesinde e-arşivlerde saklanabilecektir. Bahsedilen süreçlerin dijital olması mali tabloların uygunluk denetimlerinin de e-denetim şeklinde olabileceği ihtimalini güçlendirmektedir.

SONUÇ

Geçmişten günümüze yaşanan her bir endüstri devrimi işletmelerin fonksiyonlarını etkilemiş ve iş süreçlerinde köklü değişikliklere neden olmuştur. Endüstri 4.0 ile de iş dünyasında tüm sektörlerde ve işletmelerin bütün birimlerinde (üretim, pazarlama, yönetim, insan kaynakları satın alma, muhasebe, finansman) çalışanlar, yaşanan dijital dönüşüm sürecinden etkilenmişlerdir.

Yaşanan teknolojik gelişmeler sonucu bazı yeni meslekler ve uzmanlık alanları ortaya çıkmakla birlikte bazı meslekler de yok olmaya ya da büyük değişimlere uğramaktadır. Business Insider’da yayınlanan bir araştırmaya göre önümüzdeki yirmi yılda bilişim teknolojilerindeki gelişmeler sebebiyle en çok değişime uğrayacak meslekler sıralamasında muhasebe mesleği ikinci sırada yer almaktadır (Yarow, 2014).

Endüstri 4.0 ile birlikte geleneksel muhasebe sisteminden yalın muhasebe sistemine doğru bir geçiş süreci başlamıştır. Kâtiplikle başlayan muhasebe mesleği mali mühendisliğe dönüşmektedir. Mali Mühendislik, dijital çağda mali müşavirlik mesleğinin yeniden tasarlanmış şeklidir. Mali mühendislerin görevleri; defter tutmak, zorunlu finansal tabloları düzenlemek , beyanname ve bilgileri hazırlamanın çok ötesindedir. Mali Mühendisler; finansal tabloları analiz edip yorumlayabilen, strateji geliştirebilen, işletmenin gelecekteki mali durumu hakkında öngörde bulunabilen kişilerdir. İşletmelerin mali problemlerini tespit eden ve bu problemlere bilimsel temelli verimli, ekonomik ve standartlara uygun çözümler üretebilen meslek mensuplarıdır (Kablan, 2018: 1568).

Verilere hızlı bir şekilde ulaşılması muhasebe çalışanlarının zaman kaybını önleyerek daha verimli çalışmalarına olanak sağlamaktadır. Yasa ve mevzuatlardaki değişimlere anında ulaşılabilmesi ve kullanılan muhasebe programlarının gerekli güncellemeleri anında yapabilmesi sayesinde değişikliklerden kaynaklı hatalar önlenebilmektedir. İşletme faaliyetlerinin anlık olarak izlenebilmesi sayesinde meydana gelebilecek değişimlere de hızlı bir şekilde karşılık verilebilmektedir. Bu sayede yöneticilerin faaliyetleri kontrol sürecindeki etkinlikleri artmaktadır (Sledgianowski, 2017: 5).

Finansal raporların doğru, güvenilir ve hızlı bir şekilde sunumu tüm finansal bilgi kullanıcılarının işini kolaylaştırmaktadır. Finansal tablolardaki bilgiler ışığında alınan kararlar daha rasyonel olmaktadır.

Dijital teknolojilerin kullanımı muhasebe çalışanlarının hata payı minimum düzeye indirerek, iç kontrolde ve bağımsız denetim süreçlerinde şeffaflık sağlamaktadır (Arslan ve Demirkan, 2019: 54). Artık muhasebe çalışanı veri girişi gibi rutin işlerden kurtulmaktadır. Rutin işlerin yaratacağı motivasyon düşüklüğü, mesleki yabancılaşma v.b. olumsuz etkilerden kurtulan çalışanlar analiz, yorumlama v.b. kendi bilgi ve becerilerini de süreçlere katabilecekleri işlerle uğraşmaktadırlar.

Denetim sürecinde dijital teknolojilerin kullanılması denetçilerin de işlerini daha hızlı ve güvenilir şekilde yapmalarına imkan tanımaktadır. Bilindiği üzere denetim sürecinde yeterli düzeyde kanıtın elde edilmesi ve elde edilen denetim kanıtlarının bağımsız denetim teknikleri yardımıyla incelenmesi ve sonuçların raporlanması gerekir. Dijital teknolojiler öncelikle denetçinin bu kanıtlara ulaşma hızını artırarak maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Büyük ölçekli verilerin yazılım programlarıyla analiz edilmesi risk değerlendirmesinde son derece hızlı ve güvenilir sonuçlar elde edilmesine yardımcı olmaktadır (Akdoğan ve Akdoğan, 2018: 6).

Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler meslek mensuplarına yukarıda bahsettiğimiz avantajları sağlamakla birlikte çeşitli zorluklar ve riskleri de barındırmaktadır. Öncelikle muhasebe bilgi sisteminde üretilen bilginin kalitesinin artırılabilmesi için gerekli teknik altyapı eksikliklerinin giderilmesi zorunludur. Gerekli bilgisayar donanımlarının ve uygulama yazılımlarının satın alınması yüksek maliyetli yatırımlardır. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu yatırımları karşılayamaması durumda sistemden beklenen fayda sağlanamayacaktır. Meslek mensuplarının yeni yazılım programları ile ilgili eğitim alması ve kendilerini dijital çağın gereklerine uygun olarak geliştirmeleri zaman isteyen bir iştir. Yoğun iş temposu içerisinde bir işletmeye bağımlı çalışan meslek mensuplarının kurslara katılmaları, meslek içi eğitim programlarıyla bilgi sistemlerinin kullanımı konusunda kendilerini geliştirebilmeleri ancak üst yönetimin desteği ile mümkün olabilir. Serbest çalışan meslek mensuplarının da piyasa koşullarındaki iş yoğunluğu göz önünde bulunduğunda, zaman ve maddi imkan kısıtları altında yeterli mesleki eğitimi alarak sistemin bir parçası olmakta zorlanacakları açıktır.

Üniversitelerde verilen muhasebe eğitimlerinin de halen teorik düzeyde kalması mesleğin dijital dönüşümünün önündeki en büyük engeldir. Muhasebe eğitiminin yeniden tasarlanması gerekmektedir. Eğitim yönteminin değiştirilmesi ve yeni derslerin programa eklenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ACCA, IMA(2013). Big Data: Its Power and Perils <https://www.adobe.com/products/flashplayer/end-of-life.html> (Erişim Tarihi: 12.01.2020).
- Adiloğlu, B., Yücel, G.(2018). Dijitalleşme Muhasebe Mesleği için Bir Tehdit mi Yoksa Bir Fırsat mı?, *XX. Türkiye Muhasebe Kongresi*, TÜRMÖB, 5-6 Ekim, İstanbul.
- Akdoğan, N., Akdoğan, M.U.(2018), Büyük Veri- Bilişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Muhasebe Uygulamalarına ve Muhasebe Mesleğine Etkisi, *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 55.
- Arslan, M.C., Demirkan, S.(2019)., Endüstri 4.0 ve Muhasebe Sistemi Üzerine Etkisi Üzerine Kuramsal Bir İnceleme, *Enderun Dergisi*, 3(1), 40-56.
- Aslan, Ü., Özerhan, Y.(2017). Big Data, Muhasebe ve Muhasebe Mesleği, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 19(4), 862-883.
- Bakmaz, Z.(2007). Son Düzenlemeler Işığında Tüm Yönleriyle E-Beyanname Uygulaması, *Mali Çözüm Dergisi*, 83, 99-110.
- Banger, G.(2017). *Endüstri 4.0 Ekstra*, Ankara: Dorlion Yayınları.
- Bulut, E., Akçacı, T.(2017). Endüstri 4.0 ve İnovasyon Göstergeleri Kapsamında Türkiye Analizi, *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 7, 50-72.
- Ciger, A., Kınay, B., Angı, G.G.(2017). Büyük Verinin Muhasebe Uygulamaları ve Muhasebe Eğitimi Üzerindeki Etkileri, 36. *Muhasebe Eğitimi Sempozyumu Bildirileri Kitabı*, İstanbul: Matsis Matbaası.
- Civalek, Ö.(2003). Yapay Zekâ, *Türkiye Mühendislik Haberleri*, 423(1), 40-50.
- Copeland, J.(1993). *Artificial Intelligence. A Philosophical Introduction*, Blackwell: Oxford Press.
- Durmuş, A.F., Kaya, H.(2019). Dijital Muhasebe Uygulamalarının Muhasebe Hileleri ve Kayıt Dışılığı Önlemeye Etkisi, *III. International Symposium of Economics, Politics and Administration*, Dicle Üniversitesi, Diyarbakır, 363-381.
- Dülger, M.V.(2018). Günümüz Yapay Zeka Teknolojisi ve Robot Yargıç/Avukat Gerçeği, *Hukuk ve Daha Fazlası Dergisi*, 5, 4-9.
- Eğilmez, M.(2017) Endüstri 4.0 <http://www.mahfiegilmez.com/2017/05/endustri-40.html> (E.T.10.01.2020).
- Erturan, İ. E. , Ergin, E.(2017). Muhasebe Denetiminde Nesnelerin İnterneti: Stok Döngüsü, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 75, 13-30.
- Fonepartner (2021). <https://www.fonepartner.com/blog/images/upload/5631121412020.png> (Erişim Tarihi: 10.01.2021)
- GİB (2021). <http://www.efatura.gov.tr> (Erişim.Tarihi: 15.01.2021). <https://www.defterbeyan.gov.tr/tr/yarim/isletme-hesabi> (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

- Gülten, S.(2019). Yapay Zeka Muhasebe Alanında Kullanılabilir mi?, <https://muahasebebilimler.com/yapay-zeka-muhasebe-alaninda-kullanilabilir-mi/> (Erişim Tarihi: 06.01.2021)
- Gürsakal, N.(2014). *Büyük Veri*, Bursa : Dora Yayınları, 2. Baskı.
- ICAEW (2017). Artificial Intelligence and The Future of the Accountancy, <https://www.icaew.com/media/corporate/files/technical/information-technology/technology/artificial-intelligence-report.ashx?la=en>. (Erişim Tarihi. 13.12.2020).
- IIA(2017). Küresel Bakış Açıları ve Anlayışlar: Yapay Zeka II, <https://www.tide.org/file/documents/pdf/GPAI-Artificial-Intelligence-Part-II%20Revised.pdf> (Erişim Tarihi: 12.10.2020).
- Islam, M.A.(2017). Future of Accounting Profession: Three Major Changes and Implications for Teaching and Research <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/business-reporting/discussion/future-accounting-profession-three-major> (Erişim Tarihi: 06.02.2021).
- Kabaklarlı E.(2016). *Endüstri 4.0 ve Paylaşım Ekonomisi- Dünya ve Türkiye ekonomisi İçin Fırsatlar, Etkiler ve Tehditler*, Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.
- Kablan, A.(2018). Endüstri 4.0- Nesnelerin İnterneti: Akıllı İşletmeler ve Muhasebe Denetimi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Endüstri 4.0 ve Örgütsel Değişim Özel Sayısı, 23, 1561-1579.
- Kaya, İ., Ateş S., Akbulut, D., Köksal, A.(2017). Büyük Veri, Veri Analitiği ve Veri Analizi Işığında Muhasebe Eğitimi: Ders İçerikleri Analizi Üzerine Bir Araştırma, 36. *Muhasebe Eğitimi Sempozyumu Bildirileri Kitabı*, İstanbul: Matsis Matbaası.
- Lazanis, R.(2015). How Technology Behind Bitcoin Could Transform Accounting as We Know It? <https://techvibes.com/2015/01/22/how-technology-behind-bitcoin-could-transform-accounting-as-we-know-it-2015-01-22> (Erişim Tarihi: 15.01.2020).
- LUCA(2021). <http://www.luca.com.tr>, (Erişim Tarihi: 25.02.2021).
- Manpower Group (2016).The Skills Revolution, https://www.manpowergroup.com/wps/wcm/connect/5943478f-69d4-4512-83d8-36bfa6308f1b/MG_Skills_Revolution_lores.pdf
- Marr, B.(2018).The Digital Transformation of Accounting and Finance-Artificial Intelligence, Robots and Chatbots. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/06/01/the-digital-transformation-of-accounting-and-finance-artificial-intelligence-robots-and-chatbots/#1dda9c464ad8>. (Erişim Tarihi: 14.01.2021).

- McCarthy, J. Minsky, M.L., Rochester, N., Shannon, C.E.(1955). A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence, *AI Magazine*, 27(4).
- Microsoft Azure (2021). <https://azure.microsoft.com/tr-tr/overview/ai-platform/> (E.T. 12.02.2021)
- Mijwel, M.(2016). Yapay Zekâ Nedir?, <https://www.researchgate.net/publication/323292529-yapay-zeka-nedir> (Erişim Tarihi: 29.12.2020).
- Nakamoto, S.(2008). Bitcoin: A Peer –to- Peer Electronic Cash System, www.bitcoin.org (Erişim Tarihi. 10.12.2019).
- New Economy Taxation Team(2017). Blockchain: Taxation and Regulatory Challenges and Opportunities, *WU Global Tax Policy Center of Vienna University of Business and Economics*, Viyana.
- Özdoğan, B., Kargın, S.(2018). Blok Zinciri Teknolojisinin Muhasebe ve Finans Alanlarına Yönelik Yanımları ve Beklentiler, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 80, 161-176.
- Özkul, F.U., Alkan, B.Ş.(2020). Dijital Çağda Muhasebenin Dönüşümü: Blockchain Teknolojisinde Muhasebe ve Mali Kontroller, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22(2), 218-236.
- Pendrous R.(2021). Smart Food Factories Move Even Closer. <https://www.foodmanufacture.co.uk/Article/2017/06/15/Smart-food-factories-move-even-closer> (E.T. 01.02.2021)
- Peters, G.W., Panayi, E.(2016). Understanding Modern Banking Ledgers Through Blockchain Technologies : Future of Transaction Processing and Smart Contracts on the Internet of Money, *Banking Beyond Banks and Money*, Springer International Publishing House .
- Potekhina, A., Riumkin, I.(2017). *Blockchain- A New Accounting Paradigm*, Umea School of Business and Economics, Master's Degree Thesis, 1-57.
- Schwab, K.(2017). *Dördüncü Sanayi Devrimi*(Çev. Z.Dicleli). İstanbul: Optimist Yayıncılık.
- Soğuksu, Z.Y.(2020), Muhasebe Denetiminde Dijital Dönüşüm: Denetim Yazılımları, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 13(2), 281-308.
- Serçemeli, M.(2018). Muhasebe ve Denetim Mesleklerinin Dijital Dönüşümünde Yapay Zeka, *Turkish Studies*, 13(30), 369-386.
- Sheedy, C.(2017). What CPAs Need To Do To Survive Automation Revolution, *Journal of Accountancy* (<https://www.journalofaccountancy.com/newsletters/2017/jun/surviveautomation-revolution.html> Erişim Tarihi: 17.12.2020).
- Sledgianowski, D., Gomaa , M., Christine, T.(2017). Toward Integration of Big Data, Technology and Information Systems Competencies Into the Accounting Curriculum, *Journal of Accounting Education*, 38, 81-93.

- Tapscott, D., Tapscott A.(2016). *Blockchain Revolution: How The Tehnology Behind Bitcoin is Changing Money, Business and the World*, Kindle Edition, <https://ebookslibrary.us/Blockchain-Revolution:-How-The-Tehnology-Behind-Bitcoin-is- Changing-Money,-Business,-and-the-World-1101980133.html> (Erişim Tarihi. 10.01.2021).
- Tekbaş, İ.(2019). *Muhasebenin Dijital Dönüşümü ve Mali Mühendislik: Finans ve Muhasebe Fütürist Bakış*, İstanbul: Ceres Yayınları.
- Tektüfekçi, F.(2018). Muhasebe ve Venetim Ontolojisinde E-Dönüşüm Süreci Kapsmındaki Dijital Paradigmalara Teorik ve Felsefi Açıdan Pragmatik Yaklaşım, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20, 358-376.
- TUBİTAK (2021) <https://blokzincir.bilgem.tubitak.gov.tr/blok-zincir.html> (Erişim T. 10.01.2021)
- TURMOB (2020). https://www.turmob.org.tr/arsiv/mbs/resmigazete-e-Defter_Saklama_Kullanici_Kilavuzu.pdf (Erişim Tarihi: 13.01.2021).
- Tuzcu, A.(2018). Muhasebede Yapay Zeka- İşimiz Tehlikede Mi?, <https://www.muhassebep.com/muhasebede-yapay-zeka/> (Erişim Tarihi: 11.01.2021).
- Waren, J.D., Moffit, K., Byrnes, P.(2015). How Big Data Will Change Accounting?, *Accounting Horizons*, 29(2).
- Wilson, H.J., Daugherty, P.R.(2018). İşbirliğine Dayalı Zeka: İnsanlar ve Yapay Zeka Güçlerini Birleştiriyor, *Harward Business Review Türkiye*.
- Yaninen, D.(2018). Artificial intelligence and the Accounting Profession in 2030. <https://cpapng.org.pg/data/documants/Cpa-Presentation-Artificial-Intelligence-and-the-Accounting-Profession-in-2030-1.pdf> (Erişim Tarihi: 15.01.2021).
- Yarow, J.(2014). These Are The Jobs That Will Be Safe From The Imminent Invasion of Robots, <http://businessinsider.com> (Erişim Tarihi: 27.08.2020).
- Yücel, G., Adiloğlu, B.(2019). Dijitalleşme- Yapay Zeka ve Muhasebe Beklentiler, *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 17, 47-60.

Bölüm 39

SLOVENYA'DA E-DEVLET UYGULAMALARI VE DE-BÜROKRATİZASYON SORUNU



Hatice KOÇ¹

1 Dr. Hatice Koç, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, ORCID: 0000-0003-0190-512X

GİRİŞ

Teknoloji ve iletişim alanındaki ilerlemelerin kamu yönetimine yansımaları ile birlikte kamu kurumlarının sunduğu hizmetlerin ve devlet-vatandaş ilişkilerinin yapısı değişmiştir. Bilişim çağında devlet şekil ve kapsam değiştirerek e-devlete dönüşmüştür. E-devlet vatandaşların bilişim teknolojileri aracılığıyla beklentilerinin arttığı, devletin de küresel rekabet ortamında bu taleplere cevap vermenin yanı sıra teknolojinin getirdiği hız, mekandan bağımsızlık gibi avantajlardan faydalanarak hizmetlerinin etkinliğini optimize ettiği iki yönlü ve dönüştürücü bir ilişkiyi temsil eder olmuştur (Yıldız ve Leblebici, 2018: 12).

E-devletin genel ve kabul görmüş bir tanımı olmasa da (Yıldız, 2007) en basit tanımıyla, devlet hizmetlerinin internet üzerinden sunulmasıdır. Ancak günümüz teknolojisi toplumu ve ilişkileri dönüştürücü bir niteliğe ulaşmıştır ve e-devlet tanımı iletişim ve etkileşimi de kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Genel olarak çağdaş toplumlardaki devlet ve birey ilişkilerinde, devletin vatandaşa karşı getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesine e-devlet denilmektedir (Akçakaya, 2017, s.10).

Tanımdan da anlaşılacağı üzere e-devlet, devlet-vatandaş ilişkisini teknolojinin getirdiği hız ve mekandan bağımsızlık gibi iki dönüştürücü özellikle ağlar üzerinden yeniden tanımlamaktadır. Bilgi toplumunun devlet modeli olan e-devlet klasik devlette daha karmaşık ve hizmetleri daha sofistikedir. E-devlete yüklenen bu anlam, teknolojinin ve teknolojiyle birlikte ilişkileri, süreçlerin, kurumların değişmesi ile genişlemiştir. Çalışmanın bu kısmında öncelikle e-devletin gelişim aşamaları ve bu aşamalar için gerekli ön koşullar irdelenecektir.

Devletler, kamu hizmetinde kaliteyi sağlayabilmek için bilgi teknolojilerinin avantajlarından faydalanmaktadır. Ancak her devletin hatta devletler içindeki kurumların bilgi teknolojileri kullanım düzeyi farklıdır. Kamu kurumlarında veritabanı kullanımından vatandaşa interaktif hizmet vermeye kadar pek çok bileşeni olan e-devlet için literatürde genel kabul görmüş dört temel düzey vardır (UN, 2010, s.95; Koç, 2019, s.843).

İnternette Bilgi Sunumu: Kamu kurumları web sitelerinde kamusal politikalar, düzenlemeler, yasalar, ilgili dokümanlar ve hizmetler hakkında bilgi paylaşırlar ve vatandaşların bu siteler aracılığıyla kurum ve gelişmeler hakkında bilgi edinmesi sağlanır.

Gelişmiş bilgi hizmetleri: Kamu hizmetlerine başvuru formlarının indirilmesi gibi tek taraflı ya da kişisel bilgi ya da elektronik olmayan taleplerin maille cevaplanması gibi sınırlı e-hizmetlerle basit olarak çift taraflı e-iletişim imkanı sunulmaktadır.

İşlem Hizmetleri: Kamu kurumlarına ait web sitelerinden vatandaşlarla online başvuru formları doldurup gönderme gibi konularda çift yönlü iletişim kurulabilmektedir.

Tümleşik hizmetler: Devlet ile yurttaşlar arasındaki iletişim şekli web siteleri tarafından değiştirilir. Kamusal web sitelerinde E-hizmetler ve e-çözümler, “kesintisiz” bir şekilde sunulur. Veri, enformasyon ve bilgi entegre edilmiş uygulamalar aracılığıyla bağımsız düzenleyici kurumlara aktarılır.

E-devlet uygulamalarının tümleşik hizmetler aşamasına gelebilmesi, e-devlete bakış açısında geniş bir perspektif gerektirmektedir. Bu perspektif ilgililere, e-devletin yalnızca teknoloji kullanımı ile ilgili bir değişiklik değil, aynı zamanda organizasyonel, politik, hukuki ve teknik dönüşümü de gözönüne almasını sağlar. E-devlet dönüşümü teknolojik altyapı, organizasyonel altyapı, hukuki altyapı ve eğitim altyapısının da güçlü olmasını gerektirmektedir. Bilişim çağı olarak adlandırılan günümüzde devletler e-dönüşüm için kendi kapasiteleri doğrultusunda e-dönüşüme ayak uydurma ve gelişmişlik düzeyine göre ona yön vermeye çalışmaktadır.

Bu çalışmada, Slovenya’da e-devletin gelişimi ve bugünkü durumu resmedilmeye çalışılmıştır.

Slovenya, üniter bir devlet yapısına sahiptir, belediyeler sadece yerel vergileri düzenlemekle yetkilidir. Slovenya, 11’i şehir belediyesi statüsüne sahip 212 belediyeden oluşmaktadır. Slovenya Anayasası Aralık 1991’de kabul edilmiştir, Mayıs 2004’te Avrupa Birliği üyesi olmuştur ve yaklaşık 2 milyon nüfusa sahiptir (AB, 2016).

Kamu yönetiminin üzerindeki yeni bilgi teknolojilerini benimsemeye yönelik genel baskıda Amerika Birleşik Devletleri veya Kanada gibi büyük ülkeler ve Slovenya gibi küçük ülkeler arasında bir fark yoktur. E-devlet, günümüzde kamuoyunda ve kamu yönetimi literatüründe giderek daha popüler hale gelmektedir ve önemsenmektedir (Pinterič U., 2010:89).

1991 yılında bağımsızlığını kazanan Slovenya’nın kurumlarında 1970’lerden beri BT kullanımı mevcuttu. Kuruluşundan sonra idari reformlara ve teknik altyapıya odaklanan Slovenya, 2001’de eAvrupa+

eylem planı doğrultusunda aday ülke olarak eAvrupa projesine dahil olmuştur. eAvrupa+ eylem planı dahilinde strateji belirleyen ve e-dönüşümünü başlatan ülke günümüze gelene kadar önemli adımlar atmıştır.

Bu çalışmada Slovenya’da e-devlet uygulamaları e-devlet gelişmişlik düzeyleri açısından analiz edilmiştir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Slovenya’da e-devletin gelişim seyri değerlendirildikten sonra Slovenya’da verilen e-hizmetler ve Slovenya’nın e-devlet göstergeleri ele alınmıştır. Çalışma, değerlendirme ve sonuç bölümü ile sonlandırılmıştır.

SLOVENYA’NIN E-DEVLETE GEÇİŞ SÜRECİ

Slovenya kamu yönetimi reformu sürecinde ve yeni bir kamu yönetimi yaklaşımının peşinde birkaç farklı strateji kabul edildi ve yasal çerçeve oluşturuldu¹. En belirgin değişiklikler, e-devlet için altyapı niteliğinde olan kamuya açık bilgi paylaşımı ve mahremiyetin korunması alanındaydı. Reform sürecini üç döneme bölmek mümkündür: 2001’den önceki ilk dönem, bir mahremiyet koruma yasasının yanı sıra kamuya açık bilgilere ve kamu idare sistemlerine erişimle ilgili mevzuatın şekillendirilmesi dönemidir. 2001 ve 2004 arasındaki ikinci dönemde, iki önemli strateji, e-devletin gelişimi için temel çerçevenin ve daha sonra Sloven kamu yönetiminin e-devlet yaklaşımının belirlenmesini içeriyordu. Son dönem, ikinci dönemle benzer bir yaklaşımı içerir ancak bu yaklaşım, e-devlet stratejilerinin uygulanması için e-mevzuat ve değişiklikler ve hükümet direktifleri ile güçlendirilmiştir (Pinterič U., 2010, s.89-90). Bu bölümde belirtilen strateji ve uygulamaların e-dönüşüm açısından kritik öneme sahip olanları seçilerek süreç ve gelişim seyri resmedilmeye çalışılmıştır.

E-devletin gelişmesini kamu yönetiminde BT kullanımıyla başlatmak mümkündür. Slovenya, e-devletin gelişmesi için nispeten iyi bir başlangıç noktasına sahip olmuştur. Slovenya’da BT’nin kamu sektöründe uygulanması yetmişli yılların başında başladı ve o yıllarda gelişmiş AB ülkelerinin pek gerisinde değildi. 70lerde ve 80lerde Vatandaşlar, arazi ve kamu ve özel şirket ile ilgili tüm temel kamu kayıtları veritabanlarında tutulmaktaydı. Doksanlı yıllarda operasyonel seviyedeki tüm süreçler ve faaliyetler pratik olarak bilgisayar ortamına aktarıldı. 2000’li yılların başında kişi başına düşen bilgisayar oranı 0,3, %25-30 arasında internet erişimi ile AB ortalamasına yakın bir gelişmişlik düzeyinde idi.

¹ Bu konuda geniş bilgi için bkz. Şahin, A., & Erkiş, İ. U. (2013). Avrupa Birliği’ne üyelik sürecinde ve sonrasında Sloven kamu yönetimi reformları: kurumsal kuram açısından bir değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 13(25), 294-314.

Yine 2000'lerin başında tüm kamu görevlileri PC'ler ve diğer gerekli BT ekipmanlarıyla donatılmıştı. Doksanlı yılların başlarında, Slovenya hükümeti, ulusal bir BT altyapısının geliştirilmesinden ve e-devletin geliştirilmesinden sorumlu olan, Kamu Bilişim Merkezi'ni kurdu (Vintar vd., 2003, s.136) .

2000-2005 Yılları: E-devlet Yasal Altyapısı ve Kurum Bazında E-Uygulamaların Başlaması- Bilgi Verme Amaçlı E-devlet Portalı

2000 yılında Kişisel Bilgilerin Güvenliği Yasası, E-Ticaret ve E-İmza Yasası kabul edildi. 2001 yılında Avrupa Komisyonu, Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine yönelik eAvrupa + Eylem Planını kabul ettikten sonra, Slovenya Hükümeti “2001-2004 Dönemi Kamu Yönetiminde e-Ticaret Stratejisi” ni kabul etti. Bilgi Toplumu Bakanlığı kuruldu. E-devlet sitesi kullanıma sunuldu. 2002'de elektronik hizmetleri ve görevleri tanımlayan 2004 yılına kadar e-Devlet için Eylem Planı kabul edildi (EU, 2014, s.8).

2003'te Bilgi Edinme Kanunu kabul edildi, vatandaşlara, tüzel kişiliklere ve kamu çalışanlarına çeşitli hizmetler vermek amacıyla e-devlet portalı geliştirildi. Tüm tüzel ve gerçek kuruluşların vergi dairesi ile elektronik olarak iş yapmasını sağlamayı amaçlayan eDavki (eTaxes) portalı başlatıldı. Maliye Bakanlığının sorumluluğunda e-ihale sisteminin projesi başlatıldı. Açık Kaynak Yazılımın kamu kurum ve kuruluşlarında ve aynı zamanda daha geniş kamu sektörü ve ötesinde kullanımına ilişkin net stratejik rehberlik sağlamak için tasarlanmış bir “Açık Kaynak Yazılım politikası” ve ülkedeki Bilgi Toplumu'nun gelişimi için Bilgi Toplumu strateji belgesi kabul edildi (Groznič ve Trkman, 2009 s.464):

2004 yılında e-Haberleşme Yasası kabul edildi, e-devlet politikasının sorumluluğu Bilgi Toplumu Bakanlığından yeni Kamu Yönetimi Bakanlığına devredilmiştir. Slovenya e-devletinin içeriğini tanımlamada çok daha önemli olan World Wide Web'de Slovenya Kamu Yönetiminin İş ve Geliştirme Stratejisi kabul edilmiştir. 2004 itibarıyla, sabıka kayıtları ile ilgili işlemler, tapu siciline erişim, şirket siciline erişim ve vergi beyannamesi gönderme işlemleri çevrimiçi yapılabilir hale gelmiştir (EU, 2014, s.8).

2001-2004 yıllarında yukarıda bahsedilen iki strateji Slovenya'da e-devlet gelişimi için önemlidir. 2001 yılında kabul edilen strateji ile bilgi teknolojisini kullanarak basit, hızlı, niteliksel ve ucuz kamu hizmetleri sunulmuş, vatandaşlara hizmet ve sorgulamalarında gerekli organizasyonel yapıları ve süreçleri bilmeden de bilgi alabilme imkanı

sunmuştur. Strateji, hizmetlerde BT kullanımına vurgusuyla teknolojik yönü ağır basan ve insan ve organizasyon unsurunu göz ardı eden bir yaklaşıma sahipti. İkinci ve daha önemli strateji, İnternette Slovenya kamu yönetiminin çok daha detaylı gelişimini içeriyordu. Strateji, 2006 yılına kadar kamu yönetimi, hizmetler ve vatandaşlar ile vatandaşlar arasındaki diğer etkileşim biçimleri açısından erişilebilir olacak ve kamu hizmetlerinin İnternet aracılığıyla yaygın olarak kullanımını hedeflemekteydi. Bu, tüm kamu yönetimi kurumlarının İnternet imajını ve çalışmalarını sistematik olarak geliştirmenin yanı sıra kullanım kolaylığı ilkesini izleyerek Sloven kamu yönetiminin etkinliğini ve demokratik özelliklerini güçlendirmek içindi (Pinterič, 2010, s.90).

2005'te, şirketlere yönelik 34 önlemden oluşan Kırtasiyeciliğin Azaltılmasına Yönelik Önlemler Programı kabul edildi. E-devletin organizasyonel altyapısına dönük sadeleşmeyi içeren program hizmetlerin tek adımda, tek noktadan sunulmasını amaçlamaktadır. Bu amaçla şirketler için tek durakta hizmeti içeren e-VEM portalı hizmete sunuldu. Aynı yıl AB 2003'de başlatılan e-ihale projesini öngörülen standartlara uygun olmadığı için durdurmuştur (Groznič, Trkman, 2009 s.464). 2005'te e-devlet ile ilgili yaşanan başka bir gelişme, Merkezi Nüfus Sisteminin kamu kurumlarının kullanımına sunulmasıdır (EU, 2014, s.8).

Bu dönemde yapılan düzenleme ve uygulamalar genel olarak değerlendirilecek olursa; Slovenya, dönüşüm projesi ile ilgili önemli stratejiler benimsese de yaklaşımı, e-devlete bütüncül bir perspektif içermediği için uygulamalar kurum düzeyinde kalmış, bir yanda özellikle şirketlere sunduğu hizmetler gibi başarılı uygulamalar hayata geçirilirken, diğer yanda proje iptaline varan başarısızlıklar yaşanmıştır (Decman, 2005; Kunstelj, Leben, & Vintar, 2006). Aslında belki de e-devlet projelerinde altyapı çalışmaları ile birlikte başlatılması gereken iş süreçlerinin teknolojiye uygun hale getirilmesi de bu dönemle ilgili başka bir soru alanıdır. Slovenya bağımsızlığından sonra ve AB'ye üyeliğinin kabulünde idari reform süreci yaşamasına rağmen E-devlet uygulamalarının erişimi halka açıldıktan sonra iş süreçlerinin sadeleştirilmesi ve bürokrasisinin azaltılması ile ilgili yeniden reforma ihtiyaç duymuştur. Bürokrasinin azaltılması ve iş süreçlerinin sadeleştirilmeye çalışılması Slovenya'nın e-devlet serüveninin üzerinde hep bir gölge olarak kalmıştır.

2006-2010 Yılları: Bürokrasinin Azaltılması için Yapılan Çalışmalara Rağmen Kırtasiyeciliğin Ağlara Taşınması

Bu dönemdeki gelişmeler kronolojik olarak aşağıdaki gibidir:

2006'da, Arşiv ve Dokümanların Korunması Kanunu kabul edildi, e-SJU adıyla e-devlet portalında vatandaşlara yönelik bir portal geliştirilerek şirketlerden sonra vatandaşların da e-hizmetlere ulaşması sağlanmıştır. Bu portalde 400'den fazla hizmet ve 350 formun açıklamasını içeren bir rehber oluşturulmuştur. Bu yılda Araç tescillerinin çevrimiçi yenilenmesi hizmeti erişime açılmıştır. Ayrıca 2006-2010 e-devlet stratejisi benimsenmiştir. (Dobnikar & Nemec, 2007, s.360).

2007'de kamu kurumları kendi iş süreçlerinde e-form kullanmaya başladı. Bürokrasinin azaltılması çalışmaları AB'de ödül aldı. Vergi mükelleflerinin çevrimiçi sorularını cevaplamak üzere Sanal Vergi Asistanı "VIDA" kullanıma sunuldu. Adres değişikliklerini çevrimiçi yapabilme erişime açıldı. 2006'da belirlenen e-devlet stratejisinin eylem planı açıklandı (Decman & Klun, 2008).

Ekim 2008'de, e-devlet sitesinin kullanılabilirliğini artırmak için görme engelliler, çocuklar ve gençler için görsel ve işitsel içerikler geliştirildi. E-devlet İrtibat Merkezi açıldı, müfettişlikler ve denetim hizmetleri için alt portal oluşturuldu. Bu portal ilgili teftiş kurullarının ve denetim hizmetlerinin çalışmaları ile ilgili önemli bilgilerin yanı sıra uygun web sitelerine bağlantıları erişime açtı (Makarovic, 2005).

2009'da Slovenya Hükümeti, sakinlerin hükümetin politika oluşturma sürecine katılımını artıran bir web aracı olan 'my.suggestion.gov.si' (predlagam.vladi.si) projesini onayladı. BT ve elektronik hizmetlerin geliştirilmesi ve resmi kayıtların bağlanması (SREP) ile ilgili stratejiyi kabul etti. Bu strateji, kamu yönetimi ve elektronik hizmetlerin dengeli gelişimini ve e-Yönetimden çözümlerin ve en iyi uygulamaların kamu hizmeti işinin diğer alanlarına entegre edilmesini sağlamayı hedefliyordu. E-devlet sitesine pilot bazı belediyeler de eklendi. Ayrıca azınlıklar için farklı dillerde içerikler geliştirildi. E-VEM projesi BM tarafından en iyi proje seçildi (Daly, Pegan & Shaw, 2019).

2010'da, web sitesinin özellikle çocuk ve gençler tarafından erişilebilirliğinin artırılması ve kurumsal kapasitesinin artırılması ile ilgili çalışmalar yapılmıştır. E-VEM, e-OSS adında bir arayüz geliştirilmiştir. Slovenya Sağlık Sigortası Enstitüsü (ZZZS) ve e-VEM arasında bağlantı kuran ve insan kaynakları ile ilgili olan bu arayüz sayesinde şirketlere çalışanları ile sigorta vb. işlemlerini çevrimiçi yapma imkanı tanınmıştır (EU, 2014, s.9).

Bu dönemde, teknolojik altyapının iyileştirildiği ve e-devlet sitesinin iletişim aracı olmaktan çıkıp etkileşim aracı olarak kullanılmaya

başladığı görülmektedir. E-devlet ana kapısının fırsat eşitliğine konu edilip azınlıkları ve dezavantajlı grupları kapsayacak şekilde geliştirilmesi e-devletin olgunluk aşamaları açısından olumlu bir gelişmedir. Bu dönemde Slovenya özellikle iş dünyasına verdiği hizmetlerle uluslararası kuruluşlardan ödül almış, E-devlet sıralamalarında ikinci sıraya kadar çıkmıştır (Decman, 2008, s. 229). Bürokrasinin azaltılmaya çalışılması bu dönemde de devam etmiş yapılan çalışmalar AB tarafından ödül almıştır. Ancak e-devlet uygulamalarının kurumsal düzeyde devamı ve e-devlete yönelik bütüncül bir perspektif eksikliği bu dönemde de devam etmektedir. Hizmetlerin dijitalleşmesi ile ilgili projeler kurum düzeyinde kaldığı gibi örneğin e-devlet portalında da yer alabilecek my-suggestion gibi uygulamalar için ayrı portaller kurularak fiziki bürokrasi ağlara taşınmıştır. Bütüncül bakış açısı eksikliğine başka bir örnek de bir taraftan e-devlet portaline eklenebilecek bir uygulama için başka bir portal açılırken başka bir tarafta şirketler için oluşturulan portale arayüz eklenip Sağlık Sigortası Enstitüsü ile bağlantılandırılarak hem bürokrasiyi azaltmak hem de kurumların birlikte çalışabilirliğine katkıda bulunmaktır.

2011-2016 yılları: Bürokratik Engellerin Aşılma Çabaları

2011’de, Kamu İdaresi Bakanlığı (MPA), hükümetin idari yük azaltma çabaları hakkında halkı bilgilendirmeyi amaçlayan bir web sitesi olan - 25’i başlattı (Kalaš & Brajnik, 2017). Kırtasiyeciliğin 2012 yılında % 25 Azaltılması ve bu sayede yabancı yatırımlarda ve istihdam yaratmak için şirketlerle ilgili süreçlerin azaltılmasını hedeflemekteydi.

2012’de Adalet ve Kamu Yönetimi Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kamu Hizmeti Ödülleri 2012 yarışmasında ikinci oldu. Bakanlık mevzuatın hazırlanması ve benimsenmesi süreçlerinde internet aracılığıyla halkın etkin katılımını sağlamış ve e-demokrasi açısından başarılı bulunmuştur. 2013’te Kırtasiyeciliğin azaltılması ile ilgili çalışmalar devam etmiştir. Elektronik Haberleşme Kanunu ve Kişisel Bilgi Güvenliği Yasası, AB çerçevesine göre yeniden düzenlenmiştir. İş ortamı ile ilgili tek bir forma indirgemeyi amaçlayan Single Document projesi başlatılmıştır (Ravšelj, Tomažević, & Aristovnik, 2020).

2014’te kamu alımları için e-ihale sistemi uygulamaya konulmuştur. Sistem sayesinde kamu alımları önceden ilan edilerek ilgililerin ihale sürecine katılmasına imkan tanınmıştır Bu kamu alımlarında fırsat eşitliği sağlama ve hesap verebilirliğe katkıda bulunma amacı güdülmüştür. E-Vergiler için E-Teslimat uygulaması başlatılmış, vergi ile ilgili yazışmaların tamamı internet ortamına taşınmıştır. Uygulama tüzel kişiler

için zorunlu, gerçek kişiler için seçime bağlı hale getirilmiştir. Şirketler için hazırlanan E-VEM portalı, şirket yaşam döngüsüne göre yeniden düzenlenmiş ve sadeleştirilmiştir. Küçük ve orta ölçekli işletmeleri desteklemek için BusinessSOS portalı kurulmuştur. Portal ile küçük ve orta ölçekli işletmelere kurumlarda karşılaştıkları problemleri rapor etme ve ilgili kurumlardan 15 gün içinde cevap alma imkanı sağlanmıştır. Bilgi Edinme Kanunu revize edilerek vatandaşlara kamu ve belediyelere ait bilgilere erişme imkanı sunulmuştur. Sosyal medyada “Stop Bürokrasi” (EU, 2015, s.9) adında bir site kurularak bürokrasiyi azaltmak için yapılan düzenlemeler ve halkın önerileri duyurulmaya başlanmıştır.

2015’te toplumun bilgi toplumuna dönüşümü için Dijital Slovenya 2020 Stratejisi kabul edilmiş, kamu ile yapılan alışverişler ve ödemeleri, Bütçe Kullanıcılarına Ödeme Hizmetlerinin Sağlanmasına İlişkin yeni Kanun (ZOPSPU-A) uyarınca çevrimiçi ortama taşınmıştır. Tapu kayıtlarının içeriği yeniden düzenlendi ve gayrimenkul sahiplerinin gayrimenkulleri ile ilgili alım satım vergisine ve jeodezik bilgisine kadar geniş bir alanda bilgi edinmesini mümkün kılmıştır. 2015 yılında ayrıca iç pazardaki elektronik işlemler için elektronik kimlik ve güven hizmetlerine ilişkin AB’nin STORK isimli projesine e ilgili yasal çerçeveye uyum amacıyla güvenli e-vatandaş adında yeni bir proje daha başlatıldı. Merkezi kimlik doğrulama sistemini alt yapı olarak kullanan bu proje ile e-devlet sitesi hem teknoloji hem de güvenlik açısından yenilendi. Site içeriği, azınlıkları kapsayacak biçimde dil açısından geliştirildi. Slovenya Cumhuriyeti Kamu Yasal Kayıtlar ve İlişkiler Hizmetleri Ajansı tarafından kurulan yeni web sitesi ile siyasi partilerin seçim kampanyaları ile ilgili mali bilgilere erişim sağlandı (Republic of Slovenia, 2020a).

Bu dönemde bilgi güvenliği için gerekli yasal mevzuatın çıkarıldığını, vatandaşların e-devlete güvenini inşa etmek için yeni bir proje başlatıldığını, e-demokrasi vatandaşların yasa ve yönetmelik çıkarma sürecine dahil edildiğini ve bu uygulamanın ödül olarak başarılı olduğunu görmekteyiz. Bu olumlu gelişmelerin yanında bu dönemde de bürokrasiyi azaltmak e-devlet çalışmalarının temel problem alanı olmuştur. Ancak e-devletin yanında reform pratiğine de bütüncül bir perspektif eksikliği gözlenmektedir. Şöyle ki, aynı dönemde bürokrasiyi azaltmak için kurumlarda Single Document Projesi başlatılırken, iş dünyasına sorun yaşadıkları kurumları şikayet için e-bürokrasiyi artıracak yeni bir portal kurulmuş, vatandaşlar için Stop Bürokrasi web sitesi kurulmuştur. Bu dönemle ilgili bir araştırmaya göre 2015 yılında Slovenya’da internet kullanım oranı 78% iken e-devlet kullanım oranı %45’dir ve e-devlet kullanımı bilgi edinmeye yöneliktir (Banjac, 2017, s.48). İki

oran arasındaki farkı e-devlet uygulamalarının yetersizliği ya da uygulamalardan memnuniyetin azlığı ile açıklamak mümkündür. İnternet kullanımı yüksek olan bir ülkede e-devlet kullanımının düşük olması e-devlet üzerindeki vatandaş baskısı söylemine de ters düşmektedir. Nitekim Paulin'in (2015, s.17), Slovenya E-devlet uygulamaları ile ilgili yaptığı bir araştırmada e-devlet uygulamaları ile ilgili aşağıda özetlenen bulguları ilginçtir.

(I) e-devlet sistemleri, yasal bağlam olumsuz bir şekilde değişir değişmez sona eren ısmarlama sistemlerdir,

(II) mevzuat ve teknoloji arasındaki güçlü boşluk nedeniyle e-devlet sistemleri, yeni ayrımcılık ve dışlanmaya yol açan yararlı yasadışı ve hayırsever yolsuzluğa büyük ölçüde dayanır ve

(III) e-devlet, hükümetin takdir yetkisini politik olarak kontrol edilebilir alandan sistem tasarımcılarına ve geliştiricilerine kaydırarak yasal ilkesini ihlal etmektedir.

2016-2020 Dönemi: Yeni Teknolojiler, Yeni Vizyon, Yeni E-devlet Sitesi

2016'da iş dünyasının portalı e-VEM'in kullanımı sicil numarasına sahip tüm şirketler için zorunlu hale getirildi. Bu gelişme, kağıt üzerindeki form değişiminin yerini alan yaklaşık 1 milyon elektronik işlemle sonuçlandı. Bunun işletmeler için 6 milyon Euro tasarruf anlamına geleceği tahmin edilmektedir. Halkın erişimine açık olan Statist kuruldu ve e-ihalelerle ilgili güncel verilere ulaşma imkanı daha önce e-ihale sistemindeyken buraya taşındı. Slovenya kamu yönetiminin gelecekteki gelişimi için önemli hedeflerden biri, "veriye dayalı" kamu yönetiminin gelişimini desteklemektir ve bu site bu hedefi gerçekleştirmek için bir adım olarak planlanmıştır. Slovenya kamu yönetiminde iş analitiği, veri depolama ve big data alanındaki mevcut durum hala erken aşamadır. Bu nedenle, Kamu İdaresi Bakanlığı, karar vermede temel olarak veri yönetimini iyileştirmek için bir iş analitiği ve veri ambarı sistemi kurmaya karar verdi. Veri ambarı ve iş analitiğinin, Durum Bulut Altyapısı üzerinde yatay bir hizmet olarak sunulması planlanıyor. İlk aşamada, iki aracı (Oracle ve Microsoft) değerlendirmek ve sahadaki son kullanıcılar için nihai raporları tasarlamak için 'Skrinja-Data Chest' test veri ambarı ve iş analitiği pilot projesi başlatıldı. Yılın ikinci yarısında İş Analitiği, Veri Ambarı ve Big Data'yı teşvik etme çabası bağlamındaki ikinci pilot proje başlatıldı. Proje yeni teknolojik gelişmelerin kamu yönetimi sistemini geliştirilmesini öngörmektedir. İlk aşamada insan kay-

nakları süreçlerinin finansmanı ve kamu alımlarında başlatıldı. Bulut Altyapısı için de araştırmalar başlatıldı. Sağlıkta e-randevu sistemine geçildi ve uygulama başladıktan sonra kullanım oranı %80'lere ulaştı. Aralık 2016'da, kamu sektöründeki açık verilerinin yayınlanması için Açık Veri Portalı (OPSI) erişime açıldı. Aynı yıl ayrıca dijital bürokrasinin azaltılması için Devlet idaresinde bilişimin yeniden düzenlenmesi ve merkezileştirilmesi projesi başlatıldı (EU, 2017).

2017'de, e-İmza sistemi başlatıldı ve Kara Parayı Aklamayı Önlemek İçin mal bildirimi ile ilgili kayıt sistemi kuruldu (EU, 2018), kamu kurumlarının birlikte çalışabilirliği ile ilgili Semantik Birlikte Çalışabilirlik Uygulama Stratejisi kabul edildi. 2018'de Kamu yönetimi bakanlığı e-imza ile yapılan işlemlerde kimlik doğrulama için SI-PASS adında yeni bir sistem kurdu. E-ihale için eSubmission adlı bir modül oluşturdu ve süreçler basitleştirildi (EU, 2019). 2018 yılında aynı zamanda bu strateji döneminin en önemli projesi "Devlet İdaresinde Bilişimin Yeniden Düzenlenmesi Ve Merkezileştirilmesi Projesi" tamamlandı. Proje ile Slovenya, bilgi ve iletişim teknolojisinin her seviyesinde çeşitli yeni organizasyonel, finansal, personel ve teknolojik çözümlere yönelik birleştirici ve merkezi bir sistem kurmuştur. Bu sonuca ulaşmak için Bilişim Geliştirme Konseyi, teknik, idari altyapının yanında insan kaynakları için de bütünleştirici bir politika izlemiştir. Bilgi güvenliği politikasında da bütünleştirici bir yaklaşım izleyerek e-devlet uygulamalarının güvenilirliğini artırmaya katkı sağlamıştır. Bulut, Big Data, IoT gibi yeni teknolojileri teknik altyapısına dahil ederek hizmet süreçlerini hızlandırmış ve bunu Kamu Personelinin BT Yetkinliklerini Geliştirme Projesi ile desteklemiştir (EU, 2017; EU, 2018; EU, 2019).

2019'da Slovenya, e-güvenlik ve e-kimlik işlemleri ile ilgili bir yasa hazırlığı başlatmıştır. Toplumu kurumları ya da bireyleri tehdit edecek siber saldırılara karşı siber güvenlik sağlamak için Milli Güvenlik Konseyi'nin içinde Bilgi Güvenliği İdaresi (ISA) kurulmuştur (EU, 2020).

Son olarak, Slovenya hükümeti, hükümet web sitelerinin sayısını 335'ten yaklaşık 30'a düşürerek merkezi hükümet portalı GOV.SI'yi başlattı. Ayrıca KR PAN adıyla başlattığı Merkezi belge sistemi, 150 devlet idare organı için kurulmuştur. Belge yönetimi ve uzun vadeli belge saklama için temel bir araç görevi görmektedir (EU, 2020).

Bu dönemde, yeni e-devlet uygulamalarından çok yeni teknolojilere sistemi uyarlamak için hazırlık yapıldığı, önceki dönemlerden farklı olarak yeni geliştirilen projelerin pilot uygulamalarla test edildiği görülmüştür. Bu dönemde bürokrasinin azaltılması ile ilgili çalışmalarda so-

nuç vermiş, iş akışları sadeleştirilmiştir (Kovac, Đulabic & Cicin-Šain, 2017). Bunun yanında e-devlet sitesine tüm kurumların web sitelerini olmasa da daha kapsayıcı bir nitelik kazandırıldığı ve en önemlisi e-dönüşümü bütüncül bir yaklaşımla ele alıp altyapıya yönelik çalışmalarla e-devletin parçalı yapısının büyük oranda giderildiği ifade edilebilir.

SLOVENYA'DA VERİLEN E-HİZMETLER

E-Devlet Ana Portalı eUprava (www.euprava.gov.si)

Site, Sloven vatandaşlarına, 30'dan fazla veri tabanına bağlı en sık kullanılan 250 elektronik hizmet sunmaktadır. 321 içerik Slovence, 170 İtalyanca ve Macarca olarak mevcuttur. 110 e-Başvuru ve 368 form (Word ve PDF) bulunmaktadır. Portal, başvuruların elektronik olarak sunulmasının yanı sıra, kullanıcılarına sunulan başvurunun statüleri ve ulusal veri kayıtlarında saklanan kişisel bilgileri hakkında fikir verir. Portal, özel ihtiyaçları olan kişilere ve mobil teknolojiyi tercih edenlere uyarlanmıştır (Republic of Slovenia 2020a).

E-Demokrasi

Slovenya kamu yönetiminin anahtar web portalı e-Devlettir. Bu portalın içinde ayrıca E-demokrasi sitesi yer almaktadır.

Sitede e-demokrasi bağlamında şu imkanlar sağlanmıştır (Roblek, Strugar, Meško, Bach, & Jaković, 2019, S.1333):

- Yasal ve idari düzenlemeler ile ilgili hazırlanan taslaklara görüş, öneri ve yorumla katılma ve bu yolla düzenlemelerin savunucuları ve karar vericileri etkileyebilme imkanı verir.
- Kamu görevlilerinin ve her bakanlığın internet bağlantıları hakkında bilgi sağlar.
- Demokrasi ve uygulanması, temel insan hakları ve özgürlükleri ile Slovenya ve AB'de iktidarın düzenlenmesi hakkında temel bilgiler sağlar.
- Yönetmelik taslağı hazırlama prosedürlerine ilişkin bir kılavuz içerir. Bu kılavuzda, herhangi bir yurttaş, görüşülmek üzere Ulusal Meclise sunulmadan önce bir yönetmelik taslağı hazırlamanın temel sürecini bulabilir.

GOV.SI portalı (www.gov.si)

Slovenya hükümeti, ulusal web sitelerinde ve e-devlet ana portalında içeriğin tekrarlanması önlemek için idari web sitesi sayısı 350'den 30'a düşürerek yeni bir merkezi portal başlattı (EU, 2019).

Ulusal Birlikte Çalışabilirlik Portalı: National Interoperability Framework Portal (NIO)

NIO, Slovenya ulusal birlikte çalışabilirlik çerçevesi içinde farklı kılavuzlar, standartlar, bilgiler ve yapı taşlarından oluşan bir portaldır. İş süreçlerinin koordinasyonunun iyileştirilmesine yardımcı olur ve ulusal ve uluslararası düzeylerde daha iyi uyumluluk ve bağlanabilirlik sağlar. Kurumlar iş süreçlerini ve ilgili bilgi sistemlerini tasarlarlarken bunları kullanabilir (EU, 2019).

Ulusal Açık Veri Portalı (OPSI)

Portal, tüm kamu sektörü için açık verileri yayınlayan tek bir ulusal web sitesidir ve ikili bir işlevi vardır. İlk olarak, Ülkedeki kayıtların ve veri tabanlarının merkezi kataloğu niteliğindedir; Kamu kurumları, belediyeler ve diğer kamu sektörü organları tarafından yönetilen tüm kayıtlardan ve veritabanlarından alınan meta datanın merkezi bir envanteridir. İkincisi, verileri açık ve makine tarafından okunabilir formatlarda yayınlanır. Portal herkese, herhangi bir (kar amacı gütmeyen veya kâr amacı gütmeyen) amaç için "açık veri" formunda yayınlanan, ücretsiz olarak erişilebilen verilerin ücretsiz ve kolay bir şekilde yeniden kullanılması hakkını sağlar. Portalda, tüm kamu sektörü kuruluşları verileri kategoriye göre yayınlar (EU, 2020).

E-Sağlık (eZdravlje)

E-sağlık projesi ile, Sloven sağlık sisteminde modern BT çözümleri kullanılmakta ve yerel bilgi sistemleri işlevsel bir sağlık hizmetleri bilgi sisteminde birbirine bağlanmaktadır. E-Sağlık projesinin bir parçası olarak, e-Reçete 2 yıldır aktiftir. E-reçete ile doktorların yazdığı reçeteler, hasta ve eczaneler tarafından takip edilebilir. İlaç dağıtımı ve reçetesi yazarken, doktorlar ve eczacılar, bir hasta tarafından alınan ilaçların etkileşimlerini ve çelişkilerini kontrol edebilir.

Hastalar için zVEM portalı ve e-Randevu sistemi başlatıldı. E-Randevu sistemiyle, hastalar bir sağlık hizmeti sağlayıcısından elektronik olarak randevu alabilirler. Tüm ilk muayeneler ve teşhis testlerinin çoğu için ise zVEM portalı hizmet vermektedir. zVEM üzerinden hastalar için yeni bir elektronik randevu alma yöntemi mevcuttur. Herkese açık bu sitede, herhangi bir kullanıcı, farklı sağlayıcılarda beklenen bekleme süreleri ve iletişim bilgilerini inceleyebilir ve buna göre randevu alabilir. Portal aracılığıyla hasta, reçetesinin bitiminden ve bir uzman veya hastaneyle yaklaşan randevudan önce elektronik bildirimler (hatırlatıcılar) almak için başvuruda bulunabilir (Republic of Slovenia, 2020b).

***eVEM: Şirketler için Tek Durak* (www.evem.gov.si)**

Bu proje, şirketlere e-VEM Portalı üzerinden basit ve şeffaf bir şekilde gerekli tüm bilgileri sağlar. E-VEM Portalı, şirketlerin ve girişimcilerin bir şirket kurarken elektronik hizmetler yürütebilecekleri ve ayrıca ticari kuruluşun yasalarca en yaygın ve zorunlu olan birkaçını gerçekleştirebilecekleri bir iş portalıdır. İşletmelerin yanı sıra, zorunlu sosyal sigorta başvurusu, iş kazalarına ve meslek hastalıklarına karşı sigortanın tescili ve açık iş pozisyonunun tescili gibi bazı e-VEM hizmetleri sayesinde kullanıcı çemberi genişlemektedir. Slovenya genelinde 140'tan fazla fiziksel VEM noktasıyla hizmet sunan portal, esas olarak AB'den gelen yabancı girişimcilere yöneliktir ve iş kurma hakkındaki bilgilerle birlikte sınır ötesi elektronik prosedürler de sağlar (EU,2019).

e-İşe Alma Portalı

Slovenya Çalışma Bakanlığına (ZRSZ) bağlı Slovenya İstihdam Servisi (ESS)'nin portalinde işverenler işe alımlarla ilgili prosedürlerini yürütebilirken, www.PoiščiDelo.si platformu da iş arayanlar için iş ilanlarını sunmaktadır. Bu platformda kullanıcılar mevcut iş pozisyonları hakkında bildirim alır, açık iş pozisyonlarını gözden geçirir, potansiyel işverenlere kendilerini sunar ve onlarla iletişim kurar, özgeçmiş oluşturur, tazminat başvurusunda bulunur. İstihdam servisiyle portal üzerinden işbirliği yapabilir, sertifika alabilir (Republic of Slovenia, 2020b).

E-Vergi Portalı: EDavki

Kullanıcının bilgisayarından vergi formlarının doldurulmasına ve gönderilmesine izin verir. Kullanıcılar ayrıca e-ticaretten vergi mükelleflerini elektronik olarak kaydedebilir ve bilgilerini diğer AB Üye Devletlerinin vergi makamlarıyla paylaşabilir ve diğer AB ülkelerinden vergi mükelleflerinin vergi kimlik numaralarını doğrulayabilir (EU, 2016).

***Stop The Bureaucracy* (<https://www.stopbirokraciji.gov.si>)**

Bürokrasiyi Durdurun Portalı, Daha iyi bir mevzuat ve iş ortamı sağlamak için tek bir önlem seti olarak dizayn edilmiş ve kullanıcılara daha iyi bir iş ortamı için gerekli önlemleri ve kontrollere dahil olma imkanı sunar. Slovenya Cumhuriyeti Hükümeti, önlemlerin uygulanmasındaki ilerlemeyi sürekli olarak doğrular ve verileri Tek Veri Tabanında güncel tutarak halkın denetimine sunar (EU, 2020).

e-Yargı

Slovenya e-yargısı; adli makamların işleyişinde verilerin istatistiksel olarak izlenmesine yönelik bilgi sistemlerinden oluşmaktadır. Bu

sistemler, uzaktan duruşmaları gerçekleştirmek için video konferans sistemi, uluslararası sözleşmelerin dijitalleştirilmesi, e-Noter, e-Onaylar, e-Yükümlülükler ve e-Gönderim imkanları sunar (Republic of Slovenia, 2020b).

E- Kamu İhaleleri: E-Public Procurement (<https://www.enarocanje.si/?podrocje=portal>):

Kamu ihale prosedürlerinde daha fazla şeffaflık sağlamak ve temel verilerin yeniden kullanımı ve analizi için olanak sağlamak için tasarlanmıştır. 2016 yılında tüm kamu kurumları için zorunlu hale gelmiştir. Sistemin eCatalogue modülü ile şartname ve tekliflerin sistemde karşılaştırılması ve şeffaf bir ihale süreci hazırlığına imkan tanınmıştır (EU, 2016).

e-Emeklilik: ePension

Slovenya Emeklilik ve Engellilik Sigortası Enstitüsü vatandaşlar ve işletmeler için ePension (eZPIZ ve BiZPIZ) portalında hizmet vermektedir. 35.000'den fazla kullanıcı nitelikli bir dijital sertifika ile kayıtlıdır; bu, talepleri ve diğer dijital belgeleri dijital olarak imzalayıp gönderebilecekleri, dijital belgelerin elektronik olarak teslim edilmesini isteyebilecekleri ve kişisel sigorta ve ödeme bilgilerine erişebilecekleri anlamına gelir (Republic of Slovenia, 2020b).

Fatura Ödeme: e-invoicing

Sistem kamu sektöründeki faturaların işlemlerinin elektronik ortamdan yapılmasını sağlamaktadır ve tüm kamu kurumları için zorunludur (EU, 2015).

e-Belediye- E-Municipality

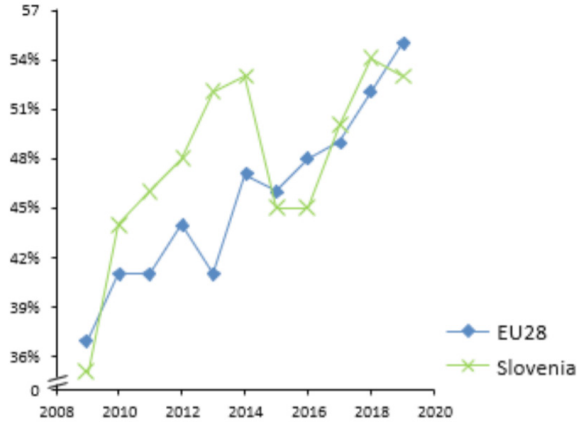
e-Belediye, belediye ile elektronik başvurular, çevrimiçi ücret ödemeleri, kararlar, e-ticaret gibi işleri yapmak için belediyeler arası portaldır (Republic of Slovenia, 2020b).

SLOVENYA'DA E-DEVLET GÖSTERGELERİ

Teknolojik altyapı ve halkın teknoloji kabulü açısından iyi bir noktada başlayan Slovenya'nın e-dönüşüm süreci 2020 yılına gelindiğinde dünyada ilk 30 ülkenin içinde, Avrupa'da ise Avrupa Birliği'nin ortalamasının üstündedir.

Şekil 1.

Slovenya'da Kamu Kurumlarıyla Etkileşim İçin İnterneti Kullanan Bireylerin Yüzdesi

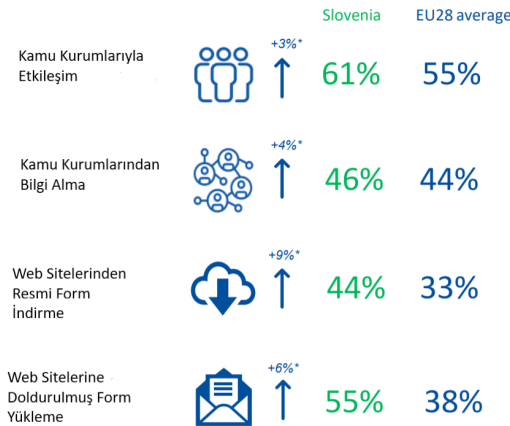


Kaynak: EU, 2020, s. 4

Slovenya'da e-devlet kullanımının oranlarına bakıldığında genelde AB ortalamasının üstünde olduğu görülmektedir. 2014-2017 yılları arasında kullanım oranları ortalamanın altında kalsa da 2018'den sonra artma eğilimi göstermiştir. Bu artışta 2018'de tamamlanan e-devlet altyapı projesinin de etkisi olduğu söylenebilir.

Şekil 2

AB Göstergelerine Göre Slovenya'da 2018-2020 Yılı E-devlet Kullanımı



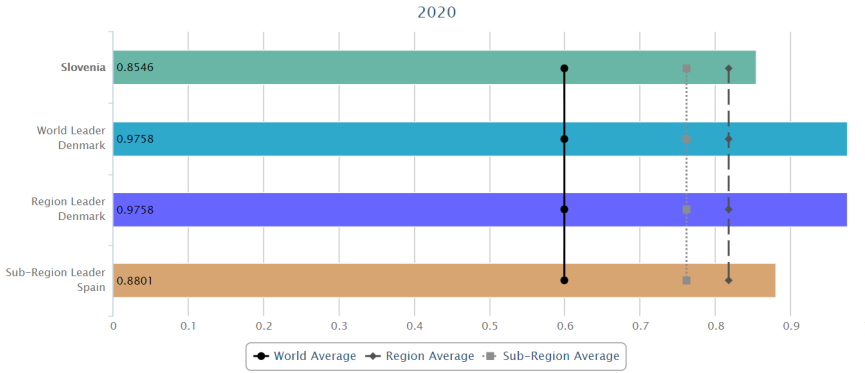
Kaynak: Eurostat 2018-2020

Slovenya'nın e-devlet ile ilgili göstergeleri yukarıdaki grafikte de gösterildiği gibi genelde AB ortalamasının üstünde olmuştur. Ancak 2018'de BT altyapısının merkezileştirilmesi projesinden sonra e-devlet ile ilgili göstergelerde önemli artışlar olmuştur. Kamu kuruluşlarıyla etkileşim %3 artarken, kamu kurumlarından bilgi alma %4 olmuştur. En önemli artış web sitelerinden form edinme (%9) ve web sitelerine doldurulmuş form gönderme (%6) göstergelerinde olmuştur. Son iki gösterge önceki yıllarda e-devletin parçalı yapısı nedeniyle düşük iken bu yıldan sonra önemli bir artış kaydetmiştir.

Slovenya'nın e-devlet göstergelerinin oranları dünyadaki diğer ülkelerle de karşılaştırıldığında üst sıralardadır.

Şekil 3

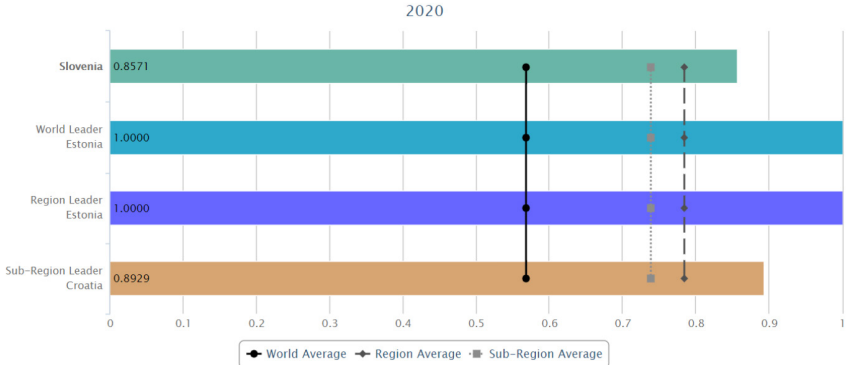
Slovenya 2020 E-devlet Gelişim İndeksi



Kaynak: www.un.org

Slovenya E-devlet gelişim indeksinde 2020 yılında 20. sırayı almıştır. Slovenya, e-dönüşüm sürecinin başından beri altyapı ve spesifik projelerinde iyi uygulama ödülleri almış ya da başarı sağlamış bir devlettir. Burada verilen bilgiye göre de gelişmişlik oranı birinci sıradaki Danimarka ile çok farklı değildir.

Şekil 4
Slovenya E-Katılım İndeksi



Kaynak: www.un.org

Slovenya e-katılım indeksinde 29.sıradadır.

Slovenya halkına dair bilgisayar kullanım oranı, internet kullanım oranı gibi teknoloji kabulüne dair oranların e-dönüşüm sürecinin başından beri yüksek olduğu bir önceki bölümde belirtilmişti. Slovenya devleti de halkın katılımını ve e-devlet projelerinin kabulüne başından beri ayrı bir stratejik önem atfetmiş, dezavantajlı grupların e-devlet kullanımı, e-hizmetlerde azınlıklara dönük dil içerikleri geliştirme, halkın politika sürecine katılımı için e-katılım kanallarını açma gibi pek çok özel proje geliştirmiştir. Yukarıda görülen grafikteki Slovenya oranı bu çift yönlü çabanın ve kabulün bir ürünüdür.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

1991 yılında bağımsızlığını kazanan Slovenya'da BT'nin kamu sektöründe uygulanması yetmişli yılların başında başladı ve o yıllarda gelişmiş AB ülkelerinin pek gerisinde değildi. Bağımsızlık öncesinde vatandaşlar, arazi ve kamu ve özel şirket ile ilgili tüm temel kamu kayıtlarının tutulduğu veritabanları kullanılmaktaydı. Doksanlı yıllarda kamu kurumlarında bilgisayarlaşmayı tamamlamıştı. 2000'li yılların başında E-devletin diğer önemli aktörü olan vatandaşla ilgili bilgisayar ve internet kullanım oranı verileri de AB ortalamasına yakındı.

Hem teknolojik altyapı hem de sosyolojik altyapı açısından iyi bir noktada olan Slovenya, 2001'de e-avrupa+ Eylem Planı ile e-dönüşümüne kurumsal bir nitelik kazandırarak projelendirmiştir.

İlk adım olarak beş yıllık e-dönüşüm stratejisini belirleyen ülke, yasal altyapı için de Bilgi edinme gibi temel kanunlarını çıkarmaya başlamıştır. Bu dönemde e-vergi gibi alanlarda önemli projeler geliştiren ve

hayata geçiren ülkenin karşılaştığı en önemli sorun belirlenen beş yıllık stratejinin teknoloji ve hukuki altyapı odaklı olması ve insan ve organizasyon unsurunun ikinci planda kalmasıdır. Başlangıç aşamasındaki bu yaklaşım, sonraki dönemlerde telafi edilmiş ancak telafi sürecinde sarf edilen çaba, ilk aşamada başarılı olmuş projelerin itici gücünü zayıflatmıştır.

2005-2010 arası dönemde, teknolojik altyapının iyileştirildiği ve e-devlet sitesinin iletişim aracı olmaktan çıkıp etkileşim aracı olarak kullanılmaya başladığı görülmektedir. E-devlet ana kapısının fırsat eşitliğine konu edilip azınlıkları ve dezavantajlı grupları kapsayacak şekilde geliştirilmesi e-devletin olgunluk aşamaları açısından olumlu bir gelişmedir. Bu dönemde Slovenya özellikle iş dünyasına verdiği hizmetlerle uluslararası kuruluşlardan ödül almış, E-devlet sıralamalarında ikinci sıraya kadar çıkmıştır (Decman, 2008, s. 229). Bürokrasinin azaltılmaya çalışılması bu dönemde de devam etmiş yapılan çalışmalar AB tarafından ödül almıştır. Ancak e-devlet uygulamalarının kurumsal düzeyde devamı ve e-devlete yönelik bütüncül bir perspektif eksikliği bu dönemde de devam etmektedir. Hizmetlerin dijitalleşmesi ile ilgili projeler kurum düzeyinde kalmış, bir kurumun projesi iptal edilirken başka bir kurumun projesi ödül almıştır.

2011- 2016 arası dönemde Bürokrasiyi azaltma çabaları iş dünyası, vatandaşlar gibi farklı başlıklarda ve farklı projelerle devam etmiş, e-katılım için tasarlanan bir uygulama ile halkın hukuki düzenlemelere katılımı sağlanmış ve bu uygulama kamu hizmeti ödülü almıştır. E-ihale sistemi, şirketler için tasarlanan şikayet portalı, vatandaşlar için hazırlanan Stop Bürokrasi gibi şeffaflığı sağlamaya yönelik hizmetler geliştirmiştir. Bu dönemde ayrıca bilgi güvenliği için gerekli yasal mevzuat oluşturulmuştur. Bu olumlu gelişmelerin yanında bu dönemde de bürokrasiyi azaltmak e-devlet çalışmalarının temel problem alanı olmuştur. Ancak e-devletin yanında reform pratiğine de bütüncül bir perspektif eksikliği gözlenmektedir. Şöyle ki, aynı dönemde bürokrasiyi azaltmak için kurumlarda Single Document Projesi başlatılırken, iş dünyasına sorun yaşadıkları kurumları şikayet için e-bürokrasiyi artıracak yeni bir portal kurulmuş, vatandaşlar için Stop Bürokrasi web sitesi kurulmuştur. Bu dönemle ilgili bir araştırmaya göre 2015 yılında Slovenya’da internet kullanım oranı 78% iken e-devlet kullanım oranı %45’dir ve e-devlet kullanımı bilgi edinmeye yöneliktir (Banjac, 2017, s.48). İki oran arasındaki farkı e-devlet uygulamalarının yetersizliği ya da uygulamalardan memnuniyetin azlığı ile açıklamak mümkündür. .

2016-2020 dönemine ait en önemli gelişme “Devlet İdaresinde Bilişimin Yeniden Düzenlenmesi Ve Merkezileştirilmesi Projesi”dir. Proje 2016’da başlatılıp 2018’de tamamlanmış, kamu kurumlarının kullandığı teknik altyapı merkezileştirilmiş, 2017’de proje “Birlikte Çalışabilirlik Stratejisi” ile birlikte olumlu sonuçlar vermiştir. Altyapının yanında e-devlet ana kapısına da yansıyan bu olumlu gelişme eGOV SI adında yeni bir sitenin kurulmasını ve 335 kamu web sitesini 30’a indirmeyi mümkün kılmıştır.

Bu dönemde, yeni e-devlet uygulamalarından çok yeni teknolojilere sistemi uyarlamak için hazırlık yapıldığı, önceki dönemlerden farklı olarak yeni geliştirilen projelerin pilot uygulamalarla test edildiği görülmüştür. Bu dönemde bürokrasinin azaltılması ile ilgili çalışmalarda sonuç vermiş, iş akışları sadeleştirilmiştir. Bunun yanında e-devlet sitesine tüm kurumların web sitelerini olmasa da daha kapsayıcı bir nitelik kazandırıldığı ve en önemlisi e-dönüşümü bütüncül bir yaklaşımla ele alıp altyapıya yönelik çalışmalarla e-devletin parçalı yapısının büyük oranda giderildiği ifade edilebilir.

Slovenya’da verilen e-hizmetler genel olarak değerlendirildiğinde, özellikle iş dünyasına verilen hizmetler ile e-katılıma yönelik verilen hizmetlerin güçlü olduğu söylenebilir. E-devlet serüveninin başından beri iş dünyasına verilen hizmetler için ayrı portaller oluşturulmuş, bu konuda özellikle prosedürlerin basitleştirilmesi ve tek adımda hizmetin verilmesi ile ilgili özel projeler geliştirilmiştir. Avrupa’nın diğer ülkelerindeki şirketleri hizmet vermeyi hedefleyen bu projelerin göstergeleri AB ortalamasının üstünde ve başarılı projelerdir.

Slovenya e-hizmetlerinin güçlü olduğu bir diğer alan ise e-katılımla ilgili başarılı projelerdir. Slovenya, e-devlet ana kapısında sivil toplum ve e-demokrasi için ayrı bir yer vermiş ve vatandaşların e-devlet ana kapısından yorumlarına açmıştır. Bunun yanında sitenin içeriği çocuklar, gençler, görme engelliler gibi dezavantajlı grupların kullanımı için zenginleştirilmiş, azınlıklar ve yabancılar için de farklı dillerde arayüzler eklenmiştir. Bu hizmetler e-katılım göstergelerine de yansımış, Slovenya e-katılım konusunda dünyada 29. sırada yerini almıştır.

Hizmetlerin bu güçlü yönleri Slovenya’nın gelişmişlik göstergelerine de yansımıştır. E-dönüşümünün başından beri bazı yıllar düşse de e-devleti kullanım oranı AB ortalamasının üstündedir. Özellikle son dönem yapılan reformlar ve bilişim altyapısının geliştirilmesiyle kamu kurumlarıyla etkileşim, kurumlardan form indirme ve form gönderme oranlarında önemli artışlar olmuştur. Slovenya E-devlet gelişim indek-

sinde de 20. sırayı almıştır. Slovenya, e-dönüşüm sürecinin başından beri altyapı ve spesifik projelerinde iyi uygulama ödülleri almış ya da başarı sağlamış bir devlettir.

Slovenya halkına dair bilgisayar kullanım oranı, internet kullanım oranı gibi teknoloji kabulüne dair oranların e-dönüşüm sürecinin başından beri yüksek olduğu bir önceki bölümde belirtilmişti. Slovenya devleti de halkın katılımını ve e-devlet projelerinin kabulüne başından beri ayrı bir stratejik önem atfetmiş, dezavantajlı grupların e-devlet kullanımı, e-hizmetlerde azınlıklara dönük dil içerikleri geliştirme, halkın politika sürecine katılımı için e-katılım kanallarını açma gibi pek çok özel proje geliştirmiştir. Yukarıda görülen grafikteki Slovenya oranı bu çift yönlü çabanın ve kabulün bir ürünüdür.

Sonuç olarak Slovenya e-dönüşüm sürecini teknoloji odaklı bir perspektiften kurumsal ölçekte başlatıp sürecin ilerleyen aşamalarında bürokrasinin azaltılması organizasyonel uyum gibi problemler yaşasa da son dönemde geliştirdiği projelerle bu sorunun üstesinden gelmeye başlamıştır. Kaliteli ve etkin olsa da son döneme kadar parçalı ve pek çok siteden verilen hizmetler tümleşik bir sisteme doğru evrilme yolundadır.

KAYNAKÇA

- Akçakaya, M. (2017). E-devlet anlayışı ve Türk kamu yönetiminde e-devlet uygulamaları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (3), 8-31.
- Daly, S., Pegan, A., & Shaw, K. (2019). Co-Production and Co-Governance: Strategic Management, Public Value and Co-Creation in the Renewal of Public Agencies across Europe.
- Dečman, M. (2005, June). Responsiveness of E-Government and the Case of Slovenia. In *Proceedings of the 5th European Conference on e-Government, ECEG*.
- Decman, M. (2008) E-government Readiness for Long-Term Preservation: The Progress of Slovenia. *Public Policy and Administration: Challenges and Synergies*, 229-241
- Decman, M., & Klun, M. (2008). e-Tax services and their evolution: The case of Slovenia. In *Proceedings of the European Conference on e-Government, ECEG*. [Google Scholar].
- Dobnikar, A., & Nemec, A. Ž. (2007). eGovernment in Slovenia. *Informatica*, 31(4), 357-365
- EU, (2014), E-government in Slovenia, <https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/document/2014-06/eGov%20in%20SI%20-%20April%202014%20v.16.0.pdf>, 20.01.2021
- EU, (2015), E-government in Slovenia, https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inline-files/eGov%20in%20Slovenia%20-%20January%202015%20-%20v_18_0_Final.pdf, 20.01.2021
- EU, (2016), E-government in Slovenia, https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inline-files/eGovernment%20in%20Slovenia%20-%20February%202016%20-%20v1_00.pdf, 20.01.2021
- EU, (2017), E-government in Slovenia, https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inline-files/eGovernment_in_Slovenia_March_2017_v3_00.pdf, 20.01.2021
- EU, (2018), E-government in Slovenia, https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inline-files/eGovernment_in_Slovenia_2018.pdf, 20.01.2021
- EU, (2019), E-government in Slovenia, https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inline-files/Digital_Government_Factsheets_Slovenia_2019_0.pdf, 20.01.2021
- EU, (2020), E-government in Slovenia, https://joinup.ec.europa.eu/sites/default/files/inline-files/Digital_Public_Administration_Factsheets_Slovenia_vFINAL_1.pdf, 20.01.2021

- Groznič, A., & Trkman, P. (2009). Upstream supply chain management in e-government: The case of Slovenia. *Government Information Quarterly*, 26(3), 459-467.
- <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/156-Slovenia>
- <https://www.stopbirokraciji.gov.si>, 20.01.2021
- <https://eGOV.SI>, 20.01.2021
- Kalaš, L., & Brajnik, I. B. (2017). Administrative Burden Reduction Policies in Slovenia Revisited. *Central European Journal of Public Policy*, 11(1), 28-40.
- Koç, H. (2019). Hırvatistan'da e-devlet politika ve uygulamalarının AB göstergeleri açısından değerlendirilmesi. *Turkish Studies Economics, Finance, Politics*, 14 (3), 843-868.
- Kovac, P., Đulabić, V., & Cicin-Šain, N. (2017). Removal of administrative barriers through the recent procedural simplifications in Slovenia and Croatia. *DANUBE: Law, Economics and Social Issues Review*, 8(4), 207-228.
- Kunstelj, M., Jukić, T. & Vintar M. How to fully exploit the results of e-government user surveys: the case of Slovenia. *International Review of Administrative Sciences*, 75.1 (2009): 117-149.
- Kunstelj, M., Leben, A., & Vintar, M. (2006). E-government in Slovenia: does supply meet demand. *14th NISPACee Annual Report*.
- Makarovic, B. (2005). The new Slovenian personal data protection act: Statutory limits to injunctive regulation of the internet. *Computer Law & Security Review*, 21(4), 323-327.
- Murat İnce, Elektronik Devlet, http://www.edevlet.net/raporveyayinlar/e-devlet_mayis_2001.pdf, 20.01.2021
- Paulin, A. (2015). Twenty years after the hype: Is e-Government doomed? Findings from Slovenia. *International Journal of Public Administration in the Digital Age (IJPADA)*, 2(2), 1-21.
- Pinterič, U. (2010). Development of e-government services for citizens in Slovenia: theory and practice. *Eastern European Economics*, 48(3), 88-98.
- Ravšelj, D., Tomaževič, N., & Aristovnik, A. (2020). *E-Government And Administrative Simplification For Businesses: Challenges And Opportunities For Central And Eastern European Countries*. Zavod Za Sožitje in Napredek, https://zavod14.si/wp-content/uploads/2020/12/Knji%C5%BEica_Challenges-and-Opportunities_A4_2.pdf, 20.01.2021
- Republic of Slovenia (2020a), Digital Slovenia 2020 – Development Strategy For The Information Society Until 2020, <https://www.gov.si/assets/ministrstva/MJU/DID/Digital-Slovenia-2020-Development-Strategy-for-the-Information-Society-until-2020.pdf>, 20.01.2021

- Republic of Slovenia (2020b) Digital Transformasyon of Slovenia, http://www.canberra.veleposlanistvo.si/fileadmin/user_upload/dkp_25_vca/pdf/Digital_transformation_of_Slovenia.pdf , 20.01.2021
- Roblek, V., Strugar, I., Meško, M., Bach, M. P., & Jaković, B. (2019). E-Democracy Tools Adoption: Experience of Austria, Croatia, Italy, and Slovenia. In *2020 43rd International Convention on Information, Communication and Electronic Technology (MIPRO)* (pp. 1329-1335). IEEE.,1333
- Şahin, A., & Erkiş, İ. U. (2013). Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde ve sonrasında Sloven kamu yönetimi reformları: kurumsal kuram açısından bir değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 13(25), 294-314.
- UN, *United Nations E-Government Survey 2010:Leveraging E-government at a Time of Financial and Economic Crisis*, www.unpan.org/egovkb/global_reports/10report, 62, 09.03.2019.
- Vintar, M., Kunstelj, M., Dečman, M., & Berčič, B. (2003). Development of e-government in Slovenia. *Information Polity*, 8(3, 4), 133-149.
- www.evem.gov.si , 20.01.2021
- Yıldız, M. ve Leblebici, D. N. (2018). “Kurumsal Örgüt Kuramı E-Devlet Uygulamalarını Anlamak ve Açıklamak için Yararlı Olabilir mi?”, *Siyasal: Journal of Political Sciences*, 27(1): 7–22.
- Yildiz, M. (2007). E-government research: Reviewing the literature, limitations and ways forward. *Government Information Quarterly*, 24(3), 646–665.

Bölüm 40

TÜRKİYE'DE YOKSULLAŞTIRAN BÜYÜME VE TURİZM SEKTÖRÜ



İbrahim AYTEKİN¹

¹ * Doktora Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi, İktisat ABD, ibrahimaytekin63@gmail.com,
ORCID No: 0000-0002-3574-1007

GİRİŞ

Türkiye; tarihi, coğrafi, jeopolitik, iktisadi, sosyo-kültürel, dini ve iklim özellikler bakımından çok farklı turizm bölgelerine sahiptir. Türkiye'nin turizm yönünden çeşitlilik arz etmesi Türkiye'yi Dünya'nın sayılı turizm ülkelerinden biri haline getirmiştir. Turizmdeki bu çeşitlik Türkiye'nin çeşitli bölge ve illerinde farklı turizm sektörlerinin gelişmesine katkı sağlarken, bu durum Türkiye'ye ciddi bir gelir sağlamaktadır. Turizmden elde edilen bu gelirler ise refahı arttırmanın yanı sıra yatırımlara dönüşmekte ve bu sayede kısa ve uzun vadeli yeni istihdam alanları açılmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye ekonomisinin önemli konuları arasında yer alan iktisadi büyüme, turizm gelirleri ve dış ticaret hadleri arasındaki ilişki ekonometrik olarak test edilmiştir. Türkiye'nin turizm gelirlerinin yoksullaştıran büyümeye neden olup olmadığını tespit etme amacı güden bu çalışmanın ekonometrik analizinde Türkiye'nin 1980 ile 2019 yılları arasındaki 40 yıllık veriler kullanılmıştır.

Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde yoksullaştıran büyüme teorisi ile turizm sektörünün teorik çerçeveleri üzerinde kısaca durulmuştur. Çalışmanın üçüncü bölümünde, literatürde yer alan ve iktisadi büyüme, yoksullaştıran büyüme ile turizm gelirleri arasındaki ilişkileri inceleyen önemli çalışmalar tasnif edilmiş ve bu çalışmaların ulaştırmış oldukları sonuçlar literatür tablosu halinde verilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde ekonometrik analizde kullanılan yöntem ve veri setleri kısaca ele alınmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise yapılan ekonometrik analiz sonucunda elde edilen bulgular tablolar halinde raporlanarak yorumlanmıştır.

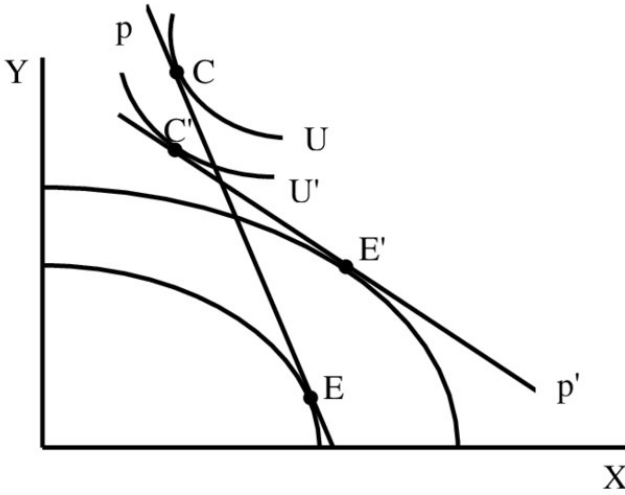
1. YOKSULLAŞTIRAN BÜYÜME

Yoksullaştıran büyüme teorisi ihracata dayanan bir dış ticaret teorisi olmasının yanında, ihracatın iktisadi büyüme ve refah üzerindeki etkilerini de açıklayan bir teoridir. Bu teorinin temelleri 1958 yılında Bhagwati tarafından yayınlanan bir çalışmaya dayanmaktadır. Bhagwati bu çalışmasında dış ticarete dayalı büyüme politikaları uygulayan bir ülkede yaşanacak ticareti arttırıcı yönlü bir büyümenin bir zamandan sonra ticaret hadlerini bozarak bu ülkede bir refah kaybına neden olacağını açıklamıştır. İşte Bhagwati yaşanan bu refah kaybını yoksullaştıran büyümeye olarak adlandırmıştır (Bhagwati, 1958: 201-205).

Bir ülke ekonomisinin tamamında yoksullaştıran büyümeye rastlamak çok zor bir durum olsa da, ekonomi içindeki bazı sektörlerde bu

durum geçerli olabilmektedir. Özellikle ülkelerin küresel çapta tekel gücüne sahip oldukları ihracatçı sektörlerde görülen üretim artışları bazen o ülkelerin dış ticaret hadlerinin bozulmasına neden olabilmektedir. Dış ticaret hadlerinde görülen bu bozulmalar ise o sektörde çalışan insanların refah kayıplarına neden olarak o ülkede tüketimin azalmasına neden olabilmektedir. Bu duruma örnek olarak verilebilecek sektörlerden bir tanesi tarım sektörüdür. Talebin fiyat esnekliğinin düşük olduğu tarım sektöründe görülebilecek bir üretim bolluğu, dış ticaret hadlerinde bozucu etkiler ortaya çıkararak bir refah kaybına neden olabilmektedir (Seyidoğlu, 2017: 141). Yoksullaştıran büyümeye verilebilecek bir diğer örnek ise turizm sektörü örneğidir. Turizm sektörü hizmet ihracatı yapan bir sektör olup, döviz kurlarında yaşanacak şok veya dalgalanmalar turizm sektöründeki ücret ile gelirlere olumsuz bir şekilde yansıyarak dış ticaret hadlerinin bozulmasına neden olabilmektedir. Böyle bir durum ise ülkelerde refah kaybına neden olarak yoksullaştıran büyümenin yaşanmasına zemin hazırlayabilmektedir. Teorik olarak ele alınan yoksullaştıran büyüme teorisinin grafiksel gösterimi Şekil 1'de verilmiştir.

Şekil 1: Yoksullaştıran Büyüme



Kaynak: Erten, 2010.

Şekil 1'de verilen üretim olanakları eğrisinin X eksenini ihracatı, Y eksenini ise ithalatı temsil etmektedir. E ve E' noktaları ekonomide üretim dengelerini temsil ederken, E ile E' noktalarına teğet olan $p(EC)$ ve $p'(E'C')$ doğruları ise dış ticaret hadlerini göstermektedir. Ayrıca U ve U' farksızlık eğrileri refahı temsil ederken, bu eğrilerin dış ticaret hadlerine

teğet oldukları C ve C' noktaları ise tüketimi temsil etmektedir. Başlangıçta ekonomide üretim dengesi, $p(EC)$ dış ticaret haddi doğrusunun üretim olanakları eğrisine teğet olduğu E noktasında gerçekleşmektedir. E denge noktasında; dış ticaret hadleri EC mesafesi kadar iken, refah U kayıtsızlık eğrisi düzeyinde ve tüketim C noktasında gerçekleşmektedir. Bhagwati'ye göre böyle bir ekonomide ihracat dayalı bir ticaret arttırıcı yönlü büyümenin gerçekleşmesi durumunda üretim olanakları eğrisi şekil 1'de görüldüğü gibi sağa kayacak ve yeni üretim dengesi E' noktasında gerçekleşecektir. Bu durum belirli bir süre sonra dış ticaret hadlerinde bozulmalara neden olacak ve dış ticaret hadlerinin EC mesafesinden E'C' mesafesine gerilemesine neden olacaktır. Dış ticaret hadlerinde görülen bu bozulmalar ise tüketimi azaltarak C noktasından C' noktasına, refahı temsil eden U farksızlık eğrisini de sola kaydırarak U' konumuna gerilemesine neden olacaktır. İşte dış ticarete dayalı büyümeden kaynaklanan bu refah kaybı Bhagwati tarafından "Yoksullaştıran Büyüme" olarak adlandırılmaktadır (Bhagwati, 1958: 201-202).

2. TURİZM SEKTÖRÜ

Genel olarak insanoğlu yaşadığı yerden kısa süreliğine başka bir il, ülke ya da kıtalara gitmektedir. İnsanoğlunun gitmiş olduğu bu yerlerde gezme, yeme, içme, tatil yapma, öğrenme, dini vazifelerini yerine getirme, yakınlarını ziyaret etme ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarını gidermektedir. İktisadi açıdan geniş etkiler yaratan ve turizm olarak adlandırılan bu hareketlilik, bünyesinde günümüz uygarlıklarının temel özelliklerini barındırmaktadır (Yıldız, 2011: 54-55).

Dünya'da 1900'lü yılların ikinci yarısından itibaren iktisadi açıdan en hızlı gelişen sektörlerden bir tanesi de turizm sektörüdür. Turizm sektörü, endüstri ve diğer sektörlerde olduğu gibi bölgesel ve ulusal çaplı kalkınmada önemli bir sektör haline gelmiştir. Günümüzde turizm, bir ülkeye döviz girdisi sağlamasının yanında istihdam yaratma etkisiyle de ulusal ekonomilere katkı sunarken; uluslararası toplumsal ve kültürel etkileşimi sağlayarak küresel barışın tesis edilmesi ve korunmasında çok önemli bir araç haline gelmiştir (Çımat ve Bahar, 2003: 2).

Turizm sektörünün ülke ekonomilerine sunmuş olduğu katkılar şu şekilde sıralanabilir: (a) Turistlerin il veya bölgelerde yapmış oldukları harcamalar, o coğrafyada yaşayan insanların gelirlerini yükseltmektedir. (b) Turizm sektörü ihracatın bir parçası olup, yabancı turist akımlarında görülen bir artış ülkelerin döviz arzını arttırarak ödemeler dengesinde iyileştirici etkiler bırakır. (c) Turizm sektörünün gelişimi yatırımları arttırırken, yatırımların yaratmış olduğu rekabet ortamı ise kalite ve kal-

kınmayı teşvik eder. (d) Turizm sektörü beşeri sermayeye (emek-yoğun) dayanan bir sektör olduğu için insan gücüne dayalı istihdam alanları açarak işsizliğin azalmasında etkilidir. (e) Turizm, bölgesel veya yerel çaplı firmaların üretim maliyetlerini azaltarak pozitif ölçekli ekonomilerin doğmasına katkı sağlar. (f) Son olarak turizm, seyahat acenteleri ile turizm şirketlerine direkt katkı sağlarken; tarım, inşaat, imalat sanayi ve iletişim gibi ekonominin neredeyse tüm sektörlerine dolaylı olarak etki etmektedir (Altınır, 2019: 115).

Gün geçtikçe turizmin önemli bir sektör haline dönüşmesini sağlayan tarihsel süreç, benzer bir etkiyi gelişmekte olan ülke konumundaki Türkiye ekonomisinde de yaratmıştır. Bu bağlamda Türkiye’de turizm sektörüne yönelik olarak iktisat politikaları ile düzenlemeler 1960’lı yıllarda tartışılmaya başlanmıştır. Fakat Türkiye’nin ciddi bir turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen bu dönemden 1980’li yıllara kadar uygulanan politika ile hedeflenen rakamlara ulaşamamıştır. Türkiye’de iktisadi açıdan önemli gelişmelerin yaşandığı 1980 yılında alınan 24 Ocak kararlarıyla ithal ikameci politikaların terk edilip, ihracata dayalı iktisadi büyüme ve kalkınma politikalarına geçilmesiyle birlikte turizm sektörünün ekonomideki yeri ve önemi gittikçe artmıştır. Türkiye’de yaşanan bu gelişmeler ise turist sayısını arttırarak turizm gelirlerinin yükselmesine katkı sağlamıştır (Yalçınkaya ve Karabulut, 2017: 1232).

3. LİTERATÜR TARAMA ÇALIŞMASI

Yapılan literatür tarama çalışmasında yoksullaştıran büyüme teorisine yönelik olarak zengin bir literatürün olduğu gözlemlenmiştir. Literatürde yer alan bu çalışmalarda, yoksullaştıran büyüme teorisinin farklı ülkelere uygulandığı ve bu uygulamalarda farklı yöntem ile farklı veri setlerinin kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle bu çalışmaların çoğunda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışmalarda ulaşılan sonuçların bir kısmı yoksullaştıran büyüme olgusunu destekler nitelikteyken; bir kısmı ise yoksullaştıran büyüme olgusunu desteklemeyen niteliktedir. Bu doğrultuda yapılan literatür tarama çalışması sonucunda ulaşılan sonuç ve bulgular tablo 1’de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 1: Literatür Tarama Tablosu

Yazar (Yayın Yılı)	Ülke (Dönem)	Yöntem	Sonuç ve Bulgular
Bhagwati (1958)	Geleneksel İki Ülke	Analitik Yöntem	Uluslararası ticarette tekel gücüne sahip olup ihracata dayalı büyüme politikaları izleyen ülkelerde bu politikalar bir süre sonra dış ticaret hadlerinde bozulmalara sebep olmaktadır. Bu durum refah kaybına neden olarak yoksullaştıran büyümenin yaşanmasına neden olmaktadır.
Johnson (1967)	Genel	Analitik Yöntem	Refahı düşüren bir tarife uygulandığında dış ticaret hadlerinde görülecek bir artış büyüme olumsuz bir yönde etkileyecektir.
Bhagwati (1969)	Genel	Analitik Yöntem	Uluslararası ticaretten gelen kazançlar iktisadi büyümenin kazançlarından büyük olduğu müddetçe yoksullaştıran büyüme teorisi geçerli olacaktır.
Kaempfer (1989)	Genel	Analitik Yöntem	Ülkeler tarafından küresel boyutlarda uygulanan optimal politikaların ticarette neden olduğu bozulmalar yoksullaştıran büyümenin yaşanmasına neden olabilmektedir.
Matsuyama (1991)	Genel	Diamond Modeli	Teknolojik gelişmelerin yaratmış olduğu dinamik verimlilik refahı artırarak yoksullaştıran büyümenin yaşanmasını önlemektedir.
Clarete & Whalley (1994)	Filipinler (1988)	Denge Modeli Yöntemi	Kota, tarife ve yasak gibi içsel koruma uygulamaların varlığı, yoksullaştıran büyümenin gerçekleşme ihtimalini düşürmektedir.
Barrett (1998)	Madagaskar (1998)	Anket	Madagaskar’da 1998 yılında pirinç üretimi artışı yoksullaştıran büyümeye neden olmuştur.
Değer (2006)	Türkiye (1980-2005)	Johansen Eşbütünleşme Testi	Turizm ile mal ihracatının gelirleri birlikte hesaplandığında, yani toplam ihracat ile iktisadi büyüme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
Bahar (2006)	Türkiye (1963-2004)	VAR Modeli	Turizm sektörü ile iktisadi büyüme arasında uzun dönemde karşılıklı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Kızılgöl & Erbaykal (2008)	Türkiye (1992-2006)	Toda Yamamoto Testi	İktisadi büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Bu bağlamda Türkiye'nin daha fazla turizm geliri elde edebilmesi için sürdürülebilir bir iktisadi büyümeyi yakalaması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.
Todorova (2010)	Brezilya (1980-2004)	EKK Yöntemi	Brezilya'nın yapmış olduğu yeşil kahve ihracatı yoksullaştıran büyümenin zayıf bir şekilde yaşanmasına neden olmaktadır.
Çoban & Özcan (2013)	Türkiye (1963-2010)	Johansen Eşbütünleşme Testi	Türkiye'nin iktisadi olarak büyümesinde Turizm sektörü önemli bir sektördür.
Toledo (2014)	Bolivya (1980-2008)	EKK Yöntemi	Birincil emtia ihracat fiyatlarında görülen dalgalanmalar büyümeyi olumsuz yönde etkilemektedir.
Turan Koyuncu (2014)	Türkiye (1980-2013)	Nedensellik Eşbütünleşme VAR Analizi	Türkiye'de turizm gelirleri iktisadi büyümeyi destekler nitelikteyken aynı şekilde iktisadi büyümede turizm gelirlerini desteklemektedir. Bu bağlamda Türkiye turizm sektörü sayesinde iktisadi olarak büyüyebilecek bir potansiyele sahiptir.
Bozgeyik & Yoloğlu (2015)	Türkiye (2002-2014)	EKK Yöntemi	Türkiye'nin elde etmiş olduğu turizm gelirlerinin iktisadi büyüme üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Sarıdoğan & Çetin (2016)	214 Ülke (1990-2015)	Panel Veri Yöntemi	Turizm ihracatından elde edilen gelir arttıkça yoksullaştıran büyüme teorisi geçerli olmaktadır.
Kızılkaya & vd., (2016)	Türkiye (1980-2014)	ARDL Sınır Testi	Uzun ve kısa dönemde turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu ve bu etkinin pozitif yönlü bir etki olduğu sonucuna varılmıştır.
Gören & Keskingöz (2018)	Türkiye	Teorik Yöntem	Türkiye'de yoksullaştıran büyüme olgusu zaman zaman yaşanmaktadır.
Altınar (2019)	Türkiye (1969-2018)	ARDL Sınır Testi	Turizmin ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu sonucu elde edilmiştir.
Diner (2019)	Türkiye (1980-2015)	Johansen Eşbütünleşme Toda Yamamoto	Turizme dayalı büyüme görüşünün Türkiye'de geçerli olduğu ve bu nedenle turizm gelirlerini artırıcı politikaların desteklenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

4. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Türkiye'nin turizm gelirleri, dış ticaret hadleri ile iktisadi büyüme rakamları arasındaki ilişkiyi yoksullaştıran büyüme teorisi çerçevesinde analiz eden bu çalışmada kullanılan veri setleri; gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH), turizm gelirleri ve dış ticaret hadlerinden oluşmaktadır. Analiz edilen dönem Türkiye'nin 1980 ile 2019 yılları arasını kapsayan 40 yıllık verilerden oluşmaktadır. Veriler Türkiye İstatistik Kurumundan (TÜİK) temin edilmiştir. Analizde paket program kullanılmıştır. Çalışmada **GSYİH**: İktisadi büyümeyi ifade ederken **TG**: Turizm gelirlerini ve **TDH** ise dış ticaret haddini ifade etmektedir.

Ekonometrik analizde ilk olarak Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testi yöntemleriyle değişkenlerin durağan olup olmadığına bakılmıştır. ADF ve PP birim kök testi sonuçları neticesinde birinci farkta durağan oldukları anlaşılan değişkenlere Johansen eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Fakat Johansen eşbütünleşme testi uygulamadan önce VAR yöntemiyle değişkenlerin gecikme sayıları tespit edilmiştir. Tespit edilen gecikme sayısı çerçevesinde VAR(2) modeli tahmin edilmiş, tahmin edilen bu model birtakım tanısal sına testlerine tabi tutulmuş ve model bu testlerden başarıyla geçmiştir. Ardından VAR(2) modeli üzerinden değişkenlere Johansen eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Son olarak analizde hata düzeltme katsayısı ile uzun dönem katsayıları tahmin edilerek analiz tamamlanmıştır. Elde edilen sonuçlar bir sonraki bölümde detaylı bir şekilde raporlanarak yorumlanmıştır.

5. EKONOMETRİK ANALİZ SONUÇLARI

Zaman serisi analizlerinin ilk aşaması değişkenlerin durağan olup olmadıklarının sınıandığı aşamadır. Bu aşamada yapılan sınamalar sonucunda eğer seriler durağan ise serilerin durağanlık mertebelerine göre model seçilerek analize devam edilir. Analiz sonucu durağan olmayan seriler üzerinden analize devam edilmesi durumunda ise analizde bir otokorelasyon sorunuyla karşılaşılacağı gibi analizden doğru tahmin ve sonuçlar elde etmek mümkün olmayacaktır. Bu bağlamda zaman serisi analizlerinde durağanlık kavramı büyük bir önem arz etmektedir. Durağan olmayan değişkenler üzerinde zaman serisi analizi yapmaktan kaçınılmalıdır.

Bu çalışmada kullanılan serilen durağanlık durumlarının sınaamasında, literatürde en çok kullanılan ve önerilen geleneksel Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri kullanılır.

mıştır. Böylece bu iki model göre elde edilen birim kök test sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Birim Kök Testi Sonuçları

Seviye	Değişkenler	ADF		PP		Sonuç
		Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend	
Düzye Değer	GSYİH	(0.913) [-0.318]	(0.540) [-2.081]	(0.918) [-0.285]	(0.537) [-2.085]	Durağan Dışı
	TG	(0.970) [-0.204]	(0.409) [-2,330]	(0.992) [-0.783]	(0.491) [-2.172]	Durağan Dışı
	DTH	(0.154) [-2,377]	(0.468) [-2,215]	(0.154) [-2,377]	(0.471) [-2.209]	Durağan Dışı
Birinci Fark	Δ GSYİH	(0.000)* [-6.534]	(0.000)* [-6.460]	(0.000)* [-6.545]	(0.000)* [-6.470]	I(1)
	Δ TG	(0.000)* [-5.128]	(0.000)* [-5.165]	(0.000)* [-5.107]	(0.000)* [-5.800]	I(1)
	Δ DTH	(0.000)* [-5.715]	(0.000)* [-6.104]	(0.000)* [-5.713]	(0.000)* [-6.104]	I(1)

*ve** sırasıyla %1 ve %5 önem seviyesinde anlamlılığı; Δ : Farkı; []: t istatistiğini; (): Olasılık değerini gösterir.

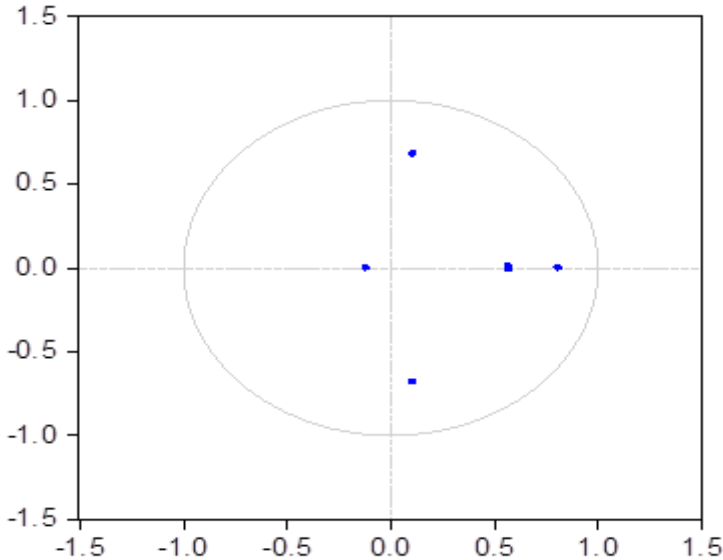
Tablo 2’de yer alan ADF ve PP birim kök testlerinin olasılık değerleri ile test istatistiklerine göre; iktisadi büyüme (GSYİH), turizm gelirleri (TG) ve dış ticaret hadleri (DTH) düzey değerdeki tüm modeller için durağan dışı oldukları gözlemlenmiştir. Yani bu üç seri düzeyde durağan değildir. Ardından bu serilerin birinci farktaki olasılık değerleri ile test istatistikleri incelenmiş ve bu üç serisinde birinci farktaki tüm modeller için durağan oldukları anlaşılmıştır. Yani bu üç serisinde I(1) olduğu görülmüştür. Üç serisinde I(1) olması analizde model olarak Johansen eşbütünleşme (1988) testinin kullanılabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda durağanlık mertebeleri göz önünde bulundurularak bu çalışmanın analizinde Johansen eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Fakat Johansen eşbütünleşme testine geçmeden önce serilerin uygun gecikme sayısının tespit edilerek bu doğrultuda tahmin edilecek VAR modeli üzerinden eşbütünleşme testinin yapılması gerekmektedir. Böylece eşbütünleşme testi öncesi VAR yöntemiyle tespit edilen gecikme uzunlukları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3: *Gecikme Uzunlukları Test Sonuçları*

Gecikme Sayısı	Bilgi Kriterleri					
	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-952.828	NA	6.48e+	51.828	52.900	51.920
1	-897.986	94.862	5.46e+	49.351	50.004*	49.581
2	-886.274	18.360*	4.79e+*	49.204*	50.249	49.572*
3	-880.012	8.801	5.75e+	49.352	50.789	49.858

*: En uygun gecikme uzunluğunun kabul edildiğini gösterir.

Tablo 3'te verilen iktisadi büyüme, turizm gelirleri ve dış ticaret haddi serilerinin Akaike (AIC) ve Hannan Quinn (HQ) bilgi kriterleri göz önünde bulundurularak en uygun gecikme sayısının 2 olduğuna karar verilmiştir. Bu bağlamda 2 olarak seçilen gecikme uzunluğu çerçevesinde VAR(2) modeli tahmin edilmiş ve bu model üzerinden analizler yapılmıştır. VAR(2) modeli tahmin edildikten sonra bu modelde istikrar koşulunun (durağanlık koşulu) sağlanıp sağlanmadığını test etmek için bu modele AR karakteristik polinom testi uygulanmıştır (Aytekin, 2020: 326-327). Bu doğrultuda yapılan AR karakteristik polinomu testinin sonucu Şekil 2'de verilmiştir.

Şekil 2: *AR Karakteristik Polinomunun Ters Kök Birim Çemberi*

Şekil 2’de, tahmin edilen VAR(2) modeli için oluşturulmuş olan birim kök çemberi grafiğinde görüldüğü üzere karakteristik köklerin tamamı çember içerisinde yer almaktadır. Karakteristik köklerin tamamının çember içerisinde yer alması tahmin edilen VAR(2) modelinin durağan yani modelde istikrar koşulunun sağlandığı ve analize devam edilebileceği anlamına gelmektedir. Bundan sonraki aşamada tahmin edilen VAR(2) modelinde otokorelasyon sorunu ile değişen varyans sorununun olup olmadığının sınıandığı tanısal sına test sonuçları yer almaktadır (Aytekin, 2020: 327). Bu bağlamda VAR(2) modeline uygulanan tanısal sına test sonuçları Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Otokorelasyon LM ve White Değişen Varyans Test Sonuçları

Otokorelasyon LM Testi	
Olasılık Değeri (P)	0.660
LM İstatistik Değeri	6.791
White Değişen Varyans Testi	
Olasılık Değeri (P)	0.070
Ki-Kare (X^2)	104.051

Tanısal sına testlerinde ters hipotez sistemi geçerlidir. Bu kriter göz önünde bulundurularak Tablo 4’te verilen otokorelasyon LM testi ile White değişen varyans testinin olasılık değerleri incelendiğinde, her iki olasılık değerinin de %5’ten büyük olduğu dolayısıyla bu iki test için H_0 hipotezinin reddedilemediği görülmektedir. Bu sonuçlar neticesinde tahmin edilen VAR(2) modelinde otokorelasyon sorunu ile değişen varyans sorunun olmadığı anlaşılmıştır (Mert ve Çağlar, 2019: 226-229). Sına testlerinden de başarıyla geçen VAR(2) modeline bundan sonraki aşamada Johansen eşbütünleşme testi uygulanmış ve ulaşılan sonuçlar Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5: Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları

İz Testi	%5 Kritik Değeri	Olasılık Değeri	Eş Bütünleşme Sayısı
44.739	29.797	0.000	Hiç yok*
14.817	15.494	0.063	En Çok 1 Tane
6.150	3.841	0.013	En Çok 2 Tane

Maksimum Öz Değer İstatistiği	%5 Kritik Değeri	Olasılık Değeri	Eş Bütünleşme Sayısı
29.921	21.131	0.002	Hiç yok*
8.670	14.265	0.315	En Çok 1 Tane
6.150	3.841	0.013	En Çok 2 Tane

Johansen Eşbütünleşme Testi %5 kritik değere göre yapılmıştır.

Bu çalışmada literatürde en yaygın olarak kullanılan ve 1988 yılında Soren Johansen tarafından geliştirilen Johansen eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Johansen eşbütünleşme testinde seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığı incelenir. Bu bağlamda bu çalışmada VAR(2) modeli üzerinde uygulanan ve Tablo 5'te verilen Johansen eşbütünleşme sınamasının test istatistiklerine göre; iktisadi büyüme, dış ticaret hadleri ile turizm gelirleri arasında uzun dönemli en az bir eşbütünleşme ilişkisinin olduğu hem iz hem de maksimum öz değer testleri tarafından teyit edilmiştir. Yani seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Johansen, 1988: 231-254). Ekonometrik analizin son aşamasında uzun dönem katsayıları ile hata düzeltme katsayısı hesaplanmış olup, ulaşılan sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Uzun Dönem ve Hata Düzeltme Katsayısı Test Sonuçları

Normalize Edilmiş Denklem	
	$DTH = +156 + 0.001 * GSYİH - 0.022 * TG$
GSYİH'nın t değeri	[-5.318]
TG'nin t değeri	[-6.546]
Hata Düzeltme Katsayısı	-0,027

*: Çarpım işareti

Tablo 6'da yer alan hata düzeltme katsayısının 0 ile 1 aralığında değer alması ve bu değer negatif bir değer olması uzun dönem modelinin sağlıklı bir şekilde çalıştığı anlamına gelmektedir. Tablo 6'da yer alan bir diğer sonuç uzun dönem katsayılarını gösteren normalize edilmiş denklemdir. Bu denkleme göre dış ticaret hadleri bağımlı değişken iken, GSYİH ile turizm gelirleri bağımsız değişkenlerdir. Oluşturan bu denkleme göre bağımsız değişkenlerden biri olan GSYİH'da meydana gelen %1'lik bir artış, dış ticaret hadleri üzerinde %0.001'lik bir pozitif etki yaratmaktadır. Tablo 6'da yer alan bir diğer bağımsız değişken olan

turizm gelirlerinde görülen %1’lik bir artış ise dış ticaret hadleri üzerinde %0.022’lik bir negatif etki yaratmaktadır. Ulaşılan bu sonuçlara göre, iktisadi büyümede meydana gelen bir artış dış ticaret hadleri üzerinde pozitif yönlü bir etki yaratırken, bu etki iktisadi büyümenin Türkiye’de yoksullaştıran büyümeye neden olmadığını göstermektedir. Bir diğer sonuç olan turizm gelirlerinde görülen bir artış ise dış ticaret hadleri üzerinde negatif yönlü bir etki yaratırken, bu etki turizm gelirlerinin Türkiye’de zayıfta olsa bir yoksullaştıran büyümeye neden olduğunu göstermektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ulaşım sektöründe yaşanan gelişmeler günümüzde turizm sektörü için önemli bir itici güç olurken, bu güç ülkelerin turizm gelirlerinin artmasında önemli katkılar sağlamıştır. Özellikle ulaşım ağları güçlü ve turizm potansiyeli yüksek olan ülke veya bölgeler bu avantajları kullanarak turizm sektörlerine ciddi yatırımlar yapmışlardır. Bu ülkelerden bir tanesi de Türkiye’dir.

Gelişmekte olan ülkeler kategorisinde yer alan Türkiye; coğrafi konumu, tarihi yapısı, iklim özellikleri, jeopolitik yapısı ve farklı sosyo-kültürel özellikleri bakımından çok çeşitli turizm potansiyeline sahiptir. Türkiye’nin bu denli farklı özelliklere sahip olması Türkiye’nin çeşitli bölge ve illerinde yılın on iki ayında farklı turizm faaliyetlerinin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca Türkiye’nin üç tarafının denizlerle çevrili olması ve coğrafi olarak üç kıtayı birbirine bağlayan bir köprü konumunda olması; Türkiye’nin ulaşım ağının gelişmesine katkı sağlarken, bu durum turizm sektörü için önemli bir avantaj sunmaktadır.

Türkiye, 1960’lı yılların başından itibaren turizm sektörüne yönelik önemli kararlar almış olsa da, turizmde asıl başarılar ihracata dayalı büyüme politikalarının benimsediği 1980’li yıllardan sonra gelmiştir. Böylece 1980’li yıllardan sonra Türkiye’nin turizm gelirlerinde ciddi artışlar olmuş ve günümüzde Türkiye turizm sektöründe Dünya’nın ilk 10 ülkesinden biri haline gelmiştir. Turizm sektöründe yaşanan bu olumlu gelişmeler Türkiye’nin turizm gelirlerini yükseltirken, Türkiye’ye ciddi bir döviz girdisi sağlamaktadır. Ayrıca bu gelişmeler doğrultusunda turizm sektörüne yapılan yatırımlar yeni istihdam alanları açarak Türkiye’de birçok aile için bir gelir kapısı haline gelmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada, Türkiye’nin 1980-2019 yılları arasında elde ettiği turizm gelirlerinin yoksullaştıran büyümeye neden olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Türkiye’de iktisadi büyüme, dış ticaret hadleri ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi ekonometrik yöntemlerle ele alan bu çalışmada; iktisadi büyüme, dış ticaret hadleri ve turizm gelirleri arasında bir eşbütünlük ilişkisinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani ekonometrik analizde; iktisadi büyüme, dış ticaret hadleri ve turizm gelirlerinin uzun vadede birbirlerini etkiledikleri gözlemlenmiştir. Ulaşılan bu sonuçlara göre ise iktisadi büyümede meydana gelen bir artış dış ticaret hadleri üzerinde pozitif yönlü bir etki yaratırken, bu etki iktisadi büyümenin Türkiye’de yoksullaştıran büyümeye neden olmadığını göstermektedir. Bir diğer sonuç olan turizm gelirlerinde görülen bir artış ise dış ticaret hadleri üzerinde negatif yönlü bir etki yaratırken, bu etki turizm gelirlerinin Türkiye’de zayıfta olsa bir yoksullaştıran büyümeye neden olduğu anlamına gelmektedir. Sonuç olarak Türkiye’de iktisadi büyüme yoksullaştıran büyümeye neden olmazken, turizm gelirleri çok zayıfta olsa bir yoksullaştıran büyümeye neden olmaktadır.

Bu çalışmada ulaşılan sonuçlara göre, Türkiye’nin elde etmiş olduğu turizm gelirlerinin zayıf bir yoksullaştıran büyümeye neden olmasının temel nedenleri; bu gelirlerin tamamının kalıcı yatırımlara gitmemesinin yanı sıra bu gelirlerin daha çok dış borç ve cari açığın kapatılmasında kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Bu durumda Türkiye’nin turizm gelirlerini daha etkin bir şekilde kullanabilmesi için ilk önce turizm gelirlerinin kalıcı yatırımlara yönlendirilmesi gerekir. Ayrıca Türkiye’nin bir diğer sorunu olan dış borçların bitirilmesi veya minimize edilmesi gerekir. Son olarak dış borçlar ile cari açığının kapatılmasında turizm sektörü dışında döviz girdisi sağlayan diğer sektörlerde üretimin arttırılarak Türkiye’nin bu sektörlerdeki ihracat potansiyelinin yükseltilmesi gerekir.

KAYNAKÇA

- Altınar, A. (2019). “Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği (1969- 2018)”. *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 3(2), ss. 114-133.
- Aytekin, İ. (2020). “Döviz Kuru Sanayi Üretimi ve Ekonomik Güven Arasındaki İlişkinin Analizi: Türkiye Örneği”. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), ss. 322-330.
- Bahar, O. (2006). “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı”. *Yönetim Ve Ekonomi*, 13(2), ss. 137-150.
- Barrett, Christopher B. (1998). “Immiserized Growth in Liberalized Agriculture” *World Development*. 26(5). pp. 743-753.
- Bhagwati, J. N. (1958), “Immiserizing Growth: A Geometric Note”. *Review of Economic Studies*, 25(3), 201-205.
- Bhagwati, J. N. (1969). “Optimal Policies and Immiserizing Growth”. *The American Economic Review*, 59(5), 967-970.
- Bozgeyik, Y. & Yoloğlu, Y. (2015). “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle GSYİH Arasındaki İlişki: 2002-2014 Dönemi”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40), ss. 627-640.
- Clarete, R. L. and Whalley, J. (1994). “Immiserizing Growth and Endogeneous Protection”. *Journal of Development Economics*, 45, pp. 121-133.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (6), s. 1-18.
- Çoban, O. & Özcan, C., C. (2013). “Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010)”. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), ss. 243-261.
- Değer, M. K. (2006). “Turizme ve İhracata Dayalı Büyüme:1980-2005 Türkiye Deneyimi”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), ss. 67-86.
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1981). “Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series With a Unit Root”. *Econometrica*, 49(4), 1057-1072.
- Dineri, E. (2019). “Türkiye’de Turizm Harcamaları İle Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi”, *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 4(2), ss. 106-114.
- Gören, C. ve Keskingöz, H. “Yoksullaştıran Büyüme: Türkiye Örneği”. I. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi (İTOBIAD KONGRE/18). 23-25 Kasım 2018. ss. 200- 208. Karabük

- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegration Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2-3), 231-254.
- Johnson, G. H. (1967). “Theposibility of Income Losses from Increase Efficiency or Factor Accumulation in Presence of Tariffs”. *The EconomicJournal*, 77(305), pp. 151-54.
- Kaempfer, W. G. (1989). “Immiserising Growth with Globally Optimal Policies”. *Journal of Economic Studies*, 16(1), pp. 54-60.
- Kızılgöl, Ö. & Erbaykal, E. (2008). “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), ss. 351-360.
- Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E. & Karakoçar, Z. (2016). “Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı”. *Yönetim ve Ekonomi*, 23(1), ss. 203-215.
- Matsuyama, K. (1991). “Immiserizing Growth in Diamond’s Overlapping Generations Model: A Geometrical Exposition”. *International Economic Review*, 32(1), pp. 251-262.
- Mert, M. & Çağlar, A. E. (2019). EvIEWS ve Gauss Uygulamalı Zaman Serileri Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Phillips, P. C. B., & Perron, P. (1988), “Testing for a Unit Root in Time Series Regression”. *Biometrika*, 75(2), ss. 335-346.
- Sarıdoğan, H. Ö., & Çetin, D. (2016), “Turizm ve Yoksullaştıran Büyüme”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4) (Nisan Özel), ss. 922-932.
- Seyidoğlu, H. (2017). *Uluslararası İktisat*, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Todorova, T. (2010), “World Demand as a Determinant of Immiserizing Growth”. *iBusiness*, 2, pp. 255-267.
- Toledo, H. (2014). “Terms of Trade Instability and Output Growth in Bolivia”. *The Journal of Developing Areas*, 48(2), pp. 275-286.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), (2020). www.tuik.gov.tr, (Erişim 01/08/2020).
- Turan Koyuncu, F. (2014). “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Makroekonomik Performansına Katkısı: Ekonometrik Bir Çözümleme”. *International Conference in Economics*, September 03-05, 2014. Prague, Czech Republic.
- Yalçinkaya, Ö. ve Karabulut, K. (2017). “Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Türkiye Üzerine Dönemsel ve Yapısal Kırılmalı Bir Zaman Serisi Analizi (1965-2016)”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), ss. 1231-1248.
- Yıldız, Z. (2011). “Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), ss. 54-71.

Bölüm 41

TÜRK YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE GÜVENCESİ VE STRATEJİK PLANLAMADA ÇEVİK LİDERLİK



Hakan SİPAHİ¹

¹ Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi, hakan.sipahi@giresun.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2468-4817.

1. GİRİŞ

Son yıllarda dünyada artan rekabet düzeyinin etkisi başta olmak üzere günümüzde yaşanan değişim ve karmaşıklık ortamında kurumlar için çeviklik bir zorunluluk haline gelmiştir. Değişim ve karmaşıklık ortamından etkilenen kurumların başında yükseköğretim kurumları gelmektedir. İç ve dış çevredeki yaşanan değişimlerle birlikte kurumlar da, kalite güvencesi ve stratejik planlama süreçlerinin bu değişikliklerle uyumlu bir şekilde tasarlanması, geliştirilmesi ve kurumlarda bütüncül olarak sahiplenilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Dünyadaki eğitim politikaları ekseninde yükseköğretimdeki kalite güvencesi ve stratejik planlama süreçlerinin tartışılması büyük ilgi görmektedir. Bununla birlikte, kurumların yöneticileri ve liderleri, bu çevre koşullarına uygun bir organizasyon oluşturmada önemli bir rol oynamakta ve çevik liderliği geliştirmek için çaba sarf etmektedirler. Bu çalışmanın amacı, yükseköğretimde kalite güvencesi ve stratejik planlama süreçlerinde çevik liderliğin rolünü vurgulayarak, çevik liderliği anlamak ve geliştirmek için bir çerçeve sunmaktır.

2. YÜKSEKÖĞRETİMDE KALİTE GÜVENCESİ VE STRATEJİK PLANLAMA

Yükseköğretim alanında kalite ve kalite güvencesi ile ilgili çalışmalar, 1980'li yıllarda ilk olarak gelişmiş ülkelerde başlayıp daha sonra tüm dünyada önem arz etmeye başlamıştır. Kalite güvencesi, yıllar içerisinde literatürde birçok farklı disiplinde araştırmalar yapılmış, günümüzde de araştırmacılar ve uygulayıcılar açısından hem belirleyici hem de ilgi ve önceliğini koruyan önemli bir çalışma alanıdır. Hem kamu hem de özel sektördeki uygulayıcılar açısından oldukça önem arz etmektedir. Literatürde kalite güvencesi üzerinde ittifak oluşmuş bir tanım olmasa da genel olarak kalite güvencesi, bir ürünün/hizmetin ya da daha bir projenin veya bütüncül açıdan kurumsal bir yapının kalite ile içselleştirilmiş yönlerinin sistemli olarak ele alınması, izlenmesi ve değerlendirilmesi süreçleri olarak ifade edilmektedir. Ülkelerin sosyal, ekonomik ve çevresel koşulları yükseköğretimde kalite güvencesinde dikkate alınması gereken bir husustur. Yükseköğretim kurumları çevrelerinden aldıkları bilgiyi, sermayeyi ve işgücünü yönetimsel araçları aracılığıyla iç ve dış paydaşlarının etkin katılımı ile bir üretim sürecinden geçirmekte ve bu sürecin sonucunda çıktıya ulaşmaktadırlar. Yükseköğretim kurumları tüm bu unsurları özgün bir politika çerçevesinde kalite güvencesine yansıtmak ve uygulamak durumundadır. Bu uygulama öncelikli olarak eğitim ve akademik kalitesinin sağlanması noktasında devlet tarafından

tasarlanan ulusal bir politikaya bağılı olarak ortaya çıkmaktadır. Daha sonra ise her kurum kendi özelinde kalite güvencesinin sağlanması için sistem tasarlamakta, politikaları belirlemekte ve eylem planları doğrultusunda uygulamalarını hayata geçirmektedir. Bilgi toplumuna geçiş süreci ile birlikte yükseköğretim kurumları temel rollerine ek olarak tüm fonksiyonlarını paydaşlarının katkısına sunmak üzere sorumluluk ve hesap verilebilirlik çerçevesinde bilginin üretilmesi, yayılması ve aktarılması noktasında faaliyetlerini çerçeveleyen kurumlara dönüşmektedirler.

UNESCO'ya göre (2008: 89) yükseköğretimde kalite güvencesi, kalitenin güvence altına alınması, paydaş güvencesinin (girdi, süreç ve sonuçlar) asgari gereklilikler doğrultusunda beklentileri veya önlemlerle karşılanmasına dair bir güven oluşturma sürecini ifade etmektedir. Kalite güvencesi, yükseköğretim kurumlarının eğitim ve öğretim, araştırma, akademik yayın ve başarı, proje geliştirme vb. diğer tüm faaliyetlerinde izlenen bütün süreçlerle ilişkilidir (ENQA, 2007, 2008). Yükseköğretimde kalite güvencesi bir kurum için eğitim ve öğretim, araştırma ve geliştirme, toplumsal katkı ve yönetsel süreçlerdeki kalite standartlarının ne kadar karşılanıp karşılanmadığını ne kadar sürdürülüp sürdürülmediğini belirlemek için planlı ve sistematik süreçleri içermektedir. Kalite güvencesi sistemi, yükseköğretim kurumlarındaki faaliyetlerin kalitesi ile iç denetim mekanizması güvence altına alınmakta ve kurumun tüm unsurlarını kapsayacak şekilde düzenlenmektedir (Tezsürücü ve Bursalıoğlu, 2013:103). Bu bağlamda kalite güvencesinin öncelikli olarak kurumun kendi iç yapısında ve süreçlerinde benimsenmesi ve içselleştirilmesi yani kalitenin bir kurumsal kültür haline dönüştürülmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Yükseköğretim kurumlarında bu dönüşümün sağlanamaması, kalitenin bir anlayış olarak gelişmemesi ve kültürel bir pratiğe dönüşmemesi durumunda kurum genelinde kalite güvencesinin sağlanması oldukça zor olmaktadır (Özer, Gür ve Küçükcan, 2010:34).

Türkiye'de yükseköğretim sistemi 1981 yılında 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu ile 1982 Anayasası tarafından belirlenmiş, ilgili kanunla ülkemizdeki yükseköğretimin yönetiminde yetki Yükseköğretim Kurulu'na (YÖK) verilmiştir. Bu kanunla birlikte yükseköğretimde kalite güvencesi ile ilgili bazı hususlara da vurgu yapılmıştır. Türkiye yükseköğretim sisteminde kalite kavramı, kalite güvencesi ve akreditasyon üzerinde yapılan çalışmalar daha çok 1990'lı yılların sonlarına doğru gündeme alınmıştır. Ülkemizde yükseköğretimde kalitenin sağlanmasına yönelik ilk çalışma 1994 yılında bazı mühendislik programlarının kalite güvencesi çerçevesinde değerlendirilmesi ile başlamış, ABD ve

İngiltere’deki eğitim fakültelerinin akreditasyon çalışmalarının incelenmesi süreçleri ile devam etmiştir. 1997 yılında yürütülen kalitede yeniden yapılandırma çalışması ilgili uzmanlar ve YÖK’ün inhası üzerinden “Türk Üniversitelerinde Kalite Değerlendirme Projesi” adlı bir proje ve bu proje kapsamında bir pilot uygulama ile yapılmıştır (Eriş ve Durman, 2011: 10). Diğer ülkelerdeki kalite güvence sistemlerinin incelenmesine yönelik olan bu pilot çalışma sonucunda rapor hazırlanmış, ancak uygulamaya dönük olarak alınan kararlar hayata geçirilememiştir.

Ülkemizin 2001 yılında Bologna sürecine dahil olması birlikte sürecin gerektirdiği faaliyetler yükseköğretim sisteminde uygulanması, kalite güvencesi alanında ilk sistematik çalışmaların ve yeni bir dönemin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bologna sürecinin temel amacı, Avrupa’nın yükseköğretimdeki rolünün geliştirilmesi adına öğrenci ve öğretim elemanı katılımı yaygınlaştırılması, Avrupa Kredi Transfer Sisteminin (AKTS) uygulanması, anlaşılabilirliği yüksek ve karşılaştırılmaya olanak sağlayan yükseköğretim diploma ve/veya dereceleri oluşturulması, yükseköğretimde kalite güvencesi sistemleri ağını oluşturması ve yaygınlaştırılmasıdır (Çelik, 2012:100). Avrupa Yükseköğretim Alanı’na katılımı ile birlikte Bologna kriterlerinin uygulanmaya başlanması ve bu kriterler doğrultusunda yükseköğretimde yapısal değişiklikler, müfredatların düzenlenmesi, idari birimlerin süreçlere katılımının sağlanması, öğrenciyi merkeze alan öğrenme ve kazanımların belirlenmesi gibi adımlar kalite süreçlerinin belirleyici unsurlarını oluşturmuştur (Gümrükçü, 2011:14).

Ülkemizde Avrupa Birliği’ne uyum süreci, kamu yönetiminde bazı düzenlemeleri beraberinde getirmiş ve gerekli kılmıştır. Bu doğrultuda, 2003 yılında 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Kanunu yürürlüğe girmiştir. Yükseköğretim sisteminde kalite standartlarının uygun bir şekilde belirlenmesi, uluslararası uyumlulukların dikkate alınarak çalışmaların sürdürülmesi için “Avrupa Kalite Güvencesi Standart ve İlkeleri” dikkate alınarak 2005 yılında Yükseköğretim Kurulu tarafından, eğitim ve öğretim, araştırma faaliyetlerinde kalitenin sağlanması, değerlendirilmesi için “Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Yönetmeliği” hazırlanmıştır (Atatekin ve Dulupçu, 2018:19). Türkiye’de bir bütün olarak yükseköğretim sisteminde, YÖK bünyesindeki üniversitelerde kalite anlayışının yaygınlaştırılması ve kalite güvencesi çalışmalarının bütünleşebilmesi açısından en önemli gelişmelerden biri 2015 yılında Yükseköğretim Kalite Kurulu’nun (YÖKAK) oluşturulmasıdır (Işık ve Beykoz, 2018: 8). İlgili kurul, 23 Temmuz 2015 tarih ve 29423 sayılı “Yükseköğretim Kalite

Güvencesi Yönetmeliği” kapsamında oluşturulmuş ve 1 Temmuz 2017 tarihli 7033 sayılı “Sanayinin Geliştirilmesi ve Üretimin Desteklenmesi Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu Ek Madde 35 hükmüne göre yeniden düzenlenmiş, idari ve mali bağımsızlığı güçlendirilmiştir (<https://yokak.gov.tr/hakkinda>).

Türkiye’de yükseköğretim sisteminde kalite ile ilgili çalışmaların tarihsel süreçlerine ilişkin sıralama aşağıdaki gibidir:

Tablo 1: *Türkiye’de Kalite ile İlgili Çalışmaların Tarihsel Süreçleri*

Yıl	Yükseköğretimde Kalite Güvencesi ile İlgili Süreçler
1981	2547 sayılı YÖK kanunun yürürlüğe girmesi (1981), Anayasa’nın 130. ve 131. Maddeleri (1982),
1994	ABET Akreditasyonları
1997	Kalite Değerlendirme Projesi
1998	Öğretmen Eğitimi Kalitesinin Geliştirilmesi ve Akreditasyonu
2001	Türkiye’nin Bologna Sürecine dahil olması
2002	MÜDEK’in Kurulması
2002	EUA Avrupa Kalite Kültürü Projesi ve Kurumsal Değerlendirme Programı
2003	5018 sayılı Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Kanunun kabulü
2004	Lizbon Tanıma Sözleşmesi
2005	YÖDEK Yönetmeliği, Yükseköğretim Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme (YÖDEK) Kuruluşu
2005	Avrupa Kredi Transfer Sistemi ile Diploma Eki Uygulamaları
2005	Yükseköğretim Kurumları Öğrenci Konseyleri ve Yükseköğretim Kurumları Ulusal Öğrenci Konseyi Yönetmeliği
2006	5018 sayılı Kamu Mali Yönetim ve Kontrol Kanunun yürürlüğe girmesi
2007	YÖDEK’in ENQA Üyeliği
2007	Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Rehberinin hazırlanması
2008	Ulusal Yeterlilikler Komisyonu
2008	Akreditasyon Kuruluşlarının kurulması ve YÖK tarafından tanınması
2008	“Bologna Eşgüdüm Komisyonu-BEK” faaliyetleri ve BEK raporları
2010	Türkiye Yükseköğretim Yeterlilikler Çerçevesi (TYYÇ)
2010	Yurtdışı Yükseköğretim Diploma Denklik Yönetmeliği
2015	Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği
2020	YÖKAK’ın ENQA Tam Üyeliği

Kaynak: *Atatekin, 2017:85-86; Atatekin ve Dulupçu, 2018:18.*

Yükseköğretim Kalite Kurulu’nun temel görevlerini, bu görevlerini gerçekleştirmede kullandığı yöntem ve yaklaşımları üç ayrı temada ele

almak mümkündür. Bu doğrultuda, YÖKAK'ın birincil görevi, yükseköğretim kurumlarının iç kalite sisteminin tasarlanmasını desteklemek ve bu sistemin dış değerlendirmesini süreçlerini yürütmektir. Dış değerlendirme süreçlerinin en temel dayanağı ise yükseköğretim kurumlarının her yıl YÖKAK tarafından oluşturulan rehber doğrultusunda hazırladıkları Kurum İç Değerlendirme Raporlarıdır (KİDR). İlgili raporda yükseköğretim kurumları, kurum hakkında bilgiler, kalite güvencesi sistemi, eğitim ve öğretim, araştırma ve geliştirme, toplumsal katkı ve yönetim sistemi süreçleri bileşenlerine ilişkin amaç, hedef ve stratejilerini, ilgili konularda yürütülen çalışmalar, mevcut ve bir önceki yıla ilişkin alınan önlem ve iyileştirme süreçlerine yer vermektedir. Dış değerlendirme süreçlerinin sonunda ilgili ekip tarafından oluşturulan Kurumsal Geri Bildirim Raporları bulunmakta ve KİDR'de bu rapora ilişkin kurumun güçlü, zayıf, fırsat ve tehditlerine de yer verilmesi beklenmektedir (YÖKAK, 2019). YÖKAK'ın ikinci görevi, ulusal ve uluslararası akreditasyon kuruluşlarını ile ilgili yetki ve tanınma süreçlerini yürütülmesidir. Üçüncü görevi ise yükseköğretim sisteminde kalite güvencesi kültürünün yaygınlaştırılmasıdır. Bu kapsamda yükseköğretim kurumlarına yönelik olarak kalite ve akreditasyon konularında etkinlikler, kurumlarla işbirliği içerisinde etkinlikler, kalitede öğrenci katılımına yönelik çalışmalar ve çeşitli bilgilendirici yayın faaliyetleri sürdürmektedir. (YÖKAK, 2019). Türkiye'de yükseköğretim sisteminde kalite güvence sisteminin oluşturulmasında oldukça önemli bir kurum olan Yükseköğretim Kalite Kurulu, günümüz yükseköğretim koşullarını titizlikle dikkate alarak üniversiteleri daha dinamik, daha dışa dönük bir şekilde paydaş katılımı etkin kılacak şekilde hesap verilebilir bir yapıya dönüştürme çalışmalarına devam etmektedir. Tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi sebebiyle yükseköğretim kuruluna bağlı tüm üniversitelerin uzaktan eğitime geçmesi ile birlikte hızlıca bir hareket alanı belirleyerek “Yükseköğretimde Uzaktan Eğitim ve Kalite Güvencesi” çalışmaları yürütülmüş ve kamuoyu ile paylaşılmıştır. Ayrıca 2020 yılında kurumların geçmiş oldukları uzaktan/karma eğitim süreçlerinin kalite güvencesi çerçevesinde değerlendirilmesine ilişkin ölçütler ve rehber oluşturarak, tüm üniversitelerden “Uzaktan Eğitim İç Değerlendirme Raporu” çalışmasını yürütmeleri istenmiştir. Bu bağlamda yürütülen çalışmalar, kalite güvencesi çerçevesinde izleme ve önlem alma noktasında kurumlarımızın hesap verilebilirlik, şeffaflık, kanıta dayalı yenilikçi yaklaşımları ve paydaş katılımı dikkate almasına ve tüm bu süreçlerde sürdürülebilirliği sağlanmasına olanak tanımaktadır.

Kamu yönetiminde kalite güvencesi sistemi uygulamaları çabaları ile benzer olarak uygulanmaya başlayan stratejik yönetim uygulamalarını benzer amaç ve hedeflere dayanmaktadır. Kavramsal olarak bakıldığında; stratejik planlama kurumların mevcut konumlarını dikkate alarak gelecekteki konumlarını öngörmelerini içermektedir. Kurumlar bu öngörülen doğrultusunda misyon, vizyon, temel değerleri, amaç, hedef ve stratejileri stratejik planlama süreçleri doğrultusunda belirlemektedirler. Stratejik yönetim, *“işletmenin uzun dönemde yaşamını devam ettirebilmek, ona sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve dolayısı ile ortalama kar üzerinde getiri sağlayabilmek amacıyla, eldeki üretim kaynaklarının etkili ve verimli olarak kullanılması”* olarak tanımlanmıştır (Ülgen ve Mirze, 2004:26). Stratejik yönetimin bir unsuru olarak planlama aşamasında yürütülen çalışmaların yönetim süreci döngüsü içinde hazırlanması, uygulanması ve sonuçlarının izlenmesi oldukça önemlidir (Birinci, 2014:139). Kamu düzeyinde stratejik planlama, bir kuruluşun mevcut durumunu incelemesini, geleceğini öngörmesini, hedeflerini belirlemesi ve bu hedeflere ulaşma noktasında izleyeceği yol ve yöntemlerle ilgili strateji geliştirmesini ve tüm bu süreçlerin sonuçlarını irdeleyen bir süreçler bütünü olarak ele alınmaktadır. Bu doğrultuda kurumların orta ve uzun dönemde amaçlarını ve hedeflerini içeren bir stratejik plan hazırlık çalışmalarını yürütmesi gerekmektedir (Kutlucan, 2009: 89-90).

Ülkemiz açısından, kamu kurum ve kuruluşlarında köken olarak özel sektörde uygulanan yönetim modeli olan stratejik planlamanın uygulanması, tüm dünyada stratejik düşünce ve eğilimlerin artması ile birlikte kaçınılmaz olmuştur. 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile stratejik planlamanın yasal çerçevesi belirlenmiştir. İlgili kanunda kamu idarelerinin; kalkınma planları, programlar, ilgili mevzuatlar ve belirledikleri ana ilkeler doğrultusundaki misyon ve vizyonlarını oluşturmak, stratejik amaç ve hedeflerini ölçülebilir olarak belirlemek, performans göstergeleri doğrultusunda performansların ölçülmesi ve bu tüm ölçüm süreçlerinin izleme ve değerlendirmesini katılımcı yöntemlerle yapmak üzerine stratejik plan hazırlayacaklarına hükmetmektedir (T.C. Resmi Gazete, 24.12.2003/25326). Devlet Planlama Teşkilatı tarafından, 5018 sayılı Kanuna dayanılarak “Kamu İdarelerinde Stratejik Planlama İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” hazırlanmıştır. 2006 yılından itibaren Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı’nın 20.09.2005 tarih ve 25942 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan “Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Yönetmeliği” ile tüm üniversitelere stratejik planlama yapma zorunluluğu getirilmiştir.

Tüm kamu kuruluşlarının stratejik plan sürecine dâhil edilmesiyle, kalkınma planları, yıllık programlar, performans esaslı bütçeleme sistemi ve diğer ilgili programları da dikkate alınarak stratejik planın takviminin hazırlanmasından, uygulanacak usul ve esasları belirlemekle ilk olarak Devlet Planlama Teşkilatı, daha sonra Kalkınma Bakanlığı ve günümüzde de Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı yetkili kılınmıştır. İlgili kurumlar, stratejik planın nasıl bir çerçevede hazırlanacağını belirlemek için Haziran 2003'te "Kamu Kuruluşları İçin Stratejik Planlama Kılavuzu"nun birinci sürümü hazırlamıştır. Daha sonra 26 Mayıs 2006'da "Kamu idarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" in yayınlanmasıyla, DPT tarafından "Kamu İdareleri İçin Stratejik Planlama Kılavuzu"nun ikinci sürümü hazırlanmıştır. Bu kılavuzun uygulanma sonuçları ve elde edilen deneyimler dikkate alınarak, odağına merkezi kamu idarelerini alarak geliştirilen üçüncü sürüm ise 2018 yılında yayımlanmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı, Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2018). Üçüncü sürümle birlikte kılavuz ayrı ayrı üniversiteler, belediyeler ve KİT'ler için üç ayrı rehber hazırlanarak yine aynı yıl içerisinde yayımlanmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı, Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2018). Yükseköğretim kurumlarında hazırlanacak stratejik planlama ilk olarak hazırlık süreci ile başlaması gerekmektedir. Bu aşamada planın öncelikle kurum üst yöneticileri ve ilgili birimlerce sahiplenilmesi, süreç organizasyonun yapılması, tarihsel planlamanın ve hazırlık programının oluşturulması yer almaktadır. Diğer aşamalara genel olarak bakıldığında ise durum analizinde başlığı altında mevzuat ve üst politika belgeleri, kuruluş içi, paydaş vb. birtakım analizler çalışmalarının yapılması, kurumun temel politikalarını, konum tercihini ve bu doğrultuda amaç, hedef, stratejilerini ve performans göstergelerini ortaya konması beklenmektedir. Bu tanımlamaları yürütülmesi ile birlikte kurum özelinde amaç ve hedeflere tanımlanan işbirlikleri doğrultusunda eylem planlarının düzenlenmesi, performans hedef ve göstergelerinin belirlenmesi ve bütçe ve maliyetlendirme hususlarının düzenlenmesi gerekmektedir. Son olarak ise mevcut plan dönemi içerisinde bir dönemin ilk altı aylık periyodu içerisinde bir izleme raporu, dönemin on iki ayını kapsayan periyod içinde bir değerlendirme raporunun oluşturulması, kamuoyu ve ilgili sorumlular ve kurumlarla paylaşılması beklenmektedir.

3. ÇEVİK LİDERLİK

Bilgi çağının beraberinde getirdiği yenilik, değişim ve dönüşüm süreci ilgili alanda yeni liderlik yaklaşımlarının ortaya çıkma çabalarını hızlandırmıştır. Bu çabalar sonucunda literatürde çevik liderlik kavramına yer verilmiştir. Literatürde çevik liderlikle alakalı hem uluslararası

hem de ulusal alanda az sayıda çalışma bulunmaktadır. Liderlik, gruplar içerisindeki insanları belirli amaçlara etki gücüne dayalı olarak yönlendirilmesi sürecini ifade etmektedir (Northouse, 2010:3). Çevik liderlik, dünyada yoğun bir şekilde yaşanan küresel rekabet, kaos ve karmaşıklık ortamının, sistemsal ve teknolojik değişikliklerin beraberinde getirdiği gereksinimlere karşılık olarak ortaya çıkmış bir kavram olarak görülmektedir. Bu durumlara işaret eden VUCA kavramı da uzun yıllardır yaygın olarak kullanılan bir kavram haline gelmiş ve VUCA'ya uyum sağlayan örgüt ve liderlerin yeni dünyada rekabet etme noktasında başarıyı yakalayabilmelerinin mümkün olduğu belirtilmektedir (Joiner, 2019:140). VUCA kavramı, 1990'lı yılların sonlarında soğuk savaş sonrası oluşan çevreyi tanımlamak üzere ortaya atılan bir kavramdır. Kelime açılım olarak volatility (değişkenlik), uncertainty (belirsizlik), complexity (karmaşıklık) ve ambiguity (muğlaklık) olarak tanımlanmaktadır. Çeviklik, küreselleşme sürecinden çok fazla etkilenen örgütlerde yenilik süreçlerine uyumun sağlanması ve belirsizliklerin yoğun yaşandığı rekabet ortamında yani VUCA dünyasında yaşamın sürdürebilmesi becerisi olarak tanımlanmaktadır (Hayward, 2018:10-11). Örgütsel çeviklik ve sağladığı yenilik yeteneği, bir örgütün hayatta kalması için günümüzde giderek daha da önem kazanmaktadır (Denning, 2017:12). Örgütsel çevikliğin sağlanması noktasındaki başat aktör ise çevik liderliktir. Çevik liderlik, değişim süreçleri ile başa çıkabilen, örgütlenme ve kontrol yeteneklerine sahip kimselerden oluşan grupları açıklayan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Parker, vd., 2015:117). Çevik liderlik, hızlı bir şekilde krizlerle başa çıkabilen, duyarlı, karar verici, risk alan bir liderlik özelliklerine sahip bir lider yaklaşımıdır. Çevik liderlik, bir liderin kendi yaşadığı toplumda ve iş çevresinde meydana gelen değişikliklerle, belirsizliklerle, karmaşıklıklarla başa çıkmada uyarlanabilir olmayı gerektirmektedir. Çevik liderler için farklı bakış açılarına, deneyimlere ve yeniliklere açık olarak çevrede faaliyet göstermek, teknolojik fırsatları tespit etmek, yeni ve farklı fikirlerin oluşmasını sağlamak, işletme faaliyetlerindeki, sistem ve süreçlerdeki açıklıkları ortaya çıkarmak noktasında tüm engellerin kaldırılması anlamını taşımaktadır (Raghuramapratni ve Kosuri, 2017: 17).

Joiner ve Josephs (2007) çevik liderliğin temeli olarak dört uygulama bağlamsal çevik liderlik, paydaş çevik liderliği, yaratıcılık çevik liderliği ve öz liderlik çevikliği ortaya koymuştur. Bu dört uygulamanın işleyişinde ise farklı çevik davranışlar ve beceriler gerekmektedir. Bağlamsal çevik liderlik, uzun vadede odaklanmaya, vizyon sahibi olmaya, bütüncül olarak çevrede oluşan veya değişen koşulları öngörmeyi ve etki

yaratmaya olanak sağlamaktır. Paydaş çevikliği, liderlerin kararlarının etkinliğini artırmak noktasında kilit paydaşlarını belirleme ve onların süreçlere dahil olması için bilgi akışına önem vermesidir. Yaratıcı çeviklik, karmaşıklıkla mücadelede birden fazla bakış açısını sahip olma ve geriye yönelik varsayımların farkında olabilme yeteneğidir. Öz liderlik çevikliği ise liderlerin ekiplerinin liderlik algılarını öngörerek kendi öz farkındalıklarını geliştirme yani kendini yönetebilme yeteneğidir ([https://www.forbes.com/sites/hennainam/2017/10/18/to-lead-in-a-vuca-world-practice-leadership-agility/#526813412190](https://www.forbes.com/sites/hennainam/2017/10/18/to-lead-in-a-vUCA-world-practice-leadership-agility/#526813412190)).

Çevik liderlik kavramsal olarak, geleneksel liderlik anlayışının aksine liderin öngörüsü çerçevesinde yeni durum veya durumlara uyumun sağlanmasını ve hızlı bir şekilde hareket alanı belirlenmesini içermektedir. Çevik liderler, kişisel çabaları ile bu durum ile başa çıkmak yerine örgütsel düzeyde grup ve takım çalışmalarını, her düzeyde işbirliğini teşvik ederek bir nevi çevik bir kültür oluşturmalıdır. Bu çevik kültürün oluşması noktasında liderler, örgüt düzeyinde çalışanlar açısından ortak ve anlamlı bir değişim vizyonuna odaklanmalı ve bu doğrultuda örgütün öğrenme ve uyum sağlama yeteneklerini bu doğrultuda geliştirmelidirler. Çevik liderler, içinde bulunduğu durumdan bazen öğrenen bazen öğreten konumda, içinde bulunduğu çalışma alanında da bazen izleyici bazen de dinleyici konumda olarak olayları ve süreçlerde yönlendirici rolünü üstlenmektedirler (Akkaya vd., 2020:1607). Çevik liderlik ile ilgili literatürde araştırmacılar tarafından alan yazının gelişmesi amacıyla çevik liderliğin boyutları geliştirilmiştir. Araştırmacılar tarafından geliştirilen boyutlar duygusal çeviklik, dijital okuryazarlık ve teknoloji çevikliği, sinerji çevikliği, paylaşılan sorumluluk ve proaktivite çevikliği, yeniliklere açıklık ve uyum sağlama çevikliği olarak sıralanmaktadır (Özdemir, 2020:80-88). Bu boyutlara bakıldığında, aynı zamanda çevik liderlerin sahip olmaları gereken özelliklerde ortaya çıkmaktadır. Örgütteki çalışanları olumsuzluk olarak görülebilecek stres ortamından uzaklaştırmak, yeniliklere direnç gösteren veya gösterme olasılığı yüksek çalışanları yönetmek noktasında duygusal çevikliğin önemli bir yeri vardır. Aynı zamanda çevik liderler, yaşanan yenilik ve değişimlerin yöneticisi yani başrol oyuncusu olmak noktasında gelişen teknolojilerin takibi ve uyumuna yönelik çalışmalar yürütmelidirler. Bu çalışmaların örgütün geneline yayılması ve teşvik edilmesi noktasında dijital okuryazarlık ve teknoloji çevikliğe açık olmalıdırlar. Teknolojik yeniliklere karşı tepkisiz kalan bir liderlik davranışının örgüt düzeyinde yaratacağı olumsuzlukların çevikliğin sürdürülmesine dair süreçlere olumsuz etkisi oldukça fazla olacaktır. Çevik liderler, kendi içsel devini-

mini sürdürürken örgüt düzeyinde de bunun etkilerini görmekle yakından ilgilenmelidir. Tüm bu süreçlerin yapılandırılması noktasında etkin bir iletişim ağı yardımıyla bilginin paylaşılması ve süreçlerin sinerji etkisi ile yürütülmesi gerekmektedir. Çevik liderler, etki düzeylerini en üst düzeye çıkarmak için iyi bir disiplin anlayışına odaklanarak sezgisel bir yaklaşım benimsemelidirler. Çevik liderlerin alçakgönüllülük, adapte olabilen, vizyoner ve sorumluluk sahibi olma gibi temel yetkinliklerine sahip olmalıdırlar. Bu yetkinlikler ile fırsatlar ve tehditler için iç ve dış ortamları sürekli olarak tarayan, mümkün olan her yerde kanıta dayalı kararlar almak için veri ve bilgileri kullanan, uygulamalar noktasında hızlı hareket eden bir davranış yapısına sahip olmalıdırlar (<https://www.peterberry.com.au/wp-content/uploads/2018/05/The-Agile-Leader-Sample-Report.pdf>). Çevik liderlik kavramsal olarak geleceğe yönelik gibi gözükse de geri bildirimlerin işlenmesi ve deneyimlerden öğrenme çerçevesinden bakıldığında bir o kadar geçmişle de ilgilidir. Çevik liderler, değişime, karmaşıklığa ve krizlere karşı sakin kalarak, baskı hisseden çalışanlarını da bu sakinlik etrafında toparlayarak bu süreçlerle başa çıkmak için çözümler bulmada yenilikçi bir yönelimle deneyimlerden öğrenerek ve zaman zaman geri bildirim vererek zaman zamanda geri bildirim toplayarak süreçleri yönetmelidirler.

4. KALİTE GÜVENCESİ VE STRATEJİK PLANLAMADA ÇEVİK LİDERLİK

Yükseköğretim kurumlarına sistem yaklaşımı çerçevesinden bakıldığında dış çevre şartlarının kurumların içsel tüm süreçlerini etkisi altına aldığını, açık sistem olan bu kurumların çevrelerinde meydana gelen değişimlerden son derece etkilendiği görülmektedir. Günümüzde yükseköğretim kurumları hızla değişen çevre koşullarında, küreselleşme ve rekabet ortamında kalite güvencesi ve stratejik planlama çalışmalarına ağırlık vermektedirler. Bu çalışmaların yükseköğretim kurumlarında önem kazanmasında düzenleyici kurum ve kuruluşların önemli bir rolü bulunmaktadır. Yükseköğretim kurumlarında kalite güvencesi ve stratejik planlamanın başarılı olması, kurum liderleri başta olmak üzere yöneticilerin ve tüm çalışanların üstlendikleri rollere bağlıdır. Yükseköğretim kurumlarında kalite güvencesi süreçleri üst yöneticiye bağlı ilgili koordinatörlükler veya stratejik planlama çalışmaların yürütüldüğü strateji ve geliştirme daire başkanlıklarına bağlı olarak yürütülmektedir. Bu bağlamda iki çalışma alanında da kurumların üst yöneticileri yani rektörlerine önemli rol ve sorumluluklar ilgili mevzuatlar tarafından verilmiştir. Bu doğrultuda üst yöneticilerinin bu hususlardaki sorumluluklarının bilincinde olması, etkin olarak bizzat rol almaları ve tüm

çalışanlarının etkin katılımı sağlamaları bir zorunluluktur. Yükseköğretim Kanunu'na göre üniversitelerde Rektör, *“Üniversitenin ve bağlı birimlerinin öğretim kapasitesinin rasyonel bir şekilde kullanılmasında ve geliştirilmesinde, öğrencilere gerekli sosyal hizmetlerin sağlanmasında, gerektiği zaman güvenlik önlemlerinin alınmasında, eğitim - öğretim, bilimsel araştırma ve yayım faaliyetlerinin devlet kalkınma plan, ilke ve hedefleri doğrultusunda planlanıp yürütülmesinde, bilimsel ve idari gözetim ve denetimin yapılmasında ve bu görevlerin alt birimlere aktarılmasında, takip ve kontrol edilmesinde ve sonuçlarının alınmasında birinci derecede yetkili ve sorumlu”* tutulmuştur (2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu, 1981). Stratejik Planlama Yönetmeliği'ne göre de Rektör bir üst yönetici olarak *“idarelerinin stratejik planlarının hazırlanmasından, uygulanmasından ve izlenmesinden”* de sorumlu tutulmuştur (Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, 2018).

Kalite güvencesi ve stratejik planlamada başarı, yükseköğretim kurumunun çevikliğine, üst yönetimin liderlik davranış ve özelliklerine, birim yöneticilerinin ve kurumun tüm paydaşlarının bütüncül olarak bu süreçlerin başarısı noktasında bir araya gelmesine bağlıdır. Yükseköğretim kurumlarında üst yönetimin kalite güvencesine ve stratejik planlama çalışmalarının önemine inanmaları ve uygulamaları desteklemeleri çalışan düzeyinde karşılık bulmalı ve süreçlere etkin katılım sağlanmalıdır. Yükseköğretim kurumlarında bu çalışmaların yürütülmesi noktasında liderlerin çeviklikleri belirleyicidir. Kurumlarda kalite güvencesi ve stratejik planlama çalışmalarının sahiplenilmesi, bu çalışmaları yürütecek kurul, komisyon, çalışma ve alt çalışma gruplarının oluşturulması üst yöneticilerin etkin olarak liderlik özellikleri ile yürütülmelidir. Yükseköğretim kurumlarında kalite güvencesi ve stratejik planlama çalışmalarında amaç, hedef ve bazen alt hedef bazlı olarak performans göstergeleri aracılığıyla izleme ve değerlendirme çalışmaları yürütülmektedir. Üniversite yönetim bilgi sistemleri aracılığıyla yürütülen bu süreçlerde veri toplama ve verilerin analizi noktasında yaşanan sıkıntılar ve bu süreçlerin tüm kurum tarafından sahiplenilmemesinin beraberinde getirdiği veriye erişim noktasında bazı sıkıntılar yaşanabilmektedir. Başka bir örnekle, tüm dünyayı etkisi altına alan bir salgınla birlikte yaşanan hayat şartlarının kurumlara yansımaları, özellikle eğitim ve öğretim başta olmak üzere kalite güvencesi ve toplumsal katkı alanındaki faaliyetlerde yaşanan alışkanlıkların değişimi, yeniliklere yönelme, değişik iş yapma usulleri gibi gereklilikler getirmiştir. Bu gerekliliklerin kalite güvencesi ve stratejik planlama süreçlerine de önemli yansımaları olmuştur.

VUCA dünyasında liderler, kalite güvencesi ve stratejik planlama gibi yıllık ve sistemli olarak yürütülen çalışmalarda iyi bir öngörü sahibi olarak çevrelerinde değişikliklere karşı hızlı cevap verebilmelidirler. Yükseköğretim kurumlarında yaşanan veya yaşanması muhtemelen bu tür konuların çözümü noktasında çevik liderlik karşımıza çıkmaktadır. Çevik liderlik, kalite güvencesi ve stratejik planlamadaki tüm süreçleri duygusal çeviklik, paylaşılan sorumluluk davranışları ile sürdürürken kurumun çevresinde yaşanan veya yaşanması muhtemel kaos, karmaşıklık, belirsizlik gibi durumlar karşısında da proaktivite çeviklik, dijital okuryazarlık ve teknoloji çevikliği, uyum sağlama çevikliği ve sinerji çevikliği gibi çevik liderliğin tüm boyutları ile kurumdaki süreçleri yürütmelerini içermektedir. Dolayısıyla, yükseköğretim kurumlarında kalite güvencesi ve stratejik planlama çalışmalarında çevreyi ve fırsatları iyi tanıyan, öngörüsü yüksek, kurumun tümünü amaç ve hedefler doğrultusunda bütünleştirebilen, bu süreçlerin yürütülmesi noktasında kurumun bilgi ve teknolojik kaynaklarının iyileştirilmesine ve geliştirilmesine olanak sağlayan, paydaş katılımını önceleyen ve geribildirim mekanizmalarını her zaman açık olarak kullanan çevik liderlik davranışlarının benimsenmesi son derece önemlidir.

5. SONUÇ

Türkiye’de özellikle son yıllarda yükseköğretimde kalite güvencesi ve stratejik planlama süreçlerinde önemli çalışmalar yapıldığı ve bu konulara olan ilginin artarak devam ettiği görülmektedir. Bu süreçlerde sürdürülebilirliğin sağlanması ve etkin paydaş katılımı ile yeniden yapılandırılmalara ve iyileştirme çalışmalarına ihtiyaç duyulduğu da görülmektedir. Yükseköğretim kurumlarında bu hususlarda sistemli çalışma bilincinin oluşturulmasında üniversite üst yöneticilerin rolleri çok önemlidir. Üniversite üst yöneticilerinin bu süreçleri sahiplenmesi ile birlikte kalite ve strateji çalışmaları bir kültür haline gelecek ve kurumda diğer yöneticilere, çalışanlarına ve hatta tüm paydaşlara yayılması daha da kolay olacaktır. Kalite güvencesi ve stratejik planlama çalışmaları ile birlikte yükseköğretim kurumlarının ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet alanının genişlemesi, başarı düzeylerinin izlenmesi ve değerlendirilmesi süreçleri öncelikle yöneticiler nezdinde daha sonra tüm kurumda açıkça benimsenmelidir. Bütüncül açıdan bakıldığında, Türk yükseköğretiminde yürütülen tüm bu süreçlerin faaliyetlerdeki hesap verebilirlik ve şeffaflık unsurlarına yönelikte son derece fayda sağladığı belirtilebilir. Günümüzde bu dönüşüm süreci yükseköğretim kurumları tarafından benimsenmiş olsa da kalite güvencesinin sağlanması, geliştirilmesinde, sürdürülebilirliğin sağlanmasında ve tüm bu süreçlerin nasıl güvence

altına alınacağı hususunda çalışmalar kurumlarda sayıca az çalışma grupları özelinde devam etmektedir. Bu dönüşüm süreci, yükseköğretim kurumlarını dinamik ve belirsiz ortamda yani VUCA dünyasında daha çevik olmak noktasına sürüklemiştir. VUCA dünyasında yaşanan gelişmeler ışığında çevik organizasyonlar ve bu organizasyonların liderleri hızlıca kendilerine yeni hareket alanı belirlemeleri gerekebilmektedir. Bu hareket alanı çerçevesinde kurumlarda yürütülen kalite güvencesi ve stratejik çalışmalarında çevreye uyum sağlama noktasındaki gerekli revize çalışmalarının yürütülmesinde çevik liderler ön ayak olmalıdırlar. Yükseköğretim kurumlarının bu süreçlerde varlıklarını sürdürebilmelerine ve yeni ortama ayak uydurabilmelere yanıt olarak geliştirilen çevik liderlik yeni bir liderlik anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevik liderlik, kurumlarda kalite güvencesi ve stratejik planlama çalışmalarının bir kültür olarak içselleştirilmesinde, bu kültürün yükseköğretim kurumunda yerleştirilmesinde ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında noktasında çok önemlidir. Sonuç olarak, bu çalışma özelinde Türk yükseköğretiminde kalite güvencesi ve stratejik planlama çalışmalarında, çevik liderlik davranışının benimsenmesi gerektiği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede çalışma, Türk yükseköğretim sisteminde kalite güvencesi ve stratejik planlama hususunda çevik liderlik konusunda daha sonra yapılacak çalışmalara temel sağlamaktadır. İlgili konuda gelecekte yapılacak araştırmalarda, yükseköğretim kurumlarının üst yöneticilerinin çevik liderlik algıları ölçülebilir ve bu algılar kurumlar açısından karşılaştırılmalı olarak incelenebilir. Ayrıca, tüm yükseköğretim kurumlarında bu süreçlerle ilgili birimlerinin yöneticileri de araştırmaya dahil edilecek şekilde çevik liderlik boyutları ve modelleri daha kapsamlı bir şekilde geliştirilebilir. Tüm bunlardan farklı olarak sonraki çalışmalarda, farklı iş sektörleri açısından da çevik liderlik kavramının ele alınmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, B., Kayalidere, U., A., K., Aktaş, R., ve Karğın, S. (2020). Çevik Liderlik Yaklaşımı ve Çevik Lider Davranışlarını Ölçmeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 1605-1621.
- Atatekin, E., & Dulupçu, M. A. (2018). Kalitede Yeni Bir Sayfa Mı Yoksa Eskilerin Tekrarı Mı? Bazı Devlet Üniversitelerinin Kurumsal İç Değerlendirme Raporlarının Eğitim Perspektifi, *Üniversite Araştırmaları Dergisi Sayı:1*, Cilt: 1:14- 24.
- Atatekin, E., (2017). Türkiye’de Yükseköğretimde Kalite: Öğrenci Algısı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Doktora Tezi.
- Birinci, M., (2014). Üniversitelerde Stratejik Yönetim Uygulamalarının Performansa Etkileri: Devlet ve Vakıf Üniversitelerinin Karşılaştırmalı Analizi, *Yükseköğretim Dergisi*, 4(3), Sayı:21, 135-147.
- Çelik, Z., (2012). Bologna Süreci’nin Avrupa Yükseköğretim Sistemi Üzerine Etkileri, *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3 (2), 100-105.
- Denning, S., (2017). The Next Frontier For Agile: Strategic Management, *Strategy & Leadership*, Vol. 45, No. 2: 12-18.
- ENQA. (2007). Standards And Guidelines For Quality Assurance İn The European Higher Education Area. Helsinki: Enqa.
- ENQA. (2008). Quality Procedures İn The European Higher Education Area And Beyond: Second Enqa Survey. Helsinki: Enqa.
- Eriş, A. & Durman, M., (2011). Quality Assurance Activities in Turkish Universities, 22nd International Conference on Higher Education.
- Gümrükçü, H., (2011). Bologna Süreci ve Türkiye, Avrupa Yükseköğretim Alanı’nın Gerçekleştirilmesi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi İİBF Yayınları, Yayın No: 6.
- Hayward, S., (2018). The Agile Leadership. How To Create An Agile Business İn The Digital Age. Kogan Page Limited.
- Işık, S. & Beykoz, S.Y., (2018). Türk Yükseköğretiminde Yeni Bir Arayış: Kalite Güvence Sistemi. *Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20 (3): 7-22.
- Joiner B., (2019). Leadership Agility for Organizational Agility. *Journal of Creating Value*. 5 (2):139-149.
- Joiner, W. B., & Josephs, S. A., (2007). Leadership agility: Five levels of mastery for anticipating and initiating change. San Francisco, CA: Jossey-Bass/Wiley.
- Kutlucan, K. Ü., (2009). Belediyelerde Stratejik Plan Uygulaması, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

- Northouse, Peter G. (2020). Leadership, Theory And Practice. Amerika Birleşik Devleti:Sage Publications.
- Özdemir, N. A., (2020). Okul Yöneticilerinin Çevik Liderlik Özelliklerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: İngiltere ve Türkiye Okullarında Karşılaştırmalı Bir Analiz, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri, Doktora Tezi.
- Özer, M., Gür, B. S., & Küçükcan, T., (2010). Yükseköğretimde Kalite Güvencesi. Ankara: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.
- Parker, D. W., Holesgrove, M., & Pathak, R., (2015). Improving Productivity with SelfOrganised Teams and Agile Leadership. International Journal of Productivity and Performance Management. 64.1, 112-128.
- Raghuramapatrani, R., & Kosuri, Ş., (2017). The Straits Of Success İn A VUCA World. IOSR Journal Of Business and Management, 16-22.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı, Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2018). Kamu İdareleri İçin Stratejik Planlama Kılavuzu (http://www.sp.gov.tr/upload/xSpKutuphane/files/VrllQ+Kamu_Idareleri_Icin_Stratejik_Planlama_Kilavuzu.pdf (Erişim Tarihi: 20.12.2020)
- T.C. Cumhurbaşkanlığı, Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2018). Üniversiteler İçin Stratejik Planlama Rehberi. http://www.sp.gov.tr/upload/xSpKutuphane/files/wtnii+Universiteler_Icin_Stratejik_Planlama_Rehberi.pdf (Erişim Tarihi: 20.12.2020)
- Tezsürücü, D., & Bursalıoğlu, S., (2013). Yükseköğretimde Değişim: Kalite Arayışları. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 10 (2): 97-108.
- UNESCO (2008). “Reinventing Higher Education: Toward Participatory And Sustainable Development”. Bangkok: UNESCO Bangkok.
- Ülgen. H., & Mirze, S. K., (2007). İşletmelerde Stratejik Yönetim, 4. Basım, Arıkan Yayınları. İstanbul.
- Yükseköğretim Kalite Güvencesi Sistemi ve Yükseköğretim Kalite Kurulu (01.07. 2017 tarih, 30111 sayılı T.C. Resmi Gazete).
- 5018 Nolu Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu (24.12.2003 tarih, 25326 sayılı T.C. Resmi Gazete).
- Yükseköğretim Kalite Güvencesi Yönetmeliği (23.07.2015 tarih, 29423 sayılı T.C. Resmi Gazete).
- Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik (26.02.2018 tarih, 30344 sayılı T.C. Resmi Gazete).
- 2547 Sayılı Yükseköğretim Kanunu, (06.11.1981 tarih ve 17506 sayılı T.C. Resmi Gazete)
- https://yokak.gov.tr/Common/Docs/Site_degerlendirme_prog_doc/GenelDegerlendirme20152019.pdf

<https://yokak.gov.tr/hakkinda>

<https://www.forbes.com/sites/hennainam/2017/10/18/to-lead-in-a-vuca-world-practice-leadership-agility/#526813412190>

<https://www.peterberry.com.au/wp-content/uploads/2018/05/The-Agile-Leader-Sample-Report.pdf>

Bölüm 42

FİNANSAL GELİŞME VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN AMPİRİK ANALİZİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ¹



Evren İPEK²

Selda BAYKUŞ³

1 Bu çalışma, Dr. Öğr. Üyesi Evren İPEK danışmanlığında Selda Baykuş tarafından hazırlanarak 2020 yılında Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce kabul edilen “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, eipek@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4855-6545

3 Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, seldabaykus@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2696-0117

1. Giriş

Yatırım ve tasarruf dengeleri ülkelerin makroekonomik dengelerini sağlayabilme açısından önem arz etmektedir. Bu dengelerin sağlanması ise, finansal sistem aracılığıyla fonların, fon fazlası birimden fon ihtiyacı olan birime aktarılmasıyla gerçekleşmektedir. Kârlılığı artırarak sürdürülebilirliği sağlamak ve küreselleşen dünyada rekabette güç kazanmak işletmelerin temel amaçlarıdır. Bu bağlamda işletmeler etkin kaynak kullanımıyla birlikte büyümeleri gerekmektedir. İşletmelerin büyümesi ise yatırımların artmasına bağlı olarak meydana gelmektedir. Artan yatırımlar, tasarruflar aracılığı ile gerçekleştiği için temel kaynak, tasarruflar görülmektedir.

Bünyesinde risk unsurunu taşıyan finansal sistem, diğer sektörlere göre suistimale, piyasa başarısızlıklarına ve koordinasyon hatalarına daha yatkın olduğundan dolayı kamu politikaları ve kamu düzenlemelerine ihtiyaç duyar. Bu sebeple, finansal sistem kurumsal politikalar ve düzenlemelere göre uygulanmak zorundadır. Diğer taraftan, gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin finansal sistemde daha fazla kullanılması, finans sistemi üzerinde daha fazla risk almaya ve riski ölçmeye yönelik riski kontrol ederek bilgi hacminin ve yayılma hızının artmasına sebep olmaktadır. Öte yandan bu gelişim bilgi kirliliğine sebebiyet vererek finansal sistemi diğer sektörlere göre daha fazla etkileyebilmektedir.

Finansal sistem içerisinde gerçekleşen gelişmeler, ülkelerin finansal sistemi hakkında nitel ve nicel gelişimini göstermektedir. Bu durum ise, finansal ürünlerin çeşitlenmesi, denetlenmesi ve denetim standartlarının gelişmesi gibi anlamları ifade etmektedir. Aynı zamanda finansal piyasaların önündeki engelleri kaldırarak finansal serbestleşmenin sağlanmasını da kolaylaştırmaktadır. Bu amaçla finansal gelişmişlik kavramı ölçülebilir fakat ölçülmesi güç olan çok boyutlu bir kavramdır.

Finansal sistemin gelişmiş olmasının, ülke ekonomilerinin büyüme performansı açısından nasıl bir ilişki arz ettiği, uzun zamandır araştırılan ve tartışılan bir konudur. Bu konuya ilişkin yaklaşımlarda dört temel görüş bulunmaktadır. Bunlardan ilki ekonomik büyümenin bir sonuç olduğunu yani finansal gelişme sonucunda ekonomik büyümenin olumlu şekilde ilerleyeceğini savunan görüştür. İkinci bir görüş, finansal gelişmenin bir sonuç olduğu, diğer bir ifadeyle, ekonomik büyüme sonucunda finansal gelişmenin meydana geleceğidir.

Üçüncü görüş olarak, finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir ilişki olduğudur. Son görüş ise, finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında hiçbir ilişkinin olmadığıdır.

Bu çalışmada da Türkiye ekonomisinin 2005:4-2019:1 döneminde finansal gelişmişlik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Bu amaçla ilgili döneme ilişkin üçer aylık veriler kullanılarak sınır testi, ARDL analizi ve Toda-Yamamoto nedensellik analizi yöntemleri uygulanmıştır.

Literatürde finansal gelişmişlik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen, seçilen veri aralığına ve kullanılan yöntemle göre birbirinden farklı ampirik sonuçlara ulaşılmış çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Türkiye özelinde yapılmış çeşitli çalışmalarda da farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Kar ve Pentecost (2000), Belke (2007), Öztürk (2008), Özcan ve Arı (2011), Ak, Altıntaş ve Şimşek (2016) yaptıkları analizlerde ekonomik büyümenin finansal gelişmişliği etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Aslan ve Küçükaksoy (2006), Acaravcı ve Öztürk (2007), Kandır, İskenderoğlu ve Önal (2007), Altunç (2008), Bahadır (2010), Kutlu (2013), Ak, Aydın, Altıntaş (2014), Bakhtlar (2016) ve Demir (2019) ise finansal gelişmişliğin ekonomik büyümeyi etkilediği sonucuna erişmişlerdir. Kısa ve uzun dönemli ilişkiler incelendiğinde, Ünalı (2002), kısa dönemli ilişkide finansal gelişmişliğin ekonomik büyümeyi etkilediği, uzun dönemli analizde ise finansal gelişmişlik ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir etkileşim olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ergeç (2004), kısa dönemde ekonomik büyümenin finansal gelişmişliği etkilediğini, uzun dönemli ilişkide ise finansal gelişimin ekonomik büyümeyi tetiklediği sonucuna varmıştır. Evin (2007), kısa dönemli ilişkide ekonomik büyümeden finansal gelişme doğru tek yönlü bir ilişki bulurken uzun dönemde ise finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında hiçbir ilişki olmadığını analiz etmiştir. Akın (2019), kısa dönemli analizinde ekonomik büyüme finansal gelişmişliği etkilerken uzun dönemli analizde finansal gelişmişlik ekonomik büyümeyi etkilediği sonucuna ulaşmaktadır. Bu çalışmaların genel özelliği güncelliğini yitirmiş olmasıdır. Mevcut çalışmalara ilişkin bir diğer tespit de genel olarak Granger nedensellik testi modeline yönelik analizler gerçekleştirmeleridir. Çalışmamızda 2005:4-2019:1 dönemini içeren güncel veriler kullanılmış, mevcut literatürden farklı bir metodoloji izlenmiştir. Bu amaçla çalışmamızın ilgili ampirik literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde finansal sistem ve finansal gelişme kavramı açıklanmakta, üçüncü bölümde finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye yer verilmekte, dördüncü bölümde çalışmanın ampirik analizlerinde kullanılacak veri setine ve yöntemlerine ilişkin açıklamalar sunulmakta beşinci bölümde ampirik bulgular değerlendirilmekte ve altıncı bölümde ise ulaşılan sonuçlara ilişkin genel bir değerlendirme yapılarak politika önermeleri sunulmaktadır.

2. Finansal Sistem ve Finansal Gelişmişlik Kavramı

Ülkelerin makroekonomik dengelerini sağlayabilmesi yatırım ve tasarruf dengelerine bağlıdır. Bu dengelerin kurulması fon fazlası olan birimlerden fon ihtiyacı olan birimlere aktarılmasıyla olmaktadır. Bu durum finansal sistem aracılığıyla gerçekleşmektedir (Aslan ve Korap, 2006: 2; Erdem, 2013: 49).

Bir ekonomide finansal sistem; fon arz edenler ile fon talep edenlerin karşı karşıya geldiği ve aralarında transfer işlemi sağlayarak malların ve hizmetlerin mübadelesini kolaylaştırdığı bir sistemdir (Mutlu, 2016: 3). Bu sistemin işleyişinde, bir tarafta gelirlerinden daha fazla harcama yapan yani fon talep eden kesim; diğer tarafta ise fon fazlası olan kesim yer almaktadır. Fon arz edenler ellerindeki birikimleri çeşitli araçlar ve araçlar ile belirli yasal kurumsal düzenlemelerin sağlandığı bir ortamda fon talep edenlere aktarmaktadır (Koyunoğlu, 1996: 12). Sistemde yer alan fon arz edenler; kişiler, bankalar, ülke içinde veya ülke dışında yaşayan kişiler, şirketler ve devlettir. Fon talep edenler ise; ihtiyaçlarını karşılamak için fona ihtiyaç duyan kişiler, yatırım ihtiyacını karşılamak isteyen şirketler, devlet ve yabancı yatırımcılardan oluşmaktadır (Mutlu, 2016: 4). Diğer taraftan finansal kurumlar; bankalar, sigorta şirketleri, borsalar, faktoring, forfaiting ve finansal kiralama şirketleri gibi kurumlardan oluşurken, finansal araçlar; madeni para, banknot, bono, tahvil, swap, hisse senedi gibi çeşitli hakları ve yükümlülükleri temsil eden yazılı belgelerden oluşmaktadır (Parasız, 2001: 654). Yasal ve kurumsal düzenlemeler ise fon arz edenler ve fon talep edenler arasında oluşabilecek anlaşmazlıkları çözüme ulaştırarak piyasaların sağlıklı ve güven ortamında işlemesini sağlayan kurumlardır. Bu kurumsal ve yasal düzenlemelere örnek olarak; Sermaye Piyasası Kurulu, Borsa İstanbul, BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu), TTK (Türk Ticaret Kanunu) gösterilebilir (Oğuz ve Canan, 2016: 3).

Finansal sistem farklı özellikler taşıyan kurumların, piyasaların ve otoritelerin bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Bu karmaşık yapısı nedeniyle finansal sistemin gelişmişliği hakkında bilgi edinmek için geniş çaplı incelemeler ve tanımlar gerekmektedir. Bunun sonucunda finansal sistemin gelişmişliği farklı açılardan ele alınabilir (Mutlu, 2016: 25). Finansal sistemlerin zamanla geçirdikleri gelişim ve değişime paralel olarak finansal gelişme kavramına yönelik birçok tanımların ve ölçütlerin ortaya çıktığı görülmektedir. Finansal gelişim sürecinin başlangıç evrelerinde ekonomilerin yapısı, finansal sistemler ve finansal araçların az gelişmiş olduğu bir durum söz konusuydu. Gelişen ekonomiler ile birlikte finansal sistemin içinde aracılar ve araçlar gelişmiştir (Mutlu, 2016: 25). Böylelikle finansal gelişme kavramı ortaya çıkmıştır.

Finansal gelişmişlik kavramı hakkında birçok tanım bulunmaktadır. Afşar (2007), finansal gelişmeyi; finansal sistemin büyüklük ve yapı itibarıyla uğradığı değişim olarak tanımlamaktadır. Başka bir tanım ise, ülkelerin finans sisteminde yaygın şekilde kullanılan finansal araçların çeşitliliğinin artması, bu araçların daha yaygın biçimde kullanılır duruma gelmesidir (Erim ve Türk, 2005: 23). Kısaca finansal piyasaların gelişmişliği finansal gelişmişliği göstermektedir (Mammadov, 2016: 13).

Finansal genişleme ve derinleşmeyle gerçekleşen finansal gelişme, tasarruf ve yatırım fırsatlarının daha iyi ve daha verimli alanlara yönlendirilmesini sağlamaktadır. Finansal genişleme, finansal kurum ve pazarlamasının genişlemesiyle birlikte finansal hizmetlerin de çeşitliliğinin artmasıdır (Demirtaş, 2014: 14-15). Finansal derinleşme ise, finansal araçların çeşitliliğini ve finansal sistemin ölçütlerini göstermektedir (Afşar, 2007: 190). Bir başka ifadeyle, finansal derinleşme, finansal değerlerin gelire oranındaki artış olarak da tanımlanmaktadır. Finansal derinleşme, finansal varlıkların ülke gelirindeki payını arttırmakta ve vade yapılarını uzatmaktadır. Faiz oranlarındaki artış ise tasarrufları yükseltmektedir. Vade yapılarının uzaması ve çeşitliliğin artması yatırımcılara daha çok seçenek sunmaktadır. Böylece yatırım teşviki artmakta ve ekonomi büyümektedir (Demirtaş, 2014: 14-15).

3. Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki

Finansal gelişme, modern büyüme teorisi çerçevesinde ekonomik büyümeye teknolojik gelişmeler ve sermaye birikimi yoluyla

etki edebilmektedir. Bu etkilerin oluşabilmesi için finansal sistemin iç ve dış tasarruf yatırımlarında gerekli olan fonların maliyetinin düşük, sürdürülebilir ve istikrarlı şekilde yapılanmış olması gerekmektedir. Dış tasarruflar için doğrudan yabancı sermayeyi ülkeye çekebilmek adına yasal ve idari düzenlemelerin yapılmış olması gerekmektedir. Bu şekilde biriken sermaye kârlı ve verimli projelere yönlendirilmesinin dışında risk yönetimi yöntemlerinin de geliştirilmesi gerekmektedir (Mutlu, 2016: 30).

Finansal gelişmişliğin ekonomideki rolü oldukça fazladır. Bunlardan bazıları şu şekilde sıralanabilmektedir: Finansal sektöre dâhil edilen kıymetli taş ve maden (mücevherat) veya benzeri fiziki yatırım araçlarının ekonomiye kazandırılmasında finansal sistemin önemli derecede rolü bulunmaktadır (Mutlu, 2016: 30). Finansal gelişme, ekonomik büyümeyi arttırmak adına finans piyasalarında gerçekleşen faiz oranlarının istikrarlı bir şekilde artmasını sağlamaktadır (Onur, 2005: 131). Finansal gelişme sayesinde ekonomideki kaynakların ticarete doğru transferi daha kolay şekilde olmaktadır (Dumrul, 2010: 14). Finansal sistem, tasarruf oranlarını maksimum seviyeye çıkararak firmaların fon talebini karşılayarak teknoloji seviyelerini iyileştirmesine ortam hazırlamaktadır (Mutlu, 2016: 30). Finansal gelişme ekonomideki kaynak dağılımının etkinliğini sağlayarak ülke ekonomisinin büyüme hızını arttırabilmesine imkân sağlamaktadır (Dumrul, 2010: 15). Yatırımların verimliliği ve üretimin arttırılması için üretim teknolojisinde yapılacak olan yeniliklerle ekonominin büyümesini sağlamaktadır (Mutlu, 2016: 30). Finansal gelişme ülkelerin makroekonomik istikrarının sağlanmasına yardımcı olmaktadır (Dumrul, 2010: 14). İşgücü verimliliğini arttıran eğitim ve sağlık alanındaki yatırımlar da ekonomik büyümeyi desteklemektedir (Mutlu, 2016: 30).

Ülke ekonomilerindeki finansal gelişmişlik düzeyini belirleyen pek çok göstergeler bulunmaktadır. Finansal gelişmişlik göstergeleri borsada etkili olan finansal gelişmişlik göstergeleri ile banka ve bankacılıkta etkili olan finansal gelişmişlik göstergeleri olarak iki kısma ayrılmaktadır (Sadorsky, 2011:1001; Çoban ve Topçu, 2013: 82).

Borsada etkili olan finansal gelişmişlik göstergeleri; Borsa Devir Hızı, Borsa KapitalizasyonununGSYİH'ye Oranı ve Borsa İşlem Hacminin GSYİH'yeOranı'dır. Banka ve bankacılıkta etkili olan finansal gelişmişlik göstergeleri ise; Likit Yükümlülükler, Konsantrasyon Oranı, Banka Genel Maliyetleri, Banka Mevduat

Varlıkları Üzerindeki Özel Kredilerin GSYİH'ye Oranı, Finansal Sistem Mevduatlarının GSYİH'ye Oranı, Net Faiz Oranı Marjı, Maliyet Gelir Oranı, Banka Mevduat Varlıklarının GSYİH'ye Oranı, Aktiflerin Kârlılığı ve Öz Sermaye Kârlılığı olarak sıralanabilmektedir.

Finansal gelişme, ölçülmesi güç olan bir değişkendir. Bunun sebebi verilerin hazır şekilde bulunmamasıdır. Bu durum, finansal gelişme ile ilgili alternatif göstergelerin geliştirilmesine neden olmaktadır. Geliştirilen her bir gösterge, finansal gelişmenin farklı yönlerindeki etkilerinin ölçülmesi için analizler bakımından önem taşımaktadır. Finansal gelişmenin ölçülmesinde iyi belirlenmiş bir göstergeler setinin ekonomik politikaların düzenlenmesi, geliştirilmesi ve uygulanmasında önemli olduğu açıktır (Mammadov 2016: 14; Dağ, 2011: 49). Finansal gelişmişlik ölçütleri; miktar ölçütleri, yapısal ölçütler, finansal fiyatlar, ürün çeşitliliği ve değişim maliyeti olmak üzere beş grup altında incelenebilir (Lynch, 1996: 7-24). Miktar ölçütleri: Para ve krediye ilişkin büyüklüklere dayanmaktadır ve büyüme ve finansal derinleşmenin geleneksel ölçüleridir. Aynı zamanda sermaye piyasası göstergeleri ve finansal varlık stokuna ilişkin göstergeler de miktar ölçütleri olarak da sayılmaktadır (Kar ve Ağır, 2005: 55). Yapısal ölçütler: Finansal sistemin gelişiminde kullanılan ölçütlerdir. Bu ölçütlerden biri geniş tanımlı para arzının (M2) dar tanımlı para arzına (M1) oranıdır. Geniş tanımlı para arzını dar tanımlı para arzına oranındaki artış, bir yandan gelişmişliği yansıtırken diğer yandan da kişi ve kurumların varlıklarını ne şekilde değerlendirdiklerini yansıtmaktadır. Finansal gelişme ile beraber bireyler tasarruflarını vadeli mevduat olarak değerlendirmesi söz konusu olacağından finansal sistemdeki M1/M2 oranını da arttıracaktır (Kar ve Ağır, 2005: 60). Finansal fiyatlar: Gelişmiş olan finansal sistemlerde fiyatlar piyasa güçleri yoluyla belirlenmektedir. Bu sebeple diğer fiyatlar gibi faiz oranları da olumlu bir şekilde gerçekleşmektedir. Şöyle ki, rasyonel davranan bireyler, pozitif reel verimliliği olmayan yatırım olanaklarına yönelmedikleri zaman ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemeyecektir. Çünkü bu durum, hem neoklasik büyüme teorilerinin hem de son dönemlerde geliştirilen içsel büyüme teorilerinin bir sonucudur. Faiz dereceleri reel anlamda pozitif olmakla birlikte ekonomik beklentileri de doğru yansıtmalıdır. Bu anlamda, faiz oranlarının düzeyi ve esnekliği oldukça önemlidir. Dolayısıyla, ekonomideki fiyat esnekliği de birer finansal gelişmişlik göstergesi olarak alınabilir (Mutlu, 2016: 33; Kar ve Ağır, 2005: 61). Ürün çeşitliliği: Finansal piyasaları gelişmiş olan ülke

ekonomilerinde ürün çeşitliliği fazladır. Bu durum, piyasada faaliyet gören oyuncuların bir taraftan birikimlerini çeşitli yatırım araçlarında değerlendirebilme imkânı tanımakta, diğer taraftan fon gereksinimi duyan birimlerin alternatif borç alabilme olanağı sunmakla birlikte finansal sisteme kaynak yönlendirmektedir (Mammadov, 2016: 21). Değişim maliyetinde ise, Finansal sistemin fonksiyonu, tasarrufu olan birimler aracılığıyla, fonları kullanarak yatırıma dönüştürmek isteyen ekonomik birimler arasındaki aracılık işlevi görmektedir. Bu aracılık işlevinde yatırımcılardan alınan kredi faiz oranı ile tasarruf sahiplerine verilen mevduat faiz oranı arasındaki farkı, aracılık maliyeti olarak finansal sistem kendisine ayırmaktadır. Aktif işleyen bir finansal sistemde aracılık maliyetinin düşük olması gerekmektedir. Düşük olan işlem maliyeti yatırımlara aktarılabilir fon miktarını arttırmaktadır. Bu nedenle işlem maliyetini düşürmek, finansal sistemin amaçları arasında yer almaktadır (Kar ve Ağır, 2005: 17).

Literatürde sıkça analiz edilen finansal gelişmişlik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye dair değerlendirmeler aşağıda belirtildiği üzere dört farklı görüş tarafından kabul görmektedir (Mutlu, 2016: 54):

- **Ekonomik Büyümenin Bir Sonuç Olduğunu Kabul Eden Görüş:** İlk kez Schumpeter (1911) tarafından ortaya atılan bu varsayımın temsilcileri Goldsmith (1960), King ve Levine (1993), McKinnon ve Shaw (1973), Fry (1978, 1988), Bencivenga ve Smith (1991) olarak sıralanabilir. Schumpeter, finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz ederken finansal araçlar tarafından sağlanan hizmetlerin yenilik ve büyüme için önem arz ettiğini savunmaktadır. Ayrıca, teknolojik yeniliği kolaylaştıran etkenin finansal aracı rollerindeki bankalar olduğunu belirtmektedir. Bu bankalar tasarrufları biriktirmekte, yatırımları değerlendirmekte ve yöneticileri denetlemektedir. Aynı zamanda firmalar hakkındaki bilgileri detaylı bir şekilde ve daha düşük maliyetle sağlayabilmektedir. Finansal araçların ekonomik sistemdeki en önemli rolü, kaynakları daha verimli alanlara yönlendirmeleridir (Capasso, 2004: 268). Schumpeterci yaklaşım, gelişen finansal araçların büyümeyi doğrudan etkilediğini, ayrıca teknik değişimin ve verimliliğin artması şeklinde olumlu etkilerinin olduğunu savunmaktadır (Bloch ve Tang, 2003: 243). Goldsmith (1969), finansal gelişmeden kişi başına düşen milli gelire doğru bir ilişkinin var olduğunu ifade etmektedir. King ve Levine (1993), yaptıkları çalışmada 80 ülke verilerini kullanarak 1960-1989 dönemi için finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Bu analiz

sonuçlarına göre finansal gelişme düzeyini ölçen değişkenler ile kişi başı gayri safi yurtiçi hâsıla ve büyüme oranı arasında pozitif bir ilişki olduğu kanısına varılmıştır. Bu doğrultuda, finansal hizmetler verimliliği ve sermaye birikimini arttırarak ekonomik büyümeyi desteklemektedir. McKinnon ve Shaw devlet müdahalelerinin finansal sistemdeki gelişmeler üzerine olan etkilerini incelemişlerdir. Bunun sonucunda, finansal sektörün gelişimini olumsuz yönde etkileyen ve ekonomik büyümeyi azaltan unsurların; devletin azami faiz oranları, yüksek rezerv gerekliliği, doğrudan kredi programları gibi bankacılık sistemine getirdiği kısıtlar olduğunu savunmuşlardır. Ayrıca, finansal araçlar yardımıyla sağlanan likidite tedariki ve risk paylaşımı gibi hizmetleri modelleyen içsel büyüme yazını da benzer sonuçlara ulaşmaktadır. Bu yazın, devletin, finansal sisteme müdahale etmesi durumunda büyüme oranını negatif etkilediğini ve finansal araçların büyümeyi olumlu şekilde etkilediğini göstermektedir (Aslan ve Küçükaksoy, 2006: 27).

- **Finansal Gelişmenin Bir Sonuç Olduğunu Kabul Eden Görüş:** Robinson (1952) ile başlayan bu görüş, iktisadi büyümenin iktisadi hizmetlere olan talebi arttırarak finansal gelişmeye yol açtığını savunmaktadır. Bu kapsamda finansal gelişme, büyüme hızının yüksek olmasının bir sonucudur. Yüksek büyüme hızı ise finansal hizmetlere olan talebi daha çok arttırmaktadır. Böylece finansal gelişme gerçekleşmektedir. Bu akımı destekleyen diğer temsilciler ise, Lucas (1988) ve Stern (1989)'dir (Aslan ve Küçükaksoy, 2006: 28).

- **Çift Yönlü Bir İlişkinin Varlığını Kabul Eden Görüş:** HughPatrick (1966), Demetriades ve Hussein (1996), finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin var olduğunu savunan çalışmalar yapmışlardır. Kısaca bu görüşe göre; büyüme finansal gelişmeyi, finansal gelişme de büyümeyi etkilemektedir (Atamtürk, 2005: 100).

- **Hiçbir İlişkinin Olmadığını Kabul Eden Görüş:** 1995 yılında Nobel Ekonomi Ödülü alan Robert Lucas; finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasında hiçbir nedensellik ilişkisinin bulunmadığını savunmaktadır (Bozoklu ve Yılancı, 2011: 165). Bu görüşe göre, ülkeleri coğrafik bölgelere ya da gelir gruplarına göre değerlendirmenin daha sağlıklı sonuçlar vereceğine inanılmaktadır (Mutlu, 2016: 53).

Bu görüşler doğrultusunda, finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkide teorik literatürün uzlaşısı içinde olmadığı

görülmektedir. Söz konusu durum Türkiye’yi konu alan çalışmalar içinde aynıdır.

4. Veri ve Metodoloji

Çalışma kapsamında, Türkiye’nin 2005:4-2019:1 dönemi için finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki ampirik olarak analiz edilmiştir. Türkiye ekonomisinin finansal gelişmişlik göstergeleri olarak geniş tabanlı para arzının GSYİH’ye oranı (M3), özel sektör kredilerinin GSYİH’ye oranı (OSK1), özel sektör kredilerinin yurtiçi kredilere oranı (OSK2) ve yurtiçi kredilerinin GSYİH’ye oranı (YİK) olmak üzere dört değişken kullanılmıştır. Ekonomik büyüme (BUY) için ise, reel GSYİH üzerinden hesaplanmış büyüme oranları kullanılmıştır. Reel GSYİH hesaplanırken TÜFE (2003=100) değişkeni kullanılarak reel değişken hesaplanmasına gidilmiştir. Ampirik analizlerde kullanılan tüm veriler TL cinsinden olup, TCMB EVDS’den elde edilmiştir. Türkiye ekonomisinde finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki 2005:4-2019:1 dönemleri için üçer aylık veriler seçilmiştir. Dönem aralığının belirlenmesinde, verilerin bulunabilirliği etkili olmuştur. Değişkenlere ilişkin tanımlama bilgileri Tablo 4.1’de yer almaktadır.

Tablo 4.1 Değişkenlerin Tanımlamaları

Değişken	Sembol	Tanım
M3 Para Arzı	M3	M3/GSYİH
Özel Sektör Kredileri	OSK1	Özel Sektör Kredileri/GSYİH
Özel Sektör Kredilerinin Yurtiçi Kredilerdeki Payı	OSK2	Özel Sektör Kredileri/Yurtiçi Kredileri
Yurtiçi Kredileri	YİK	Yurtiçi Kredileri/GSYİH
Ekonomik Büyüme	BUY	Reel GSYİH’deki yüzde değişim

Ampirik analizlerin ilk aşamasında, değişkenler "Tramo Seats" metodolojisi kullanılarak mevsimsellikten arındırılmış ve birim kök testleri ile serilerin durağanlık tespiti yapılmıştır. Çalışmanın ampirik analizleri sınır testi, ARDL yaklaşımı ve Toda-Yamamoto nedensellik analizi yöntemleriyle gerçekleştirilecektir.

Literatür incelendiğinde iktisadi zaman serilerinin ağırlıklı olarak durağan olmadığı ve bu durumdan kaynaklı birim kök içerdiği görülmektedir. Serilerin birim kök içermesi, regresyon modellerinin sahte regresyon sorunuyla karşılaşmasına sebep olmaktadır. Bu sorunun giderilmesi için serilerin farkları alınarak durağanlığının sağlanması gerekmektedir. Fakat serilerin farklarının alınması, farklı bir sorun olarak serinin uzun dönem bilgilerinin kaybolmasına neden olmaktadır. Tüm bu sorunların ortadan kalkması için hata düzeltme modelleri yardımıyla iktisadi zaman serileri arasında kısa ve uzun dönemli ilişkilerin varlığını inceleyen eşbütünleşme testleri kullanılmaktadır (Hepsağ, 2009: 176).

Eşbütünleşme testlerinin kullanımında değişkenler arasındaki bütünleşme derecelerinin aynı olmaması ve veri setinin sınırlı olması sebebiyle sağlıklı sonuçlar elde edilemeyebilmektedir. Bunun için Pesaran ve diğerlerinin (2001) geliştirdiği sınır testi yaklaşımı kullanılmaktadır. Sınır testi yaklaşımı değişkenlerin eşbütünleşme derecesine bakılmaksızın uzun dönemli ilişkilerin analiz edilmesine imkân sağlamaktadır (Genç, 2015: 140). Fakat sınır testi ile eşbütünleşme ilişkisinin sınanabilmesinin temel koşulu modeldeki değişkenlerin durağanlık seviyesinin $I(0)$ veya $I(1)$ olması gerektiğine ilişkindir. Eğer değişkenler $I(2)$ seviyesinde durağanlaşırsa sınır testi ile eşbütünleşme ilişkisi sınanamamaktadır. Değişkenlerin durağanlık şartları sağlandıktan sonraki aşama Kısıtlanmamış Hata Düzeltme Modeli (UECM)'nin tahmin edilmesidir. Bu doğrultuda UECM için oluşturulan denklem 4.1'deki gibidir (Künü, 2013: 90):

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta X_{t-i} + \beta_3 Y_{t-1} + \beta_4 X_{t-1} + e_t \quad (4.1)$$

Denklem 4.1'de yer alan sabit terim katsayısı β_0 , uzun dönem katsayıları β_3 ve β_4 , dönem “t”, gecikme uzunluğu “m” ve serisel ilişkiye sahip olmayan hata terimi ise e_t ile gösterilmektedir. Değişkenlerin ilk farkları Δ ile ifade edilerek, eşitliğe kısa dönem dinamiklerini yansıtan ΔY_t 'nin gecikmeli değeri β_1 ile ΔX_t 'in gecikmeli değeri olan β_2 katsayıları eklenmiştir (Keskin, 2008: 225). UECM'de gecikme uzunluğunun tespiti önemli bir aşamadır. Bu sebeple eşitlik kurulduktan sonra uygun gecikme uzunluğu belirlenmektedir. Gecikme uzunluklarını belirlemek için Akaike Bilgi Kriteri veya Schwarz Bilgi

Kriteri (AIC/SIC) gibi bilgi kriterleri kullanılmaktadır. Gecikme uzunluklarının belirlenmesinden sonraki aşama ise değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin varlığını sınamaktır.

Modelde eşbütünleşme ilişkisine karar verebilmek için bağımlı ve bağımsız değişkenin birinci dönem gecikmelerinin katsayılarının topluca anlamlılığı F testi ile sınanmaktadır (İpek ve Kızılgöl, 2016: 428-429). Burada eşbütünleşme ilişkisi “ $H_0: \beta_3 = \beta_4 = 0$ ” hipotezinin test edilmesi yoluyla yapılmaktadır ve eşbütünleşme ilişkisine karar vermek için temel hipotezin reddedilmesi gerekmektedir. Sınır testinde herhangi bir anlamlılık düzeyi için hesaplanan F istatistiği Pesaran ve diğerleri (2001)’de sunulan alt ve üst sınır değerlerinden oluşan kritik değerler ile karşılaştırılmaktadır. Hesaplanan değer, F istatistik değerinin altında çıkması durumunda seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olmadığı, üzerinde bir değer çıkması durumunda ise eşbütünleşme ilişkisinin varlığından söz edilmektedir (Karaca, 2005: 6).

Değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiler Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model (ARDL) ile araştırılacaktır. Uzun dönemli ARDL sınır testi için oluşturulan model aşağıdaki gibidir (İpek, 2013: 117):

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} X_{t-i} + e_t \quad (4.2)$$

4.2 numaralı denklemde yer alan Y_t bağımlı değişkeni, X_t ise bağımsız değişkeni, “m” ve “n” ise değişkenlerin uygun gecikme uzunluğunu ifade etmektedir. Uzun dönemli ilişkileri yorumlayabilmek için AIC, SIC ve HQ (Hannan-Quinn) Bilgi Kriteri gibi çeşitli kriterlerden yararlanılarak uygun gecikme uzunluğu belirlenmektedir. İlk olarak bağımlı değişken olan Y_t ’nin daha sonra bağımsız değişkenin yani X_t ’nin uygun gecikme uzunluğu bulunmaktadır. Dolayısıyla tahminde kullanılacak model ARDL(m,n) şeklinde ifade edilmektedir (Çakmak, 2015: 61).

ARDL(m,n) modelinde uzun dönem katsayılarının hesaplanması aşağıdaki gibi gösterilmektedir:

$$\text{Uzun Dönem Katsayısı} = \frac{\sum_{i=0}^n \beta_{2i}}{1 - \sum_{i=1}^m \beta_{1i}} \quad (4.3)$$

Uzun dönemli ilişkileri yorumlayabilmek için belirlenen gecikme uzunluklarıyla tahmin edilen modelde hesaplanan katsayıların istatistiki olarak anlamlılıklarına ve katsayıların işaretlerine bakılmaktadır. Ayrıca uzun dönem katsayılar hesaplanırken bağımsız değişkenlerin katsayıları, gecikmeli bağımlı değişkenlerin katsayılarının birden farkına bölünmektedir (İpek ve Kızılgöl, 2016: 429).

Değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişkilerin analizinde kullanılan ARDL metoduna dayalı olan hata düzeltme modeli Denklem 4.4'deki gibidir:

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta X_{t-i} + \beta_3 ECT_{t-1} + e_t \quad (4.4)$$

Modellerde yer alan ECT_{t-1} hata düzeltme terimini temsil etmektedir. Ayrıca bu değişken, uzun dönem ilişkisinden elde edilen hata terimleri serisinin, bir önceki döneme ait olan gecikmesini de ifade etmektedir. ECT_{t-1} değişkenin katsayısı; bir dönem sonrasına ait olan kısa dönemli sapmaların ne kadarının düzeleceğini belirtmektedir. Bu katsayının işaretinin pozitif olması kısa dönemden uzun döneme seriler arasındaki sapmaların denge değerinin uzaklaşacağını, negatif olması ise seriler arasındaki sapmaların yaklaşacağını göstermektedir (Göçer, Mercan, Bulut ve Dam, 2010: 106).

Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin analizini yapabilmek için, değişkenlerin durağanlık bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır. Eğer seriler aynı düzeyde durağan ise, aralarında eşbütünleşme ilişkisi aranabilmektedir. Eşbütünleşme ilişkisi gözlenmiyor ise serilerin durağan olduğu düzeyde nedensellik ilişkisi araştırılabilmektedir. Diğer taraftan, değişkenler arasındaki ilişkiyi, eşbütünleşme ve durağanlık bilgisine ihtiyaç duymadan analiz edilebilen modeller de vardır (Büyükkakın, Bozkurt ve Cengiz 2009: 109). Bu modeller arasında Granger nedensellik analizinden esinlenerek geliştirilen ve Toda ve Yamamoto (1995) tarafından önerilen gecikmesi artırılmış Wald sınaması (MWald) yer almaktadır (Bağdigen ve Beşer, 2009: 11).

Toda ve Yamamoto nedensellik analizinde değişkenlerin eşbütünleşme ilişkisinin varlığı önemli olmadığı için serilerin maksimum bütünleşme derecesi belirlenmektedir. Analizde optimum gecikme uzunluğu (k) ve maksimum bütünleşme derecesi (d_{max}) olarak

belirlenmektedir (Hazman, 2010: 273). Tahmin edilen modeller aşağıdaki Denklem 4.5 ve Denklem 4.6'daki gibidir:

$$Y_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \beta_{2j} Y_{t-j} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \alpha_{2j} X_{t-j} + e_{1t} \quad (4.5)$$

$$X_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \phi_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \phi_{2j} X_{t-j} + \sum_{i=1}^k \partial_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \partial_{2j} Y_{t-j} + e_{2t} \quad (4.6)$$

Toda-Yamamoto analizinin uygulanması iki aşamada gerçekleşmektedir. Bu aşamalardan ilki, uygun gecikme uzunluğu belirlendikten sonra serilerin maksimum bütünleşme derecesi eklenerek $(k+d\max)$ VAR modelinin kurulmasıdır (Şoltan, 2009: 60). Kurulan VAR modeli, denklemlerin hata terimlerindeki değişen varyans sorununu (heteroskedastisiteyi) ve hata terimleri arasındaki korelasyonu dikkate aldığı için SUR (Seemingly Unrelated Regression) yöntemi ile tahmin edilmektedir (Vurur ve Diler, 2018: 590). İkinci aşamada ise kurulan VAR modeline MWald testi uygulanarak değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin yönü tahmin edilmektedir (Awokuse, 2003: 130).

Denklem 4.5 için kurulan hipotez ve karar alma mekanizması aşağıdaki gibidir:

- H_0 : $\forall i$ için $\alpha_{1i} = 0$
- H_a : $\forall i$ için $\alpha_{1i} \neq 0$

H_0 hipotezinin red edilmesi durumunda X 'ten Y 'ye doğru bir nedensellik ilişkisi söz konusudur.

Denklem 4.6 için kurulan hipotez ve karar alma mekanizması aşağıdaki gibidir:

- H_0 : $\forall i$ için $\partial_{2i} = 0$
- H_a : $\forall i$ için $\partial_{2i} \neq 0$

H_0 hipotezinin red edilmesi durumunda Y 'den X 'e doğru bir nedensellik ilişkisi söz konusudur (Şoltan, 2009: 60-61).

5. Ampirik Analiz Sonuçları

Çalışma kapsamında uygulanması planlanan sınır testi için değişkenlerin durağanlık seviyelerinin düzeyde durağan $[I(0)]$ veya birinci farkta durağan $[I(1)]$ olması gerekmektedir. Eğer değişkenler ikinci farkta durağan $[I(2)]$ ise, bu durum sınır testi metodolojisinin kullanılmasını mümkün kılmamaktadır. Bu sebeple ilk aşamada değişkenlerin durağanlıklarını tespit etmek amacıyla; ADF, PP, KPSS ve

NG-Perron olmak üzere toplam dört farklı birim kök testinden yararlanılmıştır. Çalışmada elde edilen birim kök testlerinin sonuçları Tablo 5.1’de gösterilmektedir.

Tablo 5.1 ADF, PP, KPSS ve NG-Perron Birim Kök Testlerinin Sonuçları

DEĞİŞKEN	ADF	PP	KPSS	NG- Perron				KARAR
				MZ _α	MZ _t	MSB	MPT	
BUY	-8.105 (0) ^{***} -4.140 (%1) -3.496 (%5)	-8.099 (0) ^{***} -4.140 (%1) -3.496 (%5)	0.068 (0) ^{c*} 0.739 (%1) 0.463 (%5)	-26.018 (0) ^{***} -23.800 (%1) -17.300 (%5)	-3.587 (0) ^{b**} -3.420 (%1) -2.910 (%5)	0.137 (0) ^{b**} 0.143 (%1) 0.168 (%5)	3.615 (0) ^{b**} 4.030 (%1) 5.480 (%5)	I(0)
M3	-2.396 (0) ^b -4.148 (%1) -3.500 (%5)	-1.936 (0) ^c -3.560 (%1) -2.917 (%5)	0.157 (0) ^{b*} 0.216 (%1) 0.146 (%5)	-4.246 (0) ^b -23.800 (%1) -17.300 (%5)	-1.436(0) ^b -3.420 (%1) -2.910 (%5)	0.338 (0) ^b 0.143 (%1) 0.168 (%5)	21.253 (0) ^b 4.030 (%1) 5.480 (%5)	I(1)
ΔM3	-5.987 (0) ^{***} -4.144 (%1) -3.498 (%5)	-6.045 (0) ^b -4.144 (%1) -3.498 (%5)		-27.518 (0) ^{***} -23.800 (%1) -17.300 (%5)	-3.689 (0) ^{b**} -3.420 (%1) 2.910(%5)	0.134 (0) ^{b**} 0.143 (%1) 0.168 (%5)	3.429 (0) ^{b**} 4.030 (%1) 5.480 (%5)	
OSK1	-2.289 (0) ^c -3.560 (%1) -2.917 (%5)	-2.073 (0) ^c -3.560 (%1) -2.917 (%5)	0.185 (0) ^{b*} 0.216 (%1) 0.146 (%5)	1.149 (0) ^b -23.800 (%1) -17.300 (%5)	0.465 (0) ^b -3.420 (%1) -2.910 (%5)	0.404 (0) ^b 0.143 (%1) 0.168 (%5)	49.486 (0) ^b 4.0300 (%1) 5.4800 (%5)	I(1)
ΔOSK1	-2.339 (0) ^{***} -2.611 (%1) -1.947 (%5)	-6.917 (0) ^{b**} -4.144 (%1) -3.498 (%5)		-29.479 (0) ^{b**} -23.800 (%1) -17.300 (%5)	-3.811 (0) ^{b**} -3.420 (%1) -2.910 (%5)	0.129 (0) ^{b**} 0.143 (%1) 0.168 (%5)	3.252 (0) ^{b**} 4.030 (%1) 5.480 (%5)	
OSK2	-1.151 (0) ^a -2.611 (%1) -1.947 (%5)	-1.242 (0) ^a -2.609 (%1) -1.947 (%5)	0.156 (0) ^{b*} 0.216 (%1) 0.146 (%5)	2.002 (0) ^c -13.800 (%1) -8.100 (%5)	0.647 (0) ^c -2.580 (%1) -1.980 (%5)	0.323 (0) ^c 0.174 (%1) 0.233 (%5)	14.865 (0) ^c 1.780 (%1) 3.170 (%5)	I(1)
ΔOSK2	-3.262 (0) ^{***} -2.611 (%1) -1.947 (%5)	-6.981 (0) ^{b**} -4.144 (%1) -3.498 (%5)		-31.781 (0) ^{b**} -23.800 (%1) -17.300 (%5)	-3.983 (0) ^{b**} -3.420 (%1) -2.910 (%5)	0.125 (0) ^{b**} 0.143 (%1) 0.185 (%5)	2.883 (0) ^{b**} 4.030 (%1) 5.480 (%5)	
YİK	3.548 (0) ^{***} -2.609 (%1) -1.947 (%5)	2.991 (0) ^{***} -2.609 (%1) -1.947 (%5)	0.183 (0) ^{b*} 0.216 (%1) 0.146 (%5)	-0.245 (0) ^b -23.800 (%1) -17.300 (%5)	-0.084 (0) ^b -3.420 (%1) -2.910 (%5)	0.342 (0) ^b 0.143 (%1) 0.168 (%5)	34.752 (0) ^b 4.030 (%1) 5.480 (%5)	I(0)
ΔYİK				-25.483 (0) ^{b**} -23.800 (%1) 17.300 (%5)	-3.543 (0) ^{b**} -3.420 (%1) -2.910 (%5)	0.139 (0) ^{b**} 0.143 (%1) 0.168 (%5)	3.732 (0) ^{b**} 4.030 (%1) 5.480 (%5)	

Not: Parantez içindeki rakamlar ADF testinde AIC kriteri tarafından belirlemiş olan gecikme uzunluklarıdır. PP ve NG-Perron testlerinde ise Bartlett Kernell tahmin yöntemi kullanılmış, bant genişliği Newey-West olarak belirlenmiştir. a:regresyonun sabit terim veya trend içermediğini, b: regresyonun sabit terim ve trend içerdiğini, c: regresyonun sabit terim

içerdiğini ifade etmektedir. *: %1 anlamlılık düzeyini, **: %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Birim kök testlerini takip eden aşamada değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi sınır testi ile analiz edilmiştir. Sınır testi için tahmin edilen UECM'deki uygun gecikme uzunlukları (m) Akaike bilgi kriteri ile seçilmiştir. Tahmin edilen UECM modellerinde otokorelasyon sorunun var olup olmadığına ilişkin tahminler LM testi yardımıyla incelenmiştir. Veri aralığı göz önünde bulundurularak maksimum gecikme uzunluğu 8 olarak alınmıştır. Sınır testinin uygulandığı 4 farklı UECM Modeli ve seçilen optimal gecikme uzunlukları Tablo 5.2'de, sınır testi sonuçları ise Tablo 5.3'de gösterilmektedir. Tüm modeller için gerçekleştirilen sınır testlerinde hesaplanan F istatistikleri üst kritik değerden (4.85) büyük olduğu için tüm modellerde eşbütünleşme ilişkisinin var olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 5.2 Sınır Testinin Uygulandığı UECM Modelleri

MODELLER VE OPTİMAL GECİKME UZUNLUKLAR	SINIR TESTİ İÇİN TAHMİN EDİLEN UECM MODELLERİ
MODEL 1 (4)	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta \text{M3}_{t-i} + \beta_3 \text{BUY}_{t-1} + \beta_4 \text{M3}_{t-1} + e_t$
MODEL 2 (1)	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta \text{OSK1}_{t-i} + \beta_3 \text{BUY}_{t-1} + \beta_4 \text{OSK1}_{t-1} + e_t$
MODEL 3 (2)	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta \text{OSK2}_{t-i} + \beta_3 \text{BUY}_{t-1} + \beta_4 \text{OSK2}_{t-1} + e_t$
MODEL 4 (2)	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta \text{YİK}_{t-i} + \beta_3 \text{BUY}_{t-1} + \beta_4 \text{YİK}_{t-1} + e_t$

Not: Seçilen optimal gecikme uzunlukları(m) tabloda parantez içinde gösterilmiştir. Bu gecikme uzunlukları AIC kriterini minimum yapan ve aynı zamanda otokorelasyon sorunu içermeyen gecikme uzunluklarıdır. X2 BREUSCH-GODFREY otokorelasyon testi uygulanmıştır.

Tablo 5.3 Sınır Testi Sonuçları

	k	F istatistiği	KRİTİK DEĞERLER	
			%1 anlamlılık düzeyi	
			Alt Sınır	Üst Sınır
MODEL 1	1	10.7	3.79	4.85
MODEL 2		10.1		
MODEL 3		13.3		
MODEL 4		7.01		

Not: k, denklemdeki bağımsız değişken sayısıdır. Kritik değerler Pesaran, Shin ve Smith (2001)'den alınmıştır.

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi belirlendikten sonra, değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönemdeki ilişkilerin katsayılarını belirlemek için 4 farklı finansal gelişmişlik göstergesi ile 4 farklı ARDL modeli kurulmuştur. Analizlerde tahmin edilen ARDL modelleri Tablo 5.4'te, ARDL Modellerinden elde edilen uzun dönem katsayıları ise Tablo 5.5'te gösterilmektedir. ARDL modellerinden elde edilen uzun dönem katsayılarına ilişkin sonuçlar aşağıdaki şekilde özetlenebilecektir:

- Model 1'den elde edilen uzun dönem katsayıları, M3 para arzının ekonomik büyüme üzerinde pozitif yönlü ve %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Uzun dönem katsayıları, M3 para arzında yaşanan %1'lik bir artışın, ekonomik büyümeyi % 0.01 artırdığını göstermektedir.
- Model 2'den elde edilen uzun dönem katsayıları, OSK1'in büyüme üzerinde %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu ancak bu etkinin oldukça zayıf olduğunu göstermektedir. Öyle ki OSK1'de yaşanan %1'lik bir artış, ekonomik büyümeyi % 0.007 etkilemektedir.
- Model 3'ten elde edilen uzun dönem katsayıları, OSK2'nin büyüme üzerinde %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir. Buna göre OSK2'de yaşanan %1'lik bir artış, ekonomik büyümeyi %0.021 artırmaktadır.
- Model 4'ten elde edilen uzun dönem katsayıları, YİK'in büyüme üzerinde %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu ancak bu etkinin oldukça zayıf olduğunu

göstermektedir. Buna göre YİK'te yaşanan %1'lik artışın, ekonomik büyümeyi %0.007 artırmaktadır.

Tablo 5.4 Tahmin edilen ARDL Modelleri

MODELLER	TAHMİN EDİLEN ARDL MODELLERİ
MODEL 1	$BUY_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} M3_{t-i} + e_t$
MODEL 2	$BUY_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} OSK1_{t-i} + e_t$
MODEL 3	$BUY_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} OSK2_{t-i} + e_t$
MODEL 4	$BUY_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} YİK_{t-i} + e_t$

Tablo 5.5 ARDL Modellerinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayılar

MODEL 1			MODEL 2		
ARDL (1,6) Modelinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayıları (BUY-M3)			ARDL (1,2) Modelinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayıları (BUY-OSK1)		
Değişkenler	Katsayı	T istatistiği	Değişkenler	Katsayı	T istatistiği
M3	0.010	5.320*	OSK1	0.007	2.545**
Tanısal Denetim Sonuçları			Tanısal Denetim Sonuçları		
$R^2 = 0.50$	$\overline{R}^2 = 0.41$		$R^2 = 0.13$	$\overline{R}^2 = 0.07$	
$X^2_{BG} = 1.03$ (0.41)	$X^2_{NORM} = 0.64$ (0.69)	$X^2_{RAMSEY} = 0.20$ (0.66)	$X^2_{BG} = 0.340$ (0.85)	$X^2_{NORM} = 1.76$ (0.42)	$X^2_{RAMSEY} = 0.24$ (0.63)
MODEL 3			MODEL 4		
ARDL (1,2) Modelinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayıları (BUY-OSK2)			ARDL (1,2) Modelinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayıları (BUY-YİK)		
Değişkenler	Katsayı	T istatistiği	Değişkenler	Katsayı	T istatistiği
OSK2	0.021	6.203*	YİK	0.007	2.590**
Tanısal Denetim Sonuçları			Tanısal Denetim Sonuçları		
$R^2 = 0.20$	$\overline{R}^2 = 0.13$		$R^2 = 0.10$	$\overline{R}^2 = 0.05$	
$X^2_{BG} = 0.59$ (0.67)	$X^2_{WHITE} = 0.30$ (0.58)	$X^2_{RAMSEY} = 0.02$ (0.90)	$X^2_{BG} = 0.15$ (0.96)	$X^2_{NORM} = 0.95$ (0.62)	$X^2_{RAMSEY} = 0.95$ (0.62)

Not: *, **, *** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılığı göstermektedir. X^2_{BG} , X^2_{NORM} ve X^2_{RAMSEY} sırasıyla otokorelasyon, normallik, değişen varyans ve model kurma hatası sınaması istatistikleridir. Parantez içindeki değerler olasılık değerleridir.

Ampirik analizlerin bir sonraki aşamasında ise hata düzeltme modelinden hareketle ele alınan finansal gelişmişlik göstergelerinin ekonomik büyüme üzerindeki kısa dönemli etkileri analiz edilmiştir. Analizlerde tahmin edilen hata düzeltme modelleri Tablo 5.6'da, hata düzeltme modellerinden elde edilen sonuçlar ise Tablo 5.7'de gösterilmektedir. Hata düzeltme modellerinden elde edilen sonuçlar aşağıdaki şekilde özetlenebilecektir:

- M3 para arzı ile ekonomik büyüme arasındaki kısa dönemli ilişkiyi inceleyen Model 1'de hata düzeltme katsayısının negatif değerli ve istatistiki olarak %1'de anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç sınır testi ile elde edilmiş olan eşbütünleşme ilişkisini destekler niteliktedir. İstatistiksel olarak anlamı katsayıların işaretlerindeki farklılık sebebiyle M3 para arzının ekonomik büyüme üzerindeki kısa dönemli etkisine ilişkin karar verilememektedir.
- OSK1 ile ekonomik büyüme arasındaki kısa dönemli ilişkiyi inceleyen Model 2'de hata düzeltme katsayısının negatif değerli ve istatistiki olarak %1'de anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç sınır testi ile elde edilmiş olan eşbütünleşme ilişkisini destekler niteliktedir. OSK1 değişkeninin ekonomik büyüme üzerindeki kısa dönemli etkisinin pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.
- OSK2 ile ekonomik büyüme arasındaki kısa dönemli ilişkiyi inceleyen Model 3'de hata düzeltme katsayısının negatif değerli ve istatistiki olarak %1'de anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç sınır testi ile elde edilmiş olan eşbütünleşme ilişkisini destekler niteliktedir. OSK2 değişkeninin ekonomik büyüme üzerindeki kısa dönemli etkisinin pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.
- YİK ile ekonomik büyüme arasındaki kısa dönemli ilişkiyi inceleyen Model 4'de hata düzeltme katsayısının negatif değerli ve istatistiki olarak %1'de anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç sınır testi ile elde edilmiş olan eşbütünleşme ilişkisini destekler niteliktedir. YİK değişkeninin ekonomik büyüme üzerindeki kısa dönemli etkisinin pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5.6 Tahmin edilen Hata Düzeltme Modelleri

MODELLER	TAHMİN EDİLEN HATA DÜZELTME MODELLERİ
MODEL 1	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta \text{M3}_{t-i} + \beta_3 \text{ECT}_{t-1} + e_t$
MODEL 2	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta \text{OSK1}_{t-i} + \beta_3 \text{ECT}_{t-1} + e_t$
MODEL 3	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta \text{OSK2}_{t-i} + \beta_3 \text{ECT}_{t-1} + e_t$
MODEL 4	$\Delta \text{BUY}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \text{BUY}_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta \text{YİK}_{t-i} + \beta_3 \text{ECT}_{t-1} + e_t$

Tablo 5.7 Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

MODEL 1 ARDL (1,6) Hata Düzeltme Modeli Sonuçları (BUY-M3)			MODEL 2 ARDL (1,2) Hata Düzeltme Modeli Sonuçları (BUY-OSK1)		
Değişkenler	Katsayı	T istatistiği	Değişkenler	Katsayı	T istatistiği
ΔM3	-0.409	-5.041*	ΔOSK1	-0.138	-1.311
$\Delta \text{M3} (-1)$	0.016	0.166	$\Delta \text{OSK1} (-1)$	0.278	3.003*
$\Delta \text{M3} (-2)$	0.031	0.366	$\text{ECT} (-1)$	-0.979	-6.322*
$\Delta \text{M3} (-3)$	0.068	0.810			
$\Delta \text{M3} (-4)$	-0.268	-3.164*			
$\Delta \text{M3} (-5)$	0.235	2.663**			
$\text{ECT} (-1)$	-1.046	-7.241*			
MODEL 3 ARDL (1,2) Hata Düzeltme Modeli Sonuçları (BUY-OSK2)			MODEL 4 ARDL (1,2) Hata Düzeltme Modeli Sonuçları (BUY-YİK)		
Değişkenler	Katsayı	T istatistiği	Değişkenler	Katsayı	T istatistiği
ΔOSK2	2.341	2.264**	$\Delta \text{YİK}$	-0.144	-1.647
$\Delta \text{OSK2} (-1)$	2.579	2.414**	$\Delta \text{YİK} (-1)$	0.198	2.519**
$\text{ECT} (-1)$	-1.269	-9.445*	$\text{ECT} (-1)$	-0.938	-5.999*

Not: *, **, sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Değişkenlerin kısa ve uzun dönemli ilişkileri analiz edildikten sonra Toda-Yamamoto nedensellik analizi ile değişkenler arasındaki nedenselliğin yönü tespit edilmiştir. Analiz için maksimum gecikme uzunluğu 8 olarak alınmış, optimum gecikme uzunluğuna ise AIC kriteri temel alınarak karar verilmiştir. Nedensellik analizleri için tahmin edilen VAR modelleri Tablo 5.8’de gösterilmektedir.

Model 1’de M3 para arzı değişkenine uygulanan birim kök testinde durağanlık seviyesi I(1) olarak belirlendiğinden ve optimal gecikme uzunluğu AIC kriterine göre 1 olduğundan SUR yöntemiyle tahmin edilen $[k+d_{\max} (1+1)]$ 2. Dereceden VAR Modeli ile nedensellik analizi sınanmıştır. Model 2’de OSK1 değişkenine uygulanan birim kök testinde durağanlık seviyesi I(1) olarak belirlendiğinden ve optimal gecikme uzunluğu AIC kriterine göre 2 olduğundan SUR yöntemiyle tahmin edilen $[k+d_{\max} (2+1)]$ 3. Dereceden VAR Modeli ile nedensellik analizi sınanmıştır. Model 3’te OSK2 değişkenine uygulanan birim kök testinde durağanlık seviyesi I(1) olarak belirlendiğinden optimal gecikme uzunluğu AIC kriterine göre 1 olduğundan SUR yöntemiyle tahmin edilen $[k+d_{\max} (1+1)]$ 2. Dereceden VAR Modeli ile nedensellik analizi sınanmıştır. Model 4’te YİK değişkenine uygulanan birim kök testinde durağanlık seviyesi I(0) olarak belirlendiğinden optimal gecikme uzunluğu AIC kriterine göre 2 olduğundan SUR yöntemiyle tahmin edilen $[k+d_{\max} (2+0)]$ 2. Dereceden VAR Modeli ile nedensellik analizi sınanmıştır.

Tablo 5.8 Nedensellik Analizi için Tahmin edilen VAR Modelleri

MODELLER	TAHMİN EDİLEN VAR MODELLERİ
MODEL 1	$BUY_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \beta_{2j} BUY_{t-j} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} M3_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \alpha_{2j} M3_{t-j} + e_{1t}$
	$M3_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \phi_{1i} M3_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \phi_{2j} M3_{t-j} + \sum_{i=1}^k \partial_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \partial_{2j} BUY_{t-j} + e_{2t}$
MODEL 2	$BUY_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \beta_{2j} BUY_{t-j} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} OSK1_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \alpha_{2j} OSK1_{t-j} + e_{1t}$
	$OSK1_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \phi_{1i} OSK1_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \phi_{2j} OSK1_{t-j} + \sum_{i=1}^k \partial_{1i} BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{\max}} \partial_{2j} BUY_{t-j} + e_{2t}$

MODEL 3	$BUY_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i}BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \beta_{2j}BUY_{t-j} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i}OSK2_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \alpha_{2j}OSK2_{t-j} + e_{1t}$
	$OSK2_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \phi_{1i}OSK2_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \phi_{2j}OSK2_{t-j} + \sum_{i=1}^k \partial_{1i}BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \partial_{2j}BUY_{t-j} + e_{2t}$
MODEL 4	$BUY_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \beta_{1i}BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \beta_{2j}BUY_{t-j} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i}YİK_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \alpha_{2j}YİK_{t-j} + e_{1t}$
	$YİK_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^k \phi_{1i}YİK_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \phi_{2j}YİK_{t-j} + \sum_{i=1}^k \partial_{1i}BUY_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d \max} \partial_{2j}BUY_{t-j} + e_{2t}$

Tablo 5.9 Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi Sonuçları

MODELLER	TEMEL HİPOTEZ	X ²	GEÇİKME KATSAYIL ARIN TOPLAMI	NEDENSELLİK YÖNÜ
MODEL 1 (BUY-M3)	BUY M3'ün Granger nedeni değildir.	0.338	-0.148	M3 → BUY
	M3 BUY'un Granger nedeni değildir.	12.971*	0,142	
MODEL 2 (BUY-OSK1)	BUY OSK1'in Granger nedeni değildir.	22.014*	1.033	BUY↔OSK1
	OSK1 BUY'un Granger nedeni değildir.	18.733*	0.568	
MODEL 3 (BUY-OSK2)	BUY OSK2'nin Granger nedeni değildir	0.578	0.017	OSK2 → BUY
	OSK2 BUY'un Granger nedeni değildir.	19.626*	5.510	
MODEL 4 (BUY-YİK)	BUY YİK'in Granger nedeni değildir.	22.676*	1.285	BUY↔YİK
	YİK BUY'un Granger nedeni değildir.	15.175*	0.402	

Not: * %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Nedensellik analizi sonuçları Tablo 5. 9'da sunulmaktadır. Analiz sonuçlarına göre M3 değişkeninden ekonomik büyümeye doğru ve OSK2 değişkeninden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bununla birlikte OSK1 ve

ekonomik büyüme arasında, YİK ve ekonomik büyüme arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu bulgularına ulaşılmıştır

6. Sonuç

Finansal gelişmişlik ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki analiz edilirken, literatürde görüş ayrılıklarının var olduğu görülmektedir. Bunlardan ilki, ekonomik büyümenin bir sonuç olduğunu yani finansal gelişme sonucunda ekonomik büyümenin olumlu şekilde ilerleyeceğini savunan görüştür. Bu görüşü öne süren J.A. Schumpeter'e göre finansal araçlar sayesinde sağlanan hizmetler, yenilik ve büyüme için önemlidir. Bu yeniliği kolaylaştıran ise finansal aracı olan; tasarrufları biriktiren, yatırımları değerlendiren ve yöneticileri denetleyen bankalardır. Ayrıca bankalar düşük maliyetle, firmalar hakkında detaylı bilgi sağlamaktadır. Diğer yandan finansal araçların, teknik değişim ve verimlilik üzerinde yarattıkları artışlar sayesinde büyümeyi doğrudan etkilediğini savunmaktadır. Goldsmith, finansal gelişme sayesinde milli gelirde bir artış yaşanacağını savunmaktadır. McKinnon ve Shaw ise devlet müdahaleleri ile finansal gelişmişlik arasındaki ilişkiyi inceleyerek, devletin finansal sisteme müdahale etmemesi gerektiğini savunmuşlardır. Onlara göre, devletin bankacılık sistemine uyguladığı azami faiz oranları, doğrudan kredi programları ve yüksek rezerv gerekliliği gibi kısıtlar finansal sektörün gelişimini olumsuz etkilemektedir. İkinci bir görüş, finansal gelişmenin bir sonuç olduğu, diğer bir ifadeyle, ekonomik büyüme sonucunda finansal gelişmenin meydana geleceğidir. Bu kapsamda, Robinson, ekonomide yaşanan olumlu gelişmelerin iktisadi hizmetlere olan talebini arttırarak finansal gelişmeye yol açacağını savunmaktadır. Dolayısıyla büyüme hızının yüksek olması, finansal gelişmeye yol açmaktadır. Üçüncü görüş olarak, H. Patrick, Demetriades ve Hussein'in öne sürdüğü finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir ilişki olduğudur. Son görüş ise, ülkeleri coğrafik bölgelere ya da gelir gruplarına göre değerlendirilmesi gerektiğini ve finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında hiçbir ilişki olmadığını savunan Robert Lucas'ın görüşüdür.

Bu çalışmada, 2005:4-2019:1 dönemine ait üçer aylık veriler kullanılarak Türkiye ekonomisinde finansal gelişmişlik ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Yapılan analizlerde finansal gelişme değişkenleri olarak Özel Sektör Kredilerinin GSYİH'ye oranı (OSK1), Özel Sektör Kredilerinin Yurtiçi Kredilere

Oranı (OSK2), Yurtiçi Kredilerinin GSYİH'ye oranı (YİK) ve M3 para arzının GSYİH'ya oranı (M3) kullanılmıştır.

Ampirik analizler gerçekleştirilirken dört farklı analiz yöntemi kullanılmıştır. Bunlardan ilki, değişkenlerinin durağanlık seviyelerinin tespit edilmesi için kullanılan ADF, PP, KPSS ve NG-Perron birim kök testleridir. İkinci olarak, değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin varlığını analiz edilmek amacıyla Pesaran ve diğerlerinin (2001) geliştirmiş oldukları sınır testi analizi kullanılmıştır. Daha sonra, değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri incelemek amacıyla ARDL modeli kurulmuştur. Son aşamada ise, değişkenler arasındaki nedenselliğin yönünü tespit etmek amacıyla Toda-Yamamoto nedensellik analizi uygulanmıştır.

M3 para arzı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemek için gerçekleştirilen analiz sonuçları, değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin var olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte M3 para arzının uzun dönemde büyümeyi istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Toda-Yamamoto Nedensellik analizi çerçevesinde ise, M3 para arzından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda analiz sonuçları, Schumpeter'in ekonomik büyüme kuramı görüşünü destekler niteliktedir.

Özel sektör kredilerin GSYİH'ye oranı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye bakıldığında, sınır testi sonuçlarından değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin var olduğu tespit edilmiştir. ARDL modeli sonuçlarına göre, OSK1 değişkeni hem uzun dönemde hem de kısa dönemde büyüme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etki yaratmaktadır. Nedensellik testi sonuçları ise, OSK1'den ekonomik büyümeye ve ekonomik büyümeden OSK1'e doğru çift yönlü bir ilişki olduğu sonucunu vermektedir. Dolayısıyla, Patrick, Demetriades ve Hussein'in kuramının geçerli olduğunu desteklemektedir.

Özel sektör kredilerin yurtiçi kredilere oranı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkide, sınır testi sonuçları eşbütünleşme ilişkisinin olduğu yönündedir. ARDL modeli sonuçları, OSK2 değişkeninin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin hem kısa hem de uzun dönemde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğunu ortaya koymaktadır. Nedensellik analizi sonuçları, OSK2'den ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. Bu sonuç ise Schumpeter'in ekonomik büyüme üzerindeki kuramını destekler niteliktedir.

Son olarak, yurtiçi kredilerin GSYİH'ye oranı ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre YİK değişkeni ile bağımlı değişken arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmaktadır. ARDL modeline göre, uzun ve kısa dönemli etkiler istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlüdür. Ancak uzun dönemde bu etkinin daha zayıf olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Nedensellik analiz sonuçlarına göre ise, YİK ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik olduğu tespit edilmektedir. Dolayısıyla Patrick, Demetriades ve Hussein'in kuramının geçerli olduğunu desteklemektedir.

Fon transferi sağlayan finansal sistem, ekonomik büyümeyi etkileyen faktörlerden biridir. Sermaye birikimi ve teknolojik yenilik kanalıyla gerçekleşen finansal gelişim, ekonomideki büyümeyi etkilemektedir. Aynı zamanda finansal sistemin etkin ve istikrarlı bir şekilde işlemesi, uygulanacak politikaların etkinliğini artırırken diğer taraftan, sistematik risklerin azalmasını sağlayacaktır. Ayrıca, mal piyasalarındaki kırılğanlıkların azalmasına, finansal baskınlığın azalması, mali piyasaların derinleşmesi ve reel sektörün daha üretken alanlara yatırım yapmalarına katkıda bulunacaktır.

Yurt içi kredi hacmindeki artış, hem ekonomik büyümede hem de tüketime yönelik kredi taleplerinde artışa neden olmaktadır. Tüketime yönelik kredi taleplerinde yaşanan artış cari açık riskini oluşturmaktadır. Bu sebeple, ekonomi yönetiminin hem cari açık riskinin oluşmaması, hem de sürdürülebilir büyümenin sağlanması için kredileri yatırım amaçlı yönlendirerek, kredi hacmini kontrol altında tutması gerekmektedir.

Kaynakça

- ACARAVCI, A.; İ. ÖZTÜRK, S.K. ACARAVCI (2007) “Finance-Growth Nexus: Evidence from Turkey”, **International Research Journal of Finance and Economics**, Issue 11, ss. 30-40.
- AFŞAR, A. (2007) “Finansal Gelişme ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki”, **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, Sayı 36, ss. 188-189.
- AK, M.Z.; M. KIRCA, N. ALTINTAŞ (2016) “The Impacts of Financial Development on Growth: A Time-varying Causality Analysis for Turkey”, *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, Cilt 34, Sayı 2, ss. 529-554.
- AK, M.Z.; N. ALTINTAŞ, A.S. ŞİMŞEK (2016) “Türkiye’de Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Nedensellik Analizi”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, Cilt 17, Sayı 2, ss. 151-160.
- AKIN, M.T. (2019) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Nedensellik Analizi: Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Trakya Üniversitesi, S.B.E.** Edirne.
- ALTUNÇ, Ö.F. (2008), “Türkiye’de Finansal Gelişme ve İktisadi Büyüme Arasındaki Nedenselliğin Ampirik Analizi”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt 3, Sayı 2, ss. 113-127.
- ASLAN, Ö.; H. L. KORAP (2006) “Türkiye’de Finansal Gelişme Ekonomik Büyüme İlişkisi” **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı17, ss. 1-20.
- ASLAN, Ö.; İ. KÜÇÜKAKSOY (2006) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi**, Sayı 4, ss. 12-28.
- ATAMTÜRK, B. (2005) “Türkiye’de Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyümenin Nedensellik Yönü Üzerine Bir İnceleme”, **Maliye Araştırma Merkezi Konferansları**, No: 46, ss. 99-105.
- AWOKUSE, T. O. (2003) “Is the Export-Led Growth Hypothesis Valid for Canada?”, **Canadian Journal of Economics**, Vol.36, No.1, ss. 126-136.
- BAĞDİGEN, M.; B. BEŞER (2009) “Ekonomik Büyüme ile Kamu Harcamaları Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Wagner Tezi Kapsamında Bir Analizi: Türkiye Örneği”, **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 9, ss. 1-17.
- BAHADIR, O. (2010) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi” Yüksek Lisans Tezi, **Kadir Has Üniversitesi, S.B.E.** İstanbul.
- BAKHTLAR, A.T. (2016) “Financial Development and Economic Growth: Turkish Case”, Master Thesis, **Çankaya Üniversitesi, S.B.E.** Ankara.

- BAYKUŞ, S. (2020) “Finansal Gelişme Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi, S.B.E.** Bandırma.
- BELKE, M. (2007) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Akdeniz Üniversitesi, S.B.E.**, Antalya.
- BLOCH, H.; S.H.K. TANG (2003) “The Role of Financial Development in Economic Growth”, **Progress in Development Studies**, Vol. 3, Issue 3, ss. 243–251.
- BOZOKLU, Ş.; V. YILANCI (2011) “Finansal Gelişme ve İktisadi Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Gelişmekte Olan Ekonomiler İçin Analiz”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt 2, Sayı 28, ss. 161-187.
- BÜYÜKAKIN, F.; H. BOZKURT, V. CENGİZ (2009) “Türkiye’de Parasal aktarımın Faiz Kanalının Granger Nedensellik ve Toda-Yamamoto Yöntemleri ile Analizi”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 33, ss. 101-118.
- CAPASSO, S. (2004) “Financial Markets, Development and Economic Growth: Tales of Informational Asymmetries”, **Journal of Economic Surveys**, Vol. 18, Issue 3, ss. 267-292.
- ÇOBAN, S.; M. TOPÇU (2013) “The Nexus Between Financial Development and Energy Consumption in the EU: A Dynamic Panel Data Analysis”, **Energy Economics**, Issue 39, ss. 81-88.
- DAĞ, U. (2011) “Finansal Piyasaların Gelişmişliği ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: 1998-2010 Türkiye Uygulaması”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi, S.B.E.** İstanbul.
- DEMİR, E. (2019) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi, S.B.E.** İstanbul.
- DEMİRTAŞ, C. (2014) “Finansal Gelişme, Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin İncelenmesi: Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, **Aksaray Üniversitesi, S.B.E.** Aksaray.
- DUMRUL, C. (2010) “Finansal Sistemin Gelişimi ve Ekonomik Büyüme: Teori ve Türkiye Uygulaması”, Doktora Tezi, **Erciyes Üniversitesi, S.B.E.** Kayseri.
- ERDEM, E. (2013) **Para Banka ve Finansal Sistem**, Ankara, Detay Yayıncılık.
- ERGEÇ, E.H. (2004) “Finansal Gelişme ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi ve Türkiye Örneği: 1988-2001”, **Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 2, ss. 51-66.
- ERİM, N.; A. TÜRK (2005) “Finansal Gelişme ve İktisadi Büyüme”, **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 10, ss. 21-45.

- EVİN, C. S. (2007) “Türkiye’de Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi”, Yüksek Lisans Tezi, **Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E.** İzmir.
- GENÇ, E. (2015) “Uluslararası Sermaye Hareketlerinin Belirleyicileri, Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Yabancı Portföy Yatırımları Bağlamında Bir Analiz: Türkiye Örneği”, Doktora Tezi, **Afyon Kocatepe Üniversitesi, S.B.E.** Afyon.
- GOLDSMITH, R. (1969) “Financial Structure and Development”, **New Haven: Yale University Press.**
- GÖÇER, İ.; M. MERCAN, Ş. BULUT, M.M. DAM (2010) “Ekonomik Büyüme İle Vergi Gelirleri Arasındaki İlişki: Sınır Testi Yaklaşımı”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı 28, ss. 97-110.
- HEPSAĞ, A. (2009) “Türkiye’de Enflasyon İle İşsizlik Arasındaki İlişkinin Analizi: Sınır Testi Yaklaşımı”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, Cilt 59, Sayı 1, ss. 169-190.
- İPEK, E. (2013) “Savunma Harcamalarının Seçilmiş Makroekonomik Değişkenler Üzerine Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, ss.113-125.
- İPEK, E.; Ö. AYVAZ KIZILGÖL (2016) “Türkiye Ekonomisinde Üçüz Açık”, **Ege Akademik Bakış**, Cilt 16, Sayı 3, ss. 425-442.
- KANDIR, S.Y.; Ö. İSKENDEROĞLU, Y.B. ÖNAL (2007) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Araştırılması”, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 16, Sayı 2, ss. 311-326.
- KAR, M.; E. J. PENTECOST (2000) “Financial Development and Economic Growth in Turkey: Further Evidence on The Causality Issue”, Economic Research Paper, Department of Economics, Loughborough University, No. 00/27. Loughborough.
- KAR, M.; H. AĞIR (2005) “Finansal Derinleşmenin Göstergeleri Üzerine Bir Değerlendirme”, **Finans Politik Ekonomik Yorumlar Dergisi**, No 496, ss. 50-67.
- KARACA, O. (2005) “Türkiye’de Faiz Oranı İle Döviz Kuru Arasındaki İlişki: Faizlerin Düşürülmesi Kurları Yükseltir mi?”, **Turkish Economic Association**, Ankara, No 14.
- KESKİN, N. (2008) “Finansal Serbestleşme Sürecinde Uluslararası Sermaye Hareketleri ve Makroekonomik Etkileri: Türkiye Örneği”, Doktora Tezi, **Dokuz Eylül Üniversitesi, S.B.E.** İzmir.
- KING, R.; R. LEVİNE (1993) “Finance and Growth: Schumpeter Might Be Right”, **The Quarterly Journal of Economics**, ss. 717-737.
- KOYUNOĞLU, C. (1996) “Finansal Sistem İçerisinde Aracılık Faaliyetleri ve Aracı Kurumların Yapısal Özellikleri” Yüksek Lisans Tezi, **İnönü Üniversitesi, S.B.E.** Malatya.

- KUTLU, M. Ö. (2013) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, **Ankara Üniversitesi, S.B.E.** Ankara.
- KÜNÜ, S. (2013) “Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri: Türkiye Üzerine Bir Uygulama”, Doktora Tezi, **Atatürk Üniversitesi, S.B.E.** Erzurum.
- LYNCH, D. (1996) “Measuring Financial Sector Development: A Study of Selected Asia-Pacific Countries”, **Developing Economies**, Vol. 1, Issue 34, ss. 3-33.
- MAMADOV, E. (2016) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme: Azerbaycan Örneği”, Doktora Tezi, **Marmara Üniversitesi, B.S.E.** İstanbul.
- MUTLU, E. (2016) “Türkiye Ekonomisinde Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Dinamikleri”, Yüksek Lisans Tezi, **Türk Hava Kurumu Üniversitesi, S.B.E.** Ankara.
- OĞUZ O.; A. CANAN (2016)**Para-Banka ve Finans**, Chapter: 18, Ankara, Orion Yayınevi.
- ONUR, S. (2005) “Finansal Liberalizasyon ve GSMH Büyümesi Arasındaki İlişki”, **Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 1, Sayı 1, ss. 127-152.
- ÖZCAN, B.; A. ARI (2011) “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği”, **Business and Economics Research Journal**, Vol. 2, No 1, ss. 121-142.
- ÖZTÜRK, İ. (2008) “Financial Development and Economic Growth: Evidence from Turkey”, **Applied Econometrics and International Development**, Vol. 8-1 ss. 85-98.
- PARASIZ, İ. (2001) **Para Banka ve Finansal Piyasalar**, Bursa, Ezgi Kitapevi Yayınları.
- PESARAN, M. H.; Y. SHIN; R. J. SMITH (2001) “Bounds Testing Approaches To The Analysis of Level Relationships”, **Journal of Applied Econometrics**, Vol.16, No.3, ss. 289-326.
- SADORSKY, P. (2011) “Financial Development and Energy Consumption in Central and Eastern European Frontier Economies”, **Energy Policy**, Vol. 2, Issue 38, ss. 999-1006.
- ŞOLTAN, T. (2009) “Enerji Tüketimi ile Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Granger, Toda-Yamamoto ve ARDL Testleri ile İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, **Marmara Üniversitesi, S.B.E.** İstanbul.
- ÜNALMIŞ, D. (2002) “The Causality Between Financial Development and Economic Growth: The Case of Turkey”, **The Central Bank of The Republic of Turkey**, Ankara, No 3, ss. 12.

Bölüm 43

İŞ GÜVENLİĞİ KÜLTÜRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: KAHRAMANMARAŞ MUTFAK EŞYASI SEKTÖRÜNDE YÖNETİCİLERİN VE ÇALIŞANLARIN İŞ GÜVENLİĞİ KÜLTÜRÜ ALGILARI¹

Mehmet YILMAZ²

Meryem DANIŞMAZ SEVİN³

Aylin ARICI⁴

Yasemin ERTAN KOÇAK⁵

1 Bu çalışma, 5-7 Mayıs 2014 tarihleri arasında Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı (o zamanki adıyla Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı) tarafından İstanbul Haliç Kongre ve Kültür Merkezi'nde düzenlenen VII. Uluslararası İş Sağlığı ve Güvenliği Konferansı'nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F, Sosyal Hizmet Bölümü Öğretim Üyesi, eposta: myilmaz25@gmail.com ORCID:0000-0002-5710-5263

3 Arş. Gör. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü eposta: mrymdanismaz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1151-9313

4 Arş. Gör. İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, eposta: aylin.a_@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3872-2984

5 Arş. Gör. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, eposta: yasemin.ertan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4344-1258

1. Giriş

Çalışma hayatı, günümüzde geçmişe nazaran daha fazla önem arz etmektedir. Çalışan, vaktinin büyük çoğunluğunu işyerinde geçirdiğinden işyeri aynı zamanda onun sosyalizasyon alanını oluşturmaktadır. Çalışanın işe uyumu, sağlığı, mutluluğu hep bu süreçte oluşmakta olduğundan insan ve dolayısıyla toplum için önemi büyüktür.

Çalışma ortamında sağlık ve güvenlik, aynı zamanda kişisel ve toplumsal gelişmişliğin en önemli iki ögesidir. Bu nedenle iş sağlığı ve güvenliğine verilen önem gün geçtikçe artmaktadır. İnsan kaynakları yönetimi açısından da önemli unsurlardan biri çalışan sağlığı ve iş güvenliğidir.

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre çalışan sağlığı, bir insanın bedenlen, ruhen ve sosyal yönden tam bir iyilik halinde olmasıdır (Altınel, 2011:5). İş kazası ve meslek hastalıklarından direkt ve en çok etkilenen işçidir. Yapılan araştırmalarda, dünyada her on beş saniyede en az üç işçinin iş kazaları sonucunda yaralandığı; her üç dakikada da bir işçinin iş kazası ya da hastalanma sonucu öldüğü görülmüştür (Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), 2013). Yaşanan ekonomik sıkıntılar, işçinin ve ailesinin yaşadığı ruhsal çöküntü bu kazaların sonuçları arasındadır. İşçi sağlığı, bu felaketleri önlemede dikkate alınmalıdır. Sağlık önlemleri alınmış bir işyeri ortamında çalışmak, her şeyden önce işçinin moralini yüksek tutarken; üretim sürecine sağlıklı katılan işçi sayesinde de işletme daha verimli çıktılarına ulaşacaktır (Altınel, 2011:6).

Çalışanları işe almak, onların kariyerlerini planlamak ve yönetmek kadar sağlıklarını korumak ve iş yerinde güvenli çalışmalarını sağlamak da çalışanların etkinlik ve verimliliğini arttırmak açısından işletme için bir gereklilik ve aynı zamanda yasal bir zorunluluktur (Yılmaz, F., 2013:1). Yılmaz'ın da belirttiği gibi iş sağlığına ilişkin güvenlik tedbirlerinin alınmasında, güvenli ve rahat çalışma koşullarının oluşturulmasında işletmelere büyük sorumluluklar düşmektedir.

Ülkemizde 2012 yılında kabul edilen 6331 sayılı “İş Sağlığı ve Güvenliği” ile çalışanların sağlık ve güvenliklerinin korunması yasal bir çerçeveye kavuşturulmuştur. Bu kanuna göre iş kazası, işyerinde ya da işin yürütülmesi esnasında oluşan, ölüme sebebiyet veren ya da vücut bütünlüğünü ruhen ve bedenlen özre uğratan olay olarak tanımlanmıştır (Yardan ve ark., 2013: 27). Söz konusu kanun çerçevesinde, kamu-özel ayrımı yapılmaksızın işçi çalıştıran, istihdam sağlayan bütün işletmeler, kurum ve kuruluşlar yine işçi sayısına bakılmaksızın, isterlerse bir kişi

alıştırsınlar, işyerlerinde çalışanlarına yönelik olarak bir takım sağlık ve güvenlik tedbirlerini almakla yükümlü tutulmaktadırlar. Söz konusu kanuna göre çalışanların da kendi sağlık ve güvenliklerine ilişkin birtakım kararlara katılmaları, birtakım yükümlülükleri yerine getirmeleri gerekmektedir (Yılmaz, F., 2013: 2).

Güvenlik kültürünün oluşturulmasının işçi ve işveren açısından faydaları nelerdir? Sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı, personelin yaşam süresini uzatır, işten kaynaklanan korunulabilir sağlık sorunlarını önler, mevcut hastalıkların yükünü azaltır, çalışanın çalışma etkinliğini arttırır, ekonomik bağımsızlığı ve işe devamlılığı sağlar, çalışma yaşam kalitesini arttırır, sosyal yaşamda da iyilik halini devam ettirir (Yardan ve ark., 2013: 27).

İş kazası ve meslek hastalıkları ülke ekonomisi açısından da son derece önemlidir. İş kazaları ve meslek hastalıkları nedeniyle ülke ekonomisi de büyük kayıplara uğramaktadır. Bir kere yetişmiş insan gücü kaybı ve bunların iş göremez duruma gelmeleri ülke ekonomisini zarara uğratmaktadır. Sosyal ve kültürel bir varlık olan insan gücünün kaybı toplumun bir kaybidir. Bu kaybın ölçülmesi son derece gctr. Tek bir işçi ve işletme açısından düşünüldüğünde kazaların ve hastalıkların maliyeti rakamsal olarak belki çok büyük görülmeyebilir. Ancak lke ekonomisi açısından durum öyle değildir. Kazaya ya da hastalığa maruz kalan işçi, üretimden düştüğü gibi ülke ekonomisine tüketicisi olarak bir yük olacaktır. Yani kısaca kazayı nleme maliyeti, kazanın doğuracağı maliyetten çok daha azdır (Altınel, 2011: 167). Ama ne yazık ki önlemenin ödemekten daha kolay olduğu gerçeği göz ardı edilmektedir. İşçi sağlığı ve iş güvenliği maddi külfet olarak dşnlmekte, işletmeler bu konuya gereken önemi verememektedir (Altınel, 2011:168).

alışan sağlığı ve iş güvenliği alanında yapılan çalışmalar güvenlik kültürünü oluşturmaya yöneliktir. İş kazalarının önlenmesi konusunda “kültür” son derece önemlidir. Çalışma ortamının sağlık ve güvenlik açısından insana uygun hale getirilmesi bu kültürün oluşturulmasına bağlıdır. Bu kültürün oluşturulması da hem çalışanlara benimsetilmesi hem de yöneticiler tarafından uygulanması ile mümkün olabilmektedir.

Örgüt kültürünün alt boyutlarından biri olarak değerlendirilen güvenlik kültürü kavramı, ilk kez 1986 Çernobil nükleer santralindeki kaza sonrası Uluslararası Atom Enerji Ajansı tarafından hazırlanan raporda ortaya çıkmıştır. ACSNI’nın (Advisory Committee on the Safety of Nuclear Installations) tanımına göre; güvenlik kültürü, kurumun sağlık ve güvenlik programlarının yeterliliğine ve uygulamadaki sürekliliğine karar veren birey

ve grupların değer, algı, tutum, düşünce alışkanlıkları, yetkinlik ve davranış örüntüleri olarak ifade edilmektedir (Dursun, Bayram ve Aytaç, 2010:2).

Bu çalışmada öncelikle olumlu iş güvenliği kültürü ve kapsamı üzerinde durulacaktır. Devamında iş güvenliği kültürü oluşumunda çalışan örgüt ilişkisi ve bu bağlamda örgüt kültürü bileşenlerine değinilecektir. Çalışmanın diğer alt başlığında ise Kahramanmaraş çelik mutfak eşya sektörünün kapasitesi ve istihdam durumu hakkında kısa bilgi verilecektir. Çalışmanın son kısmında Kahramanmaraş ilinde yapılmış olan iş güvenliği kültürü algısı anket araştırmasının bulguları analiz edilecektir.

2. Çalışma Hayatında Güvenlik Kültürü ve Olumlu Güvenlik Kültürü Kavramı

Güvenlik kültürü kavramı ilk olarak, 1986 yılında Çernobil’de meydana gelen kaza ile ilgili olarak hazırlanan raporda (1987) ele alınmıştır (NSAG, 1988; akt. Cooper, 2000: 113). Rapora göre, kazada çalışanların iş ile ilgili ihlallerinin olduğu ortaya çıkmıştır (Dursun, 2012: 32). Bu tespitin ardından dünyayı sarsan bu ve bu gibi kazaların önlenmesinde, güvenlik kültürünün önemi ortaya konulmuştur (Gökçe, 2020:85). Özellikle son otuz yıldır güvenlik kültürü, örgütler için önemli ve temel bir kavram olarak ele alındığı ve değerlendirildiği göze çarpmaktadır.

Güvenlik kültürü kavramı pek çok yazar tarafından ele alınmasına karşın, bu konuda net bir tanımlama mevcut değildir (Chia, Maynard ve Ruighaver, 2002; Koh, Ruighaver, Maynard ve Ahmad, 2005:4). Bu durum hem güvenlik kavramının hem de kültür kavramının doğası ile yakından ilişkilidir. Her iki kavram da örgütün yapı ve değerlerine bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir. Bu konuda yapılan bazı tanımlamaların güvenlik kültürünü ve kapsamını genel hatlarıyla şu şekilde ele aldığı söylenebilir:

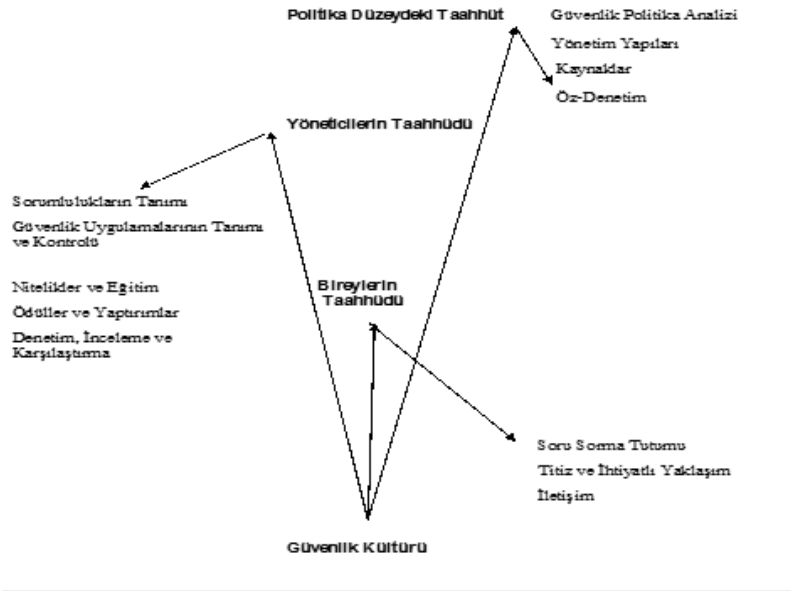
- Güvenlik kültürü, “bir organizasyonun sağlık ve güvenlik yeterliliği ve tarzı ile birey ve grup değerlerinin, tutumların, algıların, yetkinliklerin ve bağlılığı belirleyen davranış örüntülerinin bir ürünüdür” (Health & Safety Executive, 1993; akt. Yılmaz, Karaman, Doğan ve Alıcı, 2018:114).
- Güvenlik kültürü, güvenliği etkileyen kişisel, mesleki ve örgütsel özellikleri, inançları, değerleri ve varsayımları yansıtır. Güvenlik kültürü, "kimse denetlemediğinde veya izlemediğinde çalışanların nasıl davranış gösterdiği" (Arslan, Kurt, Turan ve De Wolff, 2016: 3896).

- Güvenlik kültürü “çalışanların, yöneticilerin, müşterilerin ve diğer tarafların maruz kaldıkları tehlike veya zararların minimize edilmesiyle ilgili inançlar, normlar, tutumlar, roller ve sosyal ve teknik uygulamalar kümesidir (Turner ve diğerleri,1989; akt. akt.Cooper, 2000: 114):
- Güvenlik kültürü, teknik güvenlik önlemlerini destekleyen tüm sosyo-kültürel önlemleri kapsar, böylece bilgi güvenliği her çalışanın günlük faaliyetlerinde doğal bir unsur haline gelir (Schlienger & Teufel, 2003).

INSAG (International Nuclear Safety Group, 1991) güvenlik kültürünü, çalışanların güvenlikle ilgili paylaştığı değerler, algılar, inançlar ve tutumların bir yansıması olarak ele almaktadır (akt. Reiman ve Oedewald, 2002:11). Bu tanıma göre, örgütlerin güvenlik kültürü kapsamında yerine getirmesi gereken normlar ve kriterler (bileşenler) mevcuttur (bkz. Şekil 1). Bu normlar ve kriterler, birey (çalışanlar), yöneticiler ve politik düzeydeki davranış ve uygulamaları kapsamaktadır. Örneğin, güvenlik kültürünün politika bileşeninde güvenlik politika analizi, yönetim yapıları, kaynaklar ve öz-denetim birer gerekliliktir.

Şekil 1: Güvenlik Kültürü Bileşenleri

Şekil 1: Güvenlik Kültürü Bileşenleri



Kaynak: INSAG (IAEA,1991); akt. Reiman ve Oedewald, 2002:11)

Güvenlik kültürü güvenlik tedbirleri açısından bakıldığında ise olumlu ya da olumsuz özelliklerine göre “olumlu” ve “olumsuz” güvenlik kültürü olarak iki ayrı kategoride ele alınmaktadır (Yılmaz A, 2014: 2113). Olumlu güvenlik kültürü, çalışanların güvenliğe yönelik olarak paylaştıkları tutum ve davranış, inanç, değer, norm ve semboller bütünüdür (Yılmaz, Karaman, Doğan ve Alıcı, 2018:123). Olumlu bir güvenlik kültürü, aynı zamanda hata yapılmaması değil, hatalara açık bir şekilde yanıt verilmesi anlamına gelir ve bu durum bir öğrenme fırsatı olarak değerlendirilir (IAEA 1996; akt. Reiman ve Oedewald, 2002:12). İyi bir güvenlik kültürünün kriterleri ise şu şekildedir:

- Güvenlik politikaları,
- Yönetiminin güvenlik için görünür kararlılığı,
- Demokratik uygulamalar ve uygulamaların olgunlaştırılması,
- Güvenlik yönelimli değerler, tutumlar ve bağlılık
- Zorunluluk ve sorumlulukların açık tanımı,
- Güvenlik ve üretim arasındaki denge,
- Yetkin çalışanlar ve eğitim,
- Yüksek motivasyon ve iş tatmini,
- Yönetim ve çalışanlar arasında karşılıklı güven ve adil yaklaşım,
- Kalite, kural ve düzenlemelerin güncellenmesi,
- Düzenli ekipman bakımı,
- Gerekli olay ve küçük bile olsa kazaların rapor edilmesi ve etkin yorumu,
- Farklı kurumsal seviyelerden ve görevlilerden sağlıklı bilgi akışı,
- Uygun ergonomik tasarım,
- Yeterli kaynak ve sürekli iyileştirme,
- Gerektiğinde otorite ile olan iş ilişkileri.

Güvenlik kültürü bir kuruluşun sağlık ve güvenlik programlarına olan bağlılığı, tarzını ve uygunluğunu belirleyen bireysel ve grup değerlerinin, tutumlarının, yetkinliklerinin ve davranış kalıplarının ürünüdür. Olumlu bir güvenlik kültürüne sahip kuruluşlar, karşılıklı güvene dayalı iletişim, güvenliğin önemine ilişkin paylaşılan algılar ve önleyici tedbirlerin etkinliğine duyulan güven ile karakterize edilir (UK Health and Safety Commission [HSC], 1993; akt. akt.Cooper, 2000: 114)

3. Olumlu Güvenlik Kültürü Oluşumunda Örgüt Kültürünün Önemi

Örgüt kültürü kavramı 1980’lerde önem kazanmış bir kavramdır. Bu kavram ilk kez Pettigrew tarafından “bir grup tarafından paylaşılan anlamlar sistemi” olarak tanımlanmıştır. Hofstede ise örgüt kültürünü “bir grubun üyelerini diğerinden ayıran zihnin kolektif olarak programlanması” olarak tanımlamıştır. Başka bir tanıma göre ise örgüt kültürü “*Bir örgütü diğer örgütlerden farklı kılan, bir grubun algı, düşünce ve davranışlarını belirleyen; iç bütünleşme ve dış çevreye uyumu sağlayan; kurucunun, liderin ve üst yönetimin felsefesini yansıtan ve örgüt üyelerince kabul edilip paylaşılan; varsayımlar, değerler, semboller ve yorumlar bütünü*” dır (akt Şimşek, 2014).

Kavramların tanımlanmasında farklılıklar olmasına karşın, bütün tanımlarda, bazı ortak noktalar bulunmaktadır. Örneğin tüm tanımlarda belirtildiği gibi örgüt kültüründe örgüt üyeleri tarafından paylaşılan değerler vardır. Bu değerler örgütün bütün üyelerince sorgulanmaksızın kabul edilmektedir. Kültür zaman içinde örgütsel varlık sorunlarına bulunan çözümlerden ve genel kabullerden temellenmiştir. Örgüt içindeki semboller, bu sembollere yüklenen anlamlar, hikayeler ve geçmiş olaylar hem ortak kültürün yaratımı ve iletişimini sağlayan, hem de davranışları yönlendiren kültürel unsurlardır (Şimşek, 2014). Örgüt kültürünün en önemli işlevlerinden biri bütünleştirici olma özelliğidir. Çalışanların kaynaşması, bütünleşmesi ancak takım ruhu ile mümkün olabilmektedir. Güçlü bir yapının oluşması için bu yapıyı oluşturan grupların uyum içinde olması gereklidir. Gruplar arası dengenin sağlanamadığı durumlarda, anlaşmazlıklar doğmakta ve bu durum da örgüt kültürünün zayıflamasına neden olmaktadır (Uçkun ve ark., 2013).

Örgüt kültürü ile ilgili araştırmalar örgütlerin etkinliğini ve verimliliğini arttırmak amacı ile yapılmaya başlanmıştır. Birçok farklı sorunun çözümü için kullanılan bir araç olarak örgüt kültürünün, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili sorunların çözümüne dolaylı yoldan fayda sağladığı yapılmış araştırmalarca ortaya konmuştur. Bu alanda yapılmış araştırmalardan bazıları şunlardır: (Akdeniz, 2018).

İş sağlığı ve güvenliği konusunda İngiltere’de yapılan bir araştırmada örgüt kültürü tipleri ve güvenlik kültürü sorgulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre pozitif güvenlik kültürüne sahip örgütlerin temel özellikleri; karşılıklı güvene dayalı iletişim, güvenliğin önemi konusunda paylaşılan algılar ve alınan önlemlerin etkinliği konusunda şüphe

duyulmamasıdır. Yılmaz'a göre tüm gruplar zaman içerisinde kendi kültürlerini oluşturmaktadırlar. Bu kültürün anlaşılabilmesi, “örgüt kültürü”nün “güvenlik kültürü”nün bir parçası haline getirilmesi çalışanlara “insanca iş” sağlanması açısından son derece önemlidir. Ona göre bu ancak, örgütü sadece hizmet sağlayan bir yapı olarak görmeyen, onun üyeleri ile etkileşim içerisinde olan bir kültürü ifade ettiği gerçeğinden hareket eden kültürel yaklaşımla ele alınması ile mümkündür. Bu hedefe ulaşılması için en uygun yol, kültürün değişebildiği göz önünde bulundurularak, sorunun kültürel farklılıklarını dikkate alan ve onunla uyumlu bir şekilde bütüncül bir yaklaşımla ele alınmasıdır (Yılmaz, A., 2014). Rakowska ve Szubielska (2013) tarafından yürütülen “Polonya’daki Kömür Madenleri Örneğinde Güvenlik Kültürü Modeli ve Boyutlarının İncelenmesi” adlı çalışmada liderlik faktörünün güvenlik yönetimi bağlamında güvenlik kültürünü ve örgütsel verimliliği etkilediği, diğer yandan ne şekilde etkilediğinin önemli olmadığı ortaya konmuştur. Akalp ve Yamankaradeniz (2013)’in yürüttükleri araştırma sonuçları da benzer şekilde, güvenlik kültürü boyutları ile yöneticilerin güvenlik kültürüne yönelik tutum ve davranışları arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır (Akalp ve Yamankaradeniz, 2013). Razi (2006)’nin İngiltere, Kanada ve ABD’de yaptığı “Kazalar Üzerinde Örgüt Kültürü Etkisi: Kültür ve Güvenlik İlişkisinin İkincil Analizi” adlı çalışmada, büyük ve küçük işletmeler arasında bir fark olmadığı, işletmelerdeki kaza oranının örgüt kültürü ile doğrudan ilişkili olduğu ve güvenlik ile ilgili normların yerleşik olduğu örgütlerde daha düşük kaza oranlarının mevcut olduğu ortaya konmuştur. Aynı çalışmaya göre farklı ülkelerde bulunan şubeler arasında güvenlik kültürleri açısından farklılıklar olduğu, güvenlik kültürü ile çalışan güvenliği arasında somut bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Başka bir çalışma da Akdeniz, Gümüştekin ve Yörü (2015)’nin bir üniversitenin yüksekokulunda yaptıkları çalışmadır. Bu çalışmada örgüt kültürü ile güvenlik kültürü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Akdeniz, 2018).

Örgüt kültürünün geliştirilmesinde en önemli boyutlar, yetişkin sosyalleşmesi, örgütsel liderlik ve kurumsallaşmadır. Bu çalışmada örgüt kültürünün boyutları olarak iş güvenliği algısına etkileri bakımından yetişkin sosyalleşmesi-örgütsel sosyalizasyon, örgütsel liderlik ve çalışanların motivasyonu, kurumsallaşma, kalite ve örgüt geliştirme kavramları üzerinde durulacaktır.

3.1. Yetişkin Sosyalleşmesi

Örgütsel sosyalleşme, örgütün değer ve normlarının ve iş ortamının kültürünün, örgüte yeni katılım sağlayan işgörene aktarıldığı ve bu örgüt içerisinde oynayacağı rollerin ona öğretildiği bir süreç olarak karakterize edilmektedir (Memduhoğlu, 2008). Bu süreçte bireyler örgüt normlarına nasıl uyulması gerektiğini öğrenmektedir ve bu normları içselleştirmektedir. Bireyin grup normlarını öğrenip bunlara uyum sağlaması sonucunda sosyal düzenin korunması ve yeni beceri, bilgi, yetenek, tutum, değer, kaynak ağları, politikalar ve ilişkilerdeki değişiklikleri ya da bunların geliştirilmesini de sağlaması açısından örgütsel sosyalleşme hem çalışanlar hem de kuruluşlar için önemlidir (Cooper-Thomas ve Anderson, 2006).

Örgüte yeni katılan bu işgörenlerin, kendileri ile seçtikleri işler arasında uyuma olması, işlerine ve iş ortamlarına kolayca uyum sağlamaları, işlerinde üretken, doyum sağlayıcı olmaları, sağlıklı bir kariyer elde etmeleri ve işte mutlu olmaları gibi faktörler başarılı bir örgütsel sosyalleşme süreci geçirmeleri açısından önemlidir (Memduhoğlu, 2008). Diğer bir deyişle başarılı bir örgütsel sosyalleşme, rol belirsizliğini ortadan kaldırır, işe yönelik yüksek oranda motivasyon ve ilgi sağlar, örgüte yüksek düzeyde bağlılık ve iş görenlerin iş doyumunu ve performansını artırmaktadır (Hellriegel, Slocum, ve Woodman, 1998; akt: Memduhoğlu, 2008). Bu süreç dikkate alındığında yukarıda sayılan pek çok olumlu sonuçları ortaya çıkarırken; dikkate alınmaması ya da ihmal edilmesi durumunda da olumsuz etkileri hem işgörenlere hem de kuruma yansımaktadır.

3.2. Örgütsel Liderlik ve alışanların Motivasyonu

Liderlik ile ilgili literatür incelendiğinde, bu konu üzerine geliştirilmiş çeşitli kuramların ve birbirinden farklı görüşlerin ortaya çıktığı ve tanımlarda ortak paydada buluşulmadığı görölmüştür. Bu farklı görüşlerden bazıları liderliğin doğuştan gelen bir yetenek olduğunu savunurken bazıları ise; liderliğin doğuştan olmadığı, bu özelliklerin sonradan da kazanılabileceğini ya da öğrenilebileceğini savunmaktadır (Küüközkın, 2015).

Liderlik, bir grup insanı belli bir amaç altında toplayabilme ve bu amaçları gerçekleştirmek için onları harekete geçirme bilgi ve yeteneklerin toplamı olarak tanımlanmaktadır. Başka bir tanım olarak liderlik ise; bir örgütün hedeflerini gerçekleştirmek için var olan insan kaynağını en etkin ve verimli bir şekilde yönlendirme becerisidir (İraz ve şimsek, 2004: 108).

Liderlerin gösterdikleri davranışların sınıflandırmasında en çok kullanılan; otokratik, demokratik katılımcı ve tam serbestlik tanıyan lider şeklinde yapılan sınıflandırmadır. Otokratik lider; astlarını/ grup üyelerini yönetimin dışında tutmakla birlikte, amaçların, planların ve politikaların oluşturulmasında astların rolü yok denecek kadar azdır ve tüm karar mekanizmaları liderlerin sorumluluğunda olup, astlar yalnızca söyleneni yapmakla yükümlüdür. Bu liderler çalışanlarının dış unsurlarla motive olduklarını düşünmekte ve bu nedenle emir verme, hatalarını eleştirme, yasal, ödüllendirme ve zorlayıcı güçlerini kullanmaktadır (Buluç, 1998; akt: Küçüközkan, 2015).

Otokratik liderin aksine demokratik lider ise; kararların oluşturulması ve uygulanmasında tüm çalışanların katıldığı ve grup üyeleriyle paylaşma eğilimi görülmektedir. Liderler, amaçlar ve politikalar oluştururken, iş bölümü yaparken devamlı grup üyelerinin fikirlerini dikkate almaktadır ve çalışanların iç unsurlar ile motive olduklarına inanmaktadırlar. Bu nedenle bu liderler başarılı işleri takdir etme davranışı göstermektedirler (Arıkanlı ve Ulubaş, 2004; akt: Küçüközkan, 2015).

3.3. Kurumsallaşma, Kalite ve Örgüt Geliştirme

Kurumsallaşma bir şirketin kişilerden bağımsız olarak standartlara, prosedürlere sahip olması; değişen çevre koşullarını takip edecek sistemleri kurmasını ve değişen gelişmelere uygun olarak organizasyonel yapısını oluşturması; kendisine özgü iletişim ve iş yapma yöntemlerini “kültür” haline getirmesi ve böylece diğer işletmelerden farklı ve ayırt edici bir kimliğe bürünmesi sürecidir. Bu süresin en önemli unsurları ise kalite yönetimi ve kurumsal gelişmedir.

Kalite yönetimi, kalite güvence sistemini de içine alan işletmenin bütün taraflarının sorumluluklarını yerine getirmeye zorlayan, çalışan, idareci, işletmeci, lider vb. gibi bütün paydaşların katılımını ve gelişimini gerektiren sürekli iyileştirme faaliyetleri ve süreçlerinin bütünü şeklinde tanımlanabilir. Örgüt geliştirme ise yine kalite yönetimi ile bağlantılı olarak bir takım prosedür ve kurallara bağlı olarak kurumsal gelişim ve iyileşme sürecidir.

İş sağlığı ve güvenliği açısından kalite yönetimi ve kalite güvence sistemlerinin işletilmesi önem taşımaktadır. Çünkü kalite güvence sistemleri arasında iş sağlığı, çalışan güvenliği gibi alanları kapsayan sistemler de bulunmakta ve örgütlere iş sağlığı ve güvenliği konusunda yükümlülükler getirmektedir.

Kalite güvence sistemleri arasında yer alan Avrupa Kalite dl (EFQM), Amerika’da geliştirilen Malcolm Balridge Ulusal Kalite dl, ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 14000 vre Yönetim Standartları vb. gibi güvence sistemleri, müşteri odaklı olduğu gibi çalışanların sürece katılımını, çalışan sağlık ve güvenliğinin sağlanması da gerektiren ilkeler barındırmaktadır (Bektaş, 2019: 145 vd). SA 8000 (Social Accountability) Standardı ise bir sosyal sorumluluk standardı olup işletmelerin uymaları gereken iş ahlakı kurallarını belirler. Bu kurallar, doğrudan çalışanların sağlık ve güvenliklerinin garanti altına alınmasını kapsayan kurallardır (Bektaş, 2019: 152-153):

- 15 yaşın altında ocuk iş çalıştırılmaz.
- Kimse zorla çalıştırılmaz, çalışmaya zorlamak için kimlik alıkoyma/depozit isteme gibi uygulamalar geliştirilemez.
- İşgörenler haftada 48 saatten fazla çalıştırılmaz; fazla mesai süresi haftalık 12 saati aşamaz.
- Çalışanların sendika kurma, sendikaya ye olma ve toplu pazarlık hakları vardır.
- Çalışanlara verilecek ücretler ülkedeki asgari ücret düzeyinin altında olamaz.
- İşletme yönetimi, çalışanların sağlık ve güvenliğini, periyodik muayenelerini sağlamak zorundadır. Temiz su sağlamak zorundadır.
- Çalışanlar hiçbir ayrımcılığa maruz bırakılamazlar. Disiplin uygulamaları şiddetin hiçbir türünü içeremez.

Doğrudan iş sağlığı güvenliği konusunda geliştirilen OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi şartnamesi ise, iş kazası ve meslek hastalıklarını en aza indirmek; iş sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili yasal yükümlüklerini yerine getirmek isteyen işyerleri için karşılanması gereken şartları ihtiva etmektedir. OSHAS İSG Yönetim Sistemi, zararlı sonuçlanabilecek olası tehlikelerin önceden tespit edilerek bu riskleri minimize ve bertaraf edilmesi ile gerekli önlemlerin alınmasını hedeflemektedir. OSHAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi, işletme düzeyinde bir takım yükümlülükler getirmektedir (Ofluoğlu ve Sarıkaya, 2005:3-4’ten aktaran Yılmaz, M., 2014):

1. Politika Belirleme: Risk analizi ve sistem kontrolü, eğitim ve bilinçlendirme, model seçimi, geliştirilmesi ve kontrolü, dokümantasyon, i denetimler,
2. Risk Analizi (Hukuki ve Teknik),

3. Yatırım Gereklerinin Tespiti (Kişisel Koruyucu Ekipman Tipleri, Yangın Sistemleri vs.)
4. Eğitim Programları: Tipi, İçerikleri ve Periyodlarının Belirlenmesi

OSHAS 18001 dışında iş sağlığı ve güvenliği alanında kalite geliştirmek amacıyla Avrupa'da geliştirilen Yükleniciler için Güvenlik Kontrol Listesi (YGKL), ILO'nun, 2001 yılında geliştirdiği ve ILO-OSH 2001 adıyla anılan "Guidelines on Occupational Safety and Health Management Systems" adlı rehber, Çalışanları Destekleme Programları gibi güvence sistemi ve uygulamalardan da söz etmek mümkündür (Yılmaz, M., 2014).

3.4. Kahramanmaraş Çelik Mutfak Eşyası Sektörü ve Alt Sektörleri

Bu başlık altında çelik mutfak eşyası sektöründe üretim aşamalarına değinilerek Kahramanmaraş çelik mutfak eşyası sektörünün istihdam yapısı ile ilgili bilgi verilecektir. Çoğu işletmede teknoloji kullanılmasına rağmen mutfak eşyaları yapımında birçok aşama vardır (Anket yürütülen işletmelerde işletme müdürlerinden derlenmiştir):

1. Mutfak eşyalarında kullanılan paslanmaz çelik; rulolar halinde yurtdışından genellikle 430 ve 304 kalitelerinde ithal edilmektedir.
2. Paslanmaz açılır ve istenilen tencere vb. çapında kesim öncesi daireler çizilir.
3. Çizilen daireler el ile kabaca veya tam otomasyon makinelerde çizilir.
4. İstenilen çapa getirmek üzere daire makaslarda düzeltmeleri yapılır.
5. İstenilen modelin kalıbı, firma içinde torna tezgâhlarında yapılır.
6. Hidrolik preste yuvarlak sac levhaya şekil verilir.
7. Preste basılan sac tencere ya da çaydanlığın ilk formunu alır.
8. Ağız kısmındaki fazlalıklar kesilir.
9. Çelik taban içinde alüminyum disk konularak çakma işlemi yapılır ve fırında sabitlenir.
10. Ağız kısmı ısıtılma işlemine tabi tutularak, bir sonraki aşamaya hazırlanır.
11. Ağız kısmına istenilen form verilir.
12. Form almış çaydanlıklara taban tornalama yapılır.
13. Emzik kısmı gümüş ile kaynatılır.

14. Elektro polisaj işlemine tabi tutularak parlatma işlemi yapılır.
15. Kaynar su ile yıkama işlemi gerçekleştirilir.
16. Pakete girmeden önce tekrar sabunlu ve kimyali su ile yıkanır ve kurutulur.
17. Paketlenerek dağıtıma hazır hale getirilir.

Bütün bu aşamalar sırasında pek çok tehlikeyle karşılaşma olasılığı vardır. Bunlarla birlikte yapılan işlemler sırasında uygulanan yöntemler ve işin doğası gereği hastalıklar ve kazalar ile sıkça karşılaşılmaktadır.

Kahramanmaraş ilinde elik mutfak eşyası sektörü, ilk 5 sektör arasında yer almaktadır. 2020 yılı itibariyle Kahramanmaraş'ta 79 kayıtlı üretici 3988 çalışan istihdam etmektedir (Türkiye Odalar ve Birliği (TOBB), 2020). Türkiye metal mutfak eşya sektörü firma sayıları toplamının %15'ine denk gelen bu rakam, üretim kapasitesi bakımından Türkiye üretiminin ortalama %30'unu karşılamaktadır (Doğaka, 2018: 61).

Alt sektörler itibariyle yapılan bir envanter çalışmasına göre Kahramanmaraş'taki metal mutfak eşyası üretimine ilişkin bilgiler Tablo-1'de gösterilmektedir.

Tablo-1: Kahramanmaraş elik Mutfak Eşyası Sektörü ve Alt Sektörleri

SEKTÖRLER	FİRMA SAYISI	ÜRETİM KAPASİTELERİ	MİKTAR BİRİMİ	İSTİHDAM
METAL SANAYİ Toplam	87			2.230
1-ÇELİK MUTFAK EşYASI	46	aydanlık: 1.951.710	Adet/yıl	1.477
		Cezve: 252.199		
		Tencere: 7.142.738		
		Cam Kapak: 673.908		
		Ddkl Ten: 762.803		
		Semaver: 9.298		
		atal-Kaşık-Bıçak: 30.000.000		
		Alüminyum: 123.400		
		Krom: 396.996		
		Teflon: 3.956.476		

2- BAKALİT VE METAL KULP	7	Melamin Mutfak Eşyası: 5.000.000	Adet/yıl	287
Diğer Metal Sanayii Kolları	34	Haddahane, sislindir, döküm, endüstriyel mutfak , turistik bakır eşya vb.		466

Kaynak: K. Maraş Metal Sanayii Envanteri, KMTSO, 2013

4. Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Bu çalışma, Kahramanmaraş metal mutfak eşyası sektöründe çalışanların ve yöneticilerin güvenlik kültürü algı düzeylerini ölçmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma Kahramanmaraş'ta Küçük Sanayi Sitesi ve Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren mutfak eşyası üreticisi işletmelerin çalışanlarını kapsamaktadır.

4.1. Evren ve Örneklem

Kahramanmaraş Çelik Mutfak Eşya Sektöründe Yöneticilerin ve Çalışanların İş Güvenliği Kültürü Algıları Araştırması, niceliksel bir araştırma olup veriler yüz yüze anket uygulaması ile derlenmiştir. Anket çalışması, KMTSO Sanayi Envanteri 2013 verileri doğrultusunda 300 işçi 50 idari personel olmak üzere küçük, orta ve büyük işletmeler şeklinde dağılmak üzere 8 işletmede 350 çalışanın katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bunlardan 54'ü değerlendirmeye uygun olmadığından analiz dışında bırakılmış ve 296 çalışan üzerinden (254 işçi 42 idari personel) istatistiki çözümlemeler yapılmıştır. Alan araştırmasının yapıldığı tarihte anket çalışmaları için Etik Kurul İzni alma zorunluluğu bulunmamaktadır. Anket uygulamaları işyerlerinde yazarlar tarafından öğle aralarında ve iş çıkışlarında işyerinden izin alınarak ve gönüllü katılım esasına göre uygulanmıştır.

Örneklem Sanayi Odası verilerine göre 2000 civarında olan mutfak eşyası sektörü çalışan evrenini temsil eder niteliktedir (Çalışma evreninin %14.8'i örneklem grubunu temsil etmektedir. $\alpha = 0.05$ İçin ± 0.05 örneklem hatası $p=0.8$ $q= 0.2$ olmak üzere 2500 kişilik evren için alınması gereken örneklem 224'tür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50).

4.2. Veri Toplama Araçları ve Değerlendirilmesi

Araştırmada iş güvenliği kültürünü ölçmeye yönelik olarak olumlu iş güvenliği kriterlerinden hareketle 37 soruluk iş güvenliği kültürü algısı soru testi uygulanmıştır. Bu anket formu, Avustralya NSW Valiliği (NSW Government) ve İş Kazası Meslek Hastalıkları Sigortası Kuruluşu (WorkCover NSW) tarafından hazırlanan “Güvenlik Kültürü Araştırması Anketi’nin (safaetyrisk.net, 2013) Türkçe ’ye çevrilmiş ve Türk toplumunun çalışma yaşamına uyarlanmış şeklidir. Anket formunda çalışanların iş güvenliği eğitimi ve danışmanlığı, güvenli çalışma prosedürleri, işgören katılımı, güvenlik raporlaması, yönetimin iş güvenliği ilkelerine bağlılığı, iş kazası yönetimi ve yaralanma sonrası işe dönüş prosedürlerine ilişkin algıları ölçülmektedir. Bu sorular 3’l likert tipinde hazırlanmış olup 1 ile 3 arasında puanlama yapılmıştır.

Ankette bulunan sorulardan demografik bilgilere çalışmada yer verilmektedir. Ancak güvenlik kültürüne ilişkin test ve iş güvenliği tedbirlerine ilişkin testin frekans dağılım analizine, çalışmada dağınlıklığa yol amaması için burada verilmemiştir. Anket soru formu çalışma ekinde yer almaktadır.

Analiz yöntemi olarak katılımcıların iş güvenliği kültürü soru formunda verdikleri cevapların betimsel istatistiklerinin kullanılarak “algı düzeyi ölçümü” tercih edilmiştir. Burada katılımcıların ekte bulunan soru formunda B grubunda yer alan 37 soru için verdikleri puanları toplanarak ortalamalarının alınması suretiyle işletmedeki iş güvenliği kültürü algı düzeyi analiz edilmektedir. Algı düzeyleri 1’le 3 arasında değişmektedir. 1 puan düşük iş güvenliği kültürü algısı, 2 puan orta düzey iş güvenliği kültürü algısı ve 3 puan yüksek iş güvenliği kültürü algısına işaret etmektedir.

Bunun dışında katılımcının işletmedeki iş güvenliği tedbirleri, iş kazaları ve meslek hastalıkları konusundaki bilgi ve katılım düzeyini ölçmeye yönelik 10 soruluk bir test uygulanmıştır. Bu test için de benzer şekilde betimsel analiz yöntemi ile ortalamalar alınmış ve bilgi ve uygulama düzeyi değerlendirilmiştir. Bu sorular da ektteki soru formunda C grubunda yer almaktadır.

Anket formunun ilk bölümünde ayrıca katılımcıların demografik özellikleri de sorgulanmıştır.

Anketin iç tutarlılık düzeyi ve güvenilirliği yüksektir (Cronbach's Alpha=0.973. 0,70 ve üzeri değerler güvenilir kabul edilmektedir). Bu testlerden hareketle ortalama iş güvenliği kültürü algısı ve iş güvenliği uygulamalarında ortalama bilinç düzeyi hesaplanmıştır.

Çalışma Kahramanmaraş'taki metal mutfak eşyası imalatçıları kapsamaktadır. Çalışma, iş sağlığı ve güvenliği açısından risk düzeyi yüksek bir sektör olması nedeniyle metal sektörü ve Kahramanmaraş'ta önde gelen bir sektör olması nedeniyle mutfak eşyası sektörüyle sınırlandırılmıştır. Analiz yöntemi olarak algı düzeyi ölçümü amacıyla betimsel/ tanımlayıcı analiz yöntemi ile sınırlandırılmıştır.

Aşağıda önce katılımcıların demografik özelliklerine yer verilecek daha sonra araştırmanın bulguları analiz edilecek ve tartışılacaktır. Çalışmada son olarak anket uygulaması sırasında tespit edilen niteliksel bulgular ve gözlemlere yer verilecektir.

5. Bulgular ve Tartışma

5.1. Katılımcıların Demografik Durumuna İlişkin Değişkenler

Katılımcıların %77,6'sı erkek, %22,4'ü kadındır. Erkekler daha çok metal malzemenin işlendiği ağır iş gerektiren kısımlarda çalışırken kadınlar ise kulp montajı, temizleme, paketleme vb. gibi ince işçilik gerektiren kısımlarda çalışmaktadırlar.

Tablo-2: Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımları

Cinsiyet	N	%	Cevapsız hariç %
<i>Erkek</i>	228	77	77,6
<i>Kadın</i>	66	22,3	22,4
<i>Toplam</i>	294	99,3	100
<i>Cevapsız</i>	2	0,7	
<i>Toplam</i>	296	100	

Çelik mutfak eşyası sektöründe çalışan katılımcıların %6,4'ü 18 yaşın altında, %25,5'i 18-25 yaş arasında, %37,5'i 25-33 yaş arasında, %17,2'si 34-41 yaş arasında, %10,9'u 41-49 yaş arasında, %2,6'sı ise 50 yaş ve üzerindedir. 16-18 yaş altında çalışan genç işçiler kulp montajı, paketleme vb. gibi servislerde çalışmaktadırlar.

Katılımcıların çoğu (%69,4) 34 yaş altında genç işçilerden oluşmaktadır. 50 yaş ve üzerinde çalışan sayısı oldukça düşüktür.

Tablo-3: Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş grupları	N	%	Cevapsız hariç %
<i>18 yaşın altında</i>	17	5,7	6,4
<i>18-25</i>	68	23	25,5
<i>25-33</i>	100	33,8	37,5
<i>34-41</i>	46	15,5	17,2
<i>41-49</i>	29	9,8	10,9
<i>50 ve üzeri</i>	7	2,4	2,6
<i>Cevapsız Hariç Toplam</i>	267	90,2	100
<i>Cevapsız</i>	29	9,8	
<i>Toplam</i>	296	100	

Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde 1 kişinin okur yazar olmadığı, 114 kişinin (%38.8), ilkokul mezunu olduğu, 75 kişinin (%25.5) ortaokul mezunu olduğu, 67 kişinin (%22.8) lise mezunu olduğu görülmektedir. Buna göre çalışanların %87.4' orta öğrenim mezunudur. Geriye kalan 12 kişi (%4.1) yüksekokul, 22 kişi (%7.5) niversite mezunu, 3 kişi de (%1) yüksek lisans mezunudur. Metal mutfak eşya sektörü çalışanları ağırlıklı olarak ilkokul mezunudur.

Tablo 4: Katılımcıların Eğitim Durumu

Eğitim durumu	N	%	Cevapsız hariç %	Toplamlı %
<i>Okuryazar değil</i>	1	0,3	0,3	0,3
<i>İlkokul</i>	114	38,5	38,8	39,1
<i>Ortaokul</i>	75	25,3	25,5	64,6
<i>Lise</i>	67	22,6	22,8	87,4
<i>Yüksekokul</i>	12	4,1	4,1	91,5
<i>niversite</i>	22	7,4	7,5	99
<i>Yüksek lisans</i>	3	1	1	100
<i>Toplam</i>	294	99,3	100	
<i>Cevapsız</i>	2	0,7		
<i>Toplam</i>	296	100		

Katılımcıların işletmedeki pozisyonlarına göre dağılımları incelendiğinde 42'sinin (%14.3) idari personel, 251'inin (%85.7) işi olarak çalıştığı görülmektedir.

Tablo-5: Katılımcıların İşletmedeki Pozisyonlarına Göre Dağılımları

İşletmedeki pozisyonu	N	%	Cevapsız hariç %
<i>İdari personel</i>	42	14,2	14,3
<i>İşçi</i>	254	85,8	85,7
<i>Toplam</i>	296	100	100

Katılımcıların sektördeki çalışma süreleri bakımından dağılımı incelendiğinde bu soruyu cevaplayanlardan 110 kişinin (%74.8) 10 yıldan az kıdemi olduğu görülmektedir. 10-20 yıl arası kıdemi olan 29 kişi (%19.7), 21-30 yıl arası kıdemi bulunan 7 kişi (%4.8), 30 yıldan fazla kıdemi bulunan 1 kişi (%0.7) olduğu bulgulanmaktadır. Çalışanların bir kısmı bu soruyu cevaplamak istememiştir.

Tablo-6: Katılımcıların Sektördeki Kıdem Durumu

Sektördeki Kıdem yılı	N	%	Cevapsız hariç %
<i>10 yıldan az</i>	110	37,2	74,8
<i>10-20 yıl arası</i>	29	9,8	19,7
<i>21-30 yıl arası</i>	7	2,4	4,8
<i>30 yıldan çok</i>	1	0,3	0,7
<i>Cevaplayanlar Toplam</i>	147	49,7	100
<i>Cevapsız</i>	149	50,3	
<i>Toplam</i>	296	100	

İşletmedeki kıdem durumları açısından soruyu cevaplayanlardan 86'sı (61.4) 5 yıldan az kідeme sahiptir. 33 kişi (%23.6) 5-10 yıl arası kідeme sahip iken 16 kişi (%11.4) 11-15 yıl arası kідeme sahiptir. 16-20 yıl arasında çalışma süresi bulunan 4 kişi (%2,9), 20 yıldan çok kідemi bulunan 1 kişi (%0,7) bulunmaktadır. Kıdem yılına ait soruları cevaplamakta katılımcılar istekli davranmamışlardır.

Tablo-7: Katılımcıların İşletmedeki Kıdem Durumu

İşletmede kıdem yılı	N	%	Cevapsız hariç %
<i>5 yıldan az</i>	86	29,1	61,4
<i>5-10 yıl arası</i>	33	11,1	23,6
<i>11-15 yıl arası</i>	16	5,4	11,4
<i>16-20 yıl arası</i>	4	1,4	2,9

<i>20 yıldan çok</i>	1	0,3	0,7
<i>Cevaplayanlar toplam</i>	140	47,3	100
<i>Cevapsız</i>	156	52,7	
<i>Toplam</i>	296	100	

Katılımcıların SGK’na kayıtlı olup olmadıkları sorulduğunda 18 kişi (%6.2) kaydının olmadığını, 270 kişi (%93.8) kayıtlı olduğunu belirtmiştir. Soruyu 8 kişi (%2.7) cevapsız bırakmıştır. Bu verilere göre metal mutfak eşyası sektöründe kayıt dışı çalışma oranlarının SGK verilerine göre (SGK, 2021), Türkiye geneli ortalaması olan %34,52’ye oranla oldukça düşük olduğu söylenebilir. Sanayi sektöründe Türkiye ortalaması olan %20.03’ün de oldukça altındadır. İş güvenliği kùltürü bakımından kayıtlı çalışma en önemli göstergelerden biridir.

Tablo-8: Katılımcıların SGK Kayıtlılık Durumu

SGK Kaydı	N	%	Cevapsız hariç %
<i>Yok</i>	18	6	6,2
<i>Var</i>	270	91,2	93,8
<i>Toplam</i>	288	97,3	100
<i>Cevapsız</i>	8	2,7	
<i>Toplam</i>	296	100	

Aşağıda, katılımcıların iş güvenliği kùltürü ile ilgili 37 soruya verdikleri cevapların ortalamasından hareketle analiz edilen iş güvenliği kùltürüne ilişkin algı düzeylerine yönelik bulgular değerdendirilmektedir. Bu sorularda katılımcıların işyerindeki iş sağlığı program ve uygulamalarını nasıl değerdendirdiklerine yönelik ifadeler bulunmaktadır. Üçlü likert ölçeği çerçevesinde şekillendirilen formda 1- Hiç yok/Hiç uygulanmaz, 2- Bazen uygulanır/Bazıları katılır, 3- Tamamen uygulanır/Herkes katılır şeklinde kodlanmıştır.

5.2. Katılımcıların İş Güvenliği Kùltürü Algı Düzeylerine İlişkin Bulgular

İş yerinde iş sağlığı ve güvenliğine ilişkin uygulama ve prosedürlerin hiç uygulanmadığını, dolayısıyla işletmede iş güvenliği kùltürüne ilişkin uygulamaların çok zayıf olduğunu düşünenlerin oranı %4.1’dir. Bunlar,

genel olarak, iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerine kimsenin katılmadığını, sağlık güvenlik konusunda raporlamanın hiç yapılmadığını, denetimlerin eksik olduğunu, çalışanların uygulama ve karar süreçlerine katılmadığını, yönetimin sağlık ve güvenlik uygulamaları konusunda istekli olmadığını ve iş kazası sonrası işe dönüş programları uygulanmadığını ifade etmektedirler.

İşyerinde iş sağlığı güvenliği uygulamalarının kısmen yapıldığını, orta düzeyde katılım ve ilgi bulunduğunu, raporların ve denetimlerin yasal prosedürlere uygun düzenlendiğini, çalışanların karar alma süreçlerine temel düzeyde katıldığını, yönetimin iş sağlığı güvenliği uygulamalarında kısmen ilgili ve istekli olduğunu iş kazası sonrası yaralanma durumunda işçiyle ilgilenildiğini ve işe dönüş programının yapıldığını ifade edenlerin oranı %33,2'dir. Bu grup, işyerinde yasal prosedürlerin “kâğıt üstünde” yürütüldüğünü, bunun dışında olumlu güvenlik kültürü yerleştirilmesi anlamında düzenleme ve uygulamalar bulunmadığını düşünmektedir.

Tablo-9: Katılımcıların İş Güvenliği Kültürü Algı Düzeyleri Ortalaması

İş Güvenliği Kültürü Algı Düzeyi	N	%	Cevapsız hariç %
<i>Düşük iş güvenliği kültürü algısı (1)</i>	12	4,1	4,1
<i>Orta düzey iş güvenliği kültürü algısı (2)</i>	98	33,1	33,2
<i>Yüksek iş güvenliği kültürü algısı (3)</i>	185	62,5	62,7
<i>Toplam</i>	295	99,7	100
<i>Cevapsız</i>	1	0,3	
<i>Toplam</i>	296	100	

İşyerinde yüksek iş güvenliği kültürünün yerleşmiş olduğunu düşünenlerin oranı ise %62,7'dir. Bunlar bütün uygulama ve programların istekli bir şekilde eksiksiz olarak yürütüldüğünü, herkesin katılım sağladığını, işçi ve yönetim katılımının yüksek düzeyde olduğunu raporlamaların ramak kala olaylar dahil yapıldığını, işyerinde iş kazası sonrası işe dönüş programlarının çok önemli olduğunu; olumlu iş güvenliği kültürü bulunduğunu ifade etmektedirler.

Aşağıdaki Tablo-10 incelendiğinde idari personel arasında yüksek iş güvenliği kültürü algısına sahip olanların oranının %81; buna karşılık işçiler arasında yüksek iş güvenliği kültürü algısına sahip olanların oranının %59,36 olduğu görülmektedir. İşçilerden bir kısmı (%4.78) düşük iş

güvenliği kùltürü algısına sahiptir. Bu durum iş güvenliği uygulamalarının işçiye yeterince yansıtılmadığını göstermektedir.

Tablo-10: Katılımcıların İşletmedeki Pozisyonuna Göre İş Güvenliği Algısı Karşılaştırması

Ortalama güvenlik algısı	Katılımcının işletmedeki pozisyonu		Toplam (N)
	İdari personel (N)	İşçi (N)	
<i>Düşük iş güvenliği kùltürü (1)</i>	0	12 (İşçi içinde %4,78)	12
<i>Orta düzey iş güvenliği kùltürü (2)</i>	8 (idari personel içinde %19)	90 (İşçi içinde %35,86)	98
<i>Yüksek iş güvenliği kùltürü (3)</i>	34 (idari personel içinde %81)	149 (İşçi içinde %59,36)	183
<i>Toplam</i>	42 (Sütun toplamı %100)	251 (Sütun toplamı %100)	293

Türkiye genelinde 12 ilde yapılan ve katılımcılarının çoğunluğu idari personel olan başka bir araştırmada (ÇASGEM, 2017), iş güvenliği boyutlarına ilişkin sorulara genelde yüksek iş güvenliği kùltürünü yansıtacak şekilde olumlu cevap verdikleri gör÷lmektedir. Tan ve Çalışkan (2018:38) tarafından KARDEMİR A.Ş. yöneticileri ile yapılan bir araştırmada da iş güvenliği algılarının 3-4 puan aralığında olumlu olduğu belirtilmiştir.

5.3. İşletmede İş Güvenliği Tedbirleri, İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları Hakkında Bilgi ve Bilinç Düzeyi

Çalışmada iş güvenliği tedbirleri ve uygulamalarının işyerlerinde yapıp yapılmadığını ve tedbirlere uyulmazsa sonuçlarının neler olabileceğini konusunda yine 3'lü likert tipinde 10 ifade verilmiş ve bunlara katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Katılımcıların bu sorulara verdikleri cevaplar toplanarak ortalamaları alınmış ve tedbirlerle ilgili uygulama ve bilinç düzeyleri belirlenmiştir. 1-hiç katılmıyorum-düşük uygulama ve bilinç düzeyi; 2-kısmen katılıyorum-orta düzey uygulama ve bilinç düzeyi; 3-tamamen katılıyorum- yüksek uygulama ve bilinç düzeyini işaret etmektedir.

Tablo 11'de gör÷ldüğü üzere katılımcıların 15'i (%5.1) tedbirlerin alınmadığını, işyerinde düşük uygulama ve bilinç düzeyi olduğunu

belirtmektedir. Katılımcıların 112'si, (%38) orta düzey uygulama ve bilinç düzeyi olduğunu belirtmektedir. Katılımcıların 168'i (%56,9) ise tedbirlerin alındığını, tedbir alınmazsa olumsuzlukların neler olabileceği konusunda bilinç düzeyinin yüksek olduğunu ifade etmişlerdir.

Katılımcıların çoğu işyerinde meydana gelen kazanın sebebinin iş yerindeki tedbirlerin eksikliği ya da dikkat eksikliği olduğunu belirtmiştir. Bu durumu kader olarak görenler aynı zamanda diğer seçenekleri de işaretlemişlerdir. Çalışanlarda olumsuz bir kadercilik anlayışı yoktur.

Tablo-11: İşletmede İş Güvenliği Tedbirleri, İş Kazaları ve Meslek Hastalıkları Hakkında Bilgi ve Bilinç Düzeyi Ortalaması

Ortalama Bilinç Düzeyi	N	%	Cevapsızlar hariç %
Düşük uygulama ve bilinç düzeyi (1)	15	5,1	5,1
Orta düzey uygulama ve bilinç düzeyi (2)	112	37,8	38
Yüksek uygulama ve bilinç düzeyi (3)	168	56,8	56,9
Toplam	295	99,7	100
Cevapsız	1	0,3	
Toplam	296	100	

Çalışanların işletmedeki pozisyonlarına göre bakıldığında idari personelin 1'i düşük uygulama ve bilinç düzeyi vardır derken, işçilerin 14'ü düşük uygulama ve bilinç düzeyinden bahsetmektedirler. Bu durum işletmelerin bazı birimlerinde tedbirlerin yeterince alınmadığını ve uygulanmadığını göstermektedir.

Tablo-12: Katılımcının İşletmedeki Pozisyonuna Göre İş Güvenliği Tedbirleri Konusundaki Bilinç Düzeyi

Ortalama olarak iş güvenliği tedbirleri, bilgi ve bilinç düzeyi	Katılımcının işletmedeki pozisyonu		Toplam
	İdari personel	İşçi	
Düşük uygulama ve bilinç düzeyi (1)	1 (İdari personelin %2,38)	14 (İşçilerin %5,57'si)	15
Orta düzey uygulama ve bilinç düzeyi (2)	8 (İdari personelin %19,04)	104 (İşçilerin %41,43'ü)	112
Yüksek uygulama ve bilinç	33	133	166

düzeyi (3)	(İdari personelin %78,57)	(İşçilerin %52,98'i)	
Toplam	42 (%100)	251 (%100)	293

Katılımcılara iş kazası geçirip geçirmediikleri sorulduğunda %17.1'i (50 kişi) kaza geçirdiğini; %82,9'u kaza geçirmediğini (243 kişi) ifade etmiştir. Açık uçlu soru olarak ne tür kaza geçirdikleri de sorgulanmış ve genelde parmak kesilmesi, düşme vb. küçük yaralanmalara yol açan kazaları geçirdiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo-13: Katılımcıların İş Kazası Geçirme Durumu

İş Kazası Geçirdi mi?	N	%	Cevapsız hariç %
<i>Evet</i>	50	16,9	17,1
<i>Hayır</i>	243	82,1	82,9
<i>Toplam</i>	293	99	100
<i>Cevapsız</i>	3	1	
<i>Toplam</i>	296	100	

İşletmelerde küçük kazalar dışında iş kazası gerçekleşmemiş olması iş güvenliği kültürü açısından olumlu bir durumdur. Güvenlik tedbirlerinin uygulamada iyi sonuçlar verdiği söylenebilir.

5.4. Saha Araştırmasına İlişkin Niteliksel Bulgular

Nitel bulgular, anket çalışması sırasında yazarlar tarafından yapılan gözlemlere ve anket formunda sorulan açık uçlu sorulara dayanmaktadır. Nicel bulguların sorgulanması ve tartışılması amacıyla değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışanlara, iş yerinizde iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili belirtmek istedikleri bir konu varsa belirtmelerinin istendiği, açık uçlu bir soru sorulmuştur. Bu soruyu cevaplayanların çoğu, iş güvenliği uygulamalarının genel olarak kâğıt üstünde kaldığını ve eğitimler verilmekle birlikte gereğinin uygulanmadığını belirtmişlerdir.

Belirtilen başka bir konu, düşük kaliteli ve düşük vasıflı koruyucu donanımlar kullanıldığı, özellikle polisajda maske kullanımında problem olduğu yönündedir. Yapılan gözlemlerde de polisaj makinalarında çalışanların maske takamadıkları ya da maskelerin sağlıklı olmadığı yönündedir. Maraş'a özgü "Maraş otu" (ağız otu) kullanımı maske

kullanımını caydıran önemli hususlardan biri olduğu yine sıkça tekrarlanan bir çalışan sağlığı ve güvenliği problemidir. Ayrıca işyerinin kış aylarında soğuk olması şikâyet edilen hususlardan biridir.

Metal mutfak eşyası sektöründe çalışan işçilerin büyük çoğunluğu Kahramanmaraş'ın batı ve kuzey köylerden gelip çalışmaktadır. Bu işçi grupları işçileşme kültürüne müsait; itaatkâr ve kanaatkar; patronuyla, idarecisiyle sorun yaşamak istemeyen, haklarını talep etme açısından zayıf kalan kesimlerdir. İşçilerin büyük çoğunluğu orta yaşın altında, evli ve çocuğu bulunmaktadır. Büyük çoğunluk erkek işçilerden oluşmaktadır. Eve ekmek götüren erkek olarak sorun çıkaran, şikâyet eden pozisyonunda olmaktan kaçınmaktadır.

İşçilerin büyük çoğunluğunun köy kökenli olması nedeniyle bazıları köyden servisle gelip gitmektedir. Toprakla bağıını koparmış değildir. Toprakta nasıl çalışıyorsa fabrikada da öyle çalışmaya devam etmektedir. Dolayısıyla güvenlik tedbirlerine uyumda zorlanmaktadır. Yine organize sanayi sitesindeki fabrikalarla küçük sanayi sitesindeki atölyeler arasında mekân, araç gereç ve iş güvenliği uygulamaları açısından nitelik farkı bulunmaktadır. Organize sanayii daha kaliteli ve iş güvenliği kültürü daha çok olumlu yönde iken küçük sanayi sitesinde daha çok küçük atölyeler bulunması nedeniyle iş sağlığı ve güvenliği konusunda kurumsallaşmış uygulamalara geçilememiştir.

İş kazaları küçük yaralanmalar şeklinde olduğundan, olumlu kültürde bunun da etkisi vardır. İşçilerin büyük çoğunluk asgari ücret ve biraz üzerinde ücret almaktadır. Sektörde kayıtdışılık oranı düşüktür. Kayıtdışılık sadece küçük esnaf atölyeleriyle sınırlıdır.

6. Sonuç ve Öneriler

Kahramanmaraş metal mutfak eşyası sektöründe çalışanların iş güvenliği kültürü algıları niceliksel açıdan incelendiğinde %60 düzeyinde olumlu iş güvenliği kültürü ve uygulamalarından söz edilebilir. Ancak %40 oranında işçinin de güvenlik kültürü algısının ve bilincinin düşük düzeyde kaldığını söylemek mümkündür.

Niteliksel açıdan incelendiğinde problemler alanlar söz konusudur. Bunlar eğitimlerin gereğinin uygulamaya yeterince geçirilememesi, düşük kaliteli kişisel koruyucu ekipman kullanılması, çalışanların yerel ve toplumsal özelliklerin de etkisiyle bireysel tedbirlere yeterince uymaması şeklinde sıralanabilir. Bu durum bir kurumsallaşma problemi olarak ele

alınmalı ve işletmelerde kurumsallaşmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirilmelidir.

Diğer bir önemli husus da iş güvenliği uzmanlarının işyeri hekimleri, işletmecilerle, insan kaynakları yöneticileriyle eşgüdümlü olarak çalışmasının gerekliliğidir. İş güvenliği meselesi bir örgüt geliştirme meselesi olarak ele almalı ve işletmelerin hem ülke düzeyinde hem de uluslararası düzeyde faaliyet göstermesinin önemli bir unsuru olarak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

- Akalp, G. ve Yamankaradeniz, N. (2013). İşletmelerde Güvenlik Kültürünün Oluşumunda Yönetimin Rolü ve Önemi, *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 3(2), 96-109.
- Akdeniz, B., Gümüştekin, G. ve Yörü, E. S. (2015). *İş Güvenliği Bir Kültür Müdür? Ölüm Kader Midir? Örgüt Kültürünün Güvenlik Kültürü Üzerine Etkileri Teorik Bir İlk Adım*. 23. Yönetim ve Organizasyon Kongresi (Pp.715). Muğla, Turkey
- Akdeniz, B. (2018). Örgüt Kültürü ile Güvenlik Kültürü İlişkisinin İş Sağlığı ve Güvenliği Açısından İncelenmesi: Bir Maden İşletmesinde Uygulama, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Kütahya.
- Altınel, H. (2011). İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arıkanlı, A. ve Bekir, U. (2004). Yönetim Yönetim Fonksiyonları ve Yönetici Davranışları, <http://www.esk.gov.tr/database/attachment/a8571b14.pdf>.
- Arslan, V., Kurt, R. E., Turan, O. ve De Wolff, L. (2016). Safety culture assessment and implementation framework to enhance maritime safety. *Transportation research procedia*, 14, 3895-3904.
- Bektaş, Ç. (2019). İşletmede İş Sağlığı Ve Güvenliği Açısından Kalite Güvence Sistemlerinin Rolü, *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 8 (20), 135-157. DOI: 10.31199/hakisderg.542737
- Buluç, B. (1998). Bilgi çağı ve örgütsel liderlik. *Yeni Türkiye Dergisi* 21. yy.Özel Sayısı, 20, 1205-1213.
- Chia, P. A., Maynard, S. B. ve Ruighaver, A. B. (2002). Understanding organizational security culture. *Proceedings of PACIS2002. Japan*, 158.
- Cooper, M.D., 2000. Towards A Model Of Safety Culture, *Safety Science*, 36(2), 111-136.
- Cooper-Thomas, H. D. ve Anderson, N. (2006). Organizational socialization: A new theoretical model and recommendations for future research and HRM practices in organizations. *Journal of managerial psychology*. 21(5). 492-516. DOI 10.1108/02683940610673997
- ÇASGEM, (2017), Türkiye’de İş Sağlığı Ve Güvenliği Algısı Araştırma Raporu, Ankara.
- DOĞAKA, (2018), Kahramanmaraş Metal Ve Elektrikli Mutfak Eşyaları Araştırma Ve Fizibilite Çalışması, https://www.dogaka.gov.tr/assets/upload/dosyalar/www.dogaka.gov.tr_909_DI7W23CS_Kahramanmaras-Metal-ve-Elektrikli-Mutfak-Esyalari-Fizibilite-calismasi.pdf (Erişim Tarihi: 10.02.2021)
- Dursun, S, Bayram, N.& Aytaç, S., (2010), Hasta Güvenliği Kültürü Üzerine Bir Uygulama, *Celal Bayar Üniversitesi S.B.E Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 1-14

- Dursun, S. (2012), İş Güvenliği Kültürü, Kavram, Modeller, Uygulama, İstanbul: Beta Basım Yayım A.Ş.
- Dursun, S. (2013), İş Güvenliği Kültürünün Çalışanların Güvenli Davranışları Üzerine Etkisi, *Sosyal Güvenlik Dergisi*, Haziran 2013, 3 (2), 61-75
- Gökçe, A. (2020). İş Sağlığı Ve Güvenliği Açısından İş Güvenliği Kültürünün Önemi Üzerine Bir Odak Grup Çalışması. *Ergonomi*, 3(2), 82-95.
- ILO (2001), Guidelines on occupational safety and health management systems. Geneva: International Labour Office.
- İraz, R. ve Şimşek, G. (2004). Örgütsel değişimin gerçekleştirilmesinde liderliğin rolü: Transformasyonel liderlik incelemesi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 4(7). 99- 117.
- Koh, K., Ruighaver, A. B., Maynard, S. B. ve Ahmad, A. (2005, September). *Security Governance: Its Impact on Security Culture*. In *AIISM* (pp. 47-58).
- Küçüközkcan, Y. (2015). Liderlik ve Motivasyon teorileri: Kuramsal bir çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1 (2), 86-115.
- Memduhoğlu, H. B. (2008). Örgütsel sosyalleşme ve Türk eğitim sisteminde örgütsel sosyalleşme süreci. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 5(2). 137-153.
- Rantanen, J ve Fedotov, I. A., (2013), Standards, Principles And Approaches in Occupational Health Services, http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed_protect/---protrav/---safework/documents/publication/wcms_110439.pdf (Erişim Tarihi: 25.04.2014).
- Rakowska, A. ve Szubielska, J. (2013). Safety Culture Model and its Dimensions on the Example of Coal Mines in Poland. *Management knowledge and learning*, 19-21.
- Razi, S., (2006), The Organization Cultural Impact On Accidents: A Secondary Analysis Of The Relationship Between Culture And Safety, A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy, Capella University, <https://search.proquest.com/openview/1a9fda1954dc23897ca302246ec2476b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y> (Erişim Tarihi: 10.01.2021).
- Reiman, T. ve Oedewald, P. (2002). *The assessment of organisational culture: A methodological study*. VTT Technical Research Centre of Finland.
- safaetyrisk.net, (2013), https://safetyrisk.net/wp-content/uploads/2013/10/safety_culture_survey_questionnaire_2291.pdf (Erişim Tarihi: 12.01.2014)
- Schlienger, T. ve Teufel, S. (2003, September). Analyzing information security culture: increased trust by an appropriate information security culture. In *14th International Workshop on Database and Expert Systems Applications, 2003. Proceedings.* (pp. 405-409). IEEE.
- Şimşek, A. (2014); Örgüt Kültürü: Kuramsal Bir Bakış, *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1), sayfa 27-35.

- Tan, F. Z. ve Çalışkan, S., (2018), Yöneticilerin İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamalarına Yönelik Algılarının Analizi Üzerine Bir Araştırma, *Karaelmas İş Sağlığı ve Güvenliği Dergisi*, 2(1), 31-44.
- TOBB, (2020), TOBB Sanayi Veri Tabanı, Başka yerde sınıflandırılmamış diğer fabrikasyon metal ürünlerin imalatı, http://sanayi.tobb.org.tr/kitap_son2.php?kodu=259912 (Erişim Tarihi: 20.01.2021)
- Uçkun, G., Uçkun, S., Demir, B. ve Gültekin, A. (2013); Örgüt Kültürünün Yapısı ve İnsani İlişkiler ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Kocaeli Üniversitesi İdari Personel Örneği, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 3(3), 69-91.
- Yardan, E., Dikmetaş, E. Köksal, F. ve Yardan, T. (2013), “Hemşirelerin Hastane İş Güvenliğine İlişkin Algı Düzeylerinin Araştırılması”, 4. Uluslararası Sağlıkta Performans Ve Kalite Kongresi Sözel Bildiriler Kitabı Cilt 2., Ss: 25-36, Ankara.
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık
- Yılmaz, A. (2014); İş Kazaları ve Kültür: İş Kazalarının Önlenmesinde Kültürel Yaklaşım, *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Cilt 9/5, 2105-2124, Ankara.
- Yılmaz, F. (2013), İş Sağlığı Ve Güvenliğine Genel Bakış Ve Güvenlik Kültürü, http://www.yarbis.yildiz.edu.tr/web/userCourseMaterials/ftyilmaz_821d485f491b6b70d1daf40b57611267.ppt (Erişim Tarihi: 25.04.2014).
- Yılmaz, M., Karaman, M., Doğan, S. ve Alıcı, H. (2018). Çalışma hayatında olumlu güvenlik kültürü kavramı. Talas, M. ve Derin, K.H. (Ed.), *Yönetim Çalışma Hayatı Ve Sendikacılık Araştırmaları* (Cilt 1, 111-133. ss.). Erişim adresi İKSAD
- Yılmaz, M. (2014), İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği, İnsan Kaynakları Yönetimi (Editör: İsmail Bakan) içinde, sayfa 373-416, Ankara: Gazi Kitabevi.

EK:

ANKET FORMU**KONU: İş Güvenliği Kültürü Üzerine Bir Araştırma: K. Maraş elik Mutfak Eşya Sektöründe****Yöneticilerin ve alışanların İş Güvenliği Kültürü Algıları**

Sayın katılımcı, bu anket formu KS İİBF Sosyal Hizmet Bölümü ğretim görevlileri tarafından “K.Maraş elik mutfak eşya sektöründe çalışan işçilerin ve idari personelin güvenlik kültürü algılarını belirlemeye yönelik olarak” düzenlenmiştir. Anketten elde edilen veriler 5-7 Mayıs 2014 tarihleri arasında ÇSGB tarafından İstanbül’da düzenlenecek VII.Uluslararası İş Sağlığı ve Güvenliği Konferansı’nda sunulurak bir bildiride kullanılacak ve daha sonra akademik amaçla yayınlanacaktır. Toplanan veriler gizli tutulacak ve bilimsel araştırmalara dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacak; bir kişi ve kurumla paylaşılmayacaktır. Katılımınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Yrd. Doç. Dr. Mehmet YILMAZ
KS. İİBF. Sosyal Hizmet Bölümü

A.DEMOGRAFİK BİLGİLER**1.Cinsiyetiniz?**

a.Erkek b.Kadın

2.Yaşınız?.....**3.Eğitim Durumunuz?**

a.Okur-yazar değil b.İlkokul c.Ortaokul
d.Lise
e.Yüksek Okul f.niversite g.Yüksek lisans
h.Diğer.....

4.Medeni Durumunuz?

a.Evli b.Bekar c. Dul/Ayrılmış

5.Doğum Yeriniz?.....**6.Hangi Mahalle/Köy?.....****7.İşyerindeki Unvanınız?.....****8.Aylık Geliriniz?.....****9.Sosyal Güvenlik Kurumuna (SGK) Kayıtlı mısınız?**

a. Hayır b. Evet

10.Kaç yıldır mutfak eşyası sektöründe**alışıyorsunuz?.....****11.Kaç yıldır bu işletmede****alışıyorsunuz?.....**

12.Çalışma şekliniz? a. Vardiyalı b. Sadece gündüz

c. Diğer

13.İş kazası geçirdiniz mi? a. Evet b. Hayır

14. İş kazası geçirdiyseniz ne tür bir kaza geçirdiniz?.....

B.GÜVENLİK KÜLTÜRÜNÜ ÖLÇMEYE YÖNELİK SORULAR

Aşağıdaki cümlelerde size en uygun gelen şıkkı işaretleyiniz.

1.İşe başlarken iş ile ilgili eğitimleri...

- a.Hiçbirimiz almadık. b.Bazılarımız aldık.
c. Hepimiz aldık.

2. İşyerinde güvenli çalışma prosedürleri (iş güvenliği) eğitimine...

- a. Hiçbirimiz katılmadık. b. Çalışanlardan bazıları katılmadı.
c. Hepimiz katıldık.

3. Yöneticiler/şefler işimizi güvenli bir şekilde yapıp yapmadığımızı...

- a. Hiç kontrol etmezler. b. Bazen kontrol ederler. c. Daima kontrol ederler.

4. İşyerinde iş güvenliği ile ilgili konular...

- a. Hiç gündeme gelmez. b.Bazen dikkatimiz çekilir. c.Sürekli gündeme getirilir.

5. Çalıştığım kurum, görev yerimde güvenlik açısından riskli, tehlikeli olan işlemleri...

- a. Hiç hesaplamamıştır. b. Kısmen belirlemiştir. c. Tam olarak belirlemiştir.

6. Görev yaptığım birimde, güvenlik riski taşıyan işlerle ilgili güvenlik prosedürleri...

- a. Hiç yoktur. b. Bazı işlemler için vardır.
c. Bütün işlemler için vardır.

7. Çalışanlar güvenli çalışma prosedürlerinin gözden geçirilmesi sürecine...

- a. Hiç dahil edilmezler. b. Bazen dahil edilirler.
c. Her zaman dahil edilirler.

8. İşletmemizde güvenli çalışma prosedürleri...

- a. Yoktur. b.Vardır fakat uygula(ya)mayız. c.Her zaman uygularız.

9. Çalıştığım kurumda güvenli çalışma prosedürleri...

- a. Hiç gözden geçirilmez/güncellenmez. b.Bazı açılardan güncel değildir.
c.Düzenli olarak gözden geçirilir ve düzenlenir.

10. İşletmedeki güvenlik prosedürlerini öğrenmek için...

- a. Hiç zamanımız yoktur. b.Bazen yeterli zaman bulabiliriz. c.Tam olarak yeterli zamanımız vardır.

11. Ürün ve makine değişikliği gibi yeni bir durum ortaya çıktığında...

- a. Risk değerlemesi yapmayız b. Bazen risk değerlemesi yaparız c. Her zaman risk değerlemesi yaparız.

12. Sağlık ve güvenlik sorunlarımız hakkında yöneticilerle...

- a.Hiç konuşamayız, iletişim yok. b. Konuşuruz fakat etkili olmaz.
c. Her zaman konuşuruz ve bizi dinlerler.

13. İşletmede çalışanlar olarak bizler ya da temsilcilerimiz...

- a. İş güvenliği süreçlerine hiç dahil edilmeyiz.
- b.İş güvenliği süreçlerine bazen dahil ediliriz.
- c. İş güvenliği süreçlerine her zaman dahil ediliriz.

14. Yönetim güvenlik hakkında söylediğimiz şeyleri...

- a. Hiç dikkate almaz. b. Bazem dikkate alır.
- c. Her zaman dikkate alır.

15. İş Güvenliği prosedürleri oluşturulurken...

- a. Görüşlerimiz hiç dikkate alınmaz. b. Bazem dikkate alınır.
- c. Her zaman dikkate alınır.

16. İş güvenliği ilgili bir sorun olduğunda, ya da değişiklik olduğunda bir hafta içinde...

- a. Bize hiç haber verilmez. b. Bazı konularda haber verilir.
- c. Mutlaka her konuda haber verilir.

17. İşletmemizde iş güvenliği kurulu...

- a. Yoktur, varsa bile üyelerini bilmeyiz. b. Vardır fakat kim olduğunu tam bilmeyiz.
- c. yelerinin hepsini tanırız.

18. Kaza ve diğer sorunlarda güvenlikle ilgili raporlama usullerini...

- a. Bilmeyiz ve uygulamamız yoktur. b. Biliriz fakat uygulamayız.
- c. Biliriz ve sürekli uygularız.

19. İş kazalarını...

- a. Hiç raporlamayız. b. nemli kazalarda bazem raporlarız.
- c. Her zaman raporlarız.

20.İş kazalarının bildirilmesi konusunda...

- a. Hiçbir zaman teşvik edilmeyiz. b. Bazem teşvik ediliriz.
- c. Daima teşvik ediliriz.

21. İş kazaları...

- a. Olayın ardından hemen kayıt altına alınmaz.
- b. Olaydan belli bir süre geçtikten sonra kayıt altına alınır.
- c. Olay gerçekleşir gerçekleşmez kayıt altına alınır.

22. İş kazası bildirimi olursa, güvenli çalışma yöntemleri...

- a. Yeniden gözden geçirilip güncellenmez, kaza üzerinde durulmaz.
- b. Bazem gözden geçirilip güncellenir, kazaya sebep olan olay incelenir.
- c. Yeniden gözden geçirilir ve güncellenir, kazaya sebep olan olay incelenir çözüme kavuşturulur.

23. Herhangi bir kaza durumunda kazadan sonra iş güvenliği eğitimleri...

- a. Hiç gözden geçirilmez/ güncellenmez. b. Bazı durumlarda gözden geçirilir veya yenilenir.
- c. Daima gözden geçirilir veya yenilenir.

24. Yaralanma vb gibi ciddi durumlar bildirildiğinde...

- a. Hiçbir şey yapılmaz. b. Yönetim imkanları dahilinde çözüm arar.
- c. İdariciler zm yolu arar ve mutlaka çözüm bulurlar.

25. Yöneticiler güvenliğimiz için ne yapılması (bizlerin ve onların) gerektiğini...

a. Hiç bilmezler. b. Bazen anlamış gibi görünürler. c. Tamamen farkındadırlar.

26. Eğer güvenlik talimatlarına uymazsam...

a. Hiç kimsenin umurunda olmaz. b. Bazı yöneticiler bu durumu görmezden gelebilir.
c. İşyerinde dışlandığımı hissederim.

27. İş yerimde, iş güvenliğinin benimsemesi için...

a. Hiç zamanımız yoktur. b. Yeterli zamanımız yoktur. c. Yeterince zamanımız vardır.

28. İş yerimde, iş güvenliğinin benimsemesi için...

a. Hiç kaynak/para ayrılmaz. b. Yeterli kaynak/para ayrılmaz. c. Yeterince kaynak/para ayrılmıştır.

29. İş yerimde iş güvenliği(nin)...

a. Hiçbir önceliği yoktur. b. Bazı durumlarda önceliklidir. c. Daima ilk önce gelir.

30. Yönetim güvenlik konularına...

a. Dahil olmaz. b. Bazen dahil olur. c. Her zaman dahil olur.

31. Yöneticiler iş güvenliği konularında...

a. Ne söylediklerini bilmez ve söylediklerini de uygulamazlar.
b. Bazı durumlarda söylediklerini bilir ve uygularlar.
c. Her zaman ne söylediklerini bilir ve söylediklerini uygularlar.

32. İş yerinde kendimi...

a. Hiçbir zaman sağlıklı ve güvenli hissetmem.
b. Bazen sağlıklı ve güvenli hissederim.
c. Daima sağlıklı ve güvenli hissederim.

33. Herhangi bir yaralanma durumunda...

a. Danışacağım kimse yok. b. Danışacağım kimse olup olmadığını bilmiyorum.
c. Danışacağım kişileri bilirim.

34. İş yerinde yaralanma durumunda...

a. Yönetim bunların kayıt altına alınmasından hoşlanmaz.
b. Yönetim sadece ciddi yaralanmaların kayıt edilmesini ister.
c. Bütün yaralanmaları rapor etmek zorundayız.

35. İş yerindeki duyuru panosunda ya da duvarlarda ilk yardım ile ilgili poster...

a. Yoktur. b. Olup olmadığını bilmiyorum. c. Vardır.

36. Yaralanan işçilerin...

a. İyileşmeleri sonrasında işe dönüşleri planlanmaz.
b. İyileşmeleri sonrasında işe dönüşleri için bir kısmına mümkün olduğunca yardım edilir.
c. İyileşmeleri sonrasında işe dönüşleri planlanır.

37. İşletmemizde, yaralanma sonrasında işe dönüş programları...

a. Yoktur. b. Var ama etkili değildir. c. Etkili bir şekilde uygulanır.

C. İş GÜVENLİĞİ TEDBİRLERİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK SORULAR

Aşağıdaki ifadelerde (1.Hiç Katılmıyorum, 2.Kısmen Katılıyorum, 3.Tamamen Katılıyorum) olacak şekilde size uygun gelen şıkkı işaretleyniz.

(1.Hiç Katılmıyorum, 2.Kısmen Katılıyorum, 3.Tamamen Katılıyorum)

	1	2	3
1)İş yerinde sistem havalandırmaları yeterlidir. (vardır.)			
2)İş yerinde gerekli olduğunda solunum koruyucu maskeler kullanırım.			
3)İş yerinde solunum Cihazları vardır.			
4)İş yerinde gerekli olduğunda göz koruyucu maskeler, paravan ve siperlik kullanılmaktadır.			
5)İş yerinde kulak koruyucu donanımlar olan kulaklıklar ve tıkaçlar kullanılmaktadır.			
6)İş yerinde buharı dışarı çeken vakum sistemleri vardır.			
7)İş yerinde gerektiğinde ısıdan koruyucu elbiseler kullanılmaktadır.			
8)İş yerinde periyodik olarak 3 yılda bir sağlık kontrolü yapılmaktadır.			
9)İş yerinde başıma gelen kazanın sebebi;	1	2	3
a. Güvenlik önlemlerinin yetersizliği			
b. Dikkat eksikliği			
c. Sorgulamak gereksiz, "KADER"			
10) İş yerinde güvenlik önlemleri alınmadığı takdirde	1	2	3
a. Astım			
b. Silikoz hastalığı			
c. Kanser			
d. Merkezi sinir sistemi bozukluğu			
e. Lösemi			
f. Zatürree			
g. Diğer (.....)			

D. İş güvenliği ve sağlığı ile ilgili belirtmek istediğiniz konu varsa yazınız.....

İlginiz için teşekkür ederiz.

Bölüm 44

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE İNSAN KAYNAKLARI PLANLAMASI



Ümit Deniz İlhan¹

¹ İstinye Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye. umit.ilhan@istinye.edu.tr,
ORCID ID: 0000-0003-3565-0938

Giriş

Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ)'ler, genel olarak ülkelerinin sosyo-ekonomik gelişiminin sürdürülebilirliğinde sürükleyici ve dinamik bir unsur olarak büyük önem taşımaktadır (Altay, 2020). KOBİ'lerin üstlendiği önem; doğmaları, büyümeleri, gelişmeleri ve sürdürülebilir olmaları adına stratejik yönetim anlayışını benimsemeleri gerekliliğini de beraberinde getirmiştir. Nitekim bir yandan küreselleşme ve buna bağlı rekabet ortamı bir yandan da bilgiye dayalı günümüz ekonomisinde yenilik, inovasyon ve yaratıcılık temelli üretim ve hizmet anlayışı, 21. yüzyılın sunduklarından (Baporikar, 2014). Böylesi bir sosyo-ekonomik ortamda, KOBİ'lerin rekabet avantajı elde etmesinde kilit faktörlerden biri konumunda insan kaynakları (İK)'nın örgütün en değerli varlığı olarak, dolayısıyla insan kaynakları yönetimi (İKY)'nin de etkin bir stratejik yönetim aracı olarak öne çıktığı görülmektedir (Rahman vd., 2018; Singh vd., 2020).

Misyon, vizyon ve hedeflerle stratejik bir yönetim anlayışını benimseyen örgütlerde, genel olarak sürecin temel ve ilk basamağı olan planlama (Manolescu, 2003), İKY'de de aynı düzeyde öneme sahiptir. Öyle ki insan kaynakları planlaması (İKP), doğru sayıda ve doğru nitelikte İK'yı, doğru zamanda ve doğru pozisyonda/yerde bulundurmaya hedefleyerek (Ulferts vd., 2009), İK arz ve talep dengesizliği halinde nedenlerin önceden analiz edilmesini, gerekli stratejilerin planlanmasını ve gelecekteki İK ihtiyacının etkin bir şekilde karşılanarak sürdürülebilmesini sağlamaktadır (Bhattacharya, 2012).

Öte yandan genel olarak üzerinde anlaşmaya varılmış İKY politika-sının olmadığı (Cassell vd., 2002; de Kok vd., 2003; Marlow ve Patton, 1993), bu bağlamda İKP'nin de yeterinde önemsenmeyerek doğru nitelikte İK'nın, doğru zamanda ve doğru pozisyonda/yerde bulundurulmak üzere strateji geliştirilmediği, KOBİ'lerin belirgin bir özelliği olarak dikkat çekmektedir (Audretsch & Thurik, 2001). Çoğunlukla enformel İKY uygulamalarına sahip KOBİ'lerde yönetim ile örgüt stratejisi üzerinde aile kültürünün etkili olması, iş ilişkilerinin önüne geçmiş görünmektedir. Buna bağlı olarak KOBİ'lerin çoğunda tüm süreçlerde olduğu gibi İKP'de de stratejik plan çerçevesinde bilimsel yöntemlerin uygulandığı sistematik bir süreç izlenmemektedir (Tanta vd., 2004). Oysa İKY, örgütün rekabet ortamında konumlanmasında stratejisini destekleyerek ve hatta örgüte strateji geliştirerek değer katmaya odaklanmaktadır (Biswas ve Chakraborty, 2018). Küresel iş ortamının rekabetçi yapısı ve belirsizliği karşısında rekabet avantajı sağlamadaki rolü dikkate alındı-

ğında, İK'nın önemli bir değer olarak görülüp yönetilmesi gereği ortaya çıkmaktadır (Upadhyay vd., 2016). İKP de bu bağlamda örgütsel strateji ile mevcut ve gelecekteki İK analizini yaparak hem diğer İK fonksiyonlarına bir öngörü sağlayarak hem de İK'nın değer katma misyonunu yerine getirmesine zemin hazırlayarak bireysel ve örgütsel düzeyde performansın artmasını desteklemektedir (Bhattacharyya, 2017).

Tüm bunlar göz önünde bulundurularak çalışmanın amacı, KO-Bİ'lerde İKY ve fonksiyonlarından biri olan İKP'yi değerlendirerek ideal olabilecek bir İKP süreci örneğinin çerçevesini çizmektir. Böylece çalışmanın, KOBİ'lerde İKP'nin kapsamını ortaya koymak ve örnek bir planlama sürecini aktarmak olarak öne çıkan özgün bir değeri bulunmaktadır. KOBİ'lerde daha ziyade biçimsel olmayan, enformel bir yapıya sahip İKY'nin temel ve ilk basamağı olarak kabul edilen İKP'nin değerlendirilmesi ve bir planlama süreci ile örnekendirilmesinin, teoriye ve uygulamaya katkı sağlayacağı ümit edilmektedir.

Bu bağlamda literatür taramasının yöntem olarak belirlendiği çalışmanın ilk bölümünde, genel hatlarıyla KOBİ'ler ele alınmış ve KO-Bİ'lerde İKY hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, KOBİ'lerde İKP açıklanmıştır. Bu bölümde, KOBİ'lerde İKP'nin kapsamı ve önemi ile İKP için takip edilmesi önerilen aşamalar detaylandırılmıştır. Sonuç bölümünde ise genel bir değerlendirme yapılmış ve KOBİ'lere yönelik öneriler sunulmuştur.

1. KOBİ'lere Genel Bakış ve KOBİ'lerde İKY

KOBİ'lerin tanımlanması konusunda ülkeler arasında ve hatta aynı ülke içinde farklı bölgelerde ve farklı iş kollarında birbirinden farklı değerlendirmelere rastlanmaktadır. Tanımlama konusundaki bu farklılık, özellikle Avrupa Birliği (AB) ile işbirliği ve yararlanılabilecek destekler gibi konularda yarattığı problemler nedeniyle Türkiye'de AB tanımları ile uyumlulaştırılarak giderilmeye çalışılmıştır. Buna göre Bakanlar Kurulu'nun 19.10.2005 tarihli ve 2005/9617 nolu kararı ile Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, Resmi Gazete'de yayımlanmış ve yayım tarihinden 6 ay sonra da yürürlüğe girmiştir (T.C. Resmi Gazete, 18.11.2005, Sayı: 25997). Yönetmeliğin amacı, KOBİ'lerin tanımına, niteliklerine ve sınıflandırmasına ilişkin esasların ortaya konması ve tüm kurum ve kuruluşların uygulamalarında ilgili tanım ve esasların dikkate alınmasının sağlanmasıdır. İlgili yönetmeliğin 5. maddesinde (Değişik: 10/9/2012-

2012/3834 K.)¹ ise Tablo 1’de gösterildiği üzere KOBİ’ler, ölçek olarak mikro, küçük ve orta büyüklükte olarak üç grupta sınıflandırılmaktadır. Buna göre, i) on kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri üç milyon Türk Lirası’nı aşmayan işletmeler, mikro işletme; ii) elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri yirmi beş milyon Türk Lirası’nı aşmayan işletmeler, küçük işletme; iii) iki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri yüz yirmi beş milyon Türk Lirası’nı aşmayan işletmeler, orta büyüklükteki işletme olarak kabul edilmektedir.

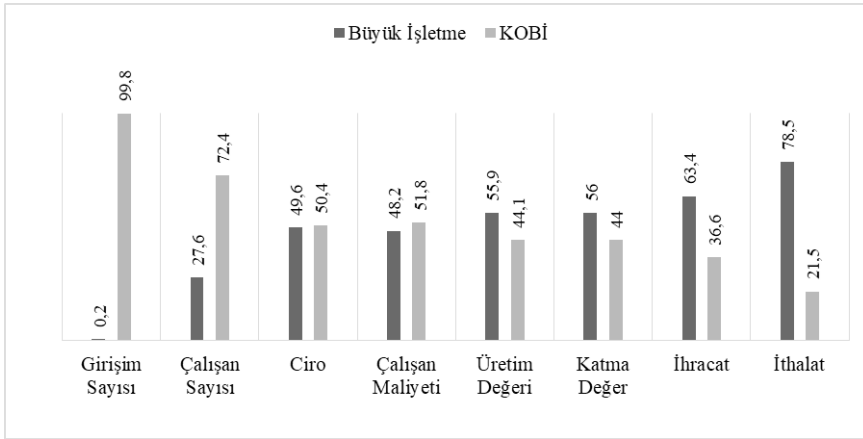
Tablo 1. Türkiye’de KOBİ Sınıflandırması

Ölçek	Çalışan Sayısı (Kişi)	Yıllık Net Satış Hasılatı (Milyon TL)	Yıllık Mali Bilanço (Milyon TL)
Mikro	< 10	≤ 3	3
Küçük	10-49	≤ 25	≤ 25
Orta	50-249	≤ 125	125

Kaynak: *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik, 2005.*

KOBİ’lerin Türkiye ekonomisindeki temel göstergeleri ise Tablo 2’den takip edilebilmektedir. Buna göre 28.12.2020 tarihinde yayınlanan Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2019 yılında, ülke genelindeki toplam girişimlerin %99,8’ini KOBİ’ler oluşturmuştur. Toplam istihdamın büyük bir bölümü de %72,4’lük bir oran ile KOBİ’lerde çalışanlar olmuştur. Bunlarla birlikte toplam cironun yarısına karşılık gelen %50,4’lük bir oran da KOBİ’ler tarafından yapılmıştır. Ayrıca personel maliyetinin %51,8’ini, üretim değerinin %44,1’ini ve faktör maliyetiyle katma değer %44’ünü de KOBİ’ler oluşturmuştur. Son olarak KOBİ’ler, toplam ihracatın %36,6’sını gerçekleştirirken ithalattaki payları ise %21,5 olarak kaydedilmiştir.

1 30.04.2018 tarihli ve 2018/11828 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı Eki Yönetmeliğin 2. maddesiyle, bu maddenin birinci fıkrasının ilk bendinde yer alan “bir” ibaresi “üç” şeklinde, ikinci bendinde yer alan “sekiz” ibaresi “yirmi beş” şeklinde ve üçüncü bendinde yer alan “kırk” ibaresi “yüz yirmi beş” şeklinde değiştirilmiştir.

Tablo 2. *KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Temel Göstergelerinin Oransal Dağılımı*

Kaynak: TÜİK, 2020.

Tablo 2'deki temel göstergelerden de anlaşıldığı üzere KOBİ'ler, Türkiye'nin sosyo-ekonomik yapısında önemli bir yere sahiptir. Esasen bu durumun, tüm dünya ülkeleri için de benzer olduğu bilinmektedir. KOBİ'lerin hem Türkiye özelinde hem de dünya genelinde sahip olduğu bu önemin gerekçeleri özetle, i) değişen piyasa koşullarına karşı hızlı uyum yetenekleri, ii) esnek üretim yapıları, iii) bölgesel kalkınmadaki rolleri, iv) işsizliğin azaltılmasına katkıları, v) istihdam düzeyinin artırılmasındaki payları, vi) gelir dağılımının daha adil bir hale getirilmesine katkıları, vii) bölgelerarası dengesizliklerin giderilmesine sağladıkları, viii) sosyal dışlanmış grupların azaltılmasına destekleri olarak sıralanabilen bir dizi olumlu özellikten kaynaklanmaktadır (Cansız, 2008). Bu nedenle KOBİ'ler, genel olarak ülkelerinin sosyo-ekonomik gelişiminin sürdürülebilirliğinde sürükleyici ve dinamik bir unsur olarak büyük önem taşımaktadırlar (Altay, 2020). Bu nedenledir ki KOBİ'ler, “ekonominin motor gücü”, “büyük işletmelerin çekirdeği” ve “istihdam sağlayıcı” gibi ifadelerle nitelendirilmektedir (Preuss and Perschke, 2010).

KOBİ'lerin sağladığı bu katkılar, makro boyutta başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkelerin, KOBİ'lerin doğmasını, büyümesini, gelişmesini ve sürdürülebilirliğini mümkün kılacak uygun politikalar geliştirmeye çalışmaları ile sonuçlanmıştır. Mikro boyutta ise KOBİ'ler, dünyada her geçen gün önemi ve etki alanı artan küreselleşme beraberinde ivmelenen rekabet ortamında avantaj sağlayabilmek adına yenilik, inovasyon ve yaratıcılık konularında etkin çalışmalar içine girmek

durumunda kalmıştır (Altay, 2020). Bu anlamda KOBİ'ler için stratejik yönetim, kaçınılmaz bir konu haline gelmiştir. KOBİ'ler için stratejik yönetim konusu, küreselleşmenin ortaya çıkardığı ve aynı zamanda KOBİ'leri de etkisi altına alan tehditler ve fırsatlar nedeniyle kritik bir öneme sahiptir (Baporikar, 2014). Gerçekten mevcut karmaşık, belirsiz sosyo-ekonomik bağlamda, herhangi bir faaliyet alanında başarının anahtarı, stratejik düşüncede yatmaktadır. İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılın bilgiye dayalı ekonomisinde ise rekabet gücü kazanmak için yenilik, inovasyon ve yaratıcılık sürecindeki kilit faktörlerden biri konumunda İK, örgütün en değerli varlığı olarak ön plana çıkmaktadır (Chen, 2008). Elbette diğer birçok faktör avantajını aynı anda birleştirerek rekabet gücü kazanılabilmektedir, ancak İK'nın bir arada tutulması gereken tüm avantaj faktörlerinin işlevsel hale getirilmesinde önemli bir role sahip olduğu ileri sürülmektedir. Bu gerçeğin farkında olmanın da gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkeler düzeyine yapacakları sıçramada çok fazla belirleyici olduğuna inanılmaktadır (Alserhan, 2017).

İnsan kaynaklarının kritik önemi noktasındaki gerçek göz önünde bulundurulduğunda KOBİ'lerin rekabet avantajı elde etmesinde İKY'nin etkin bir stratejik yönetim aracı olarak öne çıktığı söylenebilmektedir (Rahman vd., 2018; Singh vd., 2020). Nitekim İKY fonksiyonlarının bireysel performans üzerinde olduğu kadar örgütsel performans üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Araştırmalar, başarı ile yürütülen İKY fonksiyonlarının sonucunun, kâr, verimlilik, pazar payı, çalışan ve müşteri memnuniyeti gibi farklı alanlarda performans artışı ve örgütün itibar ve imajının iyileştirilmesi olduğunu göstermektedir (Schuler, 2000). Bu bağlamda KOBİ'lerde de İKY fonksiyonlarının tıpkı büyük işletmelerde olduğu gibi işe almadan eğitim ve gelişime, performans yönetiminden iş sağlığı ve güvenliğine kadar geniş bir alanı kapsadığı ve hem bireysel hem de örgütsel performansı beraberinde getirdiği vurgusu yapılabilmektedir.

2. Kobilerde İKP

2.1. Kapsamı ve Önemi

Gerek büyük işletmelerde gerekse KOBİ'lerde proaktif bir yaklaşımla, sosyal ve ekonomik yaşamın dinamizminden kaynaklanan planlama ihtiyacı, tüm yönetim süreçlerin temel ve ilk basamağı olarak kabul edilmektedir (Armstrong, 2006). Bu bakımdan İKY'nin de temel ve ilk basamağı olan İKP, *“örgütün misyon, vizyon ve hedefleriyle bağlantılı olarak İK ihtiyacının sürekli olarak değerlendirilmesi süreci”* olarak tanımlanabilmektedir (Mondy ve Noe, 2005). Böylece İKP, örgütün deği-

şen koşullar altında gelişen İK ihtiyacının analiz edildiği ve bu analizin, ortaya çıkan ihtiyacı karşılamak üzere İK stratejilerinin geliştirilmesi ile bütünleştirildiği sistematik bir süreç karşılık gelmektedir (Pilbeam ve Corbridge, 2010). Bu bakımdan İKP, İKY fonksiyonlarının başlangıç noktası olarak gerekli nicelik ve niteliğe sahip insan kaynağının ihtiyaç duyulduğunda mevcut olmasını sağlayan sistematik bir analiz süreci bütünüdür (Armstrong, 2006).

Açıklamadan da anlaşıldığı üzere İKP, misyon, vizyon ve hedeflerle stratejik bir yönetim anlayışını benimseyen örgütlerde, planlama sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır (Manolescu, 2003). Bunun nedeni, İKP'nin doğru sayıda ve doğru nitelikte İK'yı, doğru zamanda ve doğru pozisyonda/yerde bulundurmaya ve böylece hem bireye hem de örgüte uzun vadeli faydalar sağlamayı hedeflemesi olarak görülmektedir (Ulferts vd., 2009). Nitekim bir örgütteki insan kaynağı ihtiyacının değerlendirilerek arz ve talebin dengelenmesi için insan kaynağı tahsisini amaçlayan uygulamalar bütünü olan İKP, İK'ya ilişkin arz ve talep dengesizliği noktasında sorunların önceden analiz edilerek gerekli stratejilerin planlanmasına yardımcı olmakta, aynı zamanda gelecekteki İK ihtiyacının da etkin bir şekilde karşılanmasını sağlamaktadır (Bhattacharya, 2012).

1960'lı yıllarda İKP'ye olan ilginin başlangıcı, örgütlerde mevcut insan kaynağının nasıl daha etkin ve verimli bir yapıya dönüştürülebileceği konusuna dayanırken günümüz stratejik yönetim anlayışı çerçevesinde İKP, belirlenen hedeflere ulaşmak için mevcut insan kaynağı ile birlikte gelecekteki insan kaynağı ihtiyacının tahminine yönelik kapsamlı bir veri toplama ve analiz etme sürecini içerecek şekilde evrilmiştir (Ulferts vd., 2009). Geline nokta İKP'nin kazandığı bu anlam, örgütün gelecek için öngörülen insan kaynağı ihtiyaçlarını karşılamak üzere gereken planlamanın yapılmasına olan inanç doğrultusunda gelişmiştir. Gerçekten insan kaynağının gerekli bilgi beceri ve yetkinliklere sahip olmasını sağlamanın yolu, yalnız hedef belirlemekten geçmemekte bunun yanı sıra eğitim ve gelişim planı, iş tasarımı, kariyer yönetimi gibi belirli stratejilerin geliştirilerek uygulanmasını ve hatta bu stratejilerin etkinliklerinin izlenip ölçülerek gerektiğinde revizyona gidilmesini de gerektirmektedir (Chakraborty ve Biswas, 2019).

KOBİ'ler açısından değerlendirildiğinde ise genellikle İKP'nin gelecekteki ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak yapılmadığı görülmektedir. Bu durum, birçok KOBİ'nin bir planlama yapsa da bu planlamanın İK açısından bir bileşen içermediği, örgütün gelecekte ihtiyaç duyacağı sayı ve nitelikte İK'nın ve bu özelliklerde İK'ya sahip olmak için gerekli

stratejilerin uygulanmadığı anlamına gelmektedir (Audretsch & Thurik, 2001). Yani İKP, İKY'nin kritik öneme sahip uygulamalarından olmasına rağmen çoğu zaman KOBİ'ler tarafından yeterince önemsenmemekte olduğu anlaşılmaktadır.

Esasen genel olarak İKY, KOBİ'lerin karşılaştığı en büyük zorluk alanlarından biri olarak görülmekte ve hak ettiği ilgi ve önemi kazanmadığı düşünülmektedir (Cuellari vd., 2014). KOBİ'lerde İK ile ilgili kararlardan genellikle yönetici pozisyonunda olan işletme sahibi sorumludur. Bu durum, KOBİ'lerin genel olarak İKY için uzman istihdam etmediklerini ve olması gereken İKY politikalarını belirlemediklerini göstermektedir. Üzerinde anlaşılmaya varılmış İKY politikasının olmaması, İK'nın plansız ve koordine edilmemiş bir şekilde yönetilmesine yol açmaktadır (Singh ve Vohra, 2005). Bir çok çalışma da (örneğin, Cassell vd., 2002; de Kok vd., 2003; Marlow ve Patton, 1993) KOBİ'lerin ağırlıklı olarak enformel İKY uygulamalarına sahip olduğunu doğrulamaktadır. Bu bağlamda daha ziyade aile işletmeleri statüsünde olan KOBİ'lerin en ayırt edici özelliklerinden biri, yönetim ile örgüt stratejisi üzerinde aile kültürünün açıkça etkili olması ve aile ilişkilerinin, iş ilişkilerinin önüne geçebilmesidir. Kurumsallaşmanın da hâkim olmadığı bu gibi yapılarda, tüm süreçlerde olduğu gibi İK'da da planlamanın sezgi ve deneyimlere dayalı olduğu, sonraki bölümlerde açıklanan planlama aşamalarını yok saydığı ve sözlü olarak ifade edildiği görülmektedir (Tanta vd., 2004). Ayrıca çoğu zaman aile fertlerinin tüm planlara müdahale ettiği bu yapılar, İKP açısından da *"kişinin kendi güç ve otoritesini kullanmak suretiyle, kendi akraba ve aile fertleri için yeteneklerine bakılmaksızın istihdam olanağı sağlanması durumu"* (Karakaş ve Çak, 2007) olarak kavramsallaştırılan nepotizmi de besler nitelikte bir zemin hazırlamaktadır. Dolayısıyla KOBİ'lerde İK yapısından bahsederken biçimsel olmayan, enformel bir yapıdan söz edilebilmektedir (Mayson ve Barrett, 2006). Oysa İKP, stratejik plan çerçevesinde bilimsel yöntemlerin uygulanmasını gerektiren sistematik bir süreçtir (Tanta vd. 2004).

Gerçekten ister büyük ölçekli ister KOBİ olsun başarılı örgütler, İK'nın rekabet avantajı sağlamada ana kaynak olduğunu fark etmiş ve böylece bünyelerinde İKY'nin stratejik rolünü artırmıştır (Manolescu, 2003). Yukarıda belirtildiği üzere İKY'nin temel ve ilk basamağı olan İKP de gerektiğinde işten ayırma için düzenlemeler de dâhil olmak üzere, örgüt genelinde İK'nın etkin bir şekilde işe alınması, görevlendirilmesi ve elde tutulmasına yönelik rasyonel bir yaklaşım olarak örgütlerin rekabet avantajı sağlamasına önemli katkılar sağlamaktadır (Mondy ve Noe, 2005). Böylece İKP, örgütün hedeflerine ulaşırken değişen ihtiyaç-

ların gözetilerek gereksinim duyacağı alanları belirlemeyi ve bu alanlara yönelik gereksinimlerini karşılamayı kolaylaştırmaktadır (Chakraborty ve Biswas, 2019). İK'nın yetkinliklerini uyumlu bir şekilde kullanarak geleceğe dönük planlama yapan İKP'nin önemi, örgütün genel stratejik planı doğrultusunda yön belirlemesinden kaynaklanmaktadır (Armstrong ve Mitchell, 2017). Zira İK da dâhil olmak üzere örgütsel düzeydeki stratejik planlamanın amacı, sadece herhangi bir değişiklik değil, kontrollü bir değişiklik yaratmaktır. Bu genel amaç göz önünde bulundurularak İKP'nin ana hedefleri şöyle sıralanabilmektedir (Chakraborty ve Biswas, 2019; Das, 2013):

- İK stratejisini örgüt genel stratejisine entegre etmek,
- Yetkin İK'yı çekmek ve elde tutmak,
- İK eksikliklerini veya fazlalıklarını önceden tahmin ederek örgütsel hedeflerle ilişkilendirmek,
- Mevcut İK'nın etkin bir şekilde eğitim ve gelişimini sağlamak,
- Esnekliğini artırmak,
- İK'nın sağlığını, güvenliğini ve refahını sağlayarak verimliliğinin artmasını sürdürülebilir kılmak,
- Uzun vadeli hedeflerin stratejik olarak planlanmasına yardımcı olmak.

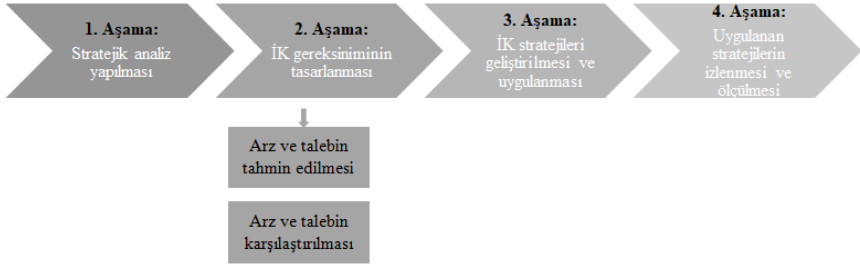
Bu hedefler doğrultusunda İKP aşağıdaki gibi sorulara cevaplar sağlamaktadır:

- Kaç kişiye ihtiyaç duyulacak?
- Hangi bilgi, beceri ve yetkinlikler gerekecek?
- Mevcut İK, belirlenen ihtiyaçları karşılayabilecek düzeyde mi?
- Daha fazla eğitim ve gelişime ihtiyaç var mı?
- İşe alma gerekli mi?
- Yeni İK'ya ne zaman ihtiyaç duyulacak?
- Eğitim veya işe alım ne zaman başlamalı?

2.2. Aşamaları

İKP için takip edilmesi önerilen aşamalar, Şekil 1'de de gösterildiği üzere i) stratejik analiz yapılması, ii) İK gereksiniminin tasarlanması (arz ve talebin tahmin edilmesi ile arz ve talebinin karşılaştırılması), iii) İK stratejileri geliştirilmesi ve uygulanması, iv) uygulanan stratejilerin

izlenmesi ve ölçülmesi olarak sıralanabilmektedir (Mondy ve Noe, 2005; Ulferts vd., 2009)



Şekil 1. İKP Aşamaları

2.2.1. Stratejik Analiz Yapılması

İKP için takip edilmesi önerilen aşamalardan ilki, stratejik analiz yapılmasıdır. Bu ilk aşamayı detaylandırmadan önce stratejik yönetim sürecinin merkezinde, örgütün vizyonunun, misyonunun, hedeflerinin ve amaçlarının oluşturulmasının yer aldığını belirtmekte fayda vardır. Bu sıralananlar, örgütlere fırsat arayışlarında rehberlik etmekte ve karar almalarında yol gösterici olmaktadır. Bu şekilde örgütler, giderek daha rekabetçi olan küresel çalışma hayatında kendilerini daha rahat konumlandırabilmektedirler (Manolescu, 2003). Bu nedenle İKP'nin çıkış noktası da stratejik analiz kapsamında öncelikle örgütün vizyonunu, misyonunu, hedeflerini ve amaçlarını incelemek, eğer belirlenmiş veya güncellenmiş değilse bunların belirlenmesi veya güncellenmesine yönelik çalışmaları teşvik etmektir. Bunun nedeni, örgütteki bu bağlamda herhangi bir değişikliğin, İKP'de de mutlak belirleyici olduğudur (Anthony vd., 1996).

Bu çıkış noktasını, Şekil 2 ve 3'ten de takip edilebileceği üzere daha ziyade iç ve dış olarak değerlendirilen bir dizi çevre faktörünün dikkate alınması takip etmektedir. Bu çevre faktörleri neticesinde ortaya çıkan güçlü yanların pekiştirilip zayıf yanların güçlendirilmesi ve aynı zamanda fırsatlardan etkin bir şekilde yararlanılarak örgüt üzerindeki olumsuz etkilerinin en aza indirilebilmesi için tehditlerin yönetilmesi, stratejik analiz aşamasının önemini barındırmaktadır.

Bu bağlamda iç çevre faktörleri, örgütün yapısından kaynaklanan ve örgütün İK açısından güçlü ve zayıf yanlarını ortaya koyan, kontrol edilebilirlik olasılığı yüksek faktörlerdir (Manolescu, 2003). Öne çıkan iç çevre faktörleri şöyle sıralanabilmektedir:

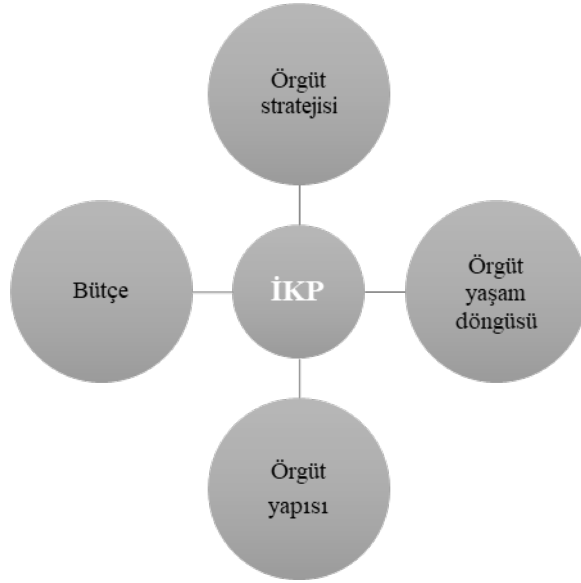
- *Örgüt stratejisi:* İKP’de öncü iç çevre faktörlerinden biri, yukarıda sıralanmış olan örgütün vizyonunu, misyonunu, hedeflerini ve amaçlarını içine alan örgüt stratejisidir (Torrington ve Torrington, 2011). Öyle ki İKP, İKY’nin doğrudan örgüt stratejisi ile ilişkilendirilmesini öngörmektedir. Bu durum, İKP’nin nihayetinde örgütün genel stratejisini gözeterek bu strateji doğrultusunda gereken nicelik ve nitelikte İK’nın istihdam edilmesine işaret etmesi ile sonuçlanmaktadır (Khan, 2018).

- *Örgüt Yaşam Döngüsü:* Örgütün zaman içinde doğum, yetişkinlik, olgunluk ve yaşlılık² gibi çeşitli aşamalardan geçtiğine vurgu yapan örgüt yaşam döngüsü göz önünde bulundurulduğunda bu aşamaların her birinde farklı örgüt stratejilerinin varlığı, İKP’nin de her aşamada bu farklı stratejilerin etkisi altında kalabileceğini göstermektedir (Matthew vd., 2003). Nitekim İKP ilk dönemde, örgütün hayata tutunma hedefli stratejisi doğrultusunda İK’yı harekete geçirmeye; ikinci dönemde, niceliksel ve niteliksel büyüme hedefli stratejisi doğrultusunda İK’nın yetkinliğini geliştirmeye; üçüncü dönemde, işin istikrarı ve sosyal sorumluluk hedefli stratejisi doğrultusunda İK’nın önceki aşamalarda ulaştığı başarılarının sürdürülebilirliğini sağlamaya; dördüncü dönemde, hayatta kalma hedefli stratejisi doğrultusunda sayı azaltmaya yönelik işten çıkarma ve emeklilik için planlama yapmaya odaklanmaktadır (Milliman vd., 1991).

- *Örgüt yapısı:* Optimum İK gereksinimini belirlemek için kilit iç çevre faktörlerinden diğeri, örgütsel amaçları gerçekleştirmek için düzenlenen görevler arası ilişkileri, faaliyetleri, yetki devrini ve bilgi akışını gösteren örgüt yapısıdır. Bu aşamada, işlerin ve bu işler için oluşturulmuş her bir pozisyonadaki insan kaynağının bilgi beceri ve yetenekleri ile birlikte işlevinin açıkça tanımlanmış olması önem taşımaktadır. Böylece hangi alanda hangi nicelik ve nitelikte İK’ya ihtiyaç duyulduğu/duyulacağı belirlenebildiği gibi işlevi olmayan İK da gözle görülür hale gelmektedir (Chen, 2012).

- *Bütçe:* İKP’de belirleyici kritik bir diğer iç çevre faktörü, bütçedir. Örgütün güçlü ve zayıf yanlarını vurgulayan mali tablolar doğrultusunda sunulan toplam bütçe tahsisi, İK’nın işe alınmasından elde tutulmasına kadar tüm süreçlerde belirleyici olmakta, faaliyetler için ayrılmış olan bütçe, İK’nın nicelik ve niteliğine etki etmektedir (Matthew vd., 2003).

² Araştırmacılar, üç ile on aşama arasında değişen modeller sunmuşlardır (Churchill ve Lewis, 1983; Dodge ve Robbins, 1992; Greiner, 1972; Kazanjian ve Drazin, 1989; Miller ve Friesen, 1984; Quinn ve Cameron, 1983; Scott, 1971).



Şekil 2. İKP'yi Etkileyen İç Çevre Faktörleri

Dış çevre faktörleri ise ulusal ve uluslararası düzeyde ekonomik, sosyal, demografik, politik ve teknolojik koşulların doğası gereği örgütün karşı karşıya kaldığı fırsat ve tehditleri ortaya koyan ve kontrol edilebilme olasılığı nispeten zor faktörlerdir (Manolescu, 2003). Öne çıkan dış çevre faktörleri şöyle sıralanabilmektedir:

- *Ekonomik yapı:* İKP'de en büyük dış çevre faktörlerinden biri, mevcut ekonomik yapıdır. Ekonomik yapı, İKP çerçevesinde örgüt bünyesindeki insan kaynağının yönetilmesinden örgüte yeni kazandırılmak istenen İK kadar tüm süreçleri etkilemektedir (Ochetan ve Ochetan, 2012).

- *Politika ve yasal düzenlemeler:* Hükümetlerin işgücü politikası, sanayi politikası, ticaret politikası gibi çeşitli politikaları ve bunlarla ilgili yasal düzenlemeleri, örgütleri bu politika ve yasalara uyma konusunda baskıladığından İKP'de de önemli bir düzeyde belirleyici olmaktadır (Manolescu, 2003).

- *İşgücü piyasası:* İşgücü piyasası, örgütler için gerekli bilgi, beceri ve yeteneklere sahip kişilerin mevcudiyetini kapsamaktadır. Dolayısıyla işgücü piyasası karakteristiğinin İKP üzerinde etkileri söz konusudur (Çesynienė vd., 2013).

- *Teknolojik gelişim:* Teknoloji, bir örgütün tüm operasyonlarına yön vermektedir. Bu nedenle gelişen teknolojiler, İK ihtiyacının hem niceliğini hem de niteliğini etkilemektedir. Esasen örgütün iç süreçlerini, temel yetkinliklerini, ilgili pazarları ve organizasyon yapısını bir bütün olarak etkisi altına ala teknolojik gelişimin, İKP'yi etkilememesi de kaçınılmaz görünmektedir (Bondarouk ve Brewster, 2016).

- *Küreselleşme:* Küreselleşme; performans, kalite ve maliyet konusunda yüksek beklentileri olan müşteriler için rekabet eden örgütleri derinden etkilemektedir (Friedman, 2007). Günümüzde ise teknoloji ve İK'nın uluslararası platformda serbest akışı ve sürekli değişen ve rekabetçi bir iş ortamı sunan bilgi teknolojileri ve kitle iletişim araçlarının yayılmasıyla karakterize edilen dünya yapısını temsil etmektedir. Bu haliyle küreselleşme, örgütsel süreçlerde İKP için de önemli bir belirleyici unsur olarak düşünülmektedir (Česnyienė, 2008).



Şekil 3. İKP'yi Etkileyen Dış Çevre Faktörleri

2.2.2. İK Gereksiniminin Tasarlanması

İKP için takip edilmesi önerilen aşamalardan ikincisi, İK gereksinimlerinin tasarlanmasıdır. Bu aşamada, öncelikle İK arz ve talebinin tahmin edilmesi daha sonra belirlenen arz ve talebin karşılaştırılması yer almaktadır.

2.2.2.1. Arz ve Talebin Tahmin Edilmesi

İK arzını tahmin etmek, mevcut ve potansiyel İK'nın tüm özellikleriyle ortaya konmasını kapsamaktadır. Dolayısıyla İK arzını tahmin etmek için örgütün hem mevcut hem de potansiyeli kapsamlı bir şekilde değerlendirmesi gerekmektedir (Henderson, 2010). İK arzı tahmin edilirken örgüt içinden terfi edecekler, emekli olacaklar, çalışma koşullarındaki olası değişiklikler, istifalar, işgöremezlik durumu, işgücü piyasasının karakteristiği, ihtiyaç duyulan alandaki eğitim olanakları, göç eğilimleri, ekonomik büyüme veya daralma, politika ve yasal değişiklikler ve teknolojik gelişim gibi pek çok faktör dikkate alınmaktadır (Ball, 2012). Bu faktörlerden anlaşılacağı üzere verilerin mevcudiyeti ve ulaşılabilirliğinin kolaylığı nedeniyle, kimi faktörlerin tahmin edilmesi mümkünken birçoğunun tahmin edilmesi de hayli zordur (Armstrong, 2006). Bu bağlamda gelecekteki İK arzını tahmin etmek için çeşitli yöntemler vardır. Trend analizi, beceri/yetkinlik envanterleri, değişim çizelgeleri, yedekleme planlaması, personel tabloları ve Markov analizi bunlardan birkaçı olarak sıralanabilmektedir.

İK talebini tahmin etmek ise örgüt tarafından öngörülen faaliyetlerin hacmine bağlı olarak, gelecekteki İK ihtiyacının hem niceliksel hem de niteliksel olarak ortaya konması anlamına gelmektedir (Henderson, 2010). Bu doğrultuda talep analizinin nihai sonucu, bir örgütteki gerekli sayıda İK'nın ve aynı zamanda örgüt hedeflerini karşılamak için gerçekleştirmesi gereken işlevlerin belirlenmesidir. Özetle örgütün İK gereksinimini ifade eden İK talebinin tahmin edilmesinde genellikle iki yol kullanılmaktadır. Bunlardan ilki, örgüt genelinde İK talebinin tahmin edilmesiyken ikincisi, örgütteki birimler düzeyinde İK talebinin tahmin edilmesidir. Bu bağlamda örgütün genel İK talebini belirlemekten ziyade her bir birimin talebinin ayrı ayrı belirlenmesinin daha uygun bir yol olduğu ileri sürülmektedir (Akyüz, 2001). Talebi tahmin ederken dikkate alınması gereken faktörlerden bazıları ise şöyle sıralanabilmektedir: Örgütün stratejik planı, işgücü verimlilik göstergeleri, teknolojik gelişmeler ve idari değişiklikler dâhil olmak üzere örgütsel tasarım veya iş tasarımı, öngörülen bütçeler veya finansal kaynak kullanılabilirliği, örgütün gelecekte piyasaya süreceği yeni ürünler/hizmetler. Görüldüğü üzere talep analizini etkileyen değişkenlerin çok sayıda olması nedeniyle, gelecekteki İK talebini tahmin etmenin tek bir doğru yolu olmadığını belirtmekte fayda vardır. Bu adımda İK uzmanlarına yardımcı olmak için trend analizi, Delphi yöntemi, oran analizi, nominal grup tekniği, regresyon analizi, senaryo analizi gibi bir dizi nicel ve nitel yöntem bulunmaktadır (Manolescu, 2003).

2.2.2.2. Arz ve Talebinin Karşılaştırılması

İK arz ve talebi belirlendikten sonra veriler karşılaştırılarak nihai sonuca ulaşılmaktadır. Bunun nedeni, arz ve talebinin karşılaştırılması ile arzın talebe eşit olmasını sağlamak için ihtiyaç duyulan ve mevcut İK'nın niceliği ve niteliğini dengelemeye odaklanarak öngörülen İK arzı ile öngörülen İK talebi arasındaki farkı ortaya koymanın amaçlanmasıdır. Bu nedenle arz ve talep karşılaştırması, bir örgütteki İK için arz ve talebi tahmin etme ve ikisini uyumlu hale getirmek için strateji geliştirme sürecinin önkoşulu olarak görülmektedir (Armstrong, 2006).

Arz ve talep arasında ortaya çıkan fark veya denge durumu, İK'ya yönelik bir takım aksiyonların alınmasını gerektirebilmektedir. İKP'de bir sonraki aşama olan ve takip eden başlık altında açıklanan strateji geliştirme ile arz ve talep arasında denge kurulmaya çalışılmaktadır (Akyüz, 2001). Bu aşamada ideal olarak, tahmini talep ve arz dengede olarak gerçekleşebilmektedir. Ancak, büyük olasılıkla, ya İK arzı talebi aşmakta ve İK fazlalığına işaret etmekte ya da İK talebi arzı aşmakta ve İK azlığına işaret etmektedir (Henderson, 2010). Daha detaylı açıklanacak olursa, arz ile talep arasındaki dengesizlik ise örgütün ya İK ihtiyacını ya da İK fazlalığını göstermekte ve İK politikalarındaki bir takım aksaklıklara işaret etmektedir (Akyüz, 2001). Arz ile talep arasındaki denge ise örgütün ilgili planlama dönemi içinde insan kaynağı gereksiniminin olmadığını ve/veya mevcut İK'nın verimli bir şekilde kullanıldığını göstermektedir. Yani örgütün İK gereksinimini karşıladığı anlamına gelmektedir. Fakat bir sonraki başlıkta da açıklanacağı üzere bu durumun arz ile talep arasındaki dengesizlik durumunda uygulanması planlanan stratejileri engellememesi gerektiği ileri sürülmektedir. Çünkü değişimin ve rekabetin esas olduğu günümüz koşullarında arz ile talep arasındaki denge durumunun sürdürülebilmesi için de her an ek stratejilere gereksinim duyulabileceği bir gerçektir (Ball, 2012).

2.2.3. İK Stratejileri Geliştirilmesi ve Uygulanması

İK arz ve talebi arasındaki farka veya dengeye göre strateji geliştirilip uygulaması, İKP için takip edilmesi önerilen üçüncü aşamadır. Zira İK arz ve talebi karşılaştırıldıktan sonra sırada örgüt stratejisi odağında İK için daha ayrıntılı bir stratejik plan geliştirmek yer almaktadır (Totterhi ve Recardo, 2019). Bu aşamada geliştirilen stratejilerin amacı, öncelikli olarak arz ve talep dengesizliklerini gidermeye yöneliktir. Buna göre tüm İK fonksiyonlarını kapsar nitelikte stratejiler geliştirilebilmekle birlikte en çok ilişkili fonksiyonlar, işe alma yerleştirme, eğitim

ve gelişim, kariyer yönetimi ve işten ayırma olarak sıralanabilmektedir (Akyüz, 2001).

Arz ve talep karşılaştırması, örgütün İK ihtiyacına işaret ediyor- sa geliştirilen stratejilerin, işe alma ve yerleştirme, eğitim ve gelişim gibi fonksiyonları içermesi beklenmektedir. Ancak arz ve talep karşılaştı- rması İK fazlalığını gösteriyorsa bu durumda geliştirilen stratejilerin işten ayırmaya yönelik olabileceği çıkarımı yapılabilmektedir. Bu ör- neklerin, elbette her durumun kendi dinamiğine göre şekillenerek uy- gulanması beklenmektedir. Nitekim strateji geliştirilmesini, geliştirilen stratejilerin eyleme dökülerek uygulanması süreci takip etmektedir.

Önemle belirtmekte fayda var ki, yukarıda da ifade edildiği üzere bu aşamada arz ve talep arasındaki denge olması durumu, strateji ge- liştirme gereksinimini ortadan kaldırmamaktadır. Çünkü örgütleri çev- releyen dinamik ortamının doğası gereği arz ve talep arasındaki denge durmadan değişebilmekte ve bir takım aksiyonlarla bu dengenin korun- ması gerekebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında İK arz ve talebinin tah- min edilmesi, örgütün bir anlık fotoğrafı olarak değerlendirilmektedir (Henderson, 2010).

2.2.4. Uygulanan Stratejilerin İzlenmesi ve Ölçülmesi

İKP’de son aşama, önceki aşamada arz ve talep karşılaştırması sonucu elde edilen veriler göz önünde bulundurularak geliştirilmiş ve uygulanmış olan stratejilerin izlenmesi ve ölçülmesidir. Bu aşamada, uygulama ile öngörülen sonuçlara ne kadar yaklaşıldığı, öngörülenden ne kadar uzak olunduğu ve her iki durumun da nedenleri belirlenmeye çalışılmaktadır (Akyüz, 2001). Her iki duruma dair nedenlerin belirlen- mesi, bu aşamada önemli bir konudur. Ancak nedenler ortaya konarak yeni veya ek stratejiler uygulamayı içerebilecek çözümler geliştirmek mümkün olmaktadır. Böylece yapılan değerlendirme, örgütün söz konu- su planlama çalışmasında ne derece başarı sağladığını ortaya koymakla birlikte sonraki planlama faaliyetlerine de yol gösterici olmaktadır. Da- hası, elde edilen veriler sadece planlama faaliyetleri için değil tüm yön- etim faaliyetleri için önemli katkı sağlamaktadır (Mondy ve Noe, 2005).

Uygulanan stratejilerin ilerlemesini ölçmek için bir dizi yöntem kul- lanılmaktadır, ancak yaygın olarak kullanılan teknik, planlanan ve ger- çek performans sonuçları arasında varyans analizi yapmaya dayanmak- tadır. Varyans analizi, stratejileri uygulamadan önceki döneme ait ölçüm sonuçlarını, uygulama sonrası dönem ile karşılaştırma imkânı sunmak- tadır. Böylece varyans raporları oluşturabilmelidir. Ayrıca anketlerden

geri bildirim niteliğinde veri toplamak ve analiz etmek de bu aşamada ölçüm için kullanılabilmektedir(Manolescu, 2003).

Tıpkı strateji geliştirme aşamasında olduğu gibi bu aşamada da, izlemenin örgüt stratejisi dikkate alınarak yapılması önem taşımaktadır. Nitekim İKP'nin temel başlangıç noktası, örgüt stratejisinin ortaya konması olduğundan, varılmak istenen nokta da bu stratejinin öngördüğü hedef ve amaçlara ulaşmaktır. Bu nedenle uygulanan stratejiler, örgüt stratejisine yaklaşma düzeyine göre değerlendirilmektedir (Henderson, 2010).

Sonuç

KOBİ'lerde İKP'yi değerlendirerek ideal bir planlama süreci hakkında genel bir bakış açısına ışık tutmanın amaçlandığı bu çalışmada, ilk olarak KOBİ'ler hakkında bilgi verilmiş ve KOBİ'lerde İKY özetlenmiştir. Daha sonra İKY fonksiyonlarından ve temel ve ilk adım olarak kabul edilen İKP, KOBİ'ler açısından değerlendirilmiştir. Bu bağlamda KOBİ'ler için İKP süreçlerinde takip edebilecekleri temel aşamalar detaylandırılmıştır.

Yapılan literatür taramasının açıkça ortaya koyduğu üzere, dünya genelinde hemen hemen her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de KOBİ'ler, giderek artan bir öneme sahiptir. Öyle ki KOBİ'lerin, temelde istihdamı arttırma, gelir yaratma ve yoksulluğu azaltma olmak üzere birçok konuda kayda değer bir katalizör olduğu kabul edilmektedir (Abor & Quartey, 2010). 21. yüzyılın bilgiye dayalı karakteristiği göz önünde bulundurulunca ülkelerin sosyo-ekonomik yapıları açısından bu denli önem arz eden KOBİ'lerin rekabet avantajı dâhilinde sürdürülebilirliğinin sağlanmasında, diğer birçok unsuru işlevsel hale getirmede kilit faktör konumunda İK, örgütün en değerli varlığı olarak ön plana çıkmaktadır. Bu durum KOBİ'lerde İKY fonksiyonlarının desteklenerek geliştirilmesine ve bu konuya özgü araştırmalar yapılmasına neden olmuştur (Bacon and Hoque, 2005). Bu bakımdan KOBİ'lerde İKY'nin önemi, hayli dikkat çekmektedir. Ne yazık ki çalışmada da vurgulandığı üzere İKY'nin gelişiminin öncelikli olarak büyük işletmelerin ihtiyaçlarına yönelik olduğuna dair anlayış yaygındır. KOBİ'lerde İK'yı yönetmek, uygulamada hak ettiği değeri bulmamış bir konudur. Aksine İKY'nin, KOBİ'ler için gerekli ve uygun maliyetli olmadığı konusunda yaygın olarak kabul gören bir görüş hâkimdir. Bu nedenle genellikle yönetici pozisyonunda olan KOBİ sahipleri, İKY fonksiyonlarını göz ardı etmektedirler (Poljasevic ve Petković, 2013).

Önemle belirtmekte fayda var ki İKY'ye karşı bu tür bir yaklaşımını desteklemek mümkün değildir, çünkü artan rekabet, büyük işletmelere olduğu kadar KOBİ'lere de mevcut tüm kaynakların daha iyi anlaşılması ve yönetilmesi ihtiyacını dayatmaktadır. Zira birçok KOBİ, nitelikli İK bulma ve elde tutma konusunda sorun yaşamaktadır. Bu noktada etkin bir İKY, özellikle büyüme potansiyeline sahip ve yenilikleri ticarileştirmeye çalışan KOBİ'ler için hayli önemli taşımaktadır. Çalışma içinde sürekli İKY'nin ilk ve temel basamağı olarak ifade edilen İKP, KOBİ'lerin bu sorununu çözmelerinde önemli bir role sahiptir (Omolo vd., 2012). Gerçekten genel olarak planlama, çoğu örgüt tarafından değişen ekonomik, politik ve küresel ortamın etkisini en aza indirmek için kullanılan çok önemli bir stratejik yönetim aracıdır. İKP de şüphesiz, bir örgütteki mevcut ve gelecekteki İK talep ve arzının tahmin edilip talep ve arz arasındaki dengenin sağlanarak korunması yoluyla, doğru sayıda ve doğru nitelikte İK'nın, doğru zamanda ve doğru pozisyonda/yerde bulundurulmasının anahtarı olarak bu soruna çözüm noktasında hizmet etmektedir (Ulferts vd., 2009).

Bu durumda çoğunlukla enformel İKY uygulamalarına sahip olan ve yönetim ile örgüt stratejisi üzerinde aile kültürünün etkili olarak iş ilişkilerinin önüne geçtiği KOBİ'lerde İKY'ye gereken önem verilmelidir. Buna bağlı olarak örgütün stratejik planı çerçevesinde bilimsel yöntemlerin uygulandığı sistematik bir süreç izlenerek İKP yapılmalıdır. KOBİ'ler için çalışmada genel hatlarıyla i) stratejik analiz yapılması, ii) İK gereksiniminin tasarlanması (arz ve talebin tahmin edilmesi ile arz ve talebinin karşılaştırılması), iii) İK stratejileri geliştirilmesi ve uygulanması, iv) uygulanan stratejilerin izlenmesi ve ölçülmesi olarak sıralanan ve açıklanan 4 aşama, İKP için temel teşkil eden aşamalar olarak takip edilebilir. Böylece İKP'nin yetkin İK'nın örgüte çekilmesi ve elde tutulması, İK eksikliklerinin veya fazlalıklarının tahmin edilerek dengede tutulması, mevcut İK'nın etkin bir şekilde eğitim ve gelişiminin sağlanması, İK'nın iyilik halinin korunarak verimliliğinin artmasının desteklenmesi ve diğer örgüt hedeflerinin stratejik olarak planlanmasına yol gösterilmesi gibi faydalar sunacağı söylenebilir. Unutulmamalıdır ki günümüzde, İKP de dahil olmak üzere genel olarak İKY fonksiyonları bilgiye dayalı ekonominin büyümesi göz önüne alındığında giderek daha önemli bir yönetim aracı haline gelmiştir.

Kaynaklar

- Abor, J. ve Quartey, P. (2010). Issues in SME development in Ghana and South Africa. *International Research Journal of Finance and Economics*, 39, 218-228.
- Alserhan, H. F. (2017). The role of intellectual capital in achieving competitive advantage: A field study on Jordanian private universities in the northern region. *Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management*, 17(5), 32-42.
- Altay, I. (2020). Türk ekonomisinde, KOBİ'lerde ar-ge destek ve teşvikleri ve Gebze Organize Sanayi Bölgesinde bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 2(3), 175-207.
- Anthony, W. P., Perrewew, P. L. ve Kacmar, K. M. (1996). Strategic human resource management. New York: Dryden Press.
- Armstrong, M. (2006). *A handbook of human resource management practice*. (10. Baskı). London: Kogan Page Ltd.
- Armstrong, S. ve Mitchell, B. (2017). *The essential HR bandbook*. New Delhi: Pan MacMillan.
- Audretsch, D. B. ve Thurik, A. R. (2001). What is new about the new economy: Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change*, 10(1), 267-315.
- Bacon N. ve Hoque K. I. M. (2005). HRM in the SME sector: valuable employees and coercive networks. *International Journal of Human Resource Management*, 16(11), 1976-1999.
- Ball, M. K. (2012). *Supply and demand*. New York: Rosen Publishing Group.
- Baporikar, N. (2014). Strategic management overview and SME in globalized world. (Ed. Kiril Todorovve ve David Smallbone). *Handbook of Research on Strategic Management in Small and Medium Enterprises* (ss. 22-39). New York: IGI Global.
- Bhattacharya, D. K. (2012). *Human resource planning*. (3. Baskı). New Delhi: Excel Books.
- Bhattacharyya, D. K. (2017). *HR analytics-understanding theories and applications*. New Delhi: Sage Publications.
- Biswas, W. ve Chakraborty, D. (2018). Effect of HRM practices in implementation and adoption of human resource information system (HRIS) in some selected manufacturing industries of Midnapore district of West Bengal: An empirical analysis. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(2), 246-250.
- Bondarouk, T. ve Brewster, C. (2016). Conceptualising the future of HRM and technology research. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(21), 2652-2671.

- Cansız, M. (2008). *Türkiye’de KOBİ’ler ve KOSGEB*. (Planlama Uzmanlığı Tezi). Devlet Planlama Teşkilatı, Sosyal Planlama ve Koordinasyon Merkezi, Yayın No: 2782.
- Cassell, C., Nadin, S., Gray, M. ve Clegg, C. (2002). Exploring human resource management practices in small and medium sized enterprises. *Personnel Review*, 31, 671-692.
- Česnyienė, R. (2008). Globalization and human resource management. *Ekonomika*, 82, 41-56.
- Česnyienė, R., Diskienė, D. ve Stankevičienė, A. (2013). Labour market trends and their impact on human resource management in Lithuanian companies. *Ekonomika*, 92(3), 123-140.
- Chakraborty, D. ve Biswas, W. (2019). Evaluating the impact of human resource planning programs in addressing the strategic goal of the firm: An organizational perspective. *Journal of Advances in Management Research* 16(5), 659-682.
- Chen, S. T. (2012). The effect of absorptive capacity and decision speed on organizational innovation. *Contemporary Management Policy and Practice*, 8(1), 27-50.
- Chen, Y. (2008). The positive effect of green intellectual capital on competitive advantages of firms. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 271-286.
- Churchill, N ve Lewis, V. L. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, 61(3), 30-40.
- Cucllari, F., Cini, M. ve Gushi, L. (2014). Human resources management in SMEs: An analysis of recruitment and selection practices in Albanian SMEs. *Journal of Management Research*, 14(3), 184-190.
- Das, D. (2013). *The romance of human resource management*. Mumbai: Himalaya Publishing House.
- de Kok, J. M. P., Uhlaner, L. M. ve Thurik, A. R. (2003). *Human resource management with small firms: Facts and explanations*. Erasmus Research Institute of Management. Report No. ERS-2003-015-STR.
- Dodge, H. R. ve Robbins, J. E. (1992). An empirical investigation of the organizational life cycle model for small business development and survival. *Journal of Small Business Management*, 30(1), 27-37.
- Friedman, B. (2007). Globalization implications for human resource management roles. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 19, 157-171.
- Greiner, L. E. (1972). Evolution and revolution as organizations grow. *Harvard Business Review*, 50(4), 37-56
- Henderson, H. D. (2010). *Supply and demand*. Kila: Kessinger Publishing.
- Karakaş, M. ve Çak, M. (2007). Yolsuzlukla mücadelede uluslararası kuruluşların rolü. *Maliye Dergisi*, 153, 74-100.

- Kazanjian, R. K. ve Drazin, R. (1989). An empirical test of a stage of growth progression model. *Management Science*, 35, 1489-1504.
- Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik. (2005). *T.C. Resmi Gazete* (25997, 18.11.2005).
- Manolescu, A, (2003). *Human resources management*. Bucharest: Economică Publishing House.
- Marlow, S. ve Patton, D. (1993). Managing the employment relationship in the smaller firm: Possibilities for human resource management. *International Small Business Journal*, 11, 57-64.
- Matthew W. R., Buller, P. F. ve McMullen, P. R. (2003). Human resource management problems over the life cycle of small to medium-sized firms. *Human Resource Management*, 42(4), 321-335.
- Mayson S. ve R. Barrett. (2006). The science and practice of HRM in Small Firms. *Human Resource Management Review*, 16(4), 447-455.
- Miller, D. ve Friesen, P. H. (1984). A longitudinal study of the corporate life cycle. *Management Science*, 30, 1161-1184.
- Milliman, J., Von Glinow, M. ve Nathan, M. (1991). Organizational life cycles and strategic international human resource management in multinational companies: Implications for congruence theory. *The Academy of Management Review*, 16(2), 318-339.
- Mondy, R. W. ve Noe, R. M. (2005). *Human resource management*. New Jersey: Pearson, Prentice Hall.
- Ochetana, C. M. T. ve Ochetan, D. A. (2012). The influence of economic and financial crisis on human resources management. *Procedia Economics and Finance*, 3, 769-774.
- Omolo, J. W, Oginda, M. N. ve Oso, W. Y. (2012). Effect of recruitment and selection of employees on the performance of small and medium enterprises in Kisumu Municipality, Kenya. *International Journal of Human Resource Studies*, 2(3), 139-150.
- Pilbeam, S. ve M. Corbridge. (2010). *People resourcing and talent planning. Human resource in practice*. (4. Baskı). London: Prentice Hall.
- Poljasevic, B. Z. ve Petković, S. (2013). Human resource management in small and medium-sized enterprises: Conceptual framework. *Economics and Organization*, 10(3), 301-315.
- Preuss, L. ve Perschke, J. (2010). Slipstreaming the larger boats: Social responsibility in medium-sized businesses. *Journal of Business Ethics*, 92(4), 531-551.
- Quinn, R. E. ve Cameron, K. (1983). Organizational life cycles and shifting criteria of effectiveness: Some preliminary evidence. *Management Science*, 29(1), 33-52.

- Rahman, A. A., Ab Hamid, K. ve Mustaffa, J. (2018). Human resource management practices and performance in Malaysian SME: A proposed conceptual framework. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, 4(10), 65-71.
- Scott, M. ve Bruce, R. (1987). Five stages of growth in small business. *Long Range Planning*, 20(3), 45-52.
- Schuler, R. S. (2000). The internationalization of human resource management. *Journal of International Management*, 6(3): 239-260.
- Singh, L. B., Mondal, S. R. ve Das, S. (2020). Human resource practices & their observed significance for Indian SMEs. *Revista ESPACIOS*, 41(7), 1-15.
- Singh, M. ve Vohra, N. (2005). Strategic human resource management in small enterprises. *The Journal of Entrepreneurship*, 14(1), 57-70.
- Tanta, G., Latif, H. ve Uçkun, G. (2004). Aile şirketlerinde stratejik planlama: Sakarya ili örneği. *1. Aile İşletmeleri Kongresi*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, ss. 547-559.
- TÜİK. (2020). KOBİ'lerin Türkiye ekonomisindeki temel göstergelerinin oransal dağılımı. Erişim: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kucuk-ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2019-37548>, 15.12.2020.
- Torrington, D., Hall, L. ve Torrington, D. (2011). *Human resource management*. London: Prentice Hall Europe
- Toterhi, T. ve Recardo R. J. (2019). Charting a new course for strategic planning in human resources. *Global Business and Organizational Excellence*, 38(6), 12-23.
- Ulferts, G., Wirtz, P. ve Peterson, E. (2009). Strategic human resource planning in academia. *American Journal of Business Education*, 2(7), 1-10.
- Upadhyay, P., Singh, R., Jahanyan, S. ve Nair, S. (2016). Measuring the effects of role efficacy enhancement on knowledge workers. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(6), 860-872.

Bölüm 45

ÇALIŞANLARIN ÖRGÜT KÜLTÜRÜ, DUYGUSAL BAĞLILIK VE İŞTE KALMA NİYETİ ALGILARININ DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Nilüfer SERİNİKLİ¹

1 Nilüfer SERİNİKLİ, Dr. Öğr. Üyesi Trakya Üniversitesi Uzunköprü Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İşletme Bilgi Yönetimi Bölümü, Uzunköprü, Edirne, Türkiye. nserinikli@hotmail.com, orcid.org/0000-0002-1075-2252

1. GİRİŞ

Günümüzde artan küresel rekabet sonucunda işletmelerin hem ulusal alanda hem de uluslararası alanda rekabet edebilmeleri, ancak rekabet güçlerini artırmaları ile mümkün olabilmektedir (Köse vd., 2001: 219). İşletmelerin rekabet gücünü artırabilmeleri, çalışanlarının davranışlarına yön veren ve onları ortak amaçlar doğrultusunda hareket etmeye yönelten temel değer, inanç, norm ve beklentilerini paylaştığı güçlü kültürle sahip olmalarına bağlıdır (Polatçı ve Cindiloğlu, 2013: 300). Güçlü kültüre sahip olan işletmeler, çalışanlarını ortak değer, norm, inanç ve gelenekler etrafında birleştirerek çalışanlarında örgütsel bağlılık tutumu yaratmaktadır. Özellikle, duygusal bağlılık tutumu yüksek çalışanlar yaratmaktadır (Aydın vd., 2016: 26). Çünkü duygusal bağlılık düzeyi yüksek olan çalışanlar, örgütte kendi istedikleri için kalmakta, kendilerini örgütleri ile özdeşleştirmekte ve işletmenin amaç ve hedeflerini kendi amaç ve hedefleri olarak görmektedirler (Benligiray ve Sönmez, 2011: 60).

Her işletme, kendine özgü belli bir kültür yapısına sahiptir. Ancak, kültürün uygulanış biçimleri işletmeden işletmeye farklılık göstermektedir. Ortakları tarafından yönetilen demokratik kuruluşlar olan kooperatif işletmelerin de kendine özgü bir kültür yapısı bulunmaktadır (Erdal, 2010: 1). Kooperatif işletmelerin başarılı olabilmesi ve rekabet edebilmesi için özel işletmelerde olduğu gibi güçlü örgüt kültürüne sahip olmaları gerekmektedir. Bunun için, kooperatif değerlerinin ve uluslararası kooperatifçilik ilkelerinin (gönüllü ve serbest giriş, ortağın demokratik yönetimi, ortağın ekonomik katılımı, özerlik ve bağımsızlık, eğitim-öğretim ve bilgilendirme, kooperatifler arası işbirliği ve toplumsal sorumluluk ilkeleri) benimsenmesi, paylaşılması ve uygulanması gerekmektedir (Erdal, 2010: 46). Böylece, güçlü bir örgüt kültürüne sahip olan kooperatif işletmelerde çalışanların kooperatife olan bağlılıkları, kooperatifte kalma niyetleri, tatmin düzeyleri, verimlilikleri ve iş performansları artabilecektir.

Literatürde farklı örneklemeler ile çalışanların örgüt kültürü algıları ve örgütsel bağlılıkları ile ilgili çok fazla çalışma yapılmıştır (Aydın vd., 2016; Boz ve Özkan, 2017; Gülova ve Demirsoy, 2012; Özcan, 2011; Uçkun vd., 2013). Yapılan çalışmalarda kavramların yapısı, gelişimi, öncülleri, sonuçları, boyutları ve birbirleriyle olan ilişkileri incelenmiştir. Diğer taraftan, çalışanların işte kalma niyeti ile ilgili az çalışmaya rastlanmıştır (Çalışkan, 2010; Kaewboonchoo vd., 2014; Karadeniz, 2010; Nergiz, 2015; Özel, 2014). Aynı şekilde, kooperatif

yöneticilerine, ortaklarına ve çalışanlarına yönelik örgüt kültürü algıları veya örgütsel bağlılık ile ilgili yapılmış az çalışmaya rastlanmıştır (Barraud-Didier vd., 2018; Erdal, 2010; Pennaforte ve Pretti, 2015; Riyanto vd., 2017; Ülker ve Özdemir, 2016; Yüksel, 2006). Buna karşın, kooperatif çalışanlarının işte kalma niyeti veya duygusal bağlılıkları ile ilgili yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürde işte kalma niyeti ile ilgili az çalışmanın yapılmış olması ve söz konusu değişkenler (örgüt kültürü, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti) ile ilgili kooperatif çalışanlarına yönelik yapılmış çalışmalara rastlanılmamış olması bu çalışmayı özgün kılmaktadır.

Araştırmada şu soruya yanıt aranmaktadır: Kooperatif çalışanlarına ilişkin örgüt kültürü algıları/duygusal bağlılık/işte kalma niyeti düzeyleri bazı demografik değişkenlere göre değişmekte midir?

2. Örgüt Kültürü

Kültür, aynı toplulukta yaşayan insanları birbirine bağlayan bir öğedir. Dolayısıyla, bireylerin olaylara ve dünyaya olan bakış açılarını ve bireyleri algılama biçimlerini belirlemektedir (Acılar, 2009: 27). Belli bir kültüre ait bireyler, onları diğer bireylerden ayıran benzer normları, tarihi, dini ve değerleri paylaşmaktadırlar (Belias ve Koustelios, 2014: 132). Kültür, bir toplumun yaşam biçimini ifade etmektedir. Her toplumun yaşam biçimi birbirinden farklılıktır. Dolayısıyla, her toplumun kültürü de birbirinden farklılık göstermektedir. Kültür, “bireyin toplumun bir üyesi olarak kazandığı bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, örf ve adetler ve yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütün” olarak tanımlanmaktadır (Şahin, 2010: 22). Kültür, nesilden nesile aktarılmakta olup, insan geçmiş nesillerin çabalarını ve tecrübelerini devralıp, kısmen değiştirerek veya geliştirerek kendisinden sonraki nesillere devretmektedir (Eroğlu, 2000: 104).

Örgüt kültürü, bir örgütü diğer örgütten ayırmaya yarayan ve örgüt üyeleri tarafından paylaşılan inanç, değer ve düşüncelerden oluşan, örgütün strateji ve hedeflerine ulaşabilmesinde dikkate alınması gereken önemli bir olguyu ifade etmektedir (Üstün ve Kılıç, 2016: 19). Bir başka tanıma göre örgüt kültürü “örgütteki bireylerin kabul ettikleri, inandıkları ve paylaştıkları, bireylerin düşünce, duygu, tutum ve davranışlarını şekillendiren, örgütü karakterize eden ve diğer örgütlerden ayıran, örgütün iç ve dış ilişki ve iletişimini şekillendiren, yön veren, bunlarla uyumunu sağlayan, örgüt içerisinde birlik ve beraberliği temin eden, bireylerin iş yapma yöntemini belirleyen ve bireyler arasında nakledilen inançlar, değerler, davranışlar ve alışkanlıklardan oluşan temel

sayılılar, hikayeler, mitler, semboller ve uygulamaların toplamı” olarak tanımlanmaktadır (Avcı, 2016: 46). Bu tanıma göre örgüt kültürü, örgüt içerisinde gözlenebilen veya gözlenemeyen unsurlardan oluşmaktadır. Bu temel unsurlar;

Değerler: Kültürün en önemli ögesini oluşturan değerler, mevcut bir durumu başka bir duruma tercih etmek olarak tanımlanmaktadır. Değerler, örgüt kültürünün gözle görülmeyen, öznel, içsel yönünü oluşturmakta olup, işletme ile ilgili sorunların çözümünde makul ve uygun olarak kabul edilen çözüm biçimini göstermektedir. Değerler, örgütteki bireyler tarafından oluturulmakta ve örgüt içerisinde yaşatılmaktadır. Dolayısıyla, en üst yönetimden en alt yönetime kadar kimlik dıygusunu taşımaktadır. Ayrıca, değerler bireylerin yaptıkları işleri ile ilgili kendilerini daha özel hissetmelerini sağlamaktadır (Akan ve Kanık, 2018: 660; Tanrıöğen vd., 2014: 173).

Normlar: Normlar, toplumsal yaşamın her alanı ile ilgili olup, bireylerin belirli bir durumda nasıl hareket etmeleri gerektiğini belirleyen, yaptırımlarla desteklenen, yazılı ya da yazılı olmayan kurallar bütünüdür ifade etmektedir (Gülova ve Demirsoy, 2012: 53). Dolayısıyla, normlar hangi davranışın/davranışların doğru ya da hangi davranışın/davranışların yanlış olduğunun ayrımını ifade etmektedir (Korkmaz, Aydemir ve Uysal, 2017: 64). Normlar, genellikle değerlerin bir yansıması olup, bir grubun tüm uyeleri tarafından paylaşılmaktadır. Normlar, örgüt içerisinde uyulması gereken kuralları ifade etmekte ve çalışanların örgüte ilişkin tutumlarını ve sorumluluklarını yaptırımlarla düzenlemektedir (Gülova ve Demirsoy, 2012: 53).

İnançlar: İnançlar, bireylerin sosyal gerçekleri nasıl anladığını ve bunları nasıl yorumladığını ifade etmektedir. İnançların oluşumunda bireysel ve toplumsal özellikler ön plana çıkmaktadır. Bireylerin içinde yaşadığı toplumdan edindikleri inançlar, örgütteki davranışlarını ve örgüt içindeki ilişkilerini etkilemektedir (Akan ve Kanık, 2018: 660).

Törenler: Törenler, özel günlerde örgütteki bireyleri rutin olarak bir araya getiren faaliyetler bütünüdür (Korkmaz, Aydemir ve Uysal, 2017: 64). İşletmelerin kuruluş yıldönümleri, yılbaşı, bayramlar gibi özel günlerde düzenlenen kutlamalar ile işletmeden emekli olan ya da işletmede başarı kazanan çalışanlar için yapılan kutlamalar gibi seromoniler törenleri oluşturmaktadır (Gülova ve Demirsoy, 2012: 53).

Hikayeler ve Mitler: Hikayeler, gerçek olaylara dayanmakta olup, çalışanların daha önce dinlediği ve bizzat tanık olduğu geçmişteki olay-

ları ifade etmektedir (Özkalp ve Kirel, 2013: 187). İşletme çalışanları tarafından, işletmeye yeni giren çalışanların bilgilendirilmesi için aktarılan yaşanmış anlatılardır Mitler, gerçekleşmesi mümkün olan faaliyetlerin çerçevesini belirlemekte, örgüt kültürünün amaçlarını, başlangıcını ve devamlılığını açıklamaktadır. (Gülova ve Demirsoy, 2012: 53).

Kahramanlar: Kahramanlar, işletmenin geçmişinde işletmede çok yararlı hizmetlerde bulunmuş ve bu hizmetleri nedeniyle devleşmiş, örgütü zafere ulaştırmış kişilerdir. Bu kişiler, işletmede takdir edilen özellikleri sergileyen kişilerdir. İşletmeye yeni katılan çalışanlar, işletme ile ilgili bir çok değeri, bu kişiler hakkında anlatılan hikayelerden öğrenmektedirler (Tanrıöğen vd., 2014: 173).

Semboller: Semboller, örgüt için özel anlam ifade eden “şeyler”dir. Örgütte, ortak bir düşüncenin, davranışın ve tutumun geliştirilmesini sağlayan ve örgüt üyelerini birbirine bağlayan bir çeşit iletişim araçlarıdır. Örnek olarak; örgütün sloganını, amblemini, rozetini, üniformasını ve örgütün logosunu taşıyan tişört, saat, fincan, bardak, şapka, saat gibi nesneler sembolleri oluşturmaktadır. Bu nesneler, çalışanlara örgüte ait olduklarını hissettirmekte ve ortak değerlerin oluşmasını sağlamaktadır (Gülova ve Demirsoy, 2012: 53).

Örgüt içerisinde gözlenebilen veya gözlenemeyen bu temel unsurları yerine getiren örgütler güçlü örgüt kültür yapısına sahiptirler. Güçlü bir örgüt kültürü hem örgüte hem de çalışanlara bir takım yararlar sağlamaktadır. Bu yararlar; çalışanların örgütün amaçlarını, değerlerini, inançlarını ve normlarını anlamalarına ve dolayısıyla çalışanların kendilerinden beklenenleri daha iyi anlamalarına yardımcı olmaktadır. Bu durum hem örgüt içi iletişimin hem de çalışanlar arasındaki ilişkilerin düzenlenmesine ve örgütlerde çeşitli nedenlerden dolayı çıkabilecek çatışmaların önlenmesine ya da azalmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, çalışanların iş tatminlerinin ve duygusal olarak bağlılıklarının artması, örgüt ile kendilerini bütünleştirmelerine, örgütlerin temel değer ve dinamiklerine uygun yeni yöneticilerin yetiştirilmesine, işletmenin tüketiciler tarafından tanınmasına, marka imajı yaratılmasına vb. olumlu etkilere neden olmaktadır (Rızaoğlu ve Ayyıldız, 2008: 9).

Örgüt kültürü unsurları kooperatif işletmeler açısından değerlendirildiğinde, kooperatif işletmelerin inançlarını, normlarını, değerlerini ve sayılıtlarını kooperatifçilik değerleri ve ilkeleri oluşturmaktadır. İngiltere’de ilk kooperatifçilik fikrini ortaya koyan Robert Owen, dünyada ilk kooperatif denemesini gerçekleştiren Rochdale Öncüleri, ülkemizde ilk kooperatif benzeri örgütleri kuran Ahi Evran ve Mithat Paşa, ilk mo-

dern kooperatiflerin kurulmasını sağlayan M. Kemal Atatürk kooperatif işletmelerin kahramanlarını oluşturmaktadırlar. Bu kahramanların, kooperatif işletmeleri kurarken neler yaşadıkları/hikâyeleri, ülkemizdeki her kooperatifin kendine ait bir logosunun olması, kooperatifçilik haftasının kutlanması ve bu kutlamalarda yapılan konuşmalar vb. unsurlar kooperatif işletmelerinin kültür yapılarını oluşturmaktadır (Erdal, 2010: 49).

3. Duygusal Bağlılık ve İşte Kalma Niyeti

Örgütsel bağlılık, çalışanların çalıştığı işletme ile olan bağının gücünü ifade etmektedir (Zeynel ve Çarıkçı, 2015: 219). Diğer bir ifade ile örgütsel bağlılık, çalışanların işletme ile kurduğu bağın ve kendilerini işletmenin bir parçası olarak hissetmelerinin derecesidir (Turunç ve Arık, 2016: 115). Örgütsel bağlılık, çalışanların çalıştıkları işletmeye karşı tutumunu ifade etmektedir (Sarinah vd., 2018: 30). Literatürde en çok kabul gören Meyer ve Allen (1991: 67) tarafından yapılan tanıma göre örgütsel bağlılık “bireylerin örgütle var olan ilişkilerine yön veren ve örgütte kalma kararlarını etkileyen psikolojik bir durumdur” (Aktaran: Turunç ve Arık, 2016: 116). Meyer ve Allen (1991) örgütsel bağlılığın duygusal bağlılık, devamlılık bağlılığı ve normatif bağlılık şeklinde üç boyutlu olduğunu ifade etmişlerdir. Duygusal bağlılık, çalışanın örgüte olan duygusal bağlılığını, örgütle özdeşleşmesini ve örgüte dahil olmasını ifade etmektedir. Devamlılık bağlılığı, çalışanın örgütten ayrıldığında uğrayacağı maliyetlerin farkında olmasını ifade etmektedir. Bu nedenle, çalışanlar örgütten ayrılmak istememekte ve örgütte kalmaya devam etmektedirler. Normatif bağlılık, çalışanın örgütte bir zorunluluktan dolayı kaldığını ifade etmektedir (Meyer ve Allen, 1991: 67). Örgütsel bağlılığı açıklayan bu üç boyuttan en güçlü olumlu iş davranışlarını ortaya koyan boyut, duygusal bağlılık boyutudur. İşletmeler, çalışanlarda en yüksek duygusal bağlılığın olmasını tercih etmektedirler. Çünkü duygusal bağlılığı yüksek olan çalışanlar işletmede istedikleri için kalmaktadır. Olumlu iş davranışlarını en az ortaya koyan boyut ise devamlılık bağlılığı boyutudur. İşletmeler, çalışanlarda devamlılık bağlılığının en az olmasını tercih etmektedirler (Cihangiroğlu vd., 2015: 44).

Duygusal bağlılık, çalışanların duygusal olarak örgüte bağlanmalarını, örgütü ailelerinin bir parçası olarak görmelerini, örgütle özdeşleşmelerini ve kendi istekleri doğrultusunda duygusal olarak örgütte kalmalarını ifade etmektedir (Özutku, 2008: 83). Duygusal bağlılık, çalışanların sadece örgüte pasif olarak itaat etmelerini ifade etmemekte,

bunun yanında çalışanların örgütün daha iyi olabilmesi için kendileriyle ilgili, bir takım fedakârlıklar yapmaya razı olmalarını da ifade etmektedir (Gürbüz, 2006: 55). Güçlü bir duygusal bağlılığa sahip çalışanlar, örgütte kendi istedikleri için kalmakta ve kendi istedikleri için örgütte çalışmaya devam etmekte (Meyer ve Allen, 1991: 67), örgütün amaçlarını, değerlerini ve hedeflerini kendi değerleri, amaçları ve hedefleri olarak benimsemekte, kendilerini örgütün bir parçası olarak görmekte, kendilerini örgüt ile özdeşleştirmektedirler. Ayrıca, çalışanlar örgütün çıkarları için yüksek çaba göstermekte, işle ilgili faaliyetlere daha fazla katılma isteğinde bulunmakta, çalışanlar birbirlerine kenetlenerek aralarında “biz” anlayışı geliştirmekte (Korkmazer ve Saydan, 2018: 548), çalışanlar ekonomik nedenleri görmezden gelerek sadece işletmenin temsil ettiği değerlerini ve misyonunu gerçekleştirmesinde yardımları olacağını düşünerek örgütte kalmaya devam etmektedirler (Turunç ve Arık, 2016: 116).

İşte kalma niyeti, çalışanların örgüte ya da örgütteki üst yönetici/yöneticilere karşı gösterdiği duygusal tepkilerin yansıması sonucunda örgütte çalışmaya ve yaptığı işe devam isteği olarak tanımlanmaktadır (İnce vd., 2020: 241). Çalışanlar, örgütün bir üyesi olarak verdikleri hizmete karşılık örgütten de karşılık beklemektedirler. Eğer çalışan bir kişi sunduğu hizmete karşılık, örgütün de onun beklenti ve isteklerini karşıladığını/karşılayacağını algıladığında örgütte kalmaya devam edecektir. Dolayısıyla, çalışan için beklenti ve isteklerin karşılanması kadar, bunların gelecekte karşılanacağına dair algı düzeyinin de oluşması çalışanın örgütte kalma kararını olumlu yönde etkileyecektir (Karadeniz, 2010: 137; Serinikli, 2019: 383). Örneğin; işletmeye bağlılık duyan çalışanların işletmede kalma adına işletmeden iyi bir maaş, ikramiye, iyi çalışma koşulları, iş güvenliği, yetenek ve yaratıcılıklarını ortaya çıkarabilme olanağı, değer görme, saygınlık kazanma, yükselme imkanı, emeklilik hakkı gibi beklenti ve istekleri olmaktadır (Zedef, 2017: 44). Bu beklenti ve isteklerin örgüt tarafından karşılandığını algılayan çalışanlar örgütte kalmaya devam edeceklerdir.

4. Literatürde Yapılmış Benzer Çalışmalar

Örgüt kültürü ile demografik özellikler arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmaların bazılarında ilişki saptanırken, bazı araştırmalarda ise herhangi bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır. Akbaş (2019: 81-83) yaptığı çalışmada, hastane çalışanlarının örgüt kültürü algıları ile cinsiyetleri ve yaş grupları arasında farklılık olduğunu saptamıştır. Avcı (2016: 54) öğretmenlere yönelik yaptığı çalışmada, öğretmenlerin örgüt kül-

türü algıları cinsiyete ve çalışma süresine göre farklılık olmadığını saptamıştır. Çalışmanın başka bir sonucuna göre ise, öğretmenlerin örgüt kültürü algıları ile eğitim düzeyleri arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Aydın vd. (2016: 30) hastane çalışanlarına yönelik yaptığı çalışmada çalışanların örgüt kültürü algıları ile cinsiyetleri, eğitim düzeyleri ve çalışma süreleri arasında farklılık olduğunu, diğer taraftan yaş grupları arasında farklılık olmadığını tespit etmişlerdir. Korkut ve Hacıfazlıoğlu (2011: 146-147) tarafından yapılan çalışmada çalışanların örgüt kültürü algıları ile eğitim düzeyleri arasında farklılık olduğu, çalışma süreleri ile farklılık olmadığı tespit etmiştir. Karabıyık (2019: 55) yaptığı çalışmasında çalışanların örgüt kültürü algıları ile çalışma süreleri arasında farklılık olduğunu tespit etmiştir. Çidem (2016) mutfak çalışanlarının örgüt kültürü algıları ve yaratıcılıklarını tespit etmek için yaptığı çalışmada mutfak çalışanların örgüt kültürü algıları cinsiyetlerine, yaş gruplarına ve görev pozisyonlarına göre farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Yapılan çalışmalar doğrultusunda çalışmanın örgüt kültürü algıları ile demografik faktörlere ilişkin hipotezleri aşağıdaki gibidir.

H1a: Çalışanların örgüt kültürü algıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1b: Çalışanların örgüt kültürü algıları yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H1c: Çalışanların örgüt kültürü algıları eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H1d: Çalışanların örgüt kültürü algıları görev pozisyonlarına göre farklılık göstermektedir.

H1e: Çalışanların örgüt kültürü algıları çalışma sürelerine göre farklılık göstermektedir.

Örgütsel bağlılık ile cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve çalışma süreleri arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok araştırma yapılmış olup, yapılan araştırmalarda farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Bazı çalışmalarda çalışanların duygusal bağlılıkları ile demografik özellikleri arasında herhangi bir fark bulunamamıştır (Tayfun vd., 2008: 4). Diğer taraftan literatürdeki bazı çalışmalarda çalışanların duygusal bağlılıkları ile demografik özellikleri arasında fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gülova ve Demirosoy (2012: 72) yaptıkları çalışmalarında, çalışanların duygusal bağlılık düzeyleri erkeklerin kadınlardan daha yüksek olduğu bulunmuştur. Aynı şekilde, çalışanların eğitim durumu ile duygusal bağlılıkları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmışlardır. Özcan (2011) kamu

ve özel banka çalışanlarına yönelik yaptığı çalışmasında örgüt kültür algıları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin özel banka ve kamu banka çalışanları arasında farklılığını test etmeyi amaçlamıştır. Yaptığı çalışmanın sonucunda, örgüt kültürü ile örgütsel bağlılık arasında ilişkinin var olduğu ve kamu ve özel banka çalışanları arasında hem örgüt kültürü algılarının hem de örgütsel bağlılıklarının farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Araştırmanın diğer bir sonucuna göre, kamu ve özel banka çalışanlarının ünvanları ile duygusal bağlılıkları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Tutar (2007: 113) sağlık çalışanlarına yönelik yaptığı çalışmasında ve Qureshi vd., (2012: 70) kamu ve özel sektörde farklı departmanlarda çalışan bireylere yönelik yaptıkları çalışmalarında erkek çalışanların duygusal bağlılık düzeylerinin kadın çalışanlardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Demirörs (2019: 74) Y kuşağı bilişim sektörü çalışanları üzerine yaptığı çalışmasında, çalışanların duygusal bağlılık düzeyinin kadın çalışanlarda daha yüksek olduğunu saptamıştır. Farklı sektörlerde çalışan bireylere yönelik yapılan çalışmalarda çalışanların duygusal bağlılık düzeyinin yaşa göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (Baysal ve Paksoy, 1999: 11; Köybaşı vd., 2017: 6). Daha önce yapılmış olan çalışmalardan yola çıkarak çalışanların duygusal bağlılıkları ile demografik faktörlere ilişkin araştırmanın hipotezleri;

H1f: Çalışanların duygusal bağlılık düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1g: Çalışanların duygusal bağlılık düzeyleri yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H1h: Çalışanların duygusal bağlılık düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H1i: Çalışanların duygusal bağlılık düzeyleri görev pozisyonlarına göre farklılık göstermektedir.

H1j: Çalışanların duygusal bağlılık düzeyleri çalışma sürelerine göre farklılık göstermektedir.

Çalışanların işte kalma niyetleri ile demografik özellikler arasında bir ilişki bulunmaktadır. Karadeniz (2010: 161-162) Abant İzzet Baysal Üniversitesi Rektörlüğüne bağlı idari personele yönelik yaptığı çalışmada, çalışanların örgütte kalma niyetleri ile cinsiyetleri ve yaşları arasında farklılık olmadığı, ancak çalışanların örgütte kalma niyetleri ile eğitim durumu ve çalışma süreleri arasında farklılık olduğu saptanmıştır. Çalışkan (2010: 76-77) otel çalışanlarına yönelik yaptığı çalışmada,

çalışanların işte kalma niyetleri ile eğitim düzeyleri arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalardan çalışanların işte kalma niyetleri ile demografik özellikler arasındaki farklarını gösteren hipotezler aşağıdaki gibidir.

H1k: Çalışanların işte kalma niyeti düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H1l: Çalışanların işte kalma niyeti düzeyleri yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.

H1m: Çalışanların işte kalma niyeti düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H1n: Çalışanların işte kalma niyeti düzeyleri görev pozisyonlarına göre farklılık göstermektedir.

H1o: Çalışanların işte kalma niyeti düzeyleri çalışma sürelerine göre farklılık göstermektedir.

5. Araştırmanın Yöntemi

5.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini Türkiye’de faaliyet gösteren tarım dışı kooperatif üst birliğine bağlı birim kooperatif çalışanları oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında amaçlı (yargısal) örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Amaçlı örnekleme “araştırmanın kendi kişisel gözlemlemeden hareket ederek araştırma sorunsalına uygun geldiğini düşündüğü belirli özellikleri taşıyan deneklerin seçildiği örnekleme” denir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 237). Araştırmanın konusunu oluşturan birim kooperatifler 64 ilde faaliyet göstermektedirler. 64 ilde faaliyet gösteren birim kooperatiften, 27 ilde faaliyet gösteren birim kooperatif çalışanlarından geri dönüş olmuştur. Covid 19 salgını nedeniyle birim kooperatiflerde vardiyalı çalışma gerçekleştirildiği için toplamda 185 kişiyle anket yapılmış olup, araştırmanın örnekleme 185 kişiden oluşmaktadır.

Araştırmaya katılanların cinsiyeti bakımından %44,3’ü (n=82) kadın ve %55,7’si (n=103) erkek; yaş dağılımı bakımından %42,2’si (n=78) 31-40 yaş aralığında, %25,4’ü (n=47) 20-30 yaş aralığında, %18,4’ü (n=34) 41-50 yaş aralığında ve %14,1’i (n=26) 51 ve üzeri yaş aralığında; eğitim düzeyi bakımından %37,3’ü (n=69) lisans, %30,8’i (n=57) lise, %26,5’i (n=49) önlisans (genelde kooperatifçilik program mezunu), %3,8’i (n=7) ortaöğretim ve %1,6’sı (n=3) lisans üstü mezunu; görevleri bakımından %48,1’i (n=89) personel, %30,8’i (n=57) müdür, %21,1’i (n=39) muhasebeci; çalışma süreleri bakımından %31,4’ü (n=58) 0-5 yıl,

%30,3'ü (n=56) 6-10 yıl, %15,1'i (n=28) 11-15 yıl, %9,7'si (n=18) 21- 25, %7,6'sı (n=14) 16-20 yıl ve %5,9'u (n=11) 21 yıl üzeri arasında çalıştıkları tespit edilmiştir.

5.2. Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Araştırmada Kullanılan Analizler

Araştırmada nicel veri toplama aracı olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Mevcut araştırma için 21-10-2020 tarihli etik kurul raporu alınmıştır. Anketler, araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen kooperative çalışanları ile yüzyüze ve internet üzerinden 26-10-2020 ile 03-02-2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Anket formu demografik sorular ve beşli likert ifadelerinden oluşan (5-tamamen katılıyorum, 1-kesinlikle katılmıyorum) örgüt kültürü anketi, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti ölçekleri bulunmaktadır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 20.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Örgüt kültürü algısı anketi, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti ölçeklerinin yapısal geçerliliğini test etmek için keşfedici faktör analizi (KFA) ve ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek için Cronbach Alpha testi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için Kolmogorov-Smirnov testi yapılmıştır. Bu test sonucunda verilerin normal dağılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum verilerin analizinde non-parametrik testlerin kullanılmasını gerektirmektedir. Çalışanların örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin cinsiyet, yaş, eğitim ve çalışma sürelerine göre, farklılık gösterip göstermediğini saptamak amacıyla non-parametrik testler olan Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır (Gülbüz ve Şahin, 2014: 237).

Örgüt kültürü anketi: Özcan, 2011 yılında yaptığı çalışmasında literatürdeki farklı örgüt kültürü ölçeklerinden yararlanarak, 18 ifadeli örgüt kültürü anketini oluşturmuştur. Mevcut araştırmada, Özcan'ın geliştirdiği ve araştırmada kullandığı 18 maddelik anket formundan yararlanılmıştır (Özcan, 2011). Anket sonucunda elde edilen verilere yapılan KFA'nin sonucunda madde 10'nun faktör yükünün 0,50'nin altında olması nedeniyle anketten çıkarılmış ve tekrar KFA'i yapılmıştır. Analiz sonucunda, KMO örneklem yeterlilik değerinin 0,919 ve Bartlett küresellik Testinin ($\chi^2(136): 1949,548$ $p<0.000$) anlamlı olduğu saptanmış olup, buna göre verilerin faktör analizi yapmak için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen faktör ile toplam varyansın %51,069'u açıklanmış ve maddelerin faktör yükleri 0,518-0,820 arasında olduğu saptanmıştır. Mevcut araştırmada, ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik

katsayısı 0,932 olarak bulunmuştur. Bu değere göre, anketin güvenilirliği yüksektir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 158).

Duygusal bağlılık ölçeği: Meyer ve Allen (1990) tarafından geliştirilmiş ve Karadeniz tarafından Türkçeye çevirilip kullanılmıştır. Mevcut araştırmada, örgütsel bağlılık ölçeğindeki duygusal bağlılık boyutuna ait ifadeler kullanılmıştır (Karadeniz, 2010). Yapılan araştırmada, örgütsel bağlılık ölçeğinin duygusal bağlılık boyutuna ait verilerin KMO örneklem yeterlilik değerinin 0,865 olduğu ve Bartlett küresellik Testinin ($\chi^2(15): 506,132$ $p<0.000$) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, veriler faktör analizi yapmak için oldukça uygundur. Elde edilen faktör ile toplam varyansın %60,813'ü açıklanmıştır. Duygusal bağlılık boyutuna ait ifadelerin faktör yükleri 0,705-0,860 olduğu saptanmıştır. Araştırmada Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,851 olarak bulunmuş olup, ölçek verilerinin güvenilirliği yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2014: 158).

İşte kalma niyeti ölçeği: Araştırmada, Gellatly, Meyer ve Luchak (2006) tarafından geliştirilmiş ve Karadeniz (2010) tarafından Türkçeye çevrilip kullanılmış üç ifadeli bir ölçek kullanılmıştır (Karadeniz, 2010). Anket sonucunda elde edilen verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek için yapılan KFA'î sonucunda KMO örneklem yeterlilik değerinin 0,718 olduğu ve Bartlett küresellik Testi sonucunun ($\chi^2(3): 272,040$ $p<0.000$) anlamlı olduğu belirlenmiştir. Buna göre, ölçeğe ait veriler faktör analizinin yapılması için uygundur. Elde edilen faktör ile toplam varyansın %78,691'ini açıklandığı görülmüştür. İşte kalma niyeti ölçeğine ilişkin ifadelerin faktör yüklerinin 0,849-0,909 arasında olduğu saptanmıştır. Bu araştırmada ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,849 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 158).

5.3. Araştırma Bulguları

Çalışanların örgüt kültürü algısı, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için uygulanan Mann-Whitney U Testi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Elde edilen verilere göre, çalışanların örgüt kültürü algıları ($U=3937,500$, $p>0,05$), duygusal bağlılık ($U=3767,500$, $p>0,05$) ve işte kalma niyeti ($U=4064,500$, $p>0,05$) düzeyleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak farklılık testlerine ilişkin H_{1a} , H_{1f} ve H_{1k} hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 1. Kooperatif Çalışanların Örgüt Kültürüne, Duygusal Bağlılığa ve İşte Kalma Niyetine İlişkin Algılarının Cinsiyete Göre Değişimini Gösteren Mann - Whitney U Testi Sonuçları

Değişkenler	Cinsiyet	Frekans	Sıra Ortalaması	Mann-Whitney U Değeri	Anlamlılık Değeri (p)
Örgüt Kültürü	Kadın	82	89,52	3937,500	0,429
	Erkek	103	95,77		
Duygusal Bağlılık	Kadın	82	87,45	3767,500	0,196
	Erkek	103	97,42		
İşte Kalma Niyeti	Kadın	82	91,07	4064,500	0,622
	Erkek	103	94,54		

Yaş, eğitim durumu, görev pozisyonu ve çalışma sürelerine göre kooperatif çalışanlarının örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için Kruskal-Wallis H analizi yapılmıştır (Tablo 2, 3, 4 ve 5).

Ankete katılan çalışanların örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeyleri yaş gruplarına göre farklılık olup olmadığını gösteren sonuçlara göre, p değerlerinin 0,05'den yüksek çıktığı gözlenmiştir. Buna göre, sözkonusu değişkenlerin çalışanların yaş gruplarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık göstermediği saptanmıştır (Tablo 2). Buna göre H1b, H1g ve H1l hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 2. Kooperatif Çalışanların Örgüt Kültürüne, Duygusal Bağlılığa ve İşte Kalma Niyetine İlişkin Algılarının Yaş Gruplarına Göre Değişimini Gösteren Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

	Yaş	Frekans	Sıra Ortalaması	X ²	df	Anlamlılık Değeri (p)
Örgüt Kültürü	20-30	47	91,33	1,621	3	0,655
	31-40	78	94,88			
	41-50	34	84,59			
	51 ve üzeri	26	101,37			
Duygusal Bağlılık	20-30	47	82,55	3,702	3	0,296
	31-40	78	96,29			
	41-50	34	90,54			
	51 ve üzeri	26	105,23			
İşte Kalma Niyeti	20-30	47	96,16	0,437	3	0,932
	31-40	78	93,15			
	41-50	34	89,24			
	51 ve üzeri	26	91,77			

Katılımcı çalışanların örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin eğitim durumlarına göre farklılık olup olmadığı Tablo 3’de verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi araştırma sonucundan elde edilen verilere göre p değerleri 0,05’den yüksek çıkmıştır. Buna göre, kooperatif çalışanlarının örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeyleri eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 3). Buna göre H1c, H1h ve H1m hipotezleri desteklenmemiştir. Eğitim düzeylerinin farklı olması, kooperatif çalışanlarının kooperatif kültürü algıları, kooperatife gönüllü olarak bağlanmaları ve kooperatifte kalma düşünceleri benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Tablo 3. Kooperatif Çalışanların Örgüt Kültürüne, Duygusal Bağlılığa ve İşte Kalma Niyetine İlişkin Algılarının Eğitim Durumlarına Göre Değişimini Gösteren Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları

	Eğitim	Frekans	Sıra Ortalaması	X ²	df	Anlamlılık Değeri (p)
Örgüt Kültürü	Ortaöğretim	7	110,86	2,027	3	0,567
	Lise	57	92,11			
	Ön Lisans	49	95,76			
	Lisans	69	86,01			
Duygusal Bağlılık	Ortaöğretim	7	107,86	1,189	3	0,756
	Lise	57	94,48			
	Ön Lisans	49	89,91			
	Lisans	69	88,51			
İşte Kalma Niyeti	Ortaöğretim	7	83,50	1,175	3	0,759
	Lise	57	96,76			
	Ön Lisans	49	90,07			
	Lisans	69	88,98			

Elde edilen veriler doğrultusunda p değerleri 0,05’ten yüksek çıkmıştır (Tablo 4). Buna göre, kooperatif çalışanlarının örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeyleri görev pozisyonlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir (Tablo 4). Buna göre, H1d, H1i ve H1n hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 4. Kooperatif Çalışanların Örgüt Kültürüne, Duygusal Bağlılığa ve İşte Kalma Niyetine İlişkin Algılarının Görev Pozisyonlarına Göre Değişimini Gösteren Kruskal-Wallis H Analizi Sonuçları

	Görev	Frekans	Sıra Ortalaması	X ²	df	Anlamlılık Değeri (p)
Örgüt Kültürü	Müdür	57	86,13	1,399	3	0,497
	Muhasebeci	39	97,47			
	Personel	89	95,44			
Duygusal Bağlılık	Müdür	57	88,54	0,635	3	0,728
	Muhasebeci	39	93,71			
	Personel	89	95,54			
İşte Kalma Niyeti	Müdür	57	80,82	5,941	3	0,051
	Muhasebeci	39	103,14			
	Personel	89	96,36			

Kooperatif çalışanların örgüt kültürü algılarının, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin çalışma sürelerine göre farklılığını test etmek için yapılan Kruskal-Wallis H analizi sonuçlarına göre p değerleri 0,05'ten yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonuca göre kooperatif çalışanlarının örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık düzeyleri ve işte kalma niyeti düzeyleri çalışma sürelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir (Tablo 5). Buna göre, H1e, H1j ve H1o hipotezleri desteklenmemiştir. Dolayısıyla, kooperatif çalışanları farklı çalışma yıllarına sahip olsalar da örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Tablo 5. Kooperatif Çalışanların Örgüt Kültürüne, Duygusal Bağlılığa ve İşte Kalma Niyetine İlişkin Algılarının Çalışma Süreleri Göre Değişimini Gösteren Kruskal-Wallis H Analizi Sonuçları

	Çalışma Süreleri	Frekans	Sıralama Ortalaması	X ²	df	Anlamlılık Değeri (p)
Örgüt Kültürü	0-5 yıl	58	89,40	5,834	5	0,323
	6-10 yıl	56	93,57			
	11-15 yıl	28	105,88			
	16 ve 20	14	97,04			
	21-25 yıl	18	70,92			
	25 ve üzeri yıl	11	107,32			

Duygusal Bağlılık	0-5 yıl	58	89,07	9,680	5	0,085
	6-10 yıl	56	88,13			
	11-15 yıl	28	100,71			
	16 ve 20	14	127,32			
	21-25 yıl	18	86,39			
	25 ve üzeri yıl	11	102,41			
İşte Kalma Niyeti	0-5 yıl	58	94,39	6,808	5	0,235
	6-10 yıl	56	89,07			
	11-15 yıl	28	100,64			
	16 ve 20	14	115,36			
	21-25 yıl	18	75,92			
	25 ve üzeri yıl	11	85,73			

SONUÇ VE TARTIŞMA

Örgüt kültürü, örgütlerin yaşaması ve gelişmesi için son derece önemli olup, örgüt üyeleri tarafından iyi anlaşılmış ve kavramlaştırılmış olması gerekmektedir. Ancak o zaman diğer örgütlere karşı daha avantajlı duruma gelebilecektir (Savaş, 2006: 32). Her işletmenin kendine ait ve onu diğer işletmelerden ayıran baskın bir örgüt kültürü anlayışı vardır. Bu anlayış, işletmedeki her üye tarafından benimsenmelidir. Böylece, işletmeye yeni katılan her üye, bu kuralları veya davranış biçimlerini benimseyecek bir oryantasyon devresi yaşayacaktır (Ören vd., 2005: 8). Bir örgüt kültürünün güçlü olması, o örgütteki yöneticilerin örgüt kültürünü ve bu kültürün çalışanlarının memnuniyeti ve bağlılığına olan etkisinin altında yatan boyutlarının tanımlanmasını gerektirmektedir (Akyürek vd., 2013: 56).

Çalışmada, kooperatif çalışanlarının örgüt kültürü algıları, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin bazı demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amaçlanmıştır.

Çalışanların örgüt kültürü algıları ile kadın çalışanlar ve erkek çalışanlar arasında farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, çalışanların örgüt kültür algıları, yaş, eğitim durumu ve çalışma sürelerine göre de farklılık olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla, farklı illerde faaliyet gösteren birim kooperatif çalışanları bağlı bulundukları bölge birliğinin kültür yapısını aynı olarak algılamış oldukları söylenebilir. Bu durum kooperatif açısından olumlu bir durum olup, çalışanların kooperatife bağlanmalarına ve işten ayrılmayı düşünmemelerine neden olabilir. Literatürde bu çalışmayı destekleyen çalışmalar mevcuttur. Arman ve Arpacı (2014), üniversitede çalışan akademik ve idari personele yönelik yaptıkları çalışmada ve Uçkun vd., (2013) üniversite rektörlüğünde çalışan idari personele yönelik yaptıkları çalışmada, çalışanların örgüt

kültürü ile cinsiyet, yaş, eğitim ve çalışma süreleri arasında bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Avcı (2016: 54) öğretmenlere yönelik yaptığı çalışmada, çalışanların örgüt kültürü algısı ile cinsiyet, eğitim durumu ve çalışma süreleri arasında farklılık bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır. Savaş (2006: 80) çini seramik sanayi çalışanlarına yönelik yaptığı çalışmada cinsiyet, yaş ve eğitim durumuna göre farklılık olmadığını saptanmıştır.

Araştırmada, çalışanların duygusal bağlılık düzeyleri ile cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve çalışma süreleri arasında farklılık olmadığı saptanmıştır. Dolayısıyla, birim kooperatif çalışanlarının duygusal bağlılık düzeyleri birbirine benzerlik gösterdiği söylenebilir. Bu durum kooperatif açısından olumlu bir durumun göstergesidir. Daha önce yapılan çalışmalar bu çalışmayı desteklemektedir. Akça ve Deveci (2017: 251) sağlık çalışanlarına yönelik yaptıkları çalışmada çalışanların duygusal bağlılıkları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığını, Özutku (2008: 91) Türk Silahlı Kuvvetlerine ait fabrikada ki çalışanlara yönelik yaptığı çalışmada çalışanların duygusal bağlılıkları ile yaşları arasında farklılığın olmadığını, Köybaşı vd., (2017: 11) lise öğretmenlerine yönelik yaptıkları çalışmada duygusal bağlılık ile çalışma süreleri arasında bir farklılığın olmadığını tespit etmişlerdir. Boz ve Özkan (2017: 1049) otel çalışanlarına ve Sharma ve Sinha (2015: 83) akademik personele yönelik yaptıkları çalışmalarında, çalışanların cinsiyetlerine göre duygusal bağlılık düzeylerinde farklılık olmadığı bulunmuştur. Arman ve Arpacı (2014), akademik ve idari personele, Uçkun vd., (2013), Kocaeli üniversitesi rektörlüğünde çalışan idari personele ve Zehra vd., (2017: 47) kamu ve özel hastanelerde çalışan doktorlara yönelik yapılan araştırmalarda duygusal bağlılık düzeylerinin yaşa göre farklılık göstermediği saptanmıştır.

Araştırmanın diğer bir sonucu, çalışanların işte kalma niyeti düzeyi ile cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve çalışma sürelerine göre farklılık göstermediği gözlenmiştir. Karadeniz (2010) tarafından yapılan çalışmada, çalışanların örgütte kalma niyetleri ile cinsiyet, yaş ve görev pozisyonları arasında bir fark olmadığı, ancak çalışanların örgütte kalma niyetleri ile eğitim durumu ve çalışma süreleri arasında anlamlı bir fark olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Karadeniz, 2010: 161-162). Mevcut araştırmanın sonucu ile kısmen benzerlik göstermektedir.

Kooperatif çalışanlarının örgüt kültürü, duygusal bağlılık ve işte kalma niyeti düzeylerinin cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve çalışma sürelerine göre farklılık olmamasının nedeni, birim kooperatiften merkez

birliklerine kadar tüm kooperatiflerin faaliyetlerini kooperatif değerlerine, uluslararası kooperatifçilik ilkelerine, 1163 sayılı Kooperatifler Kanununa ve anasözleşmelerine uygun bir şekilde gerçekleştirmelerinden kaynaklandığı söylenebilir. Dolayısıyla araştırmaya konu olan farklı illerde faaliyet gösteren birim kooperatif çalışanlarının, kooperatifçilik ilke ve değerlerini benimsendiği, kooperatif yönetimi ve idare amirleri tarafından çalışanlara aynı derecede önem verildiği söylenebilir. Kooperatiflerde hem ortakların bağlılığı hem de çalışanların bağlılığı kooperatiflerin başarısı için oldukça önemlidir. Bu nedenle, kooperatiflerin, çalışanlarına kooperatif kültürünü doğru bir şekilde aktarması, onların bağlılık ve kooperatifte kalma düzeylerini yükseltmesi için çaba harcaması gerekmektedir.

Çalışmanın sınırlılıkları, çalışmanın sadece çalışanlara yönelik yapılmış olmasıdır. İleride yapılacak çalışmalarda, Türkiye’de ki tüm bölge birlik ve birliklere bağlı birim kooperatif çalışanları ile ortaklarına yönelik çalışma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acılar, A. (2009). İşletmelerde Bilgi Güvenliği ve Örgüt Kültürü”. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 25-33.
- Akan, M. ve Kanık, İ. (2018). Farklılıkların Yönetiminin Örgüt Kültürüne Olan Etkisi: İstanbul’da Faaliyet Gösteren Hizmet Sektöründeki Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17. UIK Special Issue, 657-674. DOI: 10.18092/ulikidince.431958
- Akbaş, M. (2019). *Psikolojik Sermaye İle Örgüt Kültürü Arasındaki İlişki: Özel, Kamu ve Vakıf Hastanelerinde Bir Karşılaştırma*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü İstanbul.
- Akça, S. ve Devebakan, N., (2017). Sağlık Kurumlarında Çalışanların Kurumda Kalma ya da Ayrılma Kararlarının Belirlenmesinde Örgütsel Bağlılığın Etkisi: İzmir İlinde Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 239-261.
- Akyürek, Ç. E., Toygar, Ş., A. ve Sene, T. (2013). Örgütsel Kültür ve Alt Kültürün Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 12(2), 55-61.
- Arman, M. ve Arpacı, Ö. Y. (2014). Öğretim Elemanları ve Çalışanların Örgüt Kültürüne İlişkin Algılamaları: Pamukkale Üniversitesi’nde Bir Araştırma. *Yeni Fikir Dergisi*, 5(2), 47-62.
- Avcı, A., (2016). Öğretmen Algılarına Göre Örgüt Kültürü. Ö. K. Tüfekçi, (Editör), *Sosyal Bilimlerde Stratejik Araştırmalar*, Germany: Lap Lambert Academic Publishing, s. 43-57.
- Aydın, Ö., Akın, D., Gönen Dede, F., Bilgili, M., E. ve Kaplan, D. (2016). Kamu Hastanesinde Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 2(1), 25-43.
- Barraud-Didier, V., Henninger, M. C. ve El Akremi, A. (2012). The Relationship Between Members’ Trust And Participation In Governance Of Cooperatives: The Role Of Organizational Commitment. *International Food And Agribusiness Management Review, International Food And Agribusiness Management Association*, 15(1), 1-24.
- Baysal, A. C. ve Paksoy, M., (1999). Mesleğe ve Örgüte Bağlılığın Çok Yönlü İncelenmesinde Meyer – Allen Modeli. *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 28(1), 7-15.
- Belias, D., ve Koustelios, A. (2014). Organizational Culture and Job Satisfaction: A Review. *International Review of Management and Marketing*, 4(2), 132-149.
- Benligiray, S. ve Sönmez, H., (2011). Hekimlerin ve Hemşirelerin Örgütsel Bağlılıklarını Artırmayı Sağlayan Faktörler. *İş Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(2), 49-64.

- Boz, M. ve Özkan, Ç., (2017). Örgütsel Bağlılık ve Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki: Otel İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma. *Social Science Studies*, 3, 1044-1055.
- Cihangiroğlu, N., Uzuntarla, Y. ve Özata, M. (2015). Otonomi ve Kararlara Katılımın Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinin Analizi. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F.* 6(12), 39-52.
- Çalışkan, O. (2010). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Boyutunun Personelin İş Tatminine ve İşte Kalma Niyetine Etkisi: Antalya Bölgesinde Yer Alan Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma*. (Basılmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Çidem, G. (2016), Mutfak Çalışanlarının Örgüt Kültürü Algıları ve Yaratıcılık Süreçleri Arasındaki İlişkiler: Kemer Bölgesi Örneği. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Demirörs, N. (2019). *Y Kuşağı Çalışanlarının Örgütsel Bağlılık Algıları: Bilişim Sektöründe Bir Araştırma*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Erdal, M. (2010). *Kooperatif İşletmelerde Örgüt Kültürü; Kooperatif ve Özel Sektör İşletmelerinde Örgüt Kültürünün Karşılaştırmalı Analizi*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Eroğlu, F. (2000). *Davranış Bilimleri*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 48-75.
- Gürbüz, S. Ve Şeşen, H. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Gülova, A. A. ve Demirsoy, Ö. (2012). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Hizmet Sektörü Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma. *Business And Economics Research Journal*, 3(3), 49-76.
- İnce, M. Yeşilkuş, F. ve Özbozkurt, O. B. (2020). İşe Bağlılığın İşte Kalma Niyeti Üzerindeki Etkisinde İş Gören Sessizliğin Aracılık Rolü. *Social Science Studies*, 8 (2), 238-256.
- Kaewboonchoo, O., Yingyuad, B., Rawiworrakul, T. ve Jinayon, A. (2014). Job Stress And Intent To Stay At Work Among Registered Female Nurses Working In Thai Hospitals. *J Occup Health*, 56, 93–99.
- Karabıyık, A. (2019). *Örgüt Kültürü Ve İş Tatmini Arasındaki İlişkisi Konya İlinde Bir Uygulama*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Karadeniz, D. (2010). *Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Ve Örgütte Kalma Niyeti Açısından İncelenmesi*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C. Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu.
- Korkmaz, O., Aydemir, S. ve Uysal, H. T. (2017). Örgütsel Özdeşleşme Üzerinde Örgüte Hâkim Kurum Kültürünün Etkisi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (12), 62-81.
- Korkmazer, F. ve Saydan, R. (2018). Kurumsal İtibar Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 542-561.
- Korkut, A. ve Hacıfazlıoğlu, Ö. (2011). Öğretmenlerin Okul Kültürünü Algılama Düzeyleri: Büyükçekmece Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 135-152.
- Köse, S., Tetik, S. ve Ercan, C. (2001). Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 7(1), 219-242.
- Köybaşı, F., Uğurlu, C. T. ve Ceylan, N., (2017). Okullarda Örgütsel Bağlılık Yaratın Bir Öncül Olarak İmaj. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34, 155-172.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
- Nergiz, G. H. (2015). *Otel Çalışanlarının Duygusalılıklarının Genel İş Tatminleri Ve İşte Kalma Niyetleri Üzerindeki Etkisi*. 23. Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi,, Bodrum.
- Ören, K., Erdem, B. ve Kaplan, M. (2005). Örgütsel Kültürün İşgücü Verimliliğine Etkisi. *Kamu-İş Dergisi*, 8(2), 1-21.
- Özcan, B. (2011). *Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Özel, N. (2014). İş Tatmini İş Güvencesi Ve Örgütsel Özdeşlik Algılarının Çalışanların İşte Kalma Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Bolu İmalat Sektör Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 24, 262-280. doi: 10.11611/JMER366
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2013). *Örgütsel Davranış* (6. Baskı). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Özutku, H. (2008). Örgüte Duygusal, Devamlılık ve Normatif Bağlılık İle İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 79-97.
- Pennaforte, A. ve Pretti, T. J. (2015). Developing conditions for co-op students' organizational commitment. *Asia-Pacific Journal Of Cooperative Education*, 16(1), 39-51.

- Polatcı, S. ve Cindiloğlu, M. (2013). Kişi-Örgüt Uyumunun Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Duygusal Bağlılığın Aracılık Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3), 299-318.
- Rızaoğlu, B. ve Ayyıldız, A. (2008). Konaklama İşletmelerinde Örgüt Kültürü Ve İş Tatmini: Didim Örneği, *Anatolia. Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 7-20.
- Riyanto, S., Yanti, R. R. ve Ali, H. (2017). The Effect Of Training And Organizational Commitment On Performance Of State University Of Jakarta Student Cooperative (KOPMA UNJ) Management". *Saudi Journal Of Humanities And Social Sciences*, 2(8), 611-620.
- Qureshi, M. I., Saleem, M. A., Basheer S., Salahuddin, H., Sheikh M. I. ve Saadat, U. R. (2012). Assessment Of Selected Factors On Organizational Commitment. *Gomal University Journal Of Research*, 28(2), 64-76.
- Sarinah, Akbar, M. ve Prasadja, R. (2018). The Effect Of Work Autonomy, Self-Efficacy And Work Engagement Towards Organizational Commitment. *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom*, 6 (2), 31-44.
- Savaş, G. (2006). *Örgüt Kültürü Ve Kütahya Altın Çini Seramik Sanayi A.S. Uygulaması*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Serinikli, N. (2019). Örgütsel Bağlılığının Çalışanların İşte Kalma Niyetine Etkisi: İş Tatmininin Aracılık Rolü. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 0(18), 377-399.
- Sharma, P. ve Sinha, V. (2015). The Influence Of Occupational Rank On Organizational Commitment Of Faculty Members. *Management*, 20(2), 71-91.
- Şahin, A. (2010). Örgüt Kültürü Türü-Yönetim İlişkisi Ve Yönetmelik Etkinlik. *Maliye Dergisi*, 159, 21-35.
- Tanrıöğen, Z. M., Baştürk, R. ve Başer, M. U. (2014). İlköğretim Okullarında Cinsiyet Ve Örgütsel Rollere Göre Örgüt Kültürü Algısı. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 170-180.
- Tayfun, A., Palavar, K. ve Yazıcıoğlu, İ., (2008). Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Kamu-İş, İş Hukuku Ve İktisat Dergisi*, 9(4), 179-200.
- Turunç, Ö. ve Arık, A. (2017). Tükenmişlik Ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinde Demografik Değişkenlerin Rolü: ISPARTA Sağlık Çalışanlarında Bir Uygulama. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (6), 109-130 .
- Tutar, H. (2007). Erzurum'da Devlet ve Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin İşlem Adaleti, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Durumlarının

İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 97-120.

Uçkun, G. Uçkun, S., Demir, B. ve Gültekin, A., (2013). Örgüt Kültürünün Yapısı ve İnsani İlişkiler İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kocaeli Üniversitesi İdari Personel Örneği. *Electronic Journal Of Vocational Colleges*, 3(3), 69-91.

Ülker, E. F. ve Özdemir, G. (2016). İş Tatmininin Örgütsel Bağlılığa Olan Etkisi: Kooperatif İşletmeler Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(27), 331-352.

Üstün, F. ve Kılıç, C., K. (2016). Örgüt Kültürünün Örgütsel Güven ve Özdenetim Üzerine Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(30), 19-27.

Yüksel, Ş. E. (2006). *Kooperatiflerde Örgüt Kültürü*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Zedef, S. (2017). *Eğitim Kurumlarında Mesleki Bağlılık, Örgütte Kalma ve Örgütten Ayrılma Niyetinin Araştırılması*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Zehra, S. Z., Ather, M. ve Zehra, B. (2017). A Correlation Between Workplace Stress And Organizational Commitment: Doctors Response From Public And Private Hospitals In Karachi, Pakistan. *IMPACT: International Journal Of Research In Business Management (IMPACT: IJRB)*, 5(5), 41-52.

Zeynel, E. ve Çarıkçı, İ. H. (2015). Mesleki Motivasyonun, İş Tatmini Ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Akademisyenler Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), 217-248.

Bölüm 46

İSLAMİ HİSSE SENEDİ PİYASALARININ FİYAT TAHMİN EDİLEBİLİRLİK DURUMLARININ ORTAK İŞARET TESTİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI: QISMUT ÜLKELERİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Recep ÇAKAR¹

1 Dr. Öğr. Üyesi, Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, ORCID-ID: 0000-0002-4069-7653, rececakar@hitit.edu.tr

Giriş

Fon arz ve talebinin gerçekleştiği ekonomilere yön veren piyasalar para ve sermaye piyasaları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Uzun vadeli tasarruf ve yatırımlar sermaye piyasalarında şekillenmektedir. Sermaye piyasalarında gerek yatırımcılar gerekse tasarruf sahipleri tarafından yapılan piyasa ve hisse senetleri değerlendirme ve tahminlemeleri piyasaların şekillenmesinde oldukça önem arz etmektedir. Bundan dolayı ekonomik sistem içerisindeki kaynakların etkin kullanılması, iktisat ve finans literatüründe sıklıkla çalışılan konuların başında gelmektedir. Piyasalar açısından etkinlik, bilgi etkinliğinin sağlanarak piyasalardaki fiyatların mevcut durumu yansıtması ile ilgilidir.

Pay senetleri ve piyasaların geleceğe yönelik hareketlerinde kullanılan önde gelen yöntemler; teknik analiz, temel analiz, rassal yürüyüş analizi ve etkin piyasalar analizleri olarak sıralanabilir.

Hisse senedi fiyat öngörülerinde kullanılan teknik analiz yönteminde, fiyatların oluşumu geçmiş fiyat eğilimlerine bağlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle fiyat hareketlerinin geçmiş dönemlerdeki eğilimlerine bakılarak geleceğe dönük doğrusal yansımaların olacağı ifade edilmektedir. Bu yöntemde fiyatlarının belirlenmesinde etki eden en önemli faktör geçmiş fiyat hareketleridir. Aynı zamanda teknik analizde fiyatların tepe noktası ve dip noktaları belirlenip buralarda alım ve satım yapılarak kazanç sağlanabilmektedir (Başoğlu vd. 2001).

Temel analiz yöntemi pay senedi fiyatlarının işletmenin finansal yapısı, likidite durumu, karlılık durumu, yönetim becerisi, rekabet kalitesi ve dağıtım kanalları gibi fonksiyonlara bağlı olarak gerçekleşmektedir. Temel analizde aynı zamanda fiyatların aslında gerçek değer etrafında dalgalandığı varsayılır. Hisse senetlerinin ilk olarak iç değeri belirlenir, iç değer borsa fiyatından yüksekse fiyatın artacağı yönünde kanaatle alım yapılır, tersi durumda satım yapılarak kazanç sağlanır (Kalaycı ve Karataş, 2005: 146).

Etkin Piyasalar Hipotezi'ne göre hisse senedi fiyatları önceden tahmin edilemez. Çünkü fiyatları etkileyen bilgi piyasaya geldiğinde anında fiyatlara yansımaktadır. Fama Etkin Piyasalar Hipotezi'ni zayıf formda etkinlik, yarı güçlü formda etkinlik ve güçlü formda etkinlik olmak üzere (Fama 1970) üç grupta değerlendirmektedir. Zayıf formda piyasa etkinliği analizinde sadece geçmiş fiyat hareketleri kullanılarak normalüstü getiri elde edilip edilememesi söz konusudur. İlgili piyasada normalüstü getiri elde edilemiyorsa zayıf formda etkinlikten bahsedilir.

Zayıf formda etkin olan piyasalarda teknik analiz yöntemi kullanılarak normalüstü getiriler elde edilememektedir. Yarı güçlü formda piyasa etkinliği analizinde ise piyasadaki geçmiş fiyat hareketlerine ek olarak kamuoyuna açıklanan mali tablolar, birleşmeler, devir ya da temettü ödemeleri gibi bilgilerin ve makroekonomik olaylara ilişkin bilgilerin piyasaya yansımından söz edilir. Bu iki bilgi ile piyasalarda normalüstü getiri elde edilemiyorsa yarı güçlü formda etkinlikten söz edilir. Yarı güçlü formda etkin olan piyasalarda temel analiz kullanılarak normalüstü getiriler elde edilememektedir. Güçlü formda etkinlik analizinde ise geçmiş piyasa hareketleri ve kamuoyuna açıklanan bilgilere ek olarak piyasaya açıklanmayan bilgilerin de fiyatlara yansıtacağı var sayılır. Diğer bir ifadeyle bütün bilgilerin fiyatlara yansımış olduğu piyasalara güçlü formda etkinlik nitelemesi yapılır (Mike, 2018: 70).

Bu çalışmanın temel amacı İslami Bankacılık sektörünün küreselleşmesinde öncülük eden ve sektör müşterisinin üçte ikisini oluşturan QİSMUT (Katar, Endonezya, Suudi Arabistan, Malezya, Birleşik Arap Emirlikleri, Türkiye) ülkelerindeki (Yıldırım, 2017: 188; Mammadov, 2018: 44; Mortadza vd, 2019: 384) İslami hisse senedi piyasalarının fiyat tahmin edilebilirlik durumlarını karşılaştırmaktır. Bu amaç çerçevesi içerisinde QİSMUT ülkelerinin İslami hisse senedi piyasalarını temsil eden endekslerin (Katar (QERI), Endonezya (JKII), Suudi Arabistan (TASI), Malezya (FTFBMS), Birleşik Arap Emirlikleri (FTDKUS), Türkiye (KATLM)) Mart 2011-Mart 2020 dönemleri arasındaki aylık verileri kullanılarak Kim ve Shamsuddin (2008) tarafından geliştirilen ortak işaret testi ile analizler gerçekleştirilecek ve elde edilen bulgular yorumlanacaktır. Yazarların en iyi bilgisine göre bu çalışma İslami hisse senedi piyasalarını fiyat tahmin edilebilirliği açısından inceleyen ve karşılaştıran ilk çalışmalardan bir tanesidir. Bu açıdan literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma altı bölüm olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın diğer bölümlerinden olan 2. Bölümde literatür taraması, 3. Bölümde metodoloji, 4. Bölümde veri setleri, 5. Bölümde ampirik bulgular ve son bölümde sonuç ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Literatür Taraması

Finansal araç fiyatlarının rassal bir süreç izleyeceği bilgisi ilk defa Louis Bachelier (1900) tarafından ortaya konulmuştur. Devamında ise Kendal (1953) hisse fiyatlarının rassal bir süreç izlediği ve serisel olarak bir korelasyon içermediğini iddia etmiştir. Tarihsel süreç takip edildiğinde günümüze kadar piyasaların ve hisse senetlerinin nasıl hareket ettiği ve tahmin edilebilirlikleri birçok çalışmaya konu olmuştur.

Bekçioğlu ve Ada (1985) çalışmalarında Türkiye sermaye piyasalarında işlem gören 42 işletmenin hisse senedi verilerini kullanarak zayıf formda etkinlik analizi gerçekleştirmiştir. Otokorelasyon Testi yardımıyla yaptığı analizde Türkiye sermaye piyasalarının zayıf formda etkin olmadığı, diğer bir deyişle bu piyasalarda normalüstü getiri sağlanabileceği sonucuna varmıştır.

Chan vd. (1992) çalışmalarında ABD, Japonya, Tayvan, Singapur, Güney Kore ve Hong Kong Piyasalarının zayıf formda etkinliğini incelemişlerdir. Birim Kök Testi yöntemini kullanarak gerçekleştirdikleri analizlerde ilgili ülkelerdeki hisse senedi fiyatlarının Etkin Piyasalar Hipotezi'ne uygun olduğu, diğer bir deyişle ilgili piyasaların zayıf formda etkinlik sağlayarak normalüstü getiri elde edilemeyeceği sonucuna varmışlardır.

Abraham vd. (2002) çalışmalarında Kuveyt, Bahreyn ve Suudi Arabistan piyasalarının zayıf formda etkinliğini analiz etmişlerdir. 1992-1998 dönemi verilerini kullanarak Varyans Oran Testi ve Run Testi ile gerçekleştirdikleri analizler neticesinde Kuveyt ve Bahreyn piyasalarının zayıf formda etkin olduğu Suudi Arabistan piyasasının ise etkin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Altay ve Satman (2005) çalışmalarında 1997-2005 aylık verilerini kullanarak BİST bünyesindeki temel endekslerin yönünün tahmin analizini gerçekleştirmişlerdir. Analizde yapay sinir ağları ve regresyon yöntemlerini kullanmışlar ve analiz sonuçlarına göre geleceğe dönük fiyat tahminlerinin yapılabileceği, piyasa getirisi üzerinde getiri elde edilebileceği sonucuna varmışlardır.

Çelik ve Taş (2007) çalışmalarında gelişmekte olan 12 ülkenin hisse senedi piyasalarında geçmiş dönem verilerini kullanarak gelecek dönemlere ilişkin getiri tahminlemesi yapılıp yapılmayacağını araştırmışlardır. Geliştirilmiş Dickey Fuller, Phillips Perron ve KPSS Birim Kök Testi kullanılarak gerçekleştirdikleri analizlerde Türkiye ve Kore piyasaları için zayıf formda etkinlik olduğu diğer ülke piyasaları için zaman içinde etkin olup olmama durumunun değişim gösterdiği sonucuna varmışlardır.

Chin ve Hong (2008) çalışmalarında Malezya borsasında 78 firmanın 1995-2005 yılları arasındaki hisse senedi getirilerinin tahmin edilip edilemeyeceğini araştırmışlardır. Temettü/fiyat ve fiyat/kazanç oranının hisse senetlerinin gelecekteki değerlerinin tahmin edilebilmesinde başarılı sonuçlar verdiği ve fiyat/kazanç oranının temettü/fiyat oranından tahminlemede daha zayıf kaldığı sonucuna ulaşmışlardır.

Eken ve Adalı (2008) çalışmalarında Borsa İstanbul'un etkinlik analizini gerçekleştirmişlerdir. Analizde BİST30, BİST100, BİST Mali, BİST Sanayi endeksleri ve BİST30 Endeksine dahil 10 adet hisse senedinin 1991-1995 dönemi verilerini kullanmışlardır. Basit ve Çoklu Regresyon Analizi ile elde ettikleri bulgular neticesinde piyasanın zayıf formda etkin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Fettahoğlu (2009) çalışmasında pay senetlerinin tahmin edilebilirliğini Kaos Kuramı kapsamında değerlendirmiştir. Birbiriyle ilişkisiz ve tesadüfi olarak görülen olaylar arasında karmaşık ama doğrusal olmayan ilişkinin varlığını ifade eden Kaos Teorisi'nin doğrusal olmayan stokastik süreçler bağlamında borsaya ve hisse senetlerine simüle edildiğinde fiyat değişimlerinin tahmininde rasyonel çıkarımlar yapılabileceği sonucuna varmıştır.

Gharghori vd. (2009) çalışmalarında 1992-2005 yılları aylık veri setini kullanarak Avustralya hisse senedi piyasalarında piyasa büyüklüğü, defter değeri/piyasa değeri, fiyat/kazanç oranı, kaldıraç ve likidite etkilerini Fama-French modelini kullanarak analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre fiyat/kazanç oranı kullanarak piyasalarda tahminleme yapılabileceğini diğer deyişle ilgili piyasada normalüstü getiriler elde edilebileceğini ifade etmişlerdir.

Öz vd. (2011) çalışmalarında BİST30 endeksindeki hisse senedi getirilerinin önceden tahmin edilebilirliklerine etki eden faktörleri analiz etmişlerdir. 2005 ve 2006 yılı finansal oranlarını kullanarak 2007 hisse senedi getirileri arasındaki ilişkiyi Diskriminant Analizi yardımıyla ölçmüşlerdir. Analiz sonuçlarına göre faaliyet devir hızı, likidite ve kaldıraç değişkenlerinin iki yıl önce kurulan modelin hisse senedi getirilerinin tahmininde %91, bir yıl önce kurulan modelin %75 oranında başarılı tahminler oluşturabileceği sonucuna ulaşmışlardır.

Özdemir vd. (2011) çalışmalarında BİST100 endeks getirilerinin tahmin edilebilirliğini incelemişlerdir. Çalışmada ikili sınıflandırma imkanı olan Lojistik Regresyon ve Destek Vektör Makineleri yöntemleri kullanılmıştır. 1997-2010 dönemi aylık veri seti kullanılarak gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre iki yöntemde sırasıyla %75 ve %86 oranında hisse senedi getiri tahmini yapılabileceği ve BİST100 piyasasının rassal yürüyüş teorisine uygun hareket etmediği sonucuna varmışlardır.

İçke ve Aytürk (2011) çalışmalarında hisse senedi piyasalarında fiyat tahminlemesinin BİST100 bağlamında geçerliliğini incelemişlerdir. 2001-2009 dönemi aylık veri setini kullanarak Zaman Serisi Regresyon

analizi ile gerçekleştirdikleri analizler sonucunda geleceğe dönük fiyat tahmininin yapılamayacağı, diğer bir deyişle ilgili piyasanın zayıf formda etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Aydemir vd. (2012) çalışmalarında Borsa İstanbul bünyesinde işlem gören ve imalat sektöründe faaliyet gösteren 73 işletmenin 1990-2009 yılları arasındaki aylık veri setini kullanarak fiyat tahmini analizi yapmışlardır. Analiz sonuçlarına göre karlılık ve likidite oranları ile hisse senedi getirileri arasında bir ilişkinin olduğu ve geleceğe yönelik tahminlemenin bu iki oran üzerinden yapılabileceğini belirtmişlerdir.

Çevik (2012) çalışmasında Borsa İstanbul'un piyasa etkinliğini analiz etmiştir. Analizde 10 sektör endeksi kullanarak Yarı Parametrik ve Parametrik Uzun Hafıza Testini kullanmıştır. Analiz sonuçlarına göre Borsa İstanbul'un etkin piyasa olmadığı ve anormal getiriler elde edileceği sonucuna varmıştır.

Tanrıöver ve Çöllü (2015) çalışmalarında BİST100 endeksi bünyesinde yatırımcıların normal üstü getiri elde edilebilirliklerini sınamıştır. Çalışmada Ljung-Box ve LM analizleri yardımıyla 1990-2014 dönemi aylık veri setini kullanmışlardır. Çalışma sonuçları incelendiğinde Türkiye sermaye piyasalarında geçmiş fiyat hareketleri kullanılarak geleceğe yönelik fiyat tahminlemelerinin yapılabileceği ve normal üstü getiri elde edilebileceğini vurgulamışlardır.

Özçalıcı (2016) çalışmasında BİST30 bünyesindeki hisselerin 2010-2015 tarih aralığındaki günlük verilerini kullanarak fiyat tahminlemesi yapmıştır. Yapay sinir ağları yöntemi kullanarak yaptığı çalışmada %72 oranında 20 gün önceden fiyatların tahmin edilebileceği sonucuna varmıştır.

Mike (2018) çalışmasında 14 gelişen piyasa ekonomisi için yarı güçlü formda etkinlik analizi yapmıştır. 2003-2015 yılları üzer aylık verilerini kullanarak panel veri analizi yöntemi ile gerçekleştirdiği analiz sonuçlarına göre piyasaların yarı güçlü formda etkin olmadığı ve normalüstü getirinin sağlanabileceği sonucuna varmıştır.

Literatürde İslami hisse senedi piyasalarının/endekslerinin etkinliklerini inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalardan Hassan (2002) Dow Jones İslami endeksinin, Jawadi vd. (2015) Dow Jones Islamic World Developed endeksinin, Hatipoğlu (2019) İngiltere, ABD, Almanya, ve Türkiye'deki İslami borsa endekslerinin ve Sakarya vd. (2018) Katılım 50 endeksinin zayıf formda etkin olduğunu buna karşın Ardiansyah ve Qoyum (2012) Endonezya'da İslami endeks içerisinde yer alan

hisse senetlerinin, Gupta vd. (2014) Dow Jones Islamic Stock Market endeksinin, Jawadi vd. (2015) Dow Jones Islamic World ve Dow Jones Islamic World Emerging endekslerinin, Al-Khazali vd. (2016) Dünya üzerinde dokuz İslami hisse senedi endeksinin, Kabbani (2016) FTSE Bursa Malezya, EMAS Shariah ve HIJRA Shariah İslami endekslerinin, Mensi vd. (2017) Dow Jones içerisinde yer alan on İslami endeksin, Buğan vd. (2019) Katılım 30 endeksinin ve Hatipoğlu (2019) Endonezya ve Malezya İslami borsa endekslerinin zayıf formda etkin olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca Al-Khazali ve Mirzaei (2017) 8 Dow Jones İslami endeksin, Bouoiyour vd. (2018) gelişmekte olan ve gelişmiş İslami borsalarının ve Sakarya vd. (2018) Katılım 30 ve Katılım Model Portföy endekslerinin zayıf form etkinliğinin zaman içerisinde değişim gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır.

Metodoloji

Bu çalışmada İslami hisse senedi piyasalarının fiyat tahmin edilebilirlik durumlarının karşılaştırılabilmesi için Kim ve Shamsuddin (2008) tarafından geliştirilen ortak işaret testi (Oİ) kullanılmıştır. Oİ testi geçmiş fiyat bilgileri kullanılarak gelecekteki fiyatların tahmin edilebilirlik durumlarını ortaya koyan parametrik olmayan sonlu örneklem testidir. Söz konusu test, bu çalışmada olduğu gibi küçük örneklemelerde Chen ve Deo (2006), Kim (2006) ve Kim ve Shamsuddin (2008) tarafından belirtildiği üzere oldukça iyi sonuçlar verdiğinden bu çalışmada tercih edilmiştir (Al-Ajmi ve Kim, 2012: 1742).

Wright (2000), geçmiş fiyat hareketleri ile gelecekteki fiyatların tahmin edilemeyeceği varsayımıyla Lo ve MacKinlay (1988) tarafından geliştirilen varyans rasyo (VR) testini işarete dayalı olacak şekilde geliştirmiştir. Söz konusu testin istatistiksel formu eşitlik 1'de gösterilmektedir.

$$S_1(k) = \left(\frac{(Tk)^{-1} \sum_{t=k}^T (S_t + S_{t-1} + \dots + S_{t-k+1})^2}{T^{-1} \sum_{t=1}^T S_t^2} - 1 \right) \chi \left(\frac{2(2k-1)(K-1)}{3kT} \right)^{-1/2} \quad (1)$$

Eşitlik 1 içerisinde yer alan S_t getiriler pozitif olduğunda 1, negatif olduğunda -1 değerini almaktadır. $VR(k)=1$ varsayımı altında, eşitlik 1'de yer alan test istatistiği Wright (2000) tarafından belirtildiği üzere tam (exact) dağılımı takip etmektedir. $VR(k_1)=\dots=VR(k_l)=1$ sıfır hipotezini test edebilmek için Kim ve Shamsuddin (2008) eşitlik 2'de yer alan ortak test yöntemini önermişlerdir.

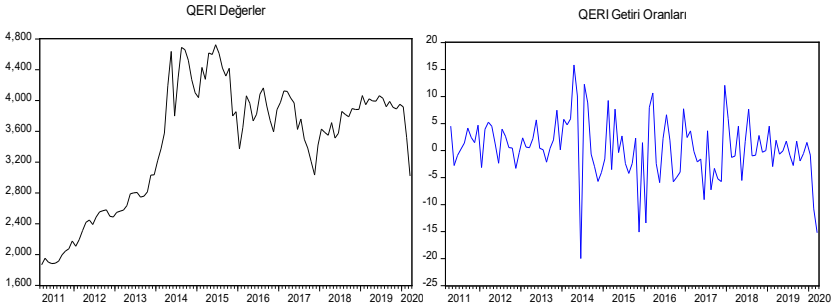
$$JS_l = \max_{1 \leq i \leq l} |S_i(k_i)| \quad (2)$$

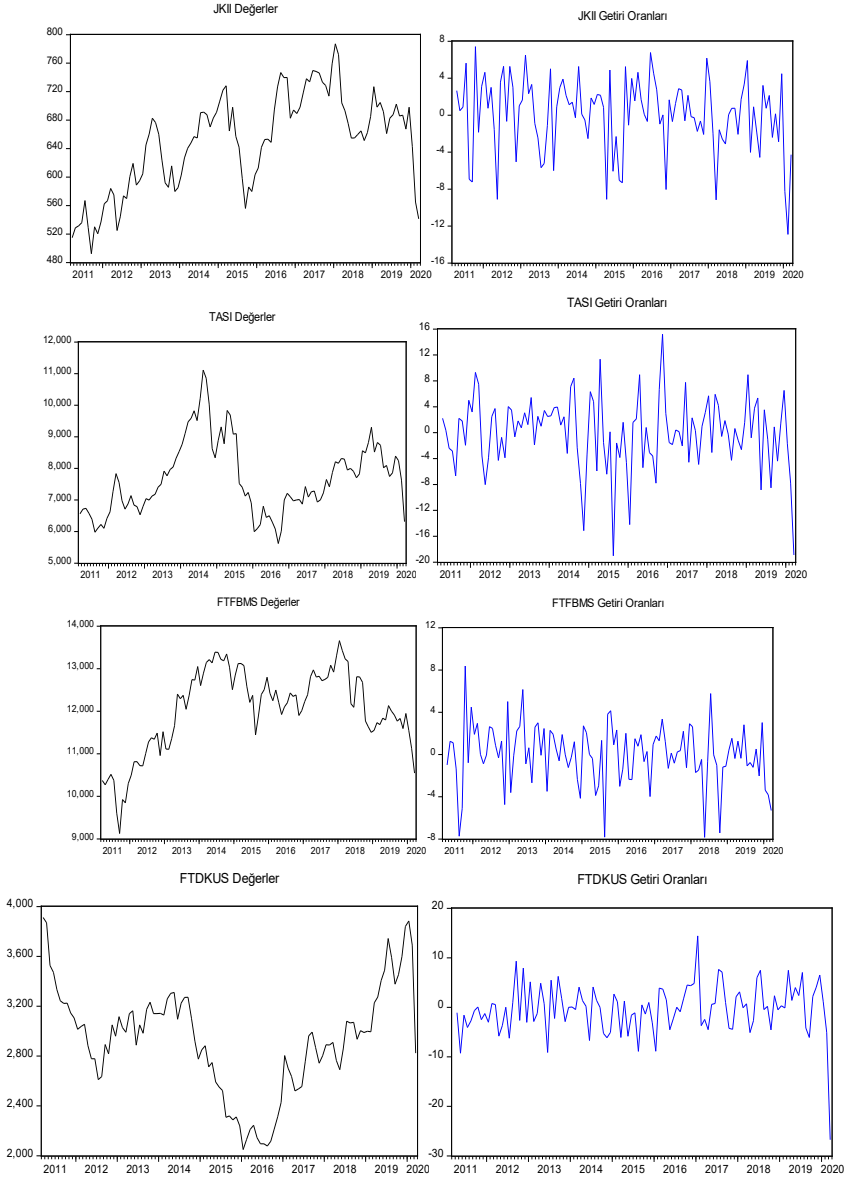
Eşitlik 2’de yer alan JS_1 istatistiği de tam dağılım takip etmekte ve kritik değerleri simülasyon ile belirlenebilmektedir. Bu çalışmada eşitlik 2’de yer alan (k) değerleri Kim ve Shamsuddin (2008), Borges (2010), Smith (2012) ve Guidi ve Gupta (2013) çalışmalarında olduğu gibi 2, 5 ve 10 olarak belirlenmiştir. JS_1 test istatistiğinin kritik değerden büyük olması (bu çalışmada %5 önem düzeyi için kritik değer 2,04124, %10 önem düzeyi için kritik değer 1,714319’dur) geçmiş fiyat hareketleri ile gelecekteki fiyatların belirlenebileceğini, küçük olması ise belirlenemeyeceğini belirtmektedir.

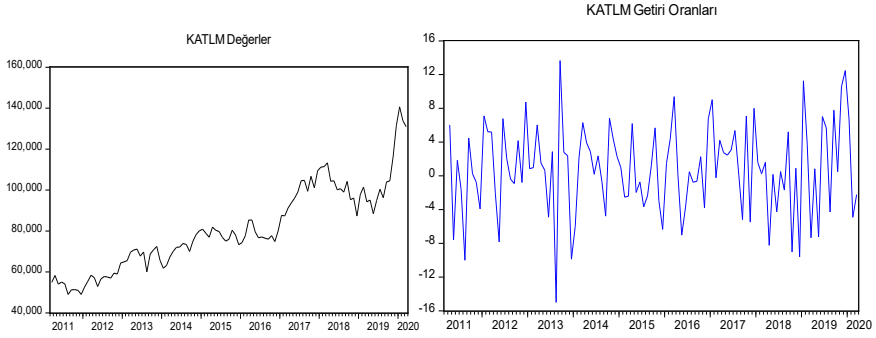
Veri Seti

Bu çalışmada QISMUT ülkelerinin İslami hisse senedi piyasalarını temsil eden endekslerin Mart 2011-Mart 2020 dönemleri arasındaki aylık değerleri kullanılmıştır. İslami endekslere ait aylık değerler Investing isimli internet sitesinin veri tabanından temin edilmiştir (Erişim Tarihi: 10.03.2020). Aylık değer olarak elde edilen veriler doğal logaritmik birinci farkları 100 ile çarpılarak aylık getiri oranlarına çevrilmiştir. Çalışma kapsamındaki İslami endekslerin aylık değerleri ve getiri oranlarına ait grafikler Şekil 1’de yer almaktadır.

Şekil 1. QISMUT İslami Hisse Senedi Endekslerinin Aylık Değer ve Getiri Oranı Grafikleri







Şekil 1’de sol tarafta yer alan grafikler QISMUT ülkelerinin İslami hisse senedi piyasalarını temsil eden endekslerin aylık değerlerini, sağda yer alan grafikler ise aylık getiri oranlarını göstermektedir. İlgili endekslerin aylık değerlerine ait olan grafikler aylık değer serilerinin durağan olmadığını, aylık getiri oranlarına ait grafikler ise aylık getiri oranı serilerinin durağan olduğunu göstermektedir. Analizlerin gerçekleştirileceği Oİ testi çıktılarının yanıltıcı olmaması için veri setlerinin durağan olması gerektiğinden aylık değer ve getiri oranı serilerinin durağanlık durumlarının daha net bir şekilde belirlenebilmesi amacıyla aylık değer ve getiri oranı serilerine Said ve Dickey (1984) tarafından geliştirilen Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips ve Perron (1988) tarafından geliştirilen Phillips-Perron (PP) birim kök testleri uygulanmıştır. Uygulanan ADF ve PP birim kök testlerine ait çıktılar Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. ADF ve PP Birim Kök Testleri Sonuçları

		ADF Test Sonuçları		PP Test Sonuçları	
	Veri Setleri	Sabit	Sabit ve Trendli	Sabit	Sabit ve Trendli
Aylık Değerler	QERI	-2.066185	-1.307309	-2.066185	-1.290440
	JKII	-2.185029	-1.483284	-2.351554	-1.841749
	TASI	-1.974492	-1.804880	-2.094461	-1.916147
	FTFBMS	-1.906248	-1.316451	-1.833399	-0.853137
	FTDKUS	-2.590420*	-2.542418	-2.639672*	-2.611608
	KATLM	-0.182048	-2.672748	-0.011614	-2.825075
Aylık Getiri Oranları	QERI	-9.695448***	-10.01779***	-9.698181***	-9.997457***
	JKII	-9.248053***	-9.407637***	-9.205899***	-9.361878***
	TASI	-8.244606***	-8.265019***	-8.051996***	-8.060234***
	FTFBMS	-10.11503***	-10.34495***	-10.17282***	-11.82417***
	FTDKUS	-7.503408***	-7.453047***	-7.351665***	-7.208320***
	KATLM	-11.44636***	-11.44458***	-11.63897***	-11.63902***

Not: ***, **, * sırasıyla 1%, 5% ve 10% önem düzeyini belirtmektedir.

Tablo 1’de yer alan çıktılarına bakıldığında aylık değer serilerinin durağan olmadığı getiri oranı serilerinin ise durağan olduğu anlaşılmaktadır. Elde edilen bu sonuçlar aylık getiri oranı serileri kullanılarak gerçekleştirilecek olan Oİ testi çıktılarının yanıltıcı olmayacağını belirtmektedir. Oİ testinde kullanılacak olan aylık getiri oranı serilerine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Aylık Getiri Oranı Serilerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Veri Setleri					
	QERI	JKII	TASI	FTFBMS	FTDKUS	KATLM
Örneklem Büyüklüğü	108	108	108	108	108	108
Ortalama	0.445839	0.046432	-0.035571	0.015419	-0.301764	0.805043
Minimum	-19.97621	-12.89902	-19.01897	-7.841188	-26.74613	-15.00341
Maksimum	15.84259	7.414715	15.21418	8.384393	14.42880	13.66423
Standart Sapma	5.620896	4.049637	5.619173	2.857654	5.033974	5.337109
Çarpıklık	-0.535844	-0.716300	-0.700405	-0.407938	-1.065340	-0.206469
Basıklık	4.874800	3.287588	4.769812	3.964485	9.040544	2.989306
Jarque-Bera	20.98525***	9.607732***	22.92526***	7.181474**	184.6259***	0.767841

Not: ***, **, * sırasıyla 1%, 5% ve 10% önem düzeyini belirtmektedir.

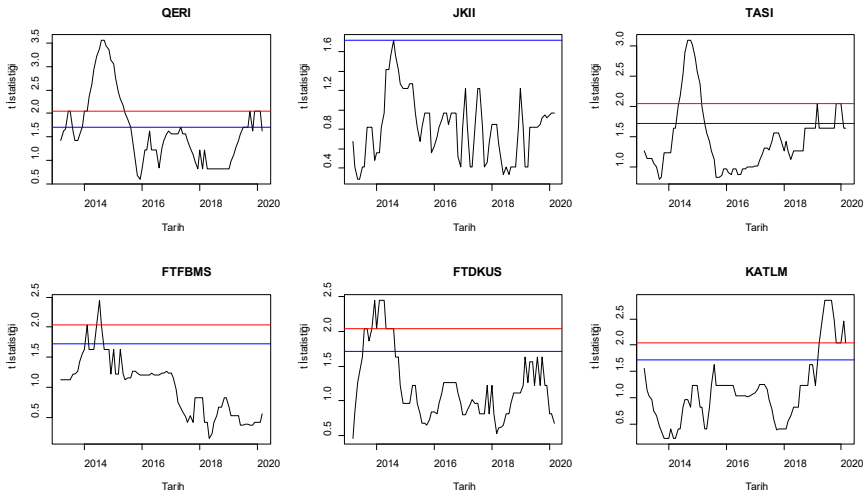
Tablo 2’de yer alan tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında, en fazla aylık ortalama getiri oranına Türkiye’nin KATLM endeksinin, en az getiri oranına ise Birleşik Arap Emirlikleri’nin FTDKUS endeksinin sahip olduğu görülmektedir. Standart sapma değerlerine bakıldığında en fazla oynaklığa Katar’ın QERI endeksinin sahip olduğu anlaşılmaktadır. Çarpıklık değerleri İslami endekslere ait aylık getiri oranı dağılımlarının sola çarpık olduğunu, basıklık değerleri ise KATLM endeksi dışındaki endekslerin aylık getiri oranı dağılımlarının dik ve şişman kuyruklu olduğunu ifade etmektedir. Çarpıklık ve basıklık değerleri Türkiye’nin KATLM endeksi dışındaki İslami endekslere ait aylık getiri oranlarının normal dağılmadığını göstermektedir. Aylık getiri oranı serilerinin normallik durumlarının belirlenmesi için ayrıca gerçekleştirilen Jarque ve Bera (1980) tarafından geliştirilen Jarque-Bera testi sonuçları da çarpıklık ve basıklık değerleri ile elde edilen bulguları desteklemektedir.

Ampirik Bulgular

Çalışmada Oİ testi 24 aylık (2 yıllık) sabit uzunluklu kayan alt örneklem pencereleri ile gerçekleştirilmiştir. Alt örneklem büyüklüğünün

seçiminde Mitra vd. (2017) çalışmasından yararlanılmıştır. Kayan alt örneklem pencereleri analizlerin gerçekleştirileceği serilerin içerisindeki yapısal kırılmaları doğası gereği göz önüne aldığından (Lazar vd., 2012: 344) ve geçmiş fiyatlar ile fiyat tahminlemesinin yapılabilirliğini göstermesi açısından bu çalışmada tercih edilmiştir. Birinci alt örneklem penceresi Nisan 2011 ile Mart 2013 dönemleri arasındaki aylık getiri oranı verilerini içerecek şekilde oluşturulmuştur. Oİ testi birinci alt örneklem penceresine uygulandıktan sonra pencere 1 ay ileri kaydırılarak ikinci alt örneklem penceresi oluşturulmuştur. Söz konusu yöntem Mart 2020 dönemine kadar gerçekleştirilerek toplam 85 alt örneklem penceresi oluşturulmuş ve her alt örneklem penceresine Oİ testi uygulanarak t değerleri elde edilmiştir. İslami hisse senedi piyasalarının fiyat tahmin edilebilirlik durumlarını karşılaştırmak için QISMUT ülkelerinin İslami hisse senedi piyasalarını temsil eden endekslere uygulanan Oİ testi sonucunda elde edilen t değerlerine ait grafikler Şekil 2’de gösterilmektedir.

Şekil 2. Oİ Testi Çıktıları



Şekil 2’de yer alan dalgalı siyah çizgiler Oİ testi sonucunda her alt örneklem penceresi için elde edilen t değerlerini göstermektedir. Mavi yatay çizgi %10 önem düzeyinin Oİ testine ait kritik değeri olan 1,714319’u, kırmızı yatay çizgi ise %5 önem düzeyinin Oİ testine ait kritik değeri olan 2,041241’i belirtmektedir. Oİ testi sonucunda elde edilen t değerinin yatay çizgilerin üzerinde kalması ilgili tarihte geçmiş 2 yıllık fiyat bilgisi kullanılarak fiyatın tahmin edilebildiğini, altında kalması ise tahmin edilemediğini ifade etmektedir. Şekil 2’de yer alan

grafikler genel olarak incelendiğinde Endonezya İslami hisse senedi piyasasını temsil eden JKII endeksi dışındaki İslami endekslerin fiyat tahmin edilebilirlik durumlarının zaman içerisinde değişim gösterdiği anlaşılmaktadır. Oİ testi çıktılarına göre JKII endeksinde ait geçmiş 2 yıllık fiyat bilgisi kullanılarak fiyatların tahmin edilebildiği herhangi bir dönem söz konusu değildir. Geçmiş 2 yıllık fiyat bilgisi kullanılarak QERI endeksinin Mayıs 2013-Temmuz 2013, Aralık 2013-Temmuz 2015, Aralık 2019-Şubat 2020 tarihleri arasında ve Ekim 2019 tarihinde, TASI endeksinin Mayıs 2014-Mart 2015, Kasım 2019-Ocak 2020 tarihleri arasında ve Mart 2019 tarihinde, FTFBMS endeksinin Haziran 2014-Ağustos 2014 tarihleri arasında ve Şubat 2014 tarihinde, FTDKUS endeksinin Ağustos 2013-Ağustos 2014 tarihleri arasında, KATLM endeksinin ise Nisan 2019-Mart 2020 tarihleri arasında fiyatları tahmin edilebilmiştir. Oİ testi sonucunda elde edilen t istatistiğine ait ortalama değerler ile geçmiş 2 yıllık fiyat bilgisi kullanılarak fiyat tahmin edilebilen ay sayılarına ait bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Oİ Testi Özeti

	QERI	JKII	TASI	FTFBMS	FTDKUS	KATLM
Ortalama t değeri	1,65	0,82	1,47	1,01	1,21	1,12
Fiyat tahmin edilebilen ay sayısı	26	0	15	4	13	12

Tablo 3'te yer alan değerlere bakıldığında QERI İslami endeksinin diğer İslami endekslere göre fiyat tahmin edilebilirliğinin daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. TASI, FTDKUS ve KATLM İslami endekslerinde de geçmiş fiyatlar kullanılarak fiyat tahminlemesi gerçekleştirilebilmektedir. Geçmiş fiyatları kullanarak diğer bir ifadeyle teknik analiz yöntemiyle İslami hisse senetlerine yatırım gerçekleştirmek isteyen yatırımcılar Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkiye finansal piyasalarında bulunan hisse senetlerine yatırım gerçekleştirmeleri takdirde başarılı olma şansları Malezya ve Endonezya piyasalarına göre oldukça fazladır.

Sonuç

İslami hisse senedi piyasalarının fiyat tahmin edilebilirlik düzeylerini karşılaştırmak için gerçekleştirilen bu çalışmada QISMUT ülkelerinin İslami hisse senedi piyasalarını temsil eden endekslere ait Mart

2011-Mart 2020 tarihleri arasındaki aylık verilerle Kim ve Shamsuddin (2008) tarafından geliştirilen ortak işaret testi analizleri 24 aylık sabit uzunluklu kayan alt örneklem pencereleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda Endonezya İslami hisse senedi piyasasını temsil eden JKII endeksinin geçmiş fiyatlar kullanılarak tahmin edilemediği, diğer İslami endekslerin geçmiş fiyatlar kullanılarak fiyat tahmin edilebilirlik durumlarının ise zaman içerisinde değişim gösterdiği belirlenmiştir. Bu bulgular Endonezya İslami hisse senedi piyasasının zayıf formda etkin olmadığını belirten Ardiansyah ve Qoyum (2012) ile Hatipoğlu (2019) çalışmalarıyla örtüşmemekte, inceledikleri İslami hisse senedi piyasasının/endeksinin zayıf form etkinliğinin zaman içerisinde değişim gösterdiğini belirten Al-Khazali ve Mirzaei (2017), Bouoiyour vd. (2018) ve Sakarya vd. (2018) çalışmalarıyla örtüşmektedir. Ortak işaret testi sonucunda elde edilen ortalama t istatistiği değerleri ve fiyatların tahmin edilebildiği ay sayıları incelendiğinde Katar'ın İslami hisse senedi piyasasını temsil eden QERI İslami endeksinin diğer İslami endekslere göre geçmiş fiyatlar kullanılarak fiyat tahmin edilebilirliğinin daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkiye İslami hisse senedi piyasalarını temsil eden TASI, FTDKUS ve KATLM İslami endekslerinde de fiyat tahmin edilebilirliğinin söz konusu olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar finansal varlıkların geçmiş fiyatlarına dayanan teknik analiz yöntemiyle İslami hisse senetlerine yatırım gerçekleştirmek isteyen yatırımcıların Katar, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkiye finansal piyasalarında bulunan hisse senetlerine yatırım gerçekleştirmeleri durumunda başarılı olma şanslarının Malezya ve Endonezya piyasalarına göre oldukça fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Bundan sonra gerçekleştirilecek olan çalışmalar İslam İşbirliği Teşkilatı içerisinde yer alan diğer ülkelerin İslami hisse senedi piyasalarının fiyat tahmin edilebilirlik durumlarının tespiti için gerçekleştirilebilir. Ayrıca İslami hisse senedi piyasaları ile konvansiyonel hisse senedi piyasalarının fiyat tahmin edilebilirlik durumlarının karşılaştırılması üzerine de çalışmalar gerçekleştirilebilir.

Kaynaklar

- Abraham, A., Seyyed, F.J. ve Alsakran, S.A. (2002). Testing the Random Behavior and Efficiency of The Gulf Stock Markets. *The Financial Review*, 37(3), 469-480.
- Al-Ajmi, J., and Kim, J. H. (2012). Are Gulf stock markets efficient? Evidence from new multiple variance ratio tests, *Applied Economics*, 44(14), 1737-1747.
- Al-Khazali, O., A. Mirzaei (2017), “Stock market anomalies, market efficiency and the adaptive market hypothesis: Evidence from Islamic stock indices”, *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 51, 190-208.
- Al-Khazali, O.M., G. Leduc, M.S. Alsayed (2016), “A market efficiency comparison of Islamic and non-Islamic stock indices”, *Emerging Markets Finance and Trade*, 52(7), 1587-1605.
- Altay, E. ve Satman, M.H. (2005), “Stock Market Forecasting: Artificial Neural Network and Linear Regression Comparison in an Emerging Market”, *Journal of Financial Management and Analysis*, 18(2):18-33.
- Ardiansyah, M., A. Qoyum (2012), “Testing the Semi-strong Form Efficiency of Islamic Capital Market With Response to Information Content of Dividend Announcement: A Study in Jakarta Islamic Index”, *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 8(7), 1025-1041.
- Aydemir, O., Ögel, S. ve Demirtaş, G. (2012). Hisse Senetleri Fiyatlarının Belirlenmesinde Finansal Oranların Rolü. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 19 (2) , 277-288.
- Bachelier, L. (1900). *The Theory of Speculation*. James Boness (Çev.). *The Random Character of Stock Market Prices*, edited by Paul H.Cootner MIT Press, Cambridge, MA, 1964: 17- 78.
- Başoğlu, U., Ceylan, A. ve Parasız, İ. (2001). *Finans Teori Kurum Uygulama*, Ekin Yayınevi. Bursa.
- Bekçioğlu, S. ve Ada, E. (1985). Menkul Kıymetler Piyasası Etkin mi?. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, 41, 30-38.
- Borges, M. R. (2010). Efficient market hypothesis in European stock markets. *The European Journal of Finance*, 16(7), 711-726.
- Bouoiyour, J., R. Selmi, M.E. Wohar (2018), “Are Islamic stock markets efficient? A multifractal detrended fluctuation analysis”, *Finance Research Letters*, 26, 100-105.
- Buğan, M.F., E.İ. Çevik, N.K. Çevik (2019), “Katılım 30 Endeksi İçin Zayıf Formda Etkin Piyasa Hipotezinin ARFIMA-FIEGARCH Model ile Analizi”, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 219-241.

- Chan, K.C., Gup, B.E. ve Pan, M.S. (1992). An Empirical Analysis of Stock Prices in Major Asian Markets and the United States, *The Financial Review*, 27(2), 289-307.
- Chen, W. and Deo, R. S. (2006) The variance ratio statistic at large horizon, *Econometric Theory*, 22, 206-234.
- Chin, L. ve Hong, L. W. (2008). Can Financial Ratios Predict The Malaysian Stock Return?, *Integration&Dissemination*, 2, 7-8.
- Çelik, T. T. ve Taş, O. (2007). Etkin Piyasa Hipotezi ve Gelişmekte Olan Hisse Senedi Piyasaları. *İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 4(2). 11-22.
- Çevik, E. I. (2012). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Etkin Piyasa Hipotezinin Uzun Hafıza Modelleri İle Analizi: Sektörel Bazda Bir İnceleme. *Journal of Yaşar University*, 7(26), 4437-4454.
- Eken, H. ve Adalı, S. (2008). Piyasa Etkinliği ve İMKB: Zayıf Formda Etkinliğe İlişkin Ekonometrik Bir Analiz. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* , (37).
- Fama, E. F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Works. *Journal of Finance*. 25 (2), 383 – 417.
- Fettahoğlu, S. (2009). Pay Senedi Fiyatlarının Tahmin Edilebilirliği: Kaos Kuramı Yaklaşımı. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (43), 237-243.
- Gharghori, P., Lee, R. ve Veeraraghavan, M. (2009). Anomalies and Stock Returns: Australian Evidence. *Accounting and Finance*, 49(3), 555-576.
- Guidi, F., and Gupta, R. (2013). Market efficiency in the ASEAN region: Evidence from multivariate and cointegration tests, *Applied Financial Economics*, 23(4), 265-274.
- Gupta, R., S. Hammoudeh, B.D. Simo-Kengne, S. Sarafrazi (2014), “Can the Sharia-based Islamic stock market returns be forecasted using large number of predictors and models?”, *Applied Financial Economics*, 24(17), 1147-1157.
- Hassan, M. Kabir (2002). Risk, Return and Volatility of Faith-Based Investing: The Case of the Dow Jones Islamic Index. *Proceedings of the Fifth Harvard University Forum on Islamic Finance: Islamic Finance: Dynamics and Development Cambridge, Massachusetts*.
- Hatipoğlu, M. (2019), “İslami Borsalarda Fiyat Hareketleri”, *Sakarya İktisat Dergisi*, 8(2), 148-159.
- Investing. <https://www.investing.com> (Erişim Tarihi: 10.03.2020).
- İçke, B. ve Aytürk, Y. (2011). Fiyat - Kazanç Oranı Etkisinin Değer Yatırım Stratejileri Kapsamında Analizi: İMKB İçin Ampirik Bir Uygulama. *Öneri Dergisi*, 9 (35) , 103-115.
- Jarque, C. M. ve Bera, A. K. (1980). Efficient tests for normality, homoscedasticity and serial independence of regression residuals. *Economics Letters*. 6(3): 255-259.

- Jawadi, F., N. Jawadi, A.I. Cheffou (2015), “Are Islamic Stock Markets Efficient: A Time-Series Analysis”, *Applied Economics*, 47(16), 1686-1697.
- Kabbani, A.L. (2016), Efficiency of Bursa Malaysia: Analysing Islamic Indices and Their Counterparties, https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/21720/1/FEG_MFA_Abdul%20Latif%20Kabbani_May2016.pdf. E.T.: 13.03.2020
- Kalaycı, Ş. ve Karataş, A. (2005). Hisse Senedi Getirileri ve Finansal Oranlar İlişkisi: İMKB’de Bir Temel Analiz Araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (27), 146-158.
- Kendal, M. G. (1953). The Analysis of Economic Time-Series-Part I: Prices. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*. 116(1), 11-34.
- Kim, J. H. (2006) Wild bootstrapping variance ratio tests, *Economics Letters*, 92, 38-43.
- Kim, J. H. and Shamsuddin, A. (2008) Are Asian stock markets efficient? Evidence from new multiple variance ratio tests, *Journal of Empirical Finance*, 15, 518-532.
- Lazar, Dorina - Todea, Alexandru - Filip, Diana (2012), “Martingale Difference Hypothesis and Financial Crisis: Empirical Evidence from European Emerging Foreign Exchange Markets”, *Economic Systems*, 36, pp. 338-350.
- Lo, A. and MacKinlay, A. C (1988) Stock market prices do not follow random walks: evidence from a simple specification test, *Review of Financial Studies*, 1, 41-66.
- Mammadov, E., & Mukhtarov, S. (2018, July). The Impact of Oil Price Shocks on Islamic Banking: Evidence from QISMUT plus 3 Countries. In *Proceedings of New York International Business and Social Science Research Conference*. Vol. 13. 44-46.
- Mensi, W., A.K. Tiwari, S.M. Yoon (2017), “Global financial crisis and weak-form efficiency of Islamic sectoral stock markets: An MF-DFA analysis”, *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 471, 135-146.
- Mike, F. (2018). Faiz Oranı Paritesi ve Etkin Piyasa Hipotezinin Gelişen Piyasa Ekonomileri İçin Test Edilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13 (1), 65-86.
- Mitra, S. K., Chattopadhyay, M., Charan, P., and Bawa, J. (2017). Identifying periods of market inefficiency for return predictability, *Applied Economics Letters*, 24(10), 668-671.
- Mortadza, N. S., Ab-Rahim, R., & Dee, A. (2019). Market Structure and Efficiency of QISMUT Banking Sector. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(6). 383-392.
- Öz, B., Ayriçay, Y., ve Kalkan, G. (2011). Finansal oranlarla hisse senedi getirilerinin tahmini: İMKB 30 Endeksi Hisse Senetleri Üzerine

- Diskriminant Analizi İle Bir Uygulama. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 11-(3). 51-64.
- Özçalıcı, M . (2016). Yapay Sinir Ağları ile Çok Aşamalı Fiyat Tahmini: BIST30 Senetleri Üzerine Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 31 (2) , 209-227 .
- Özdemir, A., Tolun, S. ve Demirci, E. (2011). Endeks Getirisi Yönünün İkili Sınıflandırma Yöntemiyle Tahmin Edilmesi: İMKB 100 Endeksi Örneği. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4(2), 45-59.
- Phillips, P. C. B. ve Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression, Biometrika. 75(2): 335-346.
- Said, S. E. ve Dickey, D. A. (1984). Testing for unit roots in autoregressive-moving average models of unknown order, Biometrika. 71(3): 599-607.
- Sakarya, Ş., F. Zeren, H.T. Akkuş (2018), “Zayıf Formda Piyasa Etkinliğinin Katılım Endekslerinde Test Edilmesi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1), 101-113.
- Smith, G. (2012). The changing and relative efficiency of European emerging stock markets, The European Journal of Finance, 18(8), 689-708.
- Tanrıöver, B. ve Çöllü, D. A. (2015). Türkiye’de Yatırımcıların Öngörü Performanslarının Rassal Yürüyüş Modeli Çerçevesinde Analizi. Business and Economics Research Journal, 6(2), 127.
- Wright, J. (2000) Alternative variance-ratio tests using ranks and signs, Journal of Business and Economics Statistics, 18, 1-9.
- Yıldırım, İ . (2017). QISMUT Ülkelerindeki İslami Bankaların Finansal Etkinlik Analizi. İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD), 3 (2) , 187-216.

Bölüm 47

TARİHSEL PERSPEKTİFTEN GELECEĞE DEMOKRASİ



*Nikolin AGALLIJA*¹

¹ Nikolin Agallija (Dr. Öğretim Üyesi) Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi
Sosyal Hizmet Bölümü nikolinagallija@düzce.edu.tr

Giriş

Yönetim sistemleri ister demokratik olsun ister demokrasi dışı olsun, günümüzde aşağı yukarı bütün ülkeler demokrasi ile yönetildikleri iddiasını taşımaktadırlar. Demokrasi ile yönetilmeyen ülkelerin bile özlerini demokratik bir ülke olarak sunmalarında, bu kavramın günümüzde en meşru bir sistem olduğu gerçeği bulunmaktadır. Öyle ki, demokrasi kavramı dünya çapında yaygın ve halklar tarafından kabul edilen, özlem duyulan bir kavram haline gelmiştir.

ABD'nin eski başkanlarından Abraham Lincoln'un meşhur tanımlamasıyla “halkın, halk için ve halk tarafından yönetimi” (Heywood, 2013:56) olarak tarif edilen demokrasinin bilinen tarihi, yaklaşık 2500 yıl öncesine dayanmaktadır. Demokrasi 2500 yıl önce Eski Yunan kent devletlerinden Atina'da, aşağı yukarı 200 yıl boyunca uygulama alanı bulmuştur. Doğrudan demokrasi ile yönetilen Atina Kent Devleti'nin varlığı daha sonra Makedonya Kralı Filip'in Yunan kent devletlerini hâkimiyeti altına alması ile sona ermiştir. Demokrasi Atina'dan sonra 2000 yıllık uyku dönemine girmiş, 17. yüzyılın sonlarına kadar kendisine bir yer edinememiştir.

17. yüzyıldan sonra ortaya çıkan kapitalist sistemin dünya çapında yaygınlaşmasıyla beraber gelişen sanayi ve kitle iletişim araçları, halkın yönetime ve karar alma süreçlerine doğrudan katılma isteğini artırmıştır. Böylece öncelikle kapitalist merkez ülkelerde uygulanmaya başlanan demokrasi daha sonra yarı çevre ve çevre ülkelerde de yaygınlaşmıştır. Demokrasinin bir sistem olarak yarı çevre ve çevre ülkelere yayılmasında, II. Dünya Savaşı'nda sömürge ülkelerin bağımsızlığını kazanmasının da etkisi olmuştur. Temsili demokrasi modelinin uygulandığı bu dönemde demokrasi, 1990'lı yıllarda Sovyetler Birliği önderliğindeki Doğu Bloğunun çöküşü ile beraber dünya çapında yaygınlaşmıştır. 1990'lı yıllarda liberal demokrasinin zaferi ilan edilmiş ve bazı sosyal bilimciler tarafından “Tarihin Sonu” tezleri gündeme gelmiştir (Fukuyama, 1995:3).

Fakat gelişen teknoloji ve değişen dünyada 2500 yıl önceki demokrasi deneyimi ile günümüzdeki demokrasi deneyiminin aynı kaldığını söylemek mümkün değildir. Demokrasinin ilk uygulama alanı bulunduğu Atina Kent Devleti'nde doğrudan demokrasi, 17. yüzyıldan sonra yeniden ortaya çıkan demokraside temsili demokrasi uygulamaları ön plana çıkmıştır. Benzer bir şekilde Atina Demokrasisinde halkın ancak küçük bir kısmı kenttaş olarak yasama, yürütme ve yargı faaliyetlerine doğrudan katılırken temsili demokrasilerde devletin organlarına seçilecek

temsilcilerin belirlenmesi sürecine bütün yurttaşların katılması mümkün hale gelmiştir.

Dünyamız günümüzde yeni bir çağın arifesindedir. II. Dünya Savaşından sonra ABD ve SSCB önderliğinde ortaya çıkan iki kutuplu dünya, silahlanma yarışı ile kendisini göstermiştir. Bu süreç doğal olarak teknolojiye ciddi atılımları beraberinde getirmiştir. ABD ve SSCB arasında meydana gelen silahlanma yarışı, özellikle bilişim teknolojilerinin gelişmesinde önemli tesirleri olmuştur. Bu durum toplumsal ve siyasal düzeyde önemli gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Başlangıçta ideolojik olarak birbirine rakip iki zıt sistemin birbirlerini yok etme hedefi ile başlatmış oldukları rekabet çerçevesinde gelişen bilim ve teknoloji, başta uzay araştırmaları olmak üzere bilişim teknolojileri ve diğer bilimsel alanlarda önemli katkılar sunmuştur. Bu durum dünyanın adeta küresel bir köy haline gelmesine imkan sağlamıştır.

Küresel düzeyde yaşanan ciddi atılımlar özellikle demokrasinin ve demokrasi ile birlikte ortaya çıkan kurumların dünya çapında yaygınlaşmasına tesir etmiştir. Bu çerçevede demokrasi ile teknolojik düzey arasında bir ilişki olduğunu söylemek mümkündür. Teknoloji ile yönetim biçimi arasındaki ilişkiden hareketle bu çalışma, 2012 yılında Almanya öncülüğünde başlatılan Sanayi 4.0 ile birlikte demokrasinin alması beklenen seyri tartışmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde demokrasi kavramı, ikinci bölümünde doğrudan demokrasinin ortaya çıkışı, üçüncü bölümünde temsili demokrasi olarak sembolleştirilen kapitalizm sonrası demokrasinin yeniden ortaya çıkışını incelemektedir. Çalışmanın dördüncü bölümünde Sanayi 4.0 ile birlikte demokrasinin geleceği tartışılmaktadır.

1. Demokrasi Kavramı

Halkın iktidarı anlamına gelen demokrasi kavramı, Yunanca demos kelimesinden türemiştir. Deme kelimesi belirli bir mahalle işaret etmektedir (Ağaoğulları, 2013:38). Atina Kent Devleti demelerden oluşmaktadır. Demelerin bir yönetim birimi olarak kurulmasındaki amaç site halkının oluşturduğu kent devletini soy bağı ya da kabile örgütlenmesi şeklinde değil, bulunduğu mahalleye ve kente bağlı hale getirilmesidir. Bu çerçevede bireyin kendi soyunun çıkarları doğrultusunda düşünce geliştirmesi ve kimliğini sürdürmesi yerine polisle bağ kurması, kendisini polisle ifade etmesi ve polisle ilişkili bir kimlik geliştirerek polisi sahiplenmesi amaçlanmıştır. Bu hal bireyle kent devleti arasında günü-

müzdeki “vatandaş” kavramına benzer bir şekilde “kenttaş” denilebilecek bir kavramı ortaya çıkarmıştır (Şenel, 2008:128).

Demokrasi günümüzde devletlerin yönetimlerinin belirlenmesinde en fazla kabul gören kavramlardan biridir. En totaliter rejimlerin bile kendilerinin demokratik bir sistemle yönetildikleri iddiasında bulunmaları bu sistemin günümüzde dünyanın en kabule şayan sistemi olduğu göstermektedir. Demokrasinin niçin bu kadar kabule şayan bir sistem olduğunun anlaşılması açısından ABD eski başkanlarından Abraham Lincoln’un demokrasi tanımına bakmak yeterli olacaktır. 1864 yılında yaptığı Gettysburg konuşmasında Lincoln (Heywood, 2013:56) demokrasiyi, “halk için ve halk tarafından yönetim” şeklinde ve oldukça özgün bir şekilde tarif etmiştir.

Lincoln’un tanımı incelendiğinde iki ifadenin öne çıktığını belirtmek mümkündür. Bunlardan biri, “halk için yönetim” ifadesidir. Yönetimin başlıca amacının halkın bütünün menfaatleri/kamu yararı olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Yani ülke denilen topraklarda yaşayan halkın küçük bir kesiminin menfaatlerinin gözetilmesi ve devlet sisteminin bu şekilde inşa edilerek halkın büyük çoğunluğunun çıkarlarının görmezden gelinmesi, göz ardı edilmesinin doğru olmayacağı düşüncesini ortaya çıkarmaktadır. Bu ilke günümüzde, ister demokratik olsun ister olmasın, devlet denilen mekanizmanın da başlıca kuruluş amaçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Lincoln’un ifade ettiği gibi, tanım olarak cumhuriyet kavramına denk gelen “halk için yönetim” kavramı demokratik bir sistemin oluşturulması için yeterli olmamaktadır. “Halk için yönetim” ifadesini sadece demokratik sistemlere özgü kılmak, onu oldukça dar bir çerçeve içerisine hapsetmek olacaktır.

Günümüzdeki totaliter sistemler bile kendilerini demokrasi olarak ifade etmelerine rağmen durum bu şekilde değildir. Bu kavramlaştırmayı ülkelerin rejimlerini meşrulaştırma aracı olarak kullandıklarını söylemek mümkündür. Bu bütün rejimlerin kendilerini ifade etmek istedikleri bir kavram olarak birçok rejimin önemli kavramsal araklarında biri olduğunu kabul etmek gerekmektedir.

Devlet aygıtı son tahlilde halkın büyük çoğunluğunun menfaatlerini gerçekleştirecek şekilde kurgulanması, iktidarın bir kişi ya da grubun elinde bulunmaması (Beriş, 2006:74-75) halkın güvenlik, adalet ilkeleleri doğrultusunda yönetilmesi, onlara sunulan hizmetlerin dağıtımında adaletin sağlanması ile halk nezdinde meşru bir yönetim haline gelmektedir. Bu sağlandığında halk için yönetim kavramının muhtevası doldurulmuş olur. Ancak yukarıda ifade edilen adalet sağlanamadığı takdirde

halk yönetimden hoşnut olmayacak, onu benimsemeyecek ve yönetimle sürekli çatışma halini yaşamak durumunda kalacaktır. O halde “halk için yönetim” kavramı sadece demokratik sistemler için değil diğer sistemlerin meşruluğu için de en önemli kavramsal araçlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak yukarıdaki tanımda belirtildiği gibi “halk tarafından yönetim” olmadığı sürece eksik bir tanımlama olacaktır. Halk, kendi çıkarlarını gerçekleştirmeyi amaçlayan bir rejimin demokrasi olarak tanımlanabilmesi için iktidarın kaynağının doğrudan halktan gelmesi yani eğer kendisi yönetiyorsa demokratik bir yönetim sisteminden bahsetmek mümkün olacaktır.

Halk için ve halk tarafından yönetim anlamına gelen demokratik rejimi diğer rejimlerden ayıran bazı hususiyetler bulunmaktadır. Bunlar; devlet erkinin sınırlanması, siyasi iktidarın sınırlarının hukuki normlarla belirtilmesi, bu sayede temel hak ve hürriyetlerin demokratik olmayan rejimlere göre daha korunaklı olmasıdır (Scmitter ve Karl, 1991:6). Dahası yurttaşlık kavramının kabul edilmesi çoğunluk çıkarlarının temsil edilmesi (Touraine, 2019:119) nihai siyasi karar alıcıların serbest seçimlerle iktidara gelmeleri olarak ifade edilebilir. Demokrasinin devlet için bireysel ve toplumsal düzeyde ortaya çıkan farklılıkları ve çıkar çatışmalarını ortadan kaldırma iddiasında değildir (Mouffe, 2005:125). Bu farklılık ve çatışmaları belli kurallar çerçevesinde düzenlemeye çaba göstererek bir arada yaşama amacındadır. Bireylerin hak ve hürriyetlerini devlet aygıtına karşı koruma, kamusal kararlara mümkün olan en yüksek düzeyde katılım sağlamak da demokratik rejimlerin diğer hususiyetlerinden bazılarıdır (Munck, 2009:119). Ayrıca yöneticilere değişen derecelerde hesap sorabilmeyi mümkün kılar.

2. Eski Yunan Site Devletlerinde Demokrasi

Demokrasi kavramının kökenlerini Eski Yunan’a kadar götürmek mümkündür. MÖ 700’lü yıllarda Yunanistan’da birbirinden bağımsız kent devletleri ortaya çıkmıştır. Yunan coğrafyasında bağımsız devletlerin çok fazla olmasında dağlar, vadiler ve adalarla parçalı bir halde bulunmasının önemli bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Batı Avrupa’nın kavimler göçü sonucu yaşadığı Cermen istilası ve Hint-Avrupalı kavimlerin Hindistan’ı istilası sonrası ortaya çıkan parçalanma gibi (Fukuyama, 2016:155), Yunan coğrafyasında da MÖ 13. yüzyılda yaşanan Dor istilalarının yaşandığı görülmektedir. Coğrafyanın verdiği parçalanmış coğrafyaya yaşanan Dor İstilaları da eklenince Yunan kent devletlerinin ortaya çıkmasında etkili olan nedenleri anlamak da mümkün hale gelmektedir.

Yunan coğrafyasındaki kentler siyasi olarak ayrı birimler halinde olmasına rağmen dil, din ve diğer kültürel unsurlar bakımından birbirlerine bağlı oldukları görülmektedir (Şenel, 2008:120-127). Önemli bir kısmı ticaretle uğraşan kent devletleri MÖ 600'lü yıllara gelindiğinde, büyük kamu binalarını yapacak kadar zenginleşmişlerdir. Sayıları oldukça fazla olan kent devletleri içerisinde Atina ve Sparta kentleri en önemli iki kent devleti olarak öne çıkmıştır.

MÖ 8. yüzyıla kadar krallıkla yönetilen Atina Kent Devleti'nde bu tarihten itibaren sikkelerin keşfi (Ağaoğulları, 2013:22) ile başlayan pazar inşası, zeytinyağı ve şarap ticaretinin de gelişmesini sağladığı görülmektedir. Gelişen zeytinyağı ve şarap ticaretinden toprak sahibi soylular gibi küçük çiftçiler de faydalanmak istemekteydiler (Şenel, 2009:71-72). Ancak küçük çiftçiler yeterli sermayeye sahip olmadıkları için borçlanma yoluna gittiler. Aristokrasi tefecilik yoluyla küçük çiftçilerin topraklarını ele geçirerek büyük bir ekonomik güç haline gelirken arazileri ellerinden çıkan küçük çiftçiler de köleleşme tehlikesiyle baş başa kalmaya başlamıştır (Uygun, 2017:75-76). Bu durum daha sonra çiftçilerin başkaldırması sürecini başlatarak Atina'da demokrasi sürecinin başlamasının önemli bir adımı olacaktı.

Soylular bir süre sonra krallığa son verip yönetimi dokuz soyludan oluşan bir kurulun eline bıraktı. Ancak kaba bir sömürüye dayanan düzenin devamı; baskıcı bir yönetimle yasaların yazılı olmaması, yalnız soylular tarafından bilinmesi, yönetimin baskıcı ve keyfi kararlar alabilmesini kolaylaştırıyordu. Ancak gelişen tüccar ve zanaatkâr sınıfının da hoşnutsuzluğu toplumdaki gerilimi doruk noktasına taşıdı. Bunun üzerine soylular çözüm olarak 621 yılında soylu Dragon önderliğinde bir yasa hazırlattılar (Aristoteles, 2012:16-21). Atina halkının örf ve adetleri olan *thesmoi* yerini insan yapısı, yazılı, erişilebilir ve tartışılabilir, değişime açık yasalara, yani *nomoi* 'ye bırakmıştır yazılı hale getirerek toplumsal düzeni sağlamaya çalıştılar. Ancak Aristo'nun deyişiyle cezaların sertliğinden başka Dragon yasalarının söz edilmeye değer bir tarafı yoktu. Daha sonra MÖ 594'te Solon önderliğinde yasalar yeniden düzenlendi. Dragon'a göre daha yumuşak olan yasalarla birlikte borç köleliği ile çiftçilerin arazileri üzerinde ipotekler kaldırılmış, borçlar silinmiş toplumda genel af ilan edilmişti. İktidar üzerinde soyluların tekeline kaldırmak üzere kan bağı ya da kabile örgütlenmesine dayanan yapı mahalle örgütlenmesi olan "demos"la değiştirilerek Atina'da doğrudan demokrasi yolunda önemli bir adım atılmıştır.

Soya değil yurttaşların mali durumlarına göre tanzim edilen siyasal faaliyetlere katılım, dört kategoriye ayrılarak düzenlendi. Mali durum sermayeye göre değil her yıl üretilen tarımsal ürün miktarına göre düzenlendi. Atina'da yurttaşların siyasal haklarını kullanmaları yukarıda da ifade edildiği gibi kurumlar aracılığıyla yerine getirilmektedir. Bunlardan biri Krallık rejiminden sonra ortaya çıkan ve soylulardan oluşan arkhon gelmektedir. Arkhon'luktan başka strategos'luk (Komutanlık) gibi yüksek devlet görevleri de bulunmaktaydı.

Tüm yurttaşların yasama ve yargı faaliyetlerine katılmaları sağlanmıştı. Halk Meclisinin (*Ekklesia*) gündemini hazırlayan, yasa önerilerini taslak haline getiren *bule* kurumudur (dört yüzler meclisi). Bu kurum soyluların elinde bulunmaktadır. Yargı faaliyetleri için "Halk Mahkemesi"ne (*heliaia*) katılmaları sağlandı. Bu mahkemeler otuz yaşını dolduran her yurttaşla açıktır. Yurttaşlar bu mahkemede kura ile bir yıllığına görev alabilmektedirler.

Doğrudan demokrasi modelinin uygulandığı Atina'da bu modelle ilgili olarak iki önemli eleştiri getirilmiştir. İlki bu yurttaşların sitede yaşayan herkesi kapsamamasıydı. Kölelerin canlı alet olarak kabul edildiği (Aristoteles, 2018:17), metoikos (yabancı), kadın ve çocukların yurttaş kapsamına alınmadığı bu modelde 400 bin nüfuslu Atina'nın sadece onda birlik kısmının yani 30 bin ile 50 bin arasında bir kitlenin yurttaş olarak siyasal faaliyetlere katılabildikleri, diğerlerinin siyasal haklardan mahrum olduğu görülmektedir. Bu durum toplumsal düzeyde önemli tartışmalara yol açmıştır.

Bu durumu o devrin özellikle sofistleri eleştiri konusu yapmışlardır. Çoğunluğu metoikoslardan oluşan sofistler, siyasetin bir sanat olup olmadığı konusunda tartışmalar yapmışlardır. Yapılan tartışmalar çerçevesinde siyasetin yalnız soylulara has bir bilim olmayıp onun sonradan öğrenilebilir doğası üzerinde durmuşlardır. Bir diğer eleştiri ise sofistleri ciddi derecede eleştiren Sokrates'ten gelmiştir. Sokrates özellikle liyakatlerine bakılmaksızın kura ile belirlenen kişilerin yönetimdeki önemli görevleri üstlenmelerinin toplumu felakete sürükleyeceğini belirtmiştir. Bu eleştirileri Sokrates'in öğrencileri Platon ve Aristo'nun da yaptıkları görülmektedir. Özellikle siyasal düşünce alanında önemli eserler bırakan Platon ve Aristo'nun eserleri demokrasi eleştirisi üzerine inşa edilmişlerdir. Bu eleştiriler sonraki dönemlerde demokrasinin kötü bir yönetim modeli olduğu inancının devam etmesinde etkili olmuştur.

Kadim Yunan'da Şehir devletlerinin hepsinin demokrasi ile yönetilmedikleri gerçeği göz önünde bulundurularak doğrudan demokrasi

uygulamasının yalnız Atina Polis devletinde yayılması üzerinde demokrasi niçin Atina'da ortaya çıktı, başka yerlerde yayılmadı ve aynı zamanda demokrasi uzun ömürlü olmadığı şeklinde sorular akla gelmektedir. Buna verilebilecek cevaplardan biri demokrasinin temelinde ekonomik hareketliliğin yattığı gerçeğidir. Sikkenin icadı ile başlayan ekonomik hareketlilik (Boyacı Gülenç, 2013:22) Atina polis devletinde demokratikleşme sürecini başlatmış ancak tarımsal üretimin hâkim olduğu toplum yapısında demokrasinin uzun ömürlü olamayacağıdır. Tarım toplumlarında yöneten yönetilen ayrımı çerçevesinde ortaya çıkan toplum yapısında tüccar kesimi oluşturan üçüncü sınıfın gücünün siyaseti etkilemekte yetersiz kaldığı ortadadır. Ayrıca o dönemde Yunan şehir devletleri arasındaki mücadelenin Avrupa'da olduğu gibi onları güçlendirmemiş başka bir devletin egemenliği altına girmelerine yol açmıştır. Atina Polis'inin 150 yıl civarında bir ömrü olmuş 339 yılında Makedonyalı Filip'in egemenliği altına girerek devlet düzeyindeki siyasal varlığı sona ermiş olur.

3. Modern Dönemde Demokrasi

Yaklaşık 2000 yıllık aradan sonra 17. yüzyılda, demokrasi kavramı yeniden gündeme gelerek siyasal düşünürler arasında yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Demokrasinin şöhret kazanmaya başlamasında 17. yüzyılda İngiltere'de kral ile Parlamento arasındaki mücadele ile birlikte Aydınlanma Çağının önemli bir yeri vardır. Bu mücadeleyi parlamento kazanarak kralın yetkilerini sınırlandırmayı başarmış böylece İngiliz Monarşisi, meşruti monarşi halini almıştır.

Gerek İngiltere'de Parlamento ile kral arasındaki mücadele ve gerekse Aydınlanma döneminin ortaya çıkışında Atina Polisinde demokrasiyi ortaya çıkaran ekonomik hareketliliğin önemli bir etkisinin olduğunu görmek mümkündür. Yönetici sınıf (aristokrasi ile üretici sınıf ya da yönetilen sınıf) şeklinde iki ayrı sınıf olarak düşünülebilecek toplumsal yapıda ticaret ve sanayi ile ilişkili bir sınıf olarak burjuva sınıfının ortaya çıkışı ile birlikte Batı'da üçüncü bir sınıfın ortaya çıktığı görülmektedir. Bu çerçevede ekonomik gelişme şehirli orta sınıf üzerinde etkide bulunarak onların siyasal hayata katılmasına müspet bir tesir de bulunmaktadır. Bu durum yöneten yönetilen ayrımı şeklinde ortaya çıkan dengeyi (Barış & Erdoğan, 2018: 85) değiştirerek sistemin demokrasi şeklinde yeni bir dengeye kavuşmasına yol açmaktadır.

Bu kapsamda İngiltere'de devrime yol açan sürecin Parlamento ya da Avam Kamarası ile Aristokrasi ya da Kral ve Lordlar Kamarası arasında yaşanan bir mücadele (Oğuz & Tok, 2016:466) sonucunda ortaya

çıktığını görmek gerekmektedir. Ülkede büyüyen burjuvazinin siyasal hayatta aktif bir şekilde katılma mücadelesi 17. yüzyılda ülkede iki büyük devrime yol açmış bu devrimler sonucunda parlamentonun üstünlüğü kabul edilmiştir.

Demokrasinin 17. yüzyılda tekrar gündeme gelmesi kapitalizmin gelişmesi ile ortaya çıkan üretim sisteminin getirmiş olduğu toplumsal düzen de aramak gerekir. Bu düzen daha önceki tarım toplumlarına özgü yöneten yönetilen ayrımı şeklinde meydana gelen aristokrasi ile halk ayrımının yerine gelişen burjuvazinin siyasette etkin rol alma çabalarının ikili denge yerine çoklu denge sistemini ortaya çıkarmasıdır. Ayrıca coğrafi olarak Batı Avrupa'nın birbirleri ile rekabet halinde bulunan çok fazla siyasi birimin bulunmasının da etkisini görmek mümkündür. Bu çerçevede birbiri ile rekabet halinde olan siyasal birimlerin kökenini feodal sistemde aramak gerekmektedir. Roma İmparatorluğu döneminde Avrupa yekpare bir siyasal yapı iken Kavimler Göçü ile birlikte Avrupa parçalı bir siyasal yapı halini aldı.

İngiltere'deki Parlamento ile kral arasında yaşanan iktidar mücadelesi siyasal düşünürleri etkilemiştir. Bu düşünürlerden biri olan Locke kuvvetler ayrılığı ilkesini ortaya atarak modern anlamda liberal demokrasinin düşünsel düzeyde kabul görmesinde etkili olmuştur. Bir diğeri ise düşünür Montesquieu'dür. Montesquieu İngiltere'de kalarak İngiliz yönetim sistemini incelemiştir. İngiltere'deki kuvvetler ayrılığı bu sisteminden esinlenmiştir. Ancak İngiltere'den farklı olarak yargıyı da yasama ve yürütme kuvvetinin yanında üçüncü bir kuvvet olarak benimsemiştir. Bu çerçevede Montesquieu'nun en önemli katkısı kuvvetler ayrılığı ilkesini günümüzdeki anlamıyla düzenlemesidir.

Montesquieu "kuvvetler ayrılığı" ilkesini kabul etmesine rağmen, doğrudan demokrasi modelinin Eski Yunan kent devletlerinde olduğu gibi uygulanmasının mümkün olmadığını belirtmiştir. Doğrudan demokrasinin ancak Eski Yunan kent devletlerinde olduğu gibi gerek nüfus gerekse coğrafya olarak küçük çaplı ülkelerde mümkün olduğu tespitini yapmıştır (Göze, 2011:220-224). Benzer bir şekilde Rousseau, Polonya için kaleme aldığı anayasa taslağında (Beriş, 2006: 84) Polonya gibi nispeten büyük ölçekli ülkelerde doğrudan demokrasi modelinin uygulanamayacağı saptamasında bulunmuştur. Rousseau, bu sorunu ortaya attığı "genel irade" kavramı aracılığı ile çözmeye çalışmıştır.

Rousseau'ya göre (Bayram, 2016:595-600) sözleşmeyi kabul eden bireylerin iradelerinin bütününe toplamı olan genel irade, sıradan bir aritmetik yığından ibaret değildir. Ortaya çıkan irade kendine has bir

varlığı, müşterek bir siyasal benliği ve iradesi ortaya çıkan kamusal bir kişiliktir. Rousseau'nun egemeni toplum sözleşmesi ile siyasal olarak meydana gelen halktır. Ancak halkın egemen olduğu bir ülkede “yöneten yönetilen” ayrımı bir anlam ifade etmeyecektir. Rousseau, bu meseleyi toplumsal ilişkiler bakımından “iki farklı role sahip birey” kavramı ile aşmaya çalışmıştır. Birinci rolde birey genel iradenin oluşmasına katkıda bulunan yurttaş, ikinci rolde, kamunun iradesi sonucu olarak ortaya çıkan yasalara boyun eğme yükümlülüğü bulunan uyruktur. Bu şekilde Rousseau hem yasaların kaynağı olan hem de yürütme gücünü elinde tutan halkı siyasal iktidarın dayanağı teşkil eden ana kaynak olarak görmektedir. Çifte role sahip olan halk yurttaş olarak egemenliğini temsilcileri aracılığı ile yerine getirmektedir. Gerek Montesquieu ve gerekse Rousseau'nun fikirleri (Uygun, 2017:359), Fransız İhtilali'ne giden süreçte fikri düzeyde mühim tesirlerde bulunmuştur. Ayrıca Birleşik Devletlerin Anayasal düzene geçmesinde de adı geçen düşünürlerin önemli etkilerde bulundukları anlaşılmaktadır.

18. yüzyıl sonrasında yaygınlaşan modern demokrasiyi Eski Yunan/Atina demokrasisinden ayıran en önemli fark yurttaşların demokrasi-deki rollerinin değişmiş ve böylece temsil kurumlarının zorunlu hale gelmiş olmasıdır. Bu durum devlet birey karşıtlığını ortaya çıkarmış; toplum içerisindeki etnik, dini ve kültürel yeni uyumsuzluk ve rekabet alanlarını ortaya çıkarmıştır. Toplumsal düzeyde ortaya çıkan bu uyumsuzluk/rekabet nedeniyle, bireylerin kendilerini siyasal düzlemde ifade edebilmelerine katkı sağlayabilecek yeni oluşum arayışına girmişlerdir.

Temsili demokraside bireylerin kendi düşüncelerine uygun yönetimlerin iktidara gelebilmesi için siyasal düzlemde siyasal partileri oluşturmuşlardır. Siyasal hayatın temelinde toplumsal çatışmaların yattığı düşüncesi, partilerin kuruluşundaki temel amaç olarak ortaya çıkmıştır. Partiler, seçmenlerin seçilenleri denetlemesini sağlayan organlar olmuştur. Serbest ve adil seçimler aracılığı yarışa giren siyasi partiler belirli bir dönem iktidarı elinde tutma olanağı elde etmektedir. Nitekim temsili demokrasilerde yaşanan iktidar mücadelesinde siyasi partiler, sistemin olmazsa olmaz unsurları olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çerçevede demokrasilerde “devlet erkinin sınırlanması, başlıca ilkelerden biridir. Devlet erkinin sınırlanması sayesinde devlet içerisinde bulunan bireysel ve STK düzeyindeki aktörler düşüncelerini serbestçe ifade edebilme ve faaliyette bulunabilmektedirler. Devlet erkini sınırlandıran unsurlara bakıldığında; bireylerin özgür olabilmelerini ifade eden kişisel haklar, devlet erkini sınırlandıran bir unsurdur. Kişisel hak

ve menfaatler, bireylerin yurttaşlık temelinde eşit hak ve sorumluluklara sahip olması çerçevesinde hukuki güvencesi olmadıkça siyasal özgürlük, güçlülere ve zenginleri korumanın bir yolu olacaktır (Touraine, 2019:133). Dahl'ın belirttiği üzere, makul ölçüde hassas bir demokrasi için örgüt kurma ve bunlara katılma, ifade hürriyeti, oy verme hakkı, kamu görevlerine eşit bir şekilde gelebilme fırsatı, siyasal liderlerin seçmen tercihini kazanmak için yarışabilme hakkı, haber alma kaynaklarının çeşitliliği, serbest ve adil seçimlerin ciddi bir şekilde gerçekleştirilebilmesi demokratik bir ortam için olması gereken unsurlardır (Lijphart, 1996: 2). Siyasi partilerin serbestçe kurulmaları, özgür bir biçimde örgütlenmeleri çoğulcu demokrasinin sağlığı için temel esastır.

Ulus devlet ölçeğinde 17. yüzyılda yeniden ortaya çıkmaya başlayan demokratik düşünce, günümüze kadar üç büyük dalga yaratmıştır (Huntington, 1996:10-11). 1820'lerde ABD'de erkek nüfusun büyük bir bölümüne oy hakkı tanınmasıyla başlayıp I. Dünya Savaşına kadar devam eden Birinci Dalgada 30'a yakın ülke demokrasiyi benimsemiştir. Bu dalga Avrupa ve İngiltere konuşulan ülkelerde etkili olmuştur. İki Dünya Savaşı arası dönemde yaşanan ekonomik ve siyasi krizin de etkisiyle otoriter ve totaliter rejimlerin yükselmesine rağmen özellikle Batı'da demokrasi cephesinin galip gelmesi ile belirginleşen İkinci Dalga ve 1990'lı yılların başlangıcında sosyalist rejimlerin çöküşü sonucu Doğu Bloku ülkelerin Demokrasiye geçişi ile neticelenen Üçüncü Dalgadır.

4. Sanayi 4.0 ve Demokrasinin Geleceği

Kadim Yunan Atina Polis Devletindeki demokrasinin gelişimi Sanayi devrimleri demokrasi ilişkisinin ekonomik etkinliklerdeki değişme sonucunda tarım toplumunun geleneksel yöneten yönetilen ayrımının değişime uğrayarak ticari kesimin de yeni bir sınıf olarak ortaya çıkmasıyla birlikte yeni toplumsal bir sürecin etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu çerçevede Atina Polisi'nde nüfusunun da etkisiyle doğrudan demokrasi 17. yüzyılda İngiliz Devrimleri birlikte başlayan demokratikleşme adımları temsili demokrasiyi getirmiştir.

Günümüzde Endüstri 4.0 ile toplumsal yapıda önemli dönüşümlerin yaşanmaya başladığı görülmektedir. Bu çerçevede yaşanan Covid 19 pandemisi ile birlikte bilişim teknolojilerinin hayatın tüm sahalarını kuşatmış olduğunu söylemek mümkündür. İnsanlar sosyal ağlar vasıtasıyla birbirleri ile iletişim kurmakta; sağlık, ulaşım, eğitim, tedarik zincirleri bu teknolojiler üzerinden gerçekleştirilmeye başlanmıştır.

Teknolojide yaşanan gelişmelere bakıldığında, internet ve mobil bilgisayarlar yardımı ile hususiyetle yüksek teknoloji gerektiren ürünlerin üretim süreçleri değişmiştir. Yeni teknolojiler sayesinde daha akıllı ürünler husule getirilirken, müşteri talep ve ihtiyaçlarını dikkate alan kişiselleştirilmiş veya kişiye özel ürünler üretilebilmektedir. 4. Sanayi Devrimini gerçekleştiren teknolojiye yaşanan bu gelişmeler, ilk defa Almanya Hannover Fuarında 2011 yılında kullanılan 4.0 Sanayi Devrimi kavramı, üretim süreçlerinde fabrikalardaki makineler, bilgisayarlar, sensorlar ve diğer bütünleşmiş bilgisayar sistemlerinin birlikte iletişim kurarak, insanlardan neredeyse tamamen bağımsız olarak kendi kendilerine üretim yapabilecekleri bir sistemi ifade etmektedir. İnternet teknolojisi; mobil cihazlar, sensorlar ve akıllı diğer aygıtlar 4. Sanayi Devrimi ile beraber birleştirilerek, “Nesnelerin İnterneti” kavramını yaratmıştır (Davutoğlu vd., 2017:546).

Bu devrimin temelinde yata güdüye bakıldığında, Almanya’nın, rekabet üstünlüğünü ele geçirme amacının temelde yer aldığı görülmektedir (Yazıcı, 2018, s. 67). Çin ve Hindistan gibi ucuz işgücü aracılığıyla daha düşük mamul üretebilen ülkelerle rekabet edebilme hedefiyle Almanya Endüstri 4.0 devrimini gerçekleştirmiştir (Gilchrist, 2016). Akıllı robotlar, sanayiden hizmetler sektörüne hayatın diğer alanlarına da girmeye başlamıştır. 4. Sanayi Devrimi bir otomasyon çağından otonomlaşıma çağına doğru gidiştir. Fabrikaların üretim hatlarında aktif bir şekilde kullanılmaya başlanan robot teknolojisi, daha da ileriye taşınmıştır. Robotlar, hizmetler sektöründe de ehemmiyet kesp etmeye başlamıştır (Roblec, vd., 2016:5-7). 4. Sanayi Devriminde üretimde kullanılan robotlar tıpkı bir işçi gibi yapması gereken işlere karar verip en verimli bir şekilde üretimin devamını sağlamak üzere tasarlanmışlardır. Üç boyutlu yazıcılar da bu dönemde yaşanan teknolojik gelişmenin bir başka ürünüdürler. Sanal ortamlarda tasarlanan herhangi bir üründen, üç boyutlu çıktı alınması mümkün hale gelmektedir. Kısacası en küçük cisimden, büyük beton bloklara kadar nesneleri (Özdoğan, 2017) üç boyutlu yazıcı ile üretmek teorik olarak mümkün hale gelmiştir.

Akıllı fabrikalar ve bu fabrikaların ürünlerinin internet bağlantısı sayesinde iletişim halinde olduğu akıllı makineler de bu devrimin getirdiği diğer yeniliklerdendir. Herhangi bir arıza halinde makinenin bu durumundan önceden haberdar olunabilecektir. Böylece nesneler arasında kurulan ağlar sayesinde bu nesnelerin kontrol edilebilmeleri ve takip edilebilmeleri mümkün olabilecektir. Cep telefonu üzerinden evde çalışan bir makine ayarlanabilecektir. Benzer bir şekilde fabrikadaki robotların fabrikada yaptığı üretimi fabrika görevlileri uzaktan takip edebileceklerdir.

Kısaca 4. Sanayi Devrimi, sensor, veri, bilgi, ve işlem gibi dört alanda devrimsel değişiklikler getirmiştir. Sensorlar yardımı ile makine, çevresinde bulunan ısı ışık nem gibi çeşitli sinyalleri veriye çeviren ölçüm yapabilme kabiliyetine sahip olabilmektedir. Veri ise makinelerin sensörleri aracılığı ile ve internet ortamında topladıkları verilerin amaca en uygun olanlarını seçip sınıflandırabilmesidir. Bilgi ise makinelerin verileri yapay bir zekâ algoritmasından geçirip daha önce yapılan hatalardan ders almasıdır. İşlem aşamasında veriler bilgiye çevrildikten sonra artık karar vermektedir. Örneğin robotun yürümesi, yakıtı bitmiş bir kalorifer kazanının deposuna yakıt alması şeklindeki örneklerden bu devrimde makinelerin yapay zekâ sayesinde insana özgü işlemleri yapabilmektedir (Şener ve Elevli, 2017:27).

Endüstri 4.0 ile birlikte teknik düzeyde yukarıda belirtilen gelişmeler yaşanırken bu gelişmelerin siyasal, yönetsel ve toplumsal alan üzerinde de önemli etkileri olacaktır. Bunlardan birisi temel üretim sektörleri olan tarım, sanayi ve hizmetler sektöründe insan emeğine olan ihtiyaç; sadece bu aygıtların geliştirilmesi, bakım ve onarımı ihtiyacına indirgenmiş gibi görünmektedir. İnsan emeğine olan ihtiyaç gelecekte daha da azalacaktır. Bu sonuç ise gelecekte başta sanayi ve hizmet sektörleri olmak üzere, devlet aygıtında başta kamu yönetimi olmak üzere önemli değişimlerin yaşanmasına neden olacaktır. Tamamen bütünleşmiş bilgisayarlar ve internet üzerinden yürütülecek kamu hizmetleri, denetim ve kontrol mekanizmaları sayesinde gelecekte kamu yönetiminde otomasyon ağırlıklı bir yapı ortaya çıkacak ve buna bağlı olarak daha hızlı, hatasız ve sonuç odaklı kamu hizmetleri sunulabilecektir.

Bir diğeri sosyal ağlar insanların başlıca iletişim, etkileşim kanalları olacak gibi durmaktadır. Covit 19 ile birlikte ticaret, eğitim, sağlık, kamu ile ilgili iş ve işlemlerin de bilgisayar ve internet teknolojisi vasıtasıyla gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. İnsanlar birbirleri ile doğrudan sohbet etmemekte sosyal ağlarda yapmış oldukları beğeni ve paylaşımlarla kendilerini ifade etmektedirler. Bu kapsamda geleneksel hale gelmeye başlayan eski alışkanlıklar ortadan kalkmaya başladı bile. Değişim süreci sosyal ağlar üzerinden etkileşimler daha yeni sayılabilecek düzeydedir. Bu nedenle de insanlar dijital teknoloji öncesi dönemi arkadaşlık ilişkilerini de devam ettirmekte olduğu için değişimin boyutları algılanamamaktadır. Ancak yeni doğan ve nispeten sosyal ağlar öncesi toplumsal ilişkiler hakkında bir fikri olmayan nesil geldiğinde onların duygu ve düşünceleri sosyal ağların sanal ortamlarında şekillenecek. Tamamen farklı bireyler olarak insani duyguların önemli bir kısmından habersiz olarak yaşama tehlikesi ile baş başa kalabileceklerdir.

Bu durum toplumsal düzenin tarım toplumlarının yüz yüze ilişkilerini gerektiren ortamlardan kalabalık kentlerin ortamlarında ikincil ilişki düzeylerinin öncelikli hale geldiği kalabalık kent ortamlarındaki yalnız insan kavramı yerini sanal bağlarla kuşatılmış dijital insan kavramına bırakacak gibi görünmektedir. İnsanlar artık daha da bireysel/bencil ve yalnızlaşmış bir varlık haline gelmiş olacaklar.

Yukarıdaki iki etken dikkate alındığında, öncelikle insanlar işsizlik tehlikesi ile karşı karşıya kalacaklar. Bunun önemli bir neticesi insanlar ekonomik olarak özgür olamayacaklar. Bu çerçevede onlar daha da ihtiyaçlı bir hale gelecekler bu durumda iki seçenek var gibi durmaktadır (Yazıcı, 2018, s. 266). Bunlardan biri ihtiyaçlı olma durumu Atina site devletinde olduğu gibi toplumsal huzursuzluklara neden olarak kendilerini kuşatan dijital bağlarından kurtulma çabası içerisine girebilirler. Böylece Atina site devletinde demokrasinin doğuşuna benzer bir dijital demokrasi ortaya çıkabilir. Diğer, insanlar kendilerini kuşatan sosyal ağlar içerisinde yaşamaya devam ederek teknolojiye sahip olan veya onları yönlendiren şirketlere (dijital aristokrasi) ve devlete bağımlı bir hale gelmesi mümkündür.

Ayrıca teknolojide yaşanan gelişmelerin insanları birbirlerine daha fazla bağladıkları ve bilgiye ulaşmada önemli kolaylıklar sağladığını belirtmek gerekmektedir (Güngör, 2017:2260). Bu çerçevede insanlar gerek kendi ülkelerinde ve gerekse sanal ağlar vasıtasıyla başka ülkelerin insanları ile daha kolay iletişime geçebildikleri, sanal ağlar üzerinden örgütlenebildiklerini bunu da devlet mekanizması dışında gerçekleştirebildikleri göz önüne alındığında sanal ağların insanların STK oluşturmalarında ve böylece devlet gücünü dengeleme/sınırlandırma konusunda etkinlik sağlayabildiklerini de belirtmek gerekmektedir. 2011 yılında cereyan eden Arap Baharı hadisesi ve 2020'deki ABD başkanlık seçimlerindeki yolsuzluk iddiaları düşünüldüğünde¹ sanal ağları hâkimiyeti altına alan büyük şirketlerin veya dijital aristokrasinin halkı devlete karşı tahrik etmede onları yönlendirmede ne kadar güçlü olduklarını göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışma tarihsel bir perspektifle, demokrasinin ortaya çıkışı gelişmesi ve gelecekte alması beklenen durumu tartışmıştır. Bu kapsamda demokrasi toplumda farklı sınıfların (burjuva sınıfı) ortaya çıkışı arasın-

1 ABD başkanlık seçimlerinde Twitter, İnstigram ve Facebook gibi teknoloji devlerinin Cumhuriyetçi aday Trump'ın konuşmalarını yayınlamadıkları, sesinin kitlelere ulaşmasını engelledikleri ifade edilmektedir. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52849144> (E.T 10.12.20)

da bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Atina site devletinde demokrasi- nin ortaya çıkışı ile ticaretin gelişmesi (sikkenin icadı sonucu yaşanan ticari akışkanlık sonucu burjuva sınıfı) arasında, günümüzde yine benzer bir şekilde demokrasi- nin ortaya çıkışı ile ticaretin gelişmesi (burjuvazi- nin yükselişi) arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Burjuva sınıfı elde ettiği güçle siyasetten yönetme talebinde bulunmakta ve halkın da desteği ile istediğini elde etmektedir. Böylece devlet içerisinde Tarım toplumuna özgü iki sınıflı/ iki katmanlı siyasal sistem yerini ikiden fazla sınıfın etkin olduğu siyasal bir mekanizmaya bırakarak siyasal bir den- genin meydana gelmesini sağlamaktadır.

Sanayi 4.0 ile ortaya çıkan süreçte sanayi ve hizmet robotlarının önemli görevler üstlenecekleri dolayısıyla insanların büyük bir kısmının işsiz kalacağı devlete veya üretim araçlarını elinde bulunduran serma- ye kesimlerine bağımlı olacağı dolayısı ile bir tür aristokrasinin ya da daha doğru ifade ile dijital aristokrasinin ortaya çıkacağı söylenebilir. Dijital aristokrasi sosyal medyaya hâkim olarak insanları etkileme, on- ları yönlendirme gücü kazanarak hedeflerine ulaşmada bir araç olarak kullanmak isteyecektir. Ancak dijital aristokrasi halkın desteğini alarak egemenliğini sürdürmek isteyecektir. Bu çerçevede halkla karşı karşıya gelerek bu konumunu kamu yararı doğrultusunda devlet mekanizmasına devretmek zorunda kalacaktır.

Bu durumda gelecekte demokrasi veya halkın egemenliği şeklin- de siyasal sistemler devam edecektir. Bunlar da yönetme ile ilgili iş ve işlemlerinin büyük bir kısmını sanal ağlar vasıtasıyla devam ettireceği için sanal ağlar daha aktif olarak kullanılacaktır. İlk olarak doğrudan demokrasi, daha sonra temsili demokrasi şeklinde gelişen sistem, dijital ya da sanal demokrasi şeklinde devam edecektir.

KAYNAKLAR

- Ağaoğulları, M. (2013). *Kent Devletinden İmparatorluğa*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Aristoteles. (2012). *Atinalıların Devleti*. İstanbul: Türkiye İşbankası Kültür Yayıncılı.
- Aristoteles. (2018). *Politika*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bariş, S., & Erdoğan, M. (2018). 21. Yüzyılda Demokrasi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Literatür İncelemesi. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 83-102.
- Bayram, A. (2016). Jean-Jacques Rousseau (Aydınlanma Karşıtlığı, Eşitlik ve Özgürlük). H. E. Beriş, & F. Duman içinde, *Siyasal Düşünceler Tarihi* (s. 577-607). Ankara: Orion Kitabevi.
- Beriş, H. E. (2006). Teoride ve Pratikte Demokrasi. T. E. (Ed.) içinde, *Feodal Toplum* (s. 71-110). Ankara: Lotus Yayınevi.
- Boyacı Gülenç, N. (2013). *Platon'da Bilgi İktidar İlişkisi*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Doktora Tezi).
- Davutoğlu, N.A., Akgül, B., Yıldız, E. (2017). İşletme Yönetiminde Sanayi 4.0 Kavramı İle
- Farkındalık Oluşturarak Etkin Bir Şekilde Değişimi Sağlamak. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 52, Eylül 544-567.
- Fukuyama, F. (1995). The End of History). *The National Interest*, 3-18.
- Fukuyama, F. (2016). *Siyasi Düzenin Kökenleri*. (E. Başer, Çev.) İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Göze, A. (2011). *Siyasal Düşünceler ve Yönetimler*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Gilchrist, A. (2016). Industry 4.0 (The Industrial Internet of Things). Thailand: Apress
- Güngör, S. (2017). 1Siyasetin @HaliDijital ÇağdaSiyasal Katilim. C, 22, 2259–2273.
- Heywood, A. (2013). *Siyasi İdeolojiler*. (A. Bayram, Çev.) Ankara: Adres Yayınları.
- Lijphart, A. (1996). *Çağdaş Demokrasiler*. (E. Özbudun, & E. Onulduran, Çev.) İstanbul: Türk Demokrasi vakfı ve Siyasi İlimler Derneği Ortak Yayını.
- Mouffe, C. (2005). For an Agnostic Public Sphere. L. Tonder, & L. Thomassen içinde, *Radical Democracy: Politics Between Abundance and Lack* (s. 123-133). Manchester: Manchester University Press.
- Munck, G. (2009). *Measuring Democracy (A Bridge Between Scholarship & Politics)*. Baltimore: The John Hopkins University Press.

- Oğuz, M., & Tok, N. (2016). Klasi Liberal Siyaset Felsefesinin Temelleri. H. Beriş, & F. Duman içinde, *Siyasal Düşünceler Tarihi* (s. 465-497). Ankara: Orion Kitabevi.
- Özdoğan, O. (2017). Endüstri 4.0. İstanbul: Pusula Yayınları.
- Roblec, V., Mesko, M., Krapez, A. (2016). A Complex View of Industry 4.0. SAGE Open Journal, 1-11.
- Scmitter, C., & Karl, T. (1991). What Democracy is and is not. *Journal of Democracy*(Summer), 3-16.
- Şenel, A. (2008). *Siyasal Düşünceler Tarihi*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Şenel, A. (2009). *İnsanlık Tarihi: Kemirgenlerden Sömürgenlere*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Şener, S., & Elevli, B. (2017). Endüstri 4.0'da Yeni İş Kolları ve Yüksek Öğrenim. *Mühendis Beyinler Dergisi*, 25-37.
- Touraine, A. (2019). *Demokrasi Nedir?* (O. Kural, Çev.) İstanbul: YKY Yayınları.
- Uygun, O. (2017). *Devlet Teorisi*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Yazıcı, S. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimi ve Kamu Yönetimi Disiplini. R. Karagöz, T. Kodaman, & P. Marijan içinde, *Sosyal Beşeri ve İdari Bilimlerde Akademik Çalışmalar* (s. 255-270). Çetinje: IVPE.
- Yazıcı, S. (2018). İnovasyon, Rekabet ve Devlet. *Electronic Turkish Studies*, 13(13), 67-86.