

ICONSR 2018

INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCE RESEARCH

September 5 to 9, in Prizren, Kosovo



PROCEEDINGS & ABSTRACTS BOOK

iconsr

www.iconsr.org

www.iconsr.org
info@iconsr.org

KUTBİLGE

Association of Academicians
organized by

**bilge
busad**

<http://dergipark.gov.tr/busad>
kutbilgesocial@gmail.com

ICONSR 2018

International Conference on Social Science Research

September 5-9 in Prizren, Kosovo

PROCEEDINGS & ABSTRACTS BOOK

International Conference on Social Science Research

September 5-9 in Prizren, Kosovo

Editors

Dr. Kürşat Özdaşlı
Dr. Hamza Kandemir
Dr. Barbaros Serdar Erdoğan
Dr. Himmet Büke
Ma. Mustafa Özcan Taşkesen
Ma. Fatih Mehmet Bakırtaş
Ma. Serhat Doğanay
Ma. Fatih Keskin
Ma. Ergin Kala
Msc. Serkan Özdemir
Msc. Abdullah Beram
Exp. Süleyman Uysal

Cover design & Layout

Ma. Serhat Duranay

Copyright © 2018

All rights reserved. The papers can be cited with appropriate references to the publication. Authors are responsible for the contents of their papers.

Published by

Association of Kutbilge Academicians, Isparta, Turkey
E-Mail: kutbilgescience@gmail.com

ISBN: 978-605-68864-0-9

International Conference on Social Science Research

September 5-9 in Prizren, Kosovo

Organizig Committee

Dr. Kürşat Özdaşlı
Dr. Hamza Kandemir
Dr. Barbaros Serdar Erdoğan
Dr. Himmet Büke
Ma. Mustafa Özcan Taşkesen
Ma. Fatih Mehmet Bakırtaş
Ma. Serhat Doğanay
Ma. Fatih Keskin
Ma. Ergin Kala
Msc. Serkan Özdemir
Msc. Abdullah Beram
Exp. Süleyman Uysal

Copyright © 2018

All rights reserved. The papers can be cited with appropriate references to the publication. Authors are responsible for the contents of their papers.

Published by

Association of Kutbilge Academicians, Isparta, Turkey
E-Mail: kutbilgescience@gmail.com

ISBN: 978-605-68864-0-9

International Conference on Social Science Research

September 5-9 in Prizren, Kosovo

Scientific Committee

Dr. Abdulmecit Nuredin International Vision University, Macedonia	Dr. Ermal Lubishtani University for Business and Technology, Kosovo
Dr. Adem Gürler Giresun University, Turkey	Dr. Fatih Bektaş Karadeniz Teknik University, Turkey
Dr. Ageni Aliu University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Fatih Kahraman Karamanoğlu Mehmetbey University, Turkey
Dr. Aişa Hanif Institute of Development Economics, Pakistan	Dr. Ferit Selimi University for Business and Technology, Kosovo
Dr. Alfred Marleku University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Feyzullah Eroğlu Pamukkale University, Turkey
Dr. Arber Celiku University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Gökhan Acar Uşak University, Turkey
Dr. Arian Starova University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Hakkı Kıymık Mehmet Akif Ersoy University, Turkey
Dr. Armend Muja University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Halil İbrahim Demir Mehmet Akif Ersoy University, Turkey
Dr. Artan Luma University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Hamza Ateş İstanbul Medeniyet University, Turkey
Dr. Artan Mustafa University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Hasan Hüseyin Aygül Akdeniz University, Turkey
Dr. Atilla Pulur Gazi University, Turkey	Dr. Hasan Hüseyin Özkan Süleyman Demirel University, Turkey
Dr. Ayşe Durgun Kaygısız Süleyman Demirel University, Turkey	Dr. Hasan Şahan Akdeniz University, Turkey
Dr. Ahmet Sarıtaş Mehmet Akif Ersoy University, Turkey	Dr. Himmet Büke Mehmet Akif Ersoy University, Turkey
Dr. Ahmet Şahin Mehmet Akif Ersoy University, Turkey	Dr. İntikam Beşirov Azerbaijan State University Of Economics, Azerbaijan
Dr. Ayşe İrmiş Pamukkale University, Turkey	Dr. Jabbor Eshonkul Academy Of Sciences Of Uzbekistan, Uzbekistan
Dr. Barbaros Serdar Erdoğan Mehmet Akif Ersoy University, Turkey	Dr. Jarkınbek Süleymenova Kazakh State Women's Pedagogical University, Kazakstan
Dr. Bertan KaraHodza University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Joliboy Eltazarov Samarkand State University, Uzbekistan
Dr. Burul Sağıynbaeva Kyrgyz-Turkish Manas University, Kirghizistan	Dr. Jorida Xhafaj University for Business and Technology, Kosovo
Dr. Bülent ŞEN Kırklareli University, Turkey	Dr. Kalina Sotiroska International Vision University, Macedonia
Dr. Canan GÖNÜLLÜ TAŞKESEN Mehmet Akif Ersoy University, Turkey	Dr. Kayrbek Kemenger L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakstan
Dr. Cengiz Akalan Ankara University, Turkey	Dr. Kürşat Öncül Eskişehir Osmangazi University, Turkey
Dr. Cildiz Alimova Kyrgyz-Turkish Manas University, Kirghizistan	Dr. Liudmila Nosova Russian Centre For Science And Culture, Russia
Dr. Edmond Hajrizi- Rector University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Maria Tunç Buryat State University, Russia
Dr. Edmond Jajaga University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Mehmet Günay Gazi University, Turkey
Dr. Elizabed Bzhalava Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Georgia	Dr. Mehmet Öz Hacettepe University, Turkey
Dr. Emine Taş Bayburt University, Turkey	Dr. Mehmet Türkmen Kyrgyz-Turkish Manas University, Kirghizistan
Dr. Ercan Omirbayev Ahmet Yesevi University, Kazakstan	Dr. Mensur Nuredin International Vision University, Macedonia
Dr. Erkinbek Serikbay Abai Kazakh National Pedagogical University, Kazakstan	Dr. Metin Akar İstanbul Aydın University, Turkey

Dr. Muhammet Koçak	Dr. Said Taş
Gazi University, Turkey	Süleyman Demirel University, Turkey
Dr. Mustafa Lamba	Dr. Sandıbay Boranbay
Mehmet Akif Ersoy University, Turkey	The Regional Social And Innovation University, Kazakistan
Dr. Mustafa Öztürk	Dr. Serkan Dirlik
Süleyman Demirel University, Turkey	Muğla Sıtkı Koçman University, Turkey
Dr. Mustafa Yeniasır	Dr. Sezai Öztop
Dr. Mürşit Işık	Mehmet Akif Ersoy University, Turkey
Süleyman Demirel University, Turkey	Dr. Sezgin Korkmaz
Dr. Nazım Aksoy	Mehmet Akif Ersoy University, Turkey
Mehmet Akif Ersoy University, Turkey	Dr. Uğur Çiçek
Dr. Nazmi Avcı	Mehmet Akif Ersoy University, Turkey
Süleyman Demirel University, Turkey	Dr. Umut Avcı
Dr. Nazmi Bayköse	Muğla Sıtkı Koçman University, Turkey
Akdeniz University, Turkey	Dr. Ümit AKCA
Dr. Nehat Ramadani	Süleyman Demirel University, Turkey
University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Vadim Atnashev
Dr. Nurettin Parıltı	North-West Academy of Public Administration, Russia
Gazi University, Turkey	Dr. Veli Atmaca
Dr. Oğuzhan Aytar	Mehmet Akif Ersoy University, Turkey
aramanoğlu Mehmetbey University, Turkey	Dr. Veton Zejnullahi
Dr. Oğuzhan Karadeniz	University for Business and Technology, Kosovo
Bülent Ecevit University, Turkey	Dr. Vörös Milkós Moholy-Nagy
Dr. Oktay Ahmed	University of Art and Design, Hungary
University Of St Cyril And Methodius, Macedonia	Dr. Ylber Limani
Dr. Özgür Kasım Aydemir	University for Business and Technology, Kosovo
Pamukkale University, Turkey	Dr. Yusuf Esmer
Dr. Ramiz Fazliu	Sinop University, Turkey
University for Business and Technology, Kosovo	Dr. Zafer Tangülü
Dr. Rengin Fırat	Muğla Sıtkı Koçman University, Turkey
University of California, USA	Dr. Yusuf Ayyaz
Dr. Roula Massoul	Suleyman Demirel University, Turkey
Dr. Rozalinda Sahanova	Dr. Zhantas Zhakupov
Abai Kazakh National Pedagogical University, Kazakistan	L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakistan
Dr. Sabahat Bayrak Kök	Dr. Zhilbert Tafa
Pamukkale University, Turkey	University for Business and Technology, Kosovo
Dr. Sagmbai Zhumaguov	Dr. Zoran Filipovski
L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakistan	International Vision University, Macedonia

International Conference on Social Science Research

September 5-9 in Prizren, Kosovo

Participants Outside Turkey

Semra Petlica – SERBIA

Mehdi Gurra- ALBANIA

Ergin Kala-KOSOVO

Rufat Mammadov-AZERBAIJAN

Elgun Ahmadov-AZERBAIJAN

Intigam Bashirov-AZERBAIJAN

Ainur Akhmetova-KAZAKHISTAN

Ashar Awan-PAKISTAN

Tooba Pervaiz Banday-PAKISTAN

CONTENTS

ABSTRACTS

A Qualitative Study on Mobbing From The Experiences of Lecturers

Rukiye Çelik, Şerife Alev Uysal (Sy.2)

The New Face of Management: A Research on the Management Style Perception and the Expectation of Z Generation

Murat Karaçetin, Leyla Akbaş (Sy.3-4)

An Analysis Of The Village Fires Responded By Artvin Fire Authority Between Years 2008-2017

Kemal Torpuş, Galip Usta, Gürkan Yılmaz (Sy.5)

Political Participation Case in Digitalized Political Communication Process: 2008 US Presidency Selection Example

İsmail Cem Feridunoğlu (Sy.6)

Unfair Distribution of National Income In Turkey

Emek Aslı Cinel (Sy.7)

Dynamics Of Poverty And Income Inequality: Dynamic Panel Data Analysis On Selected Europe And Central Asian Countries

Ayşe Durgun Kaygısız (Sy.8)

The Reflections of the October Revolution in 1917 on the Ottoman Empire and the First Turkish Grand National Assembly

Naci Çelik , Umut Kedikli (Sy.9-10)

A Research on Labor Force Requirement in Turkish Ready-Wear Industry

Ahmet Özbek, Yusuf Esmer (Sy.11)

Living in Nursing Homes and Alternative Living Places for the Elderly: Example of Burdur Province

Canan Gönüllü Taşkesen (Sy.12)

A Qualitative Research on the Investigation of the History Information of Secondary School Students

Yusuf Göncü, Mehmet Erdem (Sy.13)

A Content Analysis on Perceptions of SME Managers About Strategic Consciousness and Strategic Management

Oğuzhan Aytar (Sy.14)

Security Concepts and International Terrorism

Hüseyin Emre Aydoğan, Mehmet Fatih Yaman (Sy.15)

The Concept Of “Eternal Nation” («Mangilik Yel») in The “Hard Time” Novel By K. Mukhanbetkaliuly

Ainur Akhmetova (Sy.16-17)

Cultural Codes and Effects in Marketing Research

Muhammet Yüksel, Yusuf Esmer (Sy.18)

The Effect of Development Funds on Economic Development

Mustafa Özyücel (Sy.19)

**Evaluating the Productivity Changes of Life and Pension Insurance Companies with a Malmquist Index:
A case study for Turkey**
Serhat Duranay, Bayram Dirik (Sy.20)

Ethics and Subjective Wellbeing: Evidence from World Values Survey
Ashar Awan, Tooba Pervaiz Bandy (Sy.21)

**Investigation of Political Crisis by Content Analysis between Netherlands and Turkey Comparatively
Published in Hurriyet and Algemeen Dagblad Newspaper, in 2017**
İsmail Cem Feridunoğlu (Sy.22)

Evaluation Of The Service Class Of The Fire Service
Kemal Torpuş, Galip Usta, Gürkan Yılmaz (Sy.23)

Individual Difference and Revolutionary Response As A Existential Expression
Alp Türk Öksüz, Serkan Yılmaz, Ali Çağlar Öncel (Sy.24)

Foundations as a Civil Society Structure and Social Capital Relationship
Can Ceylan (Sy.25)

**A Review of the Studies on the Relationship Between Personnel Empowerment and Organizational
Commitment**
Metin Karaca, Kürşat Özdaşlı (Sy.26)

New Communitarian Trends
Mehdi Gurra, Fatih Mehmet Bakırtaş (Sy.27)

The Applicability of Strategic Management to Sports Sciences
Ayşegül Aloğlu (Sy.28)

Emerging Sports Sponsorship in Turkey
Barış Karataş (Sy.29-30)

Globalization And Sports
Cemalettin Aksoy (Sy.31)

EFL Teachers' Use of Facebook Groups as A Form of Informal E-Mentoring Tool
Emrah Cinkara, Ceylan Erdoğan (Sy.32)

**Investigation of Gold Bond and Gold-based Rent Certificate in the Context of Financial Literacy: Isparta
Province Application**
Ertan Beceren, Fatime Nur Kırmızı (Sy.33)

**The Internship Perception of Office Management and Executive Assistant Training Programme Students:
Atabey Vocational High School Case**
Gülnehan Ölmez Kıyıcı, Hamza Kandemir (Sy.34)

A Research On Teachers in Terms of Job Satisfaction and Ethical Climate
Perihan Gözüm (Sy.35)

Absorption Capability Theory
Elif Miray Karadeniz (Sy.36)

Examining Political Behaviours In Academic Organizations: A Qualitative Study
Emre Oruç (Sy.37)

A Qualitative Research on Feasibility Studies of Newly Established Enterprises in Kosovo
Ergin Kala (Sy.38)

The Groundless Genocide Allegations in "An Armenian Sketchbook" Work by Vasily Grossman
Fatih Keskin, Serkan Akın (Sy. 39)

Asymmetric Effects of Capital Flows on Economic Growth
Seher Gülşah Topuz, Taner Sekmen (Sy. 40)

The Development of Language Engagement Scale (LES)
Eylem Oruç, Cavide Demirci (Sy.41)

Virtual Currencies and Their Development in Turkey
Fatma Nur Yorgancılar, Alper Tunga Alkan (Sy.42)

A Brief Look at the History of Turkish Tax Practices With Regard to The Impact to Turkish Tax Culture
Halil İbrahim Demir (Sy.43)

Social Policy In Welfare Systems
Fatih Mehmet Bakırtaş, Semra Petlica (Sy.44)

A Study On Perceived Consumer Efficiency In The West Mediterranean Region Of Turkey
Fatih Topçuoğlu, Sema Sarı (Sy.45)

The Effect Of Psychological Resilience On Job Motivation: A Study On Giresun Education And Research Hospital's Nurses
Uğur Karayel, Hamza Kandemir, Mehmet Ozan Cinel (Sy.46)

Investigation of Integrated Reporting System
Hakkı Kıymık (Sy.47)

The Effect of Social Capital on Achievement of Associate Students: Gelendost Vocational School Sample
Mahmut Tokmak, Hamza Kandemir, Metin Karaca, Serdar Aydoğan (Sy.48)

The Evaluation of Customer Satisfaction in 4 Star Hotels in Baku
Intigam Bashirov, Rufat Mammadov (Sy.49)

Towards a World Investment Tribunal: New Era in Investor – State Dispute Settlement
Dikran M. Zenginkuzucu (Sy.50)

Industry 4.0 and Management: A Content Analysis on Papers Published in Web of Science Indexed Journals
Mehmet Kahraman, Dorukcan Pehlivan (Sy.51)

Comparison of Strategic Plans of the State Universities Founded in 2008 in Turkey
Musa Türkoğlu, Serdar Yetişen (Sy.52)

A research on Atabey Vocational High School's Determination of School Culture
Oğuzhan Bozak, Volkan Kul (Sy.53)

Assessment of Ecotourism Potential of Isparta Gölcük Natural Park
Ömer Kürşad Tüfekci, Atilla Gökdemir (Sy.54)

Discourse Analysis on the Concept of Turkishness in Kosovo Folk Tales
Özgür Kasım Aydemir, Aslı Manav (Sy.55)

The Effect of the Psychological Contract to Institutionalization in the Production-oriented Enterprises
Özlem Çelikkol (Sy.56-57)

Researching The Happiness Level of Associate Degree Students With Data Mining Method: Gelendost Vocational School Sample
Mahmut Tokmak, Serdar Aydoğan, Hamza Kandemir, Metin Karaca (Sy.58)

Green Marketing Impact on Company`s Revenue
Rufat Mammadov, Elgun Ahmadov (Sy.59)

A Research on Sustainable Consumption Behaviors of Personal Structures Which Are Consideration of Immediate Consequences and Consideration of Future Consequences
Sema Sarı, Fatih Topçuoğlu (Sy.60)

Attachment Theory: A Conceptual Theory
Serhan Barutcu, Kürşat Özdaşlı (Sy.61)

The Role and Importance of The Süleyman Demirel University in The Eyes of Its Students in Global Education
Ertan Beceren, Sevgi Aydın (Sy.62)

China`s struggle for Hegemony in the Asia Pasific Region in the 21st century
Ufuk Tok (Sy.63)

New Media Journalism in the Context of Public Responsibility and the Tendency of ' Saturate the Instantaneous Pleasure '
Tuğba Akdal (Sy.64)

The Impact of Debt Calculation Methods on Firm Value
Taner Sekmen, Mercan Hatipoğlu (Sy.65)

The Attitude of the Cigarette Consumers to Its Special Tax and Other Struggle Methods of Government to Smoking
Gökhan Dökmen, Nurseda Saymaz, Mehmet Pekkaya (Sy.66)

A Model Proposal for New Product Development in Turkish Garment Sector in the Context of E-Entrepreneurship
Ahmet Özbek, Yusuf Esmer, Onur Şaylan (Sy.67)

Can The Development Model of South Korea Be Applied in Turkey?
Emek Aslı Cinel (Sy.68)

Facilities Provided Refugees And Asylum Seekers In Turkey And Their Adaptation Problems: Cankırı Province Sample
Erkan Savar, Umut Kedikli (Sy.69-70)

The Effect of Personality to The Workplace Happiness: A Research on Assistt Employees
Elif Esendemir, Kürşat Özdaşlı (Sy.71)

A Study on Determining Health Anxiety Levels of University Students
Rukiye Çelik , Vahap Karaçadır (Sy.72)

Environmental The Kuznets Hypothesis: An Empirical Application On Turkey
Ayşe Durgun Kaygısız (Sy.73)

The Growing Importance of Ancillary Revenue in The Airlines
Vahap Önen (Sy.74)

The Role of Entrepreneurship in Rural Development and Its Importance
Mustafa Özyücel, Mehmet Kaplan, Berna Turak Kaplan (Sy.75)

A Traffic Hazard: Drivers Aged 65 Years and Older
Canan Gönüllü Taşkesen (Sy.76)

Servant Leadership in Islamic Discipline
Oğuzhan Aytar, Şerife Soylu (Sy.77)

The Factors Affecting Bank Selection and Bank Dependence
Serhat Duranay (Sy.78)

Determining the Success Criteria of Wedding Dress Producing Entrepreneurs: The Case of Turkey
Ahmet Özbek, Yusuf Esmer (Sy.79)

Performance Evaluation of Public Healthcare Expenditures for OECD Countries via MCDM Methods and DEA
Gökhan Dökmen, Mehmet Pekkaya (Sy.80)

FULL TEXT

Living in Nursing Homes and Alternative Living Places for the Elderly: Example of Burdur Province
Canan Gönüllü Taşkesen (Sy. 82-89)

A Model Proposal for New Product Development in Turkish Garment Sector in the Context of E-Entrepreneurship
Ahmet Özbek, Yusuf Esmer, Onur Şaylan (Sy. 91-98)

The Concept Of “Eternal Nation” («Mangilik Yel») in The “Hard Time” Novel By K. Mukhanbetkaliuly
Akhmetova Ainur (Sy. 100-105)

EFL Teachers’ Use of Facebook Groups as A Form of Informal E-Mentoring Tool
Emrah Cinkara, Ceylan Erdoğan (Sy. 107-110)

Servant Leadership in Islamic Discipline
Oğuzhan Aytar, Şerife Soylu (Sy. 112-116)

The Effect of Personality to The Workplace Happiness: A Research on Assistt Employees
Elif Esendemir, Kürşat Özdaşlı (Sy. 118-127)

Foundations as a Civil Society Structure and Social Capital Relationship
Can Ceylan (Sy. 129-145)

The Growing Importance of Ancillary Revenue in The Airlines
Vahap Önen (Sy. 147-157)

Cultural Codes and Effects in Marketing Research
Muhammet Yüksel, Yusuf Esmer (Sy. 159-166)

Towards a World Investment Tribunal: New Era in Investor – State Dispute Settlement

Dikran M. Zenginkuzucu (Sy. 168-173)

A Review of the Studies on the Relationship Between Personnel Empowerment and Organizational Commitment

Metin Karaca, Kürşat Özdaşlı (Sy. 175-185)

The Role of Entrepreneurship in Rural Development and Its Importance

Mustafa Özyücel, Mehmet Kaplan, Berna Turak Kaplan (Sy. 187-190)

New Media Journalism in the Context of Public Responsibility and the Tendency of ' Saturate the Instantaneous Pleasure '

Tuğba Akdal (Sy. 190-200)

Determining the Success Criteria of Wedding Dress Producing Entrepreneurs: The Case of Turkey

Ahmet Özbek, Yusuf Esmer (Sy. 202-207)

A Content Analysis on Perceptions of SME Managers About Strategic Consciousness and Strategic Management

Oğuzhan Aytar (Sy. 209-216)

ABSTRACTS

A Qualitative Study On Mobbing From The Experiences Of Lecturers

Rukiye Çelik

*Suleyman Demirel University
Faculty of Communication
Isparta, TURKEY
bursa-84@hotmail.com*

Şerife Alev Uysal

*Akdeniz University
Serik Gülsün-Süleyman Süral High School
Antalya, TURKEY
alevuysal@akdeniz.edu.tr*

Introduction: When the historical development of the mobbing concept is examined; even in the oldest cultures, there seems to be violence within the group. When we look at Business Management literature, we see mobbing; contemptuous and abusive acts that the manager in the head of the supervisor applies to his or her co-worker for a long time. In this study, the mobbing experienced by the academicians was searched.

Material and Methods: In this qualitative study, semi-structured interview form was used to collect data. Through objective sampling mobbing has been discussed with known academics lived mobbing. The obtained data were analyzed by content analysis method after transcription.

Results: As a result it has seen interviewer described using the force as a pressure, asking obey, swearing, looking for error, marginalizing and committing unauthorized work as a mobbing manner.

Discussion: It has emerged persons are ambitious, vindictive, jealous, lack of family authority, and lack of managerial skills have mobbed at work. so it can be said that these elements are caused by mobbing. The feature that distinguishes this work from other mobbing related works is qualitatively studied. Therefore, what the academicians call mobbing, the causes of the mobbing behavior and the proposals for the solutions are investigated in depth.

Keywords: Mobbing, Psychological Harassment, Bullying.

The New Face Of Management: An Investigation On The Perception And Expectation Of The Management Style Of Z

Murat Karaçetin

*Mehmet Akif Ersoy University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Burdur, TURKEY
mkaracetinn@gmail.com*

Leyla Akbaş

*Suleyman Demirel University
Institute of Social Sciences
Isparta, TURKEY*

Introduction: Management can be defined as the art and science of bringing together all resources, except human beings and human beings, in the best possible way and making the best use of them in the direction of organizational goals. Rapidly changing economic order requires many innovations in the management field as well as in many areas. At the beginning of these requirements is a human resource that can keep up with the ever-changing and evolving landscape.

In this competitive environment it is possible to keep pace with the conditions of time and the pace of development with the human resource that understands the time and understands the requirements of the time. The appropriate human resource can also be obtained from the younger generation of young people who have recently attracted attention with their mechanical intelligence and perceived level of perception.

The purpose of this research is to determine the perception of the management style in the direction of individual characteristics of this generation which is believed to have the promise of the new era in management by completing their education by their ages and to determine the anticipations that are against the management level of this generation.

With this research, the opinions of members of the Z generation who are betting are determined and the suggestions for the generations of the generation members are presented to the generation members regarding the management concept and the philosophy of the management philosophy. Again, it can be said that the autocratic management style is not adopted by the Z generation and it is the last among the expectations. Babacan management style has been determined as a dimension in which participation is most realized after the style of democratic administration. The analysis of the average and standard deviation values of the management style dimensions also reveals the highest average level of democratic management style.

Material and Methods: Survey technique was used as data collection method in the study. In the questionnaire form, a scale which was translated from Turkish literature and adapted from foreign literature was used. After the scale was translated into Turkish, the necessary corrections and checks were made. In measuring the autocratic, democratic, paternalistic and grassroots management style, the scale found in the study of Abu Mansor et al. (2012) was utilized. There are 16 expressions in total, including 4 expressions for each management style on the scale. Using the likert scale of 5 (1 = Absolutely I'm not agree, 2 = I'm not agree, 3 = I'm undecided, 4 = I agree, 5= Absolutely I agree) was evaluated. The data were analyzed statistically and in this context frequency distribution, reliability analysis, anova and t test were done in the study.

Results: As a result of the analysis for the research, it can be said that the autocratic management style is not adopted by the Z generation and is the last among the expectations. Babacan management style has been determined as a dimension in which participation is most realized after the style of democratic administration.

The analysis of the average and standard deviation values of the management style dimensions also reveals that the dimension with the highest average value is the democratic management style.

A significant difference was found among the groups when the scores of the students who represented the Z zone were compared according to their genders in terms of the "autocratic management style" dimension. It has been found that this difference is due to the fact that the average of male students is closer to that of autocratic management than that of girls. In this context, it can be stated that gender is an effective variable in terms of autocratic management style in students.

Discussion: When we look at the literature, it is seen that there are few studies about the z generation, but there are no studies about the way of thinking about the z style of management. Accordingly, it may be suggested to increase the researches related to this topic.

Keywords: Management and Management Styles, Generations, Generation Z, Generation Z in Management

ICONSR 2018

An Analysis Of The Village Fires Responded By Artvin Fire Authority Between Years 2008-2017

Kemal Torpuş

*Artvin Çoruh University
Artvin Vocational School of Higher Education
Artvin, TURKEY
kemaltorpus@artvin.edu.tr*

Galip USTA

*Artvin Çoruh University
Vocational School of Health Services
Artvin, TURKEY
galipusta@artvin.edu.tr*

Gürkan YILMAZ

*Artvin Çoruh University
Artvin Vocational School of Higher Education
Artvin, TURKEY*

Introduction: The emergency situation that arises when the burning reaction gets out of control is called as 'fire'. Rural areas often encounter fire events and the presence of wooden structures in these areas has a strong effect on fire crew's fight against the fire.

Purpose: The purpose of our research is to analyze the fire reports belonging to the village fires responded by Artvin Fire Authority in order to assess the frequency of the event in terms of the settlement areas, the time it takes to reach the event site, the type of fire, the reason of fire, the building material of the affected structure and the degree of burning.

Materials and Method: 305 fire reports available at Artvin Fire Authority for the years between 2008-2017 were analyzed and 89 reports belonging to village fires were included in the research. The data were evaluated using SPSS 24.0 statistical package program.

Findings: Analysis of the village fires responded showed that, Seyitler Village was in the first place among the other villages, with a percentage of 28.1% (n=25), in terms of the frequency of fires. In terms of the type of fire, fires at dwellings were in the first place, with a percentage of 55.1% (n=49). In terms of the type of the structures affected, 69.9% (n=116) of them were dwellings and 25.3% (n=42) of them were barns and hays. In terms of the times it took to reach the event site, 48.3% (n=43) of them were reached in 11 to 30 minutes and 14.6% (n=13) of them were reached in 0 to 10 minutes. In terms of the degrees of burning the affected structures, 84.9% (n=141) of them burnt all over and 15.1% (n=25) of them were partially damaged. In terms of the reasons of fire, 33.7% (n=30) of them were unable to be assessed due to the fact that the structures were burnt all over.

Discussion and Conclusion: It was found that, in fires arising in rural areas, it took from 11 to 30 minutes for the fire brigade to reach at the event and 84.9% of the structures were burnt down completely. In parallel with these findings, it is important for fire fighting to improve the existing fire hydrant systems or to establish hydrant systems in villages that do not possess such systems. It is thought that, integrating volunteer fire fighters that can activate the hydrant systems established would contribute to fire fighting and minimizing the losses of life and property.

Keywords: Village Fires, Fire Fighting, Fire Brigade, Fire Organization

A Case Of Political Participation In The Digitalizing Political Communication Process - 2008 Example Of U.S. Presidency Election

İsmail Cem Feridunoğlu

*Giresun University
Tirebolu Communication Faculty
Giresun, TURKEY
cemferidunoglu@hotmail.com*

Communication, plays a key role in the process of a campaign and winning the selection. Today, digital media has become an important tool such as the mass media used in political communication. Electorate must be motivated with strategically dynamic, interactive and sharing campaigns. Therefore with the development of new communication technologies, the method and techniques of political communication have been changed. The reason that the internet and social media such an important seat in political communication gained must be searched within the possibilities of online platform. The digital strategy used in 2008 U.S. presidential elections also serve this effort as a revolutionary factor in political sphere. In America, political participation increased. as the result of that especially teenagers prefer to reach all the information through internet and mobile tools. Barack H. Obama, is a leader who gives a big value to the use of social media in his political life. Obama's use of digital media, aroused mainly young populations interest and played an important role in the increasing the interest in politics of this population. Young electorates, were involved to the campaign process as volunteering participants, and a participative and interactive ambiance was created. Obama's big interest and concentrate on social media, made way to the commentaries saying that the 2008 elections in which he was elected as United States President were a social media triumph.

Keywords: Political Communication, Political Participation, United States Presidential Election, 2008

Unfair Distribution Of National Income In Turkey

Emek Ash Cinel

*Giresun University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Giresun, TURKEY
emekasli@yahoo.com*

Turkey is still a country where income and wealth inequality is high despite high growth. The gap between low-income poor and high-income rich people continues to increase day by day. Income distribution inequality and the resulting level of poverty are a matter that should be evaluated not only economically but also sociologically. In order for a society to live in peace and prosperity, it is necessary to have justice among the individuals living in that society. In this context, the study investigated whether the distribution of national income in Turkey is fair and the extent of poverty for the period 2002-2017, the distribution of national income in countries around the world was compared with the distribution of national income in Turkey, the reasons for the inequitable distribution of income were discussed, and proposals were made to solve the problem.

Keywords: Turkey, Gini Coefficient, Income Distribution, Poverty, Justice

Dynamics Of Poverty And Income Inequality: Dynamic Panel Data Analysis On Selected Europe And Central Asian Countries

Ayşe Durgun Kaygısız

*Süleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Isparta, TURKEY
aysedurgun@sdu.edu.tr*

Poverty, defined as the inability of individuals to meet basic needs, or to lag behind social inclusion, even if they meet basic needs, is also due to lack of resources. Differences in income distribution, between individuals, groups and regions are defined as income inequality. Income inequality is a more comprehensive concept than poverty because it covers the entire population. However poverty and income distribution are both directly and indirectly related to each other. As the unfairness of the income distribution increases, the poverty rate also increases. On the other hand, the improvement in income distribution has positive effects on poverty.

There are many factors such as health expenditure, education, employment level, demographic structure, socioeconomic background, income level, inflation and economic crises and globalization affecting the poverty and income distribution. Inequity in income distribution and poverty are among the main problems of both developed and developing countries. In order to increase the level of social prosperity, income should be distributed fairly.

This study is planned to consist of three parts. In the first part, poverty and income inequality will be conceptually examined and the factors affecting them will be explained. In the second part, there will be domestic and foreign studies about this issue. In the third chapter, the last part of the study, dynamic panel data analysis will be carried out on poverty and on its components in selected European-Central Asian region upper-middle income countries, including Turkey, for the period between 2000-2006 when data set was relatively more accessible.

Keywords: Poverty, Income Inequality, Panel Data Analysis, GINI, Growth.

The Reflections Of The October Revolution In 1917 On The Ottoman Empire And The First Turkish Grand National Assembly

Naci Çelik

*Karabuk University
Social Sciences Institute
Karabuk, TURKEY*

Umut Kedikli

*Karabuk University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Karabuk, TURKEY
umutkedikli@karabuk.edu.tr*

Introduction: With the revolution in Russia in October 1917, the Tsarist regime collapsed and the Union of Soviet Socialist Republics was established instead of the Tsarist regime. The first echoes of the revolution were felt on the Ottoman Empire and the First Parliament that established the Republic of Turkey in addition to western states. Then during the First World War which included the period of the October Revolution, the Ottoman Empire and Russia were at war. In 1917, Tsarist Russia occupied some of the eastern provinces of the Ottoman Empire. However, the internal and foreign policy understanding changed with the withdrawal of the Bolsheviks who took power after the October Revolution. This change led to different reflections on the Ottoman Empire and the First Turkish Grand National Assembly. In this study, the political, social and economic reasons leading up to the October Revolution were explained and it was examined that internal and external reflections of the revolution. The study also covered the repercussions of the October Revolution on the Ottoman Empire and its public opinion. In addition, the viewpoint of the First Parliament against the October Revolution and emerged communist ideology was addressed in the study.

Material and Methods: When the effects of the October Revolution on the Ottoman Empire and public opinion were discussed, the official reports of the Ottoman Parliament and the reports of newspaper about the October Revolution were examined. In addition, after the October Revolution, the Bolsheviks took over the government and entered into external relations, these developments were analyzed through the official reports of the First Turkish Grand National Assembly. Apart from the reports of the Assemblies and the news of the newspaper about the Revolution, it has also been used articles and books written by historians.

Results: As a result, the statesmen of the Ottoman Empire who were fighting Tsarist Russia were pleased to the October Revolution. Enver Pasha welcomed the withdrawal of Russia without annexation and compensation, and proposing peace to the Ottoman Empire. On the other hand, it was seen that some of the left-oriented deputies in the Ottoman Assembly expressed that the October Revolution would similarly affect the western states likewise the French Revolution. When it is seen that the negotiations at the First Turkish Grand National Assembly, the Assembly President Mustafa Kemal Atatürk was especially stressed that the Bolshevik regime was a repressive, it needs to cooperate with the Bolshevik Russia on the basis of national interest against the occupation in Anatolia. Mustafa Kemal within the framework realist foreign policy has been approached the Communist government established after the October Revolution and prevented the Bolshevik movements acting largely in the interests of Soviet Russia rather than national interests.

Discussion: The October Revolution that emerged the different political, economic and social structure is the beginning of a process that has affected international relations for many years. While The Ottoman Empire and Tsarist Russia were fighting from opposing sides in the First World War, it was quite probable that the Revolution effected to the Ottoman Empire and Turkish Republic, its successor. The October Revolution excluded Russia from WW I. was a relief for the Ottoman Empire, which fought in different front-lines during WW I. On the other hand, the October Revolution had repercussions in the national struggle that started in Anatolia following the Ottoman Empire's disarmament in World War I and in the First Turkish Grand National

Assembly, its political representation body. The search for resources in the struggle against the Western occupation forces has led the Assembly government to establish relations with Bolshevik Russia. However, Mustafa Kemal's foreign policy concept based on national interest hindered the spread of the Soviet ideology in Turkey.

Keywords: The October Revolution, Bolshevik Revolution, Ottoman – Russian Relations, Turk – Russian Relations, the First Turkish Grand National Assembly, Mustafa Kemal Atatürk

ICONSR 2018

A Research On Labor Force Requirement In Turkish Ready-Wear Industry

Ahmet Özbek

*Marmara University
Faculty of Technology
Kadikoy, Istanbul, TURKEY*

Yusuf Esmer

*Bayburt University
Faculty of Applied Sciences
Bayburt, TURKEY
yesmer@sinop.edu.tr*

Introduction: Today, the Turkish ready-wear industry is undergoing a transformation process from a contract manufacturing to full package manufacturing. The most important input in the production of ready-wear is undoubtedly the labor force. For this reason, the success of the transformation process is possible by meeting the qualified personnel needs of the industry. In this study, labor force requirement of the Turkish ready-wear industry is examined.

Material and Methods: Qualitative research method is used in this study. Job adverts on ready-wear industry are investigated on www.kariyer.net which is Turkey's largest human resources website. Firstly the job positions which are most needed by the ready-wear industry and then the characteristics required for candidates for these positions are determined. The obtained data are subjected to frequency and percentage analyzes in the SPSS 21.0 program.

Results: According to the result of the research; the most needed personnel positions of Turkish ready-wear enterprises are "stylist", "merchandiser" and "sales consultancy" respectively. It has also been found that ready-wear enterprises are primarily seeking communication skills and suitability for teamwork from the personnel who will work in these positions.

Discussion: The main problem for ready-wear enterprises is to meet the need for personnel from outside the production area such as merchandiser, sales consultant, because enterprises request professional knowledge as well as marketing knowledge from merchandisers and sales consultants. However, the marketing knowledge is given in the marketing programs and the professional knowledge is given in the professional departments in Turkey. This situation leads to the loss of time and money since firms have to give professional trainings to the marketing graduates for merchandiser position. The opposite of this case is also true; the staff with professional knowledge also needs marketing knowledge. Therefore, the ready-wear enterprises need vocational training education institutions which give both marketing and profession training to meet the labor force requirements of sales representatives and sales consultants. Because, in all the researches and studies carried out, it is emphasized that the contribution of education is important and the quality of labor force should be improved through education.

Keywords: Ready-wear Industry, Ready-wear Enterprises, Labor Force, Labor Force Requirement, Job Advert

Living In Nursing Homes And Elderly's Family Relations: Example Of Burdur Province

Canan Gönüllü Taşkesen

*Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Faculty Of Science And Literature
Burdur TURKEY
cgtaskesen@mehmetakif.edu.tr*

Nowadays, nursing homes can be considered as places where elderly people reside with their own preferences and sometimes they are forced to stay because they do not have other alternatives. Changing living conditions are effective in increasing the number of nursing homes and the number of people living in nursing homes. Thaw in family relations, change of working conditions can be shown among different variables of this transformation.

The fact that the elderly stay in a nursing home brings with them many conditions. Elderly people in nursing home what it means for them to live in these places is the source of different studies.

In this study, in the light of the interviews held in Burdur Municipality Berberoğlu Foundation Nursing Home in Burdur Province, the perception of the elderly family, the reasons for not staying with their children and the reasons of the elderly people staying in the institution, family relations, the perspective of alternative institutions serving for the elderly, the status of happiness in the nursing home will be investigated. In addition to the reflections of the elderly people in the nursing home, how family relations are and how they begin to live in a nursing home will be investigated. An in-depth interview which is one of the qualitative research techniques has been used in the study.

Keywords: Elderly, Nursing Home, Family Relations.

A Qualitative Research On The Investigation Of Students' History Knowledge

Yusuf Göncü

*Psychological Counsellor,
Antalya, TURKEY
goncuyusuf315@gmail.com*

Mehmet Erdem

*Süleyman Demirel University
Faculty Of Science And Literature
Isparta, TURKEY
mehmeterdm07@gmail.com*

The aim of this study is to measure and evaluate students' knowledge of history at high school level. At the beginning of 2017-2018 educational year, Turkish National Ministry of Education promulgated that university entrance exams (YGS-LYS) were abolished. It was also promulgated that in the first step of the new forthcoming exams, students will be subjected to a test only in Mathematics and Turkish Grammar and philology, and they won't be examined in history, geography and philosophy. Since then, there have been some presuppositions that students will go through university from high schools with deficiency of knowledge of history. In order to verify these presuppositions, the history knowledge of those students to start university was measured and evaluated in this study. This study is case study, which is a qualitative method, and the related data was collected via semi-structured interviews. The sampling study group was formed by four students attending university in Antalya. Collected data were analyzed via descriptive analysis, findings were listed by general themes and quoted by direct citations, the views stated by the participants were interpreted and suggestions were made related to problems.

Keywords: Curriculum and instruction, research trends, scientific research, content analysis

A Content Analysis On Perceptions Of SME Managers About Strategic Consciousness And Strategic Management

Oğuzhan Aytar

Karamanoglu Mehmetbey University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Karaman, TURKEY
oguzhanaytar@kmu.edu.tr

Introduction: Today, SMEs have great importance in terms of social and economic environment in which they operate. The foundation of economies is based on SME activities worldwide. SMEs undertake the task of leverage within the economy. Therefore, SMEs' management with strategic management thinking are important in terms of permanence of work. Strategic management-oriented thought requires strategic awareness. The objective of this study is to observe the perception of SME Managers About Strategic Consciousness and Strategic Management and to identify the differences and similarities in terms of variables.

Material and Methods: In this study, content analysis method were used. Content analysis was applied on the strategic consciousness and strategic management.

Results: According to the results of content analysis, meaningful differences were detected on perceptions of SME managers about strategic Consciousness and strategic management.
Keywords: Mobbing, Psychological Harassment, Bullying.

Keywords: SME, Strategic Management, Content Analysis, Managers

Security Notions And International Terrorism

Hüseyin Emre Aydoğan

*Süleyman Demirel University
The Faculty of Economics and Administrative Sciences
emreaydogan0707@gmail.com*

Mehmet Fatih Yaman

*Süleyman Demirel University
The Faculty of Economics and Administrative Sciences
mfyaman9@gmail.com*

The new security perceptive that has been reconfigured by technological and global changings was reviewed in this study within the scope of classical and new security perceptive. Additionally, each essential theoretical standpoint that dominated this security perceptive was also respectively viewed in the study. While realist and neorealist approaches were reviewed in the scope of classical security perceptive, critical theory, constructivist theory and feminist approach were reviewed in the scope of new security perceptive. Terrorism and constructional changing in terrorist incidents was also reviewed in the terms of changing security perception.

Keywords: Security, classical and new security notions, terrorism

The Concept Of “Eternal Nation” («Mangilik Yel») In The “Hard Time” Novel By K. Mukhanbetkaliuly

Ainur Akhmetova

*Al-Farabi Kazakh National University
Researcher of M.O.Auezov Institute of Literature and Art,
Almaty, Kazakhstan
qazakhmetova@gmail.com*

Introduction: In the article the concept of “Eternal nation” and its mental structures in the “Hard Time” novel by the laureate of “State Award – 2014” K. Mukhanbetkaliuly are investigated for the first time. In the novel the political-social and cultural life of the Kazakh people after incorporating into Russian Empire (1770-1785 years) is described. In the novel the idea of strong will and inspiration of Kazakhs under Russian citizenship is considered through the composition of events and the author’s ingenious solution. This artistic side of the work became the object of the investigation.

Methods: In order to identify eternal nation concept in hard time novel by K.Mukhanbetkaliuly the following research methods were used: comparative, experimental, statistical and others. Also the works of the scientists who investigated artistic concept such as A.Askol'dov, M.M.Bakhtin, V.V.Kolesov and etc. were used.

Discussion: In the V-VIII centuries Turkic personalities such as Bilge Kaghan, Kultegin, Tonykok entrusted future generation with the concept of “Eternal nation” which has been investigating in many aspects (idea, principle, concept and so on) in Kazakh humanitarian fields after the Message of the President of Kazakhstan 2014 “Kazakhstan’s way – 2050: Common aim, Common interests, Common future”. However, in world and Kazakh literary criticism any works were published in which the research object is notion of “Eternal nation” as a concept which performs an artistic function. Studying the notion of “Eternal nation” in home literary criticism for the first time as a research object in concept category defines the actuality of our investigation.

“Eternal nation” was used in artistic conditional notion which was considered as “nation will live independently and eternally in own territory with its cultural heritage until the end of life on the earth”.

In the introductory part of the article the importance of researching “Eternal nation” concept in the “Hard Time” novel by K.Mukhanbetkaliuly was determined. The works had been analyzed to identify the meanings of “concept”.

Research results:

- Basic and supporting concepts which are included in “Eternal nation” concept of “Hard Time” novel by K.Mukhanbetkaliuly were defined;
- Language picture peculiar to Kazakh nation were determined by identifying national conceptions and notions, social ideas, phraseological units and winged words according to the “Eternal nation” concept of the novel;
- Historical truth and artistic solution categories which formed the artistic discourse of “Hard Time” novel were distinguished; literary analysis was conducted on the author’s aesthetic world.

Acknowledgement: The notion of “Eternal country” in the novel was researched conceptually by dividing it into cognitive models such as “Eternal nation” – Kazakh”, “Eternal nation” – independence of ancestral home” and “Eternal nation” – honesty of national ruler”.

Considering modern Kazakh novels in cognitive aspect allow to achieve new opportunities and new facts. Intention to such a conceptual study does not exclude the achievement of the previous theoretical paradigm, but complements and improves it in a new scientific cognitive context.

Keywords: Eternal nation, kazakh novels, concept, idea.

ICONSR 2018

Cultural Codes and Effects in Marketing Researches

Muhammet YÜKSEL

.....

Yusuf ESMER

*Bayburt University Faculty of Applied Sciences
Bayburt, TURKEY
yusuf.esmer61@gmail.com*

With the industrial revolution, there is a rapid change both in the world and in the economic structures and in the production factors. Especially, with the discovery of the steam power, the production is realized by technological methods compared to the old one, the production is accelerated and the products are multiplied. This rapid change leads to increased competition and changes in people's expectations. This competition and expectations cause both business owners and managers to struggle to sell and make more profit from the goods and services they produce. The first times target is only sales and profits, but later sales and profits are getting the marketing and customer satisfaction. While there are many factors that affect marketing and customer satisfaction, it can be said that the cultures of the nations are very effective in marketing research and customer satisfaction. The purpose of this study is to discuss the cultural codes and their effects in marketing researches. By using the related researches in the direction of the aim of the study, the concept of culture is evaluated together with the concepts of marketing and marketing research and the effects of cultural codes on marketing are examined in the theoretical framework. Researches shows that cultural and cultural codes have great influence on the marketing of a product. In this study, it is believed that the literature obtained will contribute to the study of the relationship between cultural codes and marketing research. In addition, it is considered appropriate to examine the cultural codes and marketing research topics in different fields in order to generalize the results obtained without this study.

Keywords: Marketing, Marketing Research, Culture, Cultural Codes

The Effect Of Development Funds On Economic Development

Mustafa Özyücel

*Applied Sciences University of Isparta
Yalvaç Büyükkutlu School of Applied Sciences
Isparta, TURKEY
mustafaozyucel@isparta.edu.tr*

States around the world are undergoing various economic practices to achieve a certain economic development. Economically, the states that receive refunds reflect the people's economic achievements. With this stage, development movements are emerging in every area of society. Development movements are emerging economically and socially in societies. The states that are working to advance these acquisitions have resorted to various economic measures. For this reason, societies support the producers in various fields according to their own structures. The current situation of the countries on the world and their relation to each other cause the difference in the amount of support provided. Considering this situation in terms of gains and then Turkey before EU membership is seen in the differences in the amount of support in Turkey and diversity. Thanks to the support provided, the producer sector leads to both an increase in the production level of the society and an increase in the income level of the country. In this study, it is examined how the development funds given to the producer sector in the world societies affect the production in the existing countries and the increase in the income level of the countries.

Evaluating The Productivity Changes Of Life And Pension Insurance Companies With The Malmquist TFP Index: A Case Study For Turkey

Serhat Duranay

*Suleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Isparta, TURKEY
serhatduranay@sdu.edu.tr*

Bayram Dirik

*Suleyman Demirel University
Institute of Social Sciences
Isparta, TURKEY*

The aim of this study was to investigate the efficiency changes over time in the life and pension insurance companies in Turkey. The Malmquist Total Factor Productivity Index will be used to examine the change in productivity. The data used in the study will be obtained through the web site of Insurance and Reinsurance Association of Turkey and 4-year changes will be examined.

The Malmquist method, which is basically based on the Data Envelopment Analysis method, allows to reveal the subcomponents of productivity changes. In this context, it will also be determined which factors caused the increase and decrease in productivity of the insurance companies.

Keywords: Malmquist TFP, Productivity Changes, Life and Pension Insurance

Ethics And Subjective Wellbeing: Evidence From World Values Survey

Ashar Awan

*University of Azad Jammu and Kashmir
Muzaffarabad, Pakistan
asharawan786@hotmail.com*

Tooba Pervaiz Bandy

*University of Azad Jammu and Kashmir
Muzaffarabad, Pakistan*

The present study will see the impact of ethics on respondent behavior towards subjective wellbeing question available in World Values Survey series. Earlier literature on subjective wellbeing found that on the 10 point scale of life satisfaction, people are reluctant to respond lower than 5 (Sechel 2016)¹. Even after lowering the magnitude of income, trust, health and other important determinants. Further investigating the need, this research will focus on individuals' ethics to know how they are related with subjective wellbeing. Precisely, the study will be around the question that whether or not people with good ethics report lower satisfaction, if they observe reduction in income, trust, health or other important determinants.

Keywords: Ethics, Wellbeing, Subjective Wellbeing, World Values Survey, Happiness.

Comparison Perspectives Of Hurriyet Newspaper And The Important Holland Newspaper Algemeen Dagblad About The 2016 Political Crisis Between Holland And Turkey

İsmail Cem Feridunoğlu

*Giresun University
Tirebolu Communication Faculty
Giresun, TURKEY
cemferidunoglu@hotmail.com*

News, is a concept that of interest of almost everyone today. The media is in this sense, an important discourse creating field. The task of the media is, to nominally create and demonstrate the events and facts partaking in the news discourse. Thus the discourse, is a dialogue established between the source and destination. The media is important in terms of revealing from which angle any action or discourse can be viewed. Because the media is proximately important in the interpretation and placing of social events to the mind of people. The perspective of the press in the crisis event between Netherlands - Turkey on March 2017 is also rather important. In this sense, Hurriyet Newspaper and Netherlands Newspapers were examined and the fact of crisis was evaluated through media. As a method, content and discourse analysis were applied in this study.

Keywords; press, news, Netherlands-Turkey crisis, Hurriyet newspaper, Netherlands press

Evaluation Of The Service Class Of The Fire Service

Kemal Torpuş

*Artvin Çoruh University
Artvin Vocational School of Higher Education
Artvin, TURKEY
kemaltorpus@artvin.edu.tr*

Galip USTA

*Artvin Çoruh University
Vocational School of Health Services
Artvin, TURKEY
galipusta@artvin.edu.tr*

Gürkan YILMAZ

*Artvin Çoruh University
Artvin Vocational School of Higher Education
Artvin, TURKEY*

The word "itfaiye" (fire brigade) is derived from the Arabic word "itfa". Fire Brigades are organizations that are established to carry out search-rescue services and training-supervision services in these areas. The term "fire-fighter" is a title entitled to officers that are obliged to and have received the required trainings to carry out the duties specified in the "Municipal Fire Brigade Regulations" issued by the Turkish Ministry of Interior. According to Article 15 of this Regulation, to be able to become a fire-fighter, one should be a graduate of at least high school or other equivalent grade; should not have health problems such as being afraid of narrow spaces, or should not have height phobia or cleithrophobia; should fit the work conditions of the fire organization; and as for the weight, men should be at least 1.67 m tall and women should be at least 1.60 m tall on bare feet and they shouldn't have a difference of more than (+/-) 10 kg. between the weight and the height measurement above 1 m. and one should not be over age 25. According to Article 6 of this Regulation, a fire-fighter should; respond to and extinguish fires; respond to floods; participate in rescue activities in all natural disasters and emergency situations; participate in technical rescue activities and to carry out first aid services in any type of accident, collapse, explosion or when people are in stuck; to participate in any type of search and rescue activities in the field, above and under water and carry out any other duty specified in the Regulation. According to Article 36 of the same Regulation, a fire-fighter is provided with special equipment and dressing against fire, flood, avalanche, nuclear, biological, chemical and similar other dangers in accordance with the Turkish Standards Institution (TSE) or with the European Norms (EN). In addition, the "Communiqué on the Amendment of the Workplace Danger Classes regarding Occupational Health and Safety" published in the Official Gazette dated 18.04.2014 and numbered 28976, fire-fighting services (except those performed by aircrafts and forest fire-fighting and protection activities) are included in the "Very Dangerous" danger class under code 84.25.01. In addition to articles 6, 15 and 36 of the municipal fire brigade regulation, the Ministry of Labor and Social Security included fire-fighting services in the "very dangerous" danger class under code 84.25.01. The duties performed, the conditions to be met for appointment to fire-fighting services and the special dressing used show that fire-fighters, who are classified in the "very dangerous" danger class under code 84.25.01, receive special training about the profession to actively perform their duties by using the special equipment and dressing required by this profession in the light of the technical knowledge. In this context, fire fighters who need to be included in the technical service class are included in the general administrative services class, indeed. According to Article 36 of the Public Servants Law No. 657, "Officers who carry out administration, execution, office and other similar services in organizations covered by this Law and officers who do not fall in other classes specified by this Law constitute the General Administrative Services class".

Conclusion and Recommendation: It would be appropriate to change the service class of the fire fighters working in the dangerous area using equipment and dressing after receiving the training necessary for the profession, from general administrative services class to technical services class.

Keywords: Firefighter, Technical Services Class, General Administrative Services Class, Danger Classes

Individual Difference And Revolutionary Response As A Existential Expression

Alp Türk Öksüz

*Sancak Dostları Foundation
Ankara, TURKEY
alp_turk_oksuz@hotmail.com*

Serkan Yılmaz

*Sancak Dostları Foundation
Ankara, TURKEY*

Ali Çağlar Öncel

*Sancak Dostları Foundation
Ankara, TURKEY*

The differences between the individual's self and its uniqueness are an expression of its existence at the same time. In order to achieve this, problematic relationships may arise with other individuals while living their individuality and forming their identity. Individuals should be able to achieve individualization without losing their social sensitivity, ie they should be able to provide a balance of decomposition and integration. In the course of social life, similarity and dissociation will be balanced and harmonious relations will be formed.

The development of healthy relationships in a society can be achieved by allowing individuals to regard each other as if they are each other, and to live up to their self-elevating attitudes. A mixture of different identity, geographical and ethnic origin, experience, belief-value judgments, age, gender, demographic characteristics, work experience, physical competence, education status, family status, personality, lifestyle etc. In any group, community or institution Differences that are characterized as being unique should be experienced.

According to approaches to difference, it can be said that the differences among individuals can be grouped from different angles. When the literature is evaluated, opinions on the components of the concept of diversity can be categorized into three groups: The first approach focuses on how the differentiation pattern will be. The second approach is concerned with how interpretation of differentiation forms. The third approach focuses on the classification of differentiation patterns.

It is thought that reactions and attitudes will develop depending on the differences of the differences. In other words, the nature of the attitudes that may arise in society due to the source of difference may change. These attitudes can be developed to support the self-development of the individual and enhance the social well-being.

The individual has the freedom to embrace and appreciate differences as a result of his subjective existence. However, this situation can arise from conflict due to the mutual respect that the individual has developed. The ability of an individual to develop a healthy personality depends, first and foremost, on meeting the need for respect that is essential to his or her basic needs. Respect is therefore a concept closely related to the individual's self-acceptance and internalization of the differences of his or her differences. It is believed that when such relationships are developed as a common form of relationship in the society, it is important to understand how the constituents of differentiation lead to the reaction and to prepare an appropriate environment for them.

In this research, it is planned to classify the components that make up the differences and to discuss how they form the basis of their formation of attitudes. The research, which has the compilation feature, will be formed by examining the related domestic and international studies. The findings and conclusions that are to be gained are expected to provide a correct, consistent and logical understanding of the attitudes that will arise for differences, and as a result educators are expected to develop an understanding of creating appropriate opportunities.

Keywords: Differences, Autonomous Behaviour, Harmony, Self, Dissociation, Integration, Respect, Toleration, Tolerance.

The Relationship Between Foundations As A Form Of Civil Society And Social Capital

Can Ceylan

*İstanbul Medipol University
Communication Faculty
Beykoz, İSTANBUL
canceylan@medipol.edu.tr*

The dilemma experienced by the man who has been objectified in Industrial Age has opened doors for new searches and approaches. Man as the only creator and developer of knowledge has began to question his possessions as the side effects of the alienation he has met in this dilemma. "Capital" is one of the dominant concepts in Industrial Age. This concept has found limited and shallow response from the man, so need for new initiatives on this concept has come out. These initiatives have made those thinkers who have focused on social life of man bring out new definitions and approaches. Among these new definitions and approaches, one has been made to use concept of "capital" through various contexts. Need to use concept of capital which is originally a economic concept has come out to redefine it from social aspect. Consequently conceptualizations such as social capital and, as its derivations, human capital and cultural capital were made.

In this paper, in the process started with the emergence of social capital as a concept, its interrelation with the foundations that are still existing in contemporary cultural structure is argued out. The significance of foundations in Turkish society is spotlighted through the related items in the social infrastructure. The functions that were undertaken by the foundations as non-governmental organizations along the historical process are examined regarding the fundamental items of social capital. Common denominators between foundations and social capital are explained using contemporary examples and metaphors.

Keywords: Social capital, civil society, foundation

A Review Of The Studies On The Relationship Between Personnel Empowerment And Organizational Commitment

Metin Karaca

*Applied Sciences University of Isparta
Gelendost Vocational School
Isparta, TURKEY*

Kürşat Özdaşlı

*Mehmet Akif Ersoy University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Burdur TURKEY*

The ability to respond quickly to customer satisfaction is important in order to adapt to rapidly changing environmental conditions and the competition conditions that are becoming increasingly difficult. In order to gain this ability, the concept of personnel empowerment is very important. Empowerment is a decisive factor in employee loyalty to the organization. In addition, the organizational commitment of employees should be ensured in order to increase the competencies of employees in an organization and to strengthen the personnel empowerment process, which is expressed as the process of development of employees. In this study, the studies on staff empowerment and organizational commitment are studied. The studies on the relationship between personnel empowerment and organizational commitment in the literature are discussed. As a result of the study, the positive relationship between staff empowerment and organizational commitment was expressed. Organizational commitment and staff empowerment should be considered and implemented in order to be efficient.

Keywords: Structural Empowerment, Psychological Empowerment, Organizational Commitment

New Communitarian Trends

Mehdi Gurra

*Alsar Foundation
Tirana, ALBANIA*

Fatih Mehmet Bakirtaş

*Mehmet Akif Ersoy University
Institute Of Social Sciences
Burdur, TURKEY
fmbakirtas@gmail.com*

When the new communitarian tendency of looking at the monitors in the world and in Turkey, is seen as an alternative or opposing each other communitarian forms and individuality develops. While Western modernity challenged the state of communion with a deep rooted history through individual conceptualization and literature, on the other hand, the alternative to its individuality initiated a new congregation process. In the context of democracy, while putting the factor of civil society against the state, it has also taken out communities against the individual and the political community.

One of the main reasons for this opposition is the weakening of the social state and social policy thought, which form the basis of the pre-neo-liberal world order. The fact that some of the services provided by the state by the state gradually moved away from social programs and that these services could not be obtained by individuals alone, led people to come together again in the direction of a common goal, prosperity and socio-cultural development. Thus, beyond the congregation Gemeinschaft concept where Tönnies imposed a spiritual dimension, a material or interest / service oriented extension was added to the congregation tendency.

When the new communitarian tendencies in Turkey are evaluated based on similar local services to the western development, materiality-winning blend of spirituality and political framework in a communitarian process is observed. While the spiritual dimension of the communities is predominantly filled with political Islam, the material part is represented by an organization model that adopts social policies. A socio-market policy understanding that provides the financing of social policies is prominent instead of a complete congregation of neo-liberal understanding. In other words, while the emphasis is on the social services of the members of the community, it makes room for its own commercial and economic activities within the existing neo-liberal market.

Democracy and Turkey still can not be carried out in the consolidated version of the concept of civil society, communities have become the body representing individuals a sense of belonging and participation in the political center. This situation may adversely affect democracy through an authoritarian, hierarchical and restrictive community model, and solidarity triggers democracy with all pro-democratic and participatory community models. In order to relate the new congregation movement to democracy and social policy, the field of solidarity and social organization of the congregation structures should be well established and it is thought that an understanding of the personal rights of the members of the community should not be interfered with and the emphasis on participatory, wholesale and democratic attitudes should be developed.

Keywords: Communitarian tendency, Democracy, Civil Society

The Applicability Of Strategic Management To Sports Sciences

Ayşegül Aloglu

*Mehmet Akif Ersoy University
High School Of Physical Education And Sports
Burdur, TURKEY
esin_kocdemir_95@hotmail.com*

Introduction: Historical definition of the concept of sport -which in order to develop the body or mind, all acts performed according to some rules, performed individually or collectively- is found in the dictionary as based on competition and competitiveness, maturing the fighting force, in the manner of a disciplined collective game. The role of sports in the international platform is improve the feelings of evaluating the hegemony and possibilities of the individual in the individual sense. Therefore, it complete the training of people and nations, is based on the principle of common education and reflects the level of the nation's reason and education. Hence, the constitution of sport is a cult of human society based on health, unity and co-existence, brotherhood and friendship.

Material and Methods:

In this study, literature was searched and "Descriptive Method" was used.

Results: Accordingly, in our study, it has been demonstrated that with the opportunities and threats of the future advantages and disadvantages of today the unearthed the added-value created by the competitive advantage as well as the sustainable competition the transition from classical management to strategic management in Sports Sciences. From this point of view in our paper, it has been shown the advantage of practicability of strategic management taking into account present applications as well as literature review.

Discussion: When it comes to the topics of social sciences such as production, marketing, superiority and competition in the field of "Sports Sciences", which means that every kind of sports branch is done in the light of science in order to achieve success and superiority, it is necessary to use social sciences in the management of sports sciences. Moreover, management is the planning, organization, orientation, harmonization and control of people and organizational resources for the effective and efficient realization of organizational goals. So, it takes place as a sum of the processes of taking and enforcing decisions that will make it possible to use monetary resources, stock/fixtures/assets, tools and equipment, raw materials and auxiliary materials and finally the time factor in order to achieve certain goals especially in human resources. When it comes to strategic management, it is understood that guide the organizations and employees of organization to common goals and to enhance long-term perspectives to achieve these goals to identify and focus on priority areas, to formulate, implement, evaluate, and use all resources, tools and equipment correctly by people. For the long term goals of competition, sports containing competition especially for world cups, preparing for Olympics, raising Olympic athletes; that in the light of science, strategic management principles can be adopted, achieving success above expectations by acting in a sustainable competitive advantage; obligation of using resources (such as athletes, infrastructure, materials) effectively and efficiently will gain meaning with strategic management. Indeed, the advantage created by the fact that the strategy of living future in the present day is beyond the thought and occupied in the management style with the visionary perspective in the operational sense, is to provide the representation of the superior and the weak sides by means of mission (situation) analysis, whether it is individual or team play.

Acknowledgement: In the preparation of this study; I would like to thank Mr. Barbaros Serdar Erdoğan for his support to the graduate program

Keywords: Sport, Management of Sports Science, Strategic Management.

Emerging Sports Sponsorship In Turkey

Bariş Karataş

*Mehmet Akif Ersoy University
High School Of Physical Education And Sports
Burdur, TURKEY
baris_karatas2@hotmail.com*

Introduction: Today, many activities cause a growing interest in the world and our country. Whether it's a local event or a world-class activity social, cultural and sports events can easily attract peoples attention. People are able to participate in such events in large quantities, and the expenditures they have made do not escape take the attention of firms. Due to this reason, the expansion of trade borders with the globalizing world in recent years has enabled local and international markets to establish close relations with the developing technology and to increase the competition among companies. Because of this increasing competition, firms are developing various marketing methods in order to reach their consumer groups, raise their awareness, protect and secure their place in the sector. Sponsorship practices, which provide important opportunities for companies to reach wider masses, gain good intentions of the target group, create a positive image in the target group and increase brand awareness, play an important role in this marketing method. In order to sustain their presence in the global marketplace and intense competitive environment, companies can undertake sponsorship activities in every field, from culture to sanatorium to education to environment, depending on the improvement of corporate and brand image. As a result; sponsorship is emerging as a marketing method that develops in recent years and continues to develop rapidly and is frequently used by companies. Sports sponsorship has the largest share among the types of sponsorships. The reason why the sponsorship activity is mostly in the field of sport is the unifying effect of sport to all people. Sports sponsorship in Turkey has started with the declaration of the Republic. However, sponsorship activities were not recorded by any institution or organization from this period until the early 2000s. "General Directorate of Sports Sponsorship Regulations" has accelerated sponsorship activities in Turkey in 2001. Tax benefit was provided to the enterprises with the regulation amended in 2004. For sponsoring companies; the total of indirect and cash expenditures for amateur sports branches and 50% of the expenditures they make for professional sports branches shall be counted as expenses according to the "Revenue Taxes and Institutions Tax Act". The amount of sponsorship, which was 137.735,66 TL in 2001, reached 184.822.241,40 TL in 2017 with the new law. In this study, we aimed to investigate the emerging concept of sports sponsorship in Turkey especially after the new laws.

Material and Methods: In this research, literature review about Sponsorship was made and "Compilation Method" was used.

Results: As a result; the share of the sponsorship cake, which continues to increase rapidly in the world, has not achieved the same success in our country. This is because; it has been determined that there is not much known about sponsorship, be late for the law enforcement, economic instability affects sponsorship investments negatively and firms have not enough knowledge about the tax advantages that they will obtain from sponsorship. Nowadays, Because of the globalizing world, developing technology and brand wars, sponsorship has now become a must in business marketing strategies. In Turkey too; Sports Sponsorship was born with the regulation published in 2001 and with the changes made in the regulation in 2004, sports sponsorship has secured its place in the promotion sector. When it comes to sports sponsorship in 2018 in Turkey; large corporations are not only sponsored by professional clubs, but they are also sponsored by amateur sports clubs.

Discussion: As a result of the research, sponsorship is emerging as a growing market day by day. If we think about the universality of sports, sports sponsorship is one of the best marketing strategies to achieve business goals. For this reason the sports sponsorship in Turkey will continue to grow every day. In this context, I can suggest the following items in order to continue the growth of the sponsorship market;

- New legal advantages should be introduced for companies that will sponsor amateur sports
- Sponsorship agreements should be followed legally, abuse should not be included,
- Sponsorship should be encouraged in the national or international sports organizations to be organized.
- The Sports Federation should establish an effective sponsorship unit

The objectives of being a sponsor should be well explained to the business and encouraged to be sponsors.

Keywords: Sport Sponsorship in Turkey, Sport, Sponsorship, Sport Sponsorship.

ICONSR 2018

Globalization And Sports

Cemalettin Aksoy

*Mehmet Akif Ersoy University
High School Of Physical Education And Sports,
Burdur, TURKEY
cemalettinaksoy@hotmail.com*

Introduction: Today, social life and sport are integrated. It has an important role to play and systematize, to live life systematically, to be successful and happy, regardless of age and gender. Such sports, sports, diffusion, social and vital functions are not integrated into one another. The combined sports are posed depending on the socio-economic conditions of the societies.

Material and Methods: In this research, the literature describing globalization and sport was searched and the "Describing Method" was used.

Results: Although it is known that globalization is a phenomenon that emerged in developed countries, it is seen that today, with the help of technology, it has become a universal phenomenon. Just as there are a lot of places in all the countries of the world, the sport is taking its place in a globalized way. As a result, sports and globalization can be discussed in different fields such as economic, cultural and social areas.

Discussion: The theme of globalization is open and subject to debate. People who live in underdeveloped countries may think that this phenomenon is more destructive and destructive to the developed countries, but that they are becoming more and more poor, considering that this phenomenon is an important cultural transformation that leads to economic development, and that it leads to communication with the world.

Acknowledgement: Distinguished instructor who is not giving any kind of support to the preparation of this study, Dr.Öğr. I would like to thank member Barbaros Serdar Erdoğan. Best regards.

Keywords: Globalization, Sports

EFL Teachers' Use Of Facebook Groups As A Form Of Informal E-Mentoring Tool

Emrah Cinkara

*Gaziantep University
Faculty of Education
Gaziantep, TURKEY*

Ceylan Erdoğan

*Gaziantep University
Institute of Social Sciences
Gaziantep, TURKEY
ceylan_erdogan@outlook.com.tr*

Mentoring is an indispensable part of teacher education. Mentoring groups on Facebook ensures the transition of knowledge and experience of EFL teachers on pedagogical and classroom management skills continuously. These groups increase teachers' self-awareness, develop their interpersonal and communication skills and enhance reflection abilities. It is important to understand how EFL teachers in Turkey are engaged in mentoring groups on Facebook and how much these mentoring groups are effective on these EFL teachers. The intent of this qualitative and quantitative research is to determine the use of a Facebook group as a form of informal mentoring among EFL teachers in English language learning, to explore for which reasons EFL teachers use Facebook and understand if Facebook facilitates these EFL teachers' teaching skills. This study will investigate the use of a Facebook group as a form of informal mentoring among EFL teachers with qualitatively and quantitatively data and these data will be collected from the entries, responses and comments of group members. The data consists of comments and words for each entry and those includes many topics about mentoring. This study will analyse the contents of each mentoring topic quantitatively and provide qualitative examples clearly from comments and entries. Moreover, this study will analyse the results of interview with EFL teachers about effectiveness of Facebook mentoring groups on these teachers' teaching skills. The findings will show experiences and knowledge of EFL teachers on different topics about their pedagogical knowledge, content knowledge, pedagogical content knowledge, resources and career development. Also, the findings based on the interview results will reveal that how much Facebook mentoring groups are effective for EFL teachers.

Keywords: Mentoring, content knowledge, teacher education, EFL

Investigation Of Gold Bond And Gold Based Rent Certificates In The Context Of Financial Literacy: Practice Of The City 'Isparta'

Ertan Beceren

*Süleyman Demirel University,
Faculty of Economics and Administrative Sciences,
Isparta, TURKEY*

Fatime Nur Kirmızı

*Süleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Isparta, TURKEY
fatimekrnz3@gmail.com*

As it is known the unspent side of the income is called saving. Especially while in inflational eras savings to keep their value or even multiplying contributing the richness of individuals, the same results may not coincide as public. That's why the thing valid and good in micro level may not be valid and good and also might end up bad results.

Just because, increase in individual saving would decrease the national income. In a certain meaning since the decrease of the investments with the decrease of the production and unemployment would narrow consumption and the purchasing power, a government lacking of taxation incomes would sense the crisis of macro and micro perspectives. Along with policy makers also saving owners must go on a quest to relieve the macro chaos known as saving paradox in the literature.

By this meaning while policy makers are contributing to the adjustments of interest rates, especially using central banks, from money policy to market, individuals prefer to converse, exchange etc like investments.

By finding it inappropriate to have interest because of the religion/belief facts some certain parts of the public prefer gold mostly or direct their savings to participation banks.

On one side the bridal economy depending on the tradition and on the other side the state of the gold which has proven itself in the financial up and downs and the religion-validity has led savings up to 2200 tons of gold and 100 billion dollars of value.

Although having such amount of gold saving, not being able to canalized to real economy has led financial politics to act out. That's why in our country it is transferred to "gold conversion" and "rental certificate attached to gold" era but the need for financial literacy has come out.

From this point on in our study as a data source "the examination of gold conversion and rental certificate attached to gold on the basis of financial literacy" headed, face to face poll method was used.

The questionnaire is consisting of questions like participants' age, gender, educational status, income, occupation, whether conversions to be made before.

The study has been applied on house holds of 18-65 age group living in Isparta and sample will be randomly among people -1000 individuals- living in Isparta. At the beginning the participants will be given the necessary information and be participated in terms of volunteering.

Finally it was found out that, while evaluating the savins of Isparta savers, they were very far away financial literacy. See also be preferred to intermediate drugs in ordered guidelines.

Keywords: Gold Bond, Gold-based Rent Certificate, Saving Paradox, Financial Literacy

The Internship Perception Of Office Management And Executive Assistant Training Programme Students: Atabey Vocational High School Case

Gülnehan Ölmez Kıyıcı

*Applied Sciences University of Isparta
Atabey Vocational High School
Isparta, TURKEY
gulnihankiyici@sdu.edu.tr*

Hamza Kandemir

*Applied Sciences University of Isparta
Atabey Vocational High School,
Isparta, TURKEY*

Introduction: In order to educate qualified office personnel who will perform office work in public and private institutions and will assist executives regarding their work, the short-cycle programmes named “Office Services and Secretariat, Office Management and Executive Assistant Training Programme” have been established in the vocational schools. One of the criteria for graduation from these programmes is the successful completion of the compulsory training. Internships, as inevitable part of vocational schools, provide important contributions to the student, school and institution through combining theoretical and practical education. Within the context of this study, Applied Sciences University of Isparta Atabey Vocational High School Office Management and Executive Assistant Training Programme students’ thoughts about theoretical education at school, internship and its acquisitions are analysed.

Material and Methods: The literature about internship was reviewed and the data gathered from the survey conducted with Applied Sciences University of Isparta Atabey Vocational High School Office Management and Executive Assistant Training Programme second-year students was analysed by SPSS 21.

Results: At the end of the study, it has been determined that the students have a positive perception about training and they find the theoretical education sufficient enough to acquire vocational skills.

Discussion: The study emphasises the various contributions of internship to employers, students and schools. The findings of the survey point that students have positive attitude regarding internship and they consider theoretical education valuable in terms of gaining vocational skills. Despite this, it has been concluded that many students resort to “fake internship”. Thus, internship supervisors should pay more attention to explaining the benefits of training programmes to students and controlling the students during their internship period. It is not wrong to say that in order to acquire the gains of the internship, all parties (students, employers, supervisors) should be fully conscious of the importance of training programmes.

Keywords: Office management, executive assistancy, internship, perception of internship, vocational school

A Research On Teachers In Terms Of Job Satisfaction And Ethical Climate

Perihan Gözü

*Selcuk University
Institute of Social Sciences
Konya, TURKEY
perihangozum@gmail.com*

The purpose of this research is to compare teachers' perception levels in terms of job satisfaction and ethical climate. In the section regarding research findings and their assessment, frequency distribution of participants' demographic characteristics , standard deviation and mean values of research variables are included to make the data ready to analyze; results of reliability analysis are taken into consideration to determine if the data are suitable for statistical analysis; results of Independent Samples T-Test and One Way ANOVA are included to compare two groups and make comparisons between more than two groups respectively. Correlation and Regression analyses are made to determine the relationship between the perceptions of participants regarding job satisfaction level and ethical climate. According to findings obtained from the research, we can say that the ethical climate perception of teachers related to considering what's best for others in their institutions is in the medium-level. We can also say that the ethical climate perception of teachers related to laws, rules and policies in their institutions are high. When the findings obtained from the research are considered, it is seen that there is a significant relationship between teachers' job satisfaction levels and their perception of the dimension of considering what's best for others in an ethical climate. In the light of the findings obtained it is concluded that job satisfaction levels of teachers positively affect their ethical climate perceptions in general, job satisfaction levels of teachers positively affect their perception related to organizational interest in an ethical climate and job satisfaction levels of teachers positively affect their perceptions related to considering what's best for others in an ethical climate.

Keywords: Ethical Climate, Job Satisfaction, Teachers

Absorption Capability Theory

Elif Miray Karadeniz

*Mehmet Akif Ersoy University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Burdur, TURKEY
elifmirayk@hotmail.com*

Introduction: Businesses can sustain their assets by effectively using the resources they have. The best way to do this is to be open to continuous learning and be innovative. Particularly in business management there is a great deal of work involved in recognizing opportunities, monitoring changes and making decisions about investments that need to be made for innovations. Businesses should learn to use their resources in the right place, at the right time and in the right way to manage this process well. Businesses need to improve their innovations and complete their organizational learning so that they can adapt to the changing and ever-evolving world and succeed in a competitive environment. Especially here, the use of information outside the enterprise, will provide competitive advantage to businesses and contribute to their continued development by continuing to develop.

According to Cohen and Levinthal (1990), the ability to use external information is a critical component of innovative skills. To them, the ability to evaluate and use external information is largely concerned with the level of previous information. In other words, previous relevant information gained the ability to assimilate the value of new information and implement it for commercial purposes. The concept encountered in this context is the concept of absorptive capacity. The absorptive capacity is a new perspective for learning and innovation. Cohen and Levinthal (1990), Mowery and Oxley (1995), Lane and Lubatkin (1998), and Lane and Lubatkin (1998) are the primary researchers on absorptive capacity theory. Absorptive capacity is defined as the ability of an operator to understand the value of a new information, to internalize it, and to apply it to achieve organizational goals (Cohen and Levinthal, 1990).

It has been determined that the concept does not take much place in Turkish literature. For this reason, the aim of this study is to contribute to Turkish literature. For this reason, literature review was conducted as a study method.

Material and Methods: The method used in the study is literature review.

Results: A considerable number of studies have been carried out especially in foreign literature related to the subject, but the number of researches in Turkish literature is limited. When the relevant literature is examined, it is determined that the concept is a new point of view for learning and innovation.

Discussion: It is necessary to give more importance to the assimilation capacity theory in Turkish literature. In addition, businesses need to internalize this theory so that they can use it in a useful way after they acquire new knowledge.

Keywords: Absorptive capacity, Business, External information.

Examining Political Behaviours In Academic Organizations: A Qualitative Study

Emre Oruç

*Bilecik Seyh Edebali University
Golpazari Vocational School,
Bilecik, TURKEY
emreoruc83@gmail.com*

Introduction: The aim of the study is to determine the political behaviors that the academicians tend to exhibit in the organization and to make inferences about what the consequences of these determined political behaviors might be.

Material and Methods: The study was conducted with 30 academic staff working in a public university in the Marmara Region. Using the semi-structured interview form, participants were asked five questions to determine political behaviours. The data were analyzed with NVivo 11 program.

Results: According to the findings, different themes were found about political behaviors. Therefore, academicians have a positive attitude towards the political behaviors intended to develop organizational collaboration. Participants, on the other hand, were found to have negative attitudes towards the behaviors that can be destructive for their organization and the ones that serve their interests.

Discussion: In this study, 14 different political behaviors were determined in academic organizations. Different from the other studies on political behaviours, 7 different political behaviors were determined. It is concluded that the political behavior which is most frequently used in academic organizations is inspirational appeals and making concessions is the least used behaviour among others.

Keywords: Political Behaviors, Academic staff, Qualitative Research, Academic Organizations.

A Qualitative Research On Feasibility Studies Of Newly Established Enterprises In Kosovo

Ergin Kala

*Prizren University
Prizren, KOSOVO
erginkala@gmail.com*

Introduction: During the establishment enterprises also lay the foundation of their future. At this stage, it is vital for enterprises to be cognizant of their existing conditions. Such awareness refer to existing capital, human resources, machinery and equipment, structure of the enterprise etc. assets. Goals are set during the establishment phase by taking into account these assets and a projection of process outcomes is sought. Possible goal affecting external factors are assessed. The most important target group in terms of external factors is the market situation. At the best possible ways, enterprise shall know the structure, offer and demand of the market. After the market structure analysis is conducted, strategies regarding how enterprise would sell its product to the market shall be set forth. Enterprise shall analyse its production techniques and be able to optimally select its technology. Preparing budget estimates for enterprises during establishment phases is of great importance. While impeccable actualization of preparations is possible through professional performance of managerial and organizational approach. Entrepreneur should be able to carry out technical, legal, financial and risk analysis as well as effectively use results of analysis during the establishment phase. Kosovo has considerable number of SME's. However, it is very unlikely to reach to economic data related to these enterprises. The reason behind this is believed to result from the fact that the country is still a very young country.

Material and Methods: The focused area of analysis in this study is Kosovo's second biggest town Prizren. Interviews conducted with members of ESNAF Association, which has the character of representative of SME's in Prizren, constitute the material of this study. The Association number 730 members. At the meeting in Association premises with 45 people, information regarding feasibility study during establishment phase have been obtained from business owners.

Results: As a result of discussions with entrepreneurs, it was identified that the establishment phases have been based upon their experiences rather than scientific methods. In addition, lack of incentives for feasibility studies or other mandatory regulations, do not allow entrepreneurs to conduct such studies.

Discussion: This study conducted in Prizren actually represent the situation on post-Yugoslav countries. Transition of countries from different economic systems, harmonization to free market practices are hindered by cultural structure. Clearer situation in the region regarding feasibility studies is possible after more comprehensive research. Entrepreneurs are open for conducting feasibility studies.

Keywords: Feasibility Study, Work Study, SME, Prizren/Kosovo

The Groundless Genocide Allegations In “An Armenian Sketchbook” Work By Vasily Grossman

Fatih Keskin

*Gazi University
Turkish Teaching Research and Application Center
Ankara, TURKEY
06fatihkeskin@gmail.com*

Serkan Akın

*Teacher in the Ministry of National Education
Ankara, TURKEY*

Introduction: “An Armenian Sketchbook” (published in Turkey with “Taşlar Ülkesine Yolculuk” / which means “Journey to the Stones Country” name) work by Vasily Grossman, consists of travel notes on events and situations observed by the author during his travel to the Armenian Soviet Republic in the course of his translation work there. Despite the fact that it can be regarded as a successful work in terms of reading pleasure, it is understood that the book is written with some ideological prejudices. During the journey to the Armenia of the author, whose mind was constantly engaged with Turkey and Turkish people, he often makes sentences alleging that the Turks carried out genocide to the Armenians during the First World War depending on the many cases he encountered. However, there are no concrete findings to support the author's allegations of genocide.

Material and Methods: In this study, the baseless Armenian genocide allegations revealed by Vasily Grossman in his "An Armenian Sketchbook" book were compared with the historical research data and the consistency and inconsistency between allegations and historical findings were tried to be determined from an objective point of view.

Results: Scientific studies obtained through an impartial approach reveals that the Ottoman administration did not have a destruction plan for Armenia in the First World War years however some unwanted events involving deaths occurred during the relocation of the Armenians due to various security reasons on war conditions. These events, mostly occurred in the eastern and southern regions of the Ottoman Empire during the First World War, were often judged by the Western world not with historical documents but on some stereotypical prejudices. The period of which the baseless Armenian genocide allegations began to be put forward that turned into some of the Western countries' political oppression mechanism to Turkey over time is actually seen that the same period when Vasily Grossman took the journey to Armenia in the beginning years in 1960s. In this context, it is understood that in a literary work reflecting Vasily Grossman's personal impressions, the presentation of so-called genocide allegations like a great truth, and the sounding of these allegations with well-known authors, is a part of the project for convincing the world public opinion that about the reality of the Armenian genocide.

Discussion: Bringing the allegations of the so-called Armenian genocide to the foreground in literary works, films or parliaments prejudicially, often serving the purpose of defamation the facts revealed by historical sources. Actually, the Republic of Turkey repeatedly offered opening all historical archives and an examination of the issue by experts with an objective approach in the highest level. It is expected that the allegations about the so-called Armenian genocide be proved with the concrete evidence and documentary evidence by those who claim. Otherwise the issue is regarded as a perception management and as a deliberate smears campaign brought forward against Turkey.

Keywords: Vasily Grossman, An Armenian Sketchbook, Armenia, Turkey, the Armenian question, the genocide allegations.

Asymmetric Effects Of Capital Flows On Economic Growth

Taner Sekmen

*Eskişehir Osmangazi University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Eskisehir, TURKEY*

Seher Gülşah Topuz

*Eskişehir Osmangazi University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Eskisehir, TURKEY
stopuz@ogu.edu.tr*

Introduction: The volume of international capital movements has reached extremely high levels in recent years. However, the anticipated positive effects of capital flows are not fully realized. Sudden and massive capital outflows have caused slowdown or even recession in most developing country economies. Especially in developing countries where funding is needed, sustainability of capital flow is more important in terms of ensuring economic growth, and thus policies for ensuring capital flows are being discussed quite frequently. Although there is a greater belief that capital flows will increase economic growth in countries with high capital flows, empirical evidence for the causality relationship between capital flows and economic growth is not clear.

Material and Methods: Therefore, this study investigates the causal relationship between capital flows and economic growth for Turkey using different capital flows indicators and current econometric methods. Estimates were made using foreign direct investment (FDI) and portfolio investment data covering the years between 1984-2016 for Turkey. In addition, Hatemi-J (2012) causality test and Hatemi-J (2014) asymmetric impulse and response functions were used empirical analysis. These methods indicate that the causality relationship between the variables can be different if the shocks are separated into positive and negative.

Results: The findings obtained in the analyzes showed that there was no asymmetric causality from both FDI inflows and FDI outflows to economic growth. A negative shock to economic growth negatively affects FDI inflows and FDI outflows, which suggests that asymmetric causality exists between FDI and economic growth. Asymmetric effects are not found between portfolio investments and economic growth.

Discussion: When we evaluate the results of the study as a whole, Turkey's economy may witness more drastic capital flows movements in times of economic and financial crisis. Therefore, developing countries such as Turkey should focus on policies to stabilize the capital flows, rather than the magnitude of capital flows.

Acknowledgement: To our knowledge, no empirical research exists taking into account asymmetries in the relationship between capital flows and economic growth for Turkey. This study is important in terms of the first attempt in this regard.

Keywords: Capital Flows, Economic Growth, Asymmetric Causality, Asymmetric Impulses and Responses

The Development Of Language Engagement Scale (LES)

Cavide Demirci

*Eskişehir Osmangazi University
Education Faculty
Eskişehir, TURKEY*

Eylem Oruç

*Bilecik Şeyh Edebali University
Education Faculty
Bilecik, TURKEY
eylem.unal@bilecik.edu.tr*

Introduction: The concept of student engagement has been attracting researchers and educators in the past two decades because many studies have showed that it has a predictive value for a wide variety of developmental and educational outcomes. Student engagement was measured by various instruments stemming from different theoretical perspectives with different types of samples. However, in the context of language learning, engagement in language learning is to be investigated with the instruments based on language learning theories. Therefore, a new measure is required to be developed which is applicable for language classroom settings. The current study aims to develop a scale to measure language engagement in foreign language classroom.

Material and Methods: The study has been conducted during the spring semester of 2017-2018 academic year. The sample is composed of 198 English preparatory class students at Bilecik Şeyh Edebali University. The scale development process consists of item generation, content adequacy assessment, questionnaire administration, item discrimination, factor analysis and internal consistency assessment.

Results: The findings reveals that the language engagement scale, which is 5-likert type, is composed of 18 items determined in three dimensions: cognitive, affective and social engagement. Exploratory Factor Analysis shows that the total variance explained is 49.24 %. As a result of internal consistency assessment, the Cronbach alpha reliability coefficient is .86 and for the subscales: cognitive engagement=.76, affective engagement=.83, social engagement=.73.

Discussion: It can be argued that Language Engagement Scale is a valid and reliable instrument to measure the students' language engagement in language classroom.

Keywords: Student Engagement, Language Engagement, Scale Development

Virtual Currencies And Their Development In Turkey

Fatma Nur Yorgancılar

*Selçuk University
Faculty of Akşehir Economics and Administrative
Sciences
Akşehir, Konya, TURKEY
fnyorgancilar@gmail.com*

Alper Tunga Alkan

*Selçuk University
Faculty of Akşehir Economics and Administrative
Sciences
Akşehir, Konya, TURKEY*

The new financial system of modern world is reshaped under the effect of technological developments coming together with globalization like the other all social, cultural, and economic areas. That financial instruments remains insufficient in meeting the traditional needs that become modernized with the traditional payment methods has led virtual currencies to emerge as a new entity.

Although the issue that whether or not virtual currencies emerging as an alternative to the existing financial possibilities will shake the authority of nominal currencies is the subject of many studies, the advantages and disadvantages accompanying it are discussed in this study in terms of country economy. In the study, in which the evaluations are made regarding

Turkish economy, where technological investments toward virtual currencies are yet at low level, the idiosyncratic techniques, historical development, legal dimensions and future of virtual currencies, whose two of the most common examples are especially Bitcoin and Ripple, are discussed in theoretical framework. Another aim of the study is to reveal from which factors the need for virtual currencies arises and what their constraints have to be.

Keywords: Bitcoin, Ripple, Linden Dollar, Virtual Currencies, Turkey

A Brief Look At The History Of Turkish Tax Practices With Regard To The Impact To Turkish Tax Culture

Halil İbrahim Demir

*Mehmet Akif Ersoy University
Bucak HTMYO
Bucak, Burdur, TURKEY
hidemir@mehmetakif.edu.tr*

The need to live together by people who are social beings as a result of creation has led to the birth of two main institutions, states and cultures. And the culture includes, all kinds of material and spiritual institutions, boards and rules in the lives of individuals and their mutual relations processes. The items of the culture constitution's are; artistic products, customs and traditions, language, faith, common history, law, rules and truths, values and judgments, attitudes and behaviors. States, use their sovereign powers in accordance with their cultural structures and the community (nation) is under the influence of social and the inter-communal relations and the environments in which they live. Therefore, tax practices, which have an important place in state practices, are influenced by the changes occurring in social life over time and differences among societies, and they form tax cultures under which is the part of the national cultures. Tax cultures are an institution that has a great influence on the attitudes and behaviors that attitude of taxpayers against the taxation. Common mental programming that separates a group of people from other groups and culture that is always a social phenomenon and a phenomenon that emanates at national or institutional levels and the culture has a great influence on the attitudes and behaviors of individuals, as well as being a common product of their constituent communities and therefore of individuals. For this reason, understanding and anticipating the reactions to taxpayers' has a huge important that reducing tax compliance costs and achieving success in tax applications. For this reason, we will try to summarize the results of the literature review conducted on the subject with a certain integrity in order to find the answer to the question "How does the historical return of Turkish tax applications take place?"

Keywords: Tax Culture, Fiscal History, Fiscal Sociology

Social Policy In Welfare Systems

Fatih Mehmet Bakirtaş

*Mehmet Akif Ersoy University
Institute Of Social Sciences
Burdur, TURKEY
fmbakirtas@gmail.com*

Semra Petlica

*Independent Novi Pazar Union
Novi Pazar, SERBIA*

F. Hayek in the twentieth century, advocating the tradition of classical liberal thought and it is one of the most important thinkers who undertake the task of its renewal. He not only developed the ideas of this tradition, but also tried to eliminate the attacks against him and spent a considerable part of his time with the ideals of his ideological opponents with a view to introducing a critical criticism to opposing ideas. In this sense, Hayek's view of the state and its policies was also based on this tradition. He defended the concept of sorumlu limited and responsible sorumlu state by maintaining the classical liberal ideas from the viewpoint of the state, attributed to the conception of minimal state. He did not object to the existence of a certain amount of government in economic life, but insisted on leaving the jobs as much as possible. According to him, the problem is not only the role of the state in economic life, but the main task of the state to determine the rules of the game in the market and then to highlight and highlight the task of monitoring.

However, Hayek's main concern was the idea and practice of the state to intervene in the market, particularly in order to ensure social justice. He concluded that such policies are in fact very frivolous and disruptive among the people and that the state will act in a completely arbitrary and unequal manner and serve in the name of certain interest groups in society. Thus, it was assumed that personal freedoms would be damaged. From this point of view, he not only approached social policies with the concern of economic degeneration but also rejected it with serious social philosophy.

In addition, liberalism forbids the freedom of state, market and economy while talking about freedom and the right to individual freedom, property rights and entrepreneurship. In the words of Adam Smith, the state should implement such practices as security, infrastructure and justice. But where does the limit of freedom begin and end? The state, which holds the power for the freedom of entrepreneurs and capitalist monopolies, will protect the disabled, the needy, the child, the lonely or the non-entrepreneur who suffer from the practices of the entrepreneurs who set out with the principle of unlimited competition. In order to do this, it is necessary to draw a limit on freedom or states should cause unrestrained destruction in a greedy manner, pollute the environment, and cause global warming to increase unlimited competition and more profits and production to grow. In other words, they will make the world inevitable for the sake of artificial welfare and for the sake of wealth. They will pollute the soil, water and air of the geography we live in. For the sake of prosperity, that is, for example, with a sample of money in the middle of the desert, money means more money, or a sip of water.

Keywords: Social Policy, Welfare System, Liberalism

A Study On Perceived Consumer Efficiency In The West Mediterranean Region Of Turkey

Fatih Topçuoğlu

*Mehmet Akif Ersoy University
Zeliha Tolunay Applied Technology and Business Administration School
Burdur, TURKEY*

Sema Sarı

*Mehmet Akif Ersoy University
Zeliha Tolunay Applied Technology
Burdur, TURKEY*

Different experiences, instincts, expectations, lifestyles, etc. many factors cause individuals to exhibit different reactions and behaviors even if they feel the same feelings towards the same events or situations. Because individuals develop different perceptions. Consumers' attitudes in the current situation may also be different when perceived levels of consumer activity differ.

The purpose of this study is to determine whether there is any difference in perceived consumer efficacy among demographic variables.

Face-to-face survey method is used in the research. T test and Anova test are conducted. As a result of the analyses; there is no difference in consumer efficacy levels perceived by sex. But there is significant difference in perceived levels of consumer efficacy by married statuses, education level, age, working statuses, and travel experience.

Keywords: Perception Concept, Consumer Effectiveness, Perceived Consumer Efficiency, China

The Effect Of Psychological Resilience On Job Motivation: A Study On Giresun Education And Research Hospital's Nurses

Uğur Karayel

*Giresun University, Faculty of
Economics and Administrative
Sciences
Giresun, TURKEY*

Hamza Kandemir

*Applied Sciences University of
Isparta, Atabey Vocational
High School
Isparta, TURKEY
kandemir.hamza@gmail.com*

Mehmet Ozan Cinel

*Giresun University
Faculty of Economics and
Administrative Sciences
Giresun, TURKEY*

Psychological resilience is defined as, the ability to successfully overcome difficult life experiences and change. In developing psychological resilience, protective factors should be discovered in order to identify the risks and to minimize or remove the negative effects of these risks. Motivation is defined as, the driving power that warns and guides the wanted or desired behaviors and the continuation of these behaviors in the work place.

In this study, we took up the notion of psychological resilience and job motivation and researched the effect of psychological resilience on job motivation on the Giresun Education and Research Hospital's nurse staff. Using convenience sampling methods, 82 nurses were given the questionnaire. The data from these questionnaires were analyzed using Smart PLS program. After analysis, we concluded that the higher psychological resilience levels effect the job motivation positively.

Keywords: Resilience, Psychological Resilience, Motivation, Job Motivation

Investigation Of Integrated Reporting System

Hakkı Kıyımık

*Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Bucak Zeliha Tolunay School of Applied Technology and Management
Burdur, TURKEY
hakkikiyimik12@gmail.com*

Integrated reporting has improved with an understanding of value for all stakeholders affected by businesses and businesses. This system is not only a combination of financial data and sustainability data but also a system of reporting that also has environmental, economic and social impacts. Integrated report with a short statement; an integrated report provides financial reports reflecting business activities and sustainability reports together in an integrated way. The information provided by integrated reporting helps businesses make sustainable decisions. In addition, integrated reporting plays an important role in the decision-making process of financial statement users. This study provides information on the content and implementation of integrated reporting and integrated reporting application is recommended in Turkey.

The Effect Of Social Capital On Achievement Of Associate Students: Gelendost Vocational School

Hamza Kandemir

*Applied Sciences University of Isparta
Atabey Vocational High School
Isparta, TURKEY
kandemir.hamza@gmail.com*

Metin Karaca

*Applied Sciences University of Isparta
Gelendost Vocational School
Isparta, TURKEY*

Mahmut Tokmak

*Applied Sciences University of Isparta
Gelendost Vocational School
Isparta, TURKEY*

Serdar Aydoğan

*Applied Sciences University of Isparta
Gelendost Vocational School
Isparta, TURKEY*

Introduction: The role and effectiveness of social capital in community development has been studied for many years. Each individual has different achievement goals. The goal is to achieve this success. social capital is a resource that individuals use to achieve success. Social capital can be expressed in economic terms as an examination of the relationships between individuals and institutions based on trust.

Material and Methods: The 3x2 Achievement Goal Model Scale of 3x2 Achievement Target Model of Ağbuba (2014) and the Social Capital Scale in the Validity and Reliability Study of the Social Capital Scale of Uçar (2016) were used. This study was carried out with 113 students attending the vocational school of Gelendost. this study has been tested by using Social Equation Model Analysis with the Least Squares Approach.

Results: The positive impact on social capital has a positive effect on academic achievement.

Discussion: It was seen as a result of the study that affected the social success of social capital. In parallel with this study, it is aimed to investigate other factors affecting academic achievement in the future studies.

Keywords: Social Capital, Academic Achievement, Social Equation Model Analysis, Least Squares Approach.

The Evaluation Of Customer Satisfaction In 4 Star Hotels In Baku

Intigam Bashirov

*Baku Engineering University,
Faculty of Economic and Administrative Sciences
Department of Business Administration
Baku, Azerbaijan*

Rufat Mammadov

*Baku Engineering University, Faculty of
Economic and Administrative Sciences
Baku, Azerbaijan
rmammadov@beu.edu.az*

Introduction: Fast development of information - communication technologies change the way people shop. When compared with decades ago customers currently want rapid satisfaction. Not only product but also service markets bare this in the mind. Companies in service markets try always satisfy their customers. Because they know that delighted customers can always bring them new customers in the long run. Those who fail to satisfy customers are prone to failure. That is why 4 star hotels in Baku offer variety of services in order to satisfy the customers.

Material and Methods: In the article different local and international literature was used in order to form the model of satisfaction. Azerbaijan State Statistical Committees official bulletin was used in order to build relationship between customer satisfaction and the hotel services. The survey method of gathering primary data was also applied. In the article servqual model developed by Parasuraman, Zeithaml and Berry was used.

Results: As the result, the customers of 4 star hotels in Baku are more quality sensitive. So, in order to satisfy them 4 star hotels must apply high quality services in room, room services, bar and restaurants. Additional services like spa, massage, shisha, live music increase the satisfaction level of customers who stay in the hotel. Together with this, in the article it was noted that the personnel service quality also play role in customer satisfaction.

Discussion: The main purpose of the article is to reveal the satisfaction level of customers who stay in 4 star hotels in Baku. In this context, foreign literature was analysed for the model of evaluation. At last, the model developed by Parasuraman, Zeithaml and Berry was chosen as their factors for evaluation of customer satisfaction were similar to those of in Baku.

Acknowledgement: I would like to thank to Conference Committee for such kind of opportunity.

Keywords: Customer satisfaction, 4 star hotels, Baku, service quality.

Towards A World Investment Tribunal: New Era In Investor – State Dispute Settlement

Dikran M. Zenginkuzucu

*İstanbul Esenyurt University,
Faculty of Business and Administrative Sciences
İstanbul, TURKEY
dikranzenginkuzucu@esenyurt.edu.tr*

Introduction: Globalisation, in one sense, may be described as “free movement of goods, capital, humans and information alongside the World”. In this respect, the contradiction between the followers of “national treatment” and “minimum international standards” has been the most critical debate among developed exporter countries and developing countries. Free movement of capital and foreign direct investments are the one of the most significant in globalization era. International treaty arbitration has become the major and most effective means of investor - State dispute settlement (ISDS) mechanism as a result of foreign investors’ and capital exporter States’ widespread and strong demands of confidence.

Material and Methods: It is possible to classify the evolution of ISDS in four era, namely emergence or infancy, dichotomy, proliferation and finally re-orientation. Recent attempts in the cadre of Canada – EU Investment Agreement (CETA), TTIP and UNCTAD announce the oncoming constitution of a permanent Investment Court and the very first establishment of an Appellate body in ISDS proceedings. This presentation examines the basis and development of treaty arbitration, the structure and features of the permanent Investment Tribunal and the Appellate body as well as the contribution of the mentioned bodies into international investment law.

Results: A permanent World investment tribunal and appellate body will constitute the birth of a new era in ISDS. It is observed that the international law had a corrective effect over the national regulations in ICSID arbitral awards regardless the chosen applicable law, however, it is not possible to argue that an unity of jurisprudence is created yet. In addition, it is noticed that different arbitration tribunals have given contradictory judgements on similar cases.

Discussion: Hence, it is deduced that a permanent Investment Court and the Appellate body will gradually contribute to the aims of the enhancement of ‘minimum international standards’ and creation of an unity of jurisprudence in the settlement of international investment and trade disputes, as well as of strengthening the ethical principles and impartiality of arbitrators.

Keywords: International investment law, international treaty law, minimum international standards, permanent investment court, appellate body

Industry 4.0 And Management: A Content Analysis On Papers Published In Web Of Science Indexed Journals

Mehmet Kahraman

*Mehmet Akif Ersoy University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Burdur, TURKEY
mkahraman@mehmetakif.edu.tr*

Dorukcan Pehlivan

*Mehmet Akif Ersoy University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Burdur, TURKEY*

Introduction: In this research it has been aimed to reveal scientific papers produced about industry 4.0 that are particularly related to management and organisation field. Another concern of the research is to determine the academic relations between these topics as well as the subtopics of management examined in scientific papers for researchers aiming to do further research in the future.

Material and Methods: Content analysis method was chosen as research method. Research sample has been limited to the academic papers published in Social Sciences Citation Index (SSCI) and Conference Proceedings Citation Index - Social Science & Humanities (CPCI-SSH) included by Web of Science as the World's leading citation database. Within the scope of the research; four different keywords; "industry 4.0", "4th industrial revolution" and "fourth industrial revolution" have been searched within the titles, author keywords, additional keywords, abstracts and texts through the search engine of Web of Science database. Analysis has been conducted within the papers that had only been published since 2011 due to the fact that the term 'Industry 4.0' was first used in 2011.

Results: As a result of content analysis 113 papers have been filtered including 23 papers published in journals and 90 papers published in conference proceedings. The most frequent main subjects examined in those papers concerning management are as following; 42 Organisation Theories, 28 Human Resources Management, 26 Strategic Management, 6 Organisational Behaviour. While the most frequent subtopics have been revealed as Vocational Training and Organisational Change. 22% of the papers cover these two subtopics in total. Besides, it was found that the subtopics such as; SEM, Strategy Development, Competitiveness, Employment, Sustainability, Business Model, Information Management, Human Resources Planning, Lean Production, Job Analysis and Decision Making had been examined more than other subtopics with 70% total share in regarding papers.

Discussion: Industry revolution 4.0 has radically changed the technological environment and the organisational structure of the enterprises. It can be claimed that this changing demand accordingly might have led Organisational Theories to be examined the most regarding Industry 4.0 and Management papers. On the other hand, Industry 4.0 is a new era in terms of employment. Employee requirements have been shifted to more qualified personal in managing and controlling new manufacturing systems representing advanced technologies such as; cyber-physical systems, internet of things, cloud computing etc. Vocational Training as one of the leading subtopics in the examined papers also reflect the new requirements of Industry 4.0 in labour market. It's also fair to find Organisational Change as another most common subtopic when the change of organisational structure and technological revolution are taken into account.

Keywords: Industry 4.0, Management, Web of Science, Content Analysis

Comparison Of The Strategic Plans Of The State Universities Established In 2008 In Turkey

Musa Türkoğlu

*Süleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
musaturkoglu@sdu.edu.tr*

Serdar Yetişen

*Isparta Applied Sciences University
Gönen Vocational School
Isparta, TURKEY
serdaryetisen@isparta.edu.tr*

Introduction: 5018 numbered Public Financial Control Act with a new public management approach has been adopted in Turkey. This understanding is; strategic planning, performance-based budgeting, internal control and internal audit concepts.

Material and Methods: In this study, the first strategic plans of mission and vision, prepared by the nine state universities founded in 2008 in Turkey, were subjected to content analysis in terms of strategic goals and objectives.

Results: According to this; the first strategic plans of universities which are the subject of study; „Capable of basic values, self-confident, aiming for continuous development, to raise qualified human resources with leadership spirit” is mission adoption, „Being reputable university that contributes to the economic, social and cultural development of the region and the country where it is located” is vision undertake and „to improve the university's institutional culture and identity, promote it, increase the university's satisfaction, as well as „to improve the R & D infrastructure, increase the number of scientific projects and to publish articles for researches” are understood as a moving in the direction of strategic plans.

Discussion: In addition, by acting on the evaluation chart formed by taking advantage of the strategic plans and the annual activity reports prepared annually in the periods covered by these plans, for those universities that are the subjects of study, apart from Şırnak University, they have at least 1 performance indicator and apart from Bingöl University, it can be said that the targets determined by the universities that are the subject of study and the performance indicators that will be used to reach these targets are partially compatible.

Key Words: Aim, Annual Report, Strategic Plan, Universities, Mission, Vision

Atabey Vocational High School, School Culture Research For Choosing

Oğuzhan Bozak

*Süleyman Demirel University
The Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Isparta, TURKEY
oguzhanbozakk@gmail.com*

Volkan Kul

*Süleyman Demirel University
The Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Isparta, TURKEY
volkankuul@gmail.com*

This study investigated the relationship between culture and school culture. In our study it is explained primarily word culture is defined by the example of the concept of school culture. The aim of our study in our school compliance with the concept of culture is to enable students to prosper in this area. data related to school culture, in the academic year 2017-2018 School Culture Scale (OKÖ) were obtained with. In the last part of our study it has tried to establish the relationship between the school culture with the culture of the word.

Keywords: Culture, school culture, students

Assessment Of Ecotourism Potential Of Isparta Gölcük Natural Park

Ömer Kürşad Tüfekci

*Suleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Isparta, TURKEY
oktufekci@gmail.com*

Atilla Gökdemir

*Suleyman Demirel University
Egirdir Vocational School
Egirdir, Isparta, TURKEY*

Introduction: Turkey, geographic structures exist in most countries, climate diversity, fauna, flora, mountains, rivers, lakes, seas, natural formations, historic and archaeological richness, tradition, custom, life with its unique folklore properties owned and developed by the presence of different habitats and for the implementation of an environmentally friendly form of tourism and ecotourism activities as of today, the new understanding of the future of tourism has a huge potential.

Material and Methods: Purpose of the research; Determine ecotourism potential of Gölcük Nature Park which is connected to Isparta province center. As a target group in the survey, a visit from Gölcük Natural Park (Isparta) was selected. The questionnaire form consisting of 50 questions constituted the data set by 457 individuals. When the data set were evaluated, used descriptive statistics, T-Test, ANOVA, and correlation analyzes.

Results: It has been reached that the thoughts about the sufficiency of the ecotourism infrastructure in Gölcük differ according to the education levels. In addition, it has been reached that the thinking about the sufficiency of ecotourism infrastructure, ecotourism development activities, ecotourism activities, ecotourism potential, and alternative activities that can be done in Gölcük differs according to its marital status. Also, the views on ecotourism development activities, ecotourism activities, and ecotourism potential in Gölcük differ according to their place of residence.

Discussion: Gölcük Lake is a place with valuable natural areas. For this purpose, the natural resources, botanical, alpinism, orienteering, highland tourism, trekking, canyon, agro tourism, water sports tourism, cycling tours, camping and caravan tourism , paragliding, hunting, wildlife tourism and cultural tourism.

Acknowledgement: This paper was supported by Süleyman Demirel University Scientific Research Projects Coordination Unit with project number 4503-YL1-15.

Keywords: Tourism, Ecotourism, Sustainable Tourism, Lake Gölcük.

Discourse Analysis On Turkishness Concept In Kosovo Folk Narrative

Özgür Kasım Aydemir

*Pamukkale University,
Faculty Of Science And Literature
Denizli, TURKEY
okaydemir@gmail.com*

Aslı Manav

*Pamukkale University
Institute Of Social Sciences
Denizli, TURKEY
amanav81@gmail.com*

Folk narratives can be considered as databases that hold the historical identity of the community concerned with social acceptance and ownership orientation. In this direction, the public has a unique and rich field of examination and evaluation for analyzing the discourse of a subdivision of linguistics. Historical Turkish residents The history of Turkish culture in the history of Kosovo is still alive in the areas where the Turkish population lived, especially in public discussions. In this respect, the public statements expressed by the constituents of the Turkish culture in Kosovo reflect both their own feelings and thoughts and also enable the survival of the Turkish culture with the generation-based transmission based on verbal language. Discourse analysis has been carried out on the public discourses collected from Prizren, Pristina, Mamuşa and Ipek from the important centers where the Turkish culture was kept for reasons stated in our work. The solution of discourse which is realized within the boundaries of linguistics at the intersection of Turkish language, history and anthropology with a multidisciplinary approach is limited to our concept of Turkishness.

Key Worrds: Kosovo, Turkish Language, Linguistics, Folk Narrative, Kosovo Turks, Discourse Analysis.

The Effect Of The Psychological Contract To Institutionalization In The Production-Oriented Enterprises

Özlem Çelikkol

*Süleyman Demirel University
Institute Of Social Sciences
Isparta, TURKEY
ozlemozbay@hotmail.com*

Introduction: Communities have always made progress throughout the human history. In recent years, this progress has gathered speed considerably and started to change the individual habits. In today's business life, more production and less employment are the two most important subjects which are discussed so much. Institutionalization is needed for increasing the quality and competitive power of the enterprises providing service in the fields of industry and production.

It is seen as normal that the enterprises which haven't developed any personnel policy suffer fluctuation on production and, therefore, there is a need for an institutionalized structure for the purpose of increasing production and keeping production level by way of the hierarchy between the personnel and the management. In the enterprises which took the production as a mission, there is a big difference in terms of output between the institutionalized firms and the local firms. In order to increase the quality, the production-oriented enterprises should aim for the quality as a vision together with their employees.

In the psychological contract, there are mutual expectations and obligations between the organization and employees which are the parties. It is reported that the importance should also be given to the communication types other than the existing official contracts for the psychological contract. In the firms which have completed their institutionalization, the verbal or non-verbal rules are expected to be formed in addition to the written contracts. It can be thought that these rules ensure the hierarchy and increase the quality of mutual communication among the employees under the institutional roof.

The purpose of this study is to conceptualize the fact of psychological contract according to the employee number of the production-oriented and institutionalized firms in the textile sector located within Denizli city. And the method of the study is descriptive research of historical research method. In the descriptive researches, it is aimed to reveal the attitudes, opinions or behaviors of the individuals with regard to the fact in question.

Material and Methods: In the study, the points of view against the fact of the psychological contract held by 3,803 (N) persons having positions in the administrative units from among 38,143 persons working in 443 firms that make production in the textile sector within Denizli city will be examined. For the study, 800 questionnaire forms were delivered and 172 participants replied and sent them back. In order to ensure the study to have 99% confidence and validity level, we will try to reach out more than 382 participants.

Results: In the study, consequently, we will examine both work commitment of the employees and the assets of the non-verbal psychological contract created for the employees by the enterprise in light of the psychological contract within the institutionalized medium and big-sized enterprises. As an important fact in the institutionalized firms, it is thought that this fact is an important factor that will develop performance and institutional connections.

Discussion: According to the preliminary statistical results of 172 persons at this stage of the study, no significant difference was statistically determined in the factors of age, educational status, marital status and working year. A statistically significant difference was found between the existence of psychological contract violation and educational status in the employees ($p=0.021$). As the education status in the employees increases, it was seen that the existence of psychological contract violation increases as well. In the employees, a statistically significant difference was found between the existence of the psychological contract violation and

working period in the enterprise ($p=0.0001$). As the working years of the employees increase, it was seen that the existence of the psychological contract violations decreases. In case the employees cannot obtain financial possibilities they expect from the enterprise or their expectations are not met, they may commit psychological contract violation. In the same manner, when the enterprises cannot obtain the performance they expect from the employee, they may commit psychological contract violation.

Keywords: Psychological Contract, Institutionalization, Production-oriented Enterprises, Organization, Employee

ICONSR 2018

Researching The Happiness Level of Associate Degree Students With Data Mining Method: Gelendost Vocational School Sample

Mahmut Tokmak

*Applied Sciences University of Isparta
Gelendost Vocational School
Isparta, TURKEY*

Serdar Aydoğan

*Applied Sciences University of Isparta
Gelendost Vocational School
Isparta, TURKEY*

Hamza Kandemir

*Applied Sciences University of Isparta
Atabey Vocational High School
Isparta, TURKEY
kandemir.hamza@gmail.com*

Metin Karaca

*Applied Sciences University of Isparta
Gelendost Vocational School
Isparta, TURKEY*

From the past to the present, happiness is an important concept for people. Because people want to be happy and describe happiness as the purpose of life. So, no matter what people do, they all have the goal of being happy at the end. The ultimate goal is to be happy.

The concept of happiness is concrete and abstract depends on many factors. These factors vary according to each person. While some people may be happy with abstract factors rather than concrete factors, some people may be happy with concrete factors rather than abstract factors. In this context, it can be said that the concept of happiness is relative.

This work; It aims to investigate the concept of happiness for pre-graduate students, which is of great importance for people. The aim of this study was to determine the factors affecting the students' happiness levels. In this context, the scale developed by Doğan and Çötök (2011) in the Turkish adaptation of the Oxford Happiness Scale Short Form: A Validity and Reliability Study was used. In addition to the scale parameters, the academic mean scores of the students were also included as a variable in the study. The data obtained from the data obtained by using one of the data mining methods Apriori algorithm has been removed. A minimum of 80% confidence threshold and 6 rules were obtained. In the rules issued, "I am very happy with everything in my life inde," I realize the beauty of my surroundings im, "I can find time for everything I want to do var, in Mentally I feel totally fit (vigorous)" questions are united. At the same time, the variable Academic Score Average çıkar has been associated with the rules issued. This shows that the average academic score for students has an effect on happiness.

Green Marketing Impact On Company`s Revenue

Rufat Mammadov

*Baku Engineering University, Faculty of
Economic and Administrative Sciences
Baku, Azerbaijan
rmammadov@beu.edu.az*

Elgun Ahmadov

*University of Economics
Baku, Azerbaijan*

Introduction: Lately, the worries for natural issues have turned into a territory of worry for associations, governments and customer alike. Green Marketing is a wide concept and organisations alike have changed their skills to wind up more sustainable and are swinging to the production and consumption of more eco-friendly items and services.

Material and Methods: Green marketing goes for changing purchaser's attitudes towards items or services which are respected all the more ecologically friendly. The trouble lies in changing consumer behaviour. Consumers have changed their states of mind towards eco-friendly decisions for the most part because of government rules and in addition the developing pattern and interest for "green" items expedited by competitor's powers. Indeed, even through recessionary circumstances green marketing has created business places and economic development.

Results: Eco-friendly, so called green marketing has ended up a talked about subject and companies are continually attempting to discover the most excellent ways to reach the customers with their green message. Customers are getting to be more requesting and they have begun to pay more attention to the environment. What is the imperative with brands is how customers see them, what the picture of the brand is? The point of this paper is to discover out how key issues in green marketing are tended to by companies.

Discussion: Green Marketing joins an assortment of activities, modifications to items changes to the generation and distribution processes, packaging, and adjustments to marketing communications. In this paper, the authors have attempted to clarify the requirements and importance of Green Marketing and methodologies for Green Marketing. They have also tried to clarify a few techniques to escape Green Marketing Myopia. At final a few Green Marketing practices have been shared to persuade the readers that Green Marketing.

Acknowledgement: I would like to thank to Rufat Mammadov for sharing expertise, time, sincere and valuable guidance and encouragement extended to me.

Keywords: Marketing, Green Marketing, Customers, Eco-friendly.

A Research On Sustainable Consumption Behaviors Of Personal Structures Which Are Consideration Of Immediate Consequences And Consideration Of Future Consequences

Sema Sari

*Mehmet Akif Ersoy University
Zeliha Tolunay Applied Technology and Business
Administration School
Burdur, TURKEY*

Fatih Topçuoğlu

*Mehmet Akif Ersoy University
Zeliha Tolunay Applied Technology and Business
Administration School
Burdur, TURKEY
ftopcuoglu@mehmetakif.edu.tr*

Social, ecological and economic deformations are increasing due to increased consumption from day to day in favor of a better quality of life. While providing a better quality of life cycle, concepts such as environmental awareness, frugal behavior, increase in awareness, and alternative creation concept have improved the sustainable consumption trend. However, one of the requirements for the development of sustainable consumption behavior is to consider future results and to feel responsibility. Despite the fact that in literature the relationship between personality and concepts which are mentioned, is investigated but no research has been conducted to investigate the relationship between personality type and future / immediate results.

The purpose of this research is to determine whether the personality structure that cares about future outcomes and the personality structure that cares about immediate results differentiate individuals' sustainable consumption behaviors.

At the end of the research, it was determined that those who care about future outcomes have more savings, less needless buying behavior, and those who care about instant results show less saving and more needless purchasing behavior.

Obtained results will help to explain the sustainable consumption behavior of the two-person structure. In addition, the influence of personality structures for the development of community consciousness will be understood more clearly.

Keywords: Sustainable Consumption, Consumer Behavior, Consideration Of Immediate Consequences, Consideration Of Future Consequences, Personality, Personality Type, Personality Structure

Attachment Theory: A Conceptual Theory

A.Serhan Barutcu

*Mehmet Akif Ersoy University
Institute of Social Sciences
Burdur, TURKEY
serhan_barutcu2009@hotmail.com*

Introduction: The concept of attachment is a concept which has a significant place in term of the human life as for all living beings. Since the day they born, human being are need of care for a long period of time. Therefore, the attachment is an emotional need that has started to emerge in the early phases of life. It is a deep and long-term bond that is established between people regardless of time and space. This bond which emerges in the early phases of life direct the relationships that the individual will establish during the lifetime by affecting the biological, psychological and social development of the individual profoundly. In this study, it was aimed to examine the attachment theory that explains the impact of that we obtain in the early stages of life on our lives within a theoretical framework and provide information on its development. Literature search was done.

The concept of attachment which has an important role in terms of the development process of human beings has been described as a theory by John Bowlby for the first time and tried to be grounded. Bowlby described the term attachment as a 'strong bond between two persons'. On the other hand, attachment theory is an approach that explains the reasons why human beings tend to establish strong emotional bonds with others who are important to them. The attachment theory has presented various explanations for the emotional-oriented relationships between a baby and the first-degree individual who take care of the baby and formed a basis for developing mental models within this framework. It is based on the creation of a safe bond between the baby and parent as a result of the positive response of the individual who provides care to the signals sent by the baby.

The theory of attachment has been developed and its effectiveness has been increased through the new and different approaches presented the last half-century. It is seen that the attachment models that have emerged in the studies conducted on the issue affect individuals' behaviour styles, ethical behaviours and standards, social lives, professional lives and performances, their intentions to leave their jobs, and leadership styles.

Keywords: Attachment Theory, Attachment, Human Behavior.

The Status And Significance Of Süleyman Demirel University In The Eye Of It's Students On The Global Education

Ertan Beceren

*Süleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Isparta, TURKEY*

Sevgi Aydın

*Süleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Isparta, TURKEY
sevgayy@icloud.com*

Today we see that in many areas of the world the higher education becoming widespread and also rise within its systems.

Even, not only by the means of financial and commercial fact, but also the global world has shown up on the education and that schools being governed like governing a company branching out in international arenas. We witness that they represent their corporates by negotiating with other educational corporations.

On the other hand, thanks to projects like erasmus, farabi being made on the education field the obstacles have faded away.

The thing is that whether every higher education institution perform equally to get globalized which depends on the post graduates of a country being ready for the life.

From this point on, in our study by emphasizing the global education-composing the basis for the global economy, we have ranked the comparison of Süleyman Demirel University with the universities of the world having a voice in the global arena.

Just because, education is, in a certain meaning, making a country's generations come up to the standardization it has aimed. With that also in Turkey, some breakthroughs are glittered on the improvement of the educational system day by day. Recently the separation of some of the universities shows that the basis for operational education has been set.

In the study the pioneers of global education institutions are viewed. To be able to fulfill the right comparison both governmental universities and foundational universities are communicated with. When we examined the materials sent us by means of the related universities we have confirmed that they were on a system aiming students to find out their own lacking, centering the students and giving importance for the enterprising ideas.

In this case to examine the educational system of Süleyman Demirel University we have gone through a poll study with 1000 students consisting of different departments and age groups. We have held this study in the special times when students felt comfortable-not before their finals etc.

In the poll questions like selection process for the university, education of the SDU, instructors, physical status of the university and general information about universities were directed to students. The results have went through SPSS and made validity period.

As a result we have confirmed that for the global economy-being the aim of the study- with the information we have got on educational conditions, Turkey's both socio economic and politic basis is in a sufficient state to be able to improve the quality of its education. We have taken the measure that the improvements on education will lead intellectual funds will direct towards turkey, as a solution.

Keywords: Global World, Global Education, Süleyman Demirel University, Practical Education

China's Struggle For Hegemony In The Asia Pasific Region In The 21st Century

Ufuk Tok

*Giresun University
Institute of Social Sciences
Giresun, TURKEY
tokufuk60@gmail.com*

Introduction: China, with its population and dynamic economy, is a very important actor because it is a shining power in the region and all over the world. This study examines the effectiveness of the Chinese economy, which has grown without diminishing our dynamism, the competence of China for regional leadership, its ability to transfer its economic power and its relations to regional politics, and the military activities it has carried out to establish regional security for the stability of its economic power. By examining the regional politics of China with its economic, political and military relations with the regional states; it is aimed to illuminate the above points by acting in the light of reliable data and accurate analyzes used at the same time.

Material and Methods: As a result of the literature search, books, articles and related web sites were used.

Results: Accelerating the arming of China will hurt the economic policies in the region. At the same time, it will increase nationalism in the region. Historical disputes such as China-Japan, Korea-Japan, China-Taiwan, China-India and the resurgence of rivalries may be dangerous for the stabilization of regional economic relations as well as for the preservation of domestic political integrity.

Keywords: China, Asia Pasific, Chinese Economy, Chinese Military Power, Nationalism in the Asia Pasific

New Media Journalism In The Context Of Public Responsibility And The Tendency Of 'Saturate The Instantaneous Pleasure'

Tuğba Akdal

*Bülent Ecevit University
Communication Faculty
Zonguldak, TURKEY
tugba.akdal@beun.edu.tr*

The public liability and significance of journalism is kept equal to doctor mostly. This is due to the role that journalism, which is described as the fourth force, is involved in social development, development and the saving of community life. This role, fulfilled by the functions of increasing, regulating and improving the intellectual level of society such as informing, educating, supervising, publicizing can only bring constructive and positive qualities when fulfilled with responsibilities towards the public. While the public is being informed, the responsibilities of journalist are evaluated with journalistic ethical codes such as truth, impartiality, actuality, reality. However, when discussing the problem of how the media transforms and how these codes are shaped according to their relative characteristics, 'New Media Journalism' or 'Social Media Journalism' that emerging along with digitalization has also raised the importance of a number of codes. These are extensivity, enlightenment and utility. New media have been welcomed as a good alternative in the improvement of this disruption, while a number of economic transformations leading to the traditional media being characterized as industry, codes of journalism and public accountability have been distorted by a transformation that has the appearance of 'mass publishing'. But in the meantime, it will be a good idea to say that, apart from satisfy the expectations the news of the new media, the journalism has radically altered its understanding of public responsibility and has reached a principal that will serve to "saturate the instantaneous pleasure". The instant pleasure that new media readers want to satisfy; it is the effort and understanding to satisfy with a few seconds of news that you can read quickly among the many pages of web pages, a number of emotions sort through such as to take what you are wondering about without taking a very long reading action, to live the moment with descriptive sentences and many photographs, to get excited, to find yourself in the news, to otherwise and to get emotional.

The aim of this work based on literature research; is to consider the public responsibility principle of journalism in the context of new media journalism and the tendency to 'saturate the instantaneous pleasure' by comparing it with traditional media.

According to the findings at the end of the research, the new media is an alternative to the losing real values of the journalism and public responsibility that are transformed an industry and shaped according to specific benefits in the traditional media where profit is prevailed. Especially for those media press and journalists who are struggling with economic troubles, for those who want to move the locals to the globe, for minority communities who want to announce their own voice, not need cost environment of the new media can become easy journalistic platform. However, when the general situation is considered, tendency of reading and informing which gives place to pleasure of entertainment and amusement and getting decrease by televisions, reduce further by new media journalism. The reader's perception of news has changed, expectations have been transformed, a series of news stories summarized, short texts supported by plenty of photos and videos. The idea that journalists give what reader's want is more established. Reader wants soft news texts that will live effortlessly with social media and will enjoy the pleasure of delivering a few emotions at the same time. The journalist, while considering the fact that giving the reader what he wants is evaluated an ethical principle for journalism, provides via focus on the framing of the news with the greatest number of clicks and therefore the most advertising revenue. This supports the idea that news in the traditional media is a commercial meta, and the understanding that the reader is seen as a customer has gained momentum in the new media environment.

Keywords: *Public Responsibility, *News, * New Media, * Instantaneous Pleasure

The Impact Of Debt Calculation Methods On Firm Value

Mercan Hatipoğlu

*Çankırı Karatekin University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
TURKEY*

Taner Sekmen

*Eskişehir Osmangazi University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Eskisehir, TURKEY
tsekmen@ogu.edu.tr*

Introduction: The value of any financial asset depends on its present value of expected future cash flow. While estimating the present value, finance professionals use different appropriate discounted rate which reflects the riskiness of cash flow. The purpose of this study is to briefly show the methods used in calculating the discount rate and to determine the effect of the discount rates on the firm value according to these methods.

Material and Methods: The methods used in the research are debt cost according to book value, debt cost according to bond yield and synthetic rating methods. Data of a private company traded on the Borsa Istanbul and issuing bonds on the borrowing market was used for 2009 year.

Results: The findings obtained in the study show that the discount rate (expected return) calculated according to book value is the lowest. This method shows the highest level that the firm value can take. On the other hand, the synthetic rating method calculates the highest discount rate and, thus it gives the lowest possible stock price.

Discussion: Findings are important for investors because it provides information about the price range of the company's stock that the investors are willing to invest in. Thus, whether or not the company to be invested is overvalued will be determined by objective methods. It is even more difficult to compare alternative investments in an environment of capital markets where financial markets are developing very rapidly and investment instruments are diversified. In order to be able to use the synthetic rating method, the company needs to provide its financing needs by issuing bonds. The high discount rate resulting from this rating method is due to the low liquidity of the borrowing market in our country. The increase in the liquidity of the bond traded in the Borsa Istanbul, the issuance of new bonds and the decrease in the interest rates may decrease the discount rate according to this method.

Keywords: Debt Calculation Methods, Firm Value, Debt Cost, Synthetic Rating Method

The Relation Between The Cigarette Addiction And Struggle Methods Of Government To Smoking

Gökhan Dökmen

*Bulent Ecevit University
Faculty of Economics and
Administrative Sciences,
Zonguldak, TURKEY*

Nurseda Saymaz

*Bulent Ecevit University
Faculty of Economics and
Administrative Sciences
Zonguldak, TURKEY*

Mehmet Pekkaya

*Bulent Ecevit University
Faculty of Economics and
Administrative Sciences
Zonguldak, TURKEY
mehpekkaya@gmail.com*

The use of tobacco products is one of the major problems that can lead to death. Its use not only brings health problems but also many economic problems. For this reason, the state intervenes in this area not only for the reason of health, but also for solving the economic problems that are caused. Tax regulations and direct other restrictive policies constitute a significant part of these interventions. The purpose of this study is evaluating modelling and the correlation between cigarette addiction degree of individuals and direct quota policies of government to their tobacco consumptions, and state proposals for researchers and decision makers in struggle against smoking.

A conducted survey to 392 cigarette consumers in Zonguldak at first quarter of 2017, for measuring the attitudes of cigarette addicts to direct quota policies of government to their tobacco consumptions, let the data for the analysis. Cigarette addiction severity index is calculated for each individual via TOPSIS techniques according to three different scenarios. The factor scores of tax and other struggle methods of government to smoking are calculated for searching the correlation between them. The differentiations of factor scores with respect to sub groups of respondents are evaluated via statistical tests. In addition, a regression model for determiners of cigarette addiction severity indexes is constructed. According to analysis and attitudes of the sample, the tax and other struggle methods of government to smoking have a correlation with individuals' cigarette addiction. Moreover, the tax and other struggle methods of government to smoking have an important effect on cigarette addiction degree, along with the gender, age, education level, expense level of the consumer.

Keywords: Market Failure, Indexing via TOPSIS, Externalities, Taxation, State Intervention

A Model Proposal For New Product Development In Turkish Garment Sector In The Context Of E-Entrepreneurship

Ahmet Özbek

Marmara University,
University Faculty of Technology
Kadikoy, Istanbul, TURKEY

Yusuf Esmer

Bayburt University
Faculty of Applied Sciences
Bayburt, TURKEY
yusuf.esmer61@gmail.com

Onur Şaylan

Canakkale Onsekiz Mart
Can Vocational School
Can, Canakkale, TURKEY

Introduction: Turkish garment enterprises have difficulty competing with Asian countries which can produce at low cost due to high production costs (minimum wage and energy etc.). For this reason, it is necessary for the garment sector to get rid of the contract manufacturer position and the sector should produce and market its own fashion and brand. The basis of fashion and brand building is design. In addition, today's garment marketing concept focuses on the launching of new products by providing the short-term obsolescence of existing products. In this case, garment enterprises need to constantly develop new products and launch to the market. This situation in the garment sector reveals the need for the designers. On the other hand, the number of designers graduating from fashion design programs in universities increase day by day. The aim of this study is to present a model proposal for developing new products in garment sector.

Material and Methods: In the study, it is tried to develop a model for the Turkish garment sector in the new product development process by using the related literature. For this purpose, firstly in the study, the e-entrepreneurship issue is explained, then the model proposal presented for the development of new products in Turkish garment sector is explained in detail.

Results: It is proposed to meet the design need of industry by providing an e-platform in the internet environment and bringing together the graduated designers and garment enterprises.

Discussion: In the context of e-entrepreneurship, it is possible to facilitate the development of new products that meet customer demands and expectations by providing a structure that will create value for both parties.

Keywords: New Product Development, E- Entrepreneurship, Turkish Garment Sector, Model Proposal

Can The Development Model Of South Korea Be Applied In Turkey?

Emek Ash Cinel

*Giresun University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Giresun, TURKEY
emekasli@yahoo.com*

South Korea has become a model country for the world in terms of its high growth rate and prosperity in the last fifty years. The successful integration of the global economy with high technology from one side has led to the fact that the per capita income from the other side of the country is rapidly becoming a developed industrial country.

The south Korean economy, which was almost the same as the Turkish economy in terms of macroeconomic indicators until the 1980s, was among the first three countries to realize advanced technology exports in the world by showing a superior development in the 1990s.

The aim of the study is to investigate the development model that creates the rapid growth process, which is described as the miracle of South Korea, and to determine the applicability of the development model implemented in South Korea by comparing the Turkish economy and the South Korean economy.

Keywords: South Korea, Turkey, Technology, Export, Growth

Facilities Provided Refugees And Asylum Seekers In Turkey And Their Adaptation Problems: Cankırı Province Sample²

Erkan Savar

*Puturge District Governorship
Malatya, TURKEY*

Umut Kedikli

*Karabuk University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Karabuk, TURKEY
umutkedikli@karabuk.edu.tr*

Introduction: Migration, which has existed since the earliest periods of human history, is an intense situation today. It is known that people migrate with compulsive causes such as wars and natural disasters as well as with immigration to get better living conditions. There are intensive migration movements towards developed countries from underdeveloped or underdeveloped countries with reasons such as internal turmoil in their countries, ethnic and religious pressures and political instability. In addition to war and political instability in neighboring countries, also intensive migration movements takes place towards Turkey from the world's different regions. Besides these developments in the area of migration and asylum in the world there have been significant developments in Turkey. Turkey that was the transit country in the beginning has become the source and destination countries in time. Legal and institutional regulations are obligatory because of the complexity of the problem, membership process in the European Union and intensive migration movements. In this context, Foreigners and International Protection Act as known 6458 and accepted in 2013 has gathered the existing legislation on immigration and asylum. General Directorate of Immigration Administration was established. Although there are many regulations for refugees and asylum seekers who have to leave their countries, it is known that there are still some problems. Deficiencies in core issues such as sheltering, health, education, working life and social assistance also bring serious problems. The main objective of this study is to demonstrate the rights that refugees and asylum seekers have in the framework of legal regulations and institutional services and to identify the problems experienced by refugees and asylum seekers in the fields of education, employment, health, sheltering and social assistance and to offer proposals for resolving identified problems. In this context, a questionnaire was conducted to determine the problems that migrants residing in Cankırı province have experienced in the areas where they have been served and the datas that has emerged are analyzed.

Material and Methods: According to the official data of Cankırı Provincial Directorate of Immigration, there are 2,691 asylum seekers from 14 countries in Cankırı as of 31st of December in 2015. One thousand six hundred person of them are 18 years old and over. Therefore, all of the 1,600 asylum seekers aged 18 years and over who were subject to temporary residence in the province of Cankırı were included in the sample according to the exact counting method. They were chosen because of the fact that they accept full age in terms of civil law, take their own responsibilities, decide on behalf of other minors in the family, and have more information and an experience about the problems. In the study, questionnaire form was used as a data collection tool. There are 39 open-ended and multiple-choice questions in the questionnaire. The questionnaire was conducted through 3 interpreters who are in Arabic and Persian, who are officially in charge of the Cankırı Provincial Immigration Directorate. The data obtained from the study were evaluated using "SPSS for Windows 16.0" software.

² This study was adapted from the thesis that was carried out by Erkan Savar, a graduate student of Karabuk University, the department of International Relations and it was accepted and prepared under the adviser Umut Kedikli and was supported by Coordinatorship of Scientific Research Projects of Karabuk University with the Project number: KBÜBAP-18-DS-128.

Results: As a result of fieldwork, refugees and asylum-seekers have not met with legal barriers to housing in the event that they carry out registration procedures according to legal procedures. The problem is mostly related to economic inadequacy such as warming, humid environment, non-payment of rent, etc. All refugees and asylum-seekers have problems during the course of receiving health care. The legal necessity and difficult form conditions for obtaining a work permit are dragging individuals into illegal ways. Access to education and training services is legally guaranteed. All children in school age are free to use at any level of school. Despite this opportunity, the schooling rate is very low. This is mostly due to the parents' preferences. There is a very comfortable service area for social assistance. Social solidarity foundations, municipalities and all non-governmental organizations have the authority to deliver aid to refugees and asylum seekers. International organizations such as United Nations High Commissioner for Refugees, International Organization for Migration, The Red Crescent, Disaster and Emergency Management Presidency of the Republic of Turkey are also seriously assisted.

Discussion: It is often come across in situations such as insufficient and improper social assistances. It is understood that this is due to the fact that charities are unaware from each other. The rigid attitude to work permits leads to the exploitation of individuals during their work as well as their illegal way of working. In order to solve the encountered problems, it is necessary to make some arrangements in the Provincial Migration Administration, health institutions and educational institutions. It is very important to provide cooperation between civil society organizations and public administrations on social assistance. It is also very substantial to solve the problems by educating the staff and solving the legal deficiencies about employment.

Keywords: Migration, Refugees, Asylum seeker, Problems of Refugees and Asylum Seekers, Turkey

The Effect Of Personality To The Workplace Happiness: A Research On AssisTT Employees

Elif Esendemir

*Mehmet Akif Ersoy University
Institute of Social Sciences
Burdur, TURKEY
elif_esendemir23@hotmail.com*

Kürşat Özdaşlı

*Mehmet Akif Ersoy University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Burdur, TURKEY*

Introduction: There is no doubt, the policies which practices in organizations are effect to the employees workplace hapiness. But, the differences of employees's personality types are be effective on this effect. In this context, the main purpose of the study is to measure the personality clue effect of the employee on the happiness of working in the workplace.

Material and Methods: Data were obtained using the questionnaire method. The questionnaire has consisted 3 parts. Part 1 contains demographic questions. In the following section questions about personality charecteristics of type A and B (Özsoy, 2013) are included. The questions in the third part of Survey concern with workplace happiness cited by Alparslan (2016). Research was carried out Burdur AssisTT Call Center. 203 of the 270 employees were reached. Factor, reliability and regression analysis were used in the data analysis.

Results: According to the R square determination coefficient value in the regression model, 10.8% of the variance in workplace happiness is explained by two variables. The calculated F value is at 000 level ($p < 0,01$). A rise in type A in person leads to an increase of 0.24 on workplace happiness. An increase of one unit of type B leads to an effect of 0.13 on workplace happiness. According to the results; it has been seen that the opposite of expectations Type A Personality has a positive effect on the Workplace Happiness. The effect of Type B personality on Workplace Happiness with lower levels than Type A Personality.

Discussion: Personality is not the only factor that influences workplace happiness independently. Workplace happiness is more influenced by factors such as management practices at work, approaches to employees, salary payments, workplace conditions. But it is considered to be the main factor that can affect workplace happiness when these factors are assumed to be equal for all employees. Due to the haracteristics of the type A personality, it is more dominant in business life and in the motivation to be the front planer.

Hence, there are behaviors that will serve a parallel progress with factors such as appreciation and respectability. Thus, when he receives a behavioral feedback such as appreciation from his colleagues, managers and superiors, and respectability, he is happy to feel himself more at work.

Keywords: Type A Personality, Type B Personality, work place happiness

A Study On Determining Health Anxiety Levels Of University Students

Rukiye Çelik

*Suleyman Demirel University
Faculty of Communication
Isparta, TURKEY
bursa-84@hotmail.com*

Vahap Karaçadır

*Suleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative Science
Isparta, TURKEY*

Introduction: This study was prepared to determine the health anxiety levels of students at a state university.

Material and Methods: It is benefited from the Healthy Anxiety Scale, developed by Salkovskis et al. (2002) and adapted to Turkish by Aydemir et al. (2013). The research was carried out on 353 participants at a state university.

Results: There was no significant relationship between age, monthly income, marital status, occupational status of fathers, department, class and health anxiety levels of students. It was determined that there is significant relationship between health anxiety level and general health status score, educational status of their father, mother's profession, educational status. It was also found that the level of health anxiety of women was higher than the level of health anxiety of men.

Discussion: According to results 53.8% of the students have low health anxiety level and 47.2% have high level.

Keywords: Health Anxiety, Health Behavior.

Environmental The Kuznets Hypothesis: An Empirical Application On Turkey

Ayşe Durgun Kaygısız

*Suleyman Demirel University
Faculty Of Economics And Administrative Sciences
Isparta, TURKEY
aysedurgun@sdu.edu.tr*

Developing countries have to increase their production in order to achieve their economic growth targets. Countries that have not sufficient resources for their production increase tend to import raw materials, intermediate goods and investment/capital goods. Higher production and growth targets may drag countries into dilemmas in some cases. For example, when there is not enough supply, countries may become externally dependent, import-oriented countries. At the same time, some environmental problems can be overlooked for the sake of high growth rate.

The relationship between environmental pollution and growth is explained by the Environmental Kuznets Curve Hypothesis. According to this hypothesis, due to the growth of the priorities of the countries, the environmental problems that may occur during growth in the first years of development are ignored. Because of this, environmental pollution increases in the first years of economic growth. In the following periods of growth, increasing the level of development of the countries will make people conscious and make them more sensitive and protective to the environment. Thus, environmental pollution will decrease over time. In other words, problems ignored at the expense of growth will come to the surface with the occurrence of growth and efforts will be made to solve environmental pollution.

This study will assess the scope of the Environmental Kuznets Curve in Turkey. In addition, as a result of the fact that our country has a high level of foreign trade, foreign trade and energy consumption data will be added the model as control variables. The first part will describe the Environmental Kuznets Hypothesis, the second part will include other studies on the subject. The final part of the study will consist of the empirical part and the study will be completed by applying cointegration and causality analyzes to examine the long-run relationship between the variables.

Key Words: Environmental Kuznets Curve, carbon emission, GDP, electricity consumption, foreign trade, cointegration, causality.

The Growing Importance Of Ancillary Revenue In The Airlines

Vahap Önen

Istanbul Okan University
Faculty of Applied Sciences
Istanbul, TURKEY
vahap.onen@okan.edu.tr

Now a days airlines profits from aincillary revenues the more and more have been growing. Especially increasing profit by means of ancillary revenue is being the important part of marketing strategy and bussiness model in the low cost carrieers. The reason why that the purpose of the this study is to bring out the importance of the ancillary revenue which has became the more essential part of the revenue source in the airline bussiness management. In the analysis has been used in the study by reviewing and extraction of income statements and balance sheets of airline companies which are the biggest full service network carriers and low cost carrieers as per operational activites, turnovers are operating seven different regions of the world and study compares airlines' ancillary revenue and its share in the total revenue and net profits. In order to take care of attention of importance of the ancillary revenues, airlines ancillary revenues have been tested between the close past two years (2015-2017) by using paired "t" test analysis. As a result of analysis, it was found airlines ancillary revenues more and more are increasing and there is a statistically significant differences between the two-years periods of ancillary revenues. In addition, the independent "t" test was conducted for the years of 2015 and 2017 to determine whether there was a statistically significant difference in the ancillary revenue interms of turn-over and percentage of total revenue between low-cost airlines and full service network carriers in terms of the importance of ancillary revenue, and then a statistically significant difference was found in both tests in terms of ancillary revenue as a result of the analysis. In addition the correlation analysis has been performed in order to measure associations between the high profited airlines and theirs ancillary revenues and as a result of analysis it was found that there is a high and positive correlation among them.

Keywords: Ancillary Revenue Revenue Management Low Cost Carriers Secondary Resources

Role Of Entrepreneurship In Rural Development And Its Importance

Mustafa Özyücel,

*Isparta Applied Sciences
University
Yalvaç Büyükkutlu School of
Applied Sciences
Isparta, TURKEY
mustafaozyucel@sdu.edu.tr*

Mehmet Kaplan,

*Isparta Applied Sciences
University
Şarkikaraağaç Vocational School
Isparta, TURKEY*

Berna Turak Kaplan

*Isparta Applied Sciences
University
Şarkikaraağaç Vocational School
Isparta, TURKEY*

Rural development strategies are of great importance both in terms of countries and businesses. The entrepreneurial activity of people living in rural areas is valued as a pioneer condition for development. At this point, entrepreneurial activities for rural development are vital. For this reason both the macro sense countries and the micro sense enterprises should consider the entrepreneurial activities for development / development and should produce strategic information for the future. This study discusses the role and importance of entrepreneurship in rural development.

ICONSR 2018

A Traffic Hazard: 65 Years And Age Drivers

Canan Gönüllü Taşkesen

*Burdur Mehmet Akif Ersoy University
Faculty Of Science And Literature
Burdur TURKEY
cgtaskesen@mehmetakif.edu.tr*

As the number of elderly people increases in the population, their visibility in social life is increasing day by day. The elderly are in existence in social life and they will continue to exist. As the elderly perform their daily life activities, they are involved in collecting and interacting with society.

Using motor vehicle is also an activity carried out by individuals who are aged 65 years and older, called 'elderly'. It is inevitable and obvious that there are some biological changes with age. Physical restraints during old age, power loss, begin to lose the functions of the organs, slowing sensory organs and reflexes and a lot of such declines come to the fore.

The driver's license is given starting at the age of 16 although it differs according to the motor vehicle type. Although health checks have been passed in order to obtain the driver's license, there is no further inspection to see if it has been health loss. In this case, an individual who is healthy while taking the driver's license has the right to drive with the current driver's license even if he or she suffers any disability.

It is thought that the lack of ability is the fastest seen 65 and the age group on it has a significant share in accidents caused by carelessness. Together with the fact that these drivers are involved in the traffic, cause the other drivers to live a number of hazards.

The purpose of this study, in the frame of the physical changes that occur in the old age, the accident caused by the elderly people in the traffic to take attention and to create awareness in this regard. It is a fact that every individual over the age of 65 will not become physically unable to get out of the traffic due to the aging's uniqueness. But it is expected to focus on the health checks to be carried out at certain times and the proposal to have the right to use the driver's license or to cancel the driver's license.

Keywords: Elderly, Traffic, Health, Driving License

Servant Leadership In Islamic Discipline

Oğuzhan Aytar

*Karamanoglu Mehmetbey University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Karaman, TURKEY
oguzhanaytar@kmu.edu.tr*

Şerife Soylu

*Karamanoglu Mehmetbey University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Karaman, TURKEY*

Introduction: In There are intellectual perspectives at the heart of the very different developments that affect today's societies. Societies, organizations, business units are shaped by human-focused and human-oriented ideas rather than technology. One of the most important sources of these ideas is belief system. Innovations, thought systems and business models that are compatible with belief systems are much more likely to succeed. Islam contains a set of guiding examples of all aspects of social life. For example, the application of zakat to ensure social equilibrium, the principle of non-delayed payment of working hours for adaptation of work, the indication of food products to be consumed or avoided for human health are only a few of them. The aim of this study is to determine the place and importance of the phenomenon described as "Servant Leadership" in Islamic teaching and to present the expressions that provide the "Servant Leadership" in the Islamic doctrine..

Material and Methods: In this study, descriptive analysis method were used.

Discussion: In the last quarter of the twentieth century, the concept of "Servant Leadership" gained by Westerners in the management literature has given leadership a different perspective. Although it is alleged that this philosophy is based on religious literature and religious leadership in all the works done, it is not clearly stated which belief system fosters this philosophy.

Keywords: Leadership, Servant Leadership, Islam, Management

The Factors Affecting Bank Selection And Bank Dependence

Serhat Duranay

*Suleyman Demirel University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Isparta, TURKEY
serhatduranay@sdu.edu.tr*

The aim of this study is to determine the factors that are effective in bank selection among the students and to examine the bank dependency levels of the students. In this direction, Süleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences students will be reached through questionnaire. Approximately 100 students are planned to conduct the survey. In addition, answers will be sought to the questions such as which banks are preferred among the students and for which purposes these banks are used, and whether the financial education of the students will have a significant effect on these subjects will be examined.

Keywords: Banks, Bank Selection, Financial Literacy, Bank Dependence

Determining The Success Criteria Of Wedding Dress Producing Entrepreneurs: The Case Of Turkey

Ahmet Özbek

*Marmara University
Faculty of Technology
Kadikoy, Istanbul, TURKEY*

Yusuf Esmer

*Bayburt University
Faculty of Applied Sciences
Bayburt, TURKEY
yesmer@sinop.edu.tr*

Wedding dresses are high value-added clothing produced by workshops, fashion houses and bridal shops. In recent years, wedding dresses with different designs have emerged in parallel with the constantly changing needs and expectations of customers and the competition in the wedding dress sector is increasing day by day. In this context, there are a number of criteria that entrepreneurs who produce wedding dresses must possess in order to survive (be successful) in this competitive environment. In this study, it is aimed to determine success criteria that the entrepreneurs who produce wedding dresses should have in order to be able to produce wedding dresses, establish wedding dress producing enterprises and / or maintain an established enterprise. Quantitative research method is used in this study. The sample of the study is the entrepreneurs who produce wedding dresses in Bursa, Istanbul and Samsun. Survey technique is used during data collection. Data is collected from 25 wedding dress entrepreneurs with the help of developed questionnaire. There are also open-ended questions in the questionnaire. The frequencies, percentages, mean and standard deviations of the collected data are interpreted in the SPSS 21.0 program. As a result of the analysis to be a wedding dress manager; having knowledge about the machines and apparatus used in planting, getting the body size of the customer and applying the sewing techniques are the most important characteristics. In addition, information about advertising-promotion, branding and marketing is the most important characteristic of business management. When the research results are evaluated, it will help the universities to be entrepreneurs of the students of clothing production and fashion design program to be taught entrepreneurship, marketing and brand related lessons.

Keywords: Wedding Dress, Wedding Dress Sector, Entrepreneurship, Wedding Dress Producing Entrepreneurs, Success Criteria

Performance Evaluation Of Public Healthcare Expenditures For OECD Countries Via MCDM Methods And DEA

Gökhan Dökmen

*Bulent Ecevit University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Zonguldak, TURKEY*

Mehmet Pekkaya

*Bulent Ecevit University
Faculty of Economics and Administrative
Sciences
Zonguldak, TURKEY
mehpekkaya@gmail.com*

Health is very important for the economic and social development of the country and the effectiveness of health services is an important policy area for the countries. The public/private sector plays an important role in the effective/fair presentation of health services to all individuals in the society and its performance is very important for the country. Increasing health expenditures in recent years have made performance in service provision an important decision input. This study aims to evaluate the health service performance for OECD countries in terms of multi-criteria decision-making (MCDM) methods and data envelopment analysis (DEA), and to present the findings of the analysis to researchers and decision makers.

Rate.

In the analysis, two output and eight input health data for the 35 OECD countries for seven years (2010-2016) are used. The data and DEA, entropy and CRITICS methods are used to determine the priorities of the criteria/variable in terms of 11 different scenarios; and OECD countries are ranked by using 26 different scenarios with DEA, TOPSIS and GRA methods according to health effectiveness/performance. According to the results, the infant mortality rate from the output variables is twice more important than the life expectancy, and health equipment investments and health expenditures are important from the output factors. According to the health services efficiency/performance of the OECD countries, according to their, the countries are ranked, grouped and evaluated via borda counting method. In this sense, the study can be considered as an exemplary practice in order to create performance index, ranking and synthesizing the some ranking in health services with different scenarios.

Keywords: OECD Healthcare Performance, DEA, TOPSIS, GRA, Entropy, CRITICS, Borda Counting

FULL TEXTS

ICONSR 2018

Huzurevlerinde Yaşam ve Yaşlıların Aile İlişkileri: Burdur Belediyesi Berberoğlu Vakfı Huzurevi Örneği

Canan GÖNÜLLÜ TAŞKESEN¹

GİRİŞ

Yaşlılık oranının hızla arttığı dünyada, sosyal devlet anlayışı çerçevesi içinde devletlerin yaşlılara yönelik politika geliştirmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Aksi örnekleri olsa da genel olarak iş hayatında aktif rol alamayan ve kişisel öz bakım becerilerinden yoksun olan yaşlıların tek başlarına hayatlarını idame ettirebilmeleri olanakları son derece zayıftır. Özellikle görme, işitme, duyma, yürüme, konuşma kaybı yüksek olan yaşlılara, bakım hizmetini sunması için başka bireylerin varlığı gerekmektedir. Bu bakım genel olarak öncelikle aile içinde verilmeye çalışılmaktadır.

Türk Toplumunda aile önemini hala koruyan bir kurum olsa da zaman içinde yapısında değişimler görülmüştür. Geniş aile yapısı, zamanla yerini çekirdek aileye bırakmış ve kırsal yaşam, büyük oranda kentsel yaşama dönüşmüştür. Şehirlerdeki yaşam şartları dolayısıyla kadınlar da çalışma hayatında daha fazla yer almaya başlamışlardır. Aile içinde bakıma muhtaç hale gelmiş yaşlı bireylerin bakım yüklerini yine büyük oranda kadınlar karşılamaktadır ancak kadınlar bakım vermeyi tercih ettiklerinde, çalışma hayatından tamamen soyutlanmak zorunda kalmaktadırlar (Gönüllü Taşkesen, 2012: 93-34). Bu noktada, yaşlılara yönelik bir bakım sorunun ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Yaşlı bireylerin, kendi çocuklarının yanında bakım alması ya da bir kuruma başvurarak kurum bakımı alması ikilemi bu noktada açığa çıkmaktadır.

1. Yaşlılık ve Özellikleri

Yaş ve yaşlılık gibi kavramlar, her bireyde aynı etkiyi yaratmadığı için, tanım konusunda üzerinde rahatlıkla anlaşılabilen bir konu değildir. Her bireyde, her toplumda ve her coğrafyada, aynı yaş grubuna mensup insanlar; aynı fiziksel, sosyal, psikolojik değişikliklere maruz kalmamaktadır.

Yaşın ve yaşlılığın içinde var olan bu sübjektivite, yaşlılık konusunda ortak bir tanımın geliştirilmesini de zorlaştırmaktadır. Bu sebeple, yaşlılık tanımlamaları yapılırken, farklı kesimlerin, farklı kriterleri göz önünde bulundurularak, tanımlama yapma yoluna gittikleri görülmektedir.

Bu yaklaşımlardan en yüzeysel, yaşın kronolojik olarak hesaplanmasına dayanan anlayıştır. Bireyin doğumundan itibaren dünyanın güneş çevresindeki dönüşlerinin sayısını esas alan bir yaklaşım mevcuttur (Onur, 1991: 9). Ancak bu yaklaşım, bireylerin yalnızca yaş almalarını tanımlamaktan öteye gitmemektedir. Yani, bireyin yaşının ne olduğu, onun yaşlı olup olmadığı konusunda kesin bir bilgiye ulaşmayı sağlamaz.

Yaşam, anne karnında başlayan ve ölümle sonuçlanması kaçınılmaz olan fizyolojik bir süreçtir. Yaşlılığın henüz anne karnında başladığını belirten görüşler de mevcuttur. Bedenin entropi yasasına uyum gösterdiğini, yani tek yönlü bir gelişim ivmesini izlediğini savunan görüşe göre; yaşlanan beden, asla kendini yeniden gençleştiremeyecektir (Chopra, 1996: 154). Yani aslında, vücut oluşmaya başladığı andan itibaren, geri dönüşü olmayan bir yaşlanma sürecinin içindedir.

En genel ifadesiyle, yaşlılık, biyolojik temele dayandırıldığında, döllenme ile başlayan ve bütün ömür boyunca süren bir sürecin, büyüme, gelişme ve sonunda da biyolojik organizmanın ölümle son bulmasına kadarki düşünüş ve alçalma olgusu olarak tanımlanabilir (Koşar, 1996: 4).

Yaşlanma olgusuna multi-disipliner yaklaşan görüşlere göre ise, bu durum tüm canlılarda biyolojik ve fizyolojik olarak işlevlerde meydana gelen azalmanın olduğu bir dönemdir. Bu işlevsel azalmanın yanında, takvim yaşına bağlı kalınmadan, organizmalarda farklı belirtiler de ortaya çıkmaktadır. İnsanlarda, eski canlılığın, hareketliliğin kalmaması, bu değişikliğin fark edilmesi, ruhsal sorun ve sıkıntılara karşı tahammülsüz hale gelmesi, ruhsal alanda meydana gelen bu değişikliğin, bedensel ve fizyolojik yansımalarının görülmesi yaşlanmanın başlangıcı sayılabilmektedir (Sevil, 2005: 10). Görüldüğü gibi, salt fiziksel aktivitelerde meydana gelen değişikliklerden ziyade, ruhsal bir takım değişiklikler de yaşlanma olgusuyla yakından ilişkilidir.

¹ Corresponding author: Mehmet Akif Ersoy University, Department of Sociology, Burdur, Turkey. cgtaskesen@mehmetakif.edu.tr

Yaşlanmanın sosyal yönü ise, kişinin; içinde olduğu yaş grubundan bağımsız olarak toplumda kendini konumlandırmasıyla alakalıdır. Bir insanın kendisini 16 yaşında hissetmesi ve ona göre davranması, bireyin çevresindekilerin de algısını bu yönde harekete geçirir. Ancak başka bir insanın 30 yaşında hala yüksek öğrenimi sürdürmesi ve öğrenimini bitirmeden kendini tam bir yetişkin gibi hissetmemesi, çevresinin de bu yönde görüş geliştirmesine olanak sağlayacaktır (Onur, 1991: 8-9). Yetişkinlikle ilgili verilen bu örnekler, yaşlılık için de geçerlidir. Bir insan, 70 yaşında olmasına rağmen, fiziksel imkânları el verdiğince hareketli, aktif ve sosyal olabilir ancak henüz 60 yaşındaki bir başka kimse, biyolojik, psikolojik ve sosyal anlamda kendini yaşlı hissedip buna göre davranabilir.

Yaşlanmanın toplumsal boyutu incelendiğinde, bireyin yaşadığı toplumda, içinde bulunduğu yaşa ilişkin belli normların varlığı dikkat çekecektir. Yani toplumda, belirli yaş gruplarından beklenen davranışlar ve toplumun bahsi geçen yaş gruplarına verdiği değerden bahsedilebilir (Karataş, 1990: 105).

Bahsi geçen bu bireysel ve toplumsal farklılık, farklı toplumlarda, yaşlı kimselere ve yaşlılığa verilen statüyü, değeri, yaşlı bireylere yüklenen toplumsal rollerle sorumlulukları, bu rol-statü-sorumluluktan doğan ve her toplum için farklı bir anlam taşıyan yaşlılık alt kültürünü de belirlemektedir (Gitmez, 2000: 44).

Yaşlılık döneminde, fiziksel, psikolojik ve sosyal olmak üzere, belli başlı değişikliklerin yaşandığı, literatürde sık bahsedilen bir durumdur. Yaşlılık dönemine ait fiziksel değişikliklerin, hücresel seviyede olması, organellerde ve tüm canlı seviyede değişimlere ve organ fonksiyonlarında azalmalara sebep olduğu bilinmektedir (Hatipoğlu, 1994: 27).

Bu fiziksel değişiklikler, fiziksel gücün azalmasının yanı sıra, yaşanan çok yönlü kayıpları, stresleri, krizleri, emekliliği, eşin kaybını, hastalıkları, görünüm değişikliğini, duygusal kayıpları, statü kaybını, yaşam standartlarının düşmesini de beraberinde getirir ve yaşlı bireyler, ruh sağlığı açısından da önemli bir risk grubu haline gelir (Yurt, 1994: 33). Aslında yaşlılık döneminde meydana gelen psikolojik değişiklikler, daha çok fiziksel değişikliklerin tetiklediği bir takım sorunları oluşturmaktadır.

Yaşlı bireylerde, yaşama gücü ve isteği giderek azalmaktadır. Özellikle sevmeye içgüdüsel olarak önemli derecede değişiklik göstermektedir. Bu dönemde, bireyler, duygusal sarsıntı ve yıpranmalardan daha fazla etkilenme eğilimi göstermeye başlamaktadır. Bütün bunların yanında, gençlik imajını kaybetmiş olmak başlı başına yaşlı bireyin ruhsal yapısı için bir olumsuzluk teşkil etmektedir (Emiroğlu, 1995: 21-22). Yaşlanma ile birey, dış dünya üzerindeki kontrolünün ve etkisinin giderek azaldığı düşüncesiyle iç dünyasına kapanmaktadır (Koşar, 1996: 7). Eskiye özlem ve yeniliklere karşı isteksizlik de yine bu dönemin en yoğun görülen psikolojik etkilerinin arasındadır (Emiroğlu, 1995: 22).

Yaşlılıkla ilgili sosyal sorunların başında da emeklilikten sonra değişen yaşam biçimi yer almaktadır. Çalışan bir birey için, çalışma yaşamından ayrılmak, başlı başına bir stres kaynağı olmaktadır. Emeklilikte, bireyin sosyal yaşamını devam ettirebileceği bir çevre bulması ve bu çevreye uyum gösterebilmesi önemli bir sorundur. Yaşamının büyük bölümünde bir işte yer almış olan birey, emeklilikle birlikte bir boşluk hissine kapılmaktadır. Bütün bunların sonucu olarak, birey giderek toplumdan uzaklaştığını hissetmektedir (Danış, 2004: 18).

Yapılan araştırmalar, yaşamı özellikle iş yaşamından ibaret olan kişilerin, emeklilik döneminde daha ciddi problemlerle karşılaştığını göstermektedir. Emeklilikten önce, emekli olduktan sonra yapacaklarını gerçekçi biçimde planlayan kişilerin, bu dönemi daha sağlıklı atlatabildiği görülmektedir. Bu nedenle, orta yaşta bireylerin, emeklilik sonrası hayatlarını düzenlemek adına planlamalar yapmaları gerekmektedir (Yurt, 1994: 34).

Özetle, yaşlılığa ait en yaygın toplumsal sorunların, genel yaşam standartlarının düşmesi, yoksulluk, düşük gelir, sosyal güvenlik politikalarındaki değişimler, yaşamlarını tek başlarına idame ettiren yaşlı sayısındaki artış, uygun olmayan konut koşulları, aile bakımındaki azalmalar, yaşlılığa yönelik olumsuz görüşler ve olumlu rolleri kabullenme güçlükleri oldukları söylenebilir (Kalınkara, 2004: 139).

2. Yaş Hizmetleri ve Bakım Sorunu

Günümüzde, yaşam süresinin uzadığı görülmektedir. Yaşam süresindeki bu artış birtakım riskleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle yaşlılık çerçevesinden konu değerlendirildiğinde, yaşlılıkta bakıma ve yardıma muhtaçlık riskinin, yaşam süresiyle birlikte arttığı gözlemlenmektedir. Demografik değişimler

incelendiğinde, bakıma muhtaç yaşlı sayısının ilerleyen yıllarda da artış göstereceği görülmektedir (Tufan, 2006: 8).

Korunmaya muhtaçlığı, kişinin sorunlarının çözülmesi için kendi ve yakın çevresinin olanaklarının var olmaması ya da harekete geçmemesi durumu olarak tanımlamak mümkündür. Korunmaya muhtaçlık durumuna düşmek, yaşlılar için olasılığı oldukça yüksek bir durumdur. İlgiden yoksun olma durumu, terk edilmişlik, yeterli beslenememe, fiziksel bakım ve özen görmeme durumu, duygusal açıdan ihmal edilmiş hatta kötü muamele görme, ekonomik ve ruhsal yönden istismar edilme, yalnızlık, evsizlik, kuytu yerlerde yaşama ve kendini ve malını korumayamama durumlarında olan yaşlılar genel olarak korunmaya muhtaç kimseler olarak tanımlanmaktadır (Koşar, 1996: 78).

Diğer yaş gruplarına nazaran yaşlılıkta bakım sorununun görülme olasılığı günümüzde daha yüksektir. Yapısal fonksiyonel yaklaşıma göre, toplumsal değişme, endüstrileşme ve kentleşme süreçlerine bağlı olarak geniş aile yerini çekirdek aileye bırakmaktadır. Bu durum aile yapısında bazı değişikliklere ve akraba ilişkilerinin zayıflaması sonucunu da beraberinde getirmektedir. Tüm bu faktörlerin sonucu olarak da şehir hayatında etkin ekonomik ve sosyal role sahip olmayan yaşlıların bakımı bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır (Danışoğlu, 1988: 38).

Özetle, hızlı nüfus artışı, yaşam beklentisinin yükselmesi, tıptaki gelişmeler yaşlı nüfusunu arttırmıştır. Bütün bu gelişmelere bağlı olarak, çocukların ana-babalarıyla birlikte yaşamaları ya da onlara bakmayla ilgili güçlükleri çözümlemeleri zorlaşmıştır. Bu durum bakım sorununu ailenin yanı sıra toplumun ele alınması gereken bir sorunu haline dönüştürmüştür (Onat, 2003: 69, 2004: 134).

Yaşlıların yaşamlarını devam ettirdiği yerle alakalı olarak birkaç görüşün ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki yaşlıların ev ortamında mutluluklarının ve yaşam kalitesinin arttığına yönelik olan görüştür;

Yaşlı bireyler için özellikle kendi evleri, bildiği, hâkim olduğu, kendini güvende hissettiği, anılarıyla beraber olduğu bir ortamken, huzurevi gibi yapılar, çevre denetimini görelilik olarak yitirdiği, ilk kez karşılaştığı ve farklı kültürlerle sahip insanlarla birlikte yaşamak zorunda olduğu yeni bir mekândır. Huzurevi ortamında yaşlının ortak kullanım alanlarını diğer yaşlılarla paylaşması birçok soruna yol açabilmektedir. Statü kaybına uğrayan yaşlılar, kuruluşa kabul sonrası değişik savunma mekanizmaları geliştirerek farklı davranışlar geliştirmektedir (Hazer, 2007: 230).

Bu görüşü reddeden bazı yaklaşımlara da rastlamak mümkündür. Huzurevlerinin yaşlının bireyselliğini koruduğunu savunan görüşler de mevcuttur;

Yaşlıların çocuklarıyla ile birlikte yaşadığı durumlarda bağımsız davranamadıkları görülmektedir. Yaşadıkları evin kurallarına uymak, çocuklarının isteklerine boyun eğmek zorunlulukları doğmaktadır. Oysa kurumlarda yaşayan yaşlılar, bağımsızlıklarını kazanırlar, kendi isteklerini ifade eder ve isteklerinin dikkate alındığını fark ederler. Böylece yaşama farklı bir gözle bakmaya başlarlar. Çocuklarıyla olan ilişkileri de bu çerçevede daha sağlıklı yürümektedir.

Diğer ülkelerde, yaşlılara yönelik özellikle mekânsal hizmetlere bakılacak olursa, evde bakım hizmeti, öz bakım ve hemşire bakımı ile rehberlik hizmetleri görülmektedir. Yaşlılara eve yemek servisi hizmeti sunulmaktadır. Yaşlılara gündüzlü hizmet veren dayanışma merkezleri mevcuttur. Ancak kendi evlerinde kalamayan yaşlılar yaşlı apartmanı, huzurevi ve ya bakımevlerine giderler (Sezgin, 2001: 28). Bütün bu hizmetler, yaşlıların kendi evlerinde konaklama devam etmesini teşvik eder niteliktedir.

Yaşlı apartmanlarında daha sağlıklı yaşlılar kalırken, huzurevi ve bakımevlerinde daha çok bakıma ihtiyacı olan yaşlıların kaldığı görülmektedir. Bakımevlerinde daha çok hastane bakımına ihtiyacı olan yaşlılar kalmaktadır (Sezgin, 2001: 29).

Özellikle Avrupa'da bu belirtilenlerin dışında, koruyucu aile hizmeti, ev idaresi hizmetleri, evlere yemek servisleri, ziyaretçi hizmetleri, tatil imkânları, özel yayınlar ve danışma, eğitim ve bilgi verme hizmetlerinin de sunulduğu görülmektedir (Koşar, 1996: 199).

3. Toplumsal Değişme ve Aile Kurumu

Toplum, ortak bir kültüre sahip, göreceli bir sürekliliği olan, kendi kendini korumak ve varlığını devam ettirmek için birlik olan insanlardan oluşan, az veya çok ölçüde kurumlaşmış ilişkiler bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Kocacık, 2003: 1). İster feodal, ister modern yapıda olsun her toplumsal yapı, bu yapıyı

meydana getiren sosyal kurumların, insan ilişkilerinin ve bu karşılıklı ilişkilerin bir bütünüdür (Kıray, 1984: 11-14).

Toplumsal yapı, yapısal olarak incelendiğinde, bir sistem özelliği göstermekte olduğu görülmektedir. Toplumsal yapıyı oluşturan çeşitli öğelerin birinde meydana gelen değişme, diğerlerini de etkilemektedir. Değişme, devamlılık gösteren bir süreçtir. Toplumsal değişme, toplumdaki bireyler, gruplar ya da toplum ile doğa ilişkilerinde meydana gelen değişimin bir ifadesidir (Kocacık, 2003: 124-130).

Değişim, her toplumda ve bireyde var olan vazgeçilmez bir gerçekliktir. İlk insanlardan günümüze kadar sürekli gelen bir değişim ve gelişim mevcuttur. Toplumsal değişimin temelinde teknolojik değişme ve bunun sonucu olarak da kültürel değişme gösterilebilmektedir. Maddi bir takım ihtiyaçların getirdiği değişimler, sosyal alana da etki etmektedir (Kongar, 2004: 23).

Değişim, ferdi ve sosyal değişme olarak ikiye ayrılabilir. Bunlardan kültürel temaslar, öğrenme, haberleşme ferdi seviyedeki değişimleri; şehirleşme, kalkınma ise sosyal seviyede olan değişimleri nitelendirir. Ancak bu iki seviyedeki değişimler de birbirleriyle oldukça ilişkilidir (Türkdoğan, 2004: 123). Konumuz açısından ferdi ve sosyal değişme incelenecek olursa, şehirleşme ve kalkınma ile ortaya çıkan yeni üretim ilişkileri ve sosyal hayata yansımaları olan iş hayatında kadının durumu ile ailede meydana gelen değişim, aile içi ilişkileri de dönüştürmektedir. Bu bağlamda, ailenin geniş aileden çekirdek aileye dönüşmüş olmasının temelinde, sosyal hayatta meydana gelen değişimlerin yattığı rahatlıkla söylenebilir.

Aile, geniş anlamda; içinde insan türünün belli biçimde üretildiği, topluma hazırlanma sürecinin belli şekillerde olduğu, cinsel ilişkilerin düzenlendiği, ana baba ve çocuklar (aile tiplerine göre başka yakınlar da dâhil edilebilir) arasında belli ölçüde güven ve sevgi verici ilişkilerin kurulduğu, içinde toplumsal düzene göre ekonomik etkinliklerin az veya çok yer aldığı toplumsal bir kurum olarak tanımlanabilmektedir (Ozankaya, 1984: 281). Aile kurumu, hiçbir toplumda vazgeçilemeyen ve korunmak zorunda olan bir sosyal müessese olarak karşımıza çıkmaktadır (Erkal, 1990: 41). Bütün toplumlar varlığını sürdürebilmek için belli başlı kurumlara ihtiyaç duymaktadır. Kurumlar insanların bir arada yaşayabilmeleri için belli fonksiyonları üstlenmişlerdir. Aile kurumu ise, diğer tüm kurumların temelinde yer almaktadır. Bunun nedeni, din, yönetim, eğitim, ekonomi gibi sosyal kurumların da öncelikle aile içinde şekillenmesidir (Merter, 1990: 1).

4. Bulgular

Yaşlıların mekânsal mutluluklarının incelendiği bu çalışma için, Burdur İlinde hizmet veren Burdur Belediyesi Berberoğlu Vakfı Huzurevi'nde ikamet eden yaşlılarla görüşülmüştür. Derinlemesine mülakat tarzında yapılan görüşmelerde, huzurevi sakinlerinin, bir kuruma yerleşmeye karar verme nedenleri, aile içi ilişkileri, yaşlılar için hizmet veren alternatif kurumlara bakış açıları, huzurevindeki mutluluk düzeyleri araştırılmıştır.

a. Görüşülenlerin Demografik Özellikleri

Burdur Belediyesi Berberoğlu Vakfı Huzurevinde kayıtlı olarak ikamet eden 48 kişinin bulunduğu tespit edilmiştir. Görüşmeler rastgele seçilen 10 kişilik bir örneklem grubuyla yapılmıştır. Bu örneklem grubunda yer alan yaşlıların 5 tanesi kadın 5 tanesi ise erkek olmuştur. Görüşülen tüm yaşlılar 70 yaş ve üzeri yaş grubunda yer almaktadır ve hayatlarını kendileri idame ettirebilecek fiziki durumdadırlar. Huzurevine kabul esnasında hayatlarını kendilerinin devam ettirmesine engel teşkil edebilecek bir rahatsızlıklarının olup olmadığı doktor raporuyla tespit edilmekte ve bu yetiden yoksun olan yaşlılar huzurevine kabul edilmemektedir. Görüşülenlerin hiç biri evli değildir ve hepsinin çocuğu vardır.

b. Görüşülenlerin Kuruma Yerleşmeye Karar Verme Nedenleri

Görüşmeler esnasında dikkat çeken durumlardan biri, görüşülenlerin hepsinin kurum bakımını kendilerinin tercih ettiğini belirtmeleri olmuştur. Görüşülenlerinin hepsinin farklı illerde ya da Burdur'da ikamet eden çocukları olmasına rağmen, özellikle onların yanında yaşamlarının geri kalanını sürdürmek istemedikleri gözlenmektedir.

83 yaşındaki A.D. huzurevine yerleşmeden önce farklı illerdeki huzurevlerini incelediğini, hatta Denizli’de ve Afyon’da bulunan huzurevleriyle görüşüğünü son tercih olarak ise Burdur Huzurevini tercih ettiğini belirtirken, Burdur’un ikliminin ve Burdur’da bulunan huzurevinin konumunun diğer illere göre daha iyi olduğu gerekçesiyle burayı tercih ettiğini söylemektedir. Huzurevlerinin diğer illerde şehir merkezinden uzakta olmasının, ulaşım ve boş vakitlerinin değerlendirilmesi konularında birer dezavantaj olduğunu belirtirken, Burdur Huzurevinde her istediklerinde dışarıya çıkıp hem vakit geçirebildiklerini hem de ihtiyaçlarını karşılayacak alışverişleri daha rahat yapabildiklerini vurgulamaktadır.

88 yaşındaki H.Ö. ise eşiyle birlikte 11 yıl önce huzurevine yerleşme kararı aldıklarını belirtmektedir. Eşinin rahatsızlığı dolayısıyla kendi evlerinde günlük ev işlerini yapamaz duruma geldiklerinden buraya yerleşme kararı almışlardır. Ancak eşi, huzurevine yerleştikten bir yıl sonra vefat etmiştir. Annelerinin vefatından sonra çocukları H.Ö.’yü kendi yanlarına almak isteseler de düzenini bozup çocuklarının yanına yerleşmek istemediğini belirtmektedir.

Bu örneklerin dışında, aslında huzurevine yerleşmeye sıcak bakmayan ancak çocuklarının isteğiyle kurumda hayatına devam eden yaşlıların varlığı da dikkat çekmektedir. Bu noktada dikkat çeken bir husus daha vardır ki, görüşülenlerin hemen hepsi, çocuklarının olup olmadığı sorusunun hemen arkasından, aslında çocuklarının burada yaşamalarını istemediğini ancak bunun kendi kararı olduğunu vurgulama gereği duymaktadır. Görüşmeler esnasında yapılan gözlemlere binaen, yaşlılar ister çocuklarının isteğiyle ister kendi kararlarıyla kuruma yerleşmiş olsun, aile sıcaklığına ihtiyaç duymaktadır.

73 yaşındaki O.K. de kuruma kendi kararıyla yerleştiğini söylemesine rağmen, bir oğlunun ve bir kızının bulunduğunu, ikisine de birer ev aldığını ancak kendisinin burada yaşadığını sitemkâr bir dille aktarmaktadır. Evlat sevgisinin milli bir duygu olarak toplumda olduğunun altını çizmektedir. Kendi annesi, yaşamının son zamanlarında bir rahatsızlık geçirmiştir ve onu dönemin meşhur doktorlarına tedavi ettirebilmek için gösterdiği çabayı anlatmaktadır.

83 yaşındaki Z.A.A. da huzurevinde kalmayı kendisinin tercih ettiğini ancak yerleşmesi sırasında oğlunun kendisinden habersiz doktor raporu alarak huzurevine başvuruda bulunduğunu söylemektedir. Eşinin hayatta olup olmadığı sorusuna “o hayatta olsa ben burada ne yapayım?” şeklinde karşılık vermektedir. Oğlunun kendisini huzurevine bıraktıktan sonra torunlarının kendi yanlarına almak istediklerini belirtmektedir ancak yine kendisinin gitmek istemediğini eklemektedir.

Görüldüğü üzere, aslında huzurevine yerleşmenin kendi kararı olmadığını görüşmeler esnasında açıkça dile getiren yaşlılar bile, en nihayetinde bunun kendi kararı olduğu vurgusunu yapmaktadır.

c. Görüşülenlerin Aile İçi İlişkileri

Huzurevinde ikamet etmekte olan yaşlıların aile içi ilişkilerini kurumda kaldığı sürece belli bir düzeyde tuttukları görülmüştür. Görüşülenlerin birçoğu çocuklarıyla özellikle telefon aracılığıyla görüştiklerini vurgulamaktadır. Özellikle çocukları Burdur’da ikamet etmeyen yaşlılar, çocuklarıyla yüz yüze iletişimlerinin azlığından şikâyet etmektedir.

73 yaşındaki O.K. çocuklarının yanında kalmayı bir süre denediğini, ancak kendisinin yaşlı olduğunu söylemektedir. Yaşlılığıyla ilgili olarak da dışlerinin gıcırdayabildiğini, yemeğini yerken öksürüp tıksırabildiğini bu davranışlarının da torunları tarafından hoş karşılanmadığını belirtmektedir. Eskiden yaşlılara olan saygının artık kalmadığını dile getirmektedir. Bu konuya ilişkin görüşlerini “Eskiden yaşlılara hürmet çoktu, öyle kolay kolay yaşlıların oturduğu yerlere falan girilemezdi. Sadece yaşlılara değil, büyüklere çok saygı duyulurdu. Biz öğretmenimizi yolda görsek, önünde tek sıraya geçerdik. Şimdi ne çocuklardan ne torunlardan o saygıyı göremiyorsunuz. Onların yanında kalsam hem ben rahatsız olurum hem de onlar” şeklinde dile getirmektedir.

83 yaşındaki A.D. huzurevine yerleşmeye karar verdiğinde kararını çocuklarına bildirmediğini, huzurevine yerleştikten yirmi gün sonra çocuklarını haberdar ettiğini belirtmektedir. Eğer düşüncesini çocuklarına başta söylemiş olsa, huzurevinde kalmasına gönüllerinin olmayacağını söylemektedir. Durumu, akşam canı istemese ve yemek yemese, oğlunun aklına eşiyle bir tatsızlık yaşamış olabileceğinin geleceğini, eşine de babasına da bu konuyla ilgili soru soramayacağını ve canını sıkacağını söyleyerek örneklemektedir.

88 yaşındaki H.Ö. çocuklarının yanına yerleşme konusuna sıcak bakmadığını belirterek çocukların yanına gitse, bir gün iyi bir gün kötü olabileceklerini belirtmektedir. İyi günlerinde iyi olacaklarını ancak kötü günlerinde kendisini yük olarak görmelerinden korktuğunu dile getirmektedir.

75 yaşındaki ve ismini vermek istemeyen katılımcı, çocuklarının yanında kalma isteği sorusuna agresifleşerek karşılık vermiştir. Artık görüşmek istemediğini, başının ağrıdığını söyleyerek görüşmeyi sonlandırmak istemiştir. Ancak sonrasında, oğlunun kendisini sık sık ziyarete geldiğini, kızının ise Antalya'da ikamet ettiğini, istese kendisine bakacağını, burada bırakmayacağını belirtmiştir.

79 yaşındaki M.T. bir oğlunun olduğunu, 20 yıl kadar önce iş kazasında vefat ettiğini, sağ kalan tek evladı olan kızının da eşinden ayrıldığını ancak kızının eski eşinin kızına rahat vermediğini, tüm bu sorunlardan kaçarak huzurevine yerleştiğini dile getirmektedir.

82 yaşındaki F.Ö. çocuklarını özlediğini, onların yanında kalmak istediğini ancak işlerine engel olacağını düşündüğü için kurumda kalmasının hem onlar hem de kendisi için daha mantıklı olduğu vurgusunu yapmaktadır. Çocuklarının yanında kalması durumunda, çocuklarının kendisini bırakıp bir yere gidemeyeceklerini, işlerini aksatacaklarını dile getirmektedir. “Çocuklarının yanında kalmayı kim istemez ki? Gönüm çocukların yanında olmaktan yana” şeklinde duygularını ifade etmektedir.

Tüm bu görüşmelerin sonunda, yaşlıların aslında duygusal olarak evlatlarının ilgisine ihtiyacı olsa da onların huzurunu, düzenini bozmamak ve işlerine engel olmamak adına mantık çerçevesinde huzurevinde ikamet etmeyi sürdürdükleri sonucuna ulaşılmıştır.

d. Görüşülenlerin Yaşlılar için Hizmet Veren Alternatif Kurumlara Bakış Açıları

Görüşülen yaşlılara, yaşlılar için alternatif yaşam alanlarından bahsedilerek gündüzlü bakımevi gibi bir kurumda kalmak isteyip istemeyecekleri sorusu yöneltiştir.

83 yaşındaki A.D. gündüzlü bakım evine gitmek isteyip istemediği sorulduğunda, “çocukların kreşe gönderildiği gibi, bizi de yarım gün bakımevine mi gönderecekler?” şeklinde alaycı bir üslupla soruyu cevaplayarak böyle bir şeyi istemeyeceğini belirtmiştir.

Görüşülen yaşlıların hiç biri, yaşlı yurdu, gündüzlü bakım evi, yaşlı apartmanları gibi yapılarda bulunmak istemediğini, huzurevinde durumlarının son derece iyi olduğunu, en azından yerlerinin yurtlarının belli olduğunu ve bir düzenlerinin olduğunu belirtmişlerdir.

e. Görüşülenlerin Huzurevindeki Mutluluk Durumları

Görüşülenler, huzurevinin fiziksel imkânları değerlendirildiğinde, bütün işlerinin sorunsuz devam ettiği vurgusunu yapmakta ve bu kurumda kalıyor olmaktan mutluluk duyduklarını belirtmektedir.

88 yaşındaki H.Ö. huzurevinin son derece temiz olduğunu, ütülerinin yapıldığını, çamaşırlarının, bulaşıklarının yıkandığını, yemeklerinin yapıldığını, çarşaflarının değiştirildiğini belirtmektedir. Tek başına özellikle bir erkeğin hayatını devam ettirmesinin, kendi ev işlerini kendisinin yapmasının zorluğunu dile getirirken, kuruma aylık ücretlerini ödedikten sonra hiçbir sıkıntının çıkmadığını belirtmektedir. Enflasyon düzeyleri, vergilerin durumları, faturalar hakkında bilgilerinin olmadığını ve bunların kurumca halledildiği için sorunsuz yaşadıklarını belirtmektedir. Ayrıca istedikleri yere gidip gelmeleri konusunda da bir sıkıntı yaşamadıklarını belirten H. Ö. kendi paralarıyla, kendi kurallarıyla yaşadıklarını dile getirmektedir. Huzurevine çeşitli kurum ve kuruluşlardan yapılan ziyaretler aracılığıyla da hoş vakit geçirebildiklerinin altını çizmektedir.

79 yaşındaki M.T. kurumda üç öğün yemeğe ek olarak çay saatinin varlığından bahsetmektedir ve buradaki rahatı başka yerde bulamayacağını eklemektedir. Burdur'daki arkadaşlarının kendi aralarında toplandıklarında kendisine de haber verdiklerini, bütün gün dışarıda olsa bile hemşirenin bilgisi dâhilinde olduğu takdirde hiçbir problem çıkmadığını dile getirmektedir. Bakımın çok iyi olduğunu söyleyen M.T. şimdiye kadar hiçbir kötü muameleyle karşılaşmadığını, bakıcıların ve çalışanların son derece güler yüzlü olduklarını söylemektedir.

SONUÇ

Yaşlılık döneminde ortaya çıkan bakım sorunu ışığında Burdur Belediyesi Berberoğlu Vakfı Huzurevi özelinde yapılan bu çalışma; yaşlıların huzurevinde kalması ile ortaya çıkan durumları incelemektedir. Türkiye’de yaşlılara yönelik kurumlardan en yaygını olan huzurevleri, yaşlılar üzerinde gerek fiziksel, gerek psikolojik birçok etkiye sahiptir. Aile ilişkilerinin özellikle üzerinde durulması, değişen ve dönüşen aile ilişkilerine vurgu yapmak içindir.

Görüşülen kişilerin genel ifadelerine bakılacak olursa, yaşlıların kurum bakımını isteme nedenlerinin altında yaşlılıkla birlikte ortaya çıkan değişimlerden dolayı, kendi ihtiyaçlarını karşılama konusunda yetersiz kalmaya başlama korkularından dolayı özellikle çocuklarına yük olmak istememeleri yatmaktadır. Açıkça ifade edilmese de bazı yaşlıların çocuklarının kendilerini istememelerinden dolayı başka alternatifleri olmaması nedeniyle kurum bakımı aldıkları aşikârdır.

Görüşülenlerin birçoğu aile içi ilişkileri söz konusu olduğunda ailesini çok sevdiğini ve ailesi tarafından sevildiğini dile getirmektedir. Huzurevine ikamet etme konusunda aile içi ilişkilerin iyi olmasının bir kriter olmadığı sonucuna varılabilmekle birlikte, çocuklarının kendisine bakmak istemediğini dile getiren yaşlıların da aile içi ilişkilerinin kuvvetli olduğuna vurgu yapmaları dikkat çeken bir konudur.

Görüşülen kişilerin büyük çoğunluğu huzurevinde ikamet ediyor olsa da huzurevi dışındaki yaşlılara hizmet veren kurumların varlığından yeteri kadar haberdar olmamakla birlikte, huzurevi harici bir kurumda bakım almak istemediğini dile getirmişlerdir. Kurum bakımı alan kişilerin diğer kurumların hizmetlerinden de faydalanmayı hoş karşılamaları beklenirken durumun bu şekilde olmadığı araştırmayla ortaya çıkmıştır.

Huzurevinde ikamet eden görüşülen kişilerin mutluluk tanımlaması hayatlarını sorunsuz idame ettirme üzerine kurulmuştur denilebilmektedir. Günlük işlerinin yapıyor olması ve kendilerine kötü muamele yapılmıyor olması yaşlıların kendilerini mutlu olarak tanımlaması için yeterli bir sebep haline gelmiştir.

KAYNAKLAR

- Chopra, D. (1996). Yaşlanmaz Beden Sonsuz Zihin, Çeviren: Ali Keskin, İnkılap Kitabevi, İstanbul.
- Danış, M. Z. (2004). Yaşlıların Evde Bakım Gereksinimleri ve Evde Bakıma İlişkin Düşünceleri, Güç-Vak Yayınları, Ankara.
- Danışoğlu, A. E. (1988). Sosyal Yapı-III, A-Yaşlı Nüfus, Devlet Planlama Teşkilatı: 2135, Ankara.
- Emiroğlu, V. (1995). Yaşlılık ve Yaşlının Sosyal Uyumu, Şafak Matbaacılık, Ankara.
- Erkal, M. (1990). Türk Ailesi ve Batı Avrupa'daki Bazı Değişmeler, Tarihi Akışı İçerisinde Türklerde Aile Yapısı Sempozyumu Bildirileri, Erciyes Üniversitesi Yayınları, Kayseri.
- Gitmez, Ş. (2000). Yaşlıların Farklı Kentsel Koşullarda Yaşam Uyumları, Eğilimleri, Tutum ve Davranışları, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Antropoloji ve Etnoloji Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, (T94591), Ankara.
- Gönüllü Taşkesen, C. (2012). Türkiye'de Yaşlılık ve Evde Yaşlı Bakımı: Resmi Karar ve Uygulamaların Yerinde Tespiti (Isparta İli Araştırması), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Hatipoğlu, S. (1994). Yaşlanma Sürecinde Ortaya Çıkan Fizyolojik Değişimler, Sağlıklı Yaşlanma (iç), Genel Kurmay Başkanlığı Gülhane Askeri Tıp Akademisi Komutanlığı Hemşirelik Yüksekokulu Komutanlığı, Hemşirelik Yüksekokulu Yayın No: 7, ss.16-30. Ankara.
- Kalınkara, V. (2004). Yaşlılık/Disiplinler Arası Yaklaşım, Sorunlar, Çözümler, Odak İletişim Yayınları, Ankara.
- Karataş, S. (1990). Yaşlılıkta Yaşam Doyumu ve Etkileyen Etmenler, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Hizmetler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, C. 8. S. 1-2-3, ss. 105-114, Ankara.
- Kıray, M. (1984). Ereğli, Ağır Sanayiden Önce Bir Sahil Kasabası, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Kocacık, F. (2003). Toplumbilim Ders Notları, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları, Sivas.
- Kongar, E. (2004). Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Koşar, N. (1996). Sosyal Hizmetlerde Yaşlı Refah Alanı, Şafak Matbaacılık, Ankara.
- Merter, F. (1990). 1950-1988 Yılları Arasında Köy Ailesinde Meydana Gelen Değişmeler (Malatya Örneği), Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları, Ankara.
- Onat, Ü. ve TUFAN, B. A. (2003). Yaşlanma ve Sosyal Hizmet, II Ulusal Yaşlılık Kongresi Kitabı (iç), (Editör: Velittin Kalınkara), Horoz Medya, ss. 69-79, Denizli.
- Onat, Ü. (2004). Yaşlanma ve Hizmet. Yaşlılık Gerçeği (iç), Hacettepe Üniversitesi Geriatri Bilimler Araştırma Merkezi, Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri Basımevi, ss. 131-144, Ankara.
- Onur, B. (1991). Gelişim Psikolojisi (Yetişkinlik, Yaşlılık, Ölüm), V Yayınları, Ankara.
- Ozankaya, Ö. (1984). Toplumbilimine Giriş, Sevinç Matbaası, Ankara.
- Sevil, H. T. (2005). Yaşlılığın Sosyal Anatomisi, Sabev Yayınları, Ankara.
- Sezgin, G. (2001). Hollanda'da Sosyal Hizmet, Sosyal Hizmet Dergisi, Sosyal Hizmet Uzmanları Derneği Genel Merkezi Yayını, Ankara.
- Tufan, İ. (2006). Yaşlılıkta Bakıma Muhtaçlık ve Yeni Bir Bakım Kültürü, GeroYay Yayınları, Antalya.
- Türkdoğan, O. (2004). Kültür-Değişme ve Toplumsal Çözüm. IQ Kültür-Sanat Yayınları. İstanbul.
- Yurt, V. (1994). Yaşlanma sürecinde Yaşanan Psikolojik Değişimler, Sağlıklı Yaşlanma (iç), Genel Kurmay Başkanlığı Gülhane Askeri Tıp Akademisi Komutanlığı Hemşirelik Yüksekokulu Komutanlığı Hemşirelik Yüksekokulu, Yayın No:7, ss. 31-38, Ankara.

ICONSR 2018

Türkiye Hazır Giyim Sektöründe E-Girişimcilik Bağlamında Yeni Ürün Geliştirme İçin Bir Model Önerisi

Ahmet ÖZBEK², Yusuf ESMER³, Onur ŞAYLAN³

GİRİŞ

Türkiye, Avrupa ülkelerine yakınlığı ve sahip olduğu düşük işçilik maliyetleri sayesinde 1980’li yıllarda gelişmiş Avrupa ülkelerinden almış olduğu siparişlerle hazır giyim üretimine başlamış ve fason üreticisi olarak 2005 yılına kadar Avrupa pazarında önemli bir hazır giyim tedarikçisi olma özelliğini sürdürmüştür. Türkiye’nin Avrupa’ya gerçekleştirdiği hazır giyim ihracatı, Türkiye ihracatının önemli kısmını oluşturmıştır. Fakat 2005 yılında öncelikle Çin’in Dünya Ticaret Örgütü’ne üye olmasıyla birlikte Çin’e uygulanan kotaların kaldırılması ve diğer ucuz iş gücüne sahip Bangladeş, Vietnam gibi Asya ülkelerinin sektöre önemli birer üretici ülke olarak girmeleri Türk Hazır Giyim Sektörünün ihracatını olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü Türk hazır giyim sektörünün bu ülkelerle maliyet açısından (asgari ücret ve enerji maliyetleri vb.) rekabet edebilmesi çok zordur (TGSD, 2016). Bu nedenle fason üretim Çin ve diğer ucuz iş gücüne sahip ülkelere yönelmiştir. Ayrıca Afrika ülkeleri de sektöre yatırım yapmaya başlamış olup gelecekte sahip oldukları düşük işgücü maliyetleri sayesinde sektörde önemli ihracatçı ülkeler olarak yerlerini alacakları tahmin edilmektedir (Şat Sezgin, 2017).

Uluslararası zor pazar koşulları ve çetin rekabet, Türk hazır giyim sektörünün fason üretici özelliğiyle bu koşullarda rekabet edebilme ihtimalini azaltmaktadır. Sektörün rekabet gücünü koruyabilmek için, yüksek katma değerli, tasarım ve moda içeren, yüksek fiyatlı ürünleri üreterek pazarlamaya yönelmesi gerekmektedir. Eğer bu alanda başarı sağlanırsa, Türk hazır giyim markaları güçlenerek bölgesel markalar haline dönüşebilir ve Türk hazır giyim işletmeleri dünya pazarlarına markalı ürün satışı gerçekleştirerek yüksek karlılığa ulaşabilirler (Aygül & Özudoğru, 2014) (TGSD, 2016) (ÜİB, 2017). Fakat fason üretim yapan işletmelerin marka ürünler üretebilmeleri için ise öncelikle kendi ürünlerini tasarlamaları ve tasarlanan ürünleri markaya dönüştürmeleri gerekmektedir (Kılıç & Çınar, 2014). Bu nedenle işletmelerin öncelikli olarak nitelikli moda tasarımcılarına ihtiyaçları bulunmaktadır (Aygül & Özudoğru, 2014). Ayrıca günümüzde hazır giyim pazarlama anlayışı, ürünlerin kısa sürelerde eskitilerek yerine yeni ürünlerin pazara sunulmasına odaklanmaktadır. Bu durum hazır giyim işletmelerinin devamlı olarak yeni ürün geliştirerek pazara sunmalarını zorunlu kılmaktadır. Bu durum tasarımcılara olan ihtiyacı dahada artırmaktadır.

“Moda tasarımcısı, çeşitli faktörlerden etkilenecek geliştirdiği fikirleri tasarım aşamasına getirir ve tasarımlarını tek bir kıyafet yerine, çok parçalı koleksiyonlar halinde oluşturan sanatçılardır.” (Bici, 2007). Moda tasarımcıları ilk ürünlerini Fransa’da daha sonra ise Amerika’da üretmeye başlamıştır (Arslan, 2009). Günümüz modasına yön veren ülkeler; Fransa (Paris), Amerika Birleşik Devletleri (New York), İngiltere (Londra) ve İtalya (Milano) dır (Godart, 2014). Bu ülkeler kişi başı gelirin yüksek olduğu fakat işgücünün pahalı olduğu ülkelerdir. Türkiye bu ülkelere göre maliyet avantajına sahiptir. Bu nedenle Türkiye’nin bu ürünlerin üretiminde başarılı olma şansı daha yüksek olabilir.

Diğer yandan her geçen gün Türkiye’de üniversitelerde yeni moda ve tasarım programları açılmakta ve bu programlardan mezun olan tasarımcı sayısı sürekli artmaktadır. Bu bağlamda hazır giyim işletmelerinin yeni ürün geliştirebilmeleri için gerekli olan tasarım ihtiyacının karşılanabilmesi için işletmelerin ve tasarımcıların bir araya gelmesini sağlayacak bir yapıya gereksinim duyulmaktadır. Bu çalışmada hazır giyim işletmelerinin tasarımcı ihtiyacına yönelik bir model önerisi sunulmaktadır. Bu model işletmelerin ve tasarımcıların elektronik bir platform üzerinde bir araya getirilerek, hem işletmelerin tasarım ihtiyacının hem de tasarımcıların tasarımlarını en iyi şekilde değerlendirme ihtiyacının karşılanmasını sağlayan her iki taraf içinde değer oluşturacak bir yapının oluşturulmasını öngörmektedir. Bu yapının bir takım maliyet avantajları ve kolaylıklar sağlaması nedeniyle e-girişimcilik bağlamında internet ortamında oluşturulması önerilmektedir.

² Marmara University, Faculty of Technology, Kadıköy, Istanbul, Turkey. aozbek@marmara.edu.tr

² Corresponding author: Bayburt University, Faculty of Applied Sciences, Bayburt, Turkey. yusuf.esmer61@gmail.com

³ Canakkale Onsekiz Mart University, Çan Vocational School, Çan, Çanakkale, Turkey. onursaylan@comu.edu.tr

1. LİTERATÜR

Bu bölümde öncelikle e-girişimcilik kavramı açıklanmakta sonrasında konuyla ilgili literatür taramasına yer verilmektedir.

1.1. E-Girişimcilik

Girişimci olmanın anlamı geniş bir şekilde incelendiğinde, girişimci; girişimcilikle ilgili kültürü benimseyen, riski kabul eden, yenilikçi ve reaktif olmaya uyumlu, fırsat oluşturma ve fırsatları keşfetme ile meşgul olan cazip fırsatları değerlendiren kişidir (Morrish vd., 2010, s. 303). Girişimcilerin güçlü izolasyon ruhu ve izolasyon yeteneği işletmenin başarısını belirleyen anahtar faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir (Xiang vd., 2017).

Girişimcilik kavramı literatürde farklı bakış açılarından ele alınmaktadır. Bazı araştırmacılar organizasyonun yeteneklerini iyileştirmek için bilgi açısından girişimciliği analiz ederken, bazıları ise girişimci firmaları makro ve mikro perspektiften incelemiş ve ekonomik gelişme için internet fırsatlarının önemini tartışmaktadır. Bu araştırmacılar dijital ekonomi içerisinde gelecekteki başarıları belirleyecek e-işletmelerin sahiplenilmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Firmaların dışsal çevrelerindeki değişimin girişimcilik için önemli olduğunu vurgulamaktadırlar (Jelonek, 2015: 1014).

İnternetin getirdiği yeniliklerle yeniden şekillenen ekonomi dijital ekonomi ya da yeni ekonomi olarak tanımlanmıştır. Yeni ekonominin vizyonunu yenilik, üreticilik ve teknolojik gelişmelerdeki süreklilik oluşturmaktadır. Yeni ekonomide internet, yönetici ve çalışanların düşünce biçimlerini değiştirmiş, deney, yatırım ve plan yapmaya zorlamış, elde tutulması zor ama büyük bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Yelkikalan vd., 2010: 490). Günümüzde internet ile sadece ürün ve hizmet değil ayrıca bilgi de pazarlanmaktadır. Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internetin kullanılması ile yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır. İnternet ve internet araçları girişimciler için önemli hale gelmektedir (Yıldırım & Başer, 2016: 172-176).

İnternet günümüzde işletmelerin diğer işletmelerle ve müşterilerle olan işlemlerini gerçekleştirmek için popüler bir araçtır. Kurumsal alanda internetin artan popülaritesinin nedeni içsel koordinasyon maliyetlerinin yanı sıra yürütme maliyetlerini azaltma yeteneğidir. Ekonomist dergisinde yapılan bir ankete göre yeni süreçlerin geliştirilmesi ile e-ticaretin gelişmesi teşvik edilmektedir. İnternetin kullanılabilirliği ve uygulanabilirliği geliştikçe gelecekte işletmelerin nasıl işletileceği yavaş fakat kesin bir şekilde değişmektedir (Kathuria & Josh, 2007, s. 129).

İnternetin gelişmesiyle ortaya çıkan e-girişimcilik, girişimciliğin bir alt kategorisidir ve seçilmiş ya da tüm işletme süreç ve faaliyetlerinin sanallaştırılmaya yönlendirilmesidir. İnternet gibi bilgi teknolojilerini kullanan yeni girişimcilik modelleri dijital alanda girişimcilik ya da dijital girişimcilik olarak adlandırılmakta ve dijital girişimcilik işletme için fırsatların belirlenmesine olanak sağlayan yenilikçi işletme uygulamaları olmaya başlamaktadır (Jelonek, 2015, s. 1014).

İnternet girişimcilerinin özellikleri iki açıdan incelenebilmektedir. Birincisi; girişimcilerin içsel karakteristikleri, teknoloji, işletme ve yönetim yeteneklerini içermektedir. İkincisi; başarılı girişimcinin dışsal karakteristiklerinin temel özelliği yatırımları araştırma, pazar fırsatları bulma, kilit teknolojileri araştırma, kilit personeli işe alma ve dışsal işbirlikleri oluşturmaktır (Xiang vd., 2017). Ayrıca dijital girişimciler belirsiz ortamlarda çalışabilen, sabırlı, azimli, bir ekibe liderlik yapabilecek, ticari zekâyâ sahip, araştırmacı, müşteri ve pazarı iyi tanıyan, dayanıklı, hayal gücü yüksek, risk alabilen, titiz ve dikkatli, kazanma ihtiyacı yüksek olan, bulunduğu alanda deneyimli, dürüst, iş bitirici kişiler olarak ifade edilmektedir İnternet kullanımının artması e-girişimcilik faaliyetlerinin artmasına yol açmaktadır (Ünsal, 2013). İnternet, sosyal medya, mobil uygulamalar, diğer bilgi teknolojileri girişimcilere yeni fırsatlar sunmaktadır. E-girişimcilik (elektronik girişimcilik) internetin sunduğu olanaklardan yararlanarak kişilerin internet üzerinden ulaşabilecekleri ürün ve hizmetleri geliştirmek, pazarlamak ve satmak yoluyla gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetidir. E-girişimcilik internet altyapısıyla gerçekleşmektedir. Bilgi, eğlence, sosyal medya siteleri, bilgisayar yazılımları, mobil yazılımlar, eğitim ve danışmanlık gibi birçok hizmet e-girişimcilik türlerine örnek olarak gösterilebilmektedir (Vural & Cavaş, 2017, s. 51).

Dijital girişimcilik olarak da adlandırılan e-girişimcilik dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımına dayalı fırsatları takip etme olarak da tanımlanmaktadır (Dy vd., 2016, s.287). E-girişimcilik, dot.com döneminde yeni ekonominin ortaya çıkması e-girişim ve e-ticaretin hızla yayılması ile birlikte hızla gelişmektedir. Böylece e-girişimcilik yaygın bir şekilde e-ticaretin temelini oluşturmaya

başlamaktadır. E-girişimcilik “Net Ekonomisi” içerisinde kısmen ya da tamamen faaliyet gösteren yeni firmaların kurulması ile tanımlanmıştır. E-girişimcilik internet üzerinden online olarak hizmet sunulması ya da satış yapılması gibi işletme faaliyetlerinin oluşturulması olarak tanımlanabilmektedir. Dijital girişimci, interneti ticari fırsatları oluşturmak için, bilginin yayılması müşterilerle ya da partnerlerle işbirliği yapmak için kullanan kişidir (Millman vd., 2009, s. 245).

İnternet girişimciliği olarak da adlandırılan e-girişimciliğin ekonomik, istihdam ve sosyal yönden birçok faydası bulunmaktadır. Bu faydalar Tablo 1’de verilmektedir.

Tablo 1: E-Girişimciliğin Oluşturduğu Faydalar

Fayda Turu	Açıklama	Örnekler
Ekonomik fayda	İnternetle oluşturulan değer: -Eski iş modellerini yıkan daha etkin iş modelleri kuran değer -Tamamıyla yeni iş alanları oluşturması -Geleneksel işletmelere yeni satış kanalları sunması -Maliyet düşürücü yenilikçi çözümler oluşturması	Arama motorları, is bulma siteleri, sayısal bankacılık, sosyal mecralar
İstihdam faydası	İstihdama sağladığı faydalar: -Yeni işletmelerin doğrudan işe alımları -Yan iş kollarının büyümesi -Geleneksel işletmelerdeki istihdama etki -Mekândan bağımsız istihdam fırsatları oluşturması	E-ticaret siteleri, kargo şirketleri, perakende kuruluşları, bankalar, seyahat acenteleri
Sosyal fayda	Sosyal faydalar: -Kar amacı gütmeyen bilgi paylaşımı ve hizmet platformu oluşumu -Grupların organize olmasını bağış toplamayı kolaylaştıran yapı sağlaması -Vatandaşların yönetime katılımı ve fikir beyanında bulunabilmesi	Khanacademy, sosyal mecralar, kiva, donorchoose, changeorg, avaz

Kaynak: Dülger, 2013, s. 23

1.2. Literatür Taraması

Bu bölümde son yıllarda e-girişimcilik ile ilgili literatürde yer alan bazı araştırmalar yer almaktadır. Bu araştırmaların sonuçları Tablo 2’de özetlenmektedir.

Tablo 2: Literatür Taraması

Araştırmacılar	Sonuçlar
Kathuria ve Joshi (2007)	Mevcut firmalar internetin büyümesi ve gelişmesine katkı sağlayan değişimlerden dolayı açık bir şekilde girişimcilikle ilgili stratejiler geliştirmeyi düşünmektedir.
Jelonek (2015)	E-girişimcilik sürecinde firma artan bir şekilde acık izolasyon modeli kullanarak çevresiyle işbirliğinden faydalanmaktadır. Ürünlerin yeniliği, pazarlanması, finansal sonuçları, pazardaki rekabeti önemli bir şekilde etkilemektedir.
Fu ve Yu (1999)	Giyim sektöründe girişimcilik ile ilgili taklit ürün stratejisi, küçük ölçeklerde üretim, alt yüklenici ağlarını kullanma önemlidir. Fırsatlara karşı tetikte, değişime hızlı bir şekilde yanıt veren girişimcilere önem verilmektedir.

Dian vd. (2017)	İnternet endüstrisinin hızlı gelişiminden dolayı girişim ile ilgili faaliyetler farklı dönemlerde farklı özellikler sergileyebilmektedir. Yeni girişimcilik modeli olarak internet, birçok girişimciyi internet alanında daha hızlı işlem yapma konusunda cezbetmektedir.
Jansson (2011)	İnternet girişimcileri internet endüstrisinin ortaya çıkmasıyla ilgili fırsatları keşfederken ve piyasayı değerlendirirken belirsizliğe maruz kalmaktadır.
Dheeriyaa (2009)	E-girişimcilik normal girişimcilikten farklı özelliklere sahiptir. Normal girişimciliğin tüm özelliklerini kapsamakta ancak faaliyet yöntemi teknoloji temellidir. E-girişimcilik yalnızca internet üzerinden faaliyet gösteren girişim anlamına gelmektedir.
Oumlil ve Bennani (2013)	E- girişimcilik bilgi teknolojileri sektöründe yeni bir firmanın yenilikçi bir işletme olarak kurulma süreci anlamına gelmektedir. Bu nedenle e-girişimcilik bilgi teknolojileri sektöründe proje tabanlı yatırımlar olarak tanımlanabilmektedir.
Yıldırım ve Basel (2016)	Üreticilik internet girişimciliği kapsamında kurulan enformasyon siteleri için en önemli bir unsurdur. Üreticilik ile daha önce hiç yapılmamış bir yenilik ortaya konulmakta ve bu yenilik de bireylerin daha fazla ilgisini çekmektedir.
Yelkikalan vd. (2010)	E-girişimcilik sanal ortamda maddi bir beklenti hedefleyerek proje oluşturmak ve oluşturulan projeyi internet aracılığıyla sunmaktır. E-girişimcilik iş yapmada bütün kontrolü işi kurana bırakmaktadır.
Haşiloğlu vd. (2010)	Çerez (çöke), sayfa trafiği takibi, oturum (session) gibi e-girişimcilik araçlarını doğru kullanan işletmelerin e-girişimciliğe elde edecekleri gelirleri artırmaktadır.

3. MATERYAL VE YÖNTEMLER

Bu çalışmanın amacı ilgili araştırmalardan faydalanılarak hazır giyim işletmelerinin tasarımcı ihtiyacına yönelik bir model önerisi sunmaktır. Bu model, hazır giyim işletmelerinin ve tasarımcıların elektronik bir platform (e-Pazar) üzerinde bir araya getirilerek, hem işletmelerin tasarım ihtiyacının hem de tasarımcıların tasarımlarını en iyi şekilde değerlendirme ihtiyacının karşılanmasını sağlayan her iki taraf içinde değer oluşturan bir yapının oluşturulmasını öngörmektedir. Bu bağlamda yapının bir takım maliyet avantajları ve kolaylıklar sağlaması nedeniyle e-girişimcilik bağlamında internet ortamında oluşturulması önerilmektedir.

3.1. Model

Önerilen modelde moda tasarımcıları ve hazır giyim işletmeleri olmak üzere iki taraf bulunmakta ve bu iki tarafın elektronik bir platformda (e-Pazar) bir araya getirilmesi düşünülmektedir.

Moda Tasarımcıları: Türkiye’de üniversitelerde ÖSYM 2017 Yerleştirme Verilerine göre 12 fakülte ve 39 meslek yüksekokulunda moda tasarımı programı bulunmaktadır. İlgili fakültelerde 538 ve yüksekokullarda 3130 kontenjan var olmakta ve bu kontenjanlar büyük oranda dolmaktadır (ÖSYM, 2017). Bu durum Türk toplumunun moda tasarımına olan ilgisini ve bu ilginin artış yönünde olduğunu göstermektedir. Türkiye’nin sahip olduğu bu moda tasarımcısı kaynağı iyi bir şekilde değerlendirilebilirse Türk hazır giyim sektörünün en önemli ihtiyacı olan yeni ürün tasarlama problemi ortadan kaldırılabilir. Diğer yandan moda tasarımcılarının da tasarlamış oldukları giysileri en iyi şekilde değerlendirebilmesine imkân sağlanması tasarımcıların verimliliklerini artırarak hazır giyim sektörüne olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

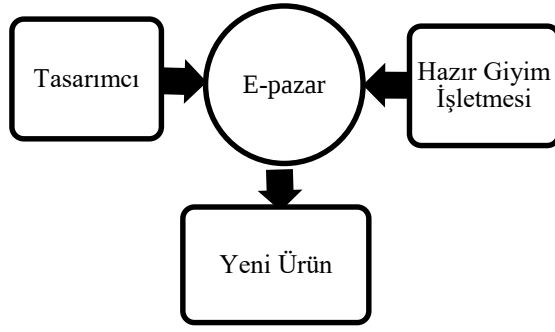
Hazır Giyim İşletmeleri: Türkiye’de 2013 yılı işyeri sayım verilerine göre 34.338 hazır giyim işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmelerin %97’si KOBİ niteliğinde olup genellikle fason üretim yapmaktadır ve bu işletmeler ülkenin tamamına yayılmış durumdadır (TİSK, 2015). Hazır giyim işletmeleri KOBİ niteliğine sahip olmalarından dolayı bazı dezavantajlara sahiptirler. Bunlar; izolasyon eksikliği, kurumsallaşamama, pazar bilgisi zayıflığı, uzman personel eksikliği, profesyonellik eksikliği, üretim ve satış sorunları, teknik ve ticari yenilikleri takip edememe, büyüme ile faaliyetlerini devam ettirmeme gibi sorunlardır (Aksümer, 2015), (Hacıevliyagil, 2016), (Kumbas, 2017), (Çutçu vd., 2017). Bu sorunlara rağmen Türk hazır giyim işletmelerinin sektördeki uluslararası aşırı rekabette başarılı olabilmeleri için, kendi tasarımlarını ve modasını oluşturmaları gerekmektedir.

E-Pazar: Alıcılar ile satıcıların bir aracı tarafından elektronik ortamda bir araya getirilerek, mübadelenin gerçekleştirilmesini sağlayan pazarlama kanalına e-Pazar adı verilmektedir. E-Pazarların hazır giyim sektörü için günümüzdeki en popüler örneklerine; “n11” “sanalpazar” “sonteklif” “hepsiburada.com” ve “gittigidiyor” gibi web girişimler örnek verilebilmektedir (E-Ticaret Günlüğü, 2016). Tasarlanan model kapsamında üzerinde odaklanılan e-Pazar; kendi tasarımlarını sergilemek isteyen tasarımcılar ile ürün üretmek için tasarım ihtiyacı olan hazır giyim işletmelerini sanal bir ortamda buluşturma işlevini yerine getirmektedir. Böylece e-Pazar, tasarımcıların, işletmeler için en uygun formatta giysi tasarımlarını internet sitesine yüklemelerini sağlayarak işletmeler için çok sayıda giysi tasarımı incelemek ve aralarından seçim yapma ve giysi tasarımcılarıyla görüşerek tasarım satın alma imkânı sağlamaktadır. Bunun yanında tasarımcıların, tasarlamış oldukları ürünlerin daha fazla işletme tarafından görülerek en iyi şekilde değerlendirilmesine imkân tanımaktadır. Tasarımcıların ve işletmelerin internet sitesi üzerinden iletişim kurmasına yardımcı olarak tasarımcıların yeni ilişkiler kurarak networklerini genişletme imkânı sağlamaktadır. Ayrıca internet sitesine giren herkesin üye olmasını sağlayarak, tasarımcıların kimler tarafından görüldüğü kayıt altına alınmakta ve böylece tasarımcıların tasarımlarını kopyalanmaya karşı koruma altına almaktadır. E-pazar sayesinde tasarımcılar her hangi bir işletmeye bağlı olmadan bağımsız çalışma imkânına kavuşabilmekte ve tasarımcıların kendi çalışmalarına odaklanmalarını sağlayarak verimliliklerinin artırması düşünülmektedir.

Tasarlanan e-pazarın işleyişi dört asamadan oluşmaktadır.

- 1. Aşama:** Öncelikle tasarımcı ve işletmelerin buluşmasını sağlayacak sanal ortamın oluşturulması için bir web sitesinin kurulması ve gerekli yasal işlemlerin yapılması gerekmektedir.
- 2. Aşama:** Tasarımcılar kurulan ilgili web sitesine üye olacaklardır. Üyelikten sonra web sitesinin belirlediği kriterlere göre tasarımlar web sitesine yüklenmelidir. Diğer yandan öncelikle üniversitelerin moda tasarımı programlarının, akademisyen ve öğrencilerine, daha sonra ise diğer tasarımcılara, ilgili web sitesi tanıtılarak web sitesine üye tasarımcı sayısının artırılması sağlanmalıdır.
- 3. Aşama:** İşletmeler ilgili web sitesine üye olacaklardır. Üyelikten sonra işletmeler, tasarımları inceleyebilecek ve tasarımlar hakkında bilgi alıp, tasarımcılarla iletişim kurabileceklerdir. Bu amaçla Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği gibi giysi üreticisi işletme birlikleriyle görüşülerek giysi üreticilerine internet sitesi tanıtılarak üyelikleri sağlanmalıdır.
- 4. Aşama:** Web sitesinin hangi tasarımın hangi işletme tarafından incelendiği ve satın alındığını kayıt altına alması sağlanmalıdır. Kayıt altına alınan bu bilgiler ortaya çıkan anlaşmazlık ve tasarımın taklidi halinde kullanılacaktır. Ayrıca bu bilgilerden yola çıkılarak işletmelerin hangi tür tasarımlara ihtiyaç duyduğu tespit edilerek tasarımcının bu yönde tasarımda bulunması sağlanarak işletmelerin yeni ürün geliştirmelerine katkıda bulunulacaktır.

Yukarıdaki bilgiler ışığında düşünülen model Şekil 1’deki gibi çizilebilmektedir.



Şekil 1: Hazır Giyim Sektöründe Yeni Ürün Geliştirme Modeli

SONUÇLAR

Bu çalışmada internet ortamında bir e-platform (e-Pazar) oluşturularak mezun tasarımcıların ve hazır giyim işletmelerinin bir araya getirilerek sektörün tasarım ihtiyacının karşılanması ve yeni ürün geliştirmeye yönelik bir model önerilmektedir. Bu model meslek yüksekokulların moda tasarımı programların mezun olan tasarımcılar tasarımlarını sunabilecekleri ve sunulan bu tasarımların hazır giyim işletmeleri tarafından görülebileceği bir sanal ortamın tasarlanması içermektedir.

TARTIŞMA

E-girişimcilik, girişimciliğin internet ortamında gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir. İnternet ortamında girişimcilik faaliyetinde bulunulması esneklik, hız, maliyet, kalite ile birlikte müşteri memnuniyetini beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla son yıllarda e-girişimcilik en çok tercih edilen girişimcilik türlerinden biri olduğu söylenebilir. Yeni bir girişimcilik türü sayılan e-girişimcilik üreticilerin ürünlerini kolaylıkla sunabileceği ve para kazanabileceği bir istihdam ortamı sunmaktadır. Bu bağlamda çalışmada tasarımcı ve hazır giyim işletmecisini e-girişimcilik kapsamında bir araya getirerek ve her iki taraf için değer yaratacak bir yapı sunarak müşteri talep ve beklentilerini karşılayan yeni ürünlerin geliştirilmesini kolaylaştıracak bir model sunulmaktadır. Ancak bu model teorik olarak sunulmuş ve bundan sonraki çalışmalarda bir uygulamasının gerçekleştirilmesi daha gerçekçi sonuçlar ortaya koyacağı ve daha faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Aksümer, S. (2015). KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri, Yapısal Sorunları ve Çözüm Önerileri, Konya: Konya Ticaret Odası Ekonomik Araştırmalar ve Proje Müdürlüğü, <http://www.kto.org.tr/d/file/kobi%E2%80%99lerin-ekonomideki-yeri-ve-yapisal-sorunlari.pdf> (Erişim Tarihi: 29.05.2018).
- Arslan, K. (2009). Moda Tasarımı, MÜSİAD Araştırma Raporları, İstanbul: Mavi Ofset, http://www.musiad.org.tr/F/Root/Pdf/Ara%C5%9F%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Ara%C5%9F%C4%B1rma%20Raporlar%C4%B1/Moda_Tasarimi.pdf (Erişim Tarihi: 06.04.2018).
- Aygül, Z. ve Özudoğru, Ş. (2014). Moda Tasarımcısı Olmak: Yeni Mezun Moda Tasarımcıları Üzerine Söylemsel Bir Araştırma, *Mediterranean Journal of Humanities*, IV (2), ss. 35-49. doi:10.13114/MJH.201428427.
- Bici, E. (2007). Aynı Ürün İki Farklı Disiplin: Endüstri Ürünleri Tasarımcıları ve Moda Tasarımcılarının Ayakkabı Tasarımına Yaklaşımlarının İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çütçü, I., Özdemir, A. ve Erkan, H. (2017). KOBİ'lerin İhracat Piyasalarında Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Algıları: Gaziantep'teki KOBİ'ler Üzerine Bir Araştırma, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), ss. 2691-2709.
- Dheeriy, P. L. (2009). A Conceptual Framework for Describing Online Entrepreneurship, 22(3), pp. 275-283.
- Dülger, M. V. (2013). Bilgi Toplumu Stratejisinin Yenilenmesi Projesi; İnternet Girişimciliği ve e-Ticaret Eksenli Mevcut Durum Raporu, T.C. Kalkınma Bakanlığı Bilgi Toplumu Dairesi.
- Dy, A. M., Marlow, S. and Martin, L. (2016). A Web of Opportunity or The Same Old Story? Women Dijital Entrepreneurs Intersectionally Theory, *Human Relations*, 70 (3), pp. 286-311.
- E-Ticaret Günlüğü. (2016). Elektronik Pazaryeri (e-pazaryeri- C2C), <http://www.eticaretgunlugu.com/elektronik-pazaryeri-e-pazaryeri-c2c/> (Erişim Tarihi: 30.05.2018).
- Fu, T. and Yu, L. (1999). Bringing, Entrepreneurship Back In: Explaining the Industrial Dynamics of Hong Kong with Special, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(5), pp. 235-250.
- Godart, F. (2014). The Power Structure of The Fashion Industry: Fashion Capitals, Globalization and Creativity, *International Journal of Fashion Studies*, 1(1), pp. 39-56. doi:10.1386/inf.1.1.39_1.
- Hacıevliyagil, N. (2016). KOBİ'lerin Finansman Sorununa Bir Çözüm Önerisi: Milli Ekonomi Modeli (MEM), *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(3), ss. 32-50. doi:http://dx.doi.org/10.11611/JMER193780.
- Haşiloğlu, A., Kaya, M. D. ve Haşiloğlu, S. B. (2010). E-Girişimcilik Araçları ve Türkiye'deki e-Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), ss.1-14.
- Jansson, J. (2011). Emerging (Internet) Industry and Agglomeration: Internet Entrepreneurs Coping with Uncertainty, *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7-8), pp. 499-521.
- Jelonek, D. (2015). The Role of Open Innovations in the Development of e-Entrepreneurship, *International Conference on Communication, Management and Information Technology*, pp. 1013-1022.
- Kathuria, R. and Josh, M. P. (2007). Environmental Influences on Corporate Entrepreneurship: Executive Perspectives on the Internet, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3(2), pp.127-144.
- Kılıç, S. ve Çınar, R. (2014). Yerel Tekstil ve Hazır Giyim İşletmelerinin Orijinal Marka Üretim Düzeyi ve İhracat Performanslarında Orijinal Tasarım Üretiminin Rolü: Çorum Tekstil Sektörü'ndeki İşletmelere Yönelik Bir Uygulama, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), ss. 165-194.
- Kumbas, S. (2017). KOBİ'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Millman, C., Wong, W.-c., Li, Z. and Matlay, H. (2009). Educating students for e-entrepreneurship in the UK, the USA and China, *Industry and Higher Education*, 23(3), pp. 243-252.

Morrish, S. C., Miles, M. P., and Deacon, J. H. (2010). Entrepreneurial Marketing: Acknowledging the Entrepreneur and Customer-centric Interrelationship, *Journal of Strategic Marketing*, 18(4), pp. 303-316.

Oumlil, R., Oumlil, R. and Abdelmonaim, A. (2013). Acceptance of E-entrepreneurship: Case of Morocco, pp. 1-9.

ÖSYM. (2017). ÖSYM 2017 Yerleştirme Sonuç Bilgileri, <http://www.osym.gov.tr/TR,13046/2017.html> (Erişim Tarihi: 25.06.2018).

Şat Sezgin, A. (2017). Hazır Giyim Sektörü. Türkiye İş Bankası, https://ekonomi.isbank.com.tr/UserFiles/pdf/sr201705_hazirgiyim.pdf (Erişim Tarihi: 27.05.2018).

TGSD. (2016). Ufuk 2030-Türk Hazır Giyim Sektörü İçin Yol Haritası, İstanbul, <http://www.tgsd.org.tr/assets/2017/ufuk2030baski26.09.16.pdf> (Erişim Tarihi: 27.05.2018).

TİSK. (2015). Tekstil ve Hazır Giyim Sanayinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, <http://www.tgsd.org.tr/assets/Uploads/TTSSTHG-SEKTR-RAPORU2015.pdf> (Erişim Tarihi: 25.06.2018).

UİB. (2017). Hazır Giyim Sektöründe Marka ve Markalaşmanın Önemi, <http://www.uib.org.tr/tr/kbfile/hazir-giyim-sektorunde-marka-ve-markalasmann-onemi-raporu> (Erişim Tarihi: 29.05.2018).

Ünsal, S. (2013). Dijital Girişimcilik Rehberi Girişim Ekosistemi ile İlgili Temel Soruların Cevapları, İstanbul: Bankalararası Kart Merkezi (BKM), <https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/08/digital-girisimcilik-rehberi.pdf> (Erişim Tarihi: 30.07.2018).

Vural, M., Çavuş, Ş. (2017). Elektronik Girişimcilik ve Kırgızistan'da Uygulama Olanakları, *Akademik Bakış Dergisi*, (69), ss. 50-64.

Xiang, Y., Chen, X., Mei, L., and Chen, J. (2017). Influence of Social Networks, Opportunity Identification on the Performance of Internet Entrepreneurship, 2017 Proceedings of PICMET '17: Technology Management for Interconnected World, pp. 1-8.

Yelkikalan, N., Akatay, A. ve Altın, E. (2010). Yeni Girişimcilik Model ve Yeni Nesil Girişimci Profili İnternet girişimciliği ve Y, M Z Kuşağı Girişimci, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20(1), ss. 489-506.

Yıldırım, O. v e Başer, E. (2016). İnternetin Girişimciliği Kapsamında Değişen Enformasyon Siteleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Global Media Journal TR Edition*, 12(6), ss. 172-200.

ICONSR 2018

K. Mukhanbetkaliuly Tarafından “Zor Zamanlar” Romanında “Ebedi Ulus” (“Mangilik Yel”) Kavramı

Ainur AKHMETOVA ⁴

GİRİŞ

“Ebedi Devlet” konseptinin muhtevasını oluşturan katmanların çeşitli dil birlikleri ile anlatıldığı eserlerden biri yazar Kajıgali Mahanbetkaliuly’nın “Zor Dönem” (“Tap kezең”) romanıdır. Roman 2012 yılında yayımlanıp, 2014 yılında Kazakistan edebiyat ve sanat alanında Devlet ödülünü almıştır. Edebi metinlerdeki konseptleri edebiyat bilimi açısından incelediğinde onun bilişsel ve edebi konsepti diye sınıflandırılan iki türü esas alınır. Söz konusu iki konseptin özellikleri de belirlenmiştir. İdraki konsept okuyucuya belli bir kavram, konsept, içerik, fikir veriyor ise, edebi konsept metinde yazarın yaratma özelliği, his, duygu, tanım özellikleri ile düşünce dünyasında dünya biçimini yaratma gibi kendine has özelliklerini esas alır (Askoldov, 1997). Bununla birlikte, A.S.Askoldov edebi konsepti “düşünce kapsamındaki göze görünmeyen şeylerin yansıması” (Askoldov, 1997) diye açıklar. Yani, edebi konsepti edebi türlerde aradığında onun gerçek muhtevasına nazaran yazarın kendine özgü betimleme gücünün oluşturduğu estetik özellikleri daha önemlidir.

1.MATERYAL VE YÖNTEMLER

K.Muhanbetkaliuly’nın “Zor Dönem” (“Tap kezең”) romanındaki “Ebedi Devlet” konseptine zihinsel altyapısını tespit ederken karşılaştırma, deney, statistik sıklık, tahlil gibi inceleme yöntemleri kullanılmıştır. Edebi anlayışterimi ile “Ebedi Devlet” kavramını daha iyi anlatabilmek için A.S.Askoldov, Y.Stepanov, L.V.Miller, H.Abjanov, R.S.Karenov, K.Rısbergen gibi araştırmacıların eserleri esas alınmıştır.

2.BULGULAR

- K.Muhanbetkaliuly’nın “Zor Dönem” (“Tap kezең”) romanının sanatsal metninin “Ebedi Devlet” anlam alanına giren birkaç temel konsept belirlendi;
- yazarın dünya görüşünün estetik dünyasını temsil eden sanatsal semboller yorumlandı;
- romanda “Ebedi Devlet” fikrini geliştiren tarihsel, politik figürlerin görüntüsüne edebi betimlemeler de incelenmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇLAR

Romanda Kazak halkının Çarlık Rusya’nın egemenliğine girdikten sonraki (1770-1785 yy.) siyasi-sosyal, kültürel, coğrafik hayatı betimlenmiştir. Romandaki olaylar bütünü ile yazarın edebi yaratması ile Rus Çarlığının sömürsünün Kazak halkını yıldırıp, ruhunu yenemedi anlatılmaya çalışılmıştır.

Rusya İmparatorluğunun gelişmesinde büyük emeğiyle, namı ile tanınan Rusların askeri-siyasi şahsiyetlerinin tarihi kişilikleri başarılı bir şekilde anlatılmıştır. O yıllardaki Rusya’nın ulusal askeri heyetinin başkanı G.A.Potemkin’in, Rusya Dış İşleri Bakanlığı Heyetinin ikinci başkanı A.A.Bezborodko’nun, Ufa ve Simbirsk vilayeti vekili, general O.A.İgelstrom’un siyasi görevini, başkanlık namının önemini edebi biçimde betimlerken Rusya Çarlığının Kazak topraklarından başka toprakları (Kırım) da kendi egemenliğine alma stratejisi açıkça anlatılır. Rusya’nın dış ülkelere güçlü görünmesine rağmen iç kadrolarında unvana olan aşırı istek, büyük hâkimiyete olan arzu gibi olumsuz hareketlerin de çoğalması biçimleme, resimleme, monolog, diyalog gibi edebi türler vasıtasıyla anlatılır. Rusya’nın Kazak halkına olan bakışı ve baskıcı, bencillik üzerine

⁴ Al-Farabi Kazakh National University, M.O.Auezov Institute of Literature and Art, Almaty, Kazakhstan.. qazakhmetova@gmail.com

kurulmuş siyasi-coğrafik ilişkileri, çoğunlukla, Rus askeri, baron İlgelstrom’un üzerinden anlatılır. Özellikle, O.A.İlgelstrom’un Ufa-Simbirsk bölgesine general-gubernator görevine başlamasından önce bu bölge tarihiyle, o dönemdeki Kazak-Rus, Kazak ve Rus Kazakları arasındaki siyasi-sosyal durumları arşiv belgeleri ışığında inceleyip, eski siyasi tutuma (sömürge halklara boyun eğdirme) belli bir derecede değişiklik getirmesi Kazak halkını boyunduruğu altında tutma stratejisi idi. Önce İ.Yakobi, İ.İ.Neplyuyev, P.İ.Pıçkov, A.İ.Tevkelev, A.R.Davidov, D.V.Volkov, vb. Ufa-Simbirsk bölgesi yöneticilerinin hepsi “başiboş gezen halkı” hep silahlı olarak cezalandırıp, boyun eğdirme yöntemini uyguladıysa, yeni görev sahibi O.A.İlgelstrom bu yöntemin faydasız olduğunu anlayıp, sömürge halkı hediyeyle kendine çekmek, dediğine baş eğdirmek “yöntemini icat eder”. Bu yöntemin doğruluğunu o II. Ekaterina ile olan görüşmesinde de ispatlar. Yazar O.A.İlgelstrom’un bunun gibi “planları” ve diğer siyasi kişilerle yazıştığı mektupları esasında, yani psikolojik betimlemenin formlarını esere ekleyerek onun asıl yüzünü göstermeye çalıştı. İlgelstrom Kazaklara acıyan ve onları düşünen şahıs gibi görünse de, eserdeki anlatım gücüyle onun ülke halkına sömürge boyunduruk geçirme amacının net olduğu gösterilir. “Zor döneme” (“Tap kezeñ”) dönüşen Kazak halkının Rusya egemenliğine geçtiği tarihin belli bir kısmı, yani XVIII. yüzyılın ikinci yarısındaki siyasi-sosyal, coğrafik durumlar romandaki olayların akışını oluşturur.

1749, 1760, 1776, 1779, 1783 yıllarında Kırgız-Kaysaklar arasında coğrafik-siyasi durumları düzeltmek için Rusya Çarlığı’nın çıkarttığı içeriği benzer yasalar (Kırgız-Kaysakları dövme, bağlama, hapsetme vb.) roman metninde edebi estetiği veren ayrıntılar olarak geçer. Yasa metinlerinden alıntılar yapılması, gerçek şahıslara dayanarak yazılan Bezborodko, Potemkin, İlgelstrom arasındaki zaman zaman karşılaşılan konuşmalar Rusya İmparatorluğunun sömürsündeki halklara karşı kullandığı siyasetini açıkça gözler önüne serer.

“Zor Dönem” (“Tap kezeñ”) romanındaki “Ebedi Devlet” konseptini tespit etmek için onun edebi muhtevasını, kavramlarını ve düşüncelerini inceleyeceğiz. Romandaki “Ebedi Devlet” konseptini “Ebedi Devlet – Kazak”, “Ebedi Devlet – atayurdun hürriyeti” ve kut gibi başlıklar altında sınıflandırarak inceleme yapmaya çalıştık.

“Ebedi Devlet – Kazak”. “Ebedi Devlet” konseptinin temeli VI-VIII. yüzyıllarda – kardeş Türk halklarının beraber yaşadığı dönemin kültürel değerleri sayılan eski yazıtların metninde karşımıza çıkmaktadır. Arada on asırdan fazla bir zaman geçse de yine varlığını koruyan “Ebedi Devlet” konsepti Kazakistan’da devletin ideolojisi olarak 2014 yılında yeniden canlandı.

Kardeş Türk halklarının yaşadığı yüzyıllardan sonra XXI. yüzyılda Bağımsız Kazakistan devletinde yenilenmiş olan “Ebedi Devlet” konsepti çeşitli kavramlardan, katmanlardan, anahtar kelimeler v.b. oluşur. Günümüzde “Ebedi Devlet” Kazak devleti olarak anlaşılır. Kazak halkının milli, manevi ve maddi değerleri, milli çıkarları, fikriyatı, konsepti v.b. sözlü kültürde hayat bularak günümüze korunmuştur, biz, bunları asırlar boyunca, yeryüzünde yaşam durana kadar, devam ettirerek Kazak devleti – “Ebedi Devlet” olabilir fikrini savunuyoruz.

“Ebedi Devlet – Kazak”. “Ebedi Devlet” konseptini tamamlayan kavramlardan biri “Kazak”. Bu iki unsurun bir birini tamamladığını ileri süren başka araştırmacılar (K.Risbergen) da var. “Kazak” adını “Ebedi Devlet” konseptinin bir maddesi olarak ele alacağız. Çünkü “Ebedi Devletin” en basit yapısını oluşturan – Kazak, yani bu “Ebedi Devlet” konsepti deyince onun Kazak olduğu anlaşılır.

Kazak adı sömürgeci İmparatorluğun bakış açısıyla her devir ve dönemde çeşitli olumsuz adlandırmalarla ve söylemlerle ifade edilmiştir. Bilimsel-tarihi materyaller ışığında bu adların bazıları okuyucuna tanıdık gelebilir. Edebi metnin içerisinde geçen “Kazak” adıyla ilgili ifadeleri görelim. XVIII. yüzyılda Rusya yönetimi tarafından Kazaklar “başkasına bağımlı halk”, “esir halk”, “daha istekleri belli olmayan, karakteri belirsiz, serseri Kırgız-Kaysak”, “yeri yurdu belli olmayan, belli bir yerleşim yeri yok göçebe halk, “en vahşi”, “zalim halk”, “hırsız Kazak”, “kötü Kazak”, “kanun bilmeyen halk” olarak ifade edilmiş. Yazar ise “Kazak” adını “cömert Kazak”, “saf ve akıllı, ama doğru ve cesur halk”, “karakterli açık”, “sözünde duran”, “utancı olan halk” sıfatlarıyla tanıtır.

Ebedi Devlet – Halk Yöneticisinin Adaleti

Sırım Batur. Romanda Sırım’ın kahramanlık davranışlarının betimlenmesi Kazak köylerini sık sık bozguna uğratan Rus askerlerine karşı başkaldırısından başlar. Yazar Sırım Batur’ın tarihi kahramanlıklarını sıralayıp, tamamıyla betimlemeye çalışmamıştır. Kazakların kendi topraklarında mallarını zorla alma, eziyet

etme işi çoğaldığında Sırım'ın İmparatorluk askerlerine karşı isyanı organize etmeyi ele aldığı dönemi anlatırken onun önceki kahramanlıklarından da bahsedilir. “Bu artık... bu andan itibaren, durmadan at üstünde gün geçirmeye niyet etmiş kişinin hali idi. Halk bunu anladı. Evet, evet, bu artık... önceden de pek çok seferlere katılan, defalarca Kalmaklarla kırısan, defalarca Başkurtlarla kavga eden, onlar şöyle dursun, oku kar gibi yağın ateşli silahlı Ruslarla da savaşıp, can alıcı nice savaşa girip, kan kussa da, hiçbir zaman korkup, iradesi kırılmayan tamamen farklı insandı. Bu biy Sırım değil, kahraman Sırım idi” (Mukhanbetkaliuly, 2018).

Yazar 1773-1775 yıllarında E.Pugaçev önderliğinde Rus Kazaklarının Rus Çarlığına karşı başkaldırısına Sırım baturun da katılıp, kahramanlık gösterdiği olayları tarihi materyallerle, gerçeğe dayalı olarak betimler. General A.V.Suvorov önderlik eder Rus askerlerinin bu başkaldırısı acımasızca bastırdığı Sırım baturun görüşüyle anlatılır. Sırım Batur Kazakları Ruslara karşı savaşılmaya davet ederken düşman askerlerinin saldırısına iyice hazırlandı.

Sırım baturun isyan sırasında hep kahramanlığını betimlemek yerine saldırı düzenlemedeki başarısı, savaş taktiği ve becerisi ön plana çıkartılmıştır. İsyanın komutanı olarak yaptığı planları, Küçük жүз Kazaklarının Baybaktı, Şekti, Tama, Aday, Beriş vb. büyük boyların kahramanlarını savaşa ikna etmedeki önderlik vasıfları betimlenmiştir.

Eserde Kazak tarihindeki 1783-1793 yılları arasında Sırım Datov'un önderliğinde gerçekleşen milli mücadele döneminin 1785 tarihli olaylar ayrıntılı bir biçimde etkili ve gerçeklerle anlatılmıştır. Rus ve Rus Kazaklarının kalelerine yakın yerleşen Kazak köylerini sebepsiz, delilsiz yağmalayan, bozguna uğratan Rus ve Rus Kazaklarının askerlerine karşı 5000 kişiden oluşan savaşçıyı organize edip, Tanalık kalesinde Sırım önderlik eden askerler zafer kazanmıştır. Bu tarihi sahneyi yazar güzelce anlatmıştır.

Sırım halkın huzurunu, hürriyetini, ebedi hayatını arzulayan kahraman, biy, siyasi şahsiyet olarak ele alınmıştır. Barış içinde yaşama, toprak bütünlüğü, din gibi devlet olmanın önemli faktörleri olaylarla vurgulanmıştır. Sırım tarihi şahsiyet olarak Nuralı hanla ilgili olaylarda daha belirgin bir şekilde bahsedilir.

Nuralı Han. Romanda Abilhayır Hanın oğlu Nuralı'nın Küçük жүз Kazaklarını 30 yıl yöneten han olarak betimlenmesi tarihi materyallerle tamamen uymaktadır. Nuralı Han'ın halkı yönettiği yıllardaki olaylar eserini akışını oluşturmaya da, bazı epizotlar onu halka hayırsız, adaletsiz yönetici olarak tanıtır.

Belli bir sebep ve delillere dayanarak Rus ve Rus Kazaklarına karşı başkaldıran Küçük жүз boylarını hep cezalandırmalarını rica edip, Rusya yönetimine Nuralı Hanın mektup göndermesi eserin birkaç yerinde çeşitli vakalarla anlatılır. Hanın yazdığı mektuplar içeriği değiştirilmeden, alıntı olarak esere eklenmesi romanın fikrini doğru açıklamaya yardımcı olmuştur.

Han ve hanlık yönetiminin haktan uzaklaşması; kendi çıkarlarını düşünerek, hanlık yönetimini elinde tutmak amacıyla hanın Rus yöneticilerle sıkı bağlantıyı kaybetmemek için uzun yıllar çabalaması; halkın meselelerini gündeme getirip, çözüm üreten biyler heyetini güçsüzleştirip, tamamen ortadan kaldırması; otlak ve yerleşim yerlerinin halka adil paylaştırılmaması gibi durumlar Küçük жүзде hanlık yönetiminin yıkılmasına sebep oldu. Özellikle, hanın Elek ve Cem nehirleri kıyısındaki Kazak köylerini basmak için Rus askerlerini davet edip, mektup yazması hanlık yönetimini ortadan kaldırma ile ilgili Sırım baturun düşüncelerini netleştirerek, bu yolda hareket etmeye mecbur eder. Sırım'ın bu meselede halka istişare etmesi ve sonrasında karar alması çeşitli olayları betimleme esnasında anlatılır.

Yazar II. Ekaterina Kraliçenin Küçük жүз Kazaklarına yazdığı 1785 yılındaki Açık mektubundan alıntı yaparak, kendi fikirlerini ortaya koyarken mektubun anlamını değiştirmeden eserde güzel kullanabilmiştir. Belge metninin “Kırgız-Kaysak'ın Küçük ordasının bütün halkı ve halkın büyükleri” diye başlaması hanlık yönetimin göz ardı edilip, halkla doğrudan iletişim kurmak istemesi idi diyen yazarın düşünceleri eserde açıkça ifade edilmiştir. Yazar T.Abdik eserdeki Sırım'ın hanlık yönetimine karşı gelme fikrini doğru bulmuyor. “Hanlık yönetim sistemini ortadan kaldırmak – Rus Çarlığının amacı olmuştur ve her tarihi dönemde halkı yok olmaktan koruyan hanlık sistemi idi” (Toksanbay, 2012) fikrini ileri sürer. 1785 yılında Nuralı Han ve Rusya sınır yönetiminin baskısına dayanamayan Küçük жүз biyleri ve kahramanları hana, hanlık yönetimine karşı başkaldırdığı bellidir (Karboz vd., 2010). Yani, yazar bunu kaleme alırken tarihi gerçekler ile belgelere dayanmıştır.

Halk, türlü çetin dönemlerde zorluklar yaşasa da kendisine baskı yapan, âdil hükümdar olamayan hanı tahttan indirmeyi başardı. Rahat mekânı, huzurlu hayat, parlak gelecek ve hürriyet için mücadele eden kahraman hem biy (kadı) olan Sırım'a geleceklerini güvenerek teslim ettiler. İmparatorluğun amacı da Kazak halkının hanlık yönetimini yıkmak olmasına rağmen, Küçük жүз Kazakları bunu kendilerinin bağımsız tutumlarıyla

gerçekleştirdi. 1786 yılında II. Ekaterina’nın kararıyla Nuralı Han’ın tahttan indirildiği tarihten biliniyor. 1785 yılında Küçük жүз halkının katılımıyla gerçekleşen “Halk Meclisinde” Sırım üç büyük boyun biylerine başkan olarak seçildi. Bu olayın eserde işlenmesiyle onun “Ebedi Devlet” konsepti içerisinde yer aldığını söyleyebiliriz.

“Kut” ve “Atayurt”. “Kut” konseptinin etimolojisi, tarihi katmanları eski Türklük döneminin bilimsel ve edebi eserlerden başlıyor. “Atayurt” konseptinin de tarihi-coğrafi, kültürel oluşumu uzun dönemleri kapsar. “Zor Dönem” (“Tap kezең”) romanında “kut” ve “atayurt” konseptini oluşturan katmanlara yer verilmiştir.

Kazak edebiyatına kutlu yer arama motifi eski devirlerden başlar. Sözlü edebiyat örneklerdeki Korkut, Asan Kaygı gibi büyük şahsiyetlerin isimleri de halka güzel mekân, kutlu yer arama motifiyle birlikte anılır. Asan Kaygı’nın halkın yaşaması için elverişli olup olmadığı ile ilgili kırk beş mekân/yer hakkında söylediği değerlendirmesi vardır (Karenov, 2016). Asan Kaygı Yayık nehrini gördüğünde suyu ve yeşil doğası halka elverişli, hayvan için verimli demiştir. Bu ulu zatın tahmin ettiği gibi Yayık nehrinin etrafı Kazakistan’ın batısında yaşayan Kazaklar için kutlu mekân olduğu eserde ustalıkla betimlenir. Rus, Rus Kazakları ve Kalmakların sık sık saldırdığı “zor dönemde” (“Tap kezең”) – XVIII. yüzyılda İdil-Yayık, Cem-Sağız, Kobda-Elek, Bestamak-Sağa nehirleriyle beraber, birçok mekân huzurunu kaybetmiştir. Böyle yerlerden biri olan Karakamış’ın hayvanından ve insanından ayrılmasından sonraki dönemdeki durumu romanda Sırım’ın iç dünyasındaki düşünceleriyle anlatılır.

Yine bir yerde iç dünyasındaki acı çekişi şiirle anlatılıp, kopuz olup ses verir. Yazar burada şair Murat Mönkeuli’nin “Üç Kiyan” adlı eserindeki mısraları kullanır.

Sırım’ın atayurttan ayrıldığındaki hüznü durumu şair M.Mönkeuli’nin şiiriyle anlatılır. Bu mekânları Ruslar ve Rus Kazakları sahiplendiği için Kazaklar arasında hayırsız, kutsuz sayılır.

Yazar eserin anlamsal estetiğini oluşturmak için mekânlarla ilgili şu alıntıları kullanır. Batı bölgesindeki atayurdun asıl sahiplerini tarihi materyaller ışığında ele alır. “Şu Narın denilen kum – Narınbay zenginin yeri”, “Sarığöl, Samar gibi sular – Samarbay zenginin yeri”, “Balığı tay gibi coşan, kurbağası koyun gibi gürültü yapan, şu Yayık denilen suyunuz – Yayıkbay zenginin yeri”, “Borsık’ın kenarı, Boz Komis – Janbırşı’nın oğlu Telağıs zenginin yeri”, “İdil denilen suyunuz – Edilbay zenginin yeri”, “Altıata’nın öteki tarafı, Talekpe’nin beriki tarafı, şu Sakmar denilen suyunuz – Edige biy’in yeri”, “Beseşki, onun İdil tarafı, Bulğırdağ’ın kenarı, Badaşı denilen geniş çalılık – yiğit Sidak’ın yeri”, “Adırmaktı Aladağ – yiğit Orak’ın yeri” (Mukhanbetkaliuly, 2018).

Sırım Batur gözünün önünde halkı gidip boş kalan yurtları Ruslara vermemek için “on sekiz yıl savaşıp ölen Ormanbet Biy’in yolunu isteyerek tercih eder” (Mukhanbetkaliuly, 2018).

Eserde Yayık nehriyle ilgili olarak bir kişinin adını kasten değiştirerek, farklı şekilde kullanılmasını sağlamaya çalıştığı hakkında şu bilgiye yer verilir. “Ondan sonrasında Orınbor bölgesinde pek bir değişiklik olmadı desem yanlış söylemiş olmam diye düşünüyorum. Çünkü hâlâ Yayık’tan, özür dilerim... hmm Ural’dan ileri bir bile atamıyoruz” (Mukhanbetkaliuly, 2018). Roman metninde Yayık adı ile ilgili tarihi bilgi yazarın dipnotunda şöyle anlatılır. “Ural – E.Pugaçev ve Yayık Kazaklarının isyanını tamamen unutturmak için II.Ekaterina Yayık’ı Ural olarak adlandırma kararı çıkartmıştır” (Mukhanbetkaliuly, 2018).

Abilhayır Hanın atayurt için savaşma konusunda söylediği şu sözler eserde oldukça yerinde kullanılmıştır. “Uzunca akan Yayık’a yaklaştırmayız! – deyip, atlı Rus Kazakları uğraşılıyor; Babanız Abilhayır Hanın dediği gibi: “Yayık’ın suyu çekilip, dibi kuruyana kadar, buradan Kazaklar hiçbir yere gitmeyecek!” deyip onlara karşı gelerek biz uğraşyoruz!” (Mukhanbetkaliuly, 2018).

Kazak Halkının Birlik, Beraberlik, Kardeşlik Değerleri ile İyimserlik, Hümanizm Özelliklerinin Betimlenmesi

“Zor dönemde” (“Tap kezең”) Kazakları millet olarak yok olmaktan kurtaran birlik, beraberlik, dostluk gibi manevi değerler romanda önemli unsura dönüşmüştür. “Ben söylersem, kardeşler, önce şu Karakamışdaki halkı hemen göndermek lazım dediklerinizi doğru buluyorum. ...Niye dersiniz ya?!” – dedi sözlerine devam ederek. İlk olarak, yarın tüfeğini alıp Rus gelirse, onun önüne engel olmaya, etraftaki küçük köyler uzayıp gidene kadar düşmanı durdurmaya, şu Karakamışta kışlamakta olan kalabalık Baybaktı boyunun yiğitlerinden başka kimsen yok!!! Yani, her aileden bir asker çıkaracak olan iki bin evden oluşan Baybaktı’yı önce göç

ettirirseniz, onların ülkeyi koruyacak yiğitleri de daha erkenden hazır etmiş olursunuz” (Mukhanbetkaliuly, 2018).

Kazakların Rus ve Rusya Kazaklarının askerlerinden birlikte hareket ederek korunmaları anlatılırken XVIII. yüzyılda Küçük Jüz Kazaklarının Tana boyuna mensup meşhur Malaysarı biy’in hatipliğine nazaran halka akıl verip, yol göstermedeki statüsü ön plana çıkarılmıştır. Kazakistan’ın Batı bölgesindeki Kazak boylarının Rus ve Rusya Kazaklarının askerlerinden korunma amaçlı atayurtlarından göç edip, uzaklara gidip yerleştiklerinden bahseden kısa epizotlarda Malaysarı biy halkın çıkarlarını düşünen bilge, kadı olarak tarihi şahsiyetiyle tanıtılır. Yani, yazar meşhur Kazak biy’ini betimlemede tarihi gerçekten uzağa gitmemiştir.

Savaşların sürdüğü dönemde halkın geri çekilmemesini, zorluklara karşı durmasını sağlayan Kazakların söz sanatı, inanç, ümit gibi özellikleri idi. Düşman askerlerinden korunmak için küçük köyleri çabucak gözden ırak, tehlikesiz bölgelere gönderme işinde göçü başlatıp öncülük eden Kazak yiğitleri zor dönemlerde söz sanatındaki ustalıkları, latife ve hazırcıvaplılık özellikleriyle de göze çarptı. Romanda Aldabergen biy’in kendi oğlu genç Azamat ile diyalogu esnasından sözden yenilip, söz söyleme ve halkı yönetme işini oğluna devretmesi; Azamat’ın söz sanatının ustası, hatip olarak halkın arasından sıyrılıp çıkıp toplumun önünde konuşması gibi Kazaklara has özelliklerin işlenmesi eserin edebi güzelliğini artırmıştır.

Sonuç olarak, “Ebedi Devlet” edebi kavramı ile ilgili yazar K.Muhanbetkaliuly’nın “Zor Dönem” (“Tap кезең”) adlı romanını inceleme esnasında aşağıdaki neticelere ulaşıldı.

“Zor Dönem” (“Tap кезең”) romanında “Ebedi Devlet” konseptinin:

- “Ebedi Devlet – Kazak”;
- “Ebedi Devlet – atayurdun hürriyeti”;
- “Ebedi Devlet” – adaletli hükümdar yöneten halk” gibi alt başlıkları tespit edildi. Bunun dışında söz konusu konseptinin “Orınbor”, “Kut”, “Kazak”, “Atayurt” gibi makro-mikro başlıklarıyla beraber, din, birlik, beraberlik, kardeşlik v.b. değerleri bir birini hep tamamlayan, “Ebedi Devlet” konseptinin içeriğini zenginleştiren yapılar olarak ele almaya çalıştık. Edebiyat bilimi kuram ve kavramları ışığında eserin ana fikri belirlenip, tarihi belgelerle desteklenen edebi yapısı incelendi.

Teşekkürler. Günümüz Kazak edebiyatını, onun içinde büyük romanları (roman türünü) bilişsel yönden araştırma yeni imkanlar ve bilgilere yol açacaktır. Böyle araştırmalara yoğunlaşmak milli edebiyat bilimdeki eski teorik paradigmaların günümüze kadar var olan başarısını kaybettirmeyecek, onu yeni bilimsel bilişsel yönden daha da geliştirecek. K.Muhanbetkaliuly’nın “Zor Dönem” (“Tap кезең”) romanındaki ebedi milli- bilişsel manevi değerler ve kavramlar “Ebedi Devlet” konseptini araştırmaya sebep olmuştur.

KAYNAKLAR

- Askoldov, A.S. (1997) Konsept i slovo // Russkaya slovesnost. Ot teorii slovesnosti k structure teksta. Antology, M.: Academia, 267-279.
- Abjanov, H. (2014). Kazakistan: ulttiq tarih, idea, metodologiya, Almatı: Eltanım, 328.
- Kazakistan. Ulttiq entsiklopediyası (2007) // Baş editör B.Ayağan. Б.Аяған. Almatı: Kazak entsiklopediyasının Bas redaksiyası, 688.
- Karboz, E. & Mısaev M. (2010). Qazaq adebyeti, Entsiklopediyalıq anıktamalık, Almatı: Aruna Ltd, 576.
- Karenov, R. S. (2016). Asan Kayğı cırau – elge uyıtkı, akılgöy atanğan, dualı auızdı dala filosofi <https://articlekz.com/kk/article/15712>. (ErişimTarihi: 14.07.2016).
- Mukhanbetkaliuly, K. (2018). 4 cilteli eserlerin toplanması, Tar kezeng: tarihi roman, Almatı: Mereke baspası, 584.
- Mukhanbetkaliuly, K. (2012). Bastı şıǵarmam – “Tar kezeng”. <http://www.aktobegazeti.kz/p=20175>. (ErişimTarihi: 26.11.2012).
- Rısbergen, K. (2011). Ulttiq onomastikanın lingvokognitivtik negizderi, Almatı: Daik-Press, 328.
- Toksanbay, K. (2012). Jıyırma jıl jazılğan roman, (ErişimTarihi: 26.11.2012).

ICONSR 2018

EFL Teachers' Use of Facebook Groups as A Form of Informal E-Mentoring Tool

*Emrah CİNKARA*⁵, *Ceylan ERDOĞAN*⁶

INTRODUCTION

Teacher education is vital component of educational system. Great teachers create great students and support student achievement. So it is important that teachers improve themselves in harmony with digital era and developing world. On teachers' professional development, the significance of online tools considerable. These tools includes different types of learning, teaching and mentoring relationships. E-mentoring is a way of supporting transition of knowledge among novice and experienced teachers. Teachers use different social media tools for mentoring. E-mentoring gives teachers from all around the world a chance for communication on their teaching skills and the problems they face in their classes. Bierema and Merriam (2002) support that e-mentoring provides an opportunity to teachers for communication regardless of their geography and culture.

Facebook is a kind of social media, used for either interactive, educational, informational or entertaining purposes. It is considered as the most common and popular website that is a great help for teachers. There are some mentoring groups on Facebook used by EFL teachers. They share their ideas, lesson plans and their problems about their content and pedagogical knowledge. They create an entry and share their experience under these entries with their comments and words. Their entries and comments include their experiences, content knowledge, pedagogical knowledge, classroom management knowledge, career development and suggestions to each other. (Cinkara & Arslan, 2017). This study analyses EFL teachers' talks and determine these e- mentoring groups' effectiveness with the help of interview to the teachers.

1. AIM OF THE STUDY

In 21st century, teaching is a complex and multidimensional occupation. Because there is not only one type of teaching. It includes different approaches, techniques and methods and each teacher has different teaching style. Everything is changing, the world is changing, the people are changing and the things that we used yesterday do not meet our needs today. In order to keep up with the times, teachers benefit from many things to improve their teaching skills. They benefit from course books, curriculum, workshops technology, and social media. During recent years teachers take advantage of Facebooks. Facebook is a platform that utilizes learning and teaching. There are many e-mentoring groups in Facebook and the significance of e-mentoring groups on teachers' development is considerable. Mentoring groups ensures the transition of knowledge and pedagogical skills continuously. Philips and Fragoulis (2010) claim that mentoring strengthens teachers' knowledge base, improves communication skills, enhances leadership, teaching and coaching skills, produces more reflective practitioners enhances intrinsic satisfaction and demonstrates personal and professional development of self and colleagues. According to Ellinger et al. (2008) mentoring programmes increase inclusion and participation and enhance personal and professional empowerment.

Among the recent studies, there is only one research on the nature and functionality of informal e-mentoring for English-language teachers. In this way, this study has great importance as it will fill the gap in related literature. It will show that the usage of Facebook mentoring groups has variety in terms of functionality. It investigates the use of social media in Turkey as a form of informal e-mentoring for English-language teachers.

Furthermore the participants chosen randomly out of the sample group will be interviewed. This interview will demonstrate whether the usage of Facebook mentoring groups effect teachers' professional development and teaching skills or not. This study will provide data on the use of Facebook as a tool of mentoring. The study will look the usage of mentoring groups in Facebook from different perspectives. It will shed light on teachers' perceptions on using mentoring groups on Facebook. This study is significant in that it

⁵ Marmara University, Faculty of Technology, Kadıköy, Istanbul, Turkey. aozbek@marmara.edu.tr

² Corresponding author: Bayburt University, Faculty of Applied Sciences, Bayburt, Turkey. yusuf.esmer61@gmail.com

will facilitate interactions in these mentoring groups among EFL teachers. The data collected from EFL teachers could support the mentoring component of a teacher education.

The purpose of this study is to analyse EFL teachers' talks and determine these e-mentoring groups' effectiveness with the help of interview to the teachers by gathering data from a Facebook e-mentoring group including EFL teachers' talks, classifying these talks under titles and determining the frequency of them and finally; interviewing with the teachers from the members in a group chosen on Facebook about the effectiveness of this e-mentoring group.

1.2.Araştırma Soruları

This study will be guided with the following research questions:

- 1) Which topics do EFL teachers write entries on the Facebook mentoring group?
- 2) Which topics attract the most interaction, determined by the number of comments and words-per-entry?
- 3) Which topics attract the least interaction, determined by number of comments and words-per-entry?
- 4) Do EFL teachers see any benefits in using E-mentoring groups on Facebook in teaching English as a second language (L2)?
- 5) What are the EFL teachers' perceptions about the use of E-mentoring groups on Facebook in English language teaching?

3. METHOD

This study includes a group people who are members in e-mentoring groups on Facebook. A mentoring group was determined on Facebook whose members are all EFL teachers. This group is used by EFL teachers for the purpose of mentoring. The group members' entries and related comments instead of the posts of individual members were investigated. Because it is very difficult to analyse whole group entries, six-week duration was selected randomly. The entries were selected between May 12th and June 23rd in 2018. Therefore, a convenience sampling strategy was utilized. This study investigated a group of "Innovative Teachers of English" (ITE) as a form of informal e-mentoring. ITE is a closed group created for only English language teachers' information exchange on various topics. It is a crowded group with 230.392 members on Facebook. In this study all group members were included but the data was gathered from only the members who engaged in entries or made a comment between the given duration. This study is qualitative and quantitative research. It consists of two steps; the content analysis of the use of Facebook as a form of mentoring by EFL teachers, the content analysis of EFL teachers' perceptions on use of mentoring groups on Facebook. The content analysis was used to classify the topics that teachers talk about in their entries and comments and evaluate the results of interview that conducted to the 10 EFL teachers from the group.

For the data collection process started after written permission from the manager of ITE. The researcher used a purposive selection to determine an appropriate group on Facebook for this study. Because the group members are high number and majority of them are EFL teachers this group was selected. The researcher analysed determined entries and recorded under general headings. In addition, semi-structured focus group interviews were conducted to 10 EFL teachers who are members of the ITE group. The interviews were transcribed and analyzed qualitatively. While structuring the questions for the interview, a great deal of attention was paid. The questions were clear and understandable for teachers. In order to ensure that the categories and the data are reliable and valid, they were presented to a supervisor with a doctorate degree in English Language Teaching. The supervisor gave feedback on evaluation of comments, categorization and the questions for the interview. After the supervisor analysed them the final categorization was defined and the researcher was guided by the second data analysis. Entries, comments and words were tagged based on their purposes. The records were analysed qualitatively and quantitatively. The qualitative analyses were consisted of the investigation of entries based on their purposes and contents.

DISCUSSION

This study determined the use of a Facebook group as a form of informal mentoring among EFL teachers in English language learning and explored that the reasons why EFL teachers use Facebook and Facebook facilitates these EFL teachers' teaching skills. Specifically, in this study, a mentoring group on Facebook was chosen and the results of the study demonstrates the most common problem areas that EFL teachers face.

It is important to understand how EFL teachers are engaged in mentoring groups on Facebook and how much these mentoring groups are effective on these EFL teachers. This study analysed the contents of each mentoring topic quantitatively and provided qualitative examples clearly from comments and entries. The findings showed experiences and knowledge of EFL teachers on different topics about their pedagogical knowledge, pedagogical content knowledge, content knowledge, resources and career development. Also the findings based on the interview results conducted to the teachers from the group revealed that how much Facebook mentoring groups are effective for EFL teachers.

KAYNAKLAR

Cinkara, E., and Arslan, F. Y. (2017). Content analysis of a Facebook group as a form of mentoring for EFL teachers, *English Language Teaching*, 10(3), pp. 40-53.

Arslan, F. Y., Cinkara, E., Bağçeci, B., and Kervancıoğlu, Ş. (2016). Mentoring as a Professional Development Activity for EFL Teachers: A Case of a Tertiary Level English Preparatory Program, *Mustafa Kemal University Journal of Graduate School of Social Sciences*, 13(34), pp. 150-165.

Sasser, A. H. (2018). *Novice Teachers' Perception of Mentoring and Teacher Retention*, Georgia Southern University, Statesboro, Ga.

ICONSR 2018

ICONSR 2018

İslam Öğretisinde Hizmetkar Liderlik

Oğuzhan AYTAZ⁷, Şerife SOYLU⁸

GİRİŞ

Yönetim alanında en çok tartışılan ve araştırılan konuların başında gelen liderlik gelmektedir (Güney, 2007: 357). Çünkü başarılı liderlik davranışlarının ve özelliklerinin yöneticilerin etkinliğine ve kontrol alanına pozitif yönde katkı sunduğu görülmektedir. Liderlik kavramı insanlık tarihiyle birlikte eş zamanlı olarak var olagelmış ve sosyal oluşumların bulunduğu her alanda kendini göstermiştir (Akan vd., 2014; Hackman ve Johnson, 2013: 2). İnsanoğlunun sosyal bir varlık oluşu, gruplar halinde yaşamaya olan eğilimi, örgütlerin önemini daha da artırarak liderlik kavramının önemini desteklemektedir (Parlak, 1997: 114).

Liderliğin farklı açılardan incelenmesi bu konuyla ilgili farklı tanım ve türlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yukl, 2010: 20). Bu çeşitliğin temel neden insanların ve toplumların liderliğe bakış açısıdır. Yani birey ve toplumun sahip olduğu kültürel özellikler kapsamında liderliğe olan yaklaşımları değiştirmektedir. Toplumları, örgütleri, iş birimlerini teknolojiye ziyade insan odaklı bakış açısı ve insan odaklı fikirler şekillendirmektedir.

Klasik yönetim anlayışının liderliğe bakış açısının örgütsel amaç odaklı olduğu bilinmektedir. Klasiklere göre astların davranış ve tutumlarının liderlik açısından ihmal edildiği bilinmektedir. Klasiklere eleştiri niteliğinde gelişen davranışsal yaklaşım örgütün sosyal bir sistem, kültür ve grup birlikteliğine dayalı dengeli bir organizma olmasından yola çıkarak liderliğe insani değerler açısından atıf yapmaktadır (Zel, 2011:108).

Yöneticilerin sahip olduğu eğitim, karakteristik özellikler ve demografik özelliklerin yanı sıra yaşadığı toplumun insana yönelik bakış açısı liderlik tarzını şekillendirmektedir. Durumsallık yaklaşımı açısından ideal bir örgüt biçimi ve ideal bir yönetim modeli olmadığı gibi ideal bir liderlik türünün bulunmadığı ifade edilmelidir. Çok farklı özelliklere sahip olmalarına rağmen örgütlerinde çok büyük başarılar elde eden liderler bulunmaktadır. Dolayısı ile standart özelliklere ve davranış biçimlerine sahip tek tip başarılı lider türü bulunmamaktadır (Akdemir ve Özer, 2018: 40).

Liderliğin belli başlı tanımlarının bulunmasının yanında, liderler ortak amaçlara ulaşmak için birbirinde farklı tarzda etki gösteren davranışlar sergilemektedirler. Liderlik konusunda geçmişten günümüze kadar farklı teoriler ve yaklaşımlar ortaya atılmıştır (Akdemir ve Özer, 2018: 40). Bu farklılıklar ve yönetim organizasyon alanındaki gelişme ve değişimler birden fazla liderlik tarzının oluşmasına neden olmuştur. Yukl'a (2010) göre liderlik ortak amaçlara diğerlerine etki ederek ulaşmaktır. Genel anlamda liderliği belirli bir insan grubunu belirli amaçlar doğrultusunda toplayabilme, harekete geçirme ve etkileyebilme yeteneği olarak ifade edebiliriz (Zel, 2011: 110). Yönetimin başkaları aracılığıyla iş görme sanatı olarak ifade edilmesi, bu sanatın liderler tarafından iyi icra edildiğini göstermektedir.

1.HİZMETKAR LİDERLİK

Klasik yaklaşımın teorisyenleri çalışanları makine olarak kabul etmiş, etkinlik ve verimlilik kavramlarını tamamen mekanik bir çerçevede değerlendirmişlerdir. Neo-klasik yaklaşımı ise insan ve insanın sahip olduğu sosyo-psikolojik özellikler üzerinde durmuştur. Bu gelişmelerle birlikte motivasyon, iş tatmini, informal ilişkiler, stres, bağlılık ve liderlik gibi kavramlar araştırmacılar tarafından incelenmeye başlanmıştır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren insana verilen değerin artması, otokratik lider anlayışından katılımcı lider anlayışına doğru bir eğilime neden olmuştur (Eren ve Yalçıntaş, 2017:852).

1970 yılında Robert K. Greenleaf tarafından ortaya atılan hizmetkar liderlik; “Hizmetkar lider öncelikle hizmetkardır. Bu durum ilk olarak hizmet etme isteğine dair doğal bir hisle başlar. Sonrasında bilinçli seçimle liderlik arzusu gelir. Önce hizmet eden lider ile önce liderlik yapan lider iki ayrı uç noktada bulunmaktadır.”

⁷ Corresponding author: Karamanoğlu Mehmetbey University, Department of Business Administration, Karaman, Turkey. oguzhanaytar@hotmail.com

⁸ Karamanoğlu Mehmetbey University, Department of Business Administration, Karaman, Turkey. serifesoylu3406@gmail.com

olarak tanımlanmış (Greenleaf,1991:18) ve hizmetkâr liderlerin hizmet etme isteğinin “doğal” bir his olduğuna, liderlik yapmayı ise “bilinçli” olarak seçtiklerine değinmiştir (Bass, 2000: 19).

Hizmetkar liderliği diğer liderlik yaklaşımlarından ayıran temel özellik, çalışanlara hizmet yaklaşımıyla aldığından daha fazla verme ve kendi ihtiyaçlarından ziyade çalışanların ihtiyaçlarını dikkate alma eğilimidir (Akyüz ve Eren, 2013: 193). Bu açıdan bakıldığında "Hizmetkar Lider" fenomeninin daha manevi ve etik bir altyapısının olduğu söylenebilir. Şöyleki pek çok dini kaynağın bireyin mutluluğunu yardımlaşma, infak etme, ahlaki davranma gibi tutumlara dayandırdığı bilinmektedir.

2.İSLAM ÖĞRETİSİNDE HİZMETKAR LİDERLİK

Yirminci yüzyılın son çeyreğinde yönetim literatürüne Batılılar tarafından kazandırılan “Hizmetkâr Liderlik” kavramı liderliğe farklı bir perspektif kazandırmıştır. Yapılan tüm çalışmalarda bu felsefenin dini literatüre ve dini liderliğe dayandığını iddia edilse de hangi inanç sisteminin bu felsefeyi beslediği net olarak belirtilmemektedir. İslam sosyal hayatın tüm alanlarına yönelik rehber birtakım uygulama örnekleri içermektedir.

İslamda otorite tevhid inancı gereği tek elde toplanmıştır. Toplumsal hayatla ilgili birçok hüküm içeren Kur'an-ı Kerim yönetim biçimi ve siyasi yapı hakkında hüküm bildirmemektedir. Ancak Kur'an-ı Kerim, yönetici ve toplumsal yapının uyması gereken birçok ilke bildirmektedir. Yöneticinin adil olması bu ilkelerin en temel ve geneli olarak karşımıza çıkmaktadır. İslam öğretisinin iki temel başvuru kaynağı bulunmaktadır. Birincisi Kur'an-ı Kerim, ikincisi ise Hz. Peygamberin davranış, tutum ve söylevlerini içeren sünnet kavramıdır.

Çalışma amacının “Hizmetkâr Liderlik” olgusunu destekleyen söylemleri ortaya koyarak İslam öğretisi içindeki yerini ve önemini tespit etmek oluşu, birincil kaynakların incelenmesini gerektirmektedir. Bu kapsamda Kur'an-ı Kerim ve Hadis Kaynaklarında yer alan bir topluluğu (grup) iyiye, doğruya, güzele yönlendiren; infak etme ve adaletli davranmaya teşvik eden yönetim ve yönetici temalarıyla ilişkili ayet ve hadisler taranmıştır. Bu kapsamda yönetici ve yönetim anlamı taşıyan kavramlar esas alınarak sınıflama yapılmıştır. Çalışmaya temel teşkil edecek olan Kur'an-ı Kerim ayetleri Diyanet İşleri Başkanlığı Mealinden, sünnet içerisinde önemli yeri olan hadisler Kütüb-i Sitte içerisinde taranarak tespit edilmiştir.

2.1. Hizmetkar Liderlik Olgusunu Destekleyen Ayetler

Çalışma kapsamında “Hizmetkâr Liderlik” olgusunu destekleyen yönetim ve yönetici temasıyla ilişkili ayetler aşağıda belirtilmiştir (DİB, 2011):

Ali İmran 92. *Sevdiğiniz şeylerden (Allah yolunda) harcamadıkça "iyi" ye eremezsiniz. Her ne harcarsanız, Allah onu hakkıyla bilir.*

Ali İmran 104. *Sizden, hayra çağıran, iyiliği emredip kötülüğü meneden bir topluluk bulunsun. İşte onlar kurtuluşa erenlerdir.*

Ali İmran 159. *O vakit Allah'tan bir rahmet ile onlara yumuşak davrandın! Şayet sen kaba, katı yürekli olsaydın, hiç şüphesiz, etrafından dağılıp giderlerdi. Şu halde onları affet; bağışlanmaları için dua et; iş hakkında onlara danış. Kararını verdiğin zaman da artık Allah'a dayanıp güven. Çünkü Allah, kendisine dayanıp güvenenleri sever.*

Nisa 114. *Onların fısıldaşmalarının birçoğunda hayır yoktur. Ancak bir sadaka yahut bir iyilik yahut da insanların arasını düzeltmeyi isteyen (in fısıldaşması) müstesna. Kim Allah'ın rızasını elde etmek için bunu yaparsa, biz ona yakında büyük bir mükâfat vereceğiz.*

Maide 2. *Ey iman edenler! ...bir topluma karşı beslediğiniz kin sizi tecavüze sevk etmesin! İyilik ve (Allah'ın yasaklarından) sakınma üzerinde yardımlaşın, günah ve düşmanlık üzerine yardımlaşmayın. Allah'tan korkun; çünkü Allah'ın cezası çetindir.*

Hadid 7. *Allah'a ve Resulü'ne iman edin. Sizi, üzerinde tasarrufa yetkili kıldığı şeylerden harcayın. Sizden iman edip de (Allah rızası için) harcayan kimselere büyük mükâfat vardır.*

Hud 29. *Ey kavmim! Allah'ın emirlerini bildirmeye karşılık sizden herhangi bir mal istemiyorum. Benim mükâfatım ancak Allah'a aittir. Ben iman edenleri kovacak değilim; çünkü onlar Rablerine kavuşacaklardır. Fakat ben sizi, bilgisizce davranan bir topluluk olarak görüyorum.*

Enam 160. *Kim (Allah huzuruna) iyilikle gelirse ona getirdiğinin on katı vardır. Kim de kötülükle gelirse o sadece getirdiğinin dengiyle cezalandırılır. Onlar haksızlığa uğratılmazlar.*

Ra'd 22. *Yine onlar, Rablerinin rızasını isteyerek sabreden, namazı dosdoğru kılan, kendilerine verdiğimiz rızıklardan gizli ve açık olarak (Allah yolunda) harcayan ve kötülüğü iyilikle savan kimselerdir. İşte onlar var ya, dünya yurdunun (güzel) sonu sadece onlarındır.*

Nahl 30. *(Kötülüklerden) sakınanlara: Rabbiniz ne indirdi? denildiğinde, "Hayır (indirdi)" derler. Bu dünyada güzel davrananlara, güzel mükâfat vardır. Ahiret yurdu ise daha hayırlıdır. Takvâ sahiplerinin yurdu gerçekten güzeldir!*

Enbiya 73. *Onları, emrimiz uyarınca doğru yolu gösteren önderler yaptık ve kendilerine hayırlı işler yapmayı, namaz kılmayı, zekât vermeyi vahiy ettik. Onlar, daima bize ibadet eden kimselerdi.*

2.2. Hizmetkar Liderlik Olgusunu Destekleyen Hadisler

Çalışma kapsamında "Hizmetkâr Liderlik" olgusunu destekleyen yönetim ve yönetici temasıyla ilişkili hadisler aşağıda belirtilmiştir (Canan, 2012):

1716 Amr İbnu Mürre

"Herhangi bir imam kapısını bir ihtiyaç ve istek sahibine, bir darda kalmışa örterse, kıyamet günü Allah da sema kapılarını onun ihtiyaç, istek ve darlığı karşısında kapatır"

[Tirmizî, Ahkâm 6, (1332, 1333); Ebû Dâvud, Harâc 13, (2948).]

1728 Hz. Ömer (radiyallâhu anh)

"Size emirlerinizin en hayırlıları kimlerdir, en şerirleri kimlerdir haber vereyim mi? Onların en hayırlıları sizlerin sevgisine mazhar olanlar, sizleri sevenlerdir; lehlerinde hayırla dua edersiniz, onlar da size hayır dua ederler. Ümerânızın şerirleri de sizin buğzeticilerinizdir, onlar da size buğzederler, siz onlara lânet edersiniz, onlar da size lânet ederler."

[Tirmizî, Fiten 77, (2265).]

1038 Muâz İbnu Cebel (radiyallahu anh)

"Gazve iki çeşittir: Birincisi kişinin Allah'ın rızasını aramak için yaptığı gazvedir. Bu maksadla gazve yapan imama da itaat eder, en kıymetli şeyini harcar, ortağına kolaylık gösterir, fesaddan kaçınır. Bunun uykusu da uyanıklığı da tamamen kendisi için ücret olur. Bir de övünmek, riyâkârlıkta bulunmak ve kendini satmak için savaşılan, imama isyan eden, arzda fesad çıkaran kimse vardır. Böyle gazveden asgarî ücreti bile elde edemez."

[Ebu Dâvud, Cihad 25, (2515); Nesâî, Cihad 46, (6, 49); Muvatta Cihad 18 (2, 466).]

1718 Hasan el-Basrî, Ma'kıl İbnu Yesâr (radiyallâhu anh)

"Allah bir kimseyi başkaları üzerine çoban yapmış, o da idaresi altındakilere hile yapmış olarak ölmüş ise, Allah ona cennetini kesinlikle haram eder."

[Buhârî, Ahkâm 8, Müslim, İman 227, (142); İmâret 21, (142).]

1375 Cübeyr İbnu Mut'im (radiyallahu anh)

"Ey Abdümenâfoğulları, sizden kim halkı idârede bir sorumluluk deruhte ederse, Beytullah'ı gündüz veya gece herhangi bir saatte ziyaret edip namaz kılanı sakın menetmesin."

[Tirmizî, Hacc 42, (868); Ebu Dâvud, Menâsik 53, (1894); Nesâî, Hacc 137, (5, 223); İbnu Mâce, İkâmetu's-Salât 149, (1254).]

5936 İyaz İbnu Hımar (radiyallahu anh)

"Allah Teala hazretleri, bana mütevazı olmanızı emretti. Öyle ki, hiç kimse hiç kimseye karşı b  b  rlenmesin, hiç kimse hiç kimseye karşı tecav  zde bulunmasın."

[M  slim, Cennet 63, (2865).]

SONUÇLAR

Etkili liderliğin ve yönetimin tek bir şekli ve reçetesi yoktur. Dünya genelinde pek çok disiplin ve yöntem, yönetim faaliyetlerinde kültürel özelliklerin dikkate alınması gerektiği üzerine uzla mı tır. Kültür, başta din olmak üzere farklı kaynak ve   gelere sahiptir. Dolayısı ile kültürün bileşimi olan inanç sistemleriyle uyumlu yenilikler, düşünce sistemleri ve i  modellerinin başarılı olma olasılığı çok daha yüksektir. Japon ulusunun ba arisında kültürel yapıya uygun i  modellerinin benimsenmesi ve uygulanmasının etkisi büyüktür.

Çalışmamın amacı temel  slam kaynaklarında "Hizmetkâr Liderlik" olgusunu destekleyen söylemleri tespit ederek,  slam dininin "Hizmetkâr Liderlik" olgusuna bakış açısını görebilmektir. Çalışma sürecinde "Hizmetkar Liderlik" kavramının,  slam   retisi içindeki yerini ve önemini tespit etmek için Kur'an-ı Kerim ve Hadis Kaynakları içerisinde yönetim kavramı odaklı bilgisayar destekli taramalar gerçekleştirilmiştir.  ncelenen kaynaklarda, insanlara ve ihtiyaç sahiplerine yardımcı olmanın, i leri kolayla tırmanın ve i birli inin desteklendiği,    tlendi i ve  v ld  i tespit edilmiştir. Özellikle başkalarının menfaat ve faydalarının kendi menfaatlerinin üzerinde g r lmesinin m kafatlandırılaca ı vurgulanmaktadır.  slam öğretisinde yer alan yardım etme, yol gösterme, iyilik etme gibi temaların Hizmetkâr liderlik olgusu açısından de erlendirilebilece i açıktır. Sonuç olarak hizmetkar liderlik olgusu açısından ele alınan temel  slam kaynakları içerisinde "Hizmetkâr Lider" fenomenini destekleyen ve besleyen yönlendirmelerin bulunduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Akan, D., Yıldırım, İ. ve Yalçın, S. (2014). Okul Müdürleri Liderlik Stili Ölçeğinin Geliştirilmesi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13 (51), ss. 392-415
- Akdemir, B. ve Özer E. K. (2018). Psikodinamik Yaklaşım Temelinde Liderlik, Social Sciences Studies Journal, 4 (13), ss. 39-50.
- Bass, M.B. (2000). The Future of Leadership in Learning Organizations, Journal of Leadership & Organization Studies, 7 (3), pp.18-40.
- Canan, İ. (2012). Kütüb-i Sitte Hadis Ansiklopedisi (Compact Disc, 1.0 Goldsoft Software Version), Ankara: Akçağ Yayınları.
- DİB, (2011). Kur'an- Kerim Meali, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- <http://www.kuranmeali.com/Arama.php?kelime=lider&meal=diyanetislerieski&sure=hepsi&tip=hepsi>, Erişim Tarihi: 15.07.2018.
- Eren, F. ve Yalçıntaş, M. (2017). Hizmetkar Liderlik İle İş Tatmini Arasındaki İlişki: Bir Havayolu Şirketi Örneği, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (16. UİK Özel Sayısı), ss. 851-864 .
- Greenleaf, R. K. (1991). Servant Leadership, <http://www.american.edu/spa/leadership/application/upload/Greenleaf,%20Servant%20Leadership.pdf>. Erişim Tarihi : 12.08.2018
- Güney, S. (2007). Yönetim ve Organizasyon, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım .
- Parlak, B. (1997). 21. Y.Y.' da Liderlik Sempozyumu (5-6 Haziran) Bildiriler Kitabı, Deniz Harp Okulu Komutanlığı, (2), İstanbul.
- Yukl, G. (2010), Leadership in Organizations, New Jersey: Prentic Hall.
- Zel, U. (2011). Kişilik ve Liderlik Evrensel Boyutlarıyla Yönetimsel Açıdan Araştırmalar, Teoriler ve Yorumlar, Ankara: Nobel Yayınevi.

ICONSR 2018

A Tipi Ve B Tipi Kişiliğin İş Yeri Mutluluğuna Etkisi: Assistt Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Elif ESENDEMİR⁹, Kürşat ÖZDAŞLI¹⁰

GİRİŞ

Günümüz iş ortamlarında çalışanların işyerinde iyi oluşları veya işyerinde mutlu olmalarının önemli olduğunu savunan pozitif psikoloji adı verilen bir anlayışın önemsendiği görülmektedir (Karacaoğlu ve İnce, 2013). Pozitif psikoloji ortalama bir bireyi esas alarak, değerlendirmeye tabi tutmaktadır. Bireyin davranışsal tutumundan ve yaşayışından yola çıkarak birey de neyin doğru gittiğini ve neyin hala oturtulmaya çalışıldığını, gelişmekte olduğunu bulmaya çalışmaktadır (Luthans ve diğ. 2007).

Caprara ve Cervore (2003) ‘nin de bahsettiği gibi psikoloji, geçmişten bu yana başarısızlık, çaresizlik ve tükenmişlik gibi, insan davranışlarının olumsuz ve karanlık kısmı üzerinde araştırmalar yaparken, pozitif psikoloji ile beraber kişiliğin aydınlık tarafına da uzanılmaya ve mutlu yaşama ulaşabilme gibi konular üzerinde de durulmaya başlanmıştır (Akt. Güler,2009).

Mutluluk kişinin yaşamdan aldığı hazdır. İş yeri mutluluğu da çalışanların iş ortamı içerisinde beklentilerine uygun geri dönüşlerin alınması ile mümkündür. Çünkü çalışanı mutluluğa götüren motive edici unsurlar; gelir, çalışma arkadaşları, çalışma koşulları, ücret, takdir edilme gibi faktörlerdir. Çalışan bu koşullar sağlandığı takdirde kendisini o örgüte ait hissedecektir. Mutlu olan çalışan hem kendi verimini hem iş verimini pozitif yönde arttırmaktadır (Çirkin ve Göksel,2016).

Lykken ve Tellegen (1996) ‘ e göre iş yeri mutluluğunu (öznel iyi oluşu) etkileyen üç temel faktör bulunmaktadır. Bunlar; yaşam şartları, amaçlı yaşam etkinlikleri ve genetik faktörlerdir. Yaşam şartları içerisinde; eğitim durumu, yaşanılan yer, medeni durum, ekonomik durum, yaş, cinsiyet gibi demografik özellikler yer almaktadır. Yapılan çalışmalar ve analizler doğrultusunda, yaşam şartlarının mutluluk üzerinde yaklaşık olarak % 10 oranında etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Amaçlı yaşam etkinlikleri ise mutluluğu % 40 oranında etkilemektedir. Bu kapsamda bireyin yaşama dair amaçlarını belirleme ve bu amaçları gerçekleştirme, inançsal gereklilikleri yerine getirme, diğer bireyler ile sosyal ilişkiler kurma ve yardımlaşma gibi davranışlar bulunmaktadır. Mutluluk üzerinde en büyük etki ise % 50 oranla genetik faktörler (denge noktası) olduğu ortaya konulmuştur. Bundan dolayı kişisel özellikler, bireyin sahip olduğu A tipi ve B tipi kişilik özellikleri de genetik faktörler çatısı altında değerlendirilmektedir (Akt. Güler,2009).

A tipi davranış biçimine sahip çalışanlar, iş ortamına daha duyarlı olmaktadır. Daima bir şeyler başarmak amacı içinde kendi kendileri ve iş arkadaşları ile rekabet halindedir. Boş zamanları yok denilecek kadar azdır çünkü bu kişiler boş vakitlerinde dahi bir şeyler üretmek ve başarmak arzusu ile dolu olmaktadır (Kunnanatt, 2003)

B tipi davranış biçimine sahip çalışan ise dengeli bir çalışma yaşamını prensip alarak boş vakitlerinde çalışma eylemi içinde olmaz dinlemeye ve sosyalleşmeye de zaman ayırmaktadır. Asla acele tavırlar sergilemezler ve rekabet etme gibi güdülleri bulunmamaktadır (Okutan ve Sütütemiz, 2015).

Bu çalışmada işyeri mutluluğunu etkileyen çalışma koşullarının aynı işyerindeki tüm çalışanlar açısından eşit olduğu varsayılarak, mutluluğu etkileyebilecek yegâne faktörün kişilik olduğu düşünülmüştür. Bu doğrultuda A ve B Tipi Kişiliklerin işyeri mutluluğu üzerindeki etkisi görülmeye çalışılmaktadır.

1.MATERYAL VE YÖNTEMLER

1.1.Kişilik ve A-B Tipi Kişilik Sınıflandırması

Kişilik kavramı, Latincedeki karşılığı olan “persona” sözcüğünden türemektedir. Latin dilindeki asıl manası, “maske” figürüdür. Oyun esnasında oyuncular maske kullanmakta ve yüzleri maskenin altında kalarak

⁹ Marmara University, Faculty of Technology, Kadıköy, Istanbul, Turkey. aozbek@marmara.edu.tr

² Corresponding author: Bayburt University, Faculty of Applied Sciences, Bayburt, Turkey. yusuf.esmer61@gmail.com

söylenen şarkılar ve konuşmalarda maskeden gelmektedir. Bundan dolayıdır ki “persona” ifadesi ile kişilerin farklılığını dile getirmek istenmektedir. (Yanbaşı, 1990:9). Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında kişilik hakkında birçok tanım yer almaktadır.

Buchanan ve Huczynski (1997:132)’e göre kişilik tanımı şu şekildedir; “*Bir insanı diğerinden ayıran ve nispeten kalıcı duygu, düşünce ve davranış kalıbıdır*”. Bu tanımda kişiliğin bir insanı diğer insanlardan ayırt etmeye yarayan temel özellikler olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu özellikler de duygu, düşünce ve davranış kalıplarıdır. Gurret’a göre ise kişilik bireyin rutin ve kendine has davranışlarla devam eden günlük yaşamı ile sınırlandırılmamaktadır. Bu tanıma ilaveten kişinin dış görünüşü, bedensel yapısı, sayısal ve sözel zekâsı ile gelişen karakteri de özellikleri arasına katılmalıdır. (Akt. Ensari ve Tuzcuoğlu, 1995: 51-63).

Kişilik insanların ayırt edici maddesidir aslında, insanları birbirinden ayırarak farklılıklarını ortaya koymaktadır. İnsanın doğası gereği kolay anlaşılır bir yapısı bulunmamaktadır bundan dolayı da her topluma veya insana ait fikirler, davranışlarda farklılık göstermektedir. Öyle ki insan, “bireysel” birtakım özellikler ile donanmış yaratıktır. Bu bireyselliği sağlayan tüm özelliklerde “kişilik” dediğimiz bireyin kendine has ve başka bir çevreye ve yahut bireye benzemeyen tutarlı davranışsal özelliklerin bütünüdür ifade etmektedir (Aytaç, 2001:2).

Buradan da anlaşılacağı üzere kişiliğin oluşum evresinde iki ana etmen bulunmaktadır bunlardan bir tanesi insanın doğuştan gelen kalıtsal (genetik) bir takım özellikleri ikinci ise dünyaya gözelerini açan bireyin o andan itibaren yaşayıp benliğinin oturacağı çevredir. Toplamların da bu çevre içerisinde var olması nedeni ile belirli ölçüde, bütün insanlar da bazı ortak özellikler yansıtmaktadır (Tınar, 1999: 93).

Moorhead ve Griffin, (1992: 463) A ve B Tipi Kişilik ayırımının ortaya çıkışı ile ilgili olarak şu tespiti yapmışlardır: “A tipi ve B tipi ki ilik ilk olarak iki kardiyolog Meyer Friedman ve Rosenman tarafından gözlemlenmiştir. Fikir ilk defa, oturma odasında sandalyelerini tamir eden döşemecinin sandalyelerin çoğunun sadece önden yırtıldığını söylemesi üzerine ortaya çıkmıştır. Bu durumdan, iki kardiyolog da kalp hastalarının çoğunun endişeli olduklarını ve otururken zor zamanlar geçirdiklerini anladılar. Bu gözlemi başlangıç noktası olarak kullanan ve kendi klinik uygulamaların da temel alan Friedman ve Rosenman hastalarının iki çok farklı davranış model tipi sergilediği sonucuna vardılar. Araştırmalar onları farklılıkların kişilik esaslı olduğu sonucuna götürdü A tipi davranış özelliklerine sahip bireyler; sınırlı bir ruh hali içerisinde olarak aceleci bir tutum sergilemektedirler, zaman onlar için çok değerlidir.” (Akt. Durna, 2004: 198)

A Tipi Kişilik sahibi insanlar, zaman kaybı yaşatacak planlama yapma gibi işler ile uğraşmak istemezler, kısa vadede büyük başarılar elde etmeye odaklı bir yaşam biçimleri vardır ve dolayısı ile insan ilişkileri oldukça zayıf kalmaktadır (İbrahimoğlu ve Karayılan, 2012:2). Durağan bir yaşamdan ziyade dinamik ve hareketli yaşamı tercih etmektedir. Mesai dışındaki zaman diliminde işleri ile meşgul olmakta aynı zaman da mesai arkadaşlarından da bu performansı beklemektedir. Onlara karşı bir kızgınlık yaşayarak içten içe kendilerini kıyaslamaktan alıkoymazlar, tahammül sınırları çok gelişmediğinden beklemeyi, reddedilmeyi sevmezler. A tip birey ile ilişkide; anlayışlı ve hoş görülü olmak, net ve açık bir şekil de kendini ifade etmek, manasız rekabete girmemek bu tip kişiler ile anlaşmada yararlı olmaktadır (Turul, 2000:2-4).

A tipi bireylerin tam tersi bir tutum ve davranış sergileyen B tipi kişilikler ise durum daha farklıdır. Zaman hususunda pek titiz davranmazlar ve iş ortamında veya sosyal yaşamlarında aceleci davranmayarak yavaştan almayı daha çok tercih etmektedirler. Yaşamda denge kurma prensibi ile hareket ederek, karar almada tutarlı davranışları kendilerini güven içerisinde hissetmelerine neden olmaktadır. B tipi kişilik uyumlu ve uysal bir karaktere sahiptir rekabet etme duygusu onlarda yok denecek kadar azdır bundan dolayıdır ki daha sakin ve saldırgan olmayan tavır takınmaktadırlar (Aktaş, 2001: 30-31).

B tipi birey, zaman odaklı olmadığı için hayatı daha rahat ve kolay yaşar hatta konuşmasında ses tonunda bile bu rahatlık ve sakinlik hâkimdir. Fakat bu durum A tipi birey için pek de söz konusu olan bir hal değildir. Diğer çalışma arkadaşları ile yarışmak gibi bir gayesi yoktur. Her daim B tipi kişilik kendinden emin olduğu gibi hâkim olduğu ortamdan da emindir (Durna, 2005: 277).

1.2. İşyeri Mutluluğu

Mutluluk kavramı ilk insan ile ortaya çıkarak günümüze değin gelen bir kavramdır. Farabi’ ye göre mutluluk bir nevi vicdani rahatlıktır. Vicdan da ilahi mutluluk ile mümkündür, bundan dolayı hakiki mutluluğa

giden yol bireyin kendi benliğini tanımasından geçmektedir (Özcan,1993: 59) Bundan dolayıdır ki; mutluluk esasında bireyin hayatı algılama şeklidir. Kişi kendine göre yorumladığı hayatın anlamlı ve huzurlu olduğunu düşündüğü ölçüde mutlu olmaktadır. Bu süreci etkileyen birçok değişkenle beraber en önemlisi de kişinin sahip olduğu karakteristik özelliğidir ve bu değişkenler her kişiye, topluma veya coğrafi bölgeye farklılık arz etmektedir (Şeker, 2011: 130).

İş yaşamında “olumlu duygulanım” olarak da ifade edilen mutluluk örgüt bireyinin çalışma arkadaşları ve üst yönetim ile arasındaki olumlu yönde gelişen bir etkileşimi tabir etmektedir. Örgüt bireyinin iş ortamında yaşadığı bu olumlu etkileşim geliştikçe arttıkça kişi örgütü için hep daha fazlasını yapma eğilimi gösterecektir (Voorde vd., 2012: 394)

Wilson (1967)‘ da kişinin sahip olduğu kişilik tipi ile mutluluğun bağlantılı olduğunu ve mutlu kişilerin daha hayat dolu, olumlu fikir üreten, özverisi yüksek, eğitilmiş, hayat standartları yüksek, akıllı ve inançlarına sadık kişiler olduğunu belirtmektedir (Wilson, 1967:298).

Çalışma ortamın da mutluluğu yakalayamayan çalışan, kendini ağır bir yükün altındaymış hissine kapılmaktadır. Bu da bireyin verimliliğini ve performansına doğrudan etki ederek sağlık maliyetlerini arttırmaktadır (Gülcan ve Nedimbal, 2014: 41-52).

Örgütsel mutluluk, bireylerin çalışma ortamlarında hedeflerine engel oluşturabilecek her türlü olumsuz fiili veya problemi asimile etmesi durumudur. Birey bu baş edebilme hazzını yaşadıkça mutluluk seviyesi artmaktadır. Diğer bir ifade ile ayrı ayrı bağımsız bir örgütsel mutluluk anlayışı söz konusu değildir, örgütsel mutluluk bir kuşatıcı araç görevi üstlenerek örgütün mutluluğunu açıklamaktadır (Bulut, 2015:24).

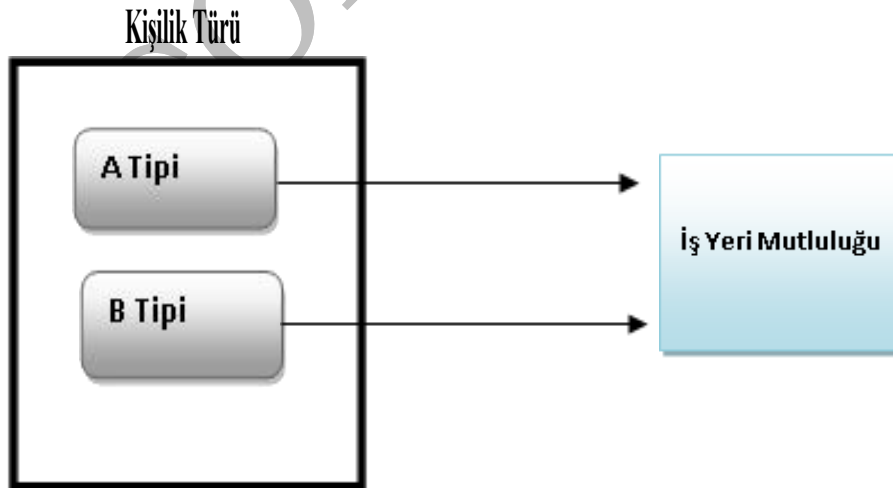
2. ARAŞTIRMA

Bu kısımda, araştırmanın amacı, evren ve örnekleme, ölçekleri, yöntem ve bulguları yer almaktadır.

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı; AsissTT çalışanlarının sahip olduğu A ve B Tipi Kişilik Özelliklerinin İş Yeri Mutluluğuna ne derece de bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktır.

2.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



Bu model ve yukarıdaki literatür taraması neticesinde aşağıdaki hipotezler test edilmektedir:

1. H1. A Tipi Kişiliğin İş Yeri Mutluluğu üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi vardır.
2. H1. B Tipi Kişiliğin İş Yeri Mutluluğu üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi vardır.

2.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni Burdur AssisTT Çağrı Merkezi çalışanlarından oluşmaktadır. Çağrı merkezinde toplam çalışan sayısı 270'dir. Anketi yapmayı kabul eden, 203 çalışandan dönüş olmuştur. Bunlardan; 61 ' i erkek çalışanlar, 142' si kadın çalışanlardır.

2.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın verileri anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır.. Birinci bölüm A Tipi ve B Tipi Kişilik anketi, ikinci bölüm İş Yeri Mutluluğu anketi ve son bölüm ise çalışanların cinsiyeti, yaşları, medeni durumları, çalışmakta oldukları departmanları; " Arza-Joker, Satış, Back Office "olarak ayırım yapılarak, mezun olunan bölüm ve kurumda ne kadar süredir çalışmakta olduğuna dair sorulardan oluşmaktadır. Verilerin analizi SPSS 16.0 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

A ve B Tipi Kişilik Ölçeği; yazında yer alan boyutlarını birer ifade olarak kapsar nitelikte olması nedeniyle Bortner derecelendirme ölçeğinin kısa formu (1966) 'n dan yola çıkarak hazırlanmıştır. A Tipi ve B Tipi kişiliğin kendi içerisinde 1 – 4 arası A Tipini, 4 – 8 arası B Tipini yansıtacak şekilde uyarlanarak kullanılmıştır (Aktaş, 2001: Erdoğan ve Zengin, 2012).

Katılımcıların AssistTT çalışanları olarak belirlenmesi söz konusu ölçeğin seçiminde en önemli etkindir. Çünkü yoğun çalışma şartları altında görev yapan katılımcıların soru sayılarının artması durumunda katılımda isteksizleşme ve ankete dâhil olmama eğilimleri olacağı varsayılmıştır (Özsoy, 2013: 80).

Duygusal (İşyeri) Mutluluk Ölçeği; ise WHO Collaborating Center for Mental Health, Frederiksborg General Hospital Psikiyatrik Araştırmalar Birimi tarafından oluşturulmuş ve işyeri bağlamında uyumlaştırılmıştır. Ölçek asıl halinde 6'lı likert ölçeği (her zaman-hiçbir zaman) biçiminde oluşturulmuştur. Ölçek, Alparslan (2017)'in çalışmasındaki hali ile beşli Likert (1.Bana Hiç Uygun Değil ve 5. Bana Tamamen Uygun) ölçekli olarak kullanılmıştır.

2.5. Veri Analizi Yöntemi

Verilerin Analizinde öncelikle frekans dağılımı ve ortalama gibi temel istatistikî analizler kullanılmıştır. Duygusal (İşyeri) Mutluluk Ölçeği için Türkiye'de daha önceki çalışmalarda güvenilirlik ve geçerlilik düzeyi belirlenen çok sayıda çalışma olmadığı için tanımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ayrıca oluşan tek faktör için güvenilirlik analizi Cronbach 's Alpha değeriyle tespit edilmiştir. A ve B Tipi Kişilik Ölçeği için ise, Türkiye'de daha önceki çalışmalarda güvenilirlik ve geçerlilik düzeyi belirlenen çok sayıda çalışma olduğu için tanımlayıcı faktör analizi yapılmamıştır. Boyutlar daha önceki çalışmaların doğrultusunda elle toplanmıştır.

Her bir boyut için güvenilirlik analizi Cronbach 's Alpha değeriyle tespit edilmiştir. Kişilik türlerinin İş Yeri Mutluluğu ile ilişkisini görebilmek için Korelasyon Analizi ve Kişilik türlerinin İş Yeri Mutluluğu üzerindeki etkisini görmek için Regrasyon Analizi yapılmıştır.

3.6. Araştırma Bulguları

Çalışmanın bu kısmında demografik bulgular, faktör ve güvenilirlik analizi bulguları ve korelasyon ve regrasyon analizlerinin bulguları verilmektedir.

Demografik Bulgular

Bu araştırmaya katılan AsissTT personelinin demografik özellikleri, frekans ve yüzdeler Tablo 1' de verilmektedir

Tablo 1: Çalışanların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Frekans	%
<u>Cinsiyet</u>		
Kadın	142	70,0
Erkek	61	30,0
<u>Yaş</u>		
20 - 25 yaş arası	143	70,4
26 - 30	39	19,2
31 - 35	15	7,4
36-40 yaş arası	6	3,0
<u>Medeni Hal</u>		
Bekâr	160	78,8
Evli	43	21,2
<u>Çalışılan Departman</u>		
Arza-Joker	106	52,2
Satış	74	36,5
Back Office	23	11,3
<u>Mezun Olunan Bölüm</u>		
Lise	27	13,3
Ön Lisans	88	43,3
Lisans	54	26,6
Çağrı Merkezi Bölümü	34	16,7
<u>Kurumda Çalışma Süresi</u>		
1 yıla kadar	105	51,7
1 – 2 yıl arası	70	34,5
2 yıldan fazla	28	13,8

Katılımcıların %70 ‘ i kadın, %30’ u ise erkektir. Yaş dağılımına bakıldığında çalışanların büyük çoğunluğu 20-25 yaş arasındadır. Bekâr olan çalışanların oranı %78,8, evlilerin oranı %21,2 ‘ dir. Çalışılan departmana bakıldığında, çalışanların % 52,2’lik kısmı Arza-Jokerde, % 36,5’lik kısım Satışda %11,3’ lük kısmı da Back Office dedir. Mezun olunan bölüm değerlendirildiğinde, çalışanların %43,2’lük oranı Ön Lisans mezunu, % 16,7’lik kalan da Çağrı Merkezi Bölümü mezunu olduğu görülmektedir. Çalışanların çalışma sürelerine bakıldığında, çalışanların yarısının, 1 yıla kadar çalıştığı, % 34,5’nin 1-2 yıl arası çalıştığı ve % 13,8 lik oranı da 2 yıldan fazla çalışanın karşılığı görülmektedir. Uzun süreli çalışanların oranı oldukça azdır. Bu durum, söz konusu kurumun işe alım ve çıkarmı devir hızının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

Faktör ve Güvenilirlik Analizi Bulguları

Faktör analizi için örneklem yeterliliğinin göstergesi olan KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,844 bulunmuştur. Bu değer 1'e yaklaştıkça değişkenler arasındaki ilişkilerin net olduğu ve faktör analizinin güvenilir sonuçlar vereceği söylenebilir (Field, 2000, akt. Akbulut, 2010:87).

Elde edilen KMO değeri örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. İş Yeri Mutluluğu değişkenine ait olan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen Barlett Testi sonucu da "**546,922; p<0,01**" anlamlı çıkmıştır. Duygusal (İşyeri) Mutluluk Ölçeği üzerine yapılan faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 2: Duygusal (İşyeri) Mutluluk Ölçeği Faktör Yükleri ve Güvenilirlik Düzeyi

MADDELER	Maddelerin Aldığı Ortalamalar	Faktör1 (İşYeri Mutluluğu)	Cronbach 's Alpha Değeri
		Faktör Yükleri	
M3. İş yerimde sevdiğim ve ilgimi çeken görevler yapmaktayım	3,3645	,904	0,857
M4. İş yerimde kendimi enerjik ve hareketli hissedirim	3,4187	,890	
M1. İş yerimde kendimi neşeli ve keyifli hissedirim	3,5123	,879	
M2. Sabahları ile gelirken, kendimi dinç hissederek gelirim	2,9901	,787	
M5. İş yerinde gergin – sinirli bir ruh halim vardır	3,4778	,521	

Tablo da görüldüğü üzere M1 ile M5 arası kodlu maddeler duygusal (iş yeri) mutluluğunu ölçen maddelerdir ve tek bir faktör altında toplanmıştır. Oluşan ölçeğe ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen tutarlılık katsayıları (Cronbach 's Alpha değeri) sonucu 0,857 'dir. Ölçeğin yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Aynı zaman da ölçeğin tek bir yapıyı ölçtüğü ve yapısal geçerliliğe sahip olduğu da söylenebilir.

Tablo 3: A ve B Tipi Kişilik Ölçeği Faktör Dağılımı ve Güvenilirlik Düzeyi

MADDELER	Maddelerin Aldığı Ort.	Faktör 1 (A Tipi)	Faktör 2 (B Tipi)	Cronbach's Alpha Değerleri
A1. Randevulara gecikmeyi hiç sevmem	4,3990	,883		0,868
A2. Yarışmayı ve rekabeti severim	4,1133	,824		
A3. Çoğu zaman aceleci ve rekabetçi davranırım (yemek-yürümek)	4,0345	,823		
A4. İşimi aşırı derece de önemserim	4,1527	,861		
B5. Kazanmak değil hayattan zevk almak önemlidir	3,9852		,786	0,689
B6. Önemli bir işim olsa bile kendimi zaman baskısı	3,1281		,653	

altında hissetmem				
B8. Duygularımı rahatça ifade ederim	3,9163		,851	

Tablo da görüldüğü üzere A1-A4 arası maddeler A tipi kişiliği, B5-B8 arası maddeler ise B tipi kişiliği ölçen maddelerdir. Maddeler arasında her iki faktöre de hizmet ettiği için B7 analizden çıkarılmıştır. Oluşan ölçeğe ilişkin yapılan güvenirlik analizi sonucunda elde edilen iç tutarlılık katsayıları (Cronbach Alpha değerleri) sırasıyla, ,868 ve ,689 'dır. A tipi kişilik ölçeğinin yüksek düzeyde güvenirliğe, B tipi kişilik ölçeğinin ise oldukça güvenilir düzeyde geçerliliğe sahip olduğu görülmektedir.

Korelasyon ve Regrasyon Analizi Bulguları

Araştırma hipotezlerinde ileri sürülen boyutlar arası iliksilerin niteliğinin açıklanması amacıyla gerçekleştirilecek olan regresyon analizinden evvel, boyutlar arası ilişkilerin varlığını belirleyebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır. İş yeri mutluluğu, A tipi kişilik ve B tipi kişilik boyutları arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen pearson korelasyon analizi bulguları tablo 4'teki korelasyon matrisi özet tablosunda verilmiştir.

Tablo 4: Korelasyon Analizi Özet Tablosu

		A tipi	B tipi	A ve B Tipi
İş Yeri Mutluluğu	Pearson Anlamlılık	,308** ,000	,255** ,000	,503** ,000
**0,01 düzeyinde anlamlı ilişki				

Korelasyon analizi bulgularında, iş yeri mutluluğu ile A tipi kişilik yapısı arasında pozitif yönde anlamlı ($r=,308$, $p<0,01$); B tipi kişilik yapısı ile pozitif yönde anlamlı ($r=,255$, $p<0,01$); bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir. Ayrıca A tipi ve B tipi yapılar da kendi aralarında pozitif yönde anlamlı ($r=,503$, $p<0,01$)'dir.

Korelasyon analizi sonucunda belirlenen boyutlar arası ilişkilerin yordayıcılığının açıklanması amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. A tipi kişilik ile B tipi kişiliğin, iş yeri mutluluğu üzerindeki etkisinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen regresyon analizi bulguları tablo 5'te özet olarak verilmektedir.

Tablo 5: Regresyon Analizi Özet Tablosu

Model	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R Kare	Beta	Anlamlılık
1	A Tipi	İş Yeri Mutluluğu	,108	,241	p<0,01
	B Tipi			,134	p<0,01
ANOVA testi: F= 12,139; p<0,01					

Regresyon modelindeki R kare determinasyon katsayısı değerine göre, iş yeri mutluluğundaki değişkenliğin %10,8'lik kısmı iki değişken tarafından açıklanmaktadır. Hesaplanan F değeri, 000 düzeyinde ($p<0,01$) geçerlidir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlıdır. Pozitif Beta değerleri, iki bağımsız değişkenin, bağımlı değişkeni olumlu olarak etkilediğini göstermektedir. Buna göre, iş yeri mutluluğu ilk olarak A tipi kişiliğe sahip çalışandan daha sonra ise B tipi kişiliğe sahip çalışandan etkilenmektedir. Çalışanların diğer değişkenler sabit kalmak şartıyla, A tipi kişilikteki bir birimlik artış iş yeri mutluluğu üzerinde 0,24 'lük bir artışa neden olmaktadır. B tipi kişilikteki bir birimlik artış iş yeri mutluluğu üzerinde 0,13'lük bir etkiye neden olmaktadır. Tabloya göre A tipi kişiliğe kıyasla B tipi kişilik iş yeri mutluluğu üzerinde daha düşük bir etkiye neden olmaktadır.

Hipotezlerden;1.H1 hipotezi reddedilmiştir. 2.H1 hipotezi kabul edilmiştir. Hipotezin kabul edilmesi ile birlikte araştırma da B tipi kişiliğin iş yeri mutluluğu üzerinde sahip olduğu karakteristik yapısından kaynaklı

ılımlı ve uyumsal olduğundan daha etkili olacağı düşünülmekteydi. Ancak A tipi kişiliğin etkisinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bu sonucun nedenleri düşünüldüğünde A tipi kişiliğin iş ortamında daha baskın, rekabetçi bir tutum takınarak, dikkatli, duyarlı bir yapıda olmasından dolayı iş yaşamındaki gelişmelerin ve değişimlerin A tipi kişilik yapısına sahip çalışanlar tarafından daha fazla önemsendiği söylenebilir. B tipi kişilik sahibi çalışanlar iş yaşamında daha rahat ve dengeli bir stratejiyi benimsedikleri için A tipi kişilikle kıyaslandığında iş yaşamındaki olaylara karşı duyarlılıkları daha düşüktür.

SONUÇ

Literatürde yapılan çalışmalara bakıldığı zaman mutluluk bir çok alanda araştırmalara konu olmuştur. Aziz ve diğerleri (2013) ‘ de Malezya akademisyenleri üzerine yapmış oldukları bir araştırma ile mutluluğun kişiliğin çeşitli türleri tarafından etkilendiğini tespit etmişlerdir. Beş kişilik tipinden yola çıkan yazarlar; Dışa dönüklük ($R= 0,79$), Öz disiplin ($R= 0,72$), Uyumluluk ($R=0,65$), Deneyime Açıklık ($R=0,34$) mutluluğu olumlu yönde etkilerken, nevroitik kişiliğin ($R= -0,61$) mutluluğu olumsuz yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

Bu çalışmanın amacı da AsissTT çalışanlarının sahip olduğu A ve B tipi kişilik özelliklerinin iş yeri mutluluğuna ne derece de bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktır. Kişilik iş yeri mutluluğunu bağımsız bir şekilde tek başına etkileyen yegane faktör değildir. İş yeri mutluluğunu kişiliğin kendisinden daha fazla, işyerindeki yönetim uygulamaları, çalışanlara karşı yaklaşımlar, ücret ödemeleri, işyeri çalışma koşulları gibi faktörler daha çok etkiler ancak bu faktörleri çalışanların tamamı için eşit varsayıldığında iş yerindeki mutluluğa etki edebilecek başlıca faktör “kişilik” olarak düşünülmektedir.

Dolayısıyla çalışmada A tipi ve B tipi kişilik türlerinin, mutluluk üzerindeki etkisi nedir? şeklinde bir sorunsaldan yola çıkılmıştır. Yapılan çalışmada A tipi kişiliğin saldırgan ve rekabetçi bir yapıya sahip olduğu için iş yerinde mutluluk düzeyini düşürebileceği, çalışma ortamındaki gelişmelerin beklentisini karşılamada yetersiz olabileceği düşünüldüğünden dolayı hipotezler;

- 1.H1: A tipi kişilik iş yeri mutluluğu üzerinde negatif yönlü bir etkiye sahiptir.
- 2.H1: B tipi kişilik iş yeri mutluluğu üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir.

Şeklinde kurgulanmaktadır. Fakat araştırmanın neticesine bakıldığında tam aksi bir durum ile karşılaşmıştır. Bunun nedeni A tipi kişiliğin sahip olduğu karakteristik yapısından dolayı iş yaşamında daha baskın ve ön planda olma güdüsü içerisindir.

Dolayısı ile de takdir edilme, saygınlık görme gibi faktörler ile paralel bir ilerlemeye hizmet edecek davranışlarda bulunmaktadır. Böylelikle çalışma arkadaşlarından, yöneticilerinden ve üstlerinden takdir edilme, saygınlık gibi davranışsal bir geri dönüt aldığında, iş yerine kendisini daha ait hissederek mutlu olmaktadır.

Diğer taraftan B tipi kişiliğin iş yeri mutluluğu üzerindeki etkisi kanıksanamazdır. Fakat B tipi kişiliğin sahip olduğu karakteristik yapısından dolayı iş yaşamında daha ılımlı ve dengeli bir tutum takınmasından dolayı iş yeri mutluluğuna etki derecesi A tipi kişiliğe oranla daha az kalmaktadır.

KAYNAKLAR

- Akbulut, Y. (2010). Sosyal bilimlerde spss uygulamaları, İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Aktaş, A. M. (2001). Bir kamu kuruluşunun üst düzey yöneticilerinin iş stresi ve kişilik özellikleri, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 56(4), ss. 30-31.
- Alparslan, A.M. (2016). İşçilerinde fazladan rol davranışlarının öncülü: iş tatmini mi iş yerinde mutluluk mu?, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 30(1), ss. 203-213.
- Aytaç, S. (2001). Örgütsel davranış açısından kişiliğin önemi, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 3(1), ss. 2-3.
- Buchanan, D. and Huczynski, A. (1997). Organizational behaviour: An Introductory Text, Prentice Hall International, (3).
- Bulut, A. (2015). Ortaöğretim öğretmenlerinin örgütsel mutluluk algılarının incelenmesi: bir norm çalışması, Yayınlanmış doktora tezi, Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Çirkin, Z. ve Göksel T. (2016). Mutluluk ve gelir, Ankara Üniversitesi SPF Dergisi, 71(2), ss. 374-400.
- Durna, U. (2004). Stres, A Tipi ve B Tipi kişilik Yapısı ve Bunlar Üzerine Bir Araştırma, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 11(1), s. 198
- Durna, U. (2005). A tipi ve B tipi kişilik yapıları ve bu kişilik yapılarını etkileyen faktörlerle ilgili bir araştırma, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(1), ss. 277-278.
- Ensari, H. & Tuzcuoğlu, S. (1995). Marmara Üniversitesi'ne bağlı fakültelerde görev yapan yönetici ve öğretim elemanlarının meslekten yılgınlıklarında kişilik özelliklerinin rolü, Öneri Dergisi, 2(11), ss. 51-63.
- Erdoğan, İ. (1991). İşletmelerde Davranış, İstanbul: İstanbul Üniversite İşletme Fakültesi Yayınları.
- Gülcan, A. ve Nedimbal, P. (2014). Genç yetişkinler de iyimserliğin mutluluk ve yaşam doyumu üzerindeki etkisinin incelenmesi, Asya Öğretim Dergisi [Asian Journal of Instruction], 2(1)(özel), ss. 41-52.
- Güler, B. K. (2009) Çalışma yaşamında davranış, Kocaeli: Umut tepe Yayıncılık
- İbrahimoglu, N ve Karayilan, D. (2012). A ve B tipi kişilik özellikleri ile zaman yönetimi davranışları arasındaki ilişkiler, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (33), ss. 2-3.
- Karacaoğlu, K. ve İnce, F. (2013). Pozitif örgütsel davranışın örgütsel sinizm üzerindeki etkileri: kayseri ilindeki imalat sanayi işletmelerinde bir uygulama, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1).
- Kunnanatt, J.T. (2003). Type a behavior pattern and managerial performance: a study Among Bank executives in india, International Journal of Manpower, 24(6).
- Luthans, Fred, Bruce Avolio, Avey, J. B. and Norman, S. M. (2007). Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction, Personnel Psychology, 60, pp. 540-571.
- Lykken, D. and Tellegen, A. (1996). Happiness is a stochastic phenomenon, Psychological Science, (7), pp. 186–189.
- Okutan, E. ve Sütütemiz, N. (2015). mobbing (yıldıрма) ve kişilik ilişkisi: hizmet sektörü çalışanları üzerinde bir örnek olay incelemesi, Sakarya Üniversitesi Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi , (1).
- Özsoy, E. (2013). A ve b tipi kişilik ile iş tatmini arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, 80.
- Rashid, A., Sharif, M., Narina, A.S. and Rosman, Y. (2014). Personality and happiness among academicians in Malaysia, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 116, pp. 4209 – 4212.
- Şeker, M. (2011). Mutluluk Ekonomisi, www.dergi park.com.tr (39), 130
- Tınar, M.Y.(1999). Çalışma yaşamı ve kişilik. Mercek Dergisi, MESS Yayınları, (14) ss. 93-94
- Turul, Ö. (2000, Mart 7).), <http://www.radikal.com.tr/2000/03/07/insan/zor.shtml>, 2-4

WHO-5 - © Psychiatric Research UNIT, WHO Collaborating Center for Mental Health, Frederiksborg General Hospital, DK-3400 HillerødX Frank Snoek, March 3, 2006 for DAWN/Novo Nordisk

Wilson, W. R. (1967). Correlates of avowed happiness, Psychological Bulletin, 67(4), 293

Yanbastı, A.G. (1990). Kişilik kuramları ders kitabı, İzmir: İzmir Edebiyat Fakülteleri Yayınları.

ICONSR 2018

ICONSR 2018

Bir Sivil Toplum Yapılanması Olarak Vakıflar ve Sosyal Sermaye İlişkisi

Can CEYLAN ¹¹

GİRİŞ

Doğa bilimlerinde elde edilen somut ve objektif sonuçlara sosyal bilimlerde ulaşılamaması, bilim târihinin en büyük sorunsallarının başında gelir. Benzer bir sorunsal, sosyal bilimlerin ilgi çeken başlıklarından biri olan sosyal sermayenin tanım ve teşhisinde de vardır. Sosyal sermayenin muhayyel yapısı böyle kapsayıcı ve genel kabul gören bir tanımın yapılmasını zorlaştırmakta ve birçok tanımın yapılmasına sebep olmaktadır. Bu durum, biraz da sosyal bilimlerin doğasından kaynaklanmaktadır.

Sosyal sermaye, teorik tanımla anlatılmaktan ziyade, pratikte gözlemlenebilecek bir olgudur. Bu gözlem, toplumun içindeki kurumlar üzerinden mümkündür. Aile, okul, mahalle, akrabalık gibi kurumların yanında, günümüz kavramıyla sivil toplum kuruluşları da bu kurumları oluşturmaktadır. Tüm bu kurumlar, resmîyetin ve bürokrasinin olmadığı ya da az olduğu kurumlardır. Bu kurumlarda ilişkiler, genel anlamda duygusal boyuttadır. Bunun sebebi, duygu temelli ilişkilerin resmî ilişkilere kıyasla güven hissini daha çok tatmin etmesidir. Güven hissi de sosyal sermayenin temel taşlarından biridir. Diğer önemli bir kavram da mütekabiliyettir. Herkes kendine olanı verir ve eksik olanı alır. Burada “ahbab çavuş ilişkisi” ya da “al gülüm ver gülüm” gibi olumsuz anlamlar yüklü ifadelerle tanımlanan bir ilişki türü akla gelmemelidir. Buradaki ilişki “neyi bildiğin değil, kimi tanıdığın önemlidir” (Field, 2008:4) sözüne yapılacak bir yorumla tanımlanabilir.

Sosyal sermaye, neyi bilmenin ya da kimi tanımanın ötesinde, neyi kimin bildiğini bilmek ya da neyin kimden alınacağını bilmektir. Ayrıca sâhip olunan şeyin paylaşılma özelliğinin de olması gerekir. Bu ayrıntıya nasıl, ne zaman, nerede ve ne kadar gibi ayrıntılar da eklenebilir. Bu açıdan bakıldığında, sosyal sermayenin doğal bir iletişim ve etkileşim altyapısına karşılık geldiği söylenebilir.

Bürokrasiye dayanmayan bu altyapıdaki duygusalı unsur, güvene dayalı ve gönüllülük esâsı üzerinden yürüyen bir işleve sâhiptir. Bu noktada, sivil toplum anlayışı da kendini gösterir. Tocqueville’in Amerika’da gözlemlediği bu durum (Tocqueville, 2016), toplumun çoğunluğunu ya da bir topluluğu meydana getiren kişiler ne kadar bireyselci olursa olsun, aralarında bir yapıştırıcı olmasını sağlamaktadır. Bu sosyal yapıştırıcı, gönüllü kuruluşlarda kurumsal olarak ortaya çıkar. Burada “gönüllülük”ten kastın devletin yasal yollarla bir zorlaması olmadan yapılan eylemler kastedilmektedir. Vakıf da, geçmişten günümüze varlığını sürdüren ve gönüllülük esâsına dayanan bir kurum örneğidir.

Sosyal sermaye kavramı, bir tanımlama olarak içinde “sermaye” kavramını barındırması sebebiyle, iktisâdî bir kavram olduğu önyargısına sebep olabilir. Zira “sermaye, kâr amaçlı girişimlerin kağnağı” (Lin, 2001:3) olarak tanımlanmaktadır. “Latince, sığır ve çiftlik hayvanı anlamına gelen “capitale” kavramı, daha sonraları “para ve paranın yatırımı” olarak kullanılmıştır” (Aydemir, 2011:12). “Sermaye” kavramının ekonomik ve iktisâdî alandaki ağırlığı onun, toprak, emek ve girişim ile birlikte üretimin dört ana unsurundan biri olarak kabul edilmesine sebep olmuştur. (Edgar ve Sedgwick, 2007:58) Bunun yanında, “sermaye” kavramının iktisâdî bir literatüre dayanıyor olması ve sermaye kavramıyla sömürü kavramının yakın kullanılması sebebiyle, sosyal dinâmiklerin, kültürel ve mânevî değerlerin de bu sömürü sistemi içine alınma çabası ihtimalini akıllara getirebilir. Bu ihtimâl, temelsiz bir evham olmanın ötesinde, ciddi eleştiriler ve tepkiler alacak kadar önemli bir tartışma konusudur. (Fine, 2011:36) Bu tartışmanın, sosyal sermaye literatüründe önemli bir yer teşkil ettiği notunu düşerek, sosyal sermayenin daha ayrıntılı tartışmalarla ele alındığı olumlu anlamının bu makalenin esas içeriğini oluşturduğunu belirtmekte yarar vardır.

Sosyal sermaye, kişinin hayâta sıfırdan başlamak yerine, içine doğduğu özelde yerel, genelde ise küresel sosyoekonomik ve kültürel yapıda, bugüne kadar oluşturulmuş olan sivil ve kamuya âit birikimdir. Kişi, bu birikim üzerine yine sosyokültürel yapıdaki (aile, okul, medya, iletişim araçları, ulaşım, sosyal çevre gibi) diğer sosyal sermaye araçlarını kullanarak, kimi zaman da icat ve ar-ge faaliyetleri ile katkıda bulunarak yaşar. Bu birikim alınıp satılamaz, bir kişi veya grubun mülkiyetine geçemez; ama aktarılır, paylaşılır, yayılır veya art

¹¹ Corresponding author: Marmara University, Faculty of Commucation, Kadıköy, Istanbul, Turkey. aozbek@marmara.edu.tr

niyetli amaçlarla ulaşımı kısıtlanabilir. Alınıp satılmadığı için parasal bir karşılığı, yâni fiyatı yoktur. Havanın en hayâtî ihtiyaç olmasına rağmen alınıp satılmayan ve fiyatı olmayan bir doğal sermaye olması gibi, sosyal sermayenin de parasal karşılığı olmayan sosyokültürel bir özelliği vardır.

Sosyal sermaye, bir birikim olarak aktarılırken ve paylaşılırken, bu birikimin aktarıldığı ve paylaşıldığı insan topluluğu içinde en kötü imkânlarla sâhip birey bile, kişisel olarak asgarî düzeyde olsa da, toplumsal olarak günün şartlarına göre azamî ölçüde fayda sağlar. Bu sosyal sermayenin (birikimin) olmaması, parayla alınan şeylere ve paraya sâhip olan insanları bile zâfiyete veya acziyete düşürebilir.

Sosyal sermaye, erişim durumu kişiden kişiye değişse bile, toplumun genelinin ulaştığı ortalama seviyedir. Sosyal sermayenin çok, yâni yüksek olduğu sosyal yapılarda bu birikimden asgarî seviyede yararlananlar bile, az olduğu sosyal yapılardaki maddî olarak zengin insanlara göre daha avantajlı durumdadır. Zira sosyal sermaye, kişisel sermaye ile zıtlık içindeyse, kişi kendi maddî veya mânevî sermayesini kullanamaz. Örneğin kimsenin ya da çok az kişinin okuma-yazma bildiği ve okula gidebildiği bir toplulukta kişisel olarak çok bilgili olmak, zengin bir kütüphâneye sâhip olmak, ama bunu paylaşamamak veya aktaramamak sorunu vardır. Kişi, bireysel bilgi ve kültür sermayesinin çok olmasının karşılığını ve yansımaları alamaz. Bu sermayenin oluşması maddî imkânlarla değil zamâna bağlıdır. Başka bir örnek olarak, parasını harcayacak pazar ve ürün bulmayan kişinin zenginliğinin de bir anlamı yoktur. Para, sıradan ve geçersiz bir kâğıt hâline gelir. Altın bile olsa, mâden olarak elde bulunması bir anlam ifade etmez. Kişi, içi altın dolu bir sandıkla ıssız bir adaya düşmüş gibidir.

Bu yüzden ekonomik anlamda kişisel birikimi ve sermayesi olan kişiler, bu bireysel zenginliklerinin paylaşımını sistemli ve kalıcı hâle getirmek ve birikimlerini hayatlarına anlam katacak bir niteliğe kavuşturmak için vakıf adı altında sivil toplum kuruluşları tesis etmişler ve etmektedirler. Bu sivil toplum kuruluşları, sosyal sermayenin toplum için paylaşımı ve kaynaklara erişim için gerekli olan ağırları oluşturmada etkin rol oynar.

1.MATERYAL VE YÖNTEM

1.1.Sosyal, Kültürel, Ekonomik Sermaye Ayrımının Sakıncaları

Sanayi toplumunun, bilgi toplumuna evrilmesi, sanayi toplumu anlayışında önemi ikinci plâna itilen insanın varlığını yeniden ortaya çıkarmıştır. Bilgi üretim kaynağı olan insan, paylaşım ve yaygınlaşma araç ve imkânlarının da insan merkezli hâle gelmesiyle sermayenin iktisâdî bir kavram olmasının çerçevesini genişletmiştir. Böylece sermaye, toplumsal, beşerî, kültürel anlamlar içinde referans alınan bir içerik kazanmıştır. Ayrıca sermaye, bilginin değer üretmesi ve bilginin paylaşımıyla değerlerin paylaşımına imkân veren bir yapı özelliği kazanmıştır. Bilginin bir sermaye değeri olduğu anlayışıyla “sermaye” kavramı iktisâdî anlamından çok daha geniş bir anlam dünyasında yer bulmuş oldu. İnsan, bilginin sâhibi, üreticisi, geliştirici ve paylaşımları olarak bir sermaye nesnesi olmaktan kurtuldu ve sermayenin öznesi oldu.

Bu çalışmanın temel kavramı her ne kadar sosyal sermaye olsa da, sermaye kavramına farklı içerik katan sosyal, ekonomik ve kültür unsurları yapısal anlamda kendilerine has işlevlere sâhip olsalar da ve birbirlerinin yerine geçemeseler bile, birbirlerinden bağımsız düşünölmeleri sakıncalıdır. Zira bu unsurlarla ayrıştırılmış sermaye türleri tek başlarına işe yaramazlar. Onlar da işlev ve etkilerini birbirleriyle etkileşimli ve paylaşımlı hâle getirecek bir yapı içinde anlam kazanırlar. Aksi takdirde pistonları çalışan yakıt tüketip enerji üreten ama bunu hareket enerjisine döndüremeyen makine gibi olurlar.

Sermaye türlerinin birbirinden bağımsız kavramlar olarak düşünölməsi, insan ve toplum hayatının yapısal anlamda öncelikle istikrarsızlığa düşmesine sebep olabilir. İstikrarsızlığın ötesindeki sakıncası ise, toplumda kutuplaşmaların oluşması ve bu kutuplaşmalar arasında boşluğun oluşmasıdır. Bu boşluk, ekonomik sermayenin belli ve sınırlı bir toplumsal kesiminin kontrolünde ve hâkimiyetinde olmasıyla, sosyal ve kültürel sermayenin de bu kesimin hegemonyasına girmesi sonucu doğuracaktır. Bunun sebebi, ekonomik sermayenin sâdece yatırım, teknoloji ve üretim gibi teknik tarafının olmaması, bunun yanında yatırımla yeni iş ve maddî kaynak oluşturma ve tüketim gücünün yaygınlaştırılması tarafının olmasıdır.

1.2.“Sermaye” nin Kavramsal Kullanımı

Kavram olarak iktisâdî bir çağrışım yapan ve akla “para”, “kapitalizm”, “üretim” ve “emek istismârı” gibi – bázıları olumsuz – kavramları getiren “sermaye” kavramı, “sosyal sermaye” tamlaması içinde

kullanıldığında kendine has bir anlam ve içerik kazanmaktadır. Bu içerikte en öne çıkan unsur, kavramın en ağır basan tarafının insan olmasıdır. “Sermâye, yalnızca üretimin bir faktörü değildir, gerçek bir sosyal ilişkidir (Aydemir, 2011:13). Bu özellik, sosyal sermaye konusunda en önde gelen isimlerden biri olan Pierre Bourdieu’nun bu kavramı kullanımında açık olarak görülebilir. “Onun ‘sermaye’ kavramını kullanmasındaki amaç, bu sosyal bağlantıların bir yatırım stratejisi işlevi gördüğüne dikkat çekerek, sosyal bağlantıların insancıl yönlerini anlaşılır hâle getirmektir” (Field, 2008:26). Bourdieu’nun kavramı “yatırım” kavramı çevresinde kullanması her ne kadar etkisi altında bulunduğu Marksist ideolojinin bir sonucu olsa da, “sosyal sermaye” kavramının “insânî” bir kavram olmasının vurgulanması, insanın bilgiyi toplayan, yorumlayan, üreten, yenileyen sosyal bir canlı olduğunun merkeze alınması açısından önemlidir. “Sermâye, toplumsal bir kavramdır ve ancak toplumsal etkileşim sürecinde ortaya çıkar” (Aydemir, 2011:13). Bu etkileşim, bir ortamda gerçekleşir. Bu ortamda oluşan etkileşim ve iletişimin sınırlarını toplum bireylerinin bu ortama erişimi belirler. Bu ortamın yapısal özelliği, sosyal sermayenin yayılması, gelişmesi, paylaşılması açısından başlıktır. Bu ortamın boyutlarına ulusal sınırlar açısından bakarsak, Adam Smith’in değindiği gibi, “bir ülkedeki nüfusun elde edilebilir ve kullanılabilir bütün yetenekleri sermayenin bir parçasıdır” (Aydemir, 2011:15).

Şu da unutulmamalıdır ki, “sermaye” kavramının yaptığı bazı olumsuz çağrışımlar, sermayenin kötü bir şey olmasından değil, yine bazı insanlar tarafından suiistimâl aracı olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Örneğin, “sermaye”ye en yakın kavramlardan biri olan “para” bile, somut bir varlık olarak olumlu ya da olumsuz bir tarafı olmayan bir nesnedir ve kullanım amaç ve niyetine göre olumlu ya da olumsuz bir kimlik kazanır.

“Sermâye” kavramının sosyal bir canlı olan insanın toplumsal hayatındaki iletişim ağının tanımlanmasında kullanıyor olmasından yapılabilecek en olumlu çıkarım, sermayenin değiş-tokuş özelliğidir. Sosyal sermaye de, kişilerarası alışverişin toplumsal iletişim ve etkileşim içinde yapılmasına karşılık gelmektedir.

“Sosyal sermaye” kavramının bağlamsal açıdan etkileşimde olduğu kavramlara geçmeden önce, sosyal sermayenin önde gelen teorisyenlerinin tanımlarını hatırlamakta yarar vardır. Bourdieu sosyal sermayeyi, ekonomik sermaye ve kültürel sermaye üçlüsü içinde düşünür ve sosyal sermayeyi soyluluk unvanı şeklinde kurumsallaşmış olabilen ve bazı durumlarda ekonomik sermayeye dönüştürülen toplumsal yükümlülüklerin (sosyal etkileşimlerin) toplamı olarak tanımlar. (Aydemir, 2011:48) Daha başka bir ifade ile Bourdieu’ye göre,

“Sosyal sermaye, daha fazla veya daha az kurumsallaşmış dayanaklı bir ağla bağlantılı olan müşterek arkadaşlık ve tanışıklık ilişkilerinin sahipliğinden – veya bir başka ifadeyle bir gruba üyelikten – doğan gerçek veya potansiyel kaynakların toplamıdır – ki onun üyelerinin her birine kolektif aidiyetin desteği sağlanmış olur” (Bourdieu, 2002:280’dan alıntılan Aydemir, 2011:51-52).

Sosyal sermayeye bireysel merkezli bakan Bourdieu, sosyal sermayeyi bireyin faal olmasını sağlayan sosyal ağların oluşturduğu bir yapı olarak görür. Ona göre sosyal sermayenin bireye ne vereceği, bireyin faal olup olmaması bağlıdır. Birey bunu bireysel gayret ve kurumsal işlevler ile yapar.

Ancak Bourdieu’nun sosyal sermayeyi ele almasıyla bu çalışmanın içeriği açısından vurgulanması gereken bir zıtlık vardır. Bourdieu, sosyal sermayenin ekonomik sermaye gibi eşitsizliği güçlendirdiğini iddia etmektedir. Bourdieu’nun bu yaklaşımı eşit olmayan sosyal sınıflardaki öğrencilerin akademik başarılarına yüzeysel bakışta haklı gözükebilir. Ancak bu yaklaşımın dışında bir ontolojiye dayanan vakıf kültürü, sosyal sermayenin finansal sermayenin altında bir kavram değil, aksine üstünde veya – belli temas noktaları hâric – dışında bir kavramdır. Zira Bourdieu, bu yaklaşımı ortaya atarken, emek ve üretimi temel alan Marksist ideolojiden yararlanmıştı. (Field, 2008:20-22) Tarihteki en büyük sosyo-ekonomik kırılmaların başında gelen Endüstri Devrimi ve onun yeni bir hüviyet kazandırdığı kapitalizmin yapısındaki temel sosyal sınıflar olan burjuva ve proleterya ayrımı, vakıf kültürünün dayandığı ontolojide yoktur.

Ağırlıklı olarak akademik bir kavram olarak kullanılan sosyal sermayenin günlük dilde ve halk arasında karşılığı olarak “çevre genişliği”ni kullanabiliriz. Bu, “önemli olan neyi bildiğin değil, kimi tanıdığındır” (Woolcock, 2003:1258, aktaran Aydemir, 2011:28) olarak da ifade edilebilir. Çok kişiyi tanıyan, her yerde tanıdığı olan kişiler için kullanılan “çevresi geniş” tâbiri, sosyal sermayenin kişisel seviyede basit bir anlatımı olabilir. John Field bunu Bourdieu’dan referansla şöyle ifade etmektedir:

“Bourdieu, bireyin bağlarının değerinin (ya da belirli bir özne tarafından sâhiplenilen sosyal sermayenin büyüklüğünün), harekete geçirebildiği bağlantı sayısına ve her bir bağlantıyla sâhip olunan (kültürel, sosyal ve ekonomik) sermaye büyüklüklerine bağlı olduğunu doğrulamıştır” (Field, 2008:23).

Sosyal sermayeye temel olarak aile ve sosyal ilişkiler merkezli bakan (Aydemir, 2011:53) James S. Coleman ise, “genel mülkiyeti ve kazancı bireylere âit olan insânî ve fiziksel sermayeden farklı olarak sosyal sermayeyi yalnızca onu gerçekleştirmek için çaba gösterenlerin yarattığı ve onların faydalanabileceği değil, yapının bütün parçaları tarafından kullanılacak bir kamusal mal olarak betimlemiştir” (Field, 2011:33). Sosyal sermaye içinde, birey ve kurumları sosyal sermayenin “aktörleri” olan gören ve “kurumsal aktör” (Coleman, 1988:98) ifadesiyle kurumların işlevini ortaya koyan Coleman’ın bu yaklaşımı, bu makalenin çerçevesini oluşturan sosyal sermaye ve vakıf arasındaki ilişkiye de kapı açmaktadır. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü gibi, Coleman’ın sosyal sermaye tasnifine göre, “yükümlülükler ve beklentiler, bilgi potansiyeli, normlar ve etkili yaptırımlar, otorite ilişkileri, tahsis olunabilir sosyal ilişkiler, amaçsal organizasyonlar, aynı şekilde toplumsal varoluşun temel gerekleri üzerine inşa edilmişlerdir” (Aydemir, 2011:59).

Diğer önemli bir isim olan Robert D. Putnam da, Durkheimci bakışa yakın bir yaklaşım ortaya koymuştur. Putnam, “kolektif hayatın gereği olarak inşa edilen sosyal ağların ve ilişkilerin yoğunluğu ve gücü” (Aydemir, 2011:67) üzerinde durmuştur. Putnam için sosyal sermayede, güven, mütekabiliyete dayalı normlar, dayanışma ve birliktelik ruhu, topluluk ve sivil toplumsal faaliyetler” (Aydemir, 2011:67) işlevsel öneme sahiptir. Putnam’ın doğru bir tespitle üzerinde durduğu gibi, “ben” ve “biz”in, sosyal sermayenin içinde birbiriyle dirsek teması ilişkisi vardır. Yâni, sosyal sermaye “ben”i güçlendirirken, bireyselleşmeyi değil, “biz”i güçlendirmekte, ama bireyin önemini de arttırmaktadır. Ancak hemen belirtmekte yarar vardır ki, sosyal sermaye mutlak olumlu bir öge değildir. Bunu en belirgin hâlde Putnam şöyle ortaya koymaktadır:

“Sosyal sermaye, kısaca, sermayenin diğer şekilleri gibi, doğrudan art niyetli, anti-sosyal amaçlar için yönlendirilebilir. Bu sebeple, önemli olan sosyal sermayenin olumlu sonuçlarının – karşılıklı destek, birliktelik, güven, kurumsal etkinlik – nasıl en üst düzeye çıkarılabileceği ve olumsuz görünümünün – mezhepçilik, etnosentrizm, yozlaşma – minimize edilebileceğidir” (Putnam, 2000:22’den alıntılan Aydemir, 2011:70).

Bu üç düşünürün sosyal sermayeye bakışını şu şekilde özetlemek de mümkündür: (Winter, 2000:21).

Tablo 1: Sosyal Sermaye Bakış Açıları

	Tanım	Amaç	Analiz
Bourdieu	Bir grubun sâhip olduğu birikime ulaşma imkânı sağlayan kaynaklar	Ekonomik sermayeyi güven altına almak	Sınıf rekâbetindeki bireysellik
Coleman	Kişilerin menfaatlerine ulaşmak için kullanacakları kaynakların sosyal yapısı	Beşerî sermayeyi güven altına almak	Aile ve toplum düzenindeki bireyler
Putnam	Karşılıklı çıkarlar için işbirliği sağlayan inanç, norm ve ağlar	Etkin demokrasi ve ekonomiyi güven altına almak	Ulusal düzendeki bölgeler

Bu tablodan yapılacak en genel çıkarım, amaç bölümünde görüldüğü gibi, “sosyal sermaye” ile “güven” kavramları arasındaki yakın ilişkidir. Aile, sınıf ve ulus gibi kapsam ve seviye farklı olsa da, insanın toplumsal hayatında güvenin yeri, bu üç önemli düşünür tarafından vurgulanmaktadır.

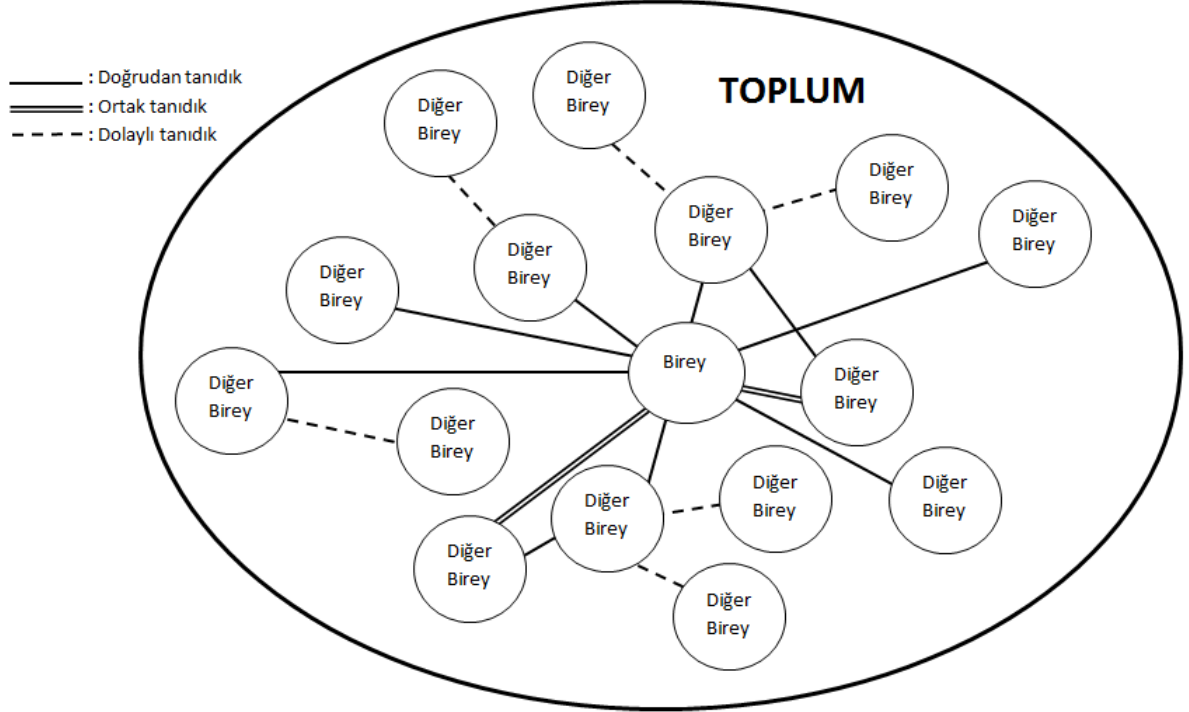
1.3 Sosyal Sermâyenin Yapıtaşları Olan Kavramlar

Yukarıda Putnam’ın işlevsel önem yüklediği kavramları benzerleriyle arttırmak mümkündür. Bu kavramlara sosyal kurallar, ağlar, değerler, kültürel kodlar, erdemler, gönüllülük, rasyonellik, karizmatik otorite ve otorite ilişkileri gibi kavramlar da ilâve edilebilir. Bu kavramların arasında sosyal sermaye açısından olmazsa olmaz öneme sâhip olan kavram, “güven” kavramıdır.

1.3.1. Sosyal Sermâyede Güven Kavramı

Tamâmen olmasa da, sosyal hayatımızda “tanındıklarımız tarafından tanımlandığımız” (Field, 2008:15) söylenebilir. Sosyal sermayenin yaşama alanı olan toplum, insanın yalın hâlinde çıkmasıyla oluşur. Bir başka deyişle, toplumun varlığı, bireyin başka birey ve bireylerle kurduğu ilişki ve etkileşime bağlıdır. Sosyal sermayenin somut hâli toplumdaki iletişim ağıdır. Bu ağ, her bireyin diğer bir bireyle arasındaki ipliğe benzetebileceğimiz iletişim ile kurulur. Bu ilişki ve etkileşim ağında birey, diğer bireylerle dolaylı ya da dolaysız

temas hâlinindedir. Yâni, hayâtını idâme ettirmek için bir topluma ihtiyaç duyan insan, aynı zamanda toplumun kurucusu ve devam ettiricisidir. Bu yapılanmayı şöyle bir şekil ile gösterebiliriz:



Şekil-1

Toplum ve birey arasındaki bu ilişkinin temelinde güven duygusu yatmaktadır. Birey, doğrudan, dolaylı ya da ortak tanıdığı diğer bireylerle kurduğu ilişkileri, güven üzerine tesis eder. Bu ilişki ağı, güven hissinin olumlu veya olumsuz yönde gelişmesine paralel olarak, genişler ya da küçülür. Bu ilişki ağının genişlemesi, toplum ve birey adına sosyal sermayenin olumlu katkısı ve sosyal sermayeye olumlu katkı olarak değerlendirilebilir. Başka bir deyişle, toplum ve birey arasındaki birbirine bağımlılık ilkesi, sosyal sermaye ile toplum-birey ikilisi arasında da vardır. Lâkin, bu bağımlılık ilkesi sosyal sermaye açısından toplum-birey ikilisinde topluma daha yakındır. Şekil-1’de “doğrudan”, “ortak” ve “dolaylı” olarak gösterilen ilişki ve iletişim türleri, sosyal sermayenin cereyan ettiği yapıyı teşkil eder. Yâni bu şekilde, sosyal sermayenin yeri tanımlanamayan seyyar varlığı söz konusudur. Başka bir ifadeyle, sosyal sermaye toplumu meydana getiren ilişkilerde gömülmüştür. Bir benzetme ile anlatmak gerekirse, toplumsal yapı beden; sosyal yapı ruhtur. Sosyal sermayenin yerinin ve konumunun tanımlanamamasının sebebi de budur.

Toplumsal yapıda, devlet bürokrasisinde görülen resmî bir yapı yoktur. Bu yüzden sosyal sermayenin temel taşlarından en önemlisi olan güven duygusu, sivil bir özellik taşıır. Sivil bir yapıdaki ağların oluşturduğu toplumsal yapı, devlet bürokrasisindeki kurallarla sağlanamaz. Yâni, devlet yasama organı vâsıtasıyla bir kanun çıkartıp, herkesin güven duygusuna sâhip olmasını sağlayamaz. Ayrıca devlet yapısı, “mesâî” kavramı ile çalışır ve mekaniktir. Devletin ruhu yoktur; beynin sinir sistemine gönderdiği sinyallere benzetebileceğimiz emirlerle çalışır. Devletin duyguları yoktur ve olmamalıdır. Devlet, düzeni kanunlarla ve anayasa ile sağlarken, sivil ağların düzeni ve işleyişi güven ile sağlanır. Güven duygusu, toplumun âdeta kılcal damarlarına işleyecek kadar ve toplumun en küçük ögesini bile etkileyecek kadar güçlü bir duygudur.

Kişiler arası “güven ve güvenirlilik, insanları müşterek hayâtın farklı veçhelerinde işbirliğine ve dayanışmaya sevk eder” (Aydemir, 2011:4) ve toplumun canlı kalmasını sağlar. “Bourdieu sık sık insanların kültürel sermaye sahipliklerinin tam olarak onların finansal sermayelerini yansıtmadığını vurgulamıştır” (Field, 2008:19). Bu yaklaşım sosyal sermayedeki güven kavramına karşılık gelmektedir. Bâzi insanlar paraları olmasa bile, parası olan insanların ulaşamayacağı değerlere ulaşabilirler. Meselâ, güvene dayalı ticârî itibârı olan bir esnaf ya da işadımı, günlük hayatta “sözüm senettir” sözüyle ifade edilen bir sosyal sermayeye sâhiptir. Ama

parası olan bir esnaf ya da işadami, sosyal sermaye olarak güvenilirliğe sâhip değilse veya güven duymadığı bir toplumsal yapıda bulunuyorsa, ya yatırım yapamaz ya da yaparsa iflas eder. Zira ne güvenilir olmak, ne de güvenilir insan kaynağına ulaşmak finansal sermaye ile mümkün değildir. Finansal sermaye, bireysel ve toplum açısından sosyal sermayede karşılık bulmuyorsa, yatırım mümkün değildir. Buna en kısa ifade ile “insan faktörü” de diyebiliriz. Bu tıpkı tarım için sadece teknik ekipman ve zirâî mühendislik bilgisinin yeterli olmamasına benzer. Uygun toprak ve iklim şartları yoksa, tarım mümkün değildir.

Güven duygusunun dolaylı olarak sağladığı diğer bir sosyal sermaye değeri de özgürlüktür. Her canlı gibi insanın da, can ve mal güvenliği sağlanmadan özgürlük ve serbest hareket etme hissini duyması mümkün değildir. Bireyin kendini özgür hissetmesinin güven hissine bağlı olması, güven hissine sâhip bireylerden oluşan toplumda genel bir özgürlük ve serbestlik atmosferine sebep olur. Basit bir örnekle açıklamak gerekirse, bir bireyin günün istediği saatinde evinden dışarıda olma serbestliği, hem özgürlük tecrübesine hem de yaşadığı çevrede güvenliğine tehdit oluşturacak bir unsur olmadığına işaret eder. Bireylerin kişisel ve toplu olarak özümlediği bu özgürlük hâli, bu bireylerin kuracakları kurum ve kuruluşlara da yansır. Bu makalenin ana teması olan vakıflar da, bu tür kurumlara verilebilecek örnekler arasındadır. Tocqueville’in Amerikan toplumu üzerinden verdiği örnekte belirttiği gibi (Tocqueville, 2016:540-543), özellikle maddî bağımsızlık anlayışı ve gönüllülük esâsı üzerine kurulmuş olan vakıf gibi özgür kurumlar, bu kurumların var olduğu toplumlardaki kişilerdeki özgürlük ve bunun altındaki güven hissini besler ve bu histen beslenirler.

Toplunun genel yapısındaki atalet, cesâretsizlik, girişim ruhunun olmaması, bireylerin teker teker ve toplumun genel olarak güven duygusuna sâhiplikteki zâfiyetin sonucudur. Bu zâfiyet, toplumun yeniden üretilmesindeki ve dolayısıyla canlı kalmasındaki en tehlikeli engeldir, çünkü bir toplumun hiç geri gitmese bile yeniden üretilmemesi, eşyânın tabiata aykırı bir durumdur ve çöküşe götüren bir süreçtir. Bu tehlikeye dikkat çeken Robert Putnam (2000) ve Fukuyama’nın (1999) belirttikleri gibi, güvenin sürekli yenilenmesi için sürekli canlı tutulması gerekir. Toplumun târih içinde üst üste koyarak oluşturduğu ve birikim, olumlu bir etki-tepki döngüsü ile aynı zamanda korunup oluşumu canlı tutulmazsa, toplum yapısındaki canlılık, elektriğin voltajının düşmesi gibi azalır. Bu olgu, sosyal sermayenin diğer bir unsuru olan müttekabiliyet kavramının önemini ortaya çıkarır.

1.3.2. Sosyal Sermâyede Müttekabiliyet Kavramı

Müttekabiliyet (karşılıklılık), toplumsal yapıdaki güven ve güvenilirlik seviyesiyle doğru orantılıdır. Güven duygusu, toplumu oluşturan bireylerin arz ettiği güvenilirlik ile gelişir. Bunda da en temel etken müttekabiliyettir. Yâni, toplumdaki veya bir topluluktaki bireylerin bir kesimi güvenilirken, diğer kesimi buna karşılık göstermez ve güvensizlik arz ederse, müttekabiliyet kuralı işlememiş olur. Bu gibi durumlarda, toplumun kendini koruma refleksleri devreye girer. Güven arz etmeyen ve başkalarının güven duymadığı kişi veya kişiler dışlanır. Böylece bu kişi veya kişiler, sosyal sermayeyi kullanmaktan mahrum olurlar. Bunun sonucunda da bu kişi veya kişiler, yine önemli bir kavram olan âdiyet duygusunu kaybederler.

Bu dışlamanın uygulayıcısı olan kişilerin bu refleksi göstermelerinin sebebi, sosyal sermayeyi koruma istekleridir. Zira önceki nesilden miras aldıkları sosyal sermayenin korunması ve gelecek nesillere geliştirilerek ve daha da zenginleştirilerek verilmesi gereken sosyal sermaye, müttekabiliyetin olmadığı durumda tehdit altındadır. Bu tehdit, sosyal yapıya duyulan âdiyeti ve bu âdiyetin sağladığı güveni hedef almaktadır. Sosyal sermayenin, bazı kişi veya kişiler tarafından tek taraflı bir menfaat kaynağı olarak kullanılması, aynı sosyal yapı içindeki diğer kişilerin sömürülmesi demektir. Bu sömürü de, sosyal sermayenin gönüllülük ve rasyonellik unsurlarının ortadan kalkması sonucunu doğurur.

Müttekabiliyetin, Coleman’ın üzerinde durduğu rasyonellikle de bağlantısı vardır. Karşılıklı fayda ilişkisi içinde kurulan sosyal ağlar, cezâ ve müeyyide unsurları ile bireyin topluma, bireyin bireye ve toplumun bireye rasyonel bir yaklaşım oluşturmalarını sağlar. Günümüz kapitalist anlayışıyla sadece maddî menfaat ilişkisi olarak deforme edilen ve materyalist anlayışla kazan-kazan kavramıyla açıklanan yapı, sosyal sermayenin bu çalışmanın konusu olan vakıf yapılanmasındaki yansımada, realist bir rasyonellik oluşmasına sebep olur. Kişi tıpkı şimdiki çevrecilik anlayışındaki gibi, kişi ve toplum seviyesinde sosyal sermayeye verdiği zararın bir şekilde kendine döneceği bilincine sâhip olur. Yapıyı hem bizzat kendisi hem de yapı için korur. Yâni, Bourdieu’nun üzerinde durduğu gibi (Field, 2008:20) sosyal sermayenin kendi varlığını sürdürebilmesi için, bu sosyal sermayeye sâhip olan toplumun bireylerinin bunun için çalışması gerekir. Bu da gönüllülüğü teşvik eden bir anlayıştır.

1.3.3. Sosyal Sermâyede Gönüllülük Kavramı

Sosyal sermayeyi oluşturan ve besleyen öğelerden biri olarak gönüllülük, toplum içinde “ben-biz” dengesinin oluşmasıyla mümkündür. Türkçe’deki “nalıncı keseri” kavramıyla ifade edilmek istenen “hep bana hep bana” duygusu, sosyal sermaye birikimini besleyen kaynakların kuruması sonucu doğurur. Toplum, böyle davranan kişilere bir kere kredi verir. Ama bu tutumun devamında bu kişiler, toplumdan dışlanır. Zira bu tutumu sergileyen kişi veya kişiler, “ben-biz” dengesini koruyup sosyal sermayenin zenginleşerek ve yenilenerek varlığını devam ettirmesini değil, kendilerinin mevcut birikimden ve zenginlikten nasıl nemalanacaklarını düşünürler. Bu dengesizlik, tamamen maddî menfaat üzerine kurulu ilişkiler de bile çatışmaya ve bu ilişkilerin bitmesine sebep olur.

Buradaki “gönüllülük” kavramı, karşılık beklemeden yapılan işlerin ötesinde bir anlam taşımaktadır. Kişilerin maddî bir amaç için bir araya gelmesi bile, o işe gönüllü ve istekli olmalarına bağlıdır. Bu istek de o işte var olan diğer kişilerin güvenilirliklerine dayanır. Burada, yukarıda belirtilen Putnam’ın “ben” ve “biz” ile sosyal sermaye arasındaki dirsek temâsını hatırlamakta yarar vardır. Mehmet Ali Aydemir’in belirttiği gibi, “ben ve biz arasındaki mesâfenin azaltılması ve ortak faydanın bireysel olana tercih edilmesi, aynı zamanda genelin çıkarları ile örtüşen bireysel tercihlerin mevcudiyeti bir toplum/topluluk için sosyal sermayenin de özüne ışık tutar” (Aydemir, 2011:67).

1.4. Sosyal Sermâyenin Sağladığı Yeterlilik

Sosyal sermaye, kişiye yeterlilik ve ehliyet verme özelliğine de sâhiptir. Sosyal sermaye arttıkça ve paylaşıldıkça, buna ulaşanların yeterlilikleri de artar. Var olduğu bilinmeyen potansiyeller konusunda yeterlilik kazanılır. İcatların çoğu bireysel olsa da, sosyal sermayenin ve paylaşım ağlarının çok ve güçlü olduğu yerleşim alanlarında – yâni şehirlerde – yaşayanlar tarafından yapılmıştır. Şehirlerin kozmopolit demografilerinden dolayı, sosyal sermaye unsurları daha çeşitlenir. Ayrıca sosyal sermayeye erişim yolları, tekeli anlaşıştan çıkar ve alternatifli hâle gelir. Sosyal sermaye unsurları, belli kesimin erişim üzerindeki sınırlamasından daha az etkilenir ya da hiç etkilenmez ve serbestiyet kazanır. Bu yüzden şehirlerin nüfus yapısının sosyal sermaye üzerinde olumlu etkileri vardır. Buradan yola çıkarak denilebilir ki, on bin yıl önceki insanlar bizden daha az zeki veya daha az kabiliyetli değildi. Onlar sâdece zekâlarının ve kabiliyetlerinin dışı vuracağı ortama yâni sosyal sermayeye ve onun içindeki ekonomik ve kültürel sermayeye sâhip değillerdi ya da çok az sâhiplerdi.

Sosyal sermaye, belli bir kesimin ulaşımına açık olursa, o zaman Bourdieu’nun sosyal sermayenin elitlere âit olduğu iddiası destek bulur. Bu durumda elitler, grup olarak sosyal sermayeyi kendilerine özel bir birikim olarak kullanmaktadır. Burada, genelde temel insan hak ve özgürlükleri, gerçek demokrasi; özelde ise kalkınma kavramlarının sosyal yapıdaki işlevleri ön plâna çıkar.

1.5. Sosyal Sermâye ve Sosyal Ağlar

Sosyal sermayeye ulaşmayı sağlayan ağlar, toplumun içindedir. Ancak uygulamada kişi bunları kendisi için, noktaları birleştirip çizgi oluştururcasına, kendi gayreti ve isteği ile oluşturur; yâni kullanılır hâle getirir. Bu oluşturma, sosyal sermayeye ilk ulaşma ortamı olan âilede başlamaz. Zira kişi, âilesinin ilgisine ve yönlendirmesine muhtaçtır ve sosyal sermayenin varlığını, yapısını, işleyiş örneklerini âilesinden öğrenir. Âile içindeki verili ve edinilmiş roller ile kişi, sosyal sermaye ağını tanımaya başlar. Âile dışındaki sosyal çevresi oluşmaya başladıkça, kendi inisiyatifi ile sosyal sermaye ağını keşfeder. Kişi, kendini tanıdıkça ortaya çıkarmak istediği yeterlilik, beceri ve kazanmak istediği ehliyet için, âileden başlayan süreçte sosyal sermayeden yararlanır. Bu yararlanma, başlarda âilenin aktarmasıyla olurken, zamanla daha dolaysız bir hâl alır. Ancak bu yararlanmanın mutlaka olumlu sonuç vereceği garanti değildir. Olması gereken devamlılık, ağ içinde çoklu şartlara bağlıdır. Kişi burada tek başına inisiyatif gösteremez. Dolayısıyla burada Bourdieu’nun sosyal sermayenin elitlere âit olduğu yaklaşımı zayıflar. Zira elitler grubuna dâhil olan biri de sosyal sermayeye erişim

imkânını devamlılık içinde kullanamazsa veya kullanmazsa, yeterlilik ve ehliyet her hâl ü kârda edineceği bir değer olmaz.

Disiplin ve kararlılık gerektiren durumlarda bunları yerine getiremeyen ya kişisel zaafı sebebiyle sosyal sermayeye erişimde zayıf kalır veya bu erişimi sağlayan ağı istismar ve suiistimâl ederse, sonuç olumsuz olur ya da istenen seviyede olmaz. Örneğin zengin ve yüksek eğitilmiş bir âilenin çocuğu olarak dünyâya gelen bir birey, benzer insanların dâhil olduğu çevrede büyüme şansına sâhiptir. Âilesinin ve çevresinin sağlayacağı sosyal sermayeden edineceği yeterlilik ve ehliyet de o oranda yüksektir. Ancak bu birey, bu yüksek altyapı avantajına katma değer sağlamak bir yana, verimli kullanmaz ve gayret göstermezse sosyal sermayeyi âtil hâle getirir. Böylece bu sermayeye hiç sâhip olmayanlardan farkı kalmaz. Yâni bu bireyin sâdece elit bir çevrede doğup büyümesi onu, bu elit çevrenin sâhip olduğu sosyal sermayeden doğal olarak yararlanacağı anlamına gelmez. Bu sonuç, her ne kadar istemeyen bir durum olsa da, birçok ortamda kaçınılmazdır, diyebiliriz. Bu durum, Burt'ın "yapısal boşluk" kuşamı ile açıklanabilir. (Ağcasulu, 2017:120-121)

Bu kuramda bireyin etkinliği, yeni bilgiye sâhip diğer bireylerle azamî temas kurulmasını gerekli kılar. Kişi, sosyal sermaye ağında var olan bilgiye ulaşmak için yapısal boşlukları dolduran köprü konumundaki kişilerle, sosyal normlar çerçevesinde ilişki kurar. Yapısal boşluklar ve bu boşlukların geçilmesini sağlayan köprüler, sosyal sermaye yapısının tek parça, esnekliğini kaybetmiş ve hantal bir yapı hâline dönüşmesini engeller. Bu hâliyle sosyal sermaye, kusursuz birey ve her şeyi yapan, her şeyi bilen tek bir makam yerine, sorumluluğu paylaşmış kişi veya makamların olduğu bir yapıdır. Burt, yapısal boşlukların örgütler açısından yaratıcılık ve yenilikçilik getirdiğini tespit etmiştir. (Ağcasulu, 2017:121) Buradan hareketle, bireysel açıdan kişinin imkânsız olan mükemmelleşme hevesine kapılmasının önüne de geçildiğini söylemek mümkündür. Birey, kaçınılmaz olan zaafının varlığının farkına vararak ve bunların oluşturduğu boşlukların başkaları tarafından doldurulacağını bilerek, sosyal sermayenin önemli olduğu düşüncesini muhafaza eder. Kendi varlığının sosyal sermayedeki ağı ile mümkün olduğunu anlamış olur.

Özellikle sivil toplum kuruluşu olarak dernek ve vakıflar eliyle oluşturulan ve paylaşılan sosyal sermayeye erişim imkânları, sosyal sermayenin toplumun her kesiminin ulaşımına açılmasını sağlar. Bundan sonrası, bu ulaşım imkânını elde eden bireye kalmıştır. Hatta toplumun alt seviyelerindeki bireylerin elde ettiği bu imkân, bu bireylerin üst tabakadaki bireylere göre daha fazla olan başarı ve yardımlaşma hissiyle, üst sınıflarda olmayan bir işbirliğine imkân tanır. Alt sınıflardaki başarı isteği, bu işbirliği hissini güçlendirir. Bu ortamda erişim imkânı bulunan sosyal sermaye, sosyoekonomik yapıda dikey yönde hızlı değişimlere sebep olabilir. Bu işbirliği, bireylerin edindiği sorumluluk ile sosyal sermayeyi daha uç ve daha alt kesimlere ulaştırma düşüncesini doğurabilir. Yapılan iyiliği karşılıksız bırakmama yâni mütekabiliyet, mânevî tatmin, paylaşımda karşı tarafın başarısından duyulan gurur, paylaşım ağının genişlemesinin verdiği olumlu hava, birbirini destekleyen sosyal sermaye unsurları arasındadır. Coleman bunu üç sosyal sermaye unsuru içinde ele alır: Sorumluluk ve beklentiler, bilgi kanalları, sosyal normlar.

"Sorumluluk ve beklentiler, yapılan bir iyiliğin gelecekte geri döneceğini düşünme ve karşı tarafın kendisini sorumlu hissetmesi anlamına gelmektedir. Bu beklenti sosyal çevrenin güvenilirliği ve sorumluluğun boyutuna bağlıdır. Bilgiye erişim her zaman mâliyetlidir. Bireyler, sosyal sermaye sayesinde elde ettikleri bilgileri, kendi amaçlarına uygun kullanarak getiri sağlamaktadırlar. Normlar ise ilişkiler sayesinde bir denetim mekanizması oluşturmakta ve yaptırımların hayâta geçirilmesini sağlamaktadır. Normlar belli bir dereceye kadar fikir birliğini gerektirmekte ve toplumsal düzeni sağlamaktadır" (Coleman, 2000:23-26'dan alıntılan Ağcasulu, 2017:119).

Coleman'ın bahsettiği bu güven ve sorumluluk, yine kendisine âit bir kavram olan "ağ kapallılığı" ile sağlanır. Köy gibi küçük yerleşimlerde güvenlik sorunu yaşanmaması gibi, ağın kapalı olması, ağa erişimi olanların bilinmesine, telkin ettikleri güven ve gereksiz hâle gelen güvenlik bürokrasisinde kazanılan zaman ile hızlanmasına imkân tanır. Sosyal sermaye, ihtiyaç duyduğu birikim konusunda doyumla ulaşarak kendi içinde yoğunlaşmaya gider. Sosyal normlara bağlılık artar. Uzlaşmazlık azalır. Kişi, belirsizlik ve radikal değişim dönemlerinde, içinde olduğu sosyal sermaye ağında kendini güvende hisseder. Böylece sosyal sermayenin bireysel değil, toplumsal tarafı gelişerek korunur.

1.6. Birey, Sınıf, Toplum Eksenlerinde Sosyal Sermaye

Sosyal sermayenin sosyal, ekonomik ve kültürel olarak ayrılmasının sakıncalarının yanı sıra, sosyal sermayenin işlevinin tespitini zorlaştıran bir ayrım şekli de bireysel ya da sınıfsal merkezli ele alınmasıdır.

Ancak üçüncü bir ayrım şekli olan toplumsal merkezli ele alınması bu ayrımın dezavantajlarını gidermektedir. Coleman, sosyal sermayeyi birey merkezli, Bourdieu ise sınıf merkezli ele alırken, Putnam daha geniş bir bakış açısıyla toplum merkezli ele almaktadır. (Ağcasulu, 2017:121) Putnam'ın bu yaklaşımında sivil toplum devreye girmektedir. Sivil toplum, sivil yâni gönüllü katılımı teşvik ederek aşırı ve topluma muhalif bireyselliğinde de panzehiri olma özelliğine sâhiptir. Sivil toplum, farklı sınıfların iletişimine de imkân verdiği için, toplumsal merkezli bakış açısı, sınıfsal bakış açısındaki sosyal sermayenin elitlere âit olduğu yargısını da bertaraf etmektedir. Sosyal sermayenin toplumsal bakış açısıyla ele alınması ile ortaya çıkan sivil toplum unsuru, sosyal sermayenin paylaşımının gerçekleştiği ağların da oluşumunda ve kullanılmasında rol oynamaktadır.

Sosyal sermayeye birey ve toplum eksenlerinden baktığımızda bireyi merkeze alan liberalizmi ve toplumu merkeze alan Marksizm'i hatırlarız. Ancak liberalizm bireyi amaç, toplumu araç yapmıştır. Marksizm ise toplumu amaç yaparken bireyi araç olarak görmektedir. (Akbal, 2017:39) Ancak bu iki kurama sosyal sermayeyi kattığımızda bir kesişim bölgesi oluşmaktadır. Şöyle ki, sosyal sermaye, hem toplumun hem de bireyin amaç hâline gelmesini sağlarken, bu iki amaca hizmet eden bir araçlar bütünü olarak görülebilir.

1.7. Sosyal Sermâyede Vakıfların Yeri

Sosyal sermaye ile sosyal organizasyon arasında doğru ilişki vardır. Birinin güçlü olması, diğerinin güçlü olması demektir. Sosyal organizasyonun en genel kavramı olarak sivil toplum, sosyal sermayenin bir yansımasıdır. Her ne kadar Cumhuriyet öncesi dönemde “sivil toplum kuruluşu – kısaca STK” gibi bir kavram bulunmadığı için bâzıları tarafından sivil toplum hizmeti veren kurum olarak görülme de (Tuncel, 2011:35:42; Çaha, 1999:93), toplum içindeki işlevleri açısından vakıflar da birer sivil toplum kuruluşu olarak, sosyal sermayenin yansıdığı kurumlardır. Yukarıda değinilen Tocqueville'in özgür kurumların varlığının toplumsal yapıya katkısı, kişiye toplumsal yapının varlığını hissettirmenin yanında, ona inisiyaf kullanacağı bir sivil alanın varlığını da gösterir.

Sivil alanın bireye verdiği hareket kabiliyeti ve özgürlüğü, sosyal sermayeyi daha dolaysız ve güçlü hissetmesini sağlar. Bir anlamda sivil alan, sosyal sermayenin inşa edildiği veya ete kemiğe bürünüp somutlaştığı alandır. Sivil alanda yapılan her faaliyet, Şekil-1'de gösterilen etkileşim ve iletişim ağındaki ilişkilerin uygulamaya dönüşmüş hâlidir. Sivil alanda yeni ihtiyaçlar, sosyal sermaye birikiminin süreci yavaşlatacak ve akamete uğratabilecek bir bürokratik engelle karşılaşmadan kullanmasıyla, kısa sürede karşılanır. İhtiyacın karşılanması için kaç kişinin hangi görevleri üstleneceği konusu, sivil alan özgürlüğünün ve kişilerin sâhip olduğu güven ve mütekabiliyet duygusu ile çözüm bulur. Bu uygulama zaman içinde kendi kurallarını yaratır ve toplumsal bir pratik hâline gelir. Bu pratikler, toplumsal ilişkileri daha sağlam hâle getiren his, duygu ve düşüncelerin paylaşılmasını ve topluluk ruhunun canlı kalmasını sağlar. Bu olgu, Putnam'ın ortaya tezde şöyle yer bulmaktadır:

“Bir araya gelen bireylerin sivil toplum ağlarını kurma ve örgütlenebilme kabiliyeti, karşılaşılan problemleri müzakere edebilme ve çözüm üretmede ortak akı kullanabilme inisiyatifi ve insanların ortak ya da bireysel fayda elde etmeleri amacıyla tek tek bireyleri aşan meselelerde bir araya gelerek birlik ve dayanışma ruhunu yaratma becerisi olarak özetlenebilir” (Aydemir, 2011:41).

Putnam'ın bu yaklaşımı, vakıf kültürünün temelini oluşturan sivil katılım kültürüne işaret etmektedir. Devlet müdahalesi veya desteği olmadan, halkın sosyal sermayelerinin onlara sağladığı imkânları kullanarak ortaya koydukları yaşama modeli, içinde barındırdığı sorun çözme ve yenilik getirme unsurlarıyla, karşılaşılan sorunları alt etme duygusuyla toplumsal özgüven hissini de beslemektedir. Ayrıca “Putnam, dernek ve toplumsal faaliyet fikirlerini toplumsal bütünleşmenin ve refahın temeli olarak” (Field, 2008:18) ele almıştır. Sosyal sermayeyi insanların nasıl bir arada çalışmayı başarabildiğini açıklayan bir araç olarak gören Coleman da ((Field, 2008:29) vakıf yapılanmasını daha açık işaret eden bir yaklaşım ortaya koymaktadır. Coleman ayrıca, “mülkiyeti ve kazancı bireylere âit olan insânî ve fiziksel sermayeden farklı olarak sosyal sermayeyi yalnızca onu gerçekleştirmek için çaba gösterenlerin yarattığı ve onların faydalanabileceği değil, yapının bütün parçaları tarafından kullanılabilir mükemmel bir kamusal mal olarak betimleyerek” (Field, 2008:33) âdetâ isim vermeden vakıf ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiye değinmiştir. Bu anlamda Türk-İslâm kültüründeki vakıf kültürü tam da bu kamusal mal üretimine karşılık gelmektedir. Bir kişi, şahsına âit olan maddî ve/veya mânevî birikimi olan insânî sermayesini, sosyal sermaye hâline dönüştürerek, kendi vârislerine miras bıraksaydı yine insânî sermaye olarak devam edecek birikiminin daha geniş kitlelere ulaşmasını ve paylaşımını sağlar.

Sosyal sermayeyi yazılı olmayan sosyal bir anlaşma olarak tanımlamak fazla iddialı olmayacaktır. Ancak bu makalenin çerçevesi içinde sosyal sermaye ve vakıf ilişkisi açısından bakıldığında, toplumdaki sosyal sermayenin somut bir sonucu olan vakıf kültüründe, sosyal sermayeyi yazılı hâle getirme uygulaması olduğu görülmektedir. Kısacası vakıflar, sosyal sermayenin bir anlamda yazılı hâle getirilmiş hâlidir, diyebiliriz.

Sadece “vakıf” kavramıyla ilgili şu terimler bile, vakıf kültürü etrafında bir literatür oluştuğunu göstermek için yeterlidir:

- Vakıf: Vakıf kuran şahıs hâkim
- Mevkuf: Vakfedilecek mal veya birikim
- Mevkuf-un Aleyh: Vakıftan yararlanacak olanlar
 - Vakfiye: Vakfin mal varlığı, amaçları, yönetim esasları gibi hususları belirleyen ve ancak hâkimin kararıyla hüküm ifade eden vakıf senedi
- Ahkâmü'l-Evkâf: Vakıf hukukunun esaslarını konu alan kitaplar. (Öztürk, 1995a:19-20)

Sosyal hayat içinde bulunan ama yazılı hâde olmayan değerler toplamının vakıf yapısı altında yazılı hâle getirilmesi ve hâkim kararıyla geçerli olması, önemli bir husustur. Bir değer veya kültür ögesinin yazılı olmaması bir eksiklik ya da olumsuz bir özellik olmasa da, suiistimale kapı açan bir zâfiyet olarak görülebilir. Vakıfların, sosyal sermayenin bir unsuru olarak yazılı ve hukukun yakın gözetiminde ve cezâi müeyyideye tâbi olan bir kurum olması, bu zâfiyeti tamâmen ortadan kaldırmasa da, azaltmaktadır. Böylece John Field'in “karanlık taraf” (Field, 2008:101-129) diye tanımladığı alanlar azalmaktadır.

Türk-İslâm târihinde Osmanlı döneminde en üst seviyeye çıkan vakıf kültürü, İslâm'ın ortaya koyduğu hayat anlayışına dayanmaktadır. “İnsanları vakıf kurmaya sevk eden sâiklerden birçoğunu, dünya hayatının geçici olduğunu, insan ömrünün bir gün gelip biteceğini, bu dünyada sâhip olunan her şeyin insana âhiret hayatını kazanmak için verildiğini anlatan ve hemen bütün vakfiyelerin başlangıç kısmında yer alan ifadeler bulmak mümkündür” (Öztürk, 1995a:20).

Yukarıda sosyal sermayenin kavramsal içeriğinde ele alındığı gibi, sosyal sermayenin en temel öğeleri güven ve müteakabiliyettir. Duygusal yapıya sâhip ve soyut düşünebilen bir canlı olarak insanoğlunun maddî arzu ve isteklerinden alacağı memnuniyet sınırlıdır. Ayrıca inancı ne olursa olsun, her insan er ya da geç öleceğini bilir. Ancak İslâm'daki iman anlayışının temel şartlarından biri olan âhiret inancı, Müslümanlarda öldükten sonraki hayatlarını düşünme yaklaşımı geliştirmiştir. Bu yaklaşım, “sadaka ömrü uzatır” hâdisiyle verilmek istenen mesajla birleştğinde, Müslümanlar öldükten sonra isimlerinin yaşaması ve iyi anılmak için vakıflar kurmuşlardır. Yine çok bilinen bir hadiste işaret edildiği gibi “şu üç kimse müstesna, ademoğlu öldüğü zaman amel defteri kapanır. Bu üç sınıf kimse ise şunlardır: ölen için dua eden iyi bir evlâd, mükâfâtı ölene erişen ‘sadaka-i câriye’ ve ölümünden sonra insanların yararlandığı bir bilgi” (Öztürk, 1995b:119). Bu insanlardan biri olmak yâni sadaka-yı câriye sâhibi olmak için kurulan vakıflar, kuran kişiler için ölmeden önce psikolojik bir rahatlık ve huzur vesilesi olmaktadır. İnsanlar,

“bu dünyada çevresine karşı saygı ile anılacak bir mevkiye ulaşmak, ölümünden sonra da Allah (cc)in rızasını kazanmış bir kul olmak istemektedir. Topluma yararlı bir fert olmanın ve ihtiyaç içerisinde kıvranan bir canlının imdadına yetişmenin psikolojik hazzını duymak istemektedir. Daha açıkçası insanoğlu mutluluğu aramaktadır. Gerçekten vakıf yapan kişi, ferâgatın ve başkalarına yardımcı olmanın mutluluğunu vakıf müessesesinin imkânlarından yararlanan kişi de, bir ihtiyâcını karşılamış olmanın hazzını duymaktadır. Bu, birbiriyle çelişmeyen ve bir diğerrinin mutluluğunu azaltmaksızın dalgalar hâlinde, cemiyetin bütün fertlerini saran, topyekün bir mutluluktur” (Öztürk, 1995a:20).

Vakıf kurarak ve vakıftan yararlanarak yaşanan ve paylaşılan bu mutluluğun, sosyal sermayedeki karşılığı güven ve müteakabiliyettir. Toplum, vakıf kültürünün somut ve kurumsal şekli olan vakıflar vâsıtasıyla toplumsal güven ve müteakabiliyet hissine kavram ve dayanak bulmaktadır. Ancak “sosyal sermaye, yalnızca güven belgesinin kazanılmasında değil, aynı zamanda bilişsel gelişimde ve güvenli öz-benliğin evrimi için de önemlidir” (Field, 2008:33). Yâni sosyal sermaye bir anlamda yüzeysel kalacak ve kaybolma ihtimâli yüksek insânî (bireysel) sermayenin korunmasına da katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu sermayeyi edinen yeni nesil bireylerce yeni insânî sermayelerin oluşmasında da rol oynamaktadır.

Özellikle “Osmanlılarda hem ferdi hem de devleti ilgilendiren bir yaşam biçimi hâline gelen” (Öztürk, 1995a:19) vakıflar, eğitimden sağlığa, sosyal güvenlikle bayındırlığa, ulaşımdan güzel sanatlara kadar

toplumsal hayâtın dinamiklerin gelişmesinde başat bir işlev yerine getirmişlerdir. Vakıflar bu işlevi yerine getirirken, sosyal sermayenin hem korunması hem de geliştirilmesi ihtiyacına da cevap verirler. Sosyal sermayenin korunması ve geliştirilmesi için, bir bayrak yarışı veya Olimpiyat meşâlesinin uzun mesâfelerde taşınması gibi, nesiller arası aktarılması gerekir. Bunun yapıldığı ortam da vakıf çatısıdır. Vakıflar, sosyal sermayenin varlığını sürdürmesi için aktarılmasında olmazsa olmaz bir mecra görevi yerine getirirler. Bunu bilginin aktarıldığı okullar ve eğitim kurumlarına benzetebiliriz. Ancak vakıfların, günümüz eğitim kurumlarına göre bir avantajı vardır. O da, burada gönüllülüğün esas olması ve ihtiyaç duyulan konunun güncel çârelerle çözüm bulmasıdır. Vakıflarda bu aktarım başıboş bir süreç içinde değil, toplumsal dinamiklerin kullanıldığı bir düzen içinde yapılır. Buradaki eğitimden, “örgün eğitim” anlaşılmamalıdır. Buradaki eğitim, bir insanın bir bebekken âilede başlayıp, büyüdükçe arkadaş, okul ve iş çevresinde devam eden ve ölümüne kadar süren bir bilgi alışverişine karşılık gelmektedir. Dolayısıyla birey, formel okulların aksine, hangi yaşta olursa olsun, verebileceği bir şey, sosyal sermayeye katkı yapacağı bir şey varsa, bunu yapar.

Vakıfların bu işlevini Coleman’ın “ilksel sosyal organizasyon” ve “amaca yönelik kurulan sosyal organizasyon” (Coleman, 1993) kavramlarındaki bakış açısıyla açıklamak mümkündür. Toplumsal yapı, önce ilksel sonra amaca yönelik organizasyon yapısına sâhip vakıf kültürü ile çalışır. İlksel organizasyon, önce bireyi vakıf kültürü ile tanıştırır ve öğretir. Bireyin bir amacı olması gibi bir şart yoktur. Daha sonra birey, hem kendisi hem de toplum yararına bir amaç edinir ve içinde bulunduğu sosyal sermayenin iletişim yollarını kullanarak kendi amacına hizmet eden bir vakıf bulur. Hatta bir sonraki adımda yapabiliyorsa kendi bir vakıf kurar. Coleman burada bir sosyal ilişki gerilemesi tehlikesi görür. Ancak Coleman’ın tespit edemediği vakıf yapılanmasında, Coleman’ın “erosyon” (Coleman, 1993:7) olarak tanımladığı endişe kaynağının aksine, toplumsal hedef ve ilişkilerin kişilere bağlı kalması ve sürdürülemez olmasının önüne geçilir. Vakıflar, kişinin ve âilesinin yetersiz kaldığı durumlarda, sosyal ağların devreye girmesine imkân veren sosyal sermayenin somut kurumlarıdır. Örneğin bir sanat dalına istidâdı olan bir çocuk, eğer bu istidâdını gerçekleştirmek için âilesinden yeterli destek alamıyorsa, o çocuk ve âilesi bu soruna çözüm bulmak için, bu amaçla kurulmuş ve devamlılığı vakfedilen ve *akar* denilen kaynaklarla güvence altına alınmış kurum olan bir vakfa başvurabilir. Çocuğun bundan sonraki gelişim süreci, âilesinden bir kopuş değildir. Ama çocuk, bu imkân sayesinde âilesinde daha önce yaşanmamış bir süreci de tecrübe eder. Tıpkı satılık veya kiralık bir eve emlakçılar arası iletişim ağını kullanarak müşteri bulmanın kolay olması gibi, bu vakıf da birey ile sosyal sermaye arasındaki irtibâtı kurar.

1.8. Vakıf Kültürünün İslâm’daki Kaynakları

Türk-İslâm kültüründe sosyal sermayenin somutlaşma bir kurum örneği olarak vakıfların bu kadar yaygın olmasında İslâm inancının, Müslümanların sosyal hayatlarındaki etkisinin önemli bir rolü vardır. Bireysel plânda insan-Tanrı ilişkisine ağırlık veren diğer dinlerden farklı olarak, İslâmiyet’te, toplumu oluşturan bireyler arasındaki dünyevî ilişkiler de önemlidir. Bu anlamda İslâm’da insan-Allah ilişkisi yanında insan-insan ilişkisi de önem arz etmektedir. Elbette İslâm inancının hâkim olduğu toplumlarda vakıf kültürünün ilâhî dayanakları vardır. Bunların başında hiç şüphesiz Kur’ân-ı Kerim’deki ilgili âyetler ve Hz. Muhammed’in sünnet olarak bilinen uygulamaları uygulamaları ve hadis olarak bilinen söz ve tavsiyeleri gelmektedir.

Ancak bu âyetler ve hadisler, tek başlarına vakıfların kurulması ve yaşaması için yeterli değildir. Her vakfın kurulmasındaki ön şart, bir ihtiyâcın veya eksikliğin giderilmesi için, mevkufu (vakfedecek malı) olan vâkıfın (vakıf kuracak kişinin) varlığı olmuştur. “Vakıflar başlangıçta ferdî ihtiyaçların giderilmesi amacıyla ortaya çıkmışken daha sonraları, bu müesseseye ilgi gösteren milletlerin sosyo-kültürel yapısı, ihtiyaçları, eğilimleri ve zenginliklerine göre gelişerek hayâtın her safhasında yerini almıştır” (Öztürk, 1995a:19). Burada vurgulanan sosyo-kültürel yapı, eğilimler ve yaşam biçimi sosyal sermayeye karşılık gelmektedir. Zira bu sâyede, toplumun ihtiyâcı olan güvenlikten sağlığa, sanattan ulaşımaya kadar birçok konunun, sivil bir inisiyaf gösterilerek devlete müracaat etmeden çözüme kavuşması sağlanmıştır. Bunu sağlayan bireyler, yaşadıkları toplumda bu kültürün devâmını ve gelişmesini sağlayarak hem güvenli bir toplum oluşmasını hem de müttekabiliyet duygusunun yaşanmasını, gönüllülük esâsına dayanarak mümkün kılmışlardır.

Sosyal sermayenin bir yaşam biçimi ve sosyokültürel örneklerle kullanılmasında ekonomik sermayenin rolü göz ardı edilmemelidir. Zira kurulan her vakıf, kurucusu olan kişinin (vâkıf) mâddî imkânlarıyla doğru oranda bir büyüklükte ve güçte kurulmuştur. Vakfiyeler bu imkânlar göz önüne alınarak, sosyal hayâtın gerçekleri dikkate alınarak yazılmıştır. Bu çapta ekonomik imkânı olmayanlar ise, bireysel ve gündelik

yardımlaşmalar olarak tanımlanabilecek sadakalar, Ramazan ayında zikre ve zekatlar bu kültüre katkıda bulunmuşlardır.

Ayrıca İslâm'ın beş şartından biri olan zekat da, İslâm'ın gelmesiyle birlikte şartları konan ve bu şartları sağlayan her Müslüman için farz olan en ibadetlerden biri olarak, bir sosyal sermaye unsurudur. Makalenin konusu dışına taşmamak için kısaca belirtmekte yarar var ki, kişilerarası (insan-insan) yardımlaşmayı esas alan zekat ibâdeti, İslâmiyet'in hiçbir sebebe dayanmadan getirdiği ve toplumsal bir altyapısı olmayan bir farz değildir. Aksine, toplumsal yapıyı esas alan sosyal bir kurallar bütünü olarak niteleyebileceğimiz İslâmiyet, toplumsal ve insânî gerçekliği olan bir uygulama olduğu için zekâtı Müslümanlar için farz kılmıştır.

1.9. Vakıflara Referans Olan Âyetler

Vakıf kültürüne dinî bir mesnet oluşturan âyet ve hadislerle geçmeden önce şunun belirtilmesi gerekir ki, İslâm'ın diğer farzları içinde zekât ibâdetinin farz olması sosyal sermaye literatürüne kazandırılması gereken çalışmalar için önemli bir konudur. İslâmî kurallar açısından vakıf kurmak mecbûrî olmasa bile, nicelik seviyesi en düşük olan sadakadan, nicelik seviyesi en yüksek olan büyük vakıfların, nitel olarak ortak noktası, sosyal sermayenin bireysel imkânlar dâhilinde desteklenmesi ve kullanılmasıdır.

Kişilerarası ilişkiler açısından bakıldığında, zor durumda olan bir kişinin yardım alırken, gururunun kırılması ihtimâlini dikkate alıp, sadaka veren ile sadakayı alanın ayırt edilip teşhis edilmemesi engelleyen ve Sadaka Taşı olarak bilinen mimârî bir tarz geliştiren bir kültürde, sosyal sermaye altyapısı, sâdece “vakıf” kavramıyla açıklanamayacak kadar zengin ve geniştir.

Temelinde zekât ibâdeti olan vakıf kültürüyle ilgili ilk âyet Bakara Sûresi'nin 177. âyetidir:

“İyilik, yüzlerinizi doğu ve batı taraflarına çevirmeniz (den ibâret) değildir. Asıl iyilik, Allâh'a, âhiret gününe, meleklerle, Kitap ve peygamberlere iman edenlerin, mala olan sevgilerine rağmen, onu yakınlarla, yetimlere, yoksullara, yolda kalmışa, (ihtiyacından dolayı) isteyene ve (özgürlükleri için) kölelere verenlerin; namazı dosdoğru kılan, zekâtı veren, anlaşma yaptıklarında sözlerini yerine getirenlerin ve zorda, hastalıkta ve savaşın kızıştığı zamanlarda (direnip) sabredenlerin tutum ve davranışlarıdır” (kuran.diyanet.gov.tr, 2018a)

Bu âyette, İslâm'ın beş şartından önce gelen İmân'ın beş şartı vurgulanmakta ve bu şartları sağlayanlara bir tavsiye verilmektedir. Ayrıca bu âyette, metin yazarlığı kurallarının en bilineni olan, konuların önem sırasına göre öncelenmesinin de bir örneği bulunmaktadır. Yâni, Kur'an-ı Kerim'de, dinin direği olarak kabul edilen namazdan önce ve sonra vurgulanarak, mallarını yardım amacıyla veren ve zekât ibâdetini yerine getiren Müslümanların tutum ve davranışlarının nasıl olması gerektiğine dâir mesaj verilmektedir.

İlgili diğer iki âyet de, Bakara Sûresi'nin 215. âyeti:

“Sana Allah yolunda ne harcayacaklarını soruyorlar. De ki: Hayır olarak ne harcarsanız o, ana-baba, akraba, yetimler, fakirler ve yolda kalmışlar içindir” (kuran.diyanet.gov.tr, 2018b).

Ve Bakara Sûresi, 3. âyettir:

“Onlar gaybe inanırlar, namazı dosdoğru kılarlar, kendilerine rızık olarak verdiğimizden de Allah yolunda harcarlar” (kuran.diyanet.gov.tr, 2018c).

Burada vurgulanan “harcamak” ve “rızık” kavramlarıyla sâdece maddî şeyler olarak değil de, bilgi, tecrübe, beceri gibi birikimlerin ve sevgi, hoşgörü, güven gibi olumlu tutum ve duyguların da paylaşılması ve alınıp verilmesi kastedilmesi anlamının çıkması da mümkündür. Bu âyetlerde sosyal hayâta yönelik emir ve tavsiyelerin verildiği anlaşılabılır. Bu tavsiyelerin toplumsal hayatta uygulanması, sosyal sermayenin gelişmesi sonucunu doğurur. Bu gelişimin kurumsal, sistematik ve kuralları tespit edilmiş bir yapının çatısı altında olması da, karşımıza vakıf uygulamasını çıkarmaktadır.

SONUÇ

Vakıflara Referans Olan Hadisler

Bütün İslâm âlimlerinin kabulüdür ki, Hz. Muhammed'in hayâtı ve sözleri, Kur'ân-ı Kerim'in sosyal hayatta ve insânî ilişkilerde pratiği dökülmüş hâlidir. Dolayısıyla O'nun uygulamaları ve tavsiyeleri, âyetlerden sonra en güçlü referans olarak kabul edilir. Hz. Muhammed'in de kendisine âit maddî birikimleri ihtiyaç sâhiplerinin masrafları karşılanmak üzere vakfettiği bilinmektedir. Bu uygulama, Hz. Muhammed zamanında O'nunla aynı sosyal ortamı paylaşmış kişiler olan sahabeler tarafından sünnet kabul edilmiş ve tatbik edilmiştir.

Bu konuda sosyal sermayenin devamlılığı açısından örnek olacak husus, mevkûfun (yâni vakf edilen malın) aslının korunup gelirinin dağıtılması ve sürekliliğin güvence altına alınmasıdır. Zira Hz. Muhammed'in hadisi şöyledir:

“Aslını satılmamak, hibe edilmemek ve miras olunmamak üzere tasadduk et” (Öztürk, 1995b:119)

Bu hadis, âdeta vakıflar için vazgeçilmez bir ölçü kabul edilmiştir. Bu yüzden vakıf kuran kişiler, kendi mallarını vakfettiklerinde, bu malın geri alınıp satılması ve kendi çocuklarına miras bırakılması ihtimâli ortadan kalkmaktadır. Bu mallardan elde edilecek olan gelir, vakıf senedinde (vakfiye) belirtilen ve değiştirilmesi mümkün olmayan amaçlar doğrultusunda harcanır. Bu amaçlar, öksüz ve yetimlerin bakılmasından, güzel sanat dallarının yaşatılması konularında kadar sınırsız bir çeşitlilik gösterebilir. Vakfın hangi amaçla açılacağı ve vakfedilen malların gelirlerinin hangi alanlarda kullanılacağı vakfeden kişinin tasarrufundadır.

Niceliği farklı olsa da, Müslümanların maddî birikimleri öncelikli olmak üzere, bilgi ve birikimlerini karşılık beklemeden paylaşmaları, yâni kamu yararına vakfetmelerinde etkili olan bir diğer hadis de şöyledir:

“Şu üç sınıf kimse müstesna, âdemoğlu öldüğü zaman amel defteri kapanır. Bu üç sınıf kimse de şunlardır: ölen için dua eden iyi bir evlâd, mükâfâtı ölene erişen “sadaka-i câriye” ve ölümünden sonra insanların yararlandığı bilgi” (Öztürk, 1995b:119).

Müslümanlar öldükten sonra da amel defterlerinin açık kalıp sevap kazanmaya devam etmek ve böylece bu üç sınıftan birine girebilmek için, en garanti yol olarak vakıf kurmayı bulmuşlardır. Vakfın hizmetlerinden yararlanan herkes, o vâkıfa dua edecek ya da vakfettiği maddî birikim, vakıf faal olduğu sürece sadaka-i câriye olarak ihtiyaç sâhiplerine ulaşacaktır. Bu vakıf kurma uygulamasını, bireylerin de paylaştığı kültürel bir bilgi birikimi ve bu bilginin pratiğe dökülmüş hâli olarak düşünürsek, bu kültürel bilginin somut bir kurum vâsıtasıyla yaşaması da, üçüncü sınıfa girmeyi sağlamaktadır.

Vakıfların Bugününe Kısa Bir Bakış

Nüfusunun büyük bir çoğunluğu Müslüman olan ülkemizde vakıf kültürü devam etmektedir. Hem Osmanlı zamânında kurulmuş ve varlığı devam eden vakıflar, hem de Cumhuriyet'in ilânından sonra kurulan vakıfların tamâmı Vakıflar Genel Müdürlüğü denetimindedir. Günümüzde vakıflar, (cemaat vakıfları, mülhak vakıfları, esnaf vakıfları, yeni vakıflar olmak üzere) dört sınıfta toplanmaktadır. Bu vakıfların ayrıntıları şöyledir (vgm.gov.tr, 2018a):

Tablo 2: Vakıfların Ayrıntıları

Vakıf Türü	Sayısı	Oran (%)
Mülhak vakıflar	260	4.6
Cemaat vakıfları	167	3.0
Esnaf vakıfları	1	0.01
Yeni vakıflar	5158	92
Toplam	5586	

Sayıları her geçen gün artan vakıfların kuruluş amacı, dinî olabileceği gibi dünyevî de olabilmektedir. En belirgin özelliği, kâr amacı gütmemek olan vakıfların faaliyet alanları ve yaygınlıkları, aşağıdaki tabloda toplumun tüm kesimine erişebilecek kadar geniştir. (vgm.gov.tr, 2018b)

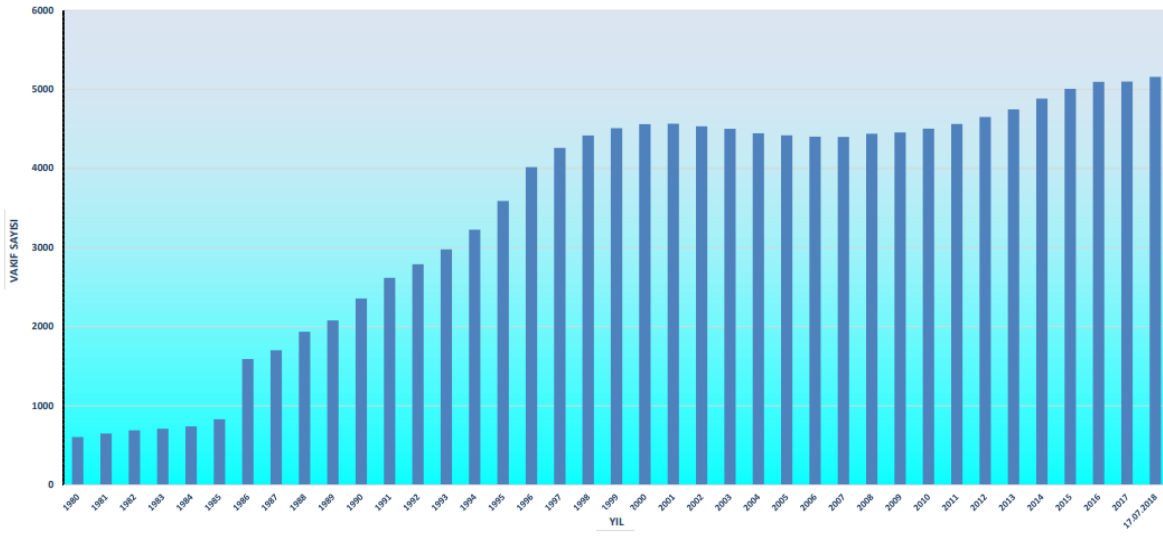
Tablo 3: Vakıfların Faaliyet Alanları ve Yaygınlıkları

Faaliyet Alanı	Vakıf Sayısı
Ulusal	1969
Coğrafi Bölge	129
İl	1151
İlçe	1434
Uluslararası	187

Sivil toplum kültürünün bir sonucu olarak açılan vakıflar, bireylerin sosyal refah seviyesini arttırmada devlete destek vermek ve devlet bürokrasinin sebep olduğu gecikmelere mâruz kalmadan, kanunların belirlediği sınırlar içinde, toplum yararına hizmet vermektir. Vakıfların günümüzdeki kuruluş ve işlevleri sosyal sermaye açısından önemli veriler ortaya koymaktadır.

Her şeyden önce vakıfların her geçen gün artan sayısı, gönüllülüğü esas alan ve sosyal sermayenin de önemli bir ögesi olan sivil toplum anlayışının ülkemizde varlığını geliştirerek sürdürdüğü göstermektedir. Bu durum, her ne kadar yolsuzluk gibi kötü niyetlere de âlet edilme ihtimalinin yükselmesini beraberinde getiriyor olsa da, bunun John Field'in "karanlık taraf" olarak tanımladığı kaçınılmaz bir olumsuz yan etki olduğu unutulmamalıdır. Bu olumsuz örnekler, sosyal sermayenin ve sivil toplum kültürünün uygulama örnekleri olan vakıfların temelde zararlı kurumlar olduğunun değil, sosyal sermayedeki insan faktörünün kişisel menfaatlerini toplumun menfaatlerinin üstünde görmesinin bir göstergesidir. Bu da yukarıda değinildiği gibi "ben" ve "biz" dengesinin, bencil bir "ben" anlayışı ile menfaatkâr çıkarlar uğruna bozulmasının sonucudur.

Ülkemizdeki yetmiş iki vakıf üniversitesi ile yüksek öğrenim kurumu sayısının artmasından, sağlık hizmetlerinin daha yaygın ve kalite olmasına kadar birçok alanda topluma hizmet eden vakıfların, bu çalışmanın konusu çerçevesinde, günümüzdeki işlevi artarak hâlâ devam etmektedir. "Yeni vakıfların" mevcut vakıfların %92'lik bölümü oluşturması da göstermektedir ki, Soyut bir yapısı olan sosyal sermaye kavramı vakıfların çoğalması ve sosyal hayatta daha görünür hâle gelmesiyle daha hissedilir ve kullanır hâle gelmektedir. Şekil-2'de görüldüğü gibi (vgm.gov.tr, 2018c), bu artışta, özelde Türkiye'de gelir düzeyinin yükselmesi ve genelde sosyal sermaye ile ekonomik sermaye arasındaki doğru orantının da etkisi görülmektedir.



Şekil-2

Bu şekildeki niceil bilgiler de göstermektedir ki, son otuz yılda artan vakıf sayısı, Türkiye'deki örgütlü sivil toplum yapısı güçlenmekte ve Tocqueville'in Amerika örneğinde gösterdiği gibi, sivil toplumun devletin desteği ve müdahalesine olan ihtiyâç giderek azalmaktadır. Bu da, toplumundaki sosyal güven duygusunun ve özgürlük anlayışının geliştiğinin işaretidir.

TARTIŞMA

Francis Fukuyama, sosyal sermayeyi, "birleşme sanatı" olarak tanımlamaktadır. (2001:10) İşbirliğini teşvik eden, yazılı olmayan ve gayri resmî normdur. Bu norm veya "sanat" zayıflarsa ya da yok olursa, yâni bireyler bunlara önem vermezse, toplumlaşma imkânsız hâle gelir. Yâni insan, kendini var eden yapıyı; başka bir

deyişle, kendini bitirir. Bu, kısa süren bir mutluluk olarak bireyselleşmenin yalancı özgürlük zevkini, hayat boyu devam eden ve medeniyetler kuran huzur ve güven ortamına tercih etmek demek olur. Bu tahribâtın tâmiri çok zordur. Bu tahribat, tıpkı bir duvara tutunup saran sarmaşığın duvardan koparılıp yere serilmesinden sonra, dalları canlılığını sürdürse bile duvara tutunamaması gibidir. Eski hâline gelmesi için yeni dallar çıkması ve bunun için de zaman geçmesi gerekir.

Ancak unutulmamalıdır ki, sosyal sermâye kültürel bir unsurdur. Bu sebeple, bir kültürün olumlu ve olumsuz taraflarının olması ve hiçbir kültürün tamâmen iyi ya da tamâmen kötü olmaması gibi, sosyal sermâye de benzer özelliklere sâhiptir. John Field’in “karanlık taraf” diye vurgulamak istediği de, sosyal sermâyenin olumsuz taraflarıdır. Sosyal sermâye, karanlık taraflar gibi, aydınlık taraflarını da var olduğu kültürel birikimden alır. Ancak sosyal sermâyenin ağırlıklı olarak olumlu anlam ifade etmesinin sebebi, tıpkı “sermâye” kavramındaki gibi, sâhip olunmasının insânî ve doğal bir istek olmasıdır. Bu anlam çerçevesinde kullanıldığında sosyal sermâyenin toplumun sağlıklı bir devamlılığa sâhip olmasında, vazgeçilmez bir yeri olduğu muhakkaktır.

İnsanda doğal (doğuştan, fitrî) olarak var olan dinamiklerin faal hâle getirilmesiyle ortaya çıkan sosyal sermâye, bu anlamda toplumsal dinamiklerin görünür hâle gelmesidir. Vakıf, bu dinamiklerin görünür, somut ve teşkilatlı hâllerinden biridir. Sosyal sermâyenin temel taşlarından olan güven, mütakabiliyet ve gönüllülüğe dayanmasının yanında yazılı kurallara (vakfiye) dayanması, vakıfların toplum yapısı içindeki yerinin ciddiyetini göstermektedir.

Vakıflar, Bourdieu’nun sosyal sermâyeye bakışının aksi yönde işleve sâhiptir. Bourdieu, sosyal sermâyenin sınıflar arasındaki farkı koruduğunu ve toplumsal tabakalaşmayı devam ettirdiğini iddia eder. Ona göre, sosyal sermâyesi çok olan çok; az olan az elde edeceği için fark kapanmaz ve açıklık devam eder. (Bourdieu, 1986) Bu, sosyal sermâyenin elitist ve sınıflı bir anlayışın hâkim olduğu toplumdaki durumudur. Sınıflar arası geçişin olmadığı, sosyal sermâyenin belli bir kesimin hâkimiyetin bir güç olarak kullanılmasına dayalı bir bakıştır. Ancak, bilgiye ulaşmanın kolaylaşmasıyla gücü kırılan Avrupa’daki aristokratik sınıf, sosyal sermâye üzerindeki sultasını kaybetmiştir. Ayrıca Avrupa’dan farklı olarak, Türk-İslam kültüründe, bilgiye ve maddî birikime bakışta paylaşımın esas olması, vakıf kültürü doğurmuştur. Bu kültür de, somut yapılanması ile sosyal sermâyenin, toplumdaki farklı kesimler arasındaki farkın, alt kesimlerin lehine kapanmasını sağlamıştır.

Bu çalışma kapsamında, sosyal sermâyenin somutlaşmış şekli olan kurumlardan biri olarak ele alınan vakıflar da, sâhip oldukları târihsel altyapı ile toplumun sürekliliğindeki unsurların arasında yer almaktadır. İslâmiyet’te önemli bir yeri olan ve Türk-İslam kültüründe sivil toplumun bir yansıması olan vakıflar, târihî süreç içinde hem yapılanma, hem işlev, hem de imaj olarak değişikliğe uğramıştır. Bu değişikliğin sebebi, çağın ihtiyaçlarının değişmesi ve yeni ihtiyaçların ortaya çıkıp, bâzı eski ihtiyaçların ortadan kalkmasıdır. Bu özellik aynı zamanda, sosyal sermâyenin canlı bir organizma gibi, sürekli değiştiği ve geliştiğini göstermektedir. Zamanın değişimine ayak uyduramayan toplumların, ayak uyduran toplumlardan geri kalması, bu toplumların sosyal sermayelerinin tükenmesi ve toplumun iflas etmesi demektir.

KAYNAKLAR

- Ağcasulu, H. (2017). Sosyal Sermaye Kavramı ve Temel Bakış Açılarının Karşılaştırılması, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Yıl:2017, Cilt:8, Sayı:17, ss.114-129.
- Akbal, İ. (2017). Sivil Toplum – Sivil Toplum Düşüncesi, Sivil Toplum Kuruluşları ve Kamu Yönetiminde Karar Alma Üzerine Etkisi, Konya: Çizgi Kitapevi
- Aydemir, M. A. (2001). Sosyal Sermaye: Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Araştırması, Konya: Çizgi Kitapevi.
- Bourdieu, P. (2002). The Forms of Capital, Readings in Economic Sociology. (Ed. Nicole Woolsey Biggart), Oxford: Blackwell Publishing, pp.280-291.
- _____ (1986). The Forms of Capital, Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education içinde, Ed.: J.G. Richardson, New York: Greenwood Press.
- Coleman, J. S. (1993). The Rational Reconstruction of Society, American Sociological Review, Cilt 58, No.1, pp.1-15.
- _____ (1998). Social Capital in the Creation of Human Capital, The American Journal of Sociology, cilt. 94, pp.95-120.
- _____ (2000). Social Capital in the Creation of Human Capital. In E.L. Lesser (Ed.), Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications, pp.43-68, USA: Butterworth-Heinemann.
- Çaha, Ö.(1999). Sivil Toplum, Aydınlar ve Demokrasi. İstanbul: İz Yayıncılık
- Edgar, A. ve Sedgwick, P. (2007). Kültürel Kuramda Anahtar Kavramlar, (çev. Mesut Karasahan), İstanbul: Açılım Kitap.
- Field, J. (2008). Sosyal Sermaye, (çev. Bahar Bilgen, Bayram Şen), İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Fine, B. (2011). Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı: Binyılın Eşiğinde Ekonomi Politik ve Sosyal Bilimler, (çev. Ayşegül Kars), İstanbul: Yordam Kitap.
- Fukuyama, F. (1999). The Great Disruption: Human Nature and The Constitution of Social Order, New York: Simon and Schuster.
- _____ (2001). Social Capital, Civil Society and Development, Third World Quarterly, cilt: 22 No.1, pp.7-20.
- Kuran.diyanet.gov.tr (2018a), <http://kuran.diyanet.gov.tr/mushaf/kuran-meal-2/bakara-suresi-2/ayet-177/diyanet-isleri-baskanligi-meali-1> (erişim: 24.7.2018)
- _____ (2018b), <http://kuran.diyanet.gov.tr/mushaf/kuran-meal-2/bakara-suresi-2/ayet-211/diyanet-isleri-baskanligi-meali-1> (erişim: 24.7.2018)
- _____ (2018c), <http://kuran.diyanet.gov.tr/mushaf/kuran-meal-2/bakara-suresi-2/ayet-1/diyanet-isleri-baskanligi-meali-1> (erişim: 24.7.2018)
- Lin, N. (2001). Social Capital: A Theory of Social Structure and Action, Cambridge: Cambridge University Press.
- Öztürk, N. (1995a). Türk Yenileşme Tarihi Çerçevesinde Vakıf Müessesesi, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- _____ (1995b). Elmalılı M. Hamdi Yazır Gözüyle Vakıflar, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival American Community, New York: Simon and Schuster.
- Tocqueville, A. de (2016). Amerika'da Demokrasi, (çev. Seçkin Sertdemir Özdemir), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tuncel, G. (2011). Sivil Toplum ve Devlet, Malatya: Bilsam Yayınları.

vgm.gov.tr (2018a).

https://www.vgm.gov.tr/Documents/YEN%C4%B0%20VAKIFLAR2018/VAKIFLARIN%20T%C3%9CRLER%C4%B0NE%20G%C3%96RE%20DA%C4%9EILIMI_17.07.2018.pdf (erişim: 25.7.2018)

— (2018b).

[https://www.vgm.gov.tr/Documents/YEN%C4%B0%20VAKIFLAR2018/YEN%C4%B0%20VAKIFLARIN%20H%C4%B0ZMET%20ALANI%20\(2017\).pdf](https://www.vgm.gov.tr/Documents/YEN%C4%B0%20VAKIFLAR2018/YEN%C4%B0%20VAKIFLARIN%20H%C4%B0ZMET%20ALANI%20(2017).pdf)

— (2018c).

[https://www.vgm.gov.tr/Documents/YEN%C4%B0%20VAKIFLAR2018/YEN%C4%B0%20VAKIFLARIN%200YIL%20BAZINDA%20DA%C4%9EILIMI%20\(1980-17.07.2018\).pdf](https://www.vgm.gov.tr/Documents/YEN%C4%B0%20VAKIFLAR2018/YEN%C4%B0%20VAKIFLARIN%200YIL%20BAZINDA%20DA%C4%9EILIMI%20(1980-17.07.2018).pdf)

Winter, I. (2000). Social Capital and Public Policy in Australia, Melbourne: Australian Institute of Family Studies,

Woolcock, M. (2003). Social Capital, Encyclopedia of Community içinde, (Ed: George Ritzer), London: Sage Publication, Cilt 3, pp.1258-1262.

ICONSUR 2018

ICONSR 2018

Havayollarında Yan Gelirlerin Artan Önemi

Vahap ÖNEN¹²

GİRİŞ

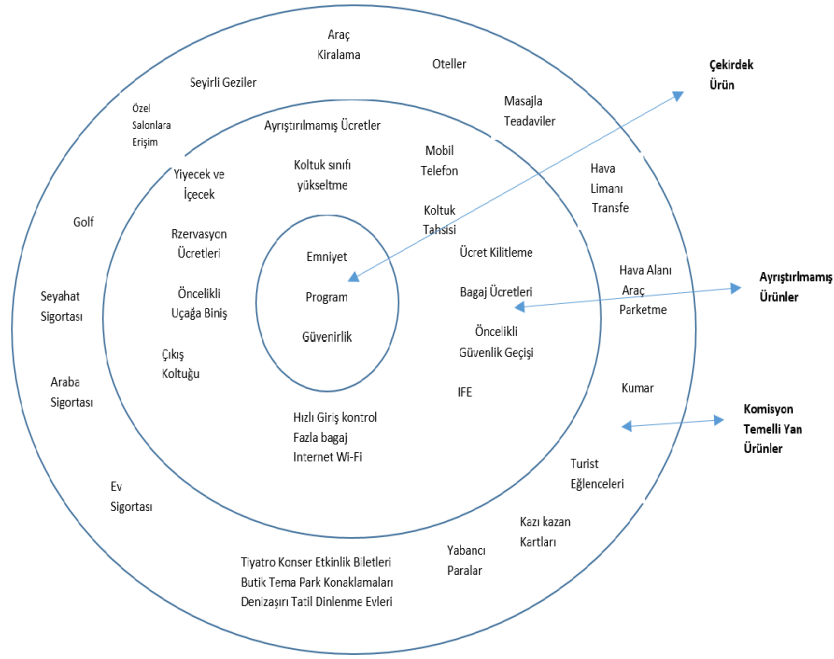
Yan hizmetler, havayolu şirketleri tarafından satılan hava yolculuğu ile ilgili isteğe bağlı ürünler veya hizmetlerdir. Bu tür hizmetler uçuşla doğrudan ilişkili olabilir (bagaj, koltuk seviyesi yükseltmeleri veya yemekler gibi), yolcuların daha büyük seyahat planlarının bir parçası olabilir (otel odaları, kiralık arabalar ve varış yerleri gibi) ya da yolcunun havayolu ile devam eden ilişkisi (ortak markalı kredi kartı gibi). Havayolu yan gelir danışmanlığı ve takip firması olan IdeaWorks, ABD'deki büyük taşıyıcıların 2015 yılında 18 milyar ABD Doları'nın üzerinde yan gelir elde ettiğini ve aynı yıl dünyadaki havayolu şirketlerinin tahmini küresel havayolu şirketlerinden 59 milyar dolarlık yan gelir elde ettiğini belirterek bu rakamın tahmin edilen 29 milyar dolarlık tutardan çok daha fazla büyük bir kazanç (IdeaWorks, 2015) olduğunu ifade etmiştir. Bugün yan gelirler, havayolları için açıkça önemli olsa da, nispeten yeni bir gelir akışı yöntemidir. Son on yılda, havayolları hem 'ayırıştırma yöntemiyle hem de yeni ürünler oluştururken yan gelirlerini geliştirmeye büyük çaba sarf etmişlerdir. Bu uygulama hizmetleri ayırıştırma, kontrol edilen bagaj gibi bir uçak biletinin parçası olarak geleneksel olarak dahil edilen ürünler veya hizmetler için ayrı olarak ücretlendirmeye tabi tutulmasına işaret etmektedir. ABD ağ taşıyıcıları, ilk ve ikincil kontrol edilen bagajlar için müşterilere para şarj etmeye özelekle; ağır bagajlar, büyük çantalar ve fazla bagajlar için müşterilerden 2007 ve 2010 arasında beş kat fazla ücret almaya başladılar (DOT, 2016). Bagaj ücretleri için şimdi American Airlines'ın topladığı gelir yılda 1 milyar dolardan fazladır ve bu rakam büyük ABD ağ taşıyıcıları için bilet gelirlerinin % 2-4'üne eşittir. Yan gelirlerden dolayı toplam gelirleri son on yılda yaklaşık üç katına çıkmış olup, toplam gelirler içindeki payı %3'ü ile % 8'i kadarına ulaşmıştır (Stalnaker vd., 2016). Bu hizmetlerin bir kısmı (bagajlar, ekstra uçuş hatları, vb.) bilet alımları ile bağlantılıdır ve teklifler ve fiyatlar ücret sınıfına göre değişebileceğinden, yan hizmetlerin varlığı ve maliyeti yolcular için güzergâhlara ve ücret sınıflarına göre değişebilir. Dahası önceden yan hizmetler genel karlılık kapsamında geleneksel gelirlerden daha az önemliydi ya da hiç teklif edilmiyordu bu yüzden havayolları yan hizmetlerle ilgili yolcu kararlarının güzergâhlar ve ücret sınıfları hakkındaki kararlarla nasıl ilgili olduğunu anlamamış durumdadırlar.

1.LİTERATÜR TARAMASI

1.1.Havayolu Yan Gelirlerin Oluşumu

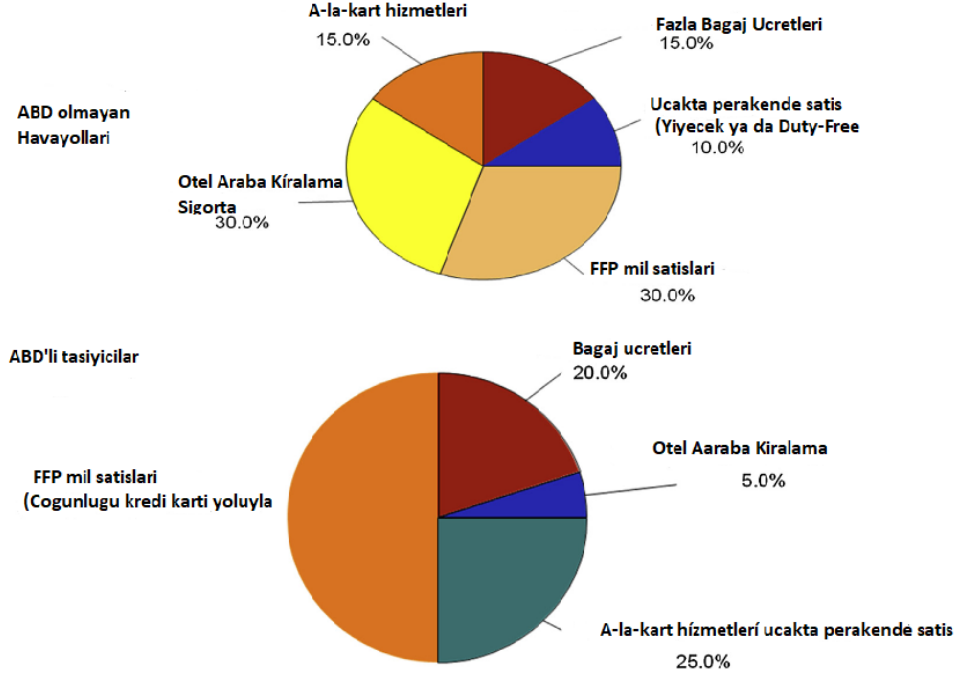
Karlılık küresel çevrelerde havayolları için git gide daha zorlaşmaktadır. Son on seneden bu yana havayolları %0,1 karlılıkla en zor dönemlerden geçti (IATA, 2011). İki bin ile iki bin dokuz yılları arasında 41,9 milyar dolar kaybedilirken (IATA, 2009) sadece 2009 yılında havayolları taşıyıcılarının hemen hemen 10 milyar dolar kayıp ettikleri hesaplandı (IATA, 2011). On yıl süresince bir kaç finansal faktör havayolları performansını etkiledi. Öncelikle küresel çapta ekonomik küçülmenin etkisinden dolayı gelirler %15 ve toplam 85 milyar dolar düştü ki bu 11 Eylül terörist saldırısının sonucunda meydana gelen %7 düşüş ve 23 milyar dolar zararın etkisinden daha fazla önemli şekilde etki yaptı (IATA 2010). Son zamanlarda sabit etkiler nedeniyle operasyonel maliyetler azalmasına rağmen hava hizmetlerindeki serbestleşmenin devam etmesi artan yakıt maliyetleri ve havacılıktaki çalışma şartları nedeniyle hasıllar azalmaya devam etti. Bu durum havayollarını dinamik paketle ayırıştırılamamış ürünler, perakende reklam gibi Şekil 1 de gösterildiği üzere ikincil kaynaklardan ek gelir üretilme fırsatlarına yönelik arayışa yöneltti.

¹² İstanbul Okan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Sivil Havacılık Yönetimi, İstanbul, Türkiye. vahap.onen@okan.edu.tr



Şekil 1 Havayolu Yan Gelir Tipleri
Kaynak: O, Conelli (2011).

IdeaWorks (2011) yan gelirleri yolculara satılarak doğrudan üretilen bilet satışın ötesinde ya da dolaylı biçimde seyahat deneyimi geliri olarak tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra yan gelirler üç kategoriye bölünebilir: a-la-kart, komisyon temelli (üçüncü parti olarak da adlandırılır) sık uçan faaliyetleri. Avrupa da Rynair, Easyjet gibi havayolları seçenekli ücretleri benimsemeye başladıkları zaman düşük maliyetli taşıyıcılar da yan gelirlere odaklanmaya başladı. Günümüzde ayrıştırılmamış ürün modeli ile havayolu biletlemesi hem düşük maliyetli taşıyıcılarda hem de geleneksel havayollarında uygulanmaktadır (Onboard Hospitality, 2011). Bejar (2009), havayolu yan gelirleri hareketinin başlangıcını Düşük Maliyetli taşıyıcılar ile izleyerek bu tip havayollarının İnternet'in gelir getirici bir kolaylaştırıcı olarak önemini ilk anlayanlardan olduğunu belirtmektedir. Rynair 2000 yılında ilk olarak otel satışları ve araba kiralamaya başlamıştı ki bu hareketin diğer havayolları tarafından takip edilmesine yetmişti zaten. İlk zamanlarda yan gelirler düşük maliyetli taşıyıcılarla ilişkiliydi. Günümüzde, geleneksel, tam hizmetli havayolları dahil olmak üzere, her türlü taşıyıcı tarafından giderek benimsenen gerekli bir faaliyet haline gelmektedir. Havayolları sadece üçüncü şahıslardan elde ettikleri otel, kiralık araba, sigortadan gelen komisyonlardan değil bunun bir adım daha ötesine giderek ayrıştırılmamış fiyatlamalara başladılar. (Ideworks, 2012) Şekil 2' de bölgesel bazda ABD kökenli ve ABD kökenli olmayan tam hizmet sağlayan taşıyıcıların gelirlerinin dağılımını göstermektedir.



Şekil 2 Anahtar Yan Gelir Bileşenleri (ABD ve ABD’li Olmayan Taşıyıcılar İçin)

Kaynak: J.F. O Connell, D. Warnock-Smith / Journal of Air Transport Management, 33, (2013).

Yüzde cinsinden, hem ABD hem de ABD dışındaki yerleşik taşıyıcılar ayrıştırılmış ürün ve hizmetlerle yönelik olarak yan gelir kaynaklarında bir çeşitlilik geliştirmiş olup bunlar eski yerleşik taşıyıcılar tarafından yapılan tüm yan gelirlerin %15 ila % 25’ini temsil etmektedir. ABD taşıyıcıları için, FFP (sık uçan programları) ile ilgili yapılan satışlara (% 50’lik bir ortalama) açıkça daha fazla bir bağımlılık söz konusu olsa da, ABD dışındaki taşıyıcılar için, FFP satışları ve diğer komisyon bazlı ürün satışları arasında daha fazla denge vardır. Son birkaç yıl içinde yaşanan hızlı büyümenin ardından yan gelirler havayolu hesaplarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. 2007 yılında IdeaWorks, dünya çapında sadece 23 havayolunun toplam faaliyetlerden elde ettiği gelirlerin toplam 2,45 milyar dolar olduğunu açıkladı. Dört yıl sonra, dünya çapındaki taşıyıcılar tarafından bildirilen toplam gelir 21,46 milyar \$’a yükseldi (IdeaWorks, 2011). Herhangi bir yıldaki raporlanan yan gelirlerin o yıl için raporlanan havayolu şirketlerinin sayısına bölünmesi durumunda, yan gelirlerdeki temel büyüme anlaşılabilir duruma gelmektedir. Sonuçlar göstermektedir ki yan gelirlerdeki ortalama büyüme 2007 yılında havayolu başına 100,6 milyon dolar seviyesinden 2010 yılında havayolu başına yaklaşık 456,6 milyon ABD Doları seviyesine yükselmiştir. Havayolları, tahmin edilemeyen bir ekonomik ortamdaki yan gelirlerin karlılıklarına olan olumlu etkisini fark etmektedirler.

1.2.Düşük Maliyetli (LCC) Taşıyıcılar Açısından Yan Gelirler

LCC iş modeli analizleri genellikle maliyet düşürme ve maliyet yapısına odaklanırlar. Bununla birlikte gelir yapısında açıkça kendini gösteren tek bir LCC özelliği vardır o da yardımcı gelirlerdir. Bunlar geleneksel olarak ayrıştırılmamış ürün yapılarıyla ayrıştırılmamış düşük tarifeleriyle uzak mesafelerde olsa bile fiyata duyarlı yolcuları çekebilirler büyük hava limanlarında ağ taşıyıcılarına karşı güçlü bir şekilde rekabet edebilirler. Ek hizmetlere yönelik sunumlar kısmen maliyetlerde azaltmalar sağladığı gibi ek gelirler de sağlarlar. Bagaj için para ödenmesi bagaj miktarını azaltır, uçakta satılan aperatif ve içecekleri satmak ta atık problemini azaltır. Yolcuların temel seyahat ürünlerine ekleyebilecekleri artan sayıdaki olanaklar, 'alakart ücretler' olarak bilinir ve uçaktaki ikram satışları, bagaj kontrolü, tahsisli koltuklar, erken yatma seçenekleri, bagaj taşıma, film ve internet erişimi, yastıkları, battaniyeleri içerir. Havayollarının sunduğu diğer bir yan gelir kategorisi, otel odaları, araç kiralama, seyahat sigortası ve ortak markalı kredi kartları gibi komisyon bazlı ürünlerdir. Üçüncü bir kategori, araç kiralama şirketleri, otel zincirleri ve ortak markalı kredi kartı şirketleri gibi programcı ortaklarına sık uçan yolcuların satışlarıdır. Günümüzde düşük maliyetli taşıyıcılar yan gelir hisselerinin büyümesine yönelik en büyük

ilk 10 havayolunu yönetmektedirler. Southwest havayolu şimdiye kadar, özellikle de kontrol edilen bagajla ilgili kısıtlı bir ekleme ücret politikası seçmiş olan tek ABD'li taşıyıcıdır. Aslında, Southwest reklamları “Ücretler bizimle uçmuyor” sloganında açıkça bagaj için ücret almadıklarını, ancak ABD'nin tam hizmet sağlayıcılarının bunu yaptığını ima etmektedirler. Düşük maliyetli havayollarının yanı sıra havayolu şirketlerinin bu fiyatlandırma stratejisinden daha fazla faydalanmasının temel nedeni, havayollarının temel bilet fiyatlarında rekabet etmesinden kaynaklanmaktadır ve yolcular genellikle hangi uçuşu satın alacağına karar verirken bu ücretleri karşılamaktadır. Ürün fiyatının daha az şeffaf olan kısmında artış olur. İsteğe bağlı hizmetler satış üzerindeki bir etkinin, ürünün kendisi için fiyat artışlarından daha az olduğu anlamına gelmektedir (GAO, 2010). Buna dayalı olarak müşteri katılımına dayalı olarak bu potansiyeli geliştirecek stratejileri uygulamaya başladılar. Havayolu endüstrisinde ekleme ücretlerin çoğalması bir taraftan kayıp lider strateji olarak görülebilir bir taraftan ise opsiyonel hizmetlerin çoğunluğunun sadece havayolları internet siteleri üzerinden satılmasından dolayı neden arama maliyetlerinin arttığını açıklayabilir. Bu genellikle gizleme olarak karakterize edilir (Ellison ve Fisher Ellison, 2009). LCC'lerin maliyet düşürme taahhüdü her bir işlevi inceleyerek gereksiz görülenleri ortadan kaldırmak veya yan hizmetler olarak ayrı ayrı ücretlendirme manasına gelmektedir. Kârları artırmak için, LCC'er bagaj ücretleri gibi yan gelir yaratmada ustalaştılar ki bunlar şimdi en büyük tek ekstra ücret kaynağı durumundadırlar (Harteveldt ve Stark, 2010). Havayolları ayrıca üçüncü taraf satıcıları ile ortaklıklar kurarak araç kiralama ve otel rezervasyonlarından kaynaklanan yan gelirleri ekledi (Sorensen, 2011). 2009 yılında yan gelirler Ryanair'in toplam gelirinin % 22,2'sini ve Aer Lingus'un toplam gelirinin % 14,4'ünü oluşturmuştur (Amadeus ve IdeaWorks, 2010). 2010 yılı için küresel havayolu yan gelirleri 18,5 milyar euro olarak tahmin edildi. Bu, 2009'da %68'lik bir artış anlamına gelmektedir. Havayolu şirketlerinin satış gelirlerini kayda değer ölçüde artıracığı ve bunun önümüzdeki birkaç yıl içinde % 300 artarak 74,8 milyar euro ya ulaşacağı tahmin edilmektedir (Amadeus ve IdeaWorks, 2010). Pratikte havayolu endüstrisindeki ayrıştırılmamış uygulamalar düşük maliyetli taşıyıcılara (LCC) ve ultra düşük maliyetli taşıyıcılara (ULCC) izin vermiş olup Rynair Avrupa'da People Expressi, Sprit Allegiant Amerika'da baş göstererek bu havayolları gelir artışını büyük ölçüde yan gelirlerle bağladılar. Artık operasyonel faaliyeti durmasına rağmen People Express 1980'lerde uçuşlarda uçaklarda yemek ücreti ve bagaj kontrol ücreti alınması uygulamasını ilk başlatan firmaydı (Conrady, 2013) daha sonra ise Rynair Allrgiant Spirit havayolları uçak altına yüklenen bagajlar için ücret uygulamasını yeniden devreye soktu ve ayrıca yolcu yanına alınan bagajlar için de ücret alımı uygulaması başlattılar (Michaels, 2009 ; Velotta, 2012; McCartney, 2010). Büyük ABD'li taşıyıcılarda 2008'den önce United Airlines American Airlines gibi şirketler ultra LCC'lerin bu uygulamalarını takip ettiler (Brueckner vd., 2015; Johnston, 2013). Uçak altına yüklenen bagajlar için alınan ücretler bu şekilde yolcuların getireceği bagaj sayısını azaltmakta ve bu da dolaylı olarak giriş kontrol, kontuarlar ve görevli kişi sayısını azaltarak aynı zamanda kayıp ya da hasarlı bagaj sayısının azalmasına yol açmaktadır (Michaels, 2009; Allegiant Air, 2008).

Tüm bunlarla birlikte, ABD Ulaştırma Departmanı da daha fazla fiyat şeffaflığına yönelik olarak, havayollarının yan ücretler hakkında daha ayrıntılı bilgi vermesini şart koşmaya başladı. 2011 yılında ABD istatistikler bürosu tüketicilere karşı bu şekilde öncelikli uçağa binış uçağa yiyecek ve içecekler bagaj kontrollerine yönelik yeni ek ücretlere dayalı şeffaf davranmayan ve bu konuda şikâyet alan havayolu isimlerini seyahat gruplarının listesinin yayınlanmasına karar verdi (Sharkey, 2011). Benzer şekilde, gizli maliyetler ve kaçınılmaz olan masrafların hariç tutulması, AB organlarının da dikkatini çeken, giderek tartışmalı bir konu haline getirmiştir. Bu konuda Avrupa Tüketiciler Ağı Merkezi havayollarının tamamlanmamış farklı fiyat uygulamaları konusunda sağladığı bilgileri tanımaktadır. Bununla birlikte Avrupa Birliği Komisyonu Tüketicileri Koruma İşbirliği düzenlemesi altında havayollarının bilet satışlarının soruşturulmasına olanak sağlayan düzenlemeyi 2006 yılında yürürlüğe soktu (EEC-Net, 2007). Soruşturma, havayollarının fiyat göstergeleriyle ilgili özel teklifler ve sözleşme şartları konusunda en yaygın ve haksız uygulamalar yaptığını tespit etti. AB komiserliği havayollarını fiyatlarını son aşamadayken değil “web” sitelerinden yayınladıkları ilk çıkış noktasından itibaren yolculara vergiler rezervasyon ücreti kredi kartı ücreti gibi toplam fiyat konusunda daha açık olmaları konusunda bir yön belirlemelerini istemiştir.

1.3.Yan Gelirlerin Artan Önemi

IATA'nın yakın geleceğe dair finansal tahminleri beklentileri umutlandırmakta olup bunlar güçlenen GDP'ler artan yolcu ve kargo talepleri yükselen endüstri standartları verimlilik kazançları ve yan gelirlerdeki artışlardır (IATA, 2014ab). Bu yardımcı gelirler, ek gelir kaynaklarının üretilmesinde hızlı tempolu bir paradigma atılımı üretmektedirler O'Connell ve Warnock-Smith (2013). Ideaworks (2014) bu yardımcı gelirlerin, 2014 yılında Tablo 1'de yer alan kategori itibarıyla gösterildiği gibi 2014'te 116 havayolundan 49,9 milyar ABD doları biriktirdiğini tahmin etmiştir. Bu oran 2010'dan bu yana %121 oranında artmıştır. Havayolu endüstrisi başlangıçta 2014 yılında sadece 62 milyar ABD doları gelir elde etti. Açıkça görülen bu gelir artışının,

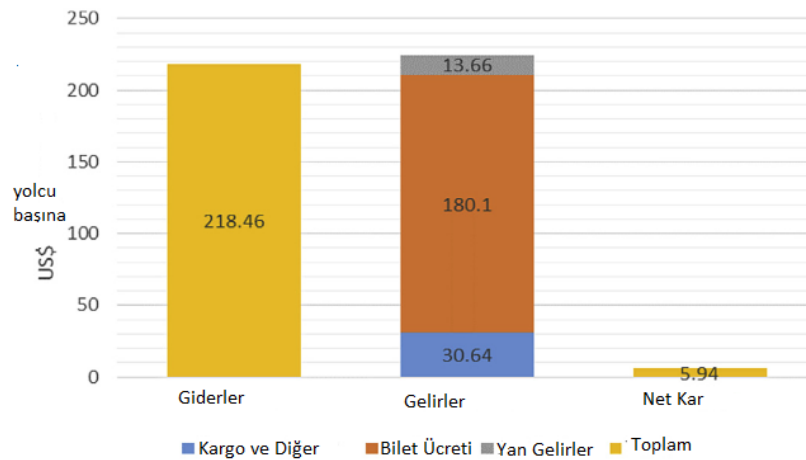
havayolu taşıyıcılarının finansal performansını önemli ölçüde artıran olumlu sonuçlar doğururken eski IATA Direktörü General Bisignani (2014), uygulamanın Dünya çapında havayolu şirketlerinin iş modelinin ayrılmaz bir yönü olduğunu ifade etmiştir.

Tablo 1: Taşıyıcı Tipine Göre Dünya Yan Gelirler Tahmini (2014)

Havayolu Kategorisi	Toplam Yan Gelirler	Sık Uçan Gelirleri	Seçime Bağlı Gelirler
Traditional Airlines	\$17.5 billion	\$10.5 billion	\$7.0 billion
US Major Airlines	\$15.4 billion	\$10.0 billion	\$5.4 billion
Champs	\$9.3 billion	\$0.5 billion	\$8.8 billion
Low Cost Carriers	\$7.7 billion	\$0.4 billion	\$7.3 billion
Worldwide totals	\$49.9 billion	\$21.4 billion	\$28.5 billion

Kaynak: IdeaWorks(2014)

Havacılık danışmanı Oliver Wyman 2014 yılında Havayolu Ekonomik Analizi başlıklı bir rapor yayınlamış ve havayollarının, yolcuların artan oranda sömürülen fırsatçı bir gelir kaynağı haline geldiklerini düşündüğü yan ücretler konusunda ise daha az fiyat duyarlı olduklarını açıkladı (Wilson, 2014). Havayolu getirileri son on yıl içerisinde bozulmaya devam etti çünkü daha fazla girişimci bu işe girmeye başladı ve bugün havayolları son derece rekabetçi elektronik pazarlarda faaliyet gösterdiler ve bu da ücretlerin çok şeffaf olmasına neden oldu. Bu durum aynı zamanda arkaik tarife kurallarının kaldırılmasını da zorlaştırdı. Bu daha fazla "Yan ücret" ekonomik sınıf yolcularının daha düşük ücret sınıflarına düşmesine yol açmaktadır. Aksine gelir yönetimi sistemleri daha yüksek ücretler için daha az talep ile karşılaşır ve bu sayede daha az bulunduğu için daha fazla doluluk oranına neden olmakta fakat daha düşük getiriler sağlamaktadır. Bu nedenle geleneksel gelir yönetimi sistemleriyle artık gelirleri en üst düzeye çıkarılamayacağı daha açık bir hale gelmektedir. Halbuki, yan gelir hızla artan bir gelir getiren ürüne dönüşmekte olup pazarlama karması dâhilindeki pek çok havayolu için temel bir yetkinlik haline gelmekte ve böylece uygulama dünya çapında havayolu yönetim kurullarında önem kazanmaktadır. IATA şimdi, yan gelirlerin sektörün gelişmiş finansal performansının önemli bir bileşeni olarak tanımaktadır. 49,9 milyar \$'lık projeksiyonun dünya çapındaki toplam 3,3 milyar yolcuyla kıyaslandığında ve yardımcı bileşenlerden elde edilen gelirle kıyaslandığında, yan gelirlerin önemi açıkça görülmekte olup, Şekil 3'de görüleceği üzere sektör ana çekirdek ürünleri olan koltuk ve kargo satışlarından kaybetmesi söz konusu olacaktır.



Şekil 3 Dünya Kapsamında Yükseliş Yapan Yolcu Başına Finansal Sonuçları (2014) Yılı

Kaynak: IATA (2014b).

Bugüne kadarki bilimsel kanıtlar oldukça düzensizdir ve temel olarak ayrıştırılmamış ücretlerinin müşteri memnuniyeti ve kabul seviyesine etkisine odaklanmaktadır. (Tuzović vd., 2014) yan ücretler uygulamasının seyahat edenlerde öfkeye yol açtığını gösterirken Waguespack ve Curtis (2015) ABD havayolu sektöründe şeffaflığına ve adil olmasına yönelik araştırmalar yapıyorlardı. Scotti vd., (2016) yaptıkları çalışmada ABD de yerel pazarda kontrol edilmiş bagajlara yönelik müşteri memnuniyetine etkisinde ayrıştırılmamış masrafların herhangi bir kategorisine yönelik etkisi olmadığını belirlediler. 2007'deki ilk 10 taşıyıcı yaklaşık 2,1 milyar dolarlık toplam yan gelir elde ederken bundan yedi yıl sonra gelir hacmi 2013 yılına kadar 20,4 milyar dolara yükselerek sert bir değişim geçirmiştir.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

2.1. Anakütle ve Örneklem Seçimi

Bu çalışmada 2017 senesine ait veriler, Dünya hava yolu taşımacılığı bölgesel ayrımı kapsamında tüm bölgeleri temsil edecek şekilde hava yolu trafik operasyonu ve gelir ölçeği bakımından en büyük 43 tam hizmet sağlayıcı ağ taşıyıcısı havayolları firmaları ile düşük maliyetli havayolu firmalarının kurumsal web sitelerinde resmi yayınlanmış finansal raporlarından elde edilmiştir. 2015 ve 2017 yılı yan gelirler ve bunların toplam gelir içindeki paylarına yönelik verilerin tamamı resmi bilgiler kurumsal raporlarda henüz tam olarak girmediğinden web sitelerinden elde edilemeyen verilere yönelik geçmiş yıllara yönelik karşılaştırılmanın yapılması amacıyla CarTrawler'ın Havayolu 2015 ve 2017 Yıllık Yan Gelirler Kataloğu kitapçığında yayınlanan 39 tam hizmet sağlayıcı ağ taşıyıcısı havayolları firmaları ile düşük maliyetli havayolu firmalarının verileri kullanılarak sağlanmıştır

(www.info.cartrawler.com/yearbook-2017, 2018). Verilerin analizine yönelik olarak bağımsız çift, bağımsız “t” testi ve “pearson” korelasyon analizleri kullanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Bağımsız Çift ve “t” Testleri

Tam hizmet ağ taşıyıcıları ile düşük maliyetli taşımacılık yapan 35 havayolunun 2015 ve 2017 yılları sonrasında elde edilen yan gelirlerinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadıklarına yönelik yapılan bağımsız çift “t” testi sonuçları Tablo 2 ve 3’de görülmektedir.

Tablo 2: Çift Örneklem İstatistikleri

		Ortalama	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Çift 1	Yan Gelir 2015	940,02	35	1309,12	221,28
	Yan Gelir 2017	1103,15	35	1516,35	256,31

Tablo 3: Çift Örneklem “t” Testi

		Çiftlerin Farklılıkları					t	df	Sig. (2-tailed)
		Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata Ortalaması	95% Güven Aralığı				
					Alt Sınır	Üst Sınır			
Çift 1	Yan Gelir 2015 Yan Gelir 2017	-163,13	398,12	67,29	-299,89	-26,37	-2,42	34	,021

Yukarıdaki Tablo 2'ye göre %95 güven aralığında 2105 yılları ile 2017 yılları arasında yan gelirler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmektedir ($p=0,021<0,05$). Farklılığın yönüne baktığımızda 2017 yıllarında elde edilen yan gelir değerlerinin 2015 yılına göre pozitif yönde arttığı görülmektedir.

2015 ve 2017 yıllarına göre düşük maliyetli taşıyıcılarla tam hizmet taşıyıcılarının toplam yan gelirlerinin aralarında istatistiksel anlamlı fark olup olmadığına yönelik yapılan bağımsız "t" testi sonuçları Tablo 4 ve 5'de yer almaktadırlar.

Tablo 4: 2015 Yılı Yan Gelirler Bağımsız "t" Testi

Yan Gelirler 2015	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Farkı
	-2,199	37	,034	-853,60
	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Düşük Maliyetliler	22	490,7159	563,17395	120,06
Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları	17	1344,31	1710,63	414,88

Tablo 4'de görüleceği üzere 2015 yılında Düşük Maliyetli Taşıyıcılarla Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları arasında toplam yan gelirleri açısından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmaktadır ($p=0,034<0,05$). Farkın yönüne bakıldığında Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcılarında yan gelirler daha yüksektir. Oran olarak karşılaştırdığımızda Düşük Maliyetli Taşıyıcıların Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcılara göre yan gelir oranı %36 düzeyindedir.

Tablo 5: 2017 Yılı Yan Gelirler Bağımsız "t" Testi

Yan Gelirler 2017	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Farkı
	-2,20	37	,034	-988,42
	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Düşük Maliyetliler	22	586,30	629,49	134,20
Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları	17	1574,72	1988,09	482,18

Tablo 5'de görüleceği üzere 2017 yılına göre de Düşük Maliyetli Taşıyıcılarla Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları arasında toplam yan gelirler açısından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmaktadır ($p=0,034<0,05$). Farkın yönüne bakıldığında Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcılarında yan gelirler daha yüksektir. Oran olarak karşılaştırdığımızda Düşük Maliyetli Taşıyıcıların Tam Hizmet Taşıyıcılara göre yan gelir oranı %37 düzeyindedir.

Benzer şekilde 2015 ve 2017 yıllarına ait Düşük Maliyetli Taşıyıcılarla Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları arasında yan gelirlerin toplam gelirler içindeki paylarına ait yapılan bağımsız "t" testi sonuçları Tablo 6 ve Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 6: 2015 Yılı Yan Gelirlerin Toplam Gelirler İçindeki Payı Bağımsız "t" Testi

Yan Gelirler 2015	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Farkı
	2,035	30,342	,05	7,18
	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Düşük Maliyetliler	22	17,56	14,80	3,15
Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları	17	10,37	6,51	1,580

Tablo 6’de görüleceği üzere 2015 yılında Düşük Maliyetli Taşıyıcılarla Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları arasında yan gelirlerin toplam gelirler içindeki payı yönünden istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmaktadır ($p=0,05$). Bu oran 2015 yılında Düşük Maliyetli Taşıyıcılarda %7 daha fazladır.

Tablo 7: 2017 Yılı Yan Gelirlerin Toplam Gelirler İçindeki Payı Bağımsız “t” Testi

Yan Gelirler 2017	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Farkı
	3,132	29,69	,004	9,82
	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Düşük Maliyetliler	22	18,41	13,269	2,829
Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları	17	8,59	5,586	1,355

Tablo 7’de görüleceği üzere Düşük Maliyetli Taşıyıcılarla Tam Hizmet Taşıyıcıları arasında tan gelirlerin toplam gelirler içindeki payı yönünden istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmaktadır ($p=0,04<0,05$). Bu oran Düşük Maliyetli Taşıyıcılarda 2017 yılında %10 daha fazladır. Tablo 6 ve 7 sonuçları karşılaştırıldığında 2017 yılında Düşük Maliyetli Taşıyıcıların yan gelirlerin toplam gelirler içindeki oranı 2015 yılına göre oransal olarak %30 artmış görülmektedir.

3.2. Pearson Korelasyon Analizi

2017 yılı kapsamında Havayolu yan gelirleri ile net karları arasında 43 havayolu (Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları + Düşük Maliyetli Taşıyıcılar) yapılan incelemeye yönelik korelasyon analiz sonucu Tablo 8’de gösterilmektedir.

Tablo 8: 2017 Yılı Yan Gelirler- Net Kar Korelasyon Analizi

Havayolları		YG_2017	NK_2017
Yan Gelir 2017	Pearson Korrelasyon	1	,589**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	43	43
Net Kar 2017	Pearson Korrelasyon	,589**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	43	43
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere havayolu yan gelirleri ile net karları arasında pozitif ve %59 seviyesinde iyi bir ilişki söz konusudur. Havayolu yan gelirlerinin net karı olumlu yönde desteklemektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇLAR

Günümüzde yan gelirler havayolu gelir yönetiminin bir parçası haline gelmiştir. Özellikle Düşük Maliyetli Taşıyıcılar açısından bu iş modelinin bir paçasıdır. Ancak yan gelirlere sadece Düşük Maliyetli Taşıyıcılar önem vermemekte git gide Tam Hizmet Sağlayıcı Ağ Taşıyıcıları da bu alanda gelirlerini artırmakta ya da artırmak için fırsat ve modelleri uygulamaları yönünde çaba göstermektedirler. Özellikle, teknolojinin gelişmesiyle birlikte havacılık alanında birlikte dijital alanda hizmet süreçlerine yönelik çeşitli yenilikler geliştirilmiştir. Bunlar hava limanında, uçak içinde ya da yer hizmetleri alanında kullanılmakta olup bu yenilikçi uygulamalardan ayrıca yan gelirleri artırmak içinde istifade edilmektedir. Firmaların resmi finansal tablolarında daha önceden açıkça belirtilmeyen yan gelir rakamları bir gelir kalemi olarak artık birçok havayolunun resmi tablosuna girmiştir bununla birlikte halen havayollarının resmi tablolarında buna yer vermeyen firmalar da halen mevcuttur. Düşük maliyetli taşıyıcılarda yan gelirler finansal ve gelir tablolarında sadece tek bir kalem değil bunların alt açılımlarıyla birlikte gösterilmeye başlamıştır zira bu iş stratejinin bir parçası haline gelmiştir. Yan gelirlerin 2000’li yıllardan itibaren özellikle havacılık sektörüne düşük maliyetli taşıyıcıların girmesi ve yaygınlık kazanmasıyla arttığı görülmektedir. Yapılan çalışmada da yakın geçmiş iki dönem (2015-2017) arasındaki havayolu yan gelirleri karşılaştırılmış ve aralarındaki yan gelirlerin farkı istatistiksel olarak anlamlı bulunarak bu artışın doğruluğu tespit edilmiştir. Yan gelirlerdeki, bu artışın iş modeline göre anlamlı bir şekilde

değişip değişmediğini belirlenmesine yönelik yapılan testlerde de gerek 2015 yılı gerekse de 2017 yılında hem yan gelir seviyeleri üzerinde hem de yan gelirlerin toplam gelir içerisindeki paylarına yönelik olarak düşük maliyetli taşıyıcıları ile tam hizmet taşıyıcıları arasında istatistiksel anlamlı farklar belirlenmiştir. Özellikle toplam gelir içerisinde yan gelirlerin payının Düşük Maliyetli Taşıyıcılarda daha fazla olduğu görülmüştür. Düşük Mahiyetli Taşıyıcılarda her iki dönem arasında toplam gelirler içindeki payının %30 arttığı görülmüştür. Yan gelirlerin önemi açısından bakıldığında 2017 yılına yönelik olarak yan gelirlerle net karlar arasında pozitif ve iyi seviyede bir ilişki tespit edilerek bu sonuç itibariyle yan gelirlerin net karlar içindeki payının da giderek arttığını söylenebilir. Havayolları işletmelerinin resmi raporlarında, finansal tablolarında yan gelirleri daha ayrıntılı ve detaylı göstermeleri bunlara yer vermeleri hem kamuoyu platformu açısından şeffaflığın sağlanması hem de gelir yönetimi açısından bu bilginin sağlanması önemle tavsiye edilmektedir. Yolcu harcamalarına bakıldığında önümüzdeki dönemde yan gelirlere yönelik hizmet ürünü çeşitliliğinin daha da artacağı ve firmaların bu konuda daha fazla para kazanmak için çabalayacağı görülmektedir. Eğilimler incelendiğinde büyük havayollarının da artık bu konuda daha sistematik ve programlı yapılandırmalara gitmekte olduğu görüldüğü söylenebilir. Yan gelirlerin hangi kalemlerinde daha çok tüketici tercihi ve isteğinin belirlenmesine ve havayollarının bu konulardaki sağladığı hizmet çeşitliliğinin yeterliliğine yönelik ilave araştırmaların yapılması önerilmektedir. Ayrıca yan gelirlerin artırılmasına yönelik ortaya çıkan müşteri temas noktalarının optimizasyonu, mobil teknoloji ve platformlarının kullanımı, müşteri deneyiminin artırılması konularının ve bunların etkilerinin incelenmesinde de fayda görülmektedir.

KAYNAKLAR

Allegiant Air. (2008). Allegiant travel company form 10-k.

Bejar, R. (2009). Airline Trends and Ancillary Revenue Report 2010, Available at:

<http://www.airsavings.net/whitepapers/Airsavings%202010%20ForecastJan2010pdf> (Erişim Tarihi: 11.08.2018).

Brueckner, J.K., Lee, D.N., Picard, P.M. and Singer, E. (2015). Product unbundling in the travel industry: The economics of airline bag fees, *Journal of Economics and Management Strategy*, 24: pp. 457–484.

Conrady, R. (2013). Low cost carriers in western and central Europe, S. Gross and L. Michael (Eds.), *The low cost carrier worldwid*, Abingdon: Routledge.

DOT. (2016). US Department of Transportation Bureau of Transportation Statistics Form 41 Database, Table P12.

European Consumer Centre Network (ECC-Net 2007). Report on Air Passenger Rights: Consumer Complaints 2006, Brussels, Belgium, European Consumer Centre Network.

Elisson, G. and Fisher Ellison, S. (2009). Search, obfuscation, and price elasticities on the internet. *Econometrica* 77 (2), pp. 427-452.

Harteveldt, H. and Stark, E. (2010). Airlines Need To Convince Passengers To Use Digital Channels To Buy Ancillary Products, Forrester Research, Cambridge, MA.

[https:// www.info.cartrawler.com/yearbook-2017](https://www.info.cartrawler.com/yearbook-2017) , (Erişim Tarihi: 28 Haziran 2018).

IdeaWorks, (2015) Airline ancillary revenue projected to be \$59.2 billion worldwide in 2015. Retrieved from [http://www.ideaworkscompany.com /wp-content/uploads/2015/11/Press-Release-103-Global-Estimate.pdf](http://www.ideaworkscompany.com/wp-content/uploads/2015/11/Press-Release-103-Global-Estimate.pdf) (Erişim Tarihi: 02.07.2018)

Ideaworks, (2014). The CarTrawler Yearbook of Ancillary Revenue accessed at. <http://info.cartrawler.com/AncillaryYearbook> . (Erişim Tarihi: 06.06.2018).

IdeaWorksc, (2012). Profit from Innovation: Benefits from Ancillary Revenue Reach All over the World. Sent by Jay Sorenson via email in 2012.

IdeaWorks, (2011). Amadeus Guide to Ancillary Revenue. Sent by Jay Sorensen via email on 6th Apr 2011.

International Air Transport Association, (2011). Annual Report. Available at: <http://www.iata.org/pressroom/Documents/annual-report-2011.pdf>, (Erişim Tarihi: 01.09.2018).

International Air Transport Association (2010). Annual Report. Available at: <http://www.iata.org/pressroom/Documents/IATAAnnualReport2010.pdf> (Erişim Tarihi: 11.05.2018).

IATA, (2014a). Airline Financial Outlook Strengthens, \$12.9B Global Net Profit Expected in 2013. Press Release No. 69, 12th December, accessed at. <http://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2013-12-12-01.aspx> (Erişim Tarihi : 28.06.2018).

IATA, (2014b). The Outlook for Commercial Air Transport, Brian Pearce, Chief Economist. IATA Economics, www.iata.org/economics (Erişim Tarihi: 23.07.2018).

Johnston, K. (2013). Hate airline baggage fees? Needham man is to blame. Boston Globe, Retrieved from <https://www.bostonglobe.com/business/2013/04/27/the-man-behind-bag-fees/JHLvuMZhXLOgBZgGzWKCBJ/story.html> (Erişim Tarihi: 21.08.2018) .

McCartney, S. (2010) Spirit to charge fees for carry-on bags. The Wall Street Journal. Retrieved from, <http://blogs.wsj.com/middleseat/2010/04/06/spirit-to-charge-fees-for-carry-on-bags/> (Erişim Tarihi : 02.09.2018).

Michaels, D. (2009) O'Leary pilots Ryanair into lead with 'mad'ideas for cost cuts. The Wall Street Journal. Retrieved from <http://www.wsj.com/articles/SB100014240527487045339045745477810716073> (Erişim Tarihi: 28.04.2018).

O'Connell, J.F. and Warnock-Smith, D., (2013). An investigation into traveler preferences and acceptance levels of airline ancillary revenues, *J. Air Transp. Manag.* 33, pp.12-21.

- Onboard Hospitality, (2011). Increasing Revenue Streams: Ancillary Revenue. Available at: http://www.airlineinformation.org/AI_Company/documents/Ai_inthenews_OnboardHospitality_Feb2011.pdf (Erişim Tarihi 20.07.2018).
- Scotti, D., Dresner, M., Martini, G., (2016). Baggage fees, operational performance and customer satisfaction in the US air transport industry. J. Air Transp. Manag. 55, 139-146.
- Sharkey J. (2011). "The Real Cost of Airline Travel Remains a Mystery, for Now," The New York Times, May 9, 2011, URL: <http://www.nytimes.com/2011/05/10/business/10road.html> (Erişim Tarihi:06.05.2018).
- Sorensen, J. (2011). Planes, Cars, and Ancillary Revenues, IdeaWorksCompany.com, January 11.
- Tuzovic, S., Simpson, M.C., Kuppelwieser, V.G. and Finsterwalder, J., (2014). From 'free' to fee: acceptability of airline ancillary fees and the effects on customer behavior. J. Retail. Consumer Serv. 21 (2), 98 e107.
- .United States Government Accountability Office (GAO), (2010). Consumers could benefit from better information about airline imposed fees and refundability of government- imposed taxes and fees.GAO -10-785, Washington.
- Velotta, R.N. (2012). Allegiant adding carryon fee of \$35 per flight segment. VEGAS INC. Retrieved from <http://vegasinc.com/business/2012/apr/02/allegiant-adding-carry-fee-35-flight-segment/> (Erişim Tarihi: 15.08.2018).
- Waguespack, B. and Curtis, T., (2015). Ancillary revenue and price fairness: an exploratory study pre and post flight. Int. J. Aviat. Manag. 2 (3e4), 208 e225.
- Wilson, B., (2014). Airlines Find the Money with Ancillary Revenues, National Centre for Business Journalism, December 23rd, accessed at. <https://businessjournalism.org/2014/12/airlines-find-the-money-with-ancillary-revenues> (Erişim Tarihi:18.06.2018).

ICONSR 2018

Pazarlama Araştırmalarında Kültürel Kodlar ve Etkileri

Muhammet YÜKSEL¹³, Yusuf ESMER¹⁴

GİRİŞ

Dünyada her alanda sürekli bir değişim yaşanmakta ve bu değişimin hızı her geçen gün daha da artmaktadır. Bu hızlı değişimin etkisi birçok alanda olduğu gibi ekonomik alanda da kendini göstermektedir. Özellikle küreselleşmenin ortaya çıkmasıyla birlikte dünyada sınır kavramının önemini yitirmesi örgütleri inovasyon uygulamalarına ve yenilik yapmaya zorlamaktadır. Üretilen mal ya da hizmetlerin satılması ve dağıtımı ile ilgili olarak hedef kitlelere ulaşma faaliyetlerinin temeli olan pazarlama faaliyetleri de bu değişimden etkilenerek önceleri sadece sat ve para kazan olan anlayış bir kenara bırakılarak, hem ürününü sat hem müşteriyi memnun et hem de satış sonrası hizmete devam et anlayışı benimsenmektedir (Altunbaş, 2007, s. 156).

Uluslararası yapılarda meydana gelen ekonomik ve aynı zamanda siyasi ve sosyal değişimler yenisidünya düzeni üzerinde çeşitli eğilimler ortaya çıkarmıştır. Bu eğilimler küreselleşme, bütünleşme, globalleşme veya tek bir dünya düzeni gibi adlarla anılmaktadır (Erdoğan, 1999, s. 112). Bütünleşme, globalleşme gibi birçok sözcük ile adlandırılan küreselleşme çok boyutlu bir kavram olduğundan değişik tanımlarla ifade edilmektedir. Küreselleşme, ekonomiden siyasete, sosyal politikadan kültüre, hemen hemen dünyanın her alanındaki yenileşmeyi açıklamak için kullanılan bir sözcüktür. Küreselleşme, geçmiş ve gelecek ile buluşarak her alanda mesafelerin ve zamanın daha az önemli hale gelerek, siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda dünyanın bütünleşmesini ifade etmektedir (Çalık & Sezgin, 2005, s. 56). Kısaca, küreselleşme ülkelerin birbirleriyle ekonomik, sosyal ve politik yönden bütünleşmesi olarak tanımlanabilir (Doğan & Can, 2016, s. 198).

Küreselleşme olgusu birçok alanda çığır açmakla birlikte, toplumların gelenekçi yapılarındaki bazı temel anlayışları etkileyememiştir. Bu nedenle toplumların birbirini ayırt etmede etkili olan kültür hala etkisine devam ettirmektedir. Kültür bir toplumda yaşayan insanların dilini, dinini, sosyal hayatını, gelenek ve göreneklerini, manevi değerlerini içine alan bir olgudur. Kültür aynı zamanda dil, ahlak, hukuk, din, ekonomi, bilim gibi kavramların bir toplum ile bu toplumun yaşamının bütünleşmesidir (Coşgun, 2012, s. 839). Dolayısıyla kültür, bir toplumun yaşam biçimini ifade etmekte ve bu nedenle toplumdan topluma farklılıklar göstermektedir. Toplumlara birçok alanda birbirinden ayıran özelliği taşıyan kavramın kültür olduğu bilinmekle birlikte, kültürel kodlarda bir kez oluştuktan sonra, insanlar tarafından asla değiştirilmeyerek ve değiştirilmeye çalışılmayarak bağımsız birer varlık olmaktadır. Ayrıca bu kültürel kodlar toplumdaki bireylerin davranışları üzerinde zorlayıcı bir güç olarak ortaya çıktıklarından, insanların kültürel kodlarından bir anda vazgeçmeleri de son derece zor olmaktadır (Kayaoğlu, 2015, s. 1). Bu nedenle pazarlama faaliyetlerinde kültürel kodların etkili olduğu söylenebilir. Bu bağlamda çalışmanın amacı pazarlama araştırmalarında kültürel kodlar ve etkilerini tartışmaktır. Bu amaç doğrultusunda ilgili araştırmalardan yararlanarak pazarlama ve pazarlama araştırması kavramlarıyla birlikte kültür kavramı değerlendirilmekte, kültür kodlarının pazarlamaya etkileri teorik çerçevede incelenmektedir.

1. PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMASI

Günümüzde değişim hızının çok fazla olması ve rekabetin bu oranda artması örgütlerin yaklaşımlarında birçok konuda yeniliğe gitmesine yol açmaktadır. Özellikle de mal ya da hizmet üreten veya bir çıktı sunan tüm örgütler bu ürünlerinin beğenilmesini, hedef müşteriye ulaştırılmasını ve kar elde edilmesini arzulamaktadır. Bu açıdan pazarlama kavramı ve pazarlama yöntemlerinin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Tarihsel açıdan incelendiğinde pazarlamanın tanımı belli değişikliklere uğramakla birlikte, aynı kelime dönemsel olarak farklı çağrışımlarda belirtmektedir. Pazar ve örgütler arasında köprü olup birbirleriyle ilişkileri sağlayan pazarlama tarihten bugüne, üretim, ürün, satış, toplumsal ve modern anlamda aşamalardan geçmiştir (Kavak, 2013, s. 2).

¹³ Ondokuz Mayıs University, Terme Vocatonal School, Terme, Samsun, Turkey. muhammet.yuksel@omu.edu.tr

¹⁴ Corresponding author: Bayburt University, Faculty of Applied Sciences, Bayburt, Turkey. yusuf.esmer61@gmail.com

Pazarlama kavramının bu açıdan birçok tanımı yapılabilmektedir. Genel anlamda bir tanım yapıldığında pazarlama ile ilgili şu şekilde bir tanım yapılabilir: *Pazarlama; Bireylerin ya da örgütlerin amaçlarına ulaşmaları için gerekli değişimi sağlayıcı ürünlerin, fikirlerin ve çözümlerin oluşturulmasını, üretilmelerini, fiyatlandırılmalarını, dağıtılmalarını ve tutundurulmalarını gerçekleştirecek fiillerin yönetim süreci ve sistemini ifade etmektedir* (İslamoğlu, 2011, s. 15).

Üretimin az olduğu ve üretim çok olsa bile insanların alım gücünün olmadığı dönemlerde pazarlamanın etkileri önemsenmemiştir. Fakat sanayi devrimi ile birlikte hem üretim artmış hem de işçi sınıfının ortaya çıkmasıyla birlikte üretilenleri satın alacak müşteri potansiyeli de oluşmuştur. Değişen üretim yöntemleri ile insan hayatının hemen hemen her alanına girmiş olan pazarlama, artık mal ve hizmetlerin satışının ötesinde sıra dışı fikirlerin, kişilerin, kurumların, olayların ve mekânların pazarlanmasına kadar genişleyen önemli bir kavram haline gelmiştir (Ekmekçi & Ekmekçi, 2010, s. 23). Pazarlama reklam ve halkla ilişkilerden çok daha fazlası olmakla birlikte, potansiyel bir müşteri ile başlayan ve kar ile biten bir iş tekniği ve bir kültürdür (Spalton, 2010, s. 11).

Pazarlamanın temelinde rakipler bulunmakla birlikte, rakiplere karşı üstünlük sağlamanın yolları da vardır. Günümüzde yeni rekabetçi piyasaların oluşumu, finansman-muhasebe-yönetim ve pazarlama yöntemlerinin genişleyerek daha bilinmez bir hale gelmesi, tüketicilerin alışkanlıklarındaki değişim, bilgi toplumuna özellikle de teknoloji kullanımının çok etkin olduğu bir döneme geçiş ile birlikte tüm örgütlerde ve her alanda rekabet ortaya çıkmaktadır (Tahir, Akça, & Tanyeri, 2003, s. 302). Rekabet stratejilerinde muhasebe-finans oyunları, fiyata ve standart ürünlere dayanma, taklit, yabancı ortak bulma, geniş yelpazeli faaliyet alanlarına yönelme gibi stratejik çalışmalar rekabette üstünlük sağlamada etkili olabilmektedir (İslamoğlu, 2011, s. 219).

Örgütlerin belirledikleri stratejiler içerisinde müşteriler ile birebir iletişim imkânı sağlamak ve her müşteriye yaklaşarak ve iletişim imkânı sunarak birebir ya da kişisel satış uygulamaları ayrıca farklılaştırma rekabet stratejisi, örgütlerin temel ve destek faaliyetlerinde farklılıklar ve yenilikler göstererek teknoloji de kullanarak bilginin önemini fark edilmesi rekabet üstünlüğü sağlanması bakımından oldukça önemlidir (Onurlu & Yazıcı, 2015, s. 64). Günümüzde her alanda az ya da çok rekabet mevcuttur. Bu sebeple örgütler rakiplerinin önlerine geçebilmeleri için pazarlama araştırmaları yapmalıdır. Pazarlama araştırması, durum analizi yapmak, problemi saptamak, ileriye yönelik strateji belirlemeyi hedeflemek olarak tanımlanmaktadır (Kavak, 2013, s. 5). Pazarlama araştırması, mal ve hizmetlerin yan bir ürünün ya da çıktının pazarlanması ile ilgili sorunlar hakkında elde edilecek bulguların sistematik ve tarafsız bir şekilde toplanması, kayıt ve analiz edilmesidir (Küçük, 2011, s. 206). Pazarlama araştırması en basit şekliyle 4 aşamadan oluşmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Mucuk, 2014, s. 235):

- *Problemin tanımlanması*
- *Araştırma planının yapılması*
- *Planın uygulanması: veri toplama ve analiz*
- *Araştırma bulgularının yorumu ve raporlanması*

Pazarlama araştırması, örgütlerin pazarlama kararları için gerekli olan bilgi ve tecrübeleri sürekli ve düzenli bir biçimde toplamak, korumak ve analiz ederek yaymak için geliştirilmiş bir usuller bütünüdür. Bu bağlamda pazarlama araştırması aynı zamanda tüketiciyi ve toplumları bilgi toplama yöntemleriyle pazarlamacı ya da örgütlere bağlayan bir fonksiyon olup, toplanan bilgilerle, pazarlamadaki sorunları ve fırsatların belirlenmesi, pazarlama faaliyetlerinin yapılması, iyileştirilmesi ve değerlendirilmesi, pazarlama performanslarının denetlenmesi ve pazarlamanın da anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır (Mucuk, 2007, s. 50-55). Pazarlama ve pazarlama araştırmaları ister kamu kurumları olsun ister özel sektörde olsun tüm kurum ya da kuruluşlarda önemsenmesi gereken bir konu olmakla birlikte, sürekliliği ve rekabet avantajı sağlamayı hedefleyen tüm örgütlerde gerçekleştirilmelidir.

2. KÜLTÜR VE ÇEŞİTLERİ

İnsanlık gerek fiziksel gerekse zihinsel birtakım farklılıklara sahip topluluklardan oluşmaktadır. Bu farklılıklar zamanla toplumları birbirinden ayıran kültür olgusunu oluşturmaktadır. Kültürel farklılıklar, toplumlarda bireylerin farklı kişilik, benlik ve karakter yapılarının meydana gelmesine kaynaklık etmekte ve her bir kültür, diğer kültürlerle göre birçok konuya farklı anlamlar katabilmektedir. Bu durumda farklı kültürlerle

sahip bireyler arasında farklılıklar oluşabilmektedir. Bazı kültürler daha açık ve girişimci bir yapıya sahip iken bazı kültürler ise daha tutucu ve kapalı yapıya sahip olabilmektedir (Aytaç, 2006, s. 149). Kültür kavramı birçok deneysel ve teorik tanımlamada zenginlik, değer, ırk, etnik gibi kavramlar etrafında toplanmaktadır (Lamont & Small, 2008, s. 76). Her ne kadar kültür kavramı bazı olgularla bütünleşse de kültür zamana ve şartlara göre değişip, gelişebilmektedir.

Kültür birçok araştırmacı ve bilim insanının merakla incelediği bir olgu olup, bu kavram üzerine birçok kuram ortaya çıkmıştır. 19. Yüzyılda yaşayan Marx ve Durkheim klasik sosyal kuramda kültür olgusunu incelemiştir. Filozof ve aynı zamanda politika ve ekonomist bilimci olan Karl Marx toplumun ekonomik alt yapısının üretim güçleri ve üretim ilişkilerini oluştururken, kültür ve ideolojinin de iktidar olan grupların egemenliklerini sağlamak için var olduğunu öne sürmektedir. Marx'ın kültür yaklaşımına göre kültürel öğeler her zaman için belirli önemli tarihsel durumlarda ortaya çıkmakta ve ortaya çıkan kültürel faaliyetlerin üst yönetimin çıkarlarına hizmet ettiğini belirtmektedir (Tezcan, 2016, s. 134). Sosyolog Emile Durkheim ise işbölümü, dayanışma, ahlak, din, kutsal, ritüel, bilinç, sembol, duygu, tören, şölen, kurban, matem gibi kavramların, kültürel bir yapıyı çözümlemeye etkili olduğunu ifade etmektedir. Antropolog Bronisław Kasper Malinowski (2016) ise kültürün bir araç olduğu ve ihtiyaçların giderilmesi, özel, somut problemlerin çözülmesinde yardımcı olduğunu ayrıca, kültürün bir nesneler, eylemler zihniyetler sisteminden ve kurumlar halinde örgütlenerek oluştuğunu belirtmektedir (Alver, 2010, s. 203). Ozankaya'ya göre (1990, s. 218) kültür, bir bireyin topluluğunun, doğal ve toplumsal çevresiyle etkileşim süreci içinde ürettiği maddi ve manevi değerlerin toplam bileşimine denilmektedir.

Tam anlamıyla tanımlanamayan kültür olgusu toplumdan topluma değişiklik gösterebilen, bireylerin toplum içinde davranışlarını yönlendirebilen, kişinin algılama biçimi ve seviyesine göre farklılık gösterebilen bir kavramdır. Kültür birçok çalışma alanı içerisinde var olmakla birlikte, daha çok sosyal bilimlerde olmak üzere fen bilimlerinde de kendini göstermektedir. Kültürü, bilim, teknoloji ve ekonomi gibi birçok alanda bir araya getiren temel kavram üreticiliktir (Özdemir N. , 2009, s. 78). Kültür bireylerin akıllarında oluşturduğu ve topluma bunu kabul ettirdiği bir olgudur. Bu yüzden kültür kavramının bazı özellikleri ve çeşitleri mevcut olmakla birlikte, kültür çeşitleri şu şekilde sıralanabilir:

Genel Kültür-Alt Kültür: Bir topluluğun (ulus, ülke vb.) genelinde kabul gören kültüre genel kültür, bir ulusun bir kısmının ya da bir ülkenin belirli bölgelerinin kabul gördüğü kültüre ise alt kültür denilmektedir (Tosun, 1990, s. 142).

Maddi Kültür-Manevi Kültür: Maddi kültür “medeniyet” olarak adlandırılırken manevi kültür ise “milli kültür” olarak adlandırılmaktadır (Yılmaz & Eroğlu, 2013, s. 94). Maddi kültür insan çalışmasının gerçekleştirdiği, ürettiği tüm nesneleri, bütünüyle uygulama bilimi, araç ve gereçleri anlatırken, manevi kültür ise bu maddi kültür ile etkileşim içinde şekillenen düşünceler, değer ölçüleri, davranış kuralları, gelenek-görenekler dinsel, siyasal, felsefi inançlardan oluşan uyumlu bütünlüğe denilmektedir (Ozankaya, 1990, s. 218-219).

Halk Kültür- Kitle Kültür: Halk kültürü geçmişten geleceğe bir toplumun genelini kabul gördüğü kültür iken, kitle kültür ise sanat, estetik, din, felsefe ve sosyoloji alanlarında daha önceki çağların düşünce sistemlerini geri planda bırakarak büyük çapta ideolojilere, sosyal hareketlere ve materyalist öğretilere yönelen kültürdür (Türkdoğan, 1992, s. 101-103).

Yüksek Kültür- Popüler Kültür: Yüksek kültür, belirli bir toplumda daha çok özel bir yaşam biçimi, zevkleri ve alışkanlıkları olan bir elit grubun sahip olduğu kültür iken, popüler kültür ise tüm toplumca kabul edilen ve geleneksel görüşlerden oluşan kültürdür (Edensor, 2002, s. 7).

Kültür, bir toplumun tarihten süregelen yaşam biçimini ifade etmektedir. Kültür, insanların etkileşiminden toplumların kendi içlerinde kendiliğinden meydana gelmekte ve yaşlı olandan genç olana öğretilmek suretiyle aktararak yaşamını sürdürmektedir. Süreklilik gösteren kültür kavramı, zamana, şartlara ve duruma göre değişebilmektedir. Kültürün en önemli özelliklerinden biri de toplumdan topluma farklılık göstermesi ve bu şekilde bir toplumu diğer toplumlardan ayıran önemli bir etken olmasıdır. Kültür aynı zamanda toplumlarda bireylerin yaşantılarında bazı yönlendirmeler yapmakta ve bu durumu toplum benimsemektedir. Kültürün nesilden nesle aktarımı dil yöntemi ile gerçekleşmekle birlikte, kültür sadece toplumdan topluma farklılık göstermemekte aynı zamanda bölgeden bölgeye hatta yöreden yöreye göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle bazı çatışmalara yol açsa da her toplum kendi kültürünü benimseyerek kültürüne sahip çıkmaktadır.

3. KÜLTÜREL KODLAR

Kültür bir toplumu maddi ve manevi yönden diğer toplumlardan ayıran önemli bir etkidir. Toplamlar arasındaki ekonomik, siyasal ve sosyal ilişkilerde kültürün etkisi oldukça güçlü olup, bu etki kültürel kodların oluşumuna yol açmaktadır. Kültürel kodlar, karşı tarafa verilmek istenen mesajın işaret haline dönüşmesinde kullanılan simgeler ve bu simgeler arasındaki ilişkileri düzenleyen kuralların tümüdür. Kültürel kodlar, bir iletişim yolu olup, bir kültürü diğerinden ayıran özelliklerdir. Burton (1995) kültürel kodları, iletişimin gerçekleşmesinde mihenk taşı olarak nitelendirmekte ve kültürel kodların göstergelerini; konuşma, yazı ve resimler gibi belirli şekiller olarak göstermektedir. Bu açıdan Türk toplumu ele alındığında Türk toplumunun inancında yer alan Ramazan ayında oruç tutma davranışının etkisi düşünülerek örgütlerin bu açıdan yapmış olduğu reklam ve satış çabaları hedef müşteri seçiminde ve iletişimde kültürel kodların önemini ortaya çıkarmaktadır.

Kültür ve kültürel kodlar günümüzde küreselleşme ile birlikte dünyaya açılmak ve büyümek isteyen tüm örgütlerin ilgisini çekmekte olup, yeni pazarlama stratejilerinde ve pazarlama araştırmalarında varlığını hissettirmektedir. Nesilden nesle aktarımın sözel olarak gerçekleştiği kültürün sözden söze, insandan insana aktarıldığı düşünüldüğünde, üretici ve taşıyıcı konumundaki halkın en az üretilen malzeme kadar önemli olduğu söylenebilir (Keleş, 2012, s. 51). Rapaille (2009) kültür kodunu toplumun araba, yiyecek ve benzeri birçok şeye, sahip olduğu kültürü aracılığıyla yüklediği bilinçsiz anlamlar olarak tanımlamaktadır. Toplumdan topluma farklılık gösterebilen kültür kavramında olduğu gibi kültür kodu da toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Örneğin; doğu toplumlarında daha çok görücü usulü olarak tabir edilen birilerinin çiftleri tanıştırmaları ile yapılan evlilik oldukça normal görülmele birlikte, batıdaki toplumlarda bu durum pek hoş karşılanmamakla birlikte hemen hemen bu şekilde bir evliliğin gerçekleşmediği görülmektedir.

Son dönemlerde tüm alanlarda var olan rekabetin hızı durdurulamaz bir hal alması nedeniyle örgütlerde gerek iletişim uygulamalarında gerekse pazarlama araştırmaları ve stratejilerinde farklılık oluşturmak için kültürel değerlere önem verilmeye başlanmıştır. Özellikle uluslararası piyasalarda pazar payını arttırmada ve rekabet yönetiminde avantaj sağlayabilme bakımından din, dil, inanış, alışkanlıklar, gelenek ve görenekler gibi kültürel değer ve kavramların dikkate alındığı ve iletişimde mesaj ile pazarlama stratejilerinin bu açıya göre planlandığı görülmektedir (Aktuğlu & Eğinli, 2010, s. 168).

Kültürlerin toplumlara göre değiştiğini her toplum bunu algılamakta iken ancak toplumların farkına varamadığı şey ise bu farklılıkların benzer olan bilgiyi, farklı bir şekilde anlamlandırdığıdır. Kültür kodları aslında tam olarak tanımlanamamakla birlikte, kültür kodunun ilk ilkesi; toplumların gerçekten neyi kastettiğini anlamının yolu toplumların söylediklerini görmezden gelmek olmasıdır. Bu toplumların isteyerek yalan söyledikleri ya da kendilerini yanlış tanıttıklarını iddia etmek anlamına gelmemektedir. Aslında, ilgi alanları ve tercihlerine yönelik sorular sorulduğunda, toplumların soru soranın duymak istediğine inandıkları yanıtları verme isteğinde olmalarıdır (Rapaille, 2009, s. 18). Kültürel kodlar bir anlık değil belli bir zaman ve yaşanmışlıkların oluşmasıyla meydana gelen bir olgudur. Bu kodlar çoğu toplumlarda yaşayan halkların tümünün olaya aynı tepki vermesi ve olay karşısında aynı duyguyu yaşaması ile var olmaktadır. Bu genel duygu ve tepkimeler için ise belki yıllar alan bir dönemden geçilmesi ve bir arada yaşayan toplumun o hisleri algılamasında benzer bir kültürel eğilimden geçmesi gerekmektedir.

Ünlü bir sosyolog ve filozof olan Zygmunt Baumann (2010) kültürel kod kavramını “Özgün, verili bir düzen (yani kültür) artık genelde düzenle eş anlamlı olarak algılanmaktadır. Bu şaşırtıcı “örtüşme”yi, sosyal gerçekliğin yapıları ile kültürel olarak belirlenen davranışın yapılarının denliğini temin eden düzeneğe kültür kodu denmektedir. Kodu “bilen” kimseye aynı zamanda iki yönden mesaj verilmektedir. Bir kavşaktaki trafik ışıkları bu iki yönlülüğe iyi bir örnek oluşturmaktadır. Kırmızı ışık sürücüye önündeki yolun kapalı olduğunu bildirmektedir. Bu ışık aynı zamanda sürücüleri araçlarını durdurmaya da sevk eder ki böylelikle önündeki yolu o yönden gelen trafiğe gerçekten kapatmakta ve çapraz yolu açan yeşil ışığın verdiği bilgiyi doğrulamaktadır. Elbette kod ancak verili bir oluşum içindeki tüm kişiler benzer bir kültürel eğitimden geçmişlerse iş görmektedir.” şeklinde açıklamaktadır.

4. PAZARLAMA ARAŞTIRMALARINDA KÜLTÜREL KODLAR VE ETKİLERİ

Üretim faktörlerinde genel geçer üretim geleneğinden çok günümüzde hızı durdurulamaz teknolojik gelişmelerin yaşanması ve bu gelişimler sonucu istenilen her çeşit ürünün kısa sürede ve istenildiği şekilde

üretilme olanağının olması rekabet ortamının da oluşmasını sağlamıştır. Bu sebeple klasik satış tekniklerinin yanı sıra satış sadece ekonomik boyutu ile değil her yönü ile incelenip o şekilde bir satış hali alınması gerekmektedir. Pazarlama araştırması geleneksel satış tekniğinin yeterli olmayacağının tespiti ile bir sonraki aşama olarak ortaya çıkmış ve sürekli yenilenerek gelişmektedir.

Philip Kotler pazarlama alanına farklı bir bakış getirerek pazarlama 4.0 kavramını ileri sürmüştür. Kotler vd. (2017) Sanayi Devrimi ile ürün odaklı Pazarlama 1.0, yıllar sonra yerini, hedefinde tüketici olan(müşteri odaklı) pazarlama 2.0'a bıraktığını, bilgisayar çağı ve internetle birlikte ise merkez insana kaymış ve Pazarlama 3.0'ın ortaya çıktığını ve sosyal ticaret, lokasyon bazlı pazarlama, büyük veri tabanları gibi kavramlar ise Pazarlama 4.0 olgusunu oluşturduğunu ve Pazarlama 4.0 olgusunun merkezinde insan duyularının olduğunu belirtmektedir. Örgütler pazarlama araştırması ile hedef kitlesinin ihtiyaç ve beklentilerini rakiplerinden daha iyi bilecek ve onları rakiplerine göre daha iyi tatmin edecek ürünlerin özelliklerini belirleyerek onları bu ürünlere ödeyecekleri fiyata ikna etmelidir. Pazar araştırması, örgütlere hem belirlenen (ya da hedeflenen) satış fiyatı, hem de ürünlerin taşınması gereken nitelikler hakkında bilgi sağlayacaktır (Aksoylu & Dursun, 2001, s. 366-367).

Pazarlama ve geniş anlamda pazarlama araştırması birçok konu ve kavramlarla ilgilidir. Başarılı bir pazarlama araştırması yapabilmek için araştırmanın yapılacağı ülkenin, bölgenin ya da yörenin orada yaşayan toplumun kültürel değerleri ve kültür öğeleri de incelenmelidir. Kültür, toplumları birbirinden ayıran en önemli kimlik belirleyicisidir. Nesilden nesle aktarımın sözel olarak gerçekleştiği kültür kavramının sözden söze, insandan insana aktarıldığı düşünüldüğünde, üretici ve taşıyıcı konumundaki toplumların en az üretilen malzeme kadar önemli olduğu görülmektedir (Kekeç, 2012, s. 51).

Kültür kelimesinin Latince “colere” fiilinden türediği düşünülmektedir. “Colere” fiili; işlemek, onarmak, inşa etmek, bakım ve özen göstermek, ekip biçmek iyileştirmek, eğitmek vb. anlamlar içermektedir. Bu fiilden üretilen “cultura” terimi, ilk kez tarımsal faaliyetlerde kullanılmıştır. İlk olarak Romalılar tarafından kullanılan bu kelime doğada kendiliğinden yetişen bitkilerden ayırmak üzere, insan tarafından yapılan emeği ve eliyle tarlada ekilerek yetiştirilen bitkileri belirtmede kullanılmıştır (Oğuz, 2011, s. 125). Kültür kavramı birçok araştırmacı tarafından farklı şekilde tanımlanmaktadır. Genel olarak kültür, maddi ve manevi değerlerin toplumlarda kuşaktan kuşağa etkileşimle geçtiği bir olgudur. Bu açıdan kültür, bir topluluğun doğa ve çevresi ile etkileşim süreci içerisinde oluşturduğu maddi ve manevi değerlerin toplam bileşimi olarak tanımlanabilir (Ozankaya, 1990, s. 218).

Kültür kavramı, basit bir kavram olmamakla birlikte birçok alt bileşen, özelliği ve çeşidi kendisinde barındırmaktadır. Kültür olgusunu anlamlandırmanın bir yolu da kültür kodlarının çözümlemesini sağlayabilmektir. Kültür sadece milletleri ya da halkları birbirinden ayıran bir özellik değil aynı zamanda bölgeleri, yöreleri hatta küçük aile gruplarını bile birbirinden farklı kılabilmektedir. Kültürün ayrıştırıcı özelliği çok nettir. Kültürün bu farklılıkları açığa çıkaran özelliği kültürel kodlar sayesinde olmaktadır.

Kültürel kodlar, toplumların maddi ve manevi tüm olaylara kendince vermiş oldukları değerlerdir. Kimi toplumlarda cenazede konuşmak hoş karşılanmazken kimi toplumlarda ise cenazelerde özellikle konuşma merasimi düzenlenebilmektedir. Burada toplumların cenazelere vermiş oldukları kültürel kodların karşılığında fiili harekette bulundukları görülmektedir. Yine girişimcilikle toplumsal/kültürel yapılar arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bazı toplumlar girişimcilik konusunda oldukça iyiirken bazı toplumlarda aynı başarı görülmemektedir. Birçok araştırmacı bu farkın oluşmasında kültürün oynadığı rol üzerinde durmaktadır.

Toplumun yapısal koşulları, değer ve norm sistemleri, herhangi bir davranışın hareketin oluşmasını doğrudan etkileyebilmektedir (Aytaç, 2006, s. 139-140). Bu açıdan pazarlama araştırması, kültür ve kültürel kodlardan etkilenebilmektedir. Çağımızın pazarlama anlayışında insan unsuru ön planda tutularak insanların bireysel isteklerine yönelik üretim ve pazarlama teknikleri uygulanmaktadır.

Pazarlama araştırmaları bireyleri mutlu eden ürün oluşturmada en etkili yöntemlerden biridir. Pazarlama araştırmalarında her konu bir problem olarak görülmekte ve belirli bir plan çerçevesinde araştırma neticelenmektedir. Pazarlama araştırmaları problemlerin teşhisi ve tanımı, veri kaynaklarının belirlenmesi, verilerin toplanacağı ana kütlenin belirlenmesi ve bu ana kütlede uygun olanın seçimi, verilerin toplanmasında kullanılacak yöntemlerin seçimi, verilerin cetvellemesi, analizi ve yorumu ve araştırma raporunun hazırlanması aşamalarından oluşmaktadır (Özdemir E. , 2009, s. 121-129).

Kültürel kodlar, pazarlama araştırmasının her aşamasında var olmaktadır. Kültürel kodlar, bir ürünün oluşumundan pazarlanması hatta satış sonrası hizmetine kadar tüm aşamalarla ilişkili ve bağlantılıdır. Aktuğlu ve

Eğinli (2010)'nin lültürel kodlar üzerine yaptıkları araştırmada Mc Donald's reklamlarında küresel bir markanın farklı pazarlarda ve farklı özelliklere sahip hedef kitlelere ulaşabilmesi açısından küresel reklam stratejilerine önem verdiği görülmekte olup, sosyalist kökene sahip bir devlet olan Rusya'da bile kapitalist ülke olarak kabul gören Amerikan şirketi olarak yiyecek pazarına Rus halkının yemek yeme alışkanlıklarına bağlı kültür kodları üzerine yapmış olduğu reklamlarda, yiyecek sektörüne başarılı olarak girerek tutunmayı başardığı görülmektedir. Günaydın (2006) reklam ve kültürel kodlar arasındaki bağlar üzerine yapmış olduğu bir araştırmasında Akbank reklamlarını incelemiş olup, reklamda bir Japon bir Amerikan bir de Türk'ün bir trende karşılaştıklarını Japon ve Amerikalıların birbirlerine karşı sürekli olarak cep telefonlarından bahsederek, ülkelerinin yapmış olduğu cep telefonlarının daha iyi olduklarını iddia etmekte olduğunu gören Türk'ün araya girerek ve cebinden çok basit bir cep telefonu göstererek, önemli olan telefonun değil bir mesaj ile istenilen krediye Akbank sayesinde 20 dakikada ulaşabilmeyi anlatması Akbank şirketinin milliyetçilik kodlardan yaralandığını göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya sürekli bir değişim içerisinde olmakla birlikte bu değişimin hızı her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda varlıklarını devam ettirmek ve büyümek isteyen tüm örgütler bu değişime ayak uydurmak zorundadır. Özellikle bir şeyleri pazarlama çabasında olan örgütler bu konuda çok daha yenilikçi ve aktif olmalıdır. Önceleri Sanayi Devrimi ile başlayan ürün fazlalığı teknolojinin gelişmesiyle birlikte günümüzde önü alınamaz bir hal almıştır. Öyle ki üretimler sadece sayı odaklı değil bireylerin istek ve beklentilerini kişilere göre karşılamakta ve ürünler bireyleri tatmin etmektedir. Bu şekilde bir üretim ancak ürünün üretileceği ve pazarlamanın yapılacağı toplumun yanı sıra bireylerinde tanınması ve kültürel bağlamda kodların çözülmesi ile mümkün olabilmektedir. Örgütler artık hem iç paydaşlarını hem de dış paydaşlarını memnun etmektedir. Bunun içinde toplumları ve bireyleri iyi tanımalıdır. Bu da ancak toplumların ve bireylerin kültürel kodlarının çözümüyle mümkündür. Bu durum pazarlamada glokalleşme (yerelleşme) stratejisini ortaya çıkarmaktadır. İşletmelerin ürünlerini pazarlayabilmeleri için faaliyette bulundukları ülke, bölge ve yörenin yerel özelliklerini dikkate almaları ve bu yönde pazarlama stratejisi geliştirmeleri gerekmektedir.

Bu çalışmada ilgili araştırmalardan yararlanarak pazarlama ve pazarlama araştırması kavramlarıyla birlikte kültür kavramı değerlendirilmekte, kültür kodlarının pazarlamaya etkileri teorik çerçevede incelenmektedir. Araştırmaların kültür ve kültür kodlarının bir ürünün pazarlanması üzerinde büyük oranda etkisinin olduğunu göstermektedir. Çalışmanın literatüre ve pazarlama yöneticilerine katkı sağlayacağına inanılmaktadır. Ayrıca bu çalışmadan elde edilen sonuçların genelleştirilebilmesi için, kültürel kodlar ve pazarlama araştırması konularının, farklı alanlarda uygulamalı bir şekilde incelenmesinin uygun olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Aksoylu, S. ve Dursun, Y. (2001). Pazarda Rekabetçi Üstünlük Aracı Olarak Hedef Maliyetleme, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(11), ss. 357-371.
- Aktuğlu, I. K. ve Eğinli, A. T. (2010). Küresel Reklam Stratejilerinin Belirlenmesinde Kültürel Farklılıkların Önemi, Selçuk İletişim Dergisi, 6(3), ss. 168-183.
- Altunbaş, H. (2007). Pazarlama İletişimi ve Şehir Pazarlaması “Şehirlerin Markalaşması”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4(4), ss.156-162.
- Alver, K. (2010). Emile Durkheim ve Kültür Sosyolojisi. Sosyoloji Dergisi, 3(21), ss.199-210.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(15), ss. 139-160.
- Buman, Z. (2010). Sosyolojik Düşünmek, (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Burton, G. (1995). Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş, (N. Dinç, Çev.) İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Coşgun, M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu, Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1), ss. 837-850.
- Çalık, T. ve Sezgin, F. (2005). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim, Kastamonu Eğitim Dergisi, 13(1), ss. 55-66.
- Doğan, B. and Can, M. (2016). The Effect of Globalization on Growth: Cointegration Analysis for the Sample of South Korea, Çankırı Karatekin University Journal of The Faculty of Economics and Administrative Sciences, 6(2), pp. 197-220.
- Edensor, T. (2002). National Identity, Popular Culture and Everyday Life, Wellingborough: Bloomsbury Academic.
- Ekmekçi, R. ve Ekmekçi, Y. D. (2010). Spor Pazarlaması, Pamukkale Journal of Sport Sciences, 1(1), ss. 23-29.
- Erdinç, Z. (1999). Küreselleşmenin İstihdama Etkileri, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(3), ss. 111-120.
- Günaydın, A. U. (2006). Akbank Reklamlarında Folklorik Unsurların, Kültürel Kod ve Göstergelerin İşlevi, Milli Folklor Dergisi, 18(71), ss. 56-59.
- İslamoğlu, A. H. (2011). Pazarlama Yönetimi, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kavak, B. (2013). Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Tasarım ve Analiz, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kayaoğlu, H. S. (2015). <https://www.hasansabrikayaoglu.com/kultur-kodlarinin-insanlara-egemenligi/> (Erişim Tarihi: 15.04.2018)
- Kekeç, N. (2012). Grup Folkloru Bağlamında Tahtakale Esnafı ve Geliştirdikleri Dilsel Kodlar, Millî Folklor Dergisi, 24(94), ss. 50-57.
- Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. (2017). Pazarlam 4.0, (Çev. N. Özata) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Küçük, O. (2011). Stratejik İşletme Bilgisi ve Yönetimi, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- NKfU (2013). Kültürün Özellikleri Nelerdir? <http://www.nkfu.com/> (Erişim Tarihi: 25.04.2018).
- Lamont, M. and Small, M. L. (2008). How Culture Matters: Encircling Our Understanding of Poverty. A. C. LIN, & D. R. HARRIS içinde, The Colors of Poverty: Why Racial and Ethnic Disparities Persist (pp. 76-102). New York: Russell Sage Foundation.
- Malinowski, B. (2016). Bilimsel Bir Kültür Teorisi, (Çev. D. Uludağ) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Mucuk, İ. (2007). Pazarlama İlkeleri, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Mucuk, İ. (2014). Modern İşletmecilik (19. Baskı.), İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Oğuz, E. S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 28(2), ss. 123-139.

Onurlu, Ö. ve Yazıcı, H. M. (2015). Stratejik Pazarlama Yönetimi Açısından Rekabet Üstünlüğü Sağlayabilecek Kişisel Satış Teknikleri ve Bir Uygulama, Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, 52(610), ss. 63-75.

Ozankaya, Ö. (1990). Ulusal Toplumun ve Ulusal Kültürün Kurucu Ögeleri, Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi, 3(10), ss. 213-225.

Özdemir, E. (2009). Pazarlama Araştırmasında Etik Karar Alma, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi, 64(2), ss. 119-144.

Özdemir, N. (2009). Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi, Milli Folklor Dergisi, 21(84), ss. 73-86.

Rapaille, C. (2009). Kültür Kodu, İstanbul: FGP Yayıncılık.

Spalton, P. (2010). Pazarlama Sırları, (Çev. A. Babacan) İstanbul: NTV Yayınları.

Tahir, Y., Akça, Y. F. ve Tanyeri, M. (2003). Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Pazarlama Bilgi Sistemleri, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 8(1), ss. 299-312.

Tezcan, F. (2016). Kültürel Marksizm ve Kültürel Çalışmalar, Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar Dergisi, 9(2), ss. 132-151.

Tosun, K. (1990). Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul: Yön Ajans.

Türkdoğan, O. (1992). Halk Kültürü-Kitle Kültürü Farklaşması, 4. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri (ss. 101-108). Ankara: Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları.

Yılmaz, A. ve Eroğlu, C. (2013). Meslek Yüksekokulları İçin Davranış Bilimleri ve Örgütsel Davranış (Dördüncü Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

ICONSR 2018

Towards a World Investment Tribunal: New Era in Investor – State Dispute Settlement

Dikran M. ZENGİNKUZUCU¹⁵

INTRODUCTION

In pre-WWII era, the national economic protectionist policies, beside other reasons, laid in a severe global economic crisis which has continued until end of WWII (Ambrosius, Hubbard, 1986). This experience triggered the debates on the establishment of a new regulated global economic system which would be kept under strict control, which originated the United Nations Monetary and Financial Conference, commonly known as the Bretton Woods Conference, in New Hampshire between 1- 22 July 1944 with the attendance of 730 delegates from 44 countries. Franklin J. Roosevelt, President of US, in his opening statement to Bretton Woods Conference articulated (CVCE);

‘commerce is the life blood of a free society. We must see to it that the arteries which carry that blood stream are not clogged again, as they have been in the past, by artificial barriers created through senseless economic rivalries’.

In an understanding of the promotion of free flow of goods and investments coupled with a fixed rate and flexible currency system would be the basis of global peace and development, the Bretton Woods Conference established three organizations; IMF to enhance international monetary policies, the International Bank for Reconstruction and Development (hereinafter IBRD) -soon called the World Bank (hereinafter WB)- for providing finance, advices and researches to developing countries to aid their economic and social advancement, and finally International Trade Organization (hereinafter ITO) and GATT, the predecessor of World Trade Organization (hereinafter WTO) for the promotion of free trade by abolishing the barriers to it and aiding to resolve the disputes on it between the parties. However, US Congress did not approve the Agreement establishing ITO, the Organization did not come into existence, but the exercise of GATT system has been kept under Final Act and Implementation Protocol signed in Havana. GATT system is replaced by WTO as of 1 January 1995.

One of the founding purposes of WB was set forth as ‘to promote private foreign investment’. In 1961, when the Organisation for Economic Co-operation and Development (hereinafter OECD) was attempting to prepare a draft for multilateral convention on the protection of foreign property (OECD, 1967). The draft Convention released in 1962 and approved by OECD in 1967. It generally reflects the views of major capital exporting states on the ‘minimum standards of treatment’ (Newcombe, Paradell, 2009). The attempts of establishment of general standards against late-1950’s but the discussions and divided opinions of states on expropriations turned the situation more and more complex, WB General Counsel Aron Broches argued that the best way to provide satisfactory legal infrastructure for the promotion of international investment flow would be by providing effective procedures for impartial settlement of disputes rather than constantly seeking multilateral agreement on the establishment of general substantive standards (Wolfgang et. al., 1995; Schreuer, 2001).

1.MATERIALS AND METHODS

In this Section, the basis and development of treaty arbitration, the structure and features of the permanent Investment Tribunal and the Appellate body will be evaluated.

1.1.Attempts for a Multilateral Investment Agreement

The struggle to establish ITO may be cited as a preliminary and early initiative for a multilateral agreement on the protection of foreign investments, however, after the failure of these efforts, the ‘Convention on the Protection of Foreign Property’ of the OECD in 1967 has been the first but ineffectual attempt on the pursuit of the multilateral protection and promotion of international investments. A document on ‘International

¹⁵ Corresponding author: Istanbul Esenyurt University, Faculty of Business and Administrative Sciences, Istanbul, Turkey.
dikranzenginkuzucu@esenyurt.edu.tr

Investment Guide', also known as 'Abs Shawcross Agreement', prepared by an independent group in the cadre of International Chamber of Commerce (hereinafter ICC) was brought into the agenda of OECD by Germany in 1972 (Sornarajah, 2007). Furthermore, OECD prepared a draft 'Multilateral Agreement on Investment' in order to contribute to a worldwide favorable, liberal climate for investment and provide international investments with a strength protection, and negotiations on the draft took place in 1995 – 1998 (OECD, 1998). Nevertheless, the former colonial countries and non-aligned movement, the accompanying their independence, were seeking to govern their natural resources and adopted a policy of expropriation over foreign ownerships of economic assets (Zenginkuzucu, 2012). Considering that economic and financial agreements between developing and developed countries must be based on the principles of equality and economic independence is the basis of the right of nations to self-determination, non-aligned movement led the adoption of United Nations (UN) GA resolutions 1803(XVII) of 12 December 1962 on 'Permanent Sovereignty over Natural Resources' and UN res. A/RES/S-6/3201 dated 1 May 1974 'Establishment of a New Economic Order'. However, in the same period, another failure on the globalist side was the negotiations on a 'Code of Conduct on Transnational Corporations' attempting the establishment of multilateral investment rules including the compensation of expropriations and non-discriminatory behavior of host-states (Weiss, 1989; Moran, 2009). All these efforts on a multilateral investment agreement have presumably failed because of a lack of international consensus on the rules and regulations to be implemented on this field yet. The comprehensible doubts of states on their sovereignty rights, respect to dispose its natural resources and freedom to pursue national economic policies obstructed the enactment globally of regulations and rules on such a large scale. The failure of multilateral investment agreements thus foregrounded regional, sectorial and bilateral investment agreements (hereinafter BIT). North American Free Trade Agreement (hereinafter NAFTA) intending to eliminate foreign trade and investment restrictions between US, Canada and Mexico, Central America Free Trade Agreement concluded between US and Central American states, Energy Charter Treaty aiming at strengthening cooperation and integration of Russian and Eastern Europe energy sector with Europe and world market and Association of Southeast Asian Nations (hereinafter ASEAN) Comprehensive Investment Agreement may be cited among the most important regional and sectorial investment agreements. Most of the above-mentioned agreements have been concluded since 1990. BITs, on the other hand, are dedicated to determine the rules which will be applied to the citizens of the other country in the territory of each signatory state. The BITs, initially concluded between the African countries which had recently gained their independence and developed European countries which were maintaining their economic activities in these ex-colonial countries, therefore have been signed largely between developed and developing countries since 1990's and afterwards between the countries in each of these categories. As a result, BITs became the main instrument to govern international investment relationships among the countries from different level of economic development and today the number of BIT in force is exceeded 2900 (UNCTAD, 2017a).

1.2. International Investment Agreements and ICSID

An international investment agreement (hereinafter IAA), bilateral, sectorial or regional, contains an investor-state dispute settlement (hereinafter ISDS) clause, thus IAAs, especially BITs have contributed widely to the fact that treaty-based arbitration become prevalent in ISDS. As of 1 January 2017, the total number of publicly known ISDS claims had reached 767 between 1985-1996. About two thirds of investment arbitrations in 2016 were brought under BITs, while the remaining was based on treaties with investment provisions (hereinafter TIPs). The IAAs most frequently invoked in 2016 were the ECT (with 10 cases), NAFTA and the Russian Federation-Ukraine BIT (3 cases each). Looking at the overall trend, about 20 per cent of all known cases invoked the ECT (99 cases) or NAFTA (59 cases) (UNCTAD, 2017b). On the other hand, the procedure most frequently used by the parties of an investment dispute submitted to arbitration has been ICSID Conv. and Additional Facility Rules with a 42 registered arbitration cases of a total initiated 62 known cases in 2016 and 537 registered cases of total 767 cases between 1985 – 1996 (ICSID, 2018). In this period, the inwards foreign direct investment (FDI) flow increased from 55.847 to 1.746.423 million USD (more than 31 times) and the stock of FDI increased from 986.629 to 26.728.256 million USD (about 25 times) (UNCTAD, 2017c). Among the basis of consent invoked to establish ICSID jurisdiction in cases registered under the ICSID Convention and Additional Facility Rules, BITs remain the first rank with 60,2 % and the portion of investment contracts between the investor and the host-state and investment law of the host-state are noted as 16,8 % and 9,6 % respectively, whereas the proportion of Energy Charter is 9,5 % and NAFTA is 2,9 %. These statistics demonstrate that 70 % of all investor-state investment disputes which are sought to be settled through

international arbitration are referred to arbitration under ICSID Conv. The practice and data on investor-state dispute settlement have justified Aron Broches and his colleague's prediction and initiative of improving the climate of international investments by establishing available facilities for the settlement of disputes. On the other hand, some of the other main reasons of the popularity of ICSID Conv. is undoubtedly proficiency of the arbitrator panel and arbitral tribunal on investment disputes as well as the reliability of the procedures and its efficiency in enforcement of the awards (Zenginkuzucu, 2012).

1.3.Reform on Investor – State Dispute Settlement Mechanism

As a result of the dramatic increase in FDI flow, multiplication in the numbers of IIA's and number of party States to ICSID, the international climate has been available for a new reform of the of procedures and rule of investment law in the light of past implementations and experiences. The efforts of a procedural reform were first introduced by USA and UNCTAD since the beginning of 2000's, one them being the establishment of a permanent investment court. Art. 28 of US Model BIT envisages that 'In the event that an appellate mechanism for reviewing awards rendered by investor-State dispute settlement tribunals is developed in the future under other institutional arrangements, the Parties shall consider whether awards... should be subject to that appellate mechanism.' UNCTAD, on the other hand, prepared a report entitled 'Reforming the international investment regime: an action menu' proposing the establishment of a permanent investment tribunal and appellate body (UNCTAD, 2015). As the world's champion in foreign investment export and import, the EU determined the principles and policies in Lisbon Treaty and determined to replace in long term BIT's concluded by member States with the EU investment treaty (AIV, 2015). Based on these principles, EU underlined the following issues in ISDS should be rehabilitated and ameliorated (EXPO, 2015);

- Avoiding conflicting arbitral awards;
- Protecting abuses in Investor-State dispute settlement;
- Transparency,
- Strengthening impartiality and independence of arbitrators;
- Increasing the confidence on ISDS mechanism.

The first international instrument of EU observing the above priorities and principles is Comprehensive Economic and Trade Agreement (hereinafter CETA). The others are Trans-Pacific Investment Agreement and EU-Vietnam Bilateral Agreement which are not concluded yet. However, both agreements contain a dispute settlement clause envisaging the integration to a potential World court when established.

RESULTS

In this Section, a comparative analysis of the contributions of Comprehensive Economic and Trade Agreement and a permanent World investment tribunal and appellate body to the international investment law will be assessed.

Comprehensive Economic and Trade Agreement – CETA was signed on 30 October 2016 between the government of Canada in one hand and European Union on the other. European Parliament granted its consent for the agreement on 15 February 2017 with 408 votes against 254 with 24 abstention. Canada approved and ratified the agreement on 16 May 2017 and it has been the first step for the temporary implementation of the agreement. CETA will take full effect upon a decision of conclusion by the European Council (hereinafter EC), only after all of EU Member States ratifies it in accordance with their constitutional requirements.

Chapter 8 section F of CETA concerning resolution of disputes between investors and states provides an ISDS mechanism in pursuance of a peaceful resolution of differences. In this term, CETA necessitates a process of consultation first followed, in absence of settlement, by arbitration where the way to recourse to mediation is always open. Art 8.19 requires amicable settlement of disputes as far as possible. Investors shall first submit a request of consultation to the host state, that is either Canada or EU concerning alleged breach by the EU or an EU member state. An investor or locally established enterprise shall submit a request of consultation within 3 years after the date of the alleged breach or within 2 years after it ceases to pursue claims or proceedings before a tribunal or court under the law of a Party, but in any event not later than 10 years after the date of alleged breach. Unless the disputing parties agree to a longer period, consultations shall be held within 60 days of the submission

of request and in the event that the investor has not submitted a claim before arbitral tribunal within 18 months, being subject to the extension by agreement of the parties, of submitting the request for consultations, the investor is deemed to have withdrawn its request for consultations, consequently its claims. In the case that the dispute has not settled by consultation and the parties have not agreed to have recourse to mediation, the investor is entitled to submit the dispute to the Tribunal.

The Tribunal is consisting of 15 members appointed by CETA Joint-Committee for 5 years. Members are appointed equally from Canada nationals, EU nationals and third country nationals. A division of 3 members consisting of 1 Canada national, 1 EU national and 1 third country national being President, hears the claims. ICSID Secretariat shall act also as Permanent Tribunal's secretariat. The Tribunal may follow ICSID or UNCITRAL procedures. The award of the Tribunal may be on the basis of compensation or substitution of the loss. The awards of the Tribunal may be appealed within 90 days before CETA Appellate Tribunal. The Parties may not apply to another review, setting aside, annulment or similar procedures than the appeal mechanism described in the Agreement. Appellate Tribunal will consist of equal number of members from Canada, EU and third country national jurists fixed by CETA Joint-Committee. Appellate Tribunal also will work in 3-member divisions appointed one member from Canada nationals, one member from EU nationals and one member from third country nationals who will act as president.

Appellate Tribunal has both procedural and substantial jurisdiction over the award. Appellate Tribunal has the right to uphold, modify or reverse the Tribunal's award on the basis of:

- errors in the application or interpretation of applicable law;
- manifest errors in the appreciation of the facts,
- that the Tribunal was not properly constituted;
- that the Tribunal has manifestly exceeded its powers;
- that there was corruption on the part of a member of the Tribunal;
- that there has been a serious departure from a fundamental rule of procedure; or
- that the award has failed to state the reasons on which it is based.

On the other hand, CETA set detailed ethical rules for securing the impartiality and independence of the arbitrators. Accordingly, an arbitrator may not allow financial, business, professional, family or social relationships or responsibilities to influence her or his impartiality or independence, may not accept any duty as arbitrator, expert, witness after his appointment (Art. 8.30). Furthermore, the cases shall be conducted transparently and publicly (Art. 8.38) according to the UNCITRAL Rules on Transparency (UNCITRAL, 2014). Another significant point in the Agreement is that the Parties shall pursue with other countries the establishment of a multilateral investment tribunal and upon the establishment, this tribunal and appellate body shall join it.

Table 1: EU ISDS Targets and CETA

Problem	CETA
Conflicting Arbitral Awards	Appellate Mechanism
Confidentiality and secrecy	Transparency
Critics about the impartiality and independency of arbitrators	Permanent Investment Tribunal and Ethic Rules
Consistency and Predictability of awards	PIT, Appeal and unification of jurisprudence

Table I summarizes the needs of improvement in ISDS mechanism highlighted by EU and its solutions integrated in CETA. In this framework, CETA seeks the establishment of a mechanism strengthening the impartiality and independence of the arbitrators, ensuring the transparency of the procedures, avoiding conflicting awards and providing a consistency and predictability in awards.

DISCUSSION AND CONCLUSIONS

CETA establishes the first Permanent Investment Tribunal which will be a basis for a World Investment Tribunal. Legal attempts for the creation of such a Tribunal may be observed widely. On the other hand, in today's implementation, the review of arbitral awards is limited to procedural issues. In contrast, an Appellate body will have jurisdiction to uphold, modify or reverse the substance of the arbitral awards. In the light of above discussion, a series of changes and reforms in Investor – State dispute settlement procedure from ad hoc tribunals towards a World Investment Tribunal may be expected.

First of all, arbitral awards might keep confidential upon the agreement of the parties, however, a permanent tribunal and appellate body will increase transparency.

Secondly, as the power of the parties to nominate the arbitrators will be dissolved, the criticism that the parties nominate the arbitrators close to themselves or persons which have served as council in other cases. Henceforth, the disputes will be referred to jurists who are expert, nominated for a fixed period.

Conflicting awards in similar cases given by different arbitration tribunals will be avoided. A case could not be referred to different tribunals and consolidation of related cases will be possible. Consequently, it may be expected unification and uniformity of jurisprudence of investment disputes in a permanent tribunal and appellate tribunal.

A permanent tribunal will restrict the freedom to choose the applicable law to the substance of the dispute of the parties. Even if the Parties hold the right to choose the applicable law, a Permanent Investment Tribunal and Appellate Tribunal jurists' decision to unification of jurisprudence and tendencies of similar interpretation of the law will result in uniformity of applicable law and especially the corrective effect of 'international minimum standards' on domestic law will be dominant.

Similarly, the establishment of an Appellate Tribunal and its review of the award on procedural and substantial terms will restrict the competence of domestic courts of non-recognition of international awards in investment disputes which may be given only on a procedural basis. In addition, the Appellate Tribunal's review of the arbitral awards in terms of 'public order' will contribute to the development of an understanding of 'international public order'. On the other hand, domestic courts' review of the international arbitral awards during recognition in terms of 'national public order' will be restricted.

Finally, the submission of policies and acts of States in Investor – State Dispute Settlement to a permanent tribunal instead of ad hoc tribunals will enhance legitimacy of the awards. Global implementation of international policies such as 'sustainable development' will be facilitated.

REFERENCES

- Adviesraad Internationale Vraagstukken [AIV] (2015). International Investment Dispute Settlement from ad hoc arbitration to a permanent court, The Hague, AIV.
- Ambrosius, G. and Hubbard, William H. H. (1986). A social and economic history of twentieth-century Europe, London, Harvard College.
- CVCE. Statement by President Roosevelt (29 June 1944). <https://www.cvce.eu/> (Erişim Tarihi: 18 Ağustos 201).
- European Parliament Directorate-General For External Policies of the Union [EXPO] (2014). Investor-State Dispute Settlement (ISDS) Provisions in the EU's International Investment Agreements – Workshop, Volume: 1. http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2014/534979/EXPO_STU%282014%29534979%28ANN01%29_EN.pdf (Erişim Tarihi: 17 Mart 2018).
- International Centre for Settlement of Investment Disputes [ICSID] (2018). The ICSID Caseload – Statistics. Issue: 2018-1. [https://icsid.worldbank.org/en/Documents/resources/ICSID%20Web%20Stats%202018-1\(English\).pdf](https://icsid.worldbank.org/en/Documents/resources/ICSID%20Web%20Stats%202018-1(English).pdf) (Erişim Tarihi: 12 Mart 2018).
- Moran, T.H. (2009). The UN and transnational corporations: from code of conduct to global compact, Transnational Corporations 18(2), pp. 91-112.
- Newcombe A. and Paradell L. (2009). Law and practice of investment treaties – standards of treatment, The Hague, Kluwer Law International.
- Organisation of Economic Cooperation and Development [OECD] (1967). Draft convention on the protection of foreign property in (1968) 7 ILM 117. <https://www.oecd.org/investment/internationalinvestmentagreements/39286571.pdf> (Erişim Tarihi: 13 Ekim 2017).
- Organisation of Economic Cooperation and Development [OECD] (1998). Multilateral agreement on investment: documents relating to the 1995-1998 negotiations. <http://www1.oecd.org/daf/mai/pdf/ng/ng987r1e.pdf> (Erişim Tarihi: 15 Ekim 2017).
- Schreuer, C. (2001). The ICSID convention - a commentary, Cambridge, CUP.
- Sornarajah, M. (2007). The international law on foreign investment, Cambridge, CUP.
- UNCITRAL (2014). Rules on Transparency in Treatybased Investor-State Arbitration (1 April 2014) <https://www.uncitral.org/pdf/english/texts/arbitration/rules-on-transparency/Rules-on-Transparency-E.pdf> (Erişim Tarihi: 01 Mart 2018).
- United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD] (2015). Reforming World Investment Governance. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf (Erişim Tarihi: 12 Mart 2018).
- United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD] (2017a). IAA Issues Note. Issue: 2. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaepcb2017d3_en.pdf (Erişim Tarihi: 12 Mart 2018).
- United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD] (2017b). IAA Issues Note. Issue: 1. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaepcb2017d1_en.pdf (Erişim Tarihi: 12 Mart 2018).
- United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD] (2017c). UNCTADStat. <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96740> (Erişim Tarihi: 15 Ekim 2017).
- Weiss T. G. (1989). The UN code of conduct for trans-national corporations, Forsythe, D.P. (Ed.) The United Nations in the World Political Economy. New York, Palgrave, pp. 88 – 97.
- Wolfgang, P., de Kuyper J.Q. and Bénédicte de Candolle, B. (1995). Arbitration and renegotiation of international investment agreements, The Hague, Kluwer Law International.
- Zenginkuzucu, D. M. (2012). Devlet ve yabancı yatırımcılar arasındaki uyuşmazlıkların çözümünde uluslararası yatırım uyuşmazlıklarının çözümü merkezi (ICSID)'nin kuruluşu ve işlevi, İstanbul, Legal Yayınları.

ICONSR 2018

Personel Güçlendirme İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler

Hakkında Yapılan Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme

Metin KARACA ¹⁶, Kürşat ÖZDAŞLI ¹⁷

GİRİŞ

İşletme örgütlerinin başarı göstermesinde üretim faktörlerinin önemi bilinmektedir. Tüm üretim faktörleri önemli olmakla birlikte emek, hem fiziksel hem de zihinsel yönü olan bir üretim faktörü olarak çok daha ön plana çıkmaktadır. Bir örgüt tüm üretim faktörlerine rahat erişebilirken bu üretim faktörlerini ürüne ve hizmete dönüştürmekte yararlandığı yetenekler çoğunlukla sahip olduğu çalışanların yetenekleri ile ilgilidir. Dolayısıyla çalışanlarının yeteneklerinden üst düzeyde yararlanan bir örgüt başarılar elde edebilecektir. Çalışanlarının hem fiziksel hem de zihinsel verimliliklerini artırabilmek için örgütlerin elinde iki ana uygulama konusu vardır. Bunlardan birincisi, çalışanların teknik kapasitelerinin artırıcı uygulamalardır. Mesela, iş zenginleştirme, iş genişletme veya teknik eğitimler gibi insan kaynakları uygulamaları yapmaktır. İkincisi ise, çalışanların psikolojilerini rahatlatarak işe güdülenmelerinin artırmaktır. Bu bağlamda örgütsel etkinliği sağlamada etkili olan faktörlerinden birisi de çalışanların yaptıkları işlerdeki inisiyatif alabilme güçlerinin artırılmasıdır. Böylece çalışanlar işyerinde güçlendiklerini hissederek yeteneklerini daha fazla sergileme imkânına kavuşacaklardır. Diğer taraftan çalışanları örgüte karşı bağlılıklarını artırmak da bu nevi bir etkiye sahip olacaktır.

Örgüt çalışanlarının örgüte olan bağlılıklarını bir kölenin efendisine olan bağlılıkları gibi düşünmekten ziyade kişinin yaptığı işi sevmesi, işini yaparken heyecan duyması ve hatta bazen de geçimini temin ettiği örgüt için elinden gelenin en iyisini yapması penceresinden bakmak gerekmektedir. Bu bağlılık sayesinde çalışanların verimliliğindeki artış örgütlerin başarısında etkili rol oynayabilecektir. Bu nedendir ki, hem örgütsel bağlılık hem de personel güçlendirme kavramları ortaya çıkış süreçleri itibarıyla araştırmacıları cezbetmiş ve bu kavramlar üzerine çok sayıda çalışma yapılmıştır. Ancak bu iki kavramın birbiriyle olan ilişki düşünüldüğünde, iki kavramın birlikte ele alındığı çalışmalar 2000'li yıllardan sonra artmaya başlamıştır.

Çalışmada örgütsel bağlılık ile personel güçlendirme arasındaki ilişkileri inceleyen yerli ve yabancı alan yazın çalışmaları incelenmektedir. Böylece her iki değişkenin birbirlerine olan etkisinin yönüne dair geçmiş çalışmalardan izler aranacaktır.

1.YÖNTEM VE MATERYAL

1.1.Personel Güçlendirme Kavramı

Personel güçlendirme kavramının aynı amaç doğrultusunda fakat farklı bakış açılarıyla ifade edilen tanımları görülmektedir. Bir yönetim kavramı olarak güçlendirme, yardımlaşma, paylaşma, yetiştirme ve ekip çalışması yolu ile kişilerin karar verme haklarını artırma ve kişileri geliştirme süreci olarak tanımlanabilir. İş en iyi bilenin iş yapan olduğu temeline dayalı bir yönetim yaklaşımı olan personel güçlendirme, insana odaklanarak doğru insanı seçmenin, eğitmenin ve ona güvenmenin gerekliliğini öne çıkarır (Koçel, 2015:474).

Personel güçlendirme, bireyin etkinliği hakkındaki inancını güçlendirilme eylemdir (Conger, 1989:18). Personel güçlendirme karar alma mekanizmasının merkezden uzaklaştırılması sürecidir. Bu sayede yöneticiler çalışanlarına daha fazla takdir ve özerklik verir (Brymer, 1991:59).

Çalışanların güçlendirilmesi, çalışanların katılımı ve kendi kaderini tayin etme düzeylerinin artmasıyla doğru bir şekilde yönetilirse performansı artırmak için tasarlanmış bir motivasyon tekniğidir (Meyerson and Dewettinck, 2012:40).

¹⁶ Corresponding author, Marmara University, Faculty of Technology, Kadıköy, Istanbul, Turkey. aozbek@marmara.edu.tr

¹⁷ Bayburt University, Faculty of Applied Sciences, Bayburt, Turkey. yusuf.esmer61@gmail.com

80'lerde ortaya çıkan güçlendirme kavramı akademisyen ve uygulayıcılar için cezbedici bir kavram olmuştur ve devam eden süreçte güçlendirme iş performansını ve memnuniyetini artırmak için güçlü bir yol olarak kabul edilmektedir (Hui, Au and Fock, 2004:47).

Literatürde pek çok farklı açıdan ele alınan güçlendirme kavramlarından iki tanesi yapısal ve psikolojik güçlendirmedir ve yaygın olarak kabul görmektedir. Yapısal güçlendirme, yöneticinin çalışana güç devrettiği yönetsel bir süreç olarak algılardan ziyade örgütsel süreçler üzerine temellendirilmiştir. Psikolojik güçlendirme ise çalışanların algılarına dayanmaktadır ve çalışanların kendilerini güçlendirilmiş hissettikleri ölçüde güçlendirme mevcuttur (Batuk Turan, 2018:101-102).

Personel güçlendirmenin temelini oluşturan dört boyutu; etki, anlam, yetenek ve seçim (kendi kaderini tayin etme)'dir. (Thomas and Velthouse, 1990). Bu boyutlar güçlendirmenin öngörücüleri ya da sonuçları değil özünü oluşturur (Spreitzer, Kizilos and Nason, 1997:681).

Anlam; bireyin kendi standartlarına veya ideallerine göre değerlendirilen bir iş hedefinin veya amacının değeri olarak tanımlanmaktadır (Thomas and Velthouse, 1990:672). Anlam, bir iş rolünün gereklilikleri ile bireyin inanç ve değerleri arasındaki bir görevin karşılaştırılmasını içerir; öyle ki, birey görevi kendisine değer olarak algılar (Sigler and Pearson, 2000:28-29).

Yetkinlik ya da öz-yeterlilik; bireyin faaliyetleri gerçekleştirme yeteneğine olan inancıdır (Sigler and Pearson, 2000:29). Bir işin ya da görevin iyi yapılması için gerekli beceri ve yeteneklere sahip olduğu ve kurum inançlarına, kişisel ustalığa ya da çaba-performans beklentisine benzer bir inançtır (Spreitzer, Kizilos and Nason, 1997:681). Algılanan öz-yeterlilik ne kadar güçlü olursa, insanların kendileri için belirledikleri hedefler o kadar yüksek ve onlara olan bağlılığı da o kadar güçlü olur (Bandura, 1989:1175-1176).

Etki; Etki, bir bireyin işteki sonuçları etkileyebileceğini düşündüğü derecedir. Etki, diğerlerinin çalışma ve kararlarını her düzeyde etkileyebileceği inancı olarak değerlendirilir (Sigler and Pearson, 2000:29).

Seçim (Kendi Kaderini Tayin Etme); kişinin iş üzerindeki kontrol gücü olarak değerlendirilebilir. Kişinin kendi kararını verme, geleceğini belirleme ve özgürce hareket edebilmesidir (Çavuş ve Demir, 2010:6).

1.2.Örgütsel Bağlılık Kavramı

Bir kavram ve anlayış biçimi olarak bağlılık, toplum duygusuyla birlikte her yerde var olan ve toplumsal içgüdünün duygusal bir anlatım biçimidir (Doğan ve Demiral, 2009:57). Bağlılık, organizasyon adına önemli çaba sarf etme isteğini ve organizasyonun tasvir ettiği değerlerin ve hedeflerin kabul edilmesini içerir (Hup Chan, 2006:252).

Örgütsel bağlılıkla ilgili farklı tanımlamalar mevcuttur. Bu tanımlamalardan bazıları;

Bağlılık; bireyi örgüte bağlayan psikolojik bir durumdur (Allen and Meyer, 1990:14). Örgütsel bağlılık kavramı, bir kişinin çalıştığı organizasyonunun özelliklerine olan duygusal tepkilerini ifade eder (Cook and Wall, 1980:40).

Örgütsel bağlılık, bireysel ve örgütsel özellikler gibi faktörlerden etkilenir. Örneğin, üyeler bir organizasyona olan bağlılıklarını sürdürürken, faydalar, statü, para ve / veya kişilerarası ödüller gibi faktörlerden etkilenebilir (Hup Chan, 2006:252-253).

Örgütsel bağlılığın sınıflandırılması ile ilgili olarak literatürde özellikle üç sınıflandırma türü üzerinde durulmaktadır. Bunlar; Tutumsal, davranışsal ve çoklu bağlılıktır (Doğan ve Demiral, 2009:61).

Bu sınıflandırma içerisinde tutumsal bağlılık ile ilgili genel kabul görmüş ve en önemli çalışmalardan biri Allen ve Meyer (1990) tarafından ortaya konulmuştur ve bağlılığı duygusal, devamlılık ve normatif olmak üzere üç boyutta ele almışlardır (Allen and Meyer, 1990). Bu üç yaklaşımdaki ortak nokta, bağlılığın çalışanın kuruluşla olan ilişkisini karakterize eden ve organizasyondaki üyeliğe devam etme veya durdurma kararı için etkileri olan psikolojik bir durum olduğu görüşüdür (Meyer and Allen, 1991:67).

Duygusal Bağlılık; Duygusal bağlılık, çalışanın duygusal bağlılığını, organizasyonda kimlik ve ilişkisini ifade eder. Güçlü bir duygusal bağlılığa sahip işgörenler, ihtiyaç duydukları için değil kendileri istedikleri için örgütte kalmaya devam etmektedirler (Meyer and Allen, 1991:67). İşgörenin örgütü ile özdeşleştiği, kendini örgüte ait hissettiği, örgüte karşı olumlu duygular hissettiği bağlılık olarak tanımlanmaktadır (Yücel ve Koçak, 2017:149-150).

Devamlılık Bağlılığı; Devam bağlılığı, kuruluştan ayrılmaya ile ilgili maliyetler konusunda farkındalık anlamına gelir. İşgörenlerin örgüte olan bağlılığının ve kalmak istemelerinin sebebi öncelikle örgütte kalmaya ihtiyaç duymalarıdır (Meyer and Allen, 1991:67).

Normatif Bağlılık; İstihdama devam etme yükümlülüğünü yansıtmaktadır. Yüksek düzeyde normatif bağlılığı olan çalışanlar, organizasyonda kalmaları gerektiğini düşünmektedir (Meyer and Allen, 1991:67).

1.3. Personel Güçlendirme ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Literatür İncelemesi

Çalışanların güçlendirilmesi, kurumların daha esnek ve duyarlı olmalarını sağlar ve hem bireysel hem de organizasyonel performansta iyileştirmelere yol açabilir. Çalışanların güçlendirilmesi, günümüzün bilgi işlemcilerinin daha yaygın olduğu ve kuruluşların merkezi olmayan, organik tip organizasyon yapılarına doğru ilerlediği rekabet ortamında daha önemlidir (Meyerson and Dewittinck, 2012:40).

Güçlendirme, işgörenin işinin kapsamını ve işteki rolünü dilediği gibi belirleyebileceğine inandığı aktif bir çalışma ortamını ifade etmektedir. Personel güçlendirmedeki bu düşünce biçimi, işgörenlerin örgüte bağlılıklarının sağlanmasına katkı sağlamaktadır (Janssen, 2004:56).

Çalışanların örgütsel bağlılıklarının sağlanması personel güçlendirme sürecinin etkin bir şekilde işleyebilmesi için gereklidir. Çünkü, işgörenin çalıştığı örgüte bağlılık duyması onun örgütte kalmaya daha fazla istekli olması olarak düşünülmektedir. Bu sayede uzun süre aynı örgütte bulunan işgören örgütün kendisinden beklentileri ile kendisinin örgütten beklentileri arasında dengeli bir ilişki kurabilecektir. İşgörenin örgüte bağlılığının artması örgüt amaçları için gönüllü olarak daha fazla çaba göstermesini sağlayabilecektir (Seçgin ve Özyer, 2016:250-251). Çalışanlar personel güçlendirme ile kendilerini daha fazla motive olmuş hissedecek, bilgi ve uzmanlıklarına güvenecek, inisiyatif kullanarak harekete geçme arzusu içinde olacak, olayları kontrol edebileceklerine inanacak ve işletme amaçları doğrultusunda uygun ve anlamlı buldukları işleri yapacaklardır (Koçel, 2015: 476).

Doğan ve Demiral (2010), yaptıkları çalışmada personel güçlendirme ve psikolojik sözleşmenin örgütsel bağlılığın sağlanmasında ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaya çalışmışlardır. İç Anadolu ve Akdeniz Bölgesindeki üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde görev yapan 253 akademik personele yönelik yapılan çalışmada, akademik personelin duygusal bağlılığı üzerinde personel güçlendirmenin anlam ve etki boyutları pozitif etkiye sahiptir. Personelin normatif bağlılığı personel güçlendirmenin anlam ve yetenek boyutlarının negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Akademik personelin üniversiteye devamlılık bağlılığı duymasında personel güçlendirmenin seçim boyutunun pozitif yönde etkisi bulunmaktadır.

Gürbüz Kumkale ve Oğuzhan'ın (2013), Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli İl merkezlerindeki bankalarda çalışan 382 personel üzerinde yaptıkları çalışmada yoğun rekabet içinde personel güçlendirmenin organizasyondaki bağlılık düzeyine etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonucunda bankacılık sektöründeki personel güçlendirme uygulamalarının örgütsel bağlılığı arttırdığı sonucuna varılmıştır.

Yücel ve Koçak'ın (2017), yaptıkları çalışmada örgüt kültürünün, personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide moderatör etkisinin incelenmesi amaçlanmış ve bununla beraber personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Sonuç olarak personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir.

Seçkin ve Özyer'in (2016) Ankara il merkezinde dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde yaptıkları araştırmada kontrol odağının örgütsel bağlılık üzerine etkisinde personel güçlendirmenin aracılık rolü incelenmiştir. Ankara İl merkezindeki 13 adet dört ve beş yıldızlı otel işletmesinde çalışan 268 kişiden elde edilen bilgiler sonucunda personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Personel güçlendirmenin, kontrol odağının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde de tam aracılık rolüne sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Doğan ve Kılıç 2007 personel güçlendirme işgörenlerin örgütsel bağlılıklarının sağlanmasındaki yeri ve önemini anlatmışlardır.

Taşlıyan, Harbalioglu, Hırlak (2015) Kilis 7 Aralık Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenler üzerine yaptıkları çalışmada personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışına etkisini belirlemeye çalışmışlardır. 104 akademisyen üzerinde yapılan çalışmada, personel güçlendirme

boyutlarında anlam serbesti ve etki ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı düzeyde pozitif yönlü bir ilişki ve yetkinlik boyutu ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı düzeyde negatif yönlü zayıf bir ilişki tespit etmişlerdir. Aynı zamanda örgütsel bağlılık (ve örgütsel vatandaşlık davranışı) değişkenliği personel güçlendirme boyutlarından etkilenmektedir.

Candan, Canbolat ve Öksüz (2015) bir kamu kurumundaki 96 idari personele yönelik yapılan çalışmada, çalışanların güçlendirme algılarının örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkilerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Elde edilen sonuçlara göre çalışanların ortanın üzerinde bir düzeyde psikolojik güçlendirme, ortanın üzerinde bir düzeyde yapısal güçlendirme, orta düzeyde duygusal bağlılık ve ortanın altında bir düzeyde devam bağlılığı ve normatif bağlılık algısına sahip olduğu belirlenmiştir. Örgütsel bağlılık ve güçlendirme algıları arasında çalışanların demografik özellikleri açısından anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca psikolojik ve yapısal güçlendirme değişkenlerinin duygusal, devam ve normatif bağlılığı pozitif yönlü ve orta düzeyde etkilemekte olduğu sonucu elde edilmiştir.

Kamu kurumlarında personel güçlendirme faaliyetlerinin kurumsal bağlılık üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla Gürsoy ve Aydemir (2017) Jandarma Genel Komutanlığı'nın Ankara'daki karargahında görevli 560 subay, astsubay, uzman jandarma ve sivil memura yönelik bir çalışma yapmışlardır. Çalışma sonucunda kamu kurumlarında yüksek kalite ve verim elde edilmesinin kurumuna aidiyet duygusu ile bağlanmış personel ile sağlanabileceği ifade edilmiştir. Hızla değişen teknolojik çağda faaliyetlerini günün şartlarına göre yerine getirebilmeleri için personel güçlendirme faaliyetlerine önem vermeleri gerektiği belirtilmiş ve uygulanacak iyi bir personel güçlendirme stratejisi ile kurumun verimlilik düzeyinde yüksek oranda artış olacağı bulgularına ulaşılmıştır.

Mete, Zincirkıran, Tiftik, Yalçınsoy ve Pekcan (2015), turizm sektöründe çalışan orta düzey yöneticilerin ve işgörenlerin algılamalarına dayanarak örgüte bağlılık, iş tatmini ve psikolojik güçlendirmenin alt boyutları arasındaki ilişkileri ortaya koymak için bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma, Gaziantep ve Mardin'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerindeki 247 orta düzey ve alt kademe yöneticilere yönelik bir çalışmadır. Çalışma sonucunda personel güçlendirmenin alt boyutlarından anlamlılık ve etki boyutunun iş memnuniyeti üzerinde orta düzey, yeterlilik boyutunun ise örgütsel bağlılık üzerinde düşük seviyede bir etkisinin olduğu görülmüştür. Ayrıca yeterlilik ve özerklik boyutu iş memnuniyeti üzerinde, anlamlılık, özerklik ve etki boyutunun ise örgütsel bağlılık üzerinde bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Gürbüz, Kumkale ve Oğuzhan (2015), Kırklareli, Edirne, Tekirdağ illerinde faaliyet gösteren 20 bankada görevli 382 çalışana yönelik yaptıkları çalışmada güçlendirme uygulamalarını ve bu uygulamalardan çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerinin ne şekilde etkilendiğini tespit etmeye çalışmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda bankacılık sektöründe uygulanan personel güçlendirme çalışmalarının literatürü destekler şekilde örgütsel bağlılığı arttırdığı görülmüştür.

Kılıçaslan ve Kaya (2018) Malatya ilinde bir kamu kurumunda görevli çalışanların güçlendirme algıları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla 121 kişi ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Yapılan çalışma sonucunda çalışanların örgütsel bağlılıkları ile personel güçlendirme algıları arasında yüksek düzeye yakın bir ilişki saptanmıştır.

Pekdemir, Özçelik, Karabulut ve Arslantaş (2006), yapı ve zemin sistemleri konusunda faaliyet gösteren bir işletmede beyaz yakalı personele yönelik güçlendirme çalışmalarını, onları işten duydukları tatmin ve örgütsel bağlılık düzeylerini tespit etmek amacıyla 33 beyaz yakalı çalışan ile bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda işletmedeki çalışanların kendilerini güçlendirilmiş olarak hissettikleri, ancak yöneticilerinin personel güçlendirme konusunda gerekli ortamı yarattığından pek emin olmadıkları görülmüştür. Çalışma sonucuna göre güçlendirilmiş çalışanın iş tatmininin arttığı ve buna bağlı olarak da örgüte olan bağlılığının kuvvetlendiği ifade edilmiştir.

Yaptığı literatür incelemesi sonucunda eğitim sektöründe örgütsel bağlılık konusunda sınırlı veri olduğunu ifade eden ve bu nedenle personel güçlendirme, takım çalışması ve çalışan eğitimi gibi üç faktörün örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlayan Hanaysha (2016), Kuzey Malezya'daki devlet üniversitelerinde çalışan 242 kişi üzerinde bir çalışma gerçekleştirmiştir. Yapılan çalışma sonucunda çalışanların yetkilendirilmesinin örgütsel bağlılık üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir.

İsmail, Al-Banna, Mohammed, Sulaiman, Mohamad ve Yusuf (2011), dönüşümsel liderlik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide güçlendirmenin etkisini incelemek amacıyla Malezya'daki bir ABD yan kuruluşunda çalışan 118 kişi ile bir çalışma gerçekleştirmiştir. Sonuç olarak; yetkilendirmenin örgütsel örnekleme

dönüşümsel liderlik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide aracı değişken olarak davrandığını doğrulamakta olduğu ifade edilmiştir.

Laschinger, Finegan, Shamian (2015), 412 Kanadalı hemşire ile çalışanların güçlendirilmesi ve örgütsel güvenin, iş tatmini ve örgütsel bağlılığı sağladığı teorisinden türetilen bir modeli test etmeyi tasarlanmışlardır. Sonuç olarak güçlendirilmiş bireyler daha yüksek duygusal bağlılık ve iş memnuniyeti bildirmiştir. Güçlendirilmiş çalışanlar daha büyük bir organizasyonel güven yaşamıştır ve bu da tutumları etkilemiştir. Araştırmalar duygusal bağlılığın üretkenlikle ilgili olduğunu gösterdiğinden, sonuçlar güçlendirme algılarını artıran teşvik edici ortamların çalışanlar üzerinde olumlu etkileri olacağını ve sonuçta organizasyonel etkinliği artırdığını ortaya koymaktadır.

Birim düzeyinde lider-üye değişim kalitesini ve yapısal güçlendirmeyi hemşirelerin psikolojik güçlendirme ve bireysel analiz düzeyindeki örgütsel bağlılığa bağlayan çok düzeyli bir modeli test etmek amacıyla, Laschinger, Finegan ve Wilk (2009), 217 hastane biriminde çalışan 3156 hemşire ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda çok düzeyli bir yol analizi; hemşirelerin örgütsel bağlılığı üzerinde önemli bireysel ve bağlamsal etkiler ortaya çıkarmıştır. Birim düzeyde lider-üye değişimi kalitesi ve yapısal güçlendirme, bireysel düzeyde psikolojik güçlendirme ve örgütsel bağlılık üzerinde önemli doğrudan etkilere sahiptir. Psikolojik güçlendirme çekirdek öz değerlendirmeler ile bireysel analiz düzeyindeki örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye aracılık etmiştir şeklinde bir sonuç ifade edilmiştir.

Humborstad ve Perry (2011), algılanan güçlendirme uygulamaları ile Çinli hizmet çalışanlarının hizmet çabaları ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiyi test etmek ve aynı zamanda bu ilişkide çalışanların iş tutumlarının aracı rolünü incelemek amacıyla Macau Özel İdare Bölgesi'ndeki dört, beş ve altı yıldızlı otellerdeki 290 çalışan ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda yetkilendirme uygulamaları ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki üzerine iş tutumlarının tam aracılık etkisine yönelik istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Bununla birlikte yetkilendirme ve Çinli çalışanların hizmet çabaları arasındaki ilişkinin önemsiz olduğu ifade edilmiştir.

Borghai, Jandaghi, Matin, Dastani (2010), güçlendirme ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada örgütsel bağlılık ile yetkinlik duygusu, anlam duygusu, öz belirleme duygusu, etki duygusu, güven duygusu arasındaki ilişkinin belirlenmesi ile diğer boyutlar ve örgütsel bağlılığın korelasyonu açısından güven ve örgütsel bağlılığın korelasyonunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma Qom Industries & Mines Organization ve Qom Standard & Industrial Research Organization uzmanları ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre güven ve örgütsel bağlılık arasındaki korelasyon diğer boyutlardan ziyade, bu varsayım reddedilmekte, ancak yetkilendirme ile örgütsel bağlılık arasında bir ilişki olduğunu göstermektedir. Güçlendirmenin dört boyutu ile güven ve örgütsel bağlılık arasında ilişkiler vardır.

İngiltere ve Malezya'daki iki eğitim hastanesi'nde görevli 556 hemşire ile kültürel ve gelişimsel olarak farklı toplumlarda güçlendirme, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla Ahmad ve Oranye (2010) bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre Malezyalı hemşireler daha güçlü ve organizasyonlarına bağlı kalsalar da, İngiliz hemşireler işlerinden daha çok memnun kalmışlardır. Bu iki hemşire grubu arasındaki farklılıklar yetkilendirmenin tüm ülkelerde aynı sonuçları vermediğini ve güçlendirme ile ilgili çoğu çapraz kültürel çalışmanın ampirik kanıtlarını yansıttığını göstermektedir. Personel politikalarını formüle ederken her zaman yetkilendirme, iş doyumu ve görevlendirmedeki kültürel farklılıklar dikkate alınmalıdır.

Benton ve Magnier-Watanabe (2012), çalışanların örgütsel bağlılık ve güçlendirilmesinin ve firmaların yerleşikliğinin, çok uluslu şirketlerin yabancı şirketlere bağlı iştiraklerinin bilgi yönetimi faaliyetlerini, Japonya'daki yerel şirketlere kıyasla nasıl etkilendiğini incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Bu amaçla Japonya'daki yerli ve yabancı bağlantılı şirketlerde görevli 412 kişi üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada Japonya'daki işletmelerin yöneticileri önemli ölçüde daha yüksek taahhüt seviyeleri sergilerken, yabancı şirketlere bağlı olan şirketler tarafından daha yüksek düzeyde kamu bilgi depolama ve kişi bilgi uygulaması rapor edildiği ifade edilmiştir. Güçlendirme ve tedarikçi gömülülüğünün her iki grupta bilgi edinimini etkilediği görünmesine rağmen, müşteri yerleşimi, sadece yabancı şirketteki yöneticiler için bilgi edinme ve bağlılık ve yetkilendirme etkilenen bilgi yayılımını etkilemiştir. Firma sahipliğine dayanarak bilgi yönetiminin belirleyicileri arasındaki bu ayrımlar ana şirketin kültürünün yerel çalışanları ve yöneticileri etkileyebileceğini ve dolayısıyla bilgi yaratma faaliyetlerine katılımı şekillendirdiğini göstermiştir.

Boglera ve Somech (2004), öğretmenlerin yetkilendirilmesi ile öğretmenlerin örgütsel bağlılık, mesleki bağlılık ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkiye odaklanmışlardır. Öğretmen yetkisinin hangi alt ölçeklerinin bu sonuçları en iyi şekilde tahmin edebileceğini incelemek amacıyla İsrail'de ortaokul ve lise düzeyindeki okullarda görevli 983 öğretmenle bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda; öğretmenlerin güçlendirme düzeylerine ilişkin algılarının organizasyona, mesleğe örgütsel vatandaşlık davranışlarına olan bağlılık duyguları ile önemli ölçüde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yetkilendirmenin altı alt boyutu arasında, mesleki gelişim, statü ve öz yeterlilik, örgütsel ve mesleki bağlılığın anlamlı yordayıcıları iken, karar verme, öz yeterlilik ve durum örgütsel vatandaşlık davranışının anlamlı belirleyicileri olarak ifade edilmiştir.

Han, Moon ve Yun (2009), Kore'de kalıcı ve geçici hemşireler arasındaki güçlendirmeyi, iş tatmini ve örgütsel bağlılığı tanımlamak ve karşılaştırmak amacıyla, 19 hastanede görevli 416 kalıcı ve geçici hemşire ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda kalıcı (sürekli) hemşireler geçici hemşirelere göre daha yüksek düzeyde iş tatmini, örgütsel bağlılık ve güçlendirmeyi sunmuştur. Yapılan çalışmaya göre sağlık yöneticilerinin, Kore'de kalıcı ve geçici hemşireler arasındaki algı farklılıklarını kapatmak için stratejiler geliştirmeleri gerektiği ifade edilmektedir.

Han, Seo, Li ve Yoon (2015), yaptıkları çalışmada dönüşümcü liderlerin içinden geçtiği süreci incelemişler ve dönüşümcü liderliğin bilgi paylaşımı üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkilerini araştırmışlardır. Çalışma için Kore'de 426 tam zamanlı çalışan ile görüşülmüştür. Çalışma sonucunda; dönüşümcü liderliğin psikolojik güçlendirme ve örgütsel bağlılık üzerindeki anlamlı bir doğrudan etkisini göstermiş, bu da çalışanların bilgi paylaşımı niyetine önemli bir etkisi olmuştur. Dönüşümcü liderlik çalışanlar arasında bilgi paylaşımı niyeti üzerinde sadece dolaylı bir etkiye sahiptir. Bu çalışmanın sonuçları, çalışanlar arasında bilgi paylaşımı niyetinin teşvik edilmesi için çalışanın tutumlarının, özellikle de örgütsel bağlılığın rolüne aracılık etmenin önemini ortaya çıkardığı ifade edilmiştir.

Henkin ve Marchiori (2003), ABD ve Kanada'daki kayropratik Fakülteleri arasında güçlendirme ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'da fakültelerde tam zamanlı ve yarı zamanlı çalışanlar arasında 609 kişiyle görüşülerek gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarına göre regresyon analizleri, gözlemlenen fakülte karakteristiklerinin ve işyeri değişkenlerinin, fakülte üyesinin iş rolü ile kendi inançları, normları ve işle ilgili görevlerin değerine ilişkin davranışları arasında uygun olmadığını gösterdiği ifade edilmiştir. Fakülte üyesinin yaşadığı kurumsal bağlılık düzeyi işin görevi, hedefi ve ya amacı ile kişinin sahip olduğu iç standartlar arasındaki uyum ile ilişkilendirilmiştir.

Janssen (2004), Üst düzey çatışmanın çalışanların yetkilendirilmesi ve örgütsel bağlılık arasındaki pozitif ilişkide bariyer etkisi olduğu fikrini önermektedir. Daha yüksek otorite sıralaması olan üstler, daha düşük otorite derecelerine sahip çalışanların işlenmesini beklediği örgütsel hedefleri ve değerleri belirler ve izlerler. Bu üst düzey çatışmaları, güçlendirilmiş çalışanları yüksek düzeyde örgütsel bağlılık geliştirmek veya sürdürmek için engelleyebilir. Hollanda'daki 91 orta öğretim elemanı arasında yapılan çalışma bu öneriye ampirik destek sağlamak amacıyla yapılmış ve amacına ulaşmıştır. Bu çalışmada önerilen ve bulunmuş olan üst düzey çatışmanın moderatör etkisi, işyerindeki psikolojik güçlenmenin, bir çalışanın organizasyona olan bağlılığı üzerindeki diğer çalışan deneyimleriyle etkileşime girdiğine işaret ettiği belirtilmiştir.

Kim, Lee, Murrmann ve George (2012), yaptıkları çalışmada yetkilendirme ve bağlılık arasındaki ilişkide yönetim güvenilirliğinin aracı rolünü incelemişlerdir. Çalışmada Güney Kore'nin Seul kentindeki 29 Otel restoranında ki 330 çalışan ile görüşülmüştür. Sonuç olarak yöneticiler, firmanın çalışanları yerleştirildiği değerin bir göstergesi olarak güçlendirebilir. Güçlendirme örgütsel bağlılığın vazgeçilmez bir unsuru olan yönetim güvenilirliği kavramını destekleyebilir şeklinde ifade edilmiştir.

Kuokkanen, Leino-Kippi ve Katajisto (2003), yaptıkları çalışmanın amacı hemşirelik yetkinliği ile ilgilenen nicel bir çalışmanın sonuçları incelemektir ve tam olarak gerçekleşmesi için hangi arka plan faktörlerinin önemli olduğunu düşündürmektedir. Bu amaçla Finlandiya'da görevli kritik bakım, uzun süreli bakım ve halk sağlığı hemşirelerinden oluşan 416 kişi ile görüşülmüştür. Çalışmanın sonucu itibarıyla daha önce yapılmış olan çalışmalarla tutarlı olarak iş tatmini ve örgütsel bağlılık hemşirenin güçlendirilmesinde de önemli unsur olarak bulunmuştur.

Lee, Zhang ve Song (2012), öğretmenlerin yetkilendirmeyi nasıl algıladıklarını, Çin'deki öğretmen etkinliğini ve örgütsel bağlılığı nasıl etkilediğini araştırmak için Çin'in 2 büyük şehri olan Şangay ve Kunming'de 60 İlköğretim Okulu'ndan 2149 öğretmen ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda, okul düzeyinde bir öğretmen güçlendirme faktörü olan mesleki büyümenin, okul düzeyinde öğretmen etkinliği

araçlarının önemli ve olumlu bir belirleyicisi olarak tanımlandığını göstermiştir. Buna ek olarak, öğretmenlerin okul düzeyinde bağlılığı, iki okul düzeyinde öğretmen güçlendirme faktörleri, etki ve mesleki gelişim tarafından olumlu olarak tahmin edilebilir şekilde ifade edilmiştir.

Raub ve Robert (2013), güçlendirici liderlik, psikolojik güçlendirme, örgütsel bağlılık ve ses davranışı arasındaki ilişkiyi test etmeyi amaçlamışlardır. Bunun için Ortadoğu ve Asya Pasifik bölgesindeki çok uluslu Otel zincirinin 16 farklı mülkünde çalışan 640 kişi ile görüşmüşlerdir. Çalışma sonucunda psikolojik güçlenmenin, liderliğin güçlenmesiyle hem örgütsel bağlılık hem de ses davranışı arasındaki ilişkilere aracılık ettiğini ortaya koymuşlardır. Çalışmada aynı zamanda, yüksek güç mesafeli kültürlerde güçlenmeye yönelik bir tehlike belirlenmiştir, çünkü bu etkiler yüksek güç mesafeli kültürler için daha zayıf olduğunun görüldüğü ifade edilmiştir. Güçlendirme liderliğinin değeri açıkça görüldüğü için çok uluslu şirketler kuruluşun daha fazla inisiyatif olarak onları destekleyecek güçlendirme stratejisi ile memnun olan çalışanları ve yöneticileri seçmek isteyebilir ve tüm çalışanlarda daha fazla inisiyatif almak isteyenleri destekleyebilir.

Smith, Andrusyszyn, Laschinger (2010), yeni mezun hemşirelerin örgütsel bağlılıkları üzerinde yapısal güçlenmenin, psikolojik güçlenmenin ve işyeri kabiliyetinin etkisini inceleyerek genişletilmiş bir Kanter teorisini test etmek amacıyla, akut bakım hastanelerinde çalışan 117 yeni mezun hemşire ile bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Sonuçlar yeni mezun olmuş hemşire popülasyonunda Kanter teorisinin kullanılmasına önemli ölçüde destek sunmaktadır. Hemşirelik yönetimine yansımalar işyerinde iş göremezlik ve güçsüzlük ile mücadele etmek için özel stratejiler olmaksızın yeni üyelerin daha fazla örgütsel yıpranmasını önlemeye yönelik girişimler boşa çıkabilir şeklinde ifade edilmiştir.

Cho, Laschinger, Wong (2006), yapısal güçlendirme altı iş hayatı alanı (iş ilişkisinin öncülleri olarak kavramsallaştırılmıştır), duygusal tükenme ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. İnceleme yeni mezun 226 hemşire ile yapılmıştır. Sonuçta; tahmin edildiği gibi yapısal güçlendirme, iş yaşamı alanları üzerinde doğrudan olumlu etkiye sahip ve bu da duygusal tükenme üzerinde doğrudan olumsuz bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Duygusal tükeniş ve bağlılık üzerinde doğrudan olumsuz bir etkiye sahiptir.

Yang, Liu, Chen ve Pan (2013), yaptıkları çalışmada Çinli hemşirelerde yapısal güçlendirme, örgütsel bağlılık ve iş doyumu üzerine inceleme yapmak ve üç değişken arasındaki ilişkileri araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmada Tianjin’de beş yükseköğretim birinci sınıf hastanesinin istihdam ettiği 574 tam zamanlı kalifiye hemşire ile çalışılmıştır. Çalışmada hem güçlendirmenin hem de bağlılığın iş tatmini ile anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu bulunmuştur. İş hedeflerinin, kaynakların, desteğin ve gayri resmi gücün, normatif ve ideal bağlılığın değişkenleri, iş tatmini için önemli belirleyicilerdir. Kanter’in yapısal güçlendirilmesinin genişletilmiş modeline destek bu çalışmada elde edilmiştir.

SONUÇ

Örgütlerin günümüz koşullarında rakiplerine oranla fark yaratabilmeleri yeni teknolojiler ya da bilgilere sahip olması ile yeterli değildir. Mevcut bilgi ve teknolojiyi etkili ve verimli şekilde kullanacak işgörenlere ihtiyaç vardır ve bu işgörenlerin örgütsel bağlılıklarının sağlanması gerekmektedir.

Çalışmaları incelendiğinde personel güçlendirme uygulamalarının örgütsel bağlılığı artırdığı sonucuna varılmış ve personel güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Örgütlerde yüksek kalite ve verim elde edilmesinin örgüte aidiyet duygusu ile bağlanmış personel sayesinde gerçekleşebilmekte, hızla değişen teknolojik çağda faaliyetlerin günün şartlarına göre yerine getirebilmesi için personel güçlendirme faaliyetlerine önem verilmesi sayesinde iyi uygulanmış personel güçlendirme stratejisi ile örgütteki verimlilik düzeyi artacaktır.

Çalışmalar personel güçlendirme çalışmalarının literatürü destekler şekilde örgütsel bağlılığı artırdığı sonucunu ortaya koymuştur. Güçlendirilmiş çalışanın iş tatmini artmakta ve buna bağlı olarak da örgüte olan bağlılığı kuvvet kazanmaktadır. Personel güçlendirme boyutları ve bu boyutların alt boyutları ile örgütsel bağlılık hem genel hem de normatif, duygusal ve devam bağlılığı boyutları arasında anlamlı ilişkiler mevcuttur. Güçlendirilmiş bireyler daha yüksek duygusal bağlılık ve iş memnuniyetine sahiptir. Dolayısıyla çalışanlar daha büyük bir organizasyonel güven yaşamakta ve bu da tutumları etkilemektedir. Duygusal bağlılık ve üretkenlik arasındaki pozitif ilişki yapılan araştırmalarda ortaya konulmuştur ve buna bağlı olarak güçlendirme algılarını artıran teşvik edici ortamlar çalışanlar üzerinde olumlu etkiler dolayısıyla da organizasyonel etkinliğin artmasına katkı sağlamaktadır. Örgütsel bağlılığın sağlanmasında önemli bir role sahip olan personel güçlendirmenin etkili

olabilmesi için işgörenlerin personel güçlendirmeye yönelik algıları önemlidir. Personel güçlendirme uygulamalarındaki algı farklılıklarını kapatmak için uygun stratejiler geliştirilmesi gerekmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde elde edilen sonuçlardan bir tanesi de güçlendirmenin örgütsel bağlılığın vazgeçilmez bir unsuru olan yönetim güvenilirliğini desteklediğidir. Örgütler güçlendirme stratejisi ile memnun olan işgören ve yöneticileri seçmek isteyebilir bununla beraber tüm çalışanlar daha fazla inisiyatif almak isteyenleri destekleyebilir. Güçlendirme faaliyetleri iş yaşam alanları üzerinde doğrudan olumlu bir etkiye sahip olması ile duygusal tükeniş gibi olumsuz tutumların engellenmesinde de önemli bir role sahiptir.

ICONSR 2018

KAYNAKLAR

- Ahmad, N. and Oranye, N. O. (2010). Empowerment, job satisfaction and organizational commitment: a comparative analysis of nurses working in Malaysia and England, *Journal of nursing management*, 18(5), pp. 582-591.
- Allen, N. J. and Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization, *Journal of occupational psychology*, 63(1), pp. 1-18.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory, *American psychologist*, 44(9), pp. 1175-1184.
- Batuk Turan, S. (2018). Yapısal Güçlendirme: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Journal of Yasar University*, 13(49), ss. 101-111.
- Benton, C. F. and Magnier-Watanabe, R. (2014). The impact of commitment, empowerment, embeddedness on knowledge management in domestic and foreign-affiliated firms in Japan, *Knowledge Management Research & Practice*, 12(2), pp. 161-174.
- Bogler, R. and Somech, A. (2004). Influence of teacher empowerment on teachers' organizational commitment, professional commitment and organizational citizenship behavior in schools, *Teaching and teacher education*, 20(3), p. 277-289.
- Brymer, R. A. (1991). Employee empowerment: A guest-driven leadership strategy, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32(1), pp. 58-68.
- Candan, H., Canbolat, M. A. ve Öksüz, Y. S. (2015). Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Bir Kamu Kurumunda Araştırma, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(02), ss. 255-266.
- Cho, J., Laschinger, H. S. and Wong, C. (2006). Workplace empowerment, work engagement and organizational commitment of new graduate nurses, *NURSING LEADERSHIP-ACADEMY OF CANADIAN EXECUTIVE NURSES-*, 19(3), pp. 43-60.
- Conger, J. A. (1989). Leadership: The art of empowering others, *Academy of Management Perspectives*, 3(1), pp.17-24.
- Cook, J., and Wall, T. (1980). New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-fulfilment, *Journal of occupational psychology*, 53(1), pp. 39-52.
- Çavuş F.M. ve Demir Y. (2010). Liderlik Tarzının Personel Güçlendirme Üzerine Etkileri, *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, 45, (2), ss. 1-14.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2009). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirme ve Psikolojik Sözleşmenin Etkisine İlişkin Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), ss. 47-80.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). Örgütsel Bağlılığın Sağlanmasında Personel Güçlendirmenin Yeri ve Önemi, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (29), ss. 37-61.
- Gürbüz, G., Kumkale, İ. ve Oğuzhan, A. (2013). Bankacılık Sektöründe Personel Güçlendirme Uygulamalarının Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Trakya Bölgesi Bankalarında Araştırma, *Uluslararası Avrasya Ekonomileri Kongresi*, St. Petersburg, Rusya, ss.17-18.
- Gürbüz, G., Kumkale, İ. ve Oğuzhan, A. (2015). Personel Güçlendirme-Örgütsel Bağlılık İlişkisinin Analizinde Yapısal Eşitlik Modeli İle Regresyon Analizinin Karşılaştırılması: Bir Uygulama, *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Bilimler Metinleri*, No:2.
- Gürsoy, H. ve Aydemir, İ. (2017). Personel Güçlendirmenin Kurumsal Bağlılığa Etkisi: Güvenlikten Sorumlu Bir Kamu Kurumunda Araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), ss. 95-119.
- Han, S. H., Seo, G., Li, J. and Yoon, S. W. (2016). The mediating effect of organizational commitment and employee empowerment: how transformational leadership impacts employee knowledge sharing intention, *Human Resource Development International*, 19(2), pp. 98-115

- Han, S. S., Moon, S. J. and Yun, E. K. (2009). Empowerment, job satisfaction, and organizational commitment: comparison of permanent and temporary nurses in Korea, *Applied Nursing Research*, 22(4), e15-e20.
- Hanaysha, J. (2016). Examining the effects of employee empowerment, teamwork, and employee training on organizational commitment, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, pp. 298-306.
- Henkin, A. B. and Marchiori, D. M. (2003). Empowerment and organizational commitment of chiropractic faculty, *Journal of manipulative and physiological therapeutics*, 26(5), pp. 275-281.
- Hui, M. K., Au, K. and Fock, H. (2004). Empowerment effects across cultures, *Journal of International Business Studies*, 35(1), pp. 46-60.
- Humborstad, S. I. W. and Perry, C. (2011). Employee empowerment, job satisfaction and organizational commitment: An in-depth empirical investigation, *Chinese Management Studies*, 5(3), pp. 325-344.
- Hup Chan, S. (2006). Organizational identification and commitment of members of a human development organization, *Journal of Management Development*, 25(3), pp.249-268.
- Ismail, A., Mohamed, H. A. B., Sulaiman, A. Z., Mohamad, M. H. and Yusuf, M. H. (2011). An empirical study of the relationship between transformational leadership, empowerment and organizational commitment, *Business and Economics Research Journal*, 2(1), pp. 89-108.
- Jandaghi, G., Borghei, R., Matin, H. Z. and Dastani, N. (2010). An examination of the relationship between empowerment and organizational commitment, *Journal of Human Sciences*, 7(2), pp. 1155-1172.
- Janssen, O. (2004). The barrier effect of conflict with superiors in the relationship between employee empowerment and organizational commitment, *Work & Stress*, 18(1), pp. 56-65.
- Kılıçaslan, S. ve Kaya, A. (2018). Personel Güçlendirme İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Kamu Kurumu Çalışanları Örneği, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10(1), ss. 57-71.
- Kim, B., Lee, G., Murrmann, S. K. and George, T. R. (2012). Motivational effects of empowerment on employees' organizational commitment: a mediating role of management trustworthiness, *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(1), pp. 10-19.
- Koçel, T. (2015), *İşletme Yöneticiliği*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Kuokkanen, L., Leino-Kilpi, H. and Katajisto, J. (2003). Nurse empowerment, job-related satisfaction, and organizational commitment, *Journal of Nursing Care Quality*, 18(3), pp. 184-192.
- Laschinger, H. K. S., Finegan, J., & Wilk, P. (2009). Context matters: The impact of unit leadership and empowerment on nurses' organizational commitment. *Journal of Nursing Administration*, 39(5), 228-235.
- Lee, J. C. K., Zhang, Z. and Song, H. (2012). Effects of teacher empowerment on teacher efficacy and organizational commitment: a Chinese perspective, *Education and Society*, 30(3), pp. 5-22.
- Mete, M., Zincirkıran, M., Tiftik, H., Yalçınsoy, A. ve Pekcan, A. (2015). Personel Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık ve İş Memnuniyeti İlişkisinin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi: Turizm Sektöründe Bir Araştırma, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:6, Sayı:12, ss. 137-156.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment, *Human resource management review*, 1(1), pp. 61-89.
- Meyerson, G. and Dewettinck, B. (2012). Effect of empowerment on employees performance, *Advanced Research in Economic and Management Sciences*, 2, pp. 40-46.
- Pekdemir, I., Özçelik, O., Karabulut, E. ve Arslantaş, C. (2006). Personel Güçlendirme, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma, *Verimlilik Dergisi*, (4).
- Raub, S. and Robert, C. (2013). Empowerment, organizational commitment, and voice behavior in the hospitality industry: Evidence from a multinational sample, *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(2), pp. 136-148.
- Seçgin Y, Özzyer K. (2016). Kontrol Odağının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü: Ankara İl Merkezindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *IJOESS (International Journal of Eurasia Social Sciences)*, Year:7, Vol:7, Issue:22, ss. 249-277.

- Sigler, T. H. and Pearson, C. M. (2000). Creating an empowering culture: examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment, *Journal of quality management*, 5(1), pp. 27-52.
- Smith, L. M., Andrusyszyn, M. A. and Spence Laschinger, H. K. (2010). Effects of workplace incivility and empowerment on newly-graduated nurses' organizational commitment, *Journal of Nursing Management*, 18(8), pp. 1004-1015.
- Spence Laschinger, H. K., Finegan, J. and Shamian, J. (2002). The impact of workplace empowerment, organizational trust on staff nurses' work satisfaction and organizational commitment, In *Advances in Health Care Management* (pp. 59-85). Emerald Group Publishing Limited.
- Spitzer, 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(5), pp.679-704.
- Taşlıyan, M., Harbalıoğlu, M. ve Hırlak, B. (2015). Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Akademisyenler Üzerine Bir Araştırma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), ss. 313-334.
- Thomas, K. W. and Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An “interpretive” model of intrinsic task motivation, *Academy of management review*, 15(4), pp. 666-681.
- Yang, J., Liu, Y., Chen, Y. and Pan, X. (2014). The effect of structural empowerment and organizational commitment on Chinese nurses' job satisfaction, *Applied Nursing Research*, 27(3), pp. 186-191.
- Yücel, İ. ve Koçak, D. (2017). Personel Güçlendirme ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkide Örgüt Kültürünün Moderatör Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13), ss. 147-161.

ICONSR 2018

Kırsal Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi

Mustafa ÖZYÜCEL¹⁸, Mehmet KAPLAN¹⁹, Berna Turak KAPLAN³

GİRİŞ

Ülkeler ekonomik açıdan belli bir seviyeye ulaşmak amacıyla girişimcilik faaliyetlerinde artış planlamaktadırlar. Bu temel hedef doğrultusunda ülke içinde çeşitli ekonomik atılımlara bağlı girişimcilik faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Bu girişimcilik faaliyetleri ülkeden ülkeye değişmektedir. Türkiye’deki girişimcilik faaliyetleri ise bölgelere göre değişim göstermektedir. Sanayisi yoğun bölgeler de sanayiye doğru girişimcilik faaliyetleri gerçekleştirilmekte iken, tarıma elverişli olan yerlerde ise tarımsal girişimcilik faaliyetleri ön plana çıkmaktadır. Bu çalışma kırsal kalkınmada girişimciliğin önemini ifade etmeye yöneliktir.

1.KIRSAL KALKINMA

Kalkınma kavramı, ülkenin ekonomik ve sosyal yönden ilerlemesi olarak değerlendirilmektedir. Ülkeler kalkınma faaliyetlerini yürütürken ülke içinde mevcut ortalamanın altında kalan sektörleri ve bölgeleri geliştirme yoluna gitmektedirler. Türkiye’de kırsal kalkınma çalışmaları kırsal kesimin tarımsal anlamda katma değer kazanmasına yönelik olmuştur. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’de birçok kırsal kalkınma planları uygulamaya konulmuştur. Türkiye’de kırsal kalkınma faaliyetleri geçmişten günümüze kadar zamanın gerekliliklerine bağlı olarak değişim göstermiştir. Türkiye’de kırsal kalkınma faaliyetleri Cumhuriyetin kurulmasından sonra 1924 yılında başlamıştır. 18 Mart 1924 yılında çıkarılan 442 sayılı yasa ile Köy Kanunu yasalaşmıştır. Çıkarılan bu yasa ile kalkınmanın köylerden başlanacağı fikrine varılmış olup, köylere özerk bir yapı kazandırılmıştır. Bu yasanın ardından 1945 yılında çıkarılan “Çiftçiyi Topraklandırma Yasası” ile toprak zenginlerinin sağladıkları üstünlükleri kırıp, kamu arazilerinin tarıma elverişli hale gelmesi amaçlanmıştır (GTHB, 2011: 17). Ülkenin mevcut durumuna göre Türkiye’de çeşitli kalkınma reformları da yapılmıştır. 1950-1960 yıllarda “Köy Enstitüleri” 1970 yılında “Köy Kentler ve Tarım Kentleri” 1980 yılında ise “Merkez Köyler” uygulaması hayata geçirilmiştir (Akt, GTHB, 2011: 17).

1980’li yıllardan itibaren Türkiye’de birçok kırsal ve bölgesel kalkınma planları uygulamaya konulmuştur. Zamanla gelişen dünyamızda ülkeler de çağın gerekliliklerine bağlı olarak ekonomik atılımlar gerçekleştirmektedir. Dünyada yeniden şekillenen ekonomik bütünleşmelere Türkiye’de kayıtsız kalmamıştır. Türkiye’de bu kapsamda Avrupa Birliği üyeliği çerçevesinde çeşitli atılımlarda bulunmuştur. 2007 yılında Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu’nun (TKDK) kuruluşu sağlanmıştır. TKDK ile ülke içinde faaliyet gösteren yatırımcılara çeşitli destekler sağlanmaktadır. Bu destekler yapılan yatırım niteliğine göre % 50 ile % 65 arasında değişmektedir (Resmi Gazete, Kanun No: 5648; Tutar H, 2013: 13-35).

Günümüzde TKDK’nın yanı sıra girişimcilere de KOSGEB tarafından çeşitli destekler verilmektedir. KOSGEB ile girişimcilere çeşitli hibe olanakları sağlanmaktadır. KOSGEB bu destekler hem kişilerin iş sahibi olmalarını sağlamakta hem de ülkedeki üretim potansiyelinin artmasına yardımcı olmaktadır. Türkiye’de kent ve köy nüfusları girişimcilik faaliyetlerin yapısı açısından önem arz etmektedir. Aşağıdaki tablo kişilerin yerleşim yerlerini ortaya koymaktadır.

¹⁸ Corresponding author, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Yalvaç Büyükkutlu Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, mustafaozyucel@isparta.edu.tr

² Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Şarkikaraağaç Meslek Yüksekokulu mehmetkaplan@isparta.edu.tr

³ Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Şarkikaraağaç Meslek Yüksekokulu bernakaplan@isparta.edu.tr

Tablo 1: Türkiye’de Bölgeler Bazında Kişilerin Yerleşim Yerleri

		Sütunlar	
		İBBS-Düzey1, İBBS-Düzey2, İl Ve İlçe Nüfusları	
		Köy	Şehir
2017	Akdeniz-TR6	324734	9979250
	Batı Anadolu-TR5	64162	7807685
	Batı Karadeniz-TR8	1115590	3458592
	Batı Marmara-TR2	421518	3082091
	Doğu Karadeniz-TR9	364312	2269105
	Doğu Marmara-TR4	331337	7493260
	Ege-TR3	569560	9814403
	Güneydoğu Anadolu-TRC	663914	8001251
	İstanbul-TR1		15029231
	Kuzeydoğu Anadolu-TRA	658030	1530184
	Orta Anadolu-TR7	775038	3202409
	Ortadoğu Anadolu-TRB	761198	3093671
	Türkiye-TR	6049393	74761132

Kaynak: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>. Erişim Tarihi: 25.09.2018.

Yukarıda Tablo 1’de 2017 yılında Türkiye genelinde bölge sınıflandırılmasında yerleşik köy ve kent nüfus rakamları ele alınmıştır. Türkiye geneline bakıldığında insanların büyük bir çoğunluğu kentsel alanda yaşamlarını sürdürmektedir. Kırsal kesim ile kentsel alanda yerleşik kişiler arasında farkın en az olduğu yerler Ortadoğu Anadolu, Orta Anadolu ve Batı Karadeniz bölgeleridir. Farkın en yüksek olduğu yerler ise Akdeniz, Ege ve Marmara (İstanbul) bölgeleridir.

2017 yılında Türkiye’de, sanayinin yoğun olduğu yerlerde kişiler kentte yaşamlarını sürdürmeyi tercih etmişlerdir. Sanayinin yoğun olmadığı tarımsal üretimin daha ağırlık kazandığı yerlerde ise köy ile şehirde yaşayan kişilerin sayılarında oransal olarak azalma görülmektedir. Tablodan da anlaşılabileceği üzere kişiler daha çok kentsel alanlara doğru göç etmektedir. Kişilerin tutundukları bu tutumlar ülkenin ekonomik yapısına birçok olumsuz etkide bulunmaktadır. Bunlardan ilkin; yapılan göç faaliyetleri ile birlikte elde edilen kaynaklar genellikle tek bir yerde toplanıp, diğer yerlere doğru aktarımı zor olması, ikincisi kişilerin kentsel alanlara doğru göç hareketleri şehirlerde yeni yerleşim yerlerinin oluşmasına neden olmaktadır. Bu tür olumsuzlukların önüne geçilmesi, Türkiye’de özellikle kırsal alanda kişilerin faaliyetlerini sürdürebilmesi ve kentten kırsal alana tersine göçün cazip hale gelebilmesi için ilgili kurumlar çalışmaları yapmıştır. Özellikle Tarım ve Orman Bakanlığı kırsal alanda üretimin artırılması için kişilere destek vererek tersine göçün sağlanmasında etkili rol oynamaktadır. Tarım ve Orman Bakanlığı özellikle genç çiftçi projesi kapsamında kişilerin doğdukları yerlere geri gelmelerini ya da doğdukları yerlerde kalmalarına imkân sağlamaktadır.

2. GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik kavramının gelişiminde ve yaygınlaşmasında bilimsel alt yapı bakımından önemli bir kişi olan Joseph A. Schumpeter’e göre, “kapitalist toplumların gelişmesi girişimcilerin eseridir”. Dahası girişimcilerin yapacakları her faaliyet toplumsal hafızayı güçlü kılacak ve girişimcilik uygulamaları yaygınlaştıracaktır (Çelik, 2018; Çetin, 1996: 29).

Girişimci yazında/uygulamada kısaca işadamı, iş-bilen, yönetici, patron, tuttuğu işi başaran, kendi işini kurmaya istekli olan, sürekli yeni ve riskli fikirleri gerçekleştirmeye çalışan öncü ve ideal kişi olarak tanımlansa bile, tanımların ortak noktası; hayalleri olan, başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları gören, onları birer iş fikrine dönüştürebilen ve risk almaya yatkınlıktır (Titiz, 1994: 3). Aslında kavram Fransızca “entreprendre” ve Almanca “unternehmen” kelimelerinden türetilen “girişimcilik” kavramı olarak yani “entrepreneurship” Türkçe’de “üstlenmek” anlamına gelmektedir (Arıkan, 2002: 237). Üstlenmek anlamına bağlı olarak girişimci, geleneksel açıdan “tüm zorluklara rağmen, bir vizyonu başarılı bir işletme girişimine dönüştürmeye çalışan bireysel çabalarıdır”. Kavramsal açıdan girişimcilik “yeni bir işletme başlatmak ve işletmek” olarak

değerlendirilmektedir. Modern bir yaklaşım olarak girişimcilik ise “örgütsel bağlamda meydana gelen, tutumsal ya da davranışsal unsurların her birini içine alan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Böyükaslan, 2017: 14-15).

Girişimcinin modern toplumlardaki temel işlevi, sürekli yenilikleri gerçekleştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan, modern girişimcinin gücü, yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticari ürünlere dönüştürülebilme kapasitesine dayanmaktadır (Titiz, 1994: 3-11). Bu bağlamda girişimci kavramı, sürekli yenilik yapan kişi veya kişiler anlamında kullanılmaktadır. Girişimciye atfedilen “yenilikçi” nitelemesi ise; pazara yeni ürünlerin sunulması, yeni bir üretim tekniğinden yararlanılması, yeni pazarlar elde etme, yeni hammadde ya da yarı mamul madde kaynağının bulunması ve nihayet yeni bir organizasyon biçiminin gerçekleştirilmesi unsurlarını kapsamaktadır (Gerber, 1996: 17).

Girişimci kişiliğe sahip bir kişi, çok önemsiz durumları bile çok önemli durumlara çevirebilen niteliklere sahip olmaktadır. Girişimciler, içimizdeki vizyon sahibi kişilerdir. Girişimciler geçmişte değil, gelecekte yaşamaktadırlar. Girişimci ruhuna sahip kişilerin, en belirgin özellikleri, başarı arzularının yüksek olmasıdır. Bu tip insanlar, rutin işlerden pek hoşlanmazlar, yeni fikirler yaratmayı tercih ederler. Uzun süreli çalışma saatlerine uyumludurlar ve emeklilikten hoşlanmazlar; devamlı çalışma ve bir şeyler üretme arzusu içindedirler. Birçok girişimci, genelde yetki devretmekten hoşlanmadığı için; yoğun iş temposu arasında, stratejik önemi bulunan işler için yeterli zaman ayıramamaktadır. Yapılan tüm araştırmalar, girişimcinin en önemli özelliğinin risk almak olduğunu göstermektedir. Bu özelliklerin yanı sıra, girişimcinin başarılı olmasında rol oynayan diğer nitelikler, “atak olma, yaratıcılık, öngörü yeteneği, analiz yapabilme yeteneği, çabuk karar verebilme, özgüvene sahip olma, güven verebilme ve akıcılık” olarak değerlendirilmektedir (Çelik, 2018; Papatya; 2017: 253-255).

SONUÇ

Değişimin çok sık yaşandığı ve yaşamaya devam edeceği çağımızda devletlerin kalkınmak için alternatif çözüm ve stratejiler üretmeleri gerekmektedir. Bu alternatif çözüm ve stratejilerden bir tanesi de kırsal kalkındır. Kırsal kalkınma devletlerin ekonomik olarak iyileşmesi ve bunun sürdürülebilirliği açısından önemli olmaktadır. Kırsal kalkınmayı sağlamak için devletlerin girişimcilik kavramını ve anlayışını uygulamaya koyması ve bu uygulamayı sürekli olarak destekleyici bir alt yapı kurması gerekmektedir. Dolayısıyla kalkınmak için girişimcilik anlayışı önem arz etmektedir. Bu amaçla ülkelerin girişimcilik faaliyetlerinin önünü açması gerekmektedir. Her bir yeni girişimci ülkenin katma değerine olumlu etki yaratmaktadır. Girişimcilik faaliyetleriyle açılan yeni işyerleri ülkenin kalkınmasında dinamo etkisi görmektedir.

Bu nedenlerden dolayı ülkelerin kalkınma faaliyetlerinin sürekliliği önemlidir. Bölgesel yada kırsal bakımdan hangi sektörler öncü hale geliyorsa, o sektörlerde yatırım yapacak girişimcilerin yapacakları girişimcilik faaliyetlerinin kolaylaştırılması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Arıkan, S. (2002). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Böyükaslan, Hande Deniz (2017). Girişimcilik. Girişimcilik Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, ss. 13-30, İstanbul: Cinius.
- Çetin, Canan (1996). Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi, İstanbul: Der Yayınları.
- Gerber Michael E. (1996). Girişimcilik Tutkusu, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (GTHB) (2011). Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü, Türkiye ve AB’de Kırsal Kalkınma: Bir Mevzuat Derlemesi, Ankara.
- Papatya, Gürcan (2017). Girişimciliğin Zihin Kökleri ve Zihniyet Haritaları Zihniyet Tarihi ve Zihniyet Araştırmalarına Çözümleyici Bir Yaklaşım, Girişimcilik Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, ss. 253-297, İstanbul: Cinius.
- Resmî Gazete, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun, Kanun No. 5648.
- Tınaz Titiz (1994). Girişimcilik, İstanbul
- Tutar Hüseyin. vd. Serka Kalkınma Ajansı (2013). 65 Soruda Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) Destekleri, Kars. Nisan.
- <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr> Erişim Tarihi: 25.09.2018.

ICONSR 2018

Kamusal Sorumluluk Bağlamında Yeni Medya Haberciliği ve ‘Anlık Hazzın Doyurulması’ Eğilimi

Tuğba AKDAL²⁰

GİRİŞ

Günümüzde haberleşme aracı olarak yoğun bir talep görmeye başlayan yeni medya ortamı, geleneksel gazeteciliğin kapsamı ve işlevine hem farklı bir boyut getiren hem de bu mesleğe yeni yetki ve sorumluluklar yükleyen bir alan olarak görülmektedir. Basın ve haberleşmenin sürekli olarak teknolojik gelişmelere entegrasyonunun sağlandığı bu yeni elektronik çağda enformasyon akışını aksaklığa uğratan zaman, mekan gibi kavramlar ortadan kalkarak, dünya gündeminde medyana gelen gelişmelerin anında duyurulması, elde edilebilmesi, interaktif ortam sayesinde haberlere anında yorum yapılabilmesi imkanı ortaya çıkmıştır. Bunun yanında çoğu çevrelerce yeni medya ortamında gerçekleştirilen habercilik faaliyetlerinin tarafsız bir kamuoyu yaratılmasında oldukça gerçekçi izlenimler meydana getirdiği, bunun da enformasyon akışına yazılı basına göre çok daha fazla okur kitlesinin dahil olması sayesinde sağlandığı hususları hemfikir olunan konuların başında gelmektedir. Gerçekten de her geçen gün artan kullanıcı sayısı, binlerce yurttaş hem olaylardan anında haberdar olabilmeye, hem de sıradan bireyler olarak artık hem haberin okuyucusu hem de yaratıcısı konumuna yükselmeye başlamıştır. Tüm bunlarla beraber yazılı basın olarak adlandırılan geleneksel medya ortamında yalnızca söylem düşkünü olduğunda yer alabilen sıradan bireyler, bu yeni ortam sayesinde sesini kolayca duyurabilir ve toplumsal bir kamuoyu kanaati oluşturabilir hale gelmiştir.

Geleneksel medya ile karşılaştırıldığında okur açısından birçok yenilik ve avantaj getiren yeni medyanın, gazeteciler açısından da daha özgür ve bilginin kapsamını genişleten bir ortam oluşturduğu söylenebilmektedir. Örneğin; meydana gelen bir gelişme yazılı ortamın baskı ve zaman maliyeti ve sınırlılığı içinde bir kez verilirken, elektronik basın ortamı sayesinde gün içinde aynı konuya ilişkin gelişmeler anlık olarak duyurulabilmeye başlanmıştır. Ayrıca bol fotoğraf, bağlantı linkleri ve video ile desteklenebilen elektronik ortam haberleri, gazeteciler açısından bilginin kanıtlanabilirliğini ve iknasını kolaylaştırmış, interaktif yapısı sayesinde ise okurun nabzı güncel olarak takip edilebilir hale gelmiştir.

Gerek okur kitlesi gerekse basın çalışanları açısından birçok yenilik ve kolaylık getiren yeni medya haberciliğine ilişkin dikkat çekilmesi gereken asıl husus ise haber ve haberciliğin niteliğine yöneliktir. Geleneksel basında, kamusal sorumluluk bağlamında halkın neyi ne kadar bilmesi gerektiğine karar veren ya da hangi bilginin duyurulmasının okur için faydalı olacağını belirlemede etkin rol oynayan gazetecilerin yeni medya ortamında nasıl bir role büründüğü, kamusal sorumluluğun neye göre ve nasıl anlamlandırıldığı, buna karşın habercilik faaliyetlerinde etkin rol oynamaya başlayan sıradan bireylerin haberin niteliğini nasıl etkilediğine dair hususlar irdelenmesi gereken mevzuların başında gelmektedir. Çünkü yeni medya ortamında, geleneksel basında hakim olan okuma eylemi önemini yitirmiş, okuma ve anlamaya yönelik en ciddi enformasyonlar bile yerini seyirlik eğlencelere bırakmıştır. Bunun bir sonucu olarak da etrafımızda meydana gelen ve kamusal alanı ilgilendiren tüm olay ve gelişmeler, adeta okurun anlık heyecan, korku, acıma ya da eğlenme duygularını tatmin eden özet bilgilere dönüşmüştür. Bu gelişmelerin bir neticesi olarak, geleneksel basının ticarileşmesiyle başlayan okurun bir müşteri, haberin ise pazarlanmaya açık bir meta gibi görüldüğü habercilik anlayışı yeni medyada ivme kazanmıştır. Dolayısıyla da kamusal sorumluluğun çerçevesi kamusal fayda bağlamında değil, okurun istediğini okuma vermek şeklinde yeniden tanımlanmaya başlamıştır.

Yeni medyanın bireye toplumsal, ekonomik ve psikolojik bağlamda etkilerinin ve katkılarının değerlendirildiği ve eleştirildiği çok sayıda akademik çalışma gerçekleştirilmesine karşın, bilginin bu yeni kitle iletişim ağları üzerinden bir tüketim metası gibi pazarlanmasına yönelik ve bu yolla bireyin anlık hazzını doyumaya ilişkin konular üzerine yoğunlaşan çalışmaların az olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle yeni medya ortamındaki habercilik faaliyetlerinin yaşadığı dönüşümü ve bunun bireyi etkileme ve yönlendirmede nasıl kullanıldığını, ayrıca sosyal medya kullanıcısı bireyin de bu kez habercilik faaliyetlerini nasıl etkilediğini inceleyen çalışmaların henüz belirginlik kazandığı ve yeterli yoğunluğa eriştiği söylenememektedir. Bu bağlamda, çalışmanın ilerleyen süreçte gerçekleştirilmesi planlanan benzer çalışmalara katkı sağlaması ve ışık tutması amaçlanmaktadır. Ayrıca sıradan bireylerin hergün bilgi edinmek, kendini geliştirmek, merakını

²⁰ Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, Merkez Kampüsü/ZONGULDAK. tuqba.akdal@beun.edu.tr

gidermek ve kamusal konularda bir kanaat geliştirebilmek için ihtiyaç duyduğu bilgileri edinmek adına okuduğu ya da izlediği haberlerin aslında haber görüntüsü arkasında nasıl bir dönüşüm ve yozlaşma yaşadığını gözler önüne sererek, hem okur için hem de habercilik mesleğini yerine getiren aktif gazeteciler için yozlaşmaya doğru giden bu değişimin durdurulabilmesi adına bir farkındalık yaratmak çalışmanın bir diğer amacıdır.

1.HABERİN KAMUSAL YARARLILIK İLKESİ

Gazetecilik mesleğinin ilk gereği 'kamu yararı' ilkesinin yerine getirilmesi ile ilgilidir. Objektiflik, kesinlik, gerçeklik gibi birçok haber değeriyle ilişkili olan bu olgu çeşitli ulusal ve uluslararası gazetecilik etik ve ahlak ilkeleriyle de güvence altına alınmaktadır. Ancak Türkiye'de ve Dünya'da gazeteciliğin yapısı ve anlayışıyla ilgili yaşanan köklü değişimler, kamu yararının nasıl algılandığı ve tanımlandığı hususunda da değişikliklere ve yanlışlara neden olmuştur. Dolayısıyla kamu yararının yanlış algılanmasının, birçok habercilik etik kodlarının da yanlış yerine getirilmesine yol açmak gibi bir risk meydana getirdiği söylenebilir.

Kamu yararı kavramı anayasa ve yasalarla güvence altına alınmasına karşılık, sınırlarının oldukça geniş ve soyut olması, diğer hizmet alanlarında olduğu gibi gazetecilikte de bu kavramın yanlış yorumlanıp uygulanmasına neden olmaktadır. Gazetecilik alanında kamu yararı çoğunlukla 'kamu merakının giderilmesi' olarak anlaşılmakta, ancak bu anlayış yerine getirilirken çoğu kez kişilik haklarının zedelenmesi ve bireysel mahrem alanının aleniyete dökülmesi gibi yanlış uygulamalara sebebiyet vermektedir. Birçok alanda yapılan uygulamaların temel hareket noktası kamu yararı olmasına karşın kavramın genişliği ve soyutluğu öznel değerlendirmelere yol açmaktadır. Bunun sonucunda da eylemlerin kamu yararına göre gerçekleştirilmesi değil, kamu yararı tanımlamalarının eylemlere göre biçimlendirilmesi ve yorumlanması anlayışı kendini göstermektedir. Bu konudaki sorunun çözüm yollarından biri ise kamu yararının kamusal sorumluluk ilkesiyle beraber değerlendirilmesi gerektiği hususundadır. Habercilik görevini yerine getiren gazetecilerin kamu yararı gibi kamusal sorumluluk ilkesinde de yanlışla düştükleri konu bu sorumluluğun, halkın merak ettiğini verme gerekliliği gibi düşünülmesindedir. "Gazeteci halkın eli, ayağı, kulağı, dili ve gözüdür. Gazetecinin görevi, gördüklerini, işittiklerini ve doğruluğuna inandığını yazarak kamuoyuna aksettirmektir" (İspirli, 2001: 253). Gazeteci, tanımdan da anlaşılacağı gibi kamunun yani halkın temsilcisidir. Gazeteci, kamu için en iyi yararı sağlayacak bilgileri toplar ve denetlenip sorgulanması gereken bir durum varsa, toplum adına bunu gerçekleştirmek gibi bir misyon yerine getirir. Ancak kamu yararının gözetilmesi adına yapılan kimi uygulamalar yine toplum üyelerinin kişisel haklarının çiğnenmesi, özel yaşam sınırlarının tehlikeye atılması gibi etik davranış kodlarından uzaklaşılmasına yol açarken, gazeteciler bunu genellikle kamu yararını gözeterek yaptıklarını ifade ederler. Bu yüzden söylenebilir ki; habercilik uygulamalarının çerçevesi, yararı gözetilen kamuya ait ne varsa bunların bir bütün olarak ele alınıp değerlendirilmesiyle çizilmelidir. Aksi takdirde kamusal değer ve çıkarlara ters bir kamu yararından söz etmek mümkün görünmemektedir. Kenan Akın, 'Medyatik Türkiye' adlı bir kitabında konuya ilişkin şu açıklamalarda bulunmaktadır: "Gazetecinin çok önemli görevlerinin başında yasalara, gelenek ve göreneklere, manevi değerlere ve meslek kurallarına uymak gelir... Daha sonra da kamuoyunu haberdar etme, bilgilendirme önemli bir yer alır" (Akın, 1999: 35). Bu açıklamadan da anlaşılacağı üzere kamunun bilgilendirilmesi ve kamu yararının gözetilmesinin ön koşulu ilk olarak hitap edilen kamuya ait ne varsa, yasaların ve davranış kodlarının gerektirdiği biçimde yerine getirilmesidir. Ancak bu gerçekleştirildiği takdirde kamuoyunun bilgilendirilmesi ve haberdar edilmesi olgusu, dolayısıyla da kamusal yarar ilkesi yerine getirilebilir.

Bu açıklamalardan sonra gazeteciliğin kamusal yarar ilkesi; toplumu ilgilendiren önemli olay ve gelişmelerle ilgili tüm bilgilerin tarafsız, objektif ve çerçevelenmemiş bir biçimde, bağımsız bir kamuoyu kanaati oluşturmaya yönelik bir tavırla, açık bir biçimde sunulması ve toplumun aydınlatılmasına katkıda bulunulmasıdır. Ancak medyanın sahiplik yapısında meydana gelen dönüşümler ve ticarileşme olgusunun ön plana çıkması, habercilik faaliyetlerinde bir takım dönüşümlere yol açmış ve kamusal yarar ilkesinin yeniden tanımlanmasına neden olmuştur. Artık kamunun aydınlanmasına katkıda bulunacak entelektüel bilgi akışı yerini, okurun ilgisini çekecek, eğlendirecek, oyalayacak ve çokça talep görecek kolay anlaşılır magazinsel içeriklere bırakmıştır. Kitle yayıncılığı anlayışı olarak tanımlanan bu gazetecilik faaliyetlerinde haber, pazarlanan bir meta olarak çabuk okunan, kolay anlaşılabilir, bol fotoğraf, az yazı ve yüksek aksiyon içeren, belli kalıplara göre formatlanmış metinlere dönüşmüştür. Dolayısıyla da kamusal yarar ilkesi, halkın istediğini halka vermek şeklinde değerlendirilmeye ve habercilik faaliyetleri de buna göre biçimlendirilmeye başlanmıştır. Bunun sonucunda da 'çıkart kimin çıkarı?' sorusu sorulur hale gelmiştir. Geleneksel basın bu mevcut duruma karşı, haberin ve haberciliğin kamusal fayda ilkesine yönelik hak ettiği niteliğe kavuşmasında bir alternatif olarak

görülen yeni medya ortamının ise haberin hak ettiği değere ve anlama kavuşmasında pek de etkili olmadığı ifade edilebilmektedir.

2.YENİ MEDYA HABERCİLİĞİ

Yeni medya haberciliği, geleneksel basının gazetecilik faaliyetlerinden farklı olarak, haberciliğin internet üzerinden, doğrudan ve anlık iletiler şeklinde gerçekleştirildiği bir online platform gazeteciliği olarak açıklanabilir.

Elektronik haberleşmenin basın ortamında yoğun olarak kullanılmasıyla birlikte, habercilik bugünkü modern görünümünü kazanmıştır. Haber verme ve yayma işlevi sosyal ortamın ucuz ve zengin yapısı sayesinde hem bağımsız siteler, hem bloglar gibi kişisel sayfalar hem de klasik yayıncılıkta köklü bir geçmiş elde etmiş basın organlarının kendi sitelerinde uygulanır hale gelmiştir. Ancak internet ortamının hızlı yapısı ve bilginin kolay yayınlanabilir özelliğine karşın, bu yeni ortamdaki habercilik faaliyetlerinde kamusal yarar ilkesi çerçevesinde, bilginin kalitesi ve güvenilirliğine ilişkin bir takım sorunların da görülebildiği bir gerçektir. Her şeyden evvel yeni medya ortamı, habercilik faaliyetlerinde deneyimli gazetecilerin yanında, sıradan insanlara da habercilik faaliyetlerini yerine getirme imkanı sağlamaktadır. Bu konuda Torik şu değerlendirmede bulunmaktadır: ‘Teknolojideki bu gelişmeler ve belli bir eğitime sahip hemen herkesin teknolojiyi kullanabilecek seviyeye gelmesiyle habercilik işi sadece gazetecilere değil, sıradan insanlara da gönüllü amatör muhabirlik yolunu açmıştır. Burada haber üretimine katılım yani bir kaynaklık söz konusudur’ (Torik, 2008: 301). Ancak bu noktada bilginin toplanması, değerlendirilmesi, süzgeçlenmesi ve düzenli bir metin haline getirilip yayınlanması hususlarında çeşitli sıkıntılar görülmekte, en önemlisi de bilginin doğruluğu ve güvenilirliği kanıtlanmadan yayınlanması ve profesyonel gazetecilik kodlarının uygulanamaması sonucu ile karşılaşılmaktadır. Ayrıca ‘sosyal medyada çok sayıda kullanıcının paylaşımında bulunması, kullanıcı kimliklerinin belirsiz olabilmesi ve paylaşımların editöryel denetimlerinin yapılamaması, sosyal medyada haber güvenilirliği konusunu karşımıza çıkarmaktadır’ (Algül, Sütçü, 2015: 20). Bilginin doğruluğu ve güvenilirliği konusunda en çok etkilenen kesim ise genellikle haber özneleri olmaktadır. Basın ve medya ortamı, bir haber öznesinin haklı ya da haksız olarak nitelendirilmesinde, toplumsal kabul formlarının belirlenmesinde, imaj oluşumu veya zedelenmesinde doğrudan etkileyici ve belirleyici bir güç olarak gösterilebilmektedir. Örneğin; yasalar önünde haklılığı kanıtlanmış bir kimse bile, medya ortamında gerçekleştirilebilecek olumsuz faaliyetler sonucunda toplumdan dışlanma, karalanma ve zedelenme sorunlarıyla karşılaşmaya devam edebilmektedir. Bu bağlamda elektronik ortamın hızı ve profesyonel gazeteciliğin dışında bir haberciliğe imkan tanınması sayesinde, haber öznelерinin bu konudan en fazla etkilenen kesim olduğundan söz etmek mümkün olmaktadır. Yeni basın kanununda sosyal ortam haberciliğinin de konunun içine dahil edilmesine karşın, bu yeni medya ortamı haberciliğinde karşılaşılan sorunları çözebilecek yeterliliğin bulunmaması, haberin kalitesi ve güvenilirliğini zedeleyebilecek birçok sorunun oluşumuna yol açmaktadır. And Algül v Cem Sütçü’nün çalışmasında da bahsettiği gibi yeni medya ortamının kimlik doğrulaması ve editöryal denetim zorunluluğunu ortadan kaldıran yapısı, yeni ortam haberciliğinde kalite ve güven sorunu yaratmaktadır. Bunun sonucunda da haber bilgisi, bir söylentiden öteye geçememe tehlikesi yaşamaktadır.

Yeni medya haberciliğinde ortaya çıkan sorunlardan bir diğeri gerçeklik ve yorumun iç içe geçtiği bir habercilik anlayışıdır. Denetim ve yasal yaptırımların sınırlılığı sonucunda ortaya çıkan bu sorun, profesyonel gazetecilik kodlarının amatör yayıncılık faaliyetleriyle iç içe geçmesi sonucunu da ortaya koyarken, aynı zamanda okurun yönlendirilmesi sorununu da meydana getirmektedir. Basının gerekliliklerinden biri olarak uyulması gereken davranış kodları içinde yer alan tarafsızlık ilkesi de bu bağlamda zayıflama riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Buna göre, kamusal sorumluluk ilkesiyle doğrudan ilişkili olan tarafsız ve objektif habercilik anlayışı çerçevesinde okur bir haberi okuduğu zaman, somut gerçekliklere dayalı ve yorumdan uzak bir haber bilgisi edinmelidir. Gazeteci de bu bağlamda farklı bilgi kaynaklarından beslenerek oluşturduğu içeriği zengin bir perspektifte sunarak, okurun kendi doğrusunu ve kanaatini kendisinin bulmasına olanak tanımalıdır. Ancak profesyonel bağlamda köklü bir geçmişe sahip olan gazeteler bile, basılı ortamda gerçekleştiremediği bu eğilimi sosyal ortamın özgür ve esnek yapısı sayesinde gösterebilmekte, yorum ağırlıklı, okuru yönlendiren, tutum ve tarafını açıkça belli eden bir yayıncılık davranışı sergileyebilmektedir. Tarafsızlık bağlamında gazetecilerin uyması gereken ve haberin güvenilirliğini doğrudan etkileyen faktörlerden biri de ‘haber öznelерine eşit yaklaşım’ sergilenmesi konusuyla ilgilidir. Gazeteler genellikle basılı ortamlarında bu davranış koduna dikkat etmekte, yasal olarak yargı yolunu açabilecek, cevap ve düzeltme hakkı doğurabilecek hususlardan uzak durmaktadır. Çünkü böyle bir durum gazetenin okur güvenilirliği açısından imajını zedeleyebilecek sonuçlar yaratabilmektedir. Ancak yeni medya ortamında aynı medya organı basılı ortamın sırlılıklarından kurtularak,

daha farklı bir eğilim içine girebilmektedir. Aynı medya organına karşı, ortaya konan habercilik anlayışının değişen ortam özelliklerine bağlı olarak farklılaşması, okur profilinde değişken bir güvenilirlik algısı da meydana getirebilmektedir.

Yeni medya haberciliğinde yalnızca haberin içeriksel niteliğinde değil, biçimsel yapısında da yazılı basına göre bir takım farklılıklar kendini göstermektedir. Gazetelerin genellikle takip ettikleri belirli bir form çizgisi vardır. Ancak bu çizgi yeni medya ortamında değişkenlik gösterebilmekte, aynı haber daha farklı bir biçimle okura sunulmaktadır. Yeni medya ortamındaki bu biçim daha çok okurun anlık taramalar gerçekleştirebileceği, video ve bol görsellerle desteklenmiş ve anlaşılabilirliği kolaylaştıracak bir nitelik ortaya koymaktadır. Haberlerin özet olarak sunulduğu, az yazı ve bol görselle desteklenmiş bu yeni haber formu ise günümüz okuru açısından da kalite ve güvenilirliğin ölçütü olarak kabul görmektedir. Yani değişen medya ortamı ve özelliklerine göre okur profilinde de meydana gelen değişim, haberin kalite ve güvenilirlik algısında da farklılaşmayı meydana getirmiş ve okur açısından güvenilirlik algısı yeniden tanımlanmıştır. Bu konuda yeni medya ortamının interaktif yapısı en etkileyici unsur olarak belirlemektedir. Yeni medya ortamının geleneksel medyadaki gibi tek yönlü bir bilgi akışı sağlamadığı bir gerçektir. Bu yeni haberleşme ağı, kullanıcılara hem içeriğin oluşturulmasında hem de seçilmesinde etkin rol oynama imkanı tanımaktadır. Yani hem içeriğin seçilmesinde hem de düzenlenmesinde elektronik ortam kullanıcılarına etkin bir kontrol olanağı sunulmaktadır. Kontrol bağlamında yeni medya ve geleneksel basını karşılaştırmalı olarak ele alan Kevin Williams, kontrol'ü 'kullanıcının bir iletişim faaliyetinin zamanını, içeriğini ve sırasını seçebilmesi, alternatif seçenekleri araştırabilmesi ve diğer kullanıcılar için belleğe mesaj içeriğini girebilme derecesi' olarak açıklamakta ve geleneksel basının, okuyucusunu içeriği alma konusunda belirli bir düzen içine itmesine karşılık, yeni medya ortamının daha zengin ve alternatifli bol bir imkan tanımına dikkat çekmektedir (Williams, 2003: 74). Yeni medya ortamının gerek içerik gerekse kullanım konusunda okuyucusuna sağladığı bu imkan da içeriğin doğruluğu, objektifliği ve tarafsızlığına karşın, güven algısını belirlemede ön planda değerlendirilen bir ölçüt olarak kabul görmeye başlamıştır.

3.YENİ MEDYADA “ANLIK HAZZIN DOYURULMASI”NA YÖNELİK HABERCİLİK

ANLAYIŞI

Uzun yıllardan beri süregelen geleneksel gazetecilik uygulamalarının, kamusal fayda bağlamındaki gereklilikleri ne denli yerine getirdiğine dair sorular hala tam anlamıyla açıklığa kavuşmazken, yeni medya ortamıyla başlayan online habercilik faaliyetleri gazetecilik uygulamalarının işleyişine yönelik yeni soru ve sorunları da beraberinde getirmiştir. Örneğin; kamusal faydanın sınırları nerede başlamakta ve nerede bitmektedir, gerçeklik aslında kimin gerçekliğidir, yeni medya haberciliği geleneksel ticari basının bu sorunlarını gidermektense daha da mı körüklemektedir, haberin niteliğine dair sorunlar bu yeni ortamda çözülmekte midir, internet ortamının sürekli veri akışı olanağı koşullandırılmış bir kamuoyu için gazetecilere ve basın yayın organlarına daha fazla mı fırsat sunmaktadır, yeni medya ortamının vaad ettiği özgürlük okurun mu basın organlarının mı özgürlüğüdür?

Gazetecilik uygulamalarına dair sıralanan bu ve daha fazla soruya ek olarak değerlendirmeye alınması gereken hususlardan bir diğeri de artık birer sosyal medya kullanıcısı da olan sıradan okurların gazeteciler tarafından nasıl algılandığına ilişkindir. Kuşku yok ki ticarileşen geleneksel basın ile başlayan bir anlayış yeni medya haberciliğinde hız kesmeden büyümeye devam etmektedir. Bu anlayış ise okurun birer müşteri olarak görülmesi ve haberin pazarda en çok talep gören bir metaya dönüştürülmeye çalışılmasıdır. Bu doğrultuda gazeteciliğin niteliği de dönüşüme uğramakta ve geleneksel basında masa başı habercilik ile bir aktaran rolü üstelenen haberci, bu kez de bir pazarlamacı kimliği ile karşımıza çıkmaktadır. Tüm bunların sonucunda yeni medyanın haberciliği, okurun istediğini okura vermek olarak biçimlenmektedir. Yani okurun anlık hazzını doyurmaya ve mümkün olan en yüksek seviyede bir tatmin sağlamaya yönelik bir habercilik anlayışından söz etmek yerinde bir değerlendirme olacaktır.

Okurda habere yönelik tatmin bekleyen anlık haz duygusu, bir haber metniyle karşılaştığında o metnin sürükleyici olmasına ilişkindir. Okur adına bu sürükleyicilik ise aynı haber metni içinde birçok duygunun yaşanabilmesiyle ölçülmektedir. Örneğin; bir okur yeni medya ortamında akan haberlerin özet bilgi olarak verilmesini ister, çünkü sürekli akan online sayfalar arasında hızlı geçiş yapma eğilimindedir. Ancak sayfalar arasında dolaşırken birkaç saniyesini ayırdığı bu özet bilgiler içinde de dikkat çekici bir takım öğeler bulmak

istemektedir. Üstelik bu öğeler birçok zıt unsurları da bir arada barındırmalıdır. Mesela; haber metni kolay okunur ve anlaşılır olmalıdır, video, fotoğraf gibi unsurlarla yoğun biçimde desteklenmelidir, okurun hem acıma, hem empati, hem nefret hem de heyecan duyguları aynı anda harekete geçebilmelidir. Bununla beraber başkalarının yaşamlarında gizli kalmış kesitler, okurun gözetimine açılmalı ve merak duygusunu gidermelidir. Bu duygular anlık hazzı doyuma ulaştıran duygulardır ve okur birkaç saniye sonra yeni bir haber enformasyonunda aynı tatmini yeniden beklemektedir. Gazeteciler için bu durum, geleneksel basının tiraj oranı gibi haber sitelerinin tıklanma oranındaki başarıyla ölçülmektedir. Bu doğrultuda da yeni medya ortamı gazeteciliğinde haber metinlerinin bu öğeleri ön plana çıkarmakta ve haber metinlerinin taşınması gereken niteliklerden en son sıralarda yerini alan dikkat çekici olma özelliği, ilk sıralarda olması gereken aydınlatıcılık, bilgilendiricilik, gerçeklik, doğruluk, güncellik niteliklerinin önüne geçmektedir. Politika ya da ekonomi gibi ciddi haberler hala beklenenin altında talep görmektedir. Ancak bu haberler sansasyonel bir içerikle desteklendiği takdirde, okurun çeşitli duygularla çevrelenen haz arayışına cevap vereceği zaman okunmaktadır. Dolayısıyla yeni medya ortamının anlık hazzı doyumaya yönelik habercilik anlayışıyla ilgili bulunulabilecek bir başka çıkarım da, en ciddi olay, durum ve gelişmelerin bile içinin boşaltılarak ve magazinsel öğeler ile desteklenerek sunulması ve her birinin yeni medya ortamında birer seyirlik eğlenceye dönüştürülmesine ilişkindir. Bu durum haberin artık renkli bir nitelik kazanması, önceliğin okurun merakının giderilmesi ve gündelik hayatın sıkıntılarından uzaklaşılmasına verilmesi anlamına gelmektedir. Yeni medya okurunun anlık hazzını doyumaya hizmet eden bu haberlerin içi boşaltılmış, hafif, anlaşılması için belli bir bilgi ihtiyacı gerektirmeyen, üzerinde durup düşünülmesine ihtiyaç bırakmayan bir boyuta ulaştığı söylenebilmektedir. Haber niteliğinin ulaştığı bu boyutta yalnızca ticari kar olgusunun ve okur beklentilerinin etkili olduğunu söylemek güçtür. Çünkü bu habercilik anlayışı da okuru her gün yeniden etkilemekte ve yönlendirmektedir. Yani karşılıklı bir etkilenme sürecinden bahsedilebilen bu süreçte zamanla hedef kitlenin niteliği, beklentileri ve tercihleri de değişmiş, süreç içerisinde sorgulamayan, yalnızca verileni olduğu gibi kabul eden bir okur kitlesinin oluşması mevzu bahis olmuştur.

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, yeni iletişim teknolojilerini aktif biçimde kullanmaya başlayan bireyin bilgi edinme ve haber edinimi tercih ve eğilimlerinde nasıl bir değişim yaşadığını, bununla beraber habercilik faaliyetlerini yerine getiren gazetecilerin bu yeni iletişim ortamının sınırsız ve özgür imkanlarını ‘kamusal yarar’ çerçevesinde nasıl değerlendirdiğini tespit etmektir. Bu tespit doğrultusunda hem okur nezdinde hem de habercilik mesleğini icra eden gazeteciler açısından bir farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır. Bu çalışma önemini; habercilik faaliyetlerinin, artık aktif birer sosyal medya kullanıcısı da olan sıradan bireylerin kişisel tercih ve eğilimlerine göre nasıl biçimlendirildiği ortaya koyması ve habercilik gibi kamusal yarar ilkesi temelinden hareket eden bir faaliyet alanının, anlık hazzı doyurma ulaştırma çabasıyla pazarlanan bir meta haline gelmesine doğru uzanan dönüşümünü gözler önüne sermesinden almaktadır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Nitel bir yöntemle gerçekleştirilen ve sosyal bilimler alanını kapsayan bir genelliliğe varmayı amaçlamayan çalışmada ele alınan konu ve olgu literatür araştırması tekniği ile incelenmiştir. Çalışma sonunda elde edilen veriler ise bir nitel araştırma yöntemi içinde yer alan ‘betimsel analiz tekniği’ ile açıklanıp yorumlanmıştır. Araştırmanın kapsamı; sosyal medya alanı, sosyal medya kullanıcısı birey ve yeni medya ortamında gerçekleştirilen habercilik faaliyetlerinden oluşmaktadır.

4.3. Araştırmanın Soruları

1. Yeni medya kullanıcısı bireyin haber tercihi ve tüketim eğilimlerinde nasıl bir dönüşüm meydana gelmiştir?
2. Yeni medya ortamı haberin ve haberciliğin niteliğini nasıl etkilemiştir?
3. Yeni medya ortamı habercilere nasıl bir avantaj ve haberin tüketicisi bireye nasıl bir özgürlük sağlamaktadır?

4. Yeni medya ortamında okurun hem haberin yaratıcısı hem de tüketicisi haline gelmesi haber güvenilirliğini nasıl etkilemektedir?
5. Haberciler yeni medya ortamının sunduğu avantaj ve kolaylıkları kamusal yarar ilkesi çerçevesinde nasıl değerlendirmektedir?

4.4. Bulgular ve Yorum

“Bireyin Haber Tercihlerindeki Dönüşüm”

Yeni medya ortamı geleneksel durum ile karşılaştırıldığında, sıradan bireye birçok konuda avantaj sağlamış ve ve interaktif yapısı sayesinde geleneksel medya ortamının geri bildirim kapalı yapısı, yerini bireyin birçok konuda fikrini istediği zaman ve biçimde dışı vurması özgürlüğüne bırakmıştır. Ancak bu yeni ortamın çok sayıda enformasyon barındırma kapasitesine sahip olması ve içeriklerin çok hızlı akması, okuru da enformasyonu çok hızlı tüketmeye alıştırmış ve geleneksel medyada yer alan televizyonlarla başlayan ‘seyrederek öğrenme ve zihinsel çaba harcamadan bilgiyi tüketme’ eğilimi bu yeni iletişim aracında ivme kazanmıştır. Artık bireydeki okuma eyleminde gerileme gözlenmektedir ve bilginin çok hızlı tüketilerek hemen başka bir bilgi edinimine geçme isteği, en ciddi konuların bile seyirlik bir eğlenceye dönüşmesi olgusunu hızlandırmıştır. Artık okur, zihinsel bir çaba harcamadan, çevresinde olup bitenleri hazır bilgiler aracılığıyla ve kolay anlaşılır içeriklerle edinmek istemektedir. Ayrıca edindiği haber bilgilerinin kendisinde birçok duyguyu aynı anda uyandırmasını talep etmekte, yani bir haber bilgisi içinde hem acıma, hem nefret, hem empati hem de merak duygusunu aramaktadır. Tüm bunlarla beraber artık yeni medya kullanıcısı okur, satır sayısı az olan ve mümkün olduğunca fotoğraf ve video gibi içeriklerle desteklenen haberleri tercih etmekte, paragraf sayısı fazla ve ciddi bir nitelik taşıyan siyaset, ekonomi gibi haberleri sansasyonel ve çarpıcı öğelerle desteklenmediği sürece tercih etmemektedir. Bu sonuçlar, yeni medya ortamının bireyin entellektüel bilgi seviyesinin gelişmesine ve toplumsal kalkınma için ihtiyaç duyulan nitelikli bilgiye erişilmesine yönelik olarak sahip olduğu olanaklar dahilinde çok da katkı sağlamadığı tespitini ortaya koymaktadır.

“Yeni Medya Haberciliğinin Niteliği”

Okur tercihlerinde ve eğilimlerinde meydana gelen dönüşüm, yeni medya ortamındaki habercilik faaliyetlerinde de bir takım değişimlere yol açmıştır. Haber başarısı sosyal medya ağlarındaki tıklanmaya sayısıyla ölçülmeye başlanmış, en çok tercih edilen haber başarılı haber olarak nitelendirilir hale gelmiştir. Ancak bu durum zamanla, habercilerin okur ne istiyorsa onu vermek anlayışını benimsemesine sebep olmuştur. Ayrıca yeni medya ortamında bilginin hızlı akışı ve içeriğin çabuk tüketilmesi anlayışının bir prensip gibi kabul edilmesi, hem habercilik faaliyetlerini hem de haber metnlerinin içeriğini yozlaşma olarak nitelendirilebilecek bir dönüşüme uğratmıştır. Haber metnlerinin yeni medya ortamında mümkün olduğunca kısaldığı ve bazen de sadece ana başlık, alt başlık ve spot metinle verildiği görülmektedir. Bununla beraber bu yeni iletişim ortamında bilginin fotoğraf ve video gibi görsel içeriklerle desteklendiği anlayış yaygınlık kazanmıştır.

“Yeni Medya Ortamının Avantajları”

Yeni medya ortamı hem okur hem de gazeteciler için çeşitli avantajlar ve kolaylıklar sağlamaktadır. Okur için sağladığı kolaylıklar geleneksel medya dönemi ile karşılaştırılarak daha net biçimde ortaya konabilmektedir. Örneğin; yeni medya ortamında sıradan bir birey olarak okur, istediği zaman, istediği hız ve biçimde bilgi oluşturup yayarak geleneksel basının kamuoyunu yönlendirme gücünü paylaşmaya başlamıştır. Artık okur yalnızca verilen haber bilgilerini almakla yetinmemekte, bu bilgileri eleştiren, değerlendiren ve üzerine yeni bilgiler ekleyen içerikler yayımlayabilmekte ve bir geri bildirim sağlayarak medya içeriklerini biçimlendirebilmektedir. Ayrıca geleneksel ortamda sıradan birey söylem düşkünü olarak nitelendirilirken, başına ancak kötü, sansasyonel ve acınası bir durum geldiğinde medyada yer alabilmektedir. Ancak yeni medya ortamında artık birey doğrudan haberin üreticisi ve tüketicisi konumuna yükselmiştir ve adeta bir söylem seçkini niteliği kazanmıştır. Tüm bunlarla beraber sıradan bireyler yeni medya ortamının sunduğu kolaylıklar ve avantajlar sayesinde kendileriyle aynı görüşe sahip başka bireylerle çok kolay bir araya gelebilecek, düşünce birlikteliği oluşturabilmeye başlamıştır. Bu da toplumu ilgilendiren çeşitli konu ve olguların medya tarafından algılanmasını sağlamaktadır. Bu sayede artık medyanın gücünü elinde bulunduranlar istemeseler de bazı konuları görmezden gelememektedir ve kendilerini kamusal baskı ile bu konuların üzerine gitmeye mecbur hissedebilmektedir.

Gazeteciler açısından yeni medya ortamının sağladığı avantajların başında ise, gazetecilerin geleneksel ortamın zaman ve baskı maliyetlerinden kurtulması gelmektedir. Artık gazeteciler meydana gelen olayları anında ve geniş bir içerikle okura sunabilmekte, aynı zamanda gerçekliğin iknası ve konunun kapsamlılığı için haber metinlerini farklı içeriklerle zenginleştirebilmektedir. Örneğin; bir haberi hem video hem de çok sayıda fotoğraf ile destekleyerek okura daha kapsamlı bilgiler sunabilmektedir. Bununla beraber yeni medya ortamı gazetecilere geleneksel basının editoryal baskılarından kurtulma imkanı sağlamıştır. Bu sayede gazeteciler geleneksel basında yayınlamadıkları içerikleri toplumsal sorumluluk bağlamında online platformlarda bireysel olarak yayınlabilir ve kamunun bilgilendirilmesine dolaylı da olsa hizmet edebilir hale gelmiştir. Aynı zamanda habere okur tarafından yorum yapılabilmesi, gazetecinin okurun nabzını kolay, hızlı ve kapsamlı bir biçimde takip edebilmesi olanağı tanımaktadır.

“Yeni Medya Haberciliğinin Güvenilirliği”

Güvenilirlik göreceli bir kavramdır. Ancak haberin güvenilirliği dendiğinde yapılabilecek en kapsamlı açıklama, kamunun bilgilendirilmesi için gerekli olarak bilgilerin belli bir haber formunda ve haberciliğin temel ilke ve esaslarına uygun çerçevede yayınlanması şeklinde yapılabilmektedir. Fakat yeni medya haberciliği değerlendirildiğinde okurun tıpkı bir gazeteci gibi bilgi toplayıp paylaşmaya başlaması, habercilik ilkelerinin çoğunu zedelemekte ve yoğun bir bilgi kirliliğine neden olmaktadır. Bunun yanında internet ortamının hızlı bilgi akışına uyum sağlamaya çalışan profesyonel gazetecilerin de bu hızlılık içinde haberin doğruluk denetimini gerektiği kadar gerçekleştirmediği görülmektedir. Ayrıca haber başarısının tıklanma oranıyla ölçülmesi, haberciliğin tarafsızlık, gerçeklik ve ciddiyetini yine zedeleyen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Yeni Medya Haberciliğinde Kamusal Yarar İlkesi”

Kamusal yarar ilkesi de tıpkı güvenilirlik gibi görecelidir. Burada sorulması gereken, kamusal yarar ilkesini gerçekleştirme yolunda yapılan icraatların nasıl olduğuna ilişkindir. Ayrıca yarar gerçekte kimin yararadır. Yeni medya ortamının zengin içerikler yayınlama konusunda sunduğu kolaylıklar profesyonel gazeteciler tarafından nasıl değerlendirilmektedir. Yapılan çalışma neticesinde görülmektedir ki, gazeteciliğin kamusal yarar ilkesini yorumlama biçimi değişmiştir. Artık okura istediği neyse onu vermek, kamusal yarar ilkesinin yerine getirilmesi olarak yorumlanmaktadır. O halde okur, gizli kalması gereken bir bilginin açığa çıkmasını istiyorsa ya da özel yaşamın gözetime açılması suretiyle bir haz yaşamak istiyorsa, gazetecinin bunu gerçekleştirmesi bir kamusal yarar ilkesinin yerine getirilmesi olarak açıklanabilmektedir. Aynı zamanda yeni medya ortamındaki yasal denetim ve cezaların geleneksel basındaki gibi keskin ve caydırıcı olmaması, gazetecilerin bu yönde çok kolay hareket edebilmesine imkan sağlamaktadır. Ayrıca geleneksel basında vazgeçilemeyen tarafsızlık ve kişi haklarının korunması ilkeleri bu sayede zedelenebilmekte, bu ilkeler kimi zaman göz ardı edilebilmektedir.

SONUÇ

Literatür araştırmasına dayanan çalışma sonunda elde edilen bulgulara göre; adeta bir endüstriye dönüşerek, kar olgusunun ön plana çıkarıldığı geleneksel medyada belli çıkar çevrelerine göre biçimlendirilen kamusal sorumluluk anlayışı ve haberciliğin yitirilen gerçek değerleri karşısında yeni medya bir alternatif oluşturmaktadır. Özellikle ekonomik sıkıntılarla boğuşan basın kuruluşları ve gazeteciler için, yerelde olanı küresele taşımak isteyenler için, sesini duyurmak isteyen toplumların azınlık kesimleri için yeni medyanın pek masraf gerektirmeyen ortamı kolay bir habercilik platformu olarak görülebilir. Ancak, genel durum ele alındığında televizyonların devreye girmesiyle azalan ve yerini eğlenme ve oyalanma hazzına bırakan okuma ve bilgilendirme eğilimi, yeni medya haberciliği ile daha da azalmıştır. Okurdaki haber algısı değişmiş, beklenti, haberin birkaç satırla özetlendiği, bol fotoğraf ve video ile desteklenen kısa metinler olduğu şeklinde bir çerçeve kazanmıştır. Gazeteciler tarafından da haberin okura istediğini vermek olduğu fikri daha da yerleşik bir hal almıştır. Okur, sosyal medya ile artık zahmetsizce edineceği ve birkaç duyguyu aynı anda doyuma ulaştırma hazzını yaşayacağı soft haber metinleri istemektedir. Gazeteci ise okura istediğini vermeyi artık haberciliğin etik bir temel ilkesi olarak değerlendirirken, haberdeki çerçevelemeyi en çok tıklanacak ve dolayısıyla en çok reklam geliri sağlayabilecek konulara odaklanmak ile sağlamaktadır. Bu durum, geleneksel medyada hakim olan haberin ticari bir meta, okurun ise bir müşteri gibi görüldüğü anlayışın yeni medya ortamında daha da ivme kazandığı fikrini desteklemektedir. Ayrıca, elektronik ortam gazeteciliği olarak da adlandırılan yeni medya gazeteciliği, geleneksel medya araçlarının tüm işlevlerini kapsamak ile birlikte bilginin kalitesi ve güvenilirliği konusunda aşılması gereken çeşitli sorunları taşımaya devam etmektedir. Yeni medya alanı, şimdiye kadarki tüm habercilik uygulamalarını geride bırakan tümüyle yeni bir oluşum değil, geleneksel habercilik uygulamalarıyla iç içe geçmiş bir alandır. Dolayısıyla da ticarileşen geleneksel basın alışkanlıklarının devam ettiği bu yeni platformun,

aşılması gereken habercilik sorunlarına pozitif bir alternatif olarak görölmesinin oldukça iyimser bir yaklaşım olduğunu ifade etmek yerinde bir değerlendirme olacaktır.

ICONSR 2018

KAYNAKLAR

Akın, K. (1999). Medyatik Türkiye, Birey Yayıncılık, İstanbul.

Algül, A. ve Sütçü, C. (2015). Değişen Haber Algısı: Kullanıcılar Sosyal Medya Haberlerini Nasıl Değerlendiriyor?, Global Media Journal TR, 6/11.

İspirli, M. (2001). Medya Gerçeği ve Haberciler, Akçağ Yayınları, Ankara.

Torik, İ. (2008). Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik, Literatür Yayınları, İstanbul.

Williams, K. (2003). Understanding Media Theory, London: Oxford University Press.

ICONSR 2018

ICONSR 2018

Gelinlik Üreten Girişimcilerin Başarı Kriterlerinin Belirlenmesi: Türkiye Örneği

Ahmet ÖZBEK²¹, Yusuf ESMER²²

GİRİŞ

Gelinlik, düğün ve/veya nikâhta gelinin giydiği özel bir giysidir (Önder, 2017). Gelinlikler; atölyeler, moda evleri ve gelinlik üreticileri tarafından seri ve kişiye özel olmak üzere iki şekilde üretilmektedir. Seri üretilen gelinlikler, kişiye özel olarak üretilenlere göre daha düşük değere sahiptir (Kuleli, 2016). Fakat kadınlar henüz evlenecekleri kişi bile belli olmadan, kendilerini giyecekleri gelinliğin içinde düşledikleri için evliliğe adım atarken gelinliklerinin çok özel ve güzel olmasını istemektedirler (Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, 2016). Satın alma güçlerinin düşük ya da yüksek olması da bu durumu pek fazla değiştirmemektedir. Bu nedenle gelinliklerinin kendilerine özel üretilmesini öncelikle talep etmektedirler. Gelinlik, kişinin vücut yapısına ve ölçülerine göre üretilirken ayrıca üretiminde yüksek kaliteli malzeme kullanılmakta, provalar nedeniyle üretim süreci uzamakta ve hazır giysilere göre daha pahalı katma değeri yüksek bir ürün orataya çıkmaktadır (Güneş & Çavdar, 2016), (Şahin, 2009), (Koca & Koç, 2009), (Yücel Damar, 2016), (Kocabaş Atılğan, 2014).

Dünya gelinlik ticaretinde Çin, İspanya ve İtalya ilk üçü oluştururken Türkiye dördüncü sırada bulunmaktadır. Türk gelinlik sektörü hakkında istatistiksel veriler bulunmamakla birlikte, yaklaşık 4 bin işletmeden oluştuğu ve bu işletmelerinde ağırlıklı olarak Marmara ve Ege Bölgesinde yer aldığı tahmin edilmektedir. Sektörde 80 bin kişi çalışmakta olup, sektör el işçiliğine dayalı olmasından dolayı da kadın istihdam oranı oldukça yüksektir (Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, 2016). Sektör, kilogram başına ortalama 150 USD üzerinden Almanya, Avusturya, Hollanda, Romanya, İspanya, İtalya, ABD ve İngiltere gibi gelişmiş ülkeler başta olmak üzere dünyanın dört bir yanına gelinlik ihraç etmektedir (Arslan & Çileroğlu, 2018). Ayrıca genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan Türkiye yıllık yaklaşık 700 bin evlilik sayısı ile ciddi bir pazardır. Türk tüketiciler de kişiye özel gelinlik tasarımları ve yerli gelinlikleri tercih etmektedir (Önder, 2017) (Moda ve Hazır Giyim Federasyonu, 2016).

Sektörün genellikle küçük işletmelerden oluşması, düşük başlangıç sermayesi gerektirmesi ve katma değeri yüksek ürün üretilmesinden dolayı doğal olarak bu sektör girişimcilerin ilgisini çekmektedir. Diğer yandan son yıllarda müşterilerin istek ve beklentilerinin sürekli değişmesine paralel bir şekilde farklı tasarımlarda gelinlikler ortaya çıkmakta ve gelinlik sektöründe rekabet her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda gelinlik üreten girişimcilerin bu rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri (başarılı olabilmeleri) için sahip olmaları gereken bir takım kriterler bulunmaktadır. Bu çalışmada gelinlik üreten girişimcilerin, gelinlik üretebilmek, gelinlik üreten işletmeyi kurmak ve/veya kurulmuş bir işletmeyi devam ettirebilmek için sahip olmaları gereken başarı kriterlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma, Türk gelinlik sektörüne yönelik literatürde çok az çalışmanın bulunması ve sektörde yer almak isteyen girişimcilere; işyeri kurmak, gelinlik üretmek ve işletmenin sürekliliğini sağlamak gibi konularda bilgi sağlaması açısından önemlidir.

1.MATERYAL VE YÖNTEMLER

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Araştırmanın evrenini Türkiye’de gelinlik üreten girişimciler oluşturmaktadır. Fakat Türkiye’de gelinlik üreten girişimcilerin bağlı olduğu bir kurum bulunmadığından, bu girişimcilerle ilgili verilere ulaşılamaması araştırmanın önemli bir kısıtı sayılmaktadır. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen Bursa, İstanbul ve Samsun’da faaliyet gösteren 25 gelinlik girişimcisi oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aşamasında anket tekniği kullanılmaktadır. Araştırmacılar tarafından geliştirilen anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümü, gelinlik girişimcilerinin kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde, gelinlik girişimcilerinin mesleki olarak sahip olması gereken özellikleri ile ilgili görüşlerini belirlemeyi amaçlayan 11 ifadeden oluşan 5’li likert tipi ölçek yer almaktadır. Üçüncü ve son bölümde ise gelinlik girişimcilerinin işletme kurma ve/veya kurulmuş

²¹ Marmara University, Faculty of Technology, Kadıköy, Istanbul, Turkey. aozbek@marmara.edu.tr

²² Corresponding author: Bayburt University, Faculty of Applied Sciences, Bayburt, Turkey. yusuf.esmer61@gmail.com

işletmeyi başarılı bir şekilde işletebilmek için sahip olması gereken işletmecilik özelliklerini ölçmeyi amaçlayan 6 ifadeden oluşan 5'li likert tipi ölçek yer almaktadır. Soru formunda açık uçlu sorular da bulunmaktadır. Anket formunun ikinci ve üçüncü bölümlerinde kullanılan ölçeklerin SPSS 21.0 programında güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. İkinci ve üçüncü bölümde kullanılan ölçeklerin Cronbach Alpha (α) değerleri sırasıyla 0,742 ve 0,714 olarak tespit edilmiştir. Buna göre ölçeklerin güvenilirlik değerleri 0, 70'den daha büyük olduğundan ölçeklerin güvenilir olduğu sonucuna karar verilmiştir. Diğer yandan araştırmada toplanan verilerin SPSS 21.0 programında frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmaları belirlenmektedir.

SONUÇLAR

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 21.0 programında analiz edilmiş ve tablolar halinde sunulularak yorumlanmıştır.

Araştırmaya katılan gelinlik girişimcilerinin giyim üretimi eğitimi alma durumları ve giyim üretimi eğitimi almış oldukları kurumların dağılımı Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Gelinlik Girişimcilerinin Giyim Üretimi Eğitimi Alma Durumları

Giyim Üretimi Eğitimi Alınan Kurum	Girişimci Sayısı	Yüzde (%)
Eğitim Almadım	3	12,0
Halk Eğitim Merkezi	7	28,0
Lise	6	24,0
Meslek Yüksekokulu (Önlisans)	4	16,0
Fakülte (Lisans)	2	8,0
Diğer	3	12,0
Toplam	25	100,0

Araştırmaya katılan gelinlik girişimcilerinin istihdam ettikleri kişi sayısı Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2: Gelinlik Girişimcilerinin İstihdam Ettikleri Kişi Sayısı

İstihdam Etme Durumu	İstihdam Edilen Kişi Sayısı
En Az İstihdam Eden	1 Kişi
En Fazla İstihdam Eden	15 Kişi
Ortalama İstihdam Edilen	4,5 Kişi

Tablo 2'ye göre gelinlik girişimcileri ortalama 5 kişi istihdam etmektedir. Bu veri işletmelerin KOBİ niteliğinde olup esnek bir yapıya sahip olduklarını göstermektedir.

Gelinlik girişimcilerinin moda tasarımı eğitimi alma durumları Tablo 3'de verilmektedir.

Tablo 3: Gelinlik Girişimcilerinin Moda Tasarımı Eğitimi Alma Durumları

Evet	Hayır	Toplam
18 (72,0 %)	7 (28,0 %)	25 (100,0 %)

Tablo 3'e göre gelinlik girişimcilerinin genellikle moda tasarımı eğitimine sahip oldukları görülmektedir.

Gelinlik girişimcilerinin giyim üretimi eğitimi alma durumları Tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4: Gelinlik Girişimcilerinin Giyim Üretimi Eğitimi Alma Durumları

Evet	Hayır	Toplam
22 (88,0 %)	3 (12,0 %)	25 (100,0 %)

Tablo 4'e göre gelinlik girişimcilerinin yaklaşık %90'ı giyim üretimi eğitimi almıştır. Bu durum girişimcilerin giyim üretimi konusunda yeterli eğitime sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırmaya dahil olan gelinlik girişimcilerinin sektör deneyimleri Tablo 5'de verilmektedir.

Tablo 5: Gelinlik Girişimcilerinin Sektör Deneyimleri

Deneyim Durumu	İşletme Sayısı		Deneyim süresi
1-5 yıl Sektör	5	En Az Sektör	1 yıl
6-10 yıl Sektör	5	En Fazla Sektör	35 yıl
11-15 yıl Sektör	5	Ortalama Sektör	14,08 yıl
16-20 yıl Sektör	4		
26-30 yıl Sektör	2		
31-35 yıl Sektör	3		

Bu soruya 1 kişi cevap vermemiş olup, 24 kişiden alınan sonuçlardan Tablo 5 oluşturulmuştur. Tablo 5'e göre gelinlik girişimcilerinin %79,17'si 6-35 yıl sektör deneyimine sahiptir. Araştırmaya katılan gelinlik girişimcilerinin sektör tecrübesi araştırma sorularımıza cevap verebilecek tecrübeye sahip olduklarını göstermektedir.

Gelinlik girişimcilerinin almış oldukları eğitimin işletme kurmak için yeterlilik durumu Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6: Gelinlik Girişimcilerinin Almış olduğu Eğitimin İşletme Kurma İçin Yeterlilik Durumları

Yeterlilik Durumu	Sayı	Yüzde (%)
Yeterli	22	88
Kısmen Yeterli	2	8
Ne yeterli ne de yetersiz	1	4
Yetersiz	0	0
Çok yetersiz	0	0
Toplam	25	100

Tablo 6'ya göre gelinlik girişimcilerinin almış olduğu eğitim işletme kurmak için yaklaşık %90 oranında yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gelinlik girişimcilerinin kendi markalarına sahip olma durumları Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7: Gelinlik Girişimcilerinin Kendi Markalarına Sahip Olma Durumları

Evet	Hayır	Toplam
20 (80,0%)	5 (20,0%)	25 (100,0%)

Tablo 7'ye göre gelinlik girişimcilerinin %80'i kendi markasına sahiptir. Bu durum işletmelerin başarısını ve sektörün geleceğinin parlak olduğunun göstergesi sayılabilir.

Gelinlik işletmesi kuracak girişimcilerin mesleki yönden sahip olması gereken özellikler ile ilgili ifadeler Tablo 8'de verilmektedir.

Tablo 8: Gelinlik İşletmesi Kurmak İçin Mesleki Olarak Sahip Olunması Gereken Bilgi Birikiminin Değerlendirilmesi

İfade No	İfadeler
İfade 4	Dikim de kullanılan makine ve aparatları bilmek.
İfade 5	Dikim tekniklerini bilmek.
İfade 9	Giysi üretiminde kullanılan makine ve aparatların bakımı ile ilgili bilgiye sahip
İfade 10	Giysi üretiminde kullanılan makine ve aparatların onarımı ile ilgili bilgiye sahip
İfade 12	Giysinin teknik çizimini hazırlayabilmek.
İfade 13	Giysi için kullanılacak süsleme tekniklerini bilmek.
İfade 14	Giysi için kullanılacak süsleme materyallerini bilmek.
İfade 15	Giyim üretiminde meydana gelen yenilikleri (yeni makine, donanım vb.) takip

İfade 16	İnsan üzerinden ölçü alabilmek.
İfade 18	Modada meydana gelen yenilikleri takip etmek.
İfade 19	Moda da meydana gelen yenilikleri uygulayabilmek.

Tablo 9'da yer alan aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar ankette yer alan ifadelerin 25 katılımcıdan elde edilmiş cevaplarıyla oluşturulmaktadır. Hem standart sapmanın küçük olduğu hem de yargının kesin olduğu ifade çizelgede en başta yer almaktadır. Aritmetik ortalamalar büyüklük sırasına göre verilmektedir. Böylece ifadeler önem derecesine göre sıralanmaktadır.

Tablo 9: Gelinlik İşletmesi Kurmak İçin Mesleki Olarak Sahip Olunması Gereken Bilgi Birikiminin Durumu

	1= Çok Önemsiz		2= Önemsiz		3= Ne Önemli Ne de Önemsiz		4= Önemli		5= Çok Önemli		X _{ort}	σ
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İfade 4	0	0	0	0	0	0	4	16	21	84	4,840	,374
İfade 16	0	0	0	0	1	4	2	8	22	88	4,840	,472
İfade 5	0	0	0	0	0	0	5	20	20	80	4,800	,408
İfade 18	0	0	0	0	0	0	5	20	20	80	4,800	,408
İfade 19	0	0	0	0	0	0	9	20,8	19	79,2	4,791	,414
İfade 14	0	0	0	0	0	0	4	22,2	14	77,8	4,777	,427
İfade 13	0	0	0	0	1	4	6	24	18	72	4,680	,556
İfade 12	0	0	0	0	1	4	7	28	17	68	4,640	,568
İfade 15	0	0	1	4	2	8	7	28	15	60	4,440	,820
İfade 9	0	0	0	0	6	24	10	40	9	36	4,120	,781
İfade 10	0	0	0	0	8	32	10	40	7	28	3,960	,789

Tablo 9'a göre gelinlik üreten girişimcilerin mesleki yönden sahip olması gereken en önemli nitelikler sırasıyla; (1) Dikim de kullanılan makine ve aparatları bilmek, (2) İnsan üzerinden ölçü alabilmek, (3) Dikim tekniklerini bilmek ve (4) Modada meydana gelen yenilikleri takip etmektir. Bu sonuçlara göre gelinlik üreten girişimcilerin başarılı olabilmeleri için makine kullanımı, ölçü ve modayı takip etme gibi konularda bilgiye sahip olmaları gerekmektedir.

Tablo 10'da gelinlik üreten işletme kurmak ve/veya kurulmuş gelinlik üreten işletmeyi başarılı bir şekilde işletebilmek için sahip olunması gereken işletmecilik bilgisi ile ilgili ifadeler yer almaktadır.

Tablo 10: Gelinlik İşletmesi Kurmak ve/veya Kurulmuş Gelinlik İşletmesini Başarılı Bir Şekilde İşletebilmek İçin Sahip Olunması Gereken İşletmecilik Bilgisinin Durumu

İfade No	İfadeler
İfade 1	İşyeri kurma konusundaki işleyişi bilme (hangi kurumlara başvurup hangi izin ve belgelerin alınacağı vb.)
İfade 2	Devlet teşvikleri (KOSGEB vb. teşvikler) konusun da bilgi sahibi olmak.
İfade 5	İş hukuku konusunda bilgi sahibi olmak.
İfade 6	Ürünün reklam ve tanıtımı konusunda bilgi sahibi olmak
İfade 7	Ürünlerin pazarlanması konusunda bilgi sahibi olmak.
İfade 8	Ürünlerin markalaştırılması konusunda bilgi sahibi olmak.

Tablo 11'de yer alan aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar ankette yer alan ifadelerin 25 katılımcıdan elde edilmiş cevaplarıyla oluşturulmaktadır. Hem standart sapmanın küçük olduğu hem de yargının kesin olduğu ifade çizelgede en başta yer almaktadır. Aritmetik ortalamalar büyüklük sırasına göre verilmiştir. Böylece ifadeler önem derecesine göre sıralanmaktadır.

Tablo 11: Gelinlik İşletmesi Kurmak ve/veya Kurulmuş Gelinlik Üreten İşletmesini Başarılı Bir Şekilde İşletebilmek İçin Sahip Olunması Gereken İşletmecilik Bilgisinin Durumu

	1= Çok Önemsiz		2= Önemsiz		3= Ne Önemli Ne de Önemsiz		4= Önemli		5= Çok Önemli		X _{ort} σ	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
İfade 6	0	0	0	0	1	4	3	12	21	84	4,800	,500
İfade 8	0	0	0	0	1	4	5	20	19	76	4,720	,541
İfade 7	0	0	0	0	2	8	4	16	19	76	4,680	,627
İfade 5	0	0	0	0	1	4	8	32	16	64	4,600	,577
İfade 1	0	0	0	0	2	8	10	40	13	52	4,440	,650
İfade 2	0	0	1	4	8	32	7	28	9	36	3,960	,934

Tablo 11'e göre gelinlik üreten girişimcilerin işletmecilik bilgisi yönünden sahip olması gereken özellikler sırasıyla; (1) Ürünün reklam ve tanıtımı konusunda bilgi sahibi olmak, (2) Ürünlerin markalaştırılması konusunda bilgi sahibi olmak ve (3) Ürünlerin pazarlanması konusunda bilgi sahibi olmaktır. Bu sonuçlara göre gelinlik üreten girişimcilerin başarılı olabilmeleri için reklam-tanıtım, marka ve pazarlama konularında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir.

TARTIŞMA

Araştırmaya katılan gelinlik üreten girişimciler genellikle moda tasarımı ve giyim üretimi eğitimine sahip olup, eğitimlerini genellikle halk eğitim merkezleri ve meslek liselerinde almaktadır. Bu girişimcilerin %88'i almış oldukları eğitimin işletme kurmak için yeterli olduğunu beyan etmektedir. Ayrıca gelinlik üreten girişimciler sektörde ortalama 14,08 yıllık tecrübeye sahip olup ortalama 4,5 kişi istihdam etmekte ve %80'i kendi markasına sahip olmaktadır.

Araştırma sonucunda, girişimcilerin temel olarak gelinlik üretim sektöründe yer alabilmeleri için moda tasarımı ve giyim üretimi eğitimi almalarının önemli olduğu sonucuna ulaşırlarken ayrıca sektörde yer alabilmek için mesleki ve işletmecilik yönünden de bir takım niteliklere sahip olmaları gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Mesleki yönden sahip olmaları gereken en önemli özelliklerin sırasıyla; dikimde kullanılan makine ve aparatlar hakkında bilgi sahibi olmak, müşterinin beden ölçülerini alabilmek ve dikim tekniklerini uygulayabilmek ve giyim üretiminde meydana gelen yenilikleri (yeni makine, donanım vb.) takip etmek olduğu görülmektedir. İşletme kurmak ve/veya kurulmuş işletmeyi başarılı bir şekilde işletebilmek için sahip olmaları gereken işletmecilik bilgisi anlamında en önemli özelliklerin ise reklamı-tanıtım marka ve pazarlama hakkında bilgi sahibi olmak olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, araştırma sonuçları değerlendirildiğinde üniversitelerin giyim üretimi ve moda tasarımı programı öğrencilerine girişimcilik, pazarlama ve marka ile ilgili derslerin okutulması, onların girişimci olabilmelerine yardımcı olacağı düşünüldüğünden müfredatlarda bu derslere daha çok yer verilmesi önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Arslan, B. ve Çileroğlu, B. (2018). Kişiyi Özel Gelinlik Üretiminde Tasarımcı Faaliyetleri, Sosyal Bilimler Dergisi, 5(23), ss. 274-283.
- Güneş, P. E. ve Çavdar, E. (2016). Kişiyi Özel Lüks Giysiler Üreten Bir Konfeksiyon Mağazasında Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri Kullanılarak Tedarikçi Seçimi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,(30), ss. 217-245.
- Koca, E. ve Koç, F. (2009). Giysi Tasarımında Yaratıcılık, e-Journal of New World Sciences Academy, 4(1), ss. 33-44.
- Kocabaş Atılğan, D. (2014). Giysi Tasarımında Esinlenmenin ve Araştırmanın Yaratıcılığa Etkisi, The Journal of Academic Social Science Studies,(27), ss. 471-487.
- Kuleli, S. (2016). Gelinlik Üretiminde Modüler Ürün Geliştirme, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Moda ve Hazır Giyim Federasyonu. (2016). Gelinliğin “Al”dan “Beyaz”a Tarihsel Yolculuğu. MHGF Adres Dergisi, 18(2), ss. 45-46. <http://www.mhgf.org.tr/mhgfadmin/uploads/file/dergi/2016/ADRES-SAYI-18-web.pdf> (Erişim Tarihi: 13.08.2018).
- Moda ve Hazır Giyim Federasyonu. (2016). Hazır Giyimde Katma Değeri Yüksek Üretim ve İhracat: Gelinlik Sektörü. MHGF Adres Dergisi, 18(2), ss. 38-40. <http://www.mhgf.org.tr/mhgfadmin/uploads/file/dergi/2016/ADRES-SAYI-18-web.pdf> (Erişim Tarihi: 13.08.2018).
- Önder, S. (2017). Türkiye’de Gelinlik Tasarımı ve Aksesuarlarının Kültürlerarası Gösterdiği Farklılıklar Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü , İstanbul.
- Şahin, A. (2009). Giysi Alışverişinde Tüketicilerin Haute Couture ve Hazır Giyim Tercihleri İstanbul-Konya İllerinde Örnek Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yücel Damar, D. (2016). Kişiyi Özel Giysi Tasarımı ve Üretiminde Keçe Sanatının Yeni Yaklaşımlarla Uygulanması, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.

ICONSR 2018

KOBİ Yöneticilerinin Stratejik Bilinç ve Stratejik Yönetim Algıları Üzerine Bir İçerik Analizi

Oğuzhan AYTAR²³

GİRİŞ

KOBİ'ler ülke ve bölge ekonomileri için oldukça kritik öneme sahip ekonomik birimlerdir. Bulundukları bölgenin ekonomik gelişimi ve insanların taleplerinin karşılanması açısından hayati öneme sahiptirler. Küçük ve orta büyüklükte işletme olarak tanımlanmalarına rağmen hemen hemen bütün ülkelerde işletmelerin büyük çoğunluğunu KOBİ'ler oluşturmaktadır. Örneğin KOBİ Stratejisi Eylem Planı verilerine göre Türkiye'deki işletmelerin %99,9'u KOBİ'dir (KSEP, 2015: 28). Diğer yandan KOBİ Stratejisi Eylem Planı verilerine göre KOBİ'lerle ilgili diğer çarpıcı bilgiler şu şekilde sıralanmaktadır (KSEP, 2015)

- KOBİ'lerin toplam mal ve hizmet satın alımları içerisindeki payı, %65,5'tir
- KOBİ'lerin üretim değerindeki payı, %56,2'dir.
- KOBİ'lerin çalışanlar sayısı içerisindeki payı, %75,8'dir.
- Toplam katma değer %55 'ini,
- Toplam satışların %65,5 'ini,
- İthalatın %39,9'unu
- Toplam yatırımların %50 'sini,
- İhracatın %59,2'sini
- KOBİ kredilerinin bankacılık sektörü toplam krediler içerisindeki payı, %26'dır.

Türkiye'deki KOBİ'lerin küresel ekonomi içerisindeki performans düzeyinin diğer ülkelere nazaran düşük olduğu bilinmektedir (Bozkurt ve Baştürk, 2009: 55). Bunun nedeni ise Türkiye ar-ge bütçesinin yetersizliği, sanayi üniversite işbirliğinin yeterli düzeye ulaşamaması ve eğitim açığı bileşkesi olarak ifade edilebilir.

KOBİ tanımları farklı ülkeler ve kuruluşlar açısından fonksiyon ve faaliyet amaçları kapsamında farklı şekilde yapılmıştır. Dünya genelinde üzerinde anlaşılan genel geçerliliğe sahip bir evrensel KOBİ tanımı bulunmamaktadır (Summak, 2016: 157). Bu tanımlamalar içerisinde en fazla dikkate alınan konular çalışan sayısı, net satış hasılatı, sermaye miktarı, sektör, ihracat potansiyeli gibi konulardır. Bu farklı bakış açılarından kaynaklanan kargaşanın giderilmesi amacıyla Türkiye'de idari otoritelerce AB KOBİ tanımıyla uyumlu bir tanımlama yapılmıştır. 24.06.2018 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin tanımında değişiklik yapılmasına dair yönetmeliğe göre Küçük ve orta büyüklükte işletme (KOBİ); 125 Milyon TL'nin altında net satış hasılatına veya mali bilanço'ya sahip olan ve KOSGEB'in desteklediği sektörler arasında yer alan tüm işletmeleri ifade etmektedir.

Günümüzde KOBİ'ler faaliyet yürüttükleri sosyal ve ekonomik çevre açısından büyük öneme sahiptir. Dünya genelinde ekonomilerin temel dinamiği KOBİ faaliyetleri üzerine kurgulanmıştır. KOBİ'ler bulundukları ekonomi içerisinde kaldıraç görevi üstlenmektedir. Küreselleşme ve teknoloji gibi fenomenlerin etkisi KOBİ yöneticilerinin bilgi ve bilgiye odaklı uygulamalara olan ihtiyacını artırmıştır (Ercan, 2017: 325). Dolayısıyla KOBİ'lerin stratejik yönetim düşüncesiyle yönetimi süreklilik açısından önem arz etmektedir.

²³ Corresponding author: Karamanoğlu Mehmetbey University, Department of Business Administration, Karaman, Turkey.
oguzhanaytar@hotmail.com

1. STRATEJİK BİLİNÇ VE STRATEJİK YÖNETİM

İşletmelerin gelecekle ilgili planlama faaliyetlerine objektif bir bakış açısı kazandıran strateji kavramının askeri terminolojiye dayandığı, rekabet düzeyinin artışıyla ikinci dünya savaşı sonrasında stratejik yönetim olarak biçimlendiği görülmektedir (Bircan, 1999: 13). Kavram askeri alanda stratejik hareket etmeyi ifade ederken, yönetim alanında örgütlerin rakiplerine karşı fark yaratacak karar ve hedeflerle daha yüksek oranda kar getirme politikası olarak algılanmıştır (Güven, 2014: 65). Strateji kavramı özellikle yirminci yüzyılın ortalarından itibaren yönetim bilimiyle uyumlaştırılarak iktisadi bir anlam kazanmıştır (Özdaşlı ve Kandemir, 2016: 133-134).

Stratejik yönetim örgütlerin sürekliliklerini sağlamada anahtar uygulama araçları sunmaktadır. Günümüzde kısa vadeli çözümler ya da gelişen güzel planların başarı şansı bulunmamaktadır, dolayısıyla uzun vadeli bakış açısına sahip, rekabet ve yenilik odaklı, teknoloji ve bilgi kullanımına dayalı işletme anlayışına gereksinim duyulmaktadır (Satı ve Işık, 2011: 543). Küreselleşme, rekabet ve teknolojik gelişim baskısındaki günümüz işletmelerinin stratejik yönetim uygulamaları zorunluluk haline gelmiştir (Latif ve Muslu, 2015, 26).

Strateji kavramı olarak belirsizlik ve risk ortamında yetersiz bilgi ile karar verme olarak tanımlanmaktadır. Stratejik yönetim ise yönetim fonksiyonlarının tüm aşamalarında belirsizlik ve risk unsurlarını göz önünde bulundurularak, planların yapılması ve uygulamaya konulmasını ifade etmektedir (Pearce ve Robinson, 2015: 3). Stratejik planlama, stratejik yönetim disiplininin hem uygulama aracı hem de sonucunu ifade etmektedir (Koçel, 2018: 182). Ancak bu anlayış ancak stratejik bilinç sahibi olmakla mümkündür. Stratejik bilinç fenomeninin içeriğini üç temel başlıkla tanımlamaktayız. Bunlardan birincisi; kurumların ve rakiplerin çeşitli stratejiler ürettiğinin ve uyguladığının farkında olmak, ikincisi bu stratejilerin nasıl geliştirilebileceği üzerine düşünmek, üçüncüsü ise çevresel fırsat ve tehditler üzerine kafa yorma ve bunlardan yararlanmaya çalışmak olarak sıralanabilir (Ülgen ve Mirze, 2014: 33). Stratejik yönetim odaklı düşünce stratejik bilinç sahibi olmayı gerektirmektedir. Stratejik yönetim disiplinine göre stratejik bilinç sahibi olmak, rakiplere oranla farklı bakış açısına sahip olmayı ve rekabet üstünlüğünü ifade etmektedir (Özdaşlı ve Kandemir, 2016: 133).

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yönteminin uygulanması öngörülmüştür. İçerik analizinin amacı katılımcı görüşlerinin içeriklerinin objektif ve sistematik olarak tanımlanmasıdır (Altunışık vd. 2010: 322). Araştırma kapsamında Karaman ili KOBİ'lerinde yöneticilik pozisyonlarında bulunan bireylerle görüşme yapılarak önceden belirlenen sorulara yanıtlar aranmış, açılım ve bakış açıları yordanmıştır. Araştırmada açık uçlu ve yarı yapılandırılmış sorular kullanılmıştır. Araştırmanın ve bu kapsamda soruların dizayn edilme amacı KOBİ yöneticilerinin stratejik bilinç ve stratejik yönetim algılarını doğrudan yansıtmak ve bakış açısı farklılık ve benzerliklerini tespit etmektir.

2.1. Katılımcılar

Araştırma KOBİ kapsamında değerlendirilen özellikle imalat sektöründe faaliyet gösteren işletme yöneticileri üzerine kurgulanmıştır. Farklı eğitim düzeyi gruplarından müteşekkil olan bu yöneticilerin görüşlerine başvurulmak istenmiştir. Ancak ilk ve orta öğretime sahip olan yöneticilerden çalışma amaçları doğrultusunda sağlıklı veriler elde edilememiştir. Çalışmanın belirleyici kısıtlarından en önemlisi yönetim ve stratejik yönetim terminolojisi hakkındaki yetersizlik ve bilgisizliktir. Çalışma kapsamında yükseköğretim mezunu yöneticilerin açık uçlu ve yarı yapılandırılmış anket sorularına vermiş oldukları yanıtlar değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında görüşleri değerlendirilen yöneticilerin sayısı 16'sı erkek 6'sı kadın olmak üzere toplam 22'dir. Bu yöneticiler işletmelerinde birinci derece yöneticilik pozisyonunda bulunmaktadır. Yöneticilerin her birinin işletme sermayesinde mülkiyeti bulunmaktadır. Bu işletmelerin 20'si aile şirketi 2 tanesi ortaklık olarak faaliyetlerini yürütmektedir.

Tablo 1: KOBİ Yöneticilerine İlişkin Demografik Bilgiler

	Görev Yaptığı Sektör	Pozisyon	Yaş	Cinsiyet
1	Gıda Ürünleri İmalatı	Genel Müdür	45	E

2	Gıda Ürünleri İmalatı	Satış Müdürü	30	K
3	Gıda Ürünleri İmalatı	Genel Müdür	44	E
4	Gıda Ürünleri İmalatı	Satış Müdürü	33	K
5	Gıda Ürünleri İmalatı	Üretim Müdürü	41	E
6	Gıda Ürünleri İmalatı	Genel Müdür	34	K
7	Gıda Ürünleri İmalatı	Pazarlama Müdürü	38	E
8	Gıda Ürünleri İmalatı	Genel Müdür	42	E
9	Makine ve Ekipman	Genel Müdür	50	E
10	Makine ve Ekipman	Genel Müdür Yard.	42	E
11	Makine ve Ekipman	Genel Müdür	45	E
12	Otomotiv Parça	Genel Müdür	45	E
13	Mobilya İmalatı	Üretim Müdürü	29	E
14	Mobilya İmalatı	Genel Müdür	38	E
15	Kağıt Ürünleri İmalatı	Pazarlama Müdürü	40	E
16	Tarım Makinesi İmalatı	Genel Müdür	49	E
17	Plastik Ürün İmalatı	Genel Müdür Yard.	56	E
18	Plastik Ürün İmalatı	Finans Müdürü	42	K
19	Plastik Ürün İmalatı	Genel Müdür	52	E
20	Plastik Ürün İmalatı	Ar-Ge Müdürü	39	K
21	Elektrikli Ürün Techizatı	Genel Müdür	48	E
22	Ağaç Ürünleri İmalatı	Genel Müdür Yard.	42	K
			16	6
		TOPLAM		22

2.2. Nitel Araştırma Soruları

KOBİ yöneticilerinin stratejik bilinç ve stratejik yönetim görüşlerini ortaya koymak amacıyla görüşme sürecinde açık uçlu altı, yarı yapılandırılmış sekiz soruya yanıt aranmış, bu sorular çerçevesinde görüşmeler sonuçlandırılmıştır. Mülakat yönteminde elde edilen verilerin kalitesi görüşme sorularına ve görüşmeyi yapan kişiye bağlıdır (Özdemir, 2013:143). Bu kapsamda KOBİ yöneticilerine yöneltilen sorular Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: KOBİ Yöneticilerinin Stratejik Bilinç ve Stratejik Yönetim Algısına Yönelik Sorular

1	Kuruluşunuzdaki pozisyonunuz nedir?
2	Ne zamandan beri bu pozisyonda aktif olarak görev yapıyorsunuz?
3	Pozisyonunuz hangi özel görev ve sorumluluk alanlarını kapsamaktadır?
4	Kar amacı güden bir örgütün öncelikli amacı sizce hangisi olmalıdır ? () Olumlu Örgüt İmajı () Kar () Çalışan Memnuniyeti () Müşteri Memnuniyeti () Örgütün Sürekliliği () Topluma Hizmet Etme () Piyasa Değerini Artırma ().....
5	Stratejik Yönetim terimine ne kadar aşinasınız ? Stratejik Yönetim teriminden ne anlıyorsunuz?
6	Stratejik Yönetimi örgüt sürekliliği için farklılaşma ya da rekabet avantajı sağlama süreci olarak kabul ediyor musunuz ?
7	Stratejik Yönetim örgütünüz açısından uygulanabilir bir yaklaşım mı? Değil ise ne gibi örgütsel yada çevresel gelişmelere ihtiyacınız var ?
8	Stratejik yönetim uygulamalarının hangi paydaşların sorumluluğunda ya da etki alanında olduğunu düşünüyorsunuz? (Birden fazla işaretleme yapabilirsiniz) () Üst Yönetim () Departman Yöneticileri () Çalışanlar () Rakipler () Müşteriler () Devlet () Ortaklar () Ekonomik Gelişmeler () Sosyal Gelişmeler () Toplumsal Kültür
	STRATEJİK BİLİNÇ DÜZEYİ SORULARI
9	Farklı Kurum ve rakiplerinizin çeşitli stratejiler ürettiğini ve uyguladığını düşünüyor

	musunuz?
10	Farklı Kurum ve rakiplerinizin stratejilerinin nasıl geliştirilebileceği üzerine düşünüyor musunuz?
11	Değişim için çevresel fırsat ve tehditleri kollayıp; anlamaya çalışmak ve değerlendirmek için kafa yoruyor musunuz?
12	Aşağıdaki temel stratejiler hakkında bilginiz var mı? Bu stratejilerden hangisini uygulamaktasınız ? a)Büyüme Stratejileri b)Küçülme Stratejileri d)Durağan Stratejiler e)Karma Stratejiler
13	Aşağıdaki rekabet stratejileri hakkında bilginiz var mı? Bu stratejilerden hangisini uygulamaktasınız ? a)Maliyet Liderliği Stratejisi b) Farklılaştırma Stratejisi d)Odaklanmış Strateji e)Birleşik Rekabet Stratejisi
14	Stratejik Yönetim ile ilişkilendirdiğiniz kavramları nelerdir belirtiniz ? (Lütfen Birden fazla kavram belirtiniz)

3.BULGULAR

Araştırma kapsamında görüşülen KOBİ yöneticilerinin pozisyonları; Genel Müdür, Genel Müdür Yardımcısı, Pazarlama Müdürü, Finans Müdürü, Üretim Müdürü, Ar-Ge Müdürü şeklinde ifade edilmiştir. Çalışma süreleri ile ilgili 3 ila 25 yıl arasında değişen belirli çalışma periyotlarından bahsedilmiştir. Görüşlerine başvuruluna KOBİ yöneticilerinin özel görev ve sorumluluk alanlarına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Kar amacı güden bir örgütün öncelikli amacı sizce hangisi olmalıdır? sorusuna verilen cevaplar içerisinde oniki yöneticinin örgüt sürekliliği ve kalıcılık, altı yöneticinin kar, dört yöneticinin müşteri memnuniyeti ve bir yöneticinin de olumlu işletme imajı üzerinde durduğu ve bu kavramlara atıf yaptığı tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında yöneltilen sorulara verilen yanıtlardan elde edilen sonuçlar Tablo 3. içerisinde ayrıntılı şekilde gösterilmiştir.

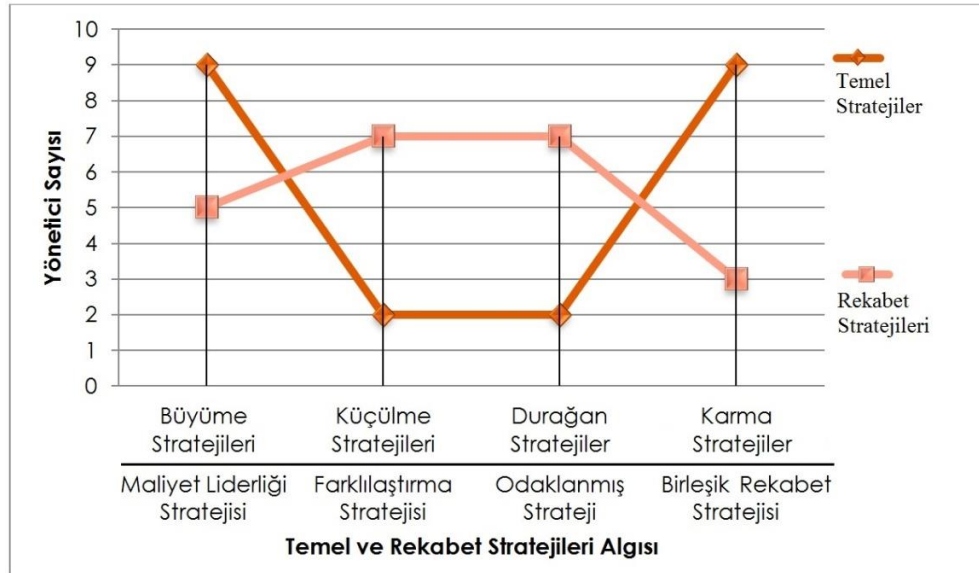
Tablo 3: KOBİ Yöneticilerinin Stratejik Bilinç ve Stratejik Yönetim Sorularına Yönelik Görüşleri

1	Genel Müdür, Genel Müdür Yardımcısı, Pazarlama Müdürü, Finans Müdürü, Üretim Müdürü, Ar-Ge Müdürü
2	Belirli Çalışma Süreleri
3	Özel Görev ve Sorumluluk Alanları
4	Örgütün Sürekliliği - 12 Kar - 6 Müşteri Memnuniyeti - 4 Olumlu Örgüt İmajı - 1
5	Rekabet Üstünlüğü, Sürdürülebilir rekabet, İşletme sürekliliği, Ortalamanın üzerinde kar, Geleceği şekillendirmek, Kurumsal yönetim, Değer yaratmak
6	Stratejik Yönetimi örgüt sürekliliği için farklılaşma ya da rekabet avantajı sağlama süreci olarak kabul ediyor musunuz ? Evet, onay, kesinlikle
7	Stratejik Yönetim örgütünüz açısından uygulanabilir bir yaklaşım mı? Evet, onay, kesinlikle uygulanabilir bir yaklaşım Değil ise ne gibi örgütsel yada çevresel gelişmelere ihtiyacınız var ? Personel eğitimi, kurumsallaşma, profesyonel çalışan
8	Stratejik yönetim uygulamaları hangi paydaşların sorumluluğunda ya da etki alanında ? (Birden fazla kavram) Üst Yönetim-17, Ekonomik Gelişmeler-11, Departman Yöneticileri-8, Devlet-8 Çalışanlar-8, Rakipler-7, Müşteriler-6, Ortaklar-6, Toplumsal Kültür-6 Sosyal Gelişmeler-5
STRATEJİK BİLİNÇ DÜZEYİ SORULARI	
9	Farklı Kurum ve rakiplerinizin çeşitli stratejiler ürettiğini ve uyguladığını düşünüyor musunuz?
10	Farklı Kurum ve rakiplerinizin stratejilerinin nasıl geliştirilebileceği üzerine düşünüyor musunuz?

11	Değişim için çevresel fırsat ve tehditleri kollayıp; anlamaya çalışmak ve değerlendirmek için kafa yoruyor musunuz?
	Stratejik bilinç sahibi olma ile ilgili 9., 10. ve 11. sorulara ilişkin onsekiz yöneticinin bakış açısının olumlu olduğu ve bu düşünceye sahip olduğu, dört yöneticinin üçünün farklı kurum ve rakiplerin stratejilerinin nasıl geliştirilebileceği üzerine kafa yormadığı, diğer yöneticinin ise çevresel fırsat ve tehditlerle ilgilenmediği tespit edilmiştir.

12. ve 13. sorularda KOBİ yöneticilerinin temel ve rekabet stratejileri hakkında farkındalık düzeyi ve bunlardan hangilerinin uygulandığı yordanmaktadır. Bu konuda görüşme yapılan yöneticilerin temel ve rekabet stratejilerle ilgili sınırlı düzeyde bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir. Tablo 4 içerisinde KOBİ yöneticilerinin güncel olarak uyguladıkları stratejilerin ayrıntılı gösterimi yer almaktadır. Tablo 4'e göre yönetici katılımcıların dokuzunun büyüme stratejisi, ikisinin küçülme stratejisi, ikisinin durağan strateji ve son olarak dokuzunun karma strateji uyguladığı ifade edilmektedir. KOBİ yöneticilerinin rekabet stratejilerine yönelik bir sorgulama yapıldığında bu yöneticilerin beşinin maliyet liderliği stratejisi, yedisinin farklılaştırma stratejisi, yedisinin odaklanmış strateji ve son olarak üçünün birleşik rekabet stratejisini benimsediği tespit edilmiştir.

Tablo 4: KOBİ Yöneticilerinin Uyguladığı Stratejiler



Karaman ili imalat sektöründe faaliyet yürüten KOBİ yöneticilerinin Stratejik Yönetim ile ilişkilendirdiği kavramlara yönelik kelime bulutu aşağıda yer almaktadır.



Şekil 1: KOBİ Yöneticilerinin Stratejik Yönetim ile İlişkilendirdiği Kavramlar Kelime Bulutu

Kelime bulutu, sınırları önceden belirlenmiş metinler içinde yer alan kelimelerin istatistikî frekans ağırlığı temel alınarak oluşturulmuş görsel bir şekildir. İçerik analizi yönteminde en fazla kullanılan temel ünite kelimelerdir (Altunışık vd., 2010: 325). Şekil 1'de yer alan yöneticilerinin stratejik yönetim ile ilişkilendirdiği kavramlar kelime bulutu incelendiğinde rekabet, farklılaşma, misyon, strateji, vizyon, imaj, kalite, küreselleşme, marka ve temel yetenek kavramlarının öncelikli temalar olduğu görülmektedir. Bu kavramların ayrıntılı frekans dağılımı Tablo.5 üzerinde gösterilmiştir.

Tablo 5: KOBİ Yöneticilerinin Stratejik Yönetim ile İlişkilendirdiği Kavramlar Tablosu

	Kelime	Length	Sayı	Weighted Percentage (%)
1	rekabet	7	19	006
2	farklılaşma	11	16	005
3	misyon	6	16	005
4	strateji	8	15	005
5	vizyon	6	14	004
6	imaj	4	13	004
7	kalite	6	13	004
8	küreselleşme	12	13	004
9	marka	5	13	004
10	temel yetenek	12	13	004
11	gelecek	7	12	004
12	kurumsallaşma	13	12	004
13	liderlik	8	12	004
14	planlama	8	11	003
15	swot	4	11	003

SONUÇ

Örgütlerin özellikle belirli bir amaç doğrultusunda ekonomik bir takım işlevleri bulunan örgütlerin öncelikli amacı sürekliliktir. Bu amacı göz ardı ederek kar vb. unsurları ön plana alan örgütlerin yaşama şansı bulunmamaktadır. Günümüzde ekonomilerin en temel yapıtaşlarını KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'lerin en büyük sorunlarından bir tanesi de sürekliliklerini sağlayamamalarıdır. Dünya'nın hemen hemen her bölgesinde KOBİ'leri destekleyici politikalar yürütülmektedir. KOBİ'lerde sürekliliğin sağlanması rekabet avantajına sahiplik, farklılaşma ve gelecek öngörüsü gibi stratejik yönetim uygulamalarının benimsenmesi ve geliştirilmesine dayanmaktadır. Günümüzde küresel ölçekte yer alan örgütlerin kuruluş ve gelişim aşamalarında gelecekle ilgili çok farklı öngörü ve projelere sahip olduğu bilinmektedir. Bu açıdan KOBİ'lerde stratejik yönetim algısının güçlenmesi ve benimsenmesi KOBİ'lerin sürekliliklerine hizmet etmektedir.

Bu çalışmanın öncelikli amaçlarından bir tanesi de KOBİ yöneticilerinde stratejik yönetim uygulamalarına yönelik farkındalık yaratmaktır. Görüşme yapılan KOBİ yöneticilerinin her biriyle yönetim, gelecek ve stratejik yönetim çerçevesinde mülakat yapılarak stratejik bilinç ve stratejik yönetim hakkındaki görüşleri ve bilgileri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın başlangıç aşamasında her eğitim düzeyinden Karaman imalat sektörü KOBİ yöneticileri ile görüşülmüştür. Ancak çalışma verilerinin değerlendirme aşamasında üniversite eğitim düzeyi altındaki yöneticilerin görüşleri analiz dışında bırakılmıştır. Bunun nedeni test edilmek istenen stratejik yönetim disiplini, uygulamaları, kavramları ve bilinç düzeyine ilişkin terminoloji ve teorik bilginin yeterli düzeyde bulunmamasıdır. Bu kapsamda KOBİ'ler ele alındığında profesyonel yöneticilik eksikliği ve eğitim açığı bulunduğu görülmektedir.

Çalışma sonuçları değerlendirildiğinde KOBİ yöneticilerinin öncelikli amaçlarını süreklilik dışında kar elde etmek, müşteri memnuniyeti sağlamak ve olumlu imaj oluşturmak şeklinde ifade ettikleri tespit edilmiştir. Dolayısı ile işletmelerin öncelikli amacının süreklilik olması gerçeği hakkında hala mutabık kalınmadığı görülmektedir.

Çalışmada görüşlerine başvurulmuş yükseköğretim mezunu yöneticilerin stratejik bilinç ve stratejik yönetim algılarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Yöneticiler günümüz dünyasında rekabetin öneminin farkında ve rekabetüstü bir avantajın nasıl elde edilebileceğine yönelik çaba içerisinde. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulardan en önemlisi Endüstri 4.0 gibi bir fenomenle ilgili gelecek öngörüsüne sahip bulunmalarıdır. Yöneticilerin temel ve rekabet stratejileriyle ilgili görüşleri ve uygulama planları bulunmaktadır. Elde edilen çarpıcı bulgulardan birisi de yöneticilerin stratejik yönetimle ilişkilendirdiği kavramlar içerisinde misyon kavramının vizyon kavramından daha önce gelmesidir. Bir işletmenin belirlediği misyon ve vizyon ifadeleri, sürekliliğin sağlanması açısından rehber bilgi kaynağıdır (Aytar ve Soylu, 2017: 119). Yine KOBİ yöneticilerinin imaj ve marka gibi pazarlama kavramlarını stratejik yönetimle ilişkilendirmeye, sebep - sonuç ilişkisi içerisinde bu kavramları konumlandırmaya çalıştıkları görülmektedir.

Ülkemizde ekonominin bel kemiğini oluşturan, istihdam ve hizmet açısından toplumsal refaha katkı sunan KOBİ'ler, ülke geleceği açısından stratejik öneme sahiptir (Bozkurt ve Baştürk, 2009: 67). Bu işletmelerin katma değeri yüksek üretim yaparak, sürekliliklerini sağlamaları, stratejik bilinç sahibi olmayı gerektirmektedir. Günü kurtarmak, kısa vadeli kazançlar elde etmek yerine uzun vadeli ve stratejik bakış açısına sahip uygulamalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu açıdan KOBİ yöneticilerinin stratejik yönetim hakkında daha derin bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Stratejik yönetim bakış açısı KOBİ'lerin büyümesi ve küresel bir güç olması için yöneticilerin uygulayacağı enerji kaynağı niteliğinde bir yol haritasıdır.

Teşekkürler: Bu çalışmanın 14-AG-18 No'lu Proje Yayın Desteği Kapsamına Alınmasından Dolayı Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü'ne Teşekkür Ederiz. (We thank to Karamanoğlu Mehmetbey University Scientific Research Projects Coordinatorship due to Project Support for Project No. 14-AG-18)

KAYNAKLAR

- Altunışık, R., vd. (2010). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Aytar, O. ve Soylu, Ş. (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Misyon ve Vizyon İfadelerine Yönelik Bir İçerik Analizi, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (3), ss. 117-131
- Bircan, İ. (1999). Türk Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim ve Vizyon,, Planlama Dergisi, Özel Sayı, ss. 11-20.
- Bozkurt, V. ve Baştürk, Ş. (2009). Kobi Girişimcilerinde Risk Ve Belirsizlik Algıları: Bursa Örneği, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 64 (2), ss. 43-74.
- Ercan, C. (2017). KOBİ'lerde Yöneticilerin Muhasebe Bilgi Düzeylerinin Araştırılması: Kilis Organize Sanayi Bölgesi Örneği, MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 15 (2), ss. 309-328.
- Güven, A. (2014). Kamu Yönetiminde Geleceğin İnşasında Stratejik Bakış, Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi, 2 (2), ss. 63-80.
- Koçel, T. (2018). İşletme Yöneticiliği, İstanbul, Beta Basım Yayım.
- KSEP (2015), Kobi Strateji ve Eylem Planı 2015-2018, [http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KSEP/Kobi_Stratejisi_ve_Eylem_Plani\(2015-2018\).pdf](http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KSEP/Kobi_Stratejisi_ve_Eylem_Plani(2015-2018).pdf) , Erişim Tarihi: 10.07.2018
- Latif, H. ve Muslu, Ş. (2015). Türk İşletmelerinin Misyon ve Vizyon Kavramlarında Anlam Karmaşası, İ. Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi, 26 (78), ss. 12-32.
- Özdaşlı, K. ve Kandemir, H. (2016). Dağcılık Sporunun Stratejik Bilince Etkisi: Bir Tırmanış Senaryosu Üzerinden Değerlendirme, ÇATALHÖYÜK Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (1),ss. 131-145.
- Özdemir, A. (2013). Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamalar, İstanbul, Beta Basım Yayım.
- Pearce, J.,A. ve Robinson, R.,B. (2015). Stratejik Yönetim, Geliştirme, Uygulama ve Kontrol, (Çev. Mehmet Barca), Ankara, Nobel Yayınları.
- Satı, Z. E. ve Işık, Ö. (2011). İnovasyon ve Stratejik Yönetim Sinerjisi: Stratejik İnovasyon, CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (2), ss. 538-559.
- Summak, M. E. (2016). Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İletişim Yönetimi Faaliyetleri Üzerine Teorik Ve Uygulamalı Bir Çalışma, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 41.Yıl Özel Sayısı, ss. 155-168.
- Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2014). İşletmelerde Stratejik Yönetim, İstanbul, Beta Basım Yayın.