

 inglobetr

 inglobetr

 inglobetr

INNOVATION AND GLOBAL ISSUES CONGRESS III

EXTENDED ABSTRACTS BOOK

Patara Antique City Parliament Building, ANTALYA
APRIL 26-29, 2018

www.inglobe.org



EDITORS

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ
Ragıp PEHLİVANLI
Karlygash ASHIRKHANOVA

ISBN 605825326-8



INNOVATION AND GLOBAL ISSUES ACADEMY

April 26-29, 2018

Patara Antique City Parliament Building

Kaş / Antalya / TURKEY

EXTENDED ABSTRACTS BOOK

EDITORS

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ

Ragıp PEHLİVANLI – Karlygash ASHIRKHANOVA

www.inglobe.org

congress@inglobe.org

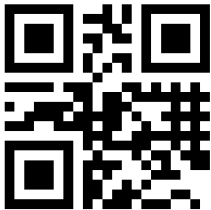
(+90) 312 911 0799



All rights of this book belongs to editors. Can be used by giving reference. Scientific and ethical responsibilities of the writings belong to authors and copyright belongs to InGlobe editors. The authors are responsible for the correctness of the content and resources of the writings.

Copyright © 2018

Innovation and Global Issues in Social Sciences. All rights reserved.



CONGRESS ID

Name of Congress

Innovation and Global Issues Congress III

Type of Participation

Davetli ve Çağrılı / Keynote and Invited

Date and Place

26-28-29 Nisan 2018

Kaş / Antalya / TÜRKİYE

President

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ

Head of Board

Ragıp PEHLİVANLI

General Coordinator

Dr. Betül HAYRULLAHOĞLU

Organizator

InGlobe Platform

Platform

Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism

Kaş Municipality

Akdeniz University

Manas University

Association of Patara Culture and Tourism

Regularity Board

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ

Prof. Dr. Erkan ERDİL

Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ

Prof. Dr. Kanat CANUZAKOV

Prof. Dr. Roza AMANOVA

Prof. Dr. Suat KOLUKIRIK

Assoc. Prof. Ajla ŠKRBIĆ

Assoc. Prof. Elbeyi PELİT

Assoc. Prof. Birol AKGÜL

Assoc. Prof. Selim Hilmi ÖZKAN

Spec. Araz ASLANLI

Executive Board

Ragıp PEHLİVANLI

Dr. Betül HAYRULLAHOĞLU

Canberk PEHLİVANLI

Dilara ZORLUTUNA

Dr. Fulya KÖKSOY

Gulshat SHAIKENOVA

Karlygash ASHIRKHANOVA

Mariana MANKO

Ufuk AYGÜN

Yasin SOFTA

Mission Team

Aiperi DZHURAEVA – Ali Burak ULUÇAY- Ayşen KEKLİK-Büşra YILMAZ-Halil İbrahim
MANTAR-Shahzeb Sultan TIWANA

ÖNSÖZ / FOREWORD

MÖ 5. Yüzyılda yaşıyan ünlü düşünür Herodot “Patara dünyada yıldızların dünyaya en yakın görüldüğü yerdir” demiş. Herodot’tan 2.500 yıl sonra yeniden Patara’dayız. Yıldızların dünyadan en yakın görüldüğü yerde. Kum tepelerinin üzerinden yıldızları ve Ay’ı seyrediyoruz. InGlobe Kongrelerinin üçüncüsünde. Kongre katılımcıları bilim insanları ile birlikte.

200’ün üzerindeki tebliğleriyle hayat verdiler Kongreye her yaştan ve Türkiye’nin dört bir köşesinden gelen bilim insanları. Sosyal Bilimlerin farklı alanlarında sundukları ve her biri birbirinden ilginç tebliğleriyle.

MÖ 1.000-400 yılları arasında Likya Devletinin başkentliğini yapmış eskinin Patara’sı, şimdinin Gelemiş Köyü. Pers, Hitit, Mısır İmparatorluklarının da hüküm sürdüğü dönemde. Demokrasi burada doğmuş. Başkenti Patara olan Likya Devleti dünyanın ilk federatif yapısını kurmuş. Şehir devletleri ve onların temsilcileri Patara’daki meclis binasında ülkelerinin sorunlarını tartışmışlar, çözümler üretmişler. Devletin başkanlığını da her yıl değişmek üzere şehir devletinin birinden gelen temsilci yürütmüş. Yasama-Yürütme ve Yargı erkleri ilk kez birbirinden bağımsız çalışmaya başlamış. Likya modeli Monteskiyö’nün 1748 yılında yayımladığı “Kanunların Ruhu” isimli eseriyle dünyaya tanıtılmış. Bu yönetim şekli başka birçok ülkeye olduğu gibi bugünkü ABD’ye de model oluşturmuş. Avrupa Birliği de aynı modeli uyguluyor günümüzde.

Katılımcılar tebliğlerini dünyanın ilk meclis binası unvanını taşıyan Patara Meclisinde sundular. Restorasyonu tamamlanmış aynı meclis binasında açılış konuşmalarını yaptık. En etkili konuşmayı Patara Antik Kenti kazı çalışmalarını yürüten Arkeolog Prof. Dr. Havva Işık Hanımefendi yaptı. İşine sevdalı bu bilim insanı coşkuyla, heyecanla Pataralıları anlattı bize. Havva Hoca Kazı Evi’nin bahçesine geleneksel fidan dikim görevimizi yerine getirdik. Bir badem ağacı diktik. Adını “InGlobe Badem” koyduk. Havva Hoca ve saygıdeğer eşi Prof. Dr. Fahri Işık “fidanımıza çocukları gibi bakacakları” sözünü verdiler bize.

Patara Noel Baba’nın doğduğu şehir. Dünyanın ilk deniz feneri burada inşa edilmiş. Bizim atalarımızın bölgeye hakimiyeti 13. yüzyılda. Tekeoğulları hâlen Teke Yarımadası diye bilinen bölgeyi ele geçirmiş.

Bugünün Patarası adı Gelemiş olan 200 haneli bir köy. Halkı seracılıkla uğraşırken turizmin ortaya çıkmasıyla pansiyon, gözleme... Gelemiş Köyü muhtarı Arif Otlu’nun pembeli-beyazlı çiçekli begonvil ağaçlarının çevrelediği restoranında leziz köy yemekleri yedik. Buse Gözlemede...

Katılımcılar yeni dostlar edindiler, mevcut dostluklarını güçlendirdiler... Gelemiş ormanlarından enerji depoladılar... Horoz sesleriyle uyandılar, tavukların yumurtlama öncesindeki canhıraş bağrıışlarını dinlediler... bir de Gelemişli bir pansiyoncunun anlattığı şu anekdotu:

Horoza sormuşlar:

-Tavuk mu yumurtadan çıkar, yumurta mı tavuktan?

Horoz cevap vermiş:

-Ben anlamam arkadaş, ben sadece kendi işime bakarım!

Prof. Dr. Nurettin BİLİCİ
Head of Congress

SCIENTIFIC ADVISORY BOARD

PROF. DR.	ROZA	AMANOVA	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	STALBEK	BAKTIGULOV	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	FATİH	BAŞBUĞ	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	TSENDİİN	BATTULGA	NATIONAL UNIVERSITY OF MONGOLIA
PROF. DR.	NURETTİN	BİLİCİ	ÇANKAYA UNIVERSITY
PROF. DR.	VEYSEL	BOZKURT	İSTANBUL UNIVERSITY
PROF. DR.	ALICJA	BRODZKA	WROCLAW UNIVERSITY OF ECONOMICS
PROF. DR.	KANAT	CANUZAKOV	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	EKREM	CAUSEVİC	UNIVERSITY OF ZAGREB
PROF. DR.	ELİF SİBEL	ÇAKAR	KIRKLARELİ UNIVERSITY
PROF. DR.	MAHMUT	ÇELİK	MACEDONIA GOCE DELČEV UNIVERSITY OF ŠTIP
PROF. DR.	ORHAN	DENİZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
PROF. DR.	ALİ	DUYMAZ	BALIKESİR UNIVERSITY
PROF. DR.	ERKAN	ERDİL	MIDDLE EAST TECHNICAL UNIVERSITY
PROF. DR.	NEVİN GÜNGÖR	ERGAN	HACETTEPE UNIVERSITY
PROF. DR.	HARUN	GÜNGÖR	ERCİYES UNIVERSITY
PROF. DR.	MÜBARİZ	HASANOV	OKAN UNIVERSITY
PROF. DR.	FADIL	HOCA	MACEDONIA INTERNATIONAL VISION UNIVERSITY
PROF. DR.	URKIMBAEVA DUYSENGUL	ISAEVNA	ABYLAYKHAN UNIVERSITY
PROF. DR.	NAZIM	İBRAHİM	SAINTS CYRIL AND METHODIUS UNIVERSITY OF SKOPJE
PROF. DR.	AMİNA	JESENKOVIĆ	INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
PROF. DR.	İRFAN	KALAYCI	İNÖNÜ UNIVERSITY
PROF. DR.	ŞENOL	KANTARCI	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	MXIA	KHAKHUTAİSHNİLİ	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	SUAT	KOLUKIRIK	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	DUR SUN	KÖSE	MEHMET AKİF ERSOY UNIVERSITY
PROF. DR.	ALEV	KURU	GAZİ UNIVERSITY
PROF. DR.	REMZİ	KILIÇ	ERCİYES UNIVERSITY
PROF. DR.	MARIYA	LEONTIK	MACEDONIA GOCE DELČEV UNIVERSITY OF ŠTIP
PROF. DR.	KEREM HATEMOĞLU	MEMMEDLİ	BAKÜ STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	İRFAN	MORİNA	KOSOVO UNIVERSITY
PROF. DR.	ADİLE	NAZEROVA	AZERBAIJAN EDUCATION INSTITUTE
PROF. DR.	LEONID	NAKOV	SKOPJE UNIVERSITY
PROF. DR.	SERİK	OMİRBAYEV	NORTH KAZAKHSTAN STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	KEMAL	ÖKTEM	HACETTEPE UNIVERSITY
PROF. DR.	SULEYME NOVA JARKINBIKE	NUAYKIZI	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
PROF. DR.	ZEKİ	PARLAK	MARMARA UNIVERSITY
PROF. DR.	HAMİT	PEHLİVANLI	KIRIKKALE UNIVERSITY
PROF. DR.	ŞERAFETTİN	SEVİM	DUMLUPINAR UNIVERSITY
PROF. DR.	İNGA	SHAMİLİSHVİLİ	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	YURİSTANBEK	SIGAYEV	MANAS UNIVERSITY
PROF. DR.	MUSTAFA	TALAS	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
PROF. DR.	LİLE	TANDİLAVA	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	NANA	TSETSKHLADZE	BATUMİ SHOTA RUSTAVELI STATE UNIVERSITY
PROF. DR.	MUSTAFA	TAŞLIYAN	KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY
PROF. DR.	CEYLAN GAZİ	UÇKUN	KOCAELİ UNIVERSITY
PROF. DR.	M. DEMET	ULUSOY	HACETTEPE UNIVERSITY
PROF. DR.	AHMET	UZUN	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	MUSTAFA	ÜNAL	ERCİYES UNIVERSITY
PROF. DR.	H. GÜÇLÜ	YAVUZCAN	GAZİ UNIVERSITY

PROF. DR.	MUSTAFA	YILDIRAN	AKDENİZ UNIVERSITY
PROF. DR.	MEHMET ZEYDİN	YILDIZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
PROF. DR.	BÜLENT	YILMAZ	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
PROF. DR.	MELİHA	YILMAZ	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ÇAĞATAY	AKENGİN	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BİROL	AKGÜL	ERCİYES UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MEHMET	AKSARAYLI	DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MUSTAFA	AKSOY	MARMARA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MÜSLÜME	AKYÜZ	CUMHURİYET UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SELAHATTİN	AVŞAROĞLU	NECMETTİN ERBAKAN UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ALİ	AYATA	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SİBEL MEHTER	AYKIN	AKDENİZ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MİRA	BALTYMOVA	AKTOBE STATE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MEHMET HANEFİ	BAYRAM	AKDENİZ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	AHMET	BAYTOK	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	TAMER	BUDAK	İNÖNÜ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	TUBA	BÜYÜKBEŞE	HASAN KALYONCU UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	EREN	ÇAŞKURLU	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	HACER MUTLU	DANACI	AKDENİZ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ORHAN	ELMACI	DUMLUPINAR UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	OKTAY	EMİR	ANADOLU UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MURAT	ERCAN	BİLECİK ŞEYH EDABALİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	TAMER	EREN	KIRIKKALE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BİROL	ERKAN	UŞAK UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KEMAL	EROL	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	CEREN	GİDERLER	DUMLUPINAR UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	EVREN	GÜÇER	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MUSTAFA	GÜLEÇ	ANKARA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SERKAN	GÜNEŞ	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BERRİN	GÜZEL	ADNAN MENDERES UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ANARBEK	IBRAYEV	MANAS UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KASIM	KARAMAN	ERCİYES UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	MELTEM	KATIRANCI	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	SELAHATTİN	KAYNAK	ONDOKUZ MAYIS UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	İBRAHİM	KILIÇ	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	EMİNE	NAS	SELÇUK UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KİŞİBAEV KACIMUHAN	ORAZOVIŞ	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ASIM	MEMMEDOV	GENCE STATE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	AİDOS	MUKHATAYEV	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ELBEYİ	PELİT	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	BENEDEK	PEN	MACARİSTAN BUDAPESTE EÖTVÖS LORAND UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	FATİH	SARAÇOĞLU	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	AJLA	SKRBIC	UNİVERSITY OF TRAVNIK
ASSOC. PROF.	EDİNA	SOLAK	ZENİCA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	HASAN HÜSEYİN	SOYBALI	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	VEHİ	SÖNMEZ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	FİKRET	SÖZBİLİR	ARTVİN ÇORUH UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	İBRAHİM	SUBAŞI	MARMARA UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	JANAR	SUINZHANOVA	AHMET YESEVİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	KONIRBAEVA SARAŞ	ŞAHİKIZI	KAZAKH STATE WOMEN'S TEACHER TRAINING UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ÜMRAN	TÜRKYILMAZ	GAZİ UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	OKYAY	UÇAN	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY

ASSOC. PROF.	SEYİT BATTAL	UĞURLU	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	ELVAN	YALÇINKAYA	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
ASSOC. PROF.	DİLEK	AKBULUT	GAZİ UNIVERSITY
DR.	ADİL	AKINCI	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	YALÇIN	ARSLANTÜRK	GAZİ UNIVERSITY
DR.	ALİ	AVAN	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
DR.	BARIŞ	AYTEKİN	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	ORKİDE	BAKALIM	UŞAK UNIVERSITY
DR.	EMRE VADİ	BALCI	UŞAK UNIVERSITY
DR.	HAKAN	BOZ	UŞAK UNIVERSITY
DR.	DOĞAN	BOZDOĞAN	GAZİOSMANPAŞA UNIVERSITY
DR.	SELÇUK	BUYRUKOĞLU	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	YASİN	ÇAKIREL	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	OĞUZ	ÇETİN	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	FETHİ	DEMİR	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
DR.	MEHRİBAN	EMEK	ADİYAMAN UNIVERSITY
DR.	METİN	EREN	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
DR.	NEZİRE DERYA	ERGUN ÖZLER	DUMLUPINAR UNIVERSITY
DR.	İFFET	KESİMLİ	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	NABİ	AZEROĞLU	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	EBRU BİLGİN	KOCATÜRK	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	MUSTAFA	METE	GAZİANTEP UNIVERSITY
DR.	ÖZGE TUÇE	GÖKALP	KIRKLARELİ UNIVERSITY
DR.	GÖKHAN	OFLUOĞLU	BÜLENT ECEVİT UNIVERSITY
DR.	MUSTAFA	ÖZALP	BOZOK UNIVERSITY
DR.	ERCAN	ÖZEN	UŞAK UNIVERSITY
DR.	BAYRAM	POLAT	ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY
DR.	SERKAN	SABANCI	SİİRT UNIVERSITY
DR.	EMİNE	ŞAHİN	GAZİANTEP UNIVERSITY
DR.	MEHMET RECEP	TAŞ	YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
DR.	MUSTAFA	TAYTAK	UŞAK UNIVERSITY
DR.	SALİH	TİRYAKI	UŞAK UNIVERSITY
DR.	MALİK	YILMAZ	ATATÜRK UNIVERSITY
DR.	ÖZCAN	ZORLU	AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
DR.	HANİFE	AKGÜL	ERCİYES UNIVERSITY
DR.	MÜKERREM	ATALAY ORAL	AKDENİZ UNIVERSITY
DR.	ERHAN	AYDIN	UŞAK UNIVERSITY
DR.	ABDULAZİZ	ELWALDA	MISURATA UNIVERSITY
DR.	BETÜL	HAYRULLAHOĞLU	UŞAK UNIVERSITY
DR.	FULYA	KÖKSOY	BATMAN UNIVERSITY
DR.	ABDULLAH	TEKBAŞ	CONSTITUTIONAL COURT

CONTENTS

Congress ID.....	II
Foreword.....	III
Scientific Advisory Board.....	IV
Contents	VII
Methods for Struggle Externalities in the Public Economy	1
<i>Hasan Bülent KANTARCI, Doğukan Salih KUTLUTÜRK</i>	<i>1</i>
The Role of Fiscal Policy in Ensuring Economic Stability	6
<i>Hasan Bülent KANTARCI, Reginald OKYERE.....</i>	<i>6</i>
Milli Takım Düzeyindeki Genç Bayan Güreşçilerin Sosyal Kaygı Durumlarının İncelenmesi	9
<i>Abdulkerim ÇEVİKER, İzzet İNCE, Metin BAYRAK.....</i>	<i>9</i>
Inflation Targeting as a Monetary Policy Rule.....	15
<i>Huriye ALKIN, Sayım IŞIK, Abdullah Emre ÇAĞLAR</i>	<i>15</i>
Asymmetric Price Behaviour in Milk Market of Burdur Province.....	18
<i>Kübra ÖNDER, Melisa TAYLAN.....</i>	<i>18</i>
Analysis on The Viability of Total Quality Management in Turkish Public Sector	20
<i>Hatice MESÇİ, Hasan Hüseyin UZUNBACAK</i>	<i>20</i>
Esnek Çalışma Biçimlerinden Evde(N) Çalışmanın İş İlişkileri Bakımından Türkiyedeki Mali ve Hukuki Boyutunun Analizi	24
<i>Abdulkerim ÇALIŞKAN, N. Fıratcan ÇINAR.....</i>	<i>24</i>
The Effects of Intangible Fixed Assets on Financial Performance: A Practice in Technology Companies in Borsa İstanbul	28
<i>Mehmet KAYGUSUZ, Şerafettin SEVİM, Tunga BOZDOĞAN.....</i>	<i>28</i>
Impact of Micro Finance on Small Enterprises in India	34
<i>Özcan ÖZTÜRK</i>	<i>34</i>
China in Latin America: Cooperation and Hegemony.....	38
<i>Ramazan İZOL</i>	<i>38</i>
Corporate Social Responsibility: Content Analysis of Banking Sector.....	41
<i>Ceren ORAL, Elçin KIPKIP, Sinem GEÇDOĞAN.....</i>	<i>41</i>
The Idealist Dialectic Understanding of Johann Gottlieb Fichte in the Context of Class-Based Sovereignty	45
<i>Ahmet Umut HACİFEVZİOĞLU</i>	<i>45</i>
Preservation of The Values on Which The European Union is Based	48
<i>Mehmet Hanifi BAYRAM.....</i>	<i>48</i>
Possible Impacts of Crowdfunding System on Entrepreneurs and Financial Markets in Turkey	52
<i>Ash AFŞAR.....</i>	<i>52</i>
As a Financial Development Channel The Financial Inclusion and Economic Growth Relationship: The Case of Turkey	60
<i>Muharrem AFŞAR.....</i>	<i>60</i>

An Overview of Turkish Accounting Education Symposiums	64
<i>Oğuzhan ÇARIKÇI.....</i>	<i>64</i>
Audit of Corporate Ethics Codes	69
<i>Mahmut Sami ÖZTÜRK, Hakan ÖZÇELİK.....</i>	<i>69</i>
Living with The Other Faces: Hospitality and Welcome Culture	72
<i>Merve ÖZDEMİR.....</i>	<i>72</i>
A Research on Service Quality of Skills Training Applications in Businesses in Accounting and Finance in Secondary Education Vocational Education.....	75
<i>Feride SAVAŞ, Şerafettin SEVİM, Tunga BOZDOĞAN.....</i>	<i>75</i>
Türkiye'de Demografik Fırsat Penceresi Üzerine İnceleme	79
<i>Hüseyin YILMAZ, Abdullah ELMAS.....</i>	<i>79</i>
The Role of Intermediaries in Marketing of Hospitality Enterprises: A Comparative Analysis of Hospitality Enterprises in Antalya and Nevşehir	82
<i>Erşan YILDIZ.....</i>	<i>82</i>
Personnel Management in Tourism Establishments and a Transition from Human Resource Management to Robotic Resources Management	92
<i>Erşan YILDIZ, Naci Atalay DAVUTOĞLU.....</i>	<i>92</i>
Rural Development, Rural Tourism, IPARD Programme, and Supported Rural Tourism Projects	95
<i>Erşan YILDIZ.....</i>	<i>95</i>
Aesthetic Labor and Burnout: A Study on Female Employees in Tourism Enterprises	98
<i>Ömer Akgün TEKİN.....</i>	<i>98</i>
Identification of the Factors Leading to the Emergence of Innovative Ideas for Industrial Projects: An Exploratory Field Study via Content Analysis	104
<i>Işılal Talay DEĞİRMENÇİ , İbrahim Sani MERT</i>	<i>104</i>
Technology Adoption Approaches for Innovative Applications in Tourism Industry: A Field Study via Interviews with Experts and Executives	107
<i>Bengisu YAVUZYILMAZ, Işılal TALAY DEĞİRMENÇİ.....</i>	<i>107</i>
The Effect of Organizational Trust on Organizational Commitment and Corporate Image: An Application on Hotel Employees	110
<i>Yusuı GÖKÇE, Azize HASSAN, Elbeyi PELİT, Faruk GÖKÇE.....</i>	<i>110</i>
Wearable Health Technologies.....	116
<i>Okan ÖZKAN, Gözde YEŞİLAYDIN, Ferda BÜLÜÇ.....</i>	<i>116</i>
A Semiotic Analysis on TV Ads with the ‘Milky Snacks’ Emphasis as Part of Consumerist Culture and Healthy Nutrition Trend	122
<i>Gülten ADALI AYDIN, Pelin ÜGÜMÜ AKTAŞ, Şükri AYDIN.....</i>	<i>122</i>
Hilye-î Şerif Tasarımında Deri-benzeri Malzeme Kullanımı.....	126
<i>Fatoş Neslihan ARĞUN, Meruyert KAYGUSUZ.....</i>	<i>126</i>
A Literature Screen for Content Marketing	129
<i>Ahmet SARITAŞ.....</i>	<i>129</i>
A Comparative Analysis on the Information Search Behavior of Workers in the Media Sector during the Adaptation Process to the Innovations	135
<i>İlknur AYDOĞDU KARAASLAN.....</i>	<i>135</i>
Toplumsal Cinsiyet ve Yerel Siyaset Ekseninde Türkiye’de Kadın Belediye Başkanları	143
<i>Abdullah ELMAS, Hüseyin YILMAZ.....</i>	<i>143</i>
Osmanlı Devleti’nde İmar İşleri (1453-1923).....	148

<i>Abdullah ELMAS, Mahir ÖZHAN</i>	148
Preservation of The Values on Which The European Union Is Based	150
<i>Mehmet Hanifi BAYRAM</i>	150
Evaluations on the Socio-Economic Situation of Diyarbekir Women in the 18th Century	154
<i>Veysel GÜRHAN</i>	154
International Public Relations Companies in the Context of International Public Relations	158
<i>Birol BÜYÜKDOĞAN</i>	158
Utilization of Expert Systems for the Evaluation of Traffic Data Collection Places	163
<i>Kadir Berkhan AKALIN, Abdulkadir OZDEN, Cagdas KARA</i>	163
Demand Analysis on Global Almond Trade	168
<i>Muhammet Yunus ŞİŞMAN</i>	168
Impact of Economic Stability Factors on Foreign Investments in MENA Countries	170
<i>Muhammet Yunus ŞİŞMAN</i>	170
The Entrepreneurship of Women as An Alternative for Sustainable Rural Development: A Sample of Afyonkarahisar	173
<i>Berfu İLTER, Sabriye KUNDAK, Vildan Saba AKTOP</i>	173
The Effect of Employees' Prosocial Motivation on Organizational Citizenship Behaviour: The Mediating Role of Intrinsic Motivation	177
<i>Hasan Hüseyin UZUNBACAĞ, Seyhan ÖZDEMİR, Tahsin AKÇAKANAT</i>	177
Eşya-Ürün, Zanaat-Ürün Tasarımı Kavramları Üzerine Ekonomi Politik Yaklaşım	186
<i>Merve YAVUZ, Dilek AKBULUT</i>	186
Trainee / Applicant Analysis for Practical Training Programs with Career Management at Large-Scale Hotel Chains	189
<i>Damla SÖNMEZ, Işıl Talay DEĞİRMENCI</i>	189
Review on OHS Regulations that Make Working Life Easier for Women	192
<i>Neşe YILMAZ</i>	192
An Evaluation on The Carbon Markets in Turkey Struggle with International Carbon Trading and Climate Change	196
<i>Ceren ORAL, Sinem GEÇDOĞAN, Elçin KİPKİP</i>	196
The Impact of Corporate Image on Organizational Commitment: LCWaikiki Example	204
<i>Canan Gamze BAL, Necmettin GÜL Ruşen AKDEMİR</i>	204
Küreselleşmenin Çıkmazı: Ulusallaşma Çabaları ve Küresel Marka Savaşları	210
<i>Bilge Nur ÖZTÜRK, Tolga ÖZTÜRK</i>	210
Relationship of Mobbing and Occupational Disease	213
<i>Neşe YILMAZ, Mehtap AĞIRGAN</i>	213
Psychological Agreement: A Study with Respect to Occupational Health and Safety Culture	217
<i>Neşe YILMAZ</i>	217
Violence to Healthcare Professionals: A Research in Çankırı State Hospital	223
<i>Firdes Durmuş YERLİGÖK, İsmail AĞIRBAŞ, Ferda BÜLÜÇ</i>	223
An Innovative Paradigm in Health: Mobile Health	227
<i>Gözde YEŞİLAYDIN, Okan ÖZKAN, Ferda BÜLÜÇ, Bayram GÖKTAŞ</i>	227
A Perspective Overview of Strategic Human Resource Management in The Context of Industry 4.0	234
<i>Naci Atalay DAVUTOĞLU, Erşan YILDIZ</i>	234
The Future of Strategic Management in The Process of Industry 4.0	237

<i>Naci Atalay DAVUTOĞLU</i>	237
Balance of Threat in the Middle East: Maronites	240
<i>Tolga ÖZTÜRK</i>	240
Barriers to Unionization in the Tourism Sector in the Post-Globalization: Antalya Case	243
<i>Nilgün KANER KOÇ</i>	243
GDP and Education Level Relationship: Panel Data Analysis on European Union Countries	249
<i>İsmail Sadık YAVUZ, Dilek GÖZE KAYA</i>	249
Sex of The Food: Gender and The Food	257
<i>Nazife GURHAN</i>	257
The Role of Environmental Loss in the Effect of Green Purchasing Behavior on Perceived Consumer Efficiency	261
<i>Ahmet SARITAŞ</i>	261
Re-Evaluation of Historical Places After Restoration Example of Payas Sokullu Mehmet Pasha Social Complex	266
<i>Mehmet PINAR</i>	266
Globalization of Culture and Peace by Looking at the Middle East	274
<i>Ramazan IZOL, Hasty SAYADY</i>	274
Residence and Roof Workplace Rental Agreement Through the Notice of The Rent Contract	278
<i>Dilara ZORLUTUNA</i>	278
Study of Financial and Socio-Environmental Return to the Public of River Side Arrangement Investments for Recreational Purposes through the Example of Manavgat	285
<i>Kübra Ayşe YILDIZ KEÇER, Fatih EREN</i>	285
Literature Review on Generation R Emerged by Changes in Working Life	290
<i>Akyay UYGUR, Şerife KARAGÖZ</i>	290
Etik Kodların İçerik Analizi İle Değerlendirilmesi	293
<i>İbrahim AKSEL, Zübeyir BAĞCI, Yeliz MOHAN BURSALI, Emine KOLBAŞI</i>	293
Corporate Social Responsibility: Content Analysis of Banking Sector	302
<i>Ceren ORAL, Elçin KIPKIP, Sinem GEÇDOĞAN</i>	302
Sosyal Ağlar ve Modern İnsanın Yalnızlaşması: Coca-Cola Reklam Örneği	309
<i>Eda SEZERER ALBAYRAK</i>	309
Sanctions and Prohibitions Included in the Act on Procedures of Collection of Public Receivables	313
The Assessment on withholding Application in Value Added Tax	318
<i>Fatih SARAÇOĞLU, Öner GÜMÜŞ</i>	318
Television Reporting in Local Media: The Case of Kanal V, Antalya's Local Television	323
<i>Murad KARADUMAN, Betül SABAHÇI</i>	323
A Study on Stock Exchange in Istanbul on Internal and External Factors Affecting the Working Capital Management of SMEs	327
<i>Mehmet APAN, İsmail KARATAŞ</i>	327
Examination of the Effects of Shifting Road Freight Transport to High-Speed Rail to Level of Service	334
<i>Kadir Berkhan AKALIN, Abdulkadir OZDEN, Murat KARACASU, Ozge YILDIZ, Zeyneb KARALOM</i>	334
Theme and Rheme as Components of The Actual Division	339
<i>Сарымбетова А. А.</i>	339
The Role of Nostalgia Proneness in the Effect of Brand Image, Corporate Image, Brand Trust and Involvement on Emotional Attachment: Global vs Local Brand	342
<i>F. Müge ARSLAN, Oylum KORKUT ALTUNA</i>	342

Methods for Struggle Externalities in the Public Economy

Hasan Bülent KANTARCI¹, Doğukan Salih KUTLUTÜRK²

Abstract

As the economic activities are increasing day by day and spreading to wider areas, the number of people affected by these activities also increasing. This has caused the issue of externality to become important in economics. Economic actors are producers and consumers. It is called externality that economic actors are influenced by economic behavior and movements by others in direct and indirect ways. In other words, if this behavior leads to positive outcomes on other market actors, positive externality leads to negative outcomes, negative externality can be mentioned. The pollution that a production facility gives to the environment as a result of its production activities is the negative externality (cost) to the other actors in the production, for example, the beekeeper takes the name of the positive externality of the benefits of the neighboring apple garden. Many cuts in the economy have different effects of externalities. In this study, firstly the concept of externality was discussed in general, the effects on the economy were mentioned, and the methods of struggle against the phenomenon in the market were mentioned by the state.

Keywords: Externalities, Negative Externalities, Positive Externalities.

JEL Codes: D62, D23

Kamu Ekonomisinde Dışsallıklarla Mücadele Yöntemleri

Özet

Ekonomik faaliyetlerin gün geçtikçe artması ve daha geniş alanlara yayılması dolayısıyla bu faaliyetlerden etkilenen kişilerin sayısı da yükselmektedir. Bu durum, iktisatta dışsallık konusunun önem kazanmasına neden olmuştur. Ekonomik aktörlerden olan üretici ve tüketicilerin iktisadi davranış ve hareketleri sonucunda doğrudan ve dolaylı yollar ile diğer piyasa aktörlerini etkilemesine dışsallık adı verilmektedir. Söz konusu bu davranış eğer diğer piyasa aktörleri üzerinde olumlu sonuçlara yol açıyorsa pozitif dışsallıklardan, olumsuz sonuçlara yol açıyorsa negatif dışsallıklardan söz etmek mümkündür. Bir üretim tesisinin, üretim faaliyetleri sonucunda çevreye verdiği kirlilik üreticiden diğer aktörlere olan negatif

¹ Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, hbkantar@kocaeli.edu.tr

² Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Doktora Öğrencisi, Dogukan_k@hotmail.com

dışsallık (maliyet) olarak adlandırılırken, arı yetiştiricisinin arıların komşu elma bahçesinin sahibine yaptığı fayda pozitif dışsallık adını almaktadır. Dışsallığın ekonomide pek çok kesime farklı etkileri bulunmaktadır. Yapılan bu çalışmada, öncelikle dışsallık kavramı genel olarak ele alınmış, ekonomideki etkilerinden bahsedilmiş ve devletin bu olguya karşı piyasada mücadele yöntemlerine değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dışsallıklar, Negatif Dışsallık, Pozitif Dışsallık.

1. Giriş

Bir ekonomik birim faaliyette bulunurken bir başka ekonomik birime pozitif veya negatif etkilerde bulunabilmektedir. Dışsallıklar farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bunlar; üreticiden üreticiye, üreticiden tüketiciye, tüketiciden üreticiye ve tüketiciden tüketiciye doğru olan dışsallıklardır (Giray, 2012; s.13). Üreticiden üreticiye olan dışsallıklarda, bir firmanın üretim faaliyetleri diğer bir üreticinin üretim olanaklarını olumlu ve ya olumsuz etkilemektedir. Örneğin, kimya sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın atıklarını göle veya denize bırakması sonucu deniz ürünleri sektöründe faaliyet gösteren üreticinin de elde ettiği ürünlerin verimliliğindeki düşme buna örnek gösterilebilir.

Üreticilerin tüketicilere sağladığı faydalar incelendiğinde ise teknoloji karşımıza çıkmaktadır. Üreticilerin teknolojiyi geliştirmesi ve kullanmasıyla, televizyon, bilgisayar ve cep telefonu gibi teknolojik ürünler tüketicilerin kullanımına sunulmuş ve zamanla bu icatlara ulaşım maliyet açısından kolaylaşmıştır. Tüketicilerden de üreticilere doğru da dışsallığın gerçekleşmesi mümkündür, Bu duruma örnek olarak, kişilerin kendi bahçelerinde yetiştirdiği çiçeklerden bal üretiminde bulunan kişilerin faydalanmasıdır. Bir tüketicinin diğer tüketiciye oluşturduğu fayda ise, etrafı kirletmesi ve çöp oluşturması örnek verilebilir. O halde aşağıdaki tabloda dışsallık türlerinin bir kesimden diğerine yansıma yolunu örnekler aracılığı ile görmek mümkündür (Pehlivan, 2008, s.45-46).

Negatif dışsallıklar konusunda, çıktının marjinal sosyal maliyeti marjinal özel maliyetine göre daha yüksek olurken, pozitif dışsallığın ortaya çıkması halinde çıktı, etkin düzeyden daha düşük bir seviyede gerçekleşecektir (Bakırtaş, 2015; s. 63-65). Dışsallıklar ile ilgili diğer bir yapılan ayırım marjinal ve inframarjinal dışsallık ayırımıdır. Buna göre; üretim veya tüketim aktivitesi sonucunda diğer üretici veya tüketicinin refah seviyesinde pozitif ya da negatif ilave bir değişimden söz edilebiliyorsa marjinal dışsallık söz konusu iken; etkilenen üretici veya tüketici dışsallık oluşturan aktivitedeki marjinal değişimlerden etkilenmiyorsa, yani, dışsallığa sebep olan faaliyetin marjinal faydası sıfır inframarjinal dışsallıktan söz etmek mümkün olacaktır (Kargı & Yüksel, 2010; s. 188). Son bir ayırım ise parasal ve bilgi dışsallığı ayırımıdır. Parasal dışsallık, bir üretim veya tüketim aktivitesinin piyasa – fiyat aktarımı aracılığıyla, fiyatlardaki değişimler vasıtasıyla, etki oluşturmasıdır. Teknolojik dışsallık ise, firma ya da endüstrinin geliştirmekte olduğu teknolojik aktiviteler sonucunda oluşturulan bilginin, söz konusu aktiviteler uygulanırken ortaya çıkan maliyetlere ortak olmayan diğer firma veya endüstrilere ekonomik fayda sağlaması durumu bilgi dışsallıkları olarak adlandırılmaktadır. (Türkcan & Kumral, 2013; s.2) (Kargı & Yüksel, 2010; s.189).

2. Dışsal Ekonomiler

Tam rekabet koşulları altında işleyen ekonomilerde piyasa aksaklıkları söz konusu olmamaktadır. Yani bir çok alıcı ve satıcının bulunduğu, alıcı ve satıcıların şeffaf ve tam bilgiye sahip olduğu, bu piyasa aktörlerinin homojen mal alıp, sattığı, piyasaya giriş ve çıkış engelinin bulunmadığı piyasalar tam rekabet piyasasının özelliklerini oluşturmaktadır (Bulutay, 1982; s.146-147). Tüm bu özelliklerin bulunduğu piyasalarda malların tüketiminden dolayı dışsal ekonomilerin oluşması söz konusu olmamaktadır.

Özel malların tüketimi sonucunda sadece o malı tüketen aktör fayda elde etmektedir. Ancak, günümüzde böyle bir piyasanın varlığı neredeyse imkansız olmaktadır. Dolayısıyla, toplumun diğer bireyleri de böyle bir tüketimden fayda elde edebilir ve ya zarara katlanabilirler. Bu durumda, tam rekabet piyasasından sapmalar ve piyasa aksaklıkları ortaya çıkacaktır ve dışsal ekonomiler sonucunda kaynak dağılımında etkinsizlik ve bozulmalar meydana gelecektir (Orhan, 1984; s.72).

Piyasa başarısızlıkları genellikle, dışsallıklar, ölçüğe göre artan maliyetler, doğal tekeller, asimetric bilgi ve gelirin eşitsizliği gibi durumlarda ortaya çıkmaktadır. Bunlar makroekonomik dengesizliklerin boyutunun büyümesine ve piyasalarda etkinsizliğe yol açan unsurların başında gelmektedir. Sadece parasal yönden dışsal ekonomileri ifade etmek yetersiz kalabilmektedir. Bir firmanın hareketleri, diğer firmaların fiyat dışındaki koşullarını etkiliyorsa gene dışsal ekonomilerin varlığında söz edilmektedir. Ancak piyasa fiyatlarının dışsallığı kapsamadığı durumda mal ve hizmetlerin marjinal sosyal maliyetleri veya marjinal sosyal faydaları her yönü ile ifade edilememektedir. Ekonominin var olan düzeni içerisinde dışsallıkların hangi yönden oluştuğu ve hangi tarafları etkilediğini belirlemek mümkün olsa da söz konusu tarafların dışsallıklardan sağladıkları fayda ve ya katlandıkları maliyetleri tam olarak saptayabilmek güç olmaktadır (Bakırtaş, 2015; s.61-62).

3. Dışsallıkların İçselleştirilmesi ve Tazmini

Dışsallıkların söz konusu olduğu piyasalarda kaynak dağılımı bozulacağından dışsallığın kontrolü için incelenen harcama ve üretim düzeyleri gerçeği yansıtmayacaktır. Böyle bir durumda negatif dışsallığa yani diğer piyasa aktörlerine zarar yükleyecek malların üretim düzeyi artış gösterecektir.

İktisat disiplininde dışsallıkların piyasa fiyatlarına dahil edilme sorunu bir çok tartışmaya yol açmış ve söz konusu sorun uluslararası boyuta taşınmıştır. Burada iki görüş karşımıza çıkmaktadır. Birincisi, herhangi bir devlet müdahalesine ihtiyaç duymaksızın ekonomik aktivitelerin birçok sonucunun birim içerisinde kalacak şekilde iktisadi birimler oluşturarak dışsallıkların içselleştirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Diğer bir görüş ise, piyasa – fiyat mekanizması, piyasanın aksaklığı olan dışsallıkları gidermede başarısız kalmıştır. Bu yüzden devletin piyasaya aktif müdahalesi zorunlu hale gelmiştir. Devlet bu aktif müdahaleyi; vergi, sübvansiyon, yasal düzenlemeler-sınırlamalar ve üretimi üstlenme gibi yöntemleri ve maliye politikası aletlerini kullanarak gerçekleştirmektedir (Kargı & Yüksel, 2010; s.191).

Her iki görüşün savunduğu yoldan hareket edilse de dışsallığın içselleştirilmesi genel olarak, mal ve hizmetlerin marjinal özel faydası veya maliyetinin sosyal fayda veya maliyetine eşitlenecek şekilde ayarlanmasıdır. Yani, negatif dışsallığın var olduğu bir ekonomide, içselleştirme yöntemi marjinal dışsal maliyetin marjinal özel maliyete eklenmesiyle

gerçekleştirilir. Pozitif dışsallığın geçerli olduğu durumda ise, içselleştirme yönteminde marjinal dışsal faydaya marjinal özel fayda eklenmelidir. Ancak dışsal fayda ve dışsal maliyetin gerçek değeri tam olarak belirlenemediği için içselleştirme yöntemi önemli sıkıntılar barındırmaktadır (Mas-Colell, Whinston, & Green, 1995; s.356).

4. Sonuç

Dışsallıkların söz konusu olduğu piyasalarda kaynak dağılımı bozulacağından dışsallığın kontrolü için incelenen harcama ve üretim düzeyleri gerçeği yansıtmayacaktır. Böyle bir durumda negatif dışsallığa yani diğer piyasa aktörlerine zarar yükleyecek malların üretim düzeyi artış gösterecektir. Kaynak dağılımında etkinsizliğin olduğu bu durumda, üretim azalacak ve marjinal sosyal maliyet eğrisi ve marjinal fayda eğrisinin kesiştiği denge miktarında üretim olacaktır. Böyle bir durumda negatif dışsallıklara yol açan aşırı mal üretiminin olduğundan bahsedilebilmektedir.

Kaynak etkinsizliğinin olduğu piyasada marjinal sosyal fayda, marjinal özel faydadan daha düşük seviyede olacaktır. Böyle bir durumda, bireyin özel getirisi marjinal getiriden daha fazla olan ortalama getiri düzeyinde olacaktır. Dışsallığın fayda veya zararlarını en düşük seviyelere indirmek amacıyla dışsallığın içselleştirilmesine yönelik pek çok ölçüt geliştirilmiştir ancak bu ölçütlerin büyük kısmının gerçek dünyadaki ekonomik aktivitelerin çoğunda karşılığı bulunmamaktadır. Bunun en temel nedenlerinden birisi, işlem maliyetlerinin yüksek olmasıdır.

Kamusal ekonomi araçları ise incelendiğinde de farklı uygulama zorluklarıyla karşılaşılabilir. Örneğin Pigou tipi vergilerin en optimal seviyesinin belirlenmesi durumunda marjinal zarar ve ya fayda aktörleri arasında eşit seviyede olmalıdır. Ancak söz konusu marjinal sosyal ve özel zararın piyasadaki parasal değerlerinin hesaplanması her zaman mümkün olmamaktadır. Kamusal müdahale sonucu dışsallığa neden olan aktivitelerin vergiler ve sübvansiyonlar gibi kamusal araçlarla engellenmeye çalışılması devlete yüksek maliyet yükleyebilmektedir. Dolayısıyla, siyasal sürecin işleyişinden dolayı bu uygulama her zaman geçerli olmamaktadır. Vergi ve sübvansiyonların hangi düzeyde olacağı da her zaman kesinlik oluşturmamaktadır. Çünkü, piyasada sosyal maliyet ve faydanın karşılığı her zaman tam olarak saptanamamaktadır. Bu yüzden gerek piyasa araçları gerekse kamusal araçların bir bileşimi olarak dışsallığa karma bir müdahalede bulunulmalıdır. Bu karma uygulamanın geçerli olabilmesi için öncelikle, gelir dağılımı adaleti, kamu gelirleri, kaynak tahsisi gibi konular dikkatle incelenmelidir.

Kaynakça

Bakırtaş, İ. (2015). “*Dışsallıklar Sorununun İçselleştirilmesinde Düzenleyici Vergiler ve Sübvansiyonların Etkinliği: Analitik Bir Yaklaşım*”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 7.

Bulutay, T. (1982). “*Dışsal Ekonomilerin Anlamı ve Önemi Üzerine*”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt:37, Sayı 1, 141-156.

Giray, F. (2012). “*Bilgi Ekonomisinde Entelektürel Mülkiyet Hakları Üzerinde Küreselleşmenin Etkileri ve Harmonizasyon Sorunu*”, İstanbul: Bilgesam Yayınları.

Mas-Colell, A., Whinston, M. D., & Green, J. R. (1995). *Microeconomic Theory*, New York: Oxford University Press.

Orhan, Ş. (1984). *Kamu Ekonomisi*, İstanbul: Okan Yayıncılık.

Pehlivan, O. (2008). *Kamu Maliyesi*, Trabzon: Derya Kitabevi.

Kargı, V., & Yüksel, C., (2010). “*Çevresel Dışsallıklarda Kamu Ekonomisi Çözümleri*”, Maliye Dergisi, Sayı 159, 183-202.

Türkcan, B., & Kumral, N. (2013). “*Yüksek Teknolojili Endüstrilerde Bilgi Dışsallıkları: İzmir Örneği*”, İzmir: Working Papers in Economics.

The Role of Fiscal Policy in Ensuring Economic Stability

Hasan Bülent KANTARCI¹, Reginald OKYERE²

Abstract

Economic stability happens to be an ultimate goal for almost all countries all over the world irrespective of their developmental status. This is due to the fact that, to attain a developmental status and/or to maintain a developmental status as a country depends largely on how stable the country's economy is. In view of this, the role of fiscal policies which are originally meant to cater for strict financial goals of the government must be broadened to include various economic and social objectives. The role of fiscal policies in ensuring economic growth and ultimately achieving economic stability cannot be underestimated owing to the fact that most determinants of economic growth and stability are directly or indirectly influenced by the State or government. This article analyses the essential role played by fiscal policies in ensuring economic stability by focusing on the role played by fiscal policies in managing inflation, and reducing unemployment.

Keywords: Economic Stability, Fiscal Policy, Inflation, Unemployment.

JEL Codes: F53, F55, F59.

1. Purpose of Work

Economic stability is one of the principal objectives of economic and fiscal policies. Economic stability is generally used to refer to a situation where the financial system of a country exhibits minor fluctuations in output growth and a sustained low inflation rate. To promote economic stability is partially dependent on the avoidance of economic and financial crises, high levels of inflation, huge swings in economic activity as well as preventing excessive volatility in foreign exchange and financial markets.

The effects of an unstable economy includes; impeding economic growth, discouraging investment and adversely affecting living standards (IMF, 2016). The dynamism of a market economy necessarily indicates there would be some volatility and gradual structural changes. Thus, the major impediment that is faced by policymakers is how to reduce instability in an economy without the economy's capability of improving living standards through the channels of employment, increase in productivity and sustainable growth adversely affected.

¹ Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, hbkantar@kocaeli.edu.tr

² Demokratik Kongo Cumhuriyeti, okyerereginald1816@yahoo.com

Although monetary and fiscal policies can have an influence on the level of economic activity in the short term, they cannot control the level of short term economic activity. However, there is uncertainty regarding the influence of policy changes in actively curbing economic fluctuations. This primarily is as a result of timing the implementation of such policies, inaccuracy in foreseeing the need for government intervention and inadequate knowledge of the impact of such policies.

2. Perspectives on the Role of Fiscal Policies in the Economy

Fiscal policy is the channel through which governments alter its expenditure that is its' spending levels and tax rates to monitor and influence a country's economy. It is often used together with monetary policies by the central bank to influence a country's money supply. Fiscal policies contribute to economic growth and the development of human resources by using a wide range of channels including both macroeconomic and microeconomic channels. From the macroeconomic perspective according to research done on developing countries, prudent fiscal policies such as low levels of public debts and low budget deficits is vital to achieve economic growth and reduce poverty (Dollar, David, and Kraay, 2001).

With higher growth of the economy, the dynamism of the economy is further enhanced and more fiscal resources can be generated to finance spending on human capital (Benedict, Sanjeev and Gabriela, 2004). Notwithstanding, the absolute effect of expansionary fiscal policies on economic activities especially in the short term has recently being in doubt especially in cases of high level and unsustainable public debt. Owing to bad macroeconomic effects that come along with high aid inflow and the inability to absorb them efficiently, expansionary budgets may not be the ideal option to stimulate growth for countries with huge foreign assistance (Benedict, Sanjeev and Gabriela, 2004).

The use of fiscal policies in developed countries has been a great success but the same cannot be said for developing countries. This can largely be attributed to the rigidity and narrowness of the tax structure in developing countries. Hence conditions favorable to the growth of well-knit and integrated tax policies are lacking in developing countries. Other factors contributing to the partial success of fiscal policies in developing countries include; the lack of statistical information regarding income, expenditure, savings, investment and employment, large-scale tax evasion, inefficient administrative machinery and a sizeable portion of most developing countries being non-monetized (Ionela and Diana, 2010) .

3. Role of Fiscal Policies in Ensuring Economic Stability

Economic stability is one of the main objectives of economic and fiscal policies. Economic stability is generally used to refer to a situation where the financial system of a country displays minor fluctuations in output growth and a sustained low inflation rate. To promote economic stability is partially dependent on the avoidance of economic and financial crises, high levels of inflation, huge swings in economic activity as well as the preventing excessive volatility in foreign exchange and financial markets. The effects of an unstable economy includes; impeding economic growth, discouraging investment and adversely affecting living standards (IMF, 2016). Economic stability can be achieved by a State through various channels and policies and one of the most powerful tools that can be used to achieve economic stability is the use of fiscal policies.

4. The Effects of Tax Policies on Unemployment

Tax related fiscal policies play a key role in influencing the unemployment rates of both developed and developing countries because it is a vital tool in boosting labor demand. Tax related policies which can be used to influence unemployment rates include the reduction in labor taxes, tax shifts and business tax incentives (IMF, 2012, p.16-20). Targeted measures for specific firms or sectors in terms of business tax incentives can reduce unemployment but are less effective in generating employment.

5. Conclusion

To achieve economic stability, fiscal policies happen to be if not the most important one of the vital tools which can be used by the state. The role played by fiscal policies in ensuring economic stability however varies based on the development status and or the stage of development of a country. In achieving economic stability the unemployment level and the inflation level of a country happens to be among the most important economic indicators used to access the economic stability of a country, and with respect to these economic indicators fiscal policies can play a significant role in achieving desired or targeted levels. Economic stability can be achieved by a country through various channels and policies and one of the most powerful tools that can be used to achieve economic stability is the use of fiscal policies. When used efficiently especially in respect to boosting employment levels, fiscal policies can determine the broad direction the economy of a particular country is going to take and aid economic growth.

References

Benedict J. Clements, Sanjeev Gupta and Gabriela Inchauste, 2004, "Helping Countries Develop: The Role of Fiscal Policy" ISBN/ISSN: 9781589063181/ pp. 2-3.

Dollar, David and Aart Kraay, 2001, "Growth Is Good for the Poor," World Bank Policy Research Working Paper No. 2587 (Washington, World Bank).

International Monetary Fund (IMF), (2016). How-the-IMF-Promotes-Global-Economic-Stability. <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/globstab.htm>.

International Monetary Fund (2012), "Fiscal Policy and Employment in Advanced and Emerging Economies]" p.16-20)

Ionela Popa and Diana Codreanu, Feb. 2010, "Fiscal Policy and its role in ensuring economic stability" MPRA Paper No. 20820, p. 2-3

Milli Takım Düzeyindeki Genç Bayan Güreşçilerin Sosyal Kaygı Durumlarının İncelenmesi

Abdulkerim ÇEVİKER¹, İzzet İNCE², Metin BAYRAK³

Özet

Bu araştırmanın amacı milli takım düzeyindeki genç bayan güreşçilerin sosyal kaygı durumlarının incelenmesidir. Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma grubunu 46 genç bayan güreşçi oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama aracı olarak Özbay ve Palancı (2001), tarafından geliştirilen “sosyal kaygı ölçeği” ile bunun yanı sıra sporcuların demografik bilgilerini belirlenmek amacıyla kişisel bilgiler anketi kullanılmıştır. Yapılan çeşitli istatistiksel analizler sonucunda Eğitime bağlı olarak SKÖ değersizlik alt boyutunda, Gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ sosyal kaçma alt boyutunda, sosyal kaçma toplam puanlarının istatistiki açıdan önemli olduğu, gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ kritize edilme alt boyutunda, kritize edilme toplam puanlarının, Gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ toplam puanında, sosyal kaçma alt boyutu değersizlik duygusu toplam ölçek puanında olmak üzere istatistiki açıdan önemli bir fark bulunmaktadır ($p<0,05$). Eğitim düzeyi ve gelir seviyesi yüksek olan katılımcıların sosyal kaygılarının daha az olması manidar gözükmektedir. Ayrıca araştırmada, anne babanın medeni durumu ile ilgili olarak sosyal kaçınma alt boyutu ve değersizlik duygusunda istatistiki olarak farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Bu sonuçlara bakıldığında sportif başarıda fiziksel yeterlilik ve kapasitenin önemli olduğu kadar psikolojik ve sosyo - ekonomik faktörlerinde oldukça önemli olduğu söylenebilir.

1.Giriş

Günümüzde, elit düzeyde rekabet oldukça zorlaşmıştır. Fiziksel kapasitedeki mükemmellik, sportif performansı üst seviyelere çıkarmada tek başına yeterli görülmemektedir. Sporcuların psikolojik kapasitesi ve en az fiziksel yönü kadar önemsenmelidir. Kazanılan ödüller ve kaybin olumsuz sonuçları çok daha büyüktür. Rakiplerin teknik ve taktik beceri düzeyleri arttıkça baskı daha da artmaktadır. Bu sebeple kazananları kaybedenlerden ayırmada psikolojik ve fizyolojik faktörler daha büyük rol oynamaya başlamıştır. Günümüzün yüksek rekabet ortamında dünya çapında bir sporcu olabilmek için hem fiziksel hem de psikolojik yeteneklerin optimum düzeyde olması zorunludur (Akarçeşme, 2004; Gümüş, 2000; Nideffer vd, 2001; Tavacıoğlu, 1999). Sporda başarıyla beraber sporcunun sahip olacağı maddi ve manevi kazanç sporcuya psikolojik olarak etkilemektedir. Bazı nedenlerle özellikle yarışma,

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Hitit Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, kerimceviker@gmail.com

² Arş. Gör. Dr., Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Spor Bilimleri Bölümü, izzetinca43@gmail.com

³ Doç. Dr., Siirt Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, mtbnbyrk@gmail.com

müsabaka döneminde sporcu bazı psikolojik problemler yaşamakta bu problemlerin üstesinden gelmede başta kendisine ve birlikte çalıştığı aile ve yakın çevresi, antrenörü, spor yöneticisi ve diğer spor insanlara büyük görev düşmektedir.

Sporcunun fiziksel bir aktiviteyi yerine getirmedeki yeterlilik kapasitesinin derecesi ve çeşitli fiziksel antrenman uygulamalarının etkinlik derecesi, sporcunun “maksimum performansı” olarak değerlendirilir. Genel olarak performans sporcusunun ortaya koyduğu verim düzeyi olup birden çok (fiziksel, fizyolojik, biyomotorik, psikolojik, mental, sosyolojik, teknik, taktik vb) bileşenleri bulunmaktadır. Performans gelişiminde birçok antrenman metotları geliştirilmiş ve kombine antrenman sistemleri kullanılmaya başlanmıştır (Kılınç, 2008). Sporum fizyolojik ve beceri talepleri, yarışma dinamikleri, çevresel ve diğer dış faktörler ve yarışma performansının kendisi gibi (zaman, mesafe, puan, ağırlık) sportif etkinlikler ve yarışmalarda kişisel performansı etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır (Malcata ve Hopkins, 2014). Ayrıca sporculara uygulanacak çeşitli psikolojik testlerde sporcular hakkında daha somut veriler verebilir (He, 2011).

Sporda performansın artmasında ve başarı elde edilmesinde fiziksel güce ve dayanıklılığa bağlı etmenler tek başına yeterli değildir (Şekeroğlu, 2017). Antrenmanlarını verimli yapmış, fiziksel düzeyde olumlu seviyeye ulaşmış sporcuların yarışma performanslarının da olumlu olması beklenir; fakat antrenman performansı başarılı olması yarışma performansı için kesin bir gösterge değildir (İnce vd,2017).

TDK (2018) ya göre kaygı; iki şekilde tanımlanmaktadır. İlk tanımda kaygı; endişe duyulan düşünce, tasa olarak tanımlanmaktadır. Diğer tanımda ise kaygı; genellikle kötü bir şey olacaktı düşünceyle ortaya çıkan ve sebebi bilinmeyen gerginlik duygusu, şeklinde tanımlanmaktadır. Essau vd, (2018) e göre kaygı çocuklar, özellikle ergenler ve yetişkinlerde sıkça rastlanılan psikolojik bir durumdur.

Işık (1986), a göre sosyal kaygı; sosyal bir varlık olan insan, günlük hayat içerisinde sürekli olarak diğer insanlarla iletişim halindedir. Bazı insanlar bu iletişim sürecinde oldukça rahat ve girişimci olabilirken bazıları da daha geride kalmayı tercih edebilmektedir. Toplum içerisinde içe kapanık sıkılgan, gibi ifadelerle nitelenen bu insanların yaşadıkları sıkıntılı olma hali sosyal kaygı olarak tanımlandırılabilir. Sosyal kaygı bireyin diğer insanlar tarafından küçük düşeceği, olumsuz değerlendirileceği, rezil olacağı düşüncesi ile birçok durumdan korkma şeklinde tanımlanabilecek bir kavramdır (Akt. Çelebi, 2017). Kök ve Telci (2018), e göre sosyal kaygı ise kişinin bir ya da birden çok toplumsal durumda belirgin bir korku ya da kaygı duymasıdır. Toplum içinde olumsuz sosyal yaşantılar sosyal kaygının artmasında etkili olmaktadır.

Sosyal kaygı ergen ve gençlerde sık görülen bir sorundur. Yaşamları oyunca ergenlerin %9 unun sosyal kaygı sorunu yaşadığı görülmektedir (Klemanski vd, 2017). Gençlerin sosyal kaygı yaşamalarında çeşitli psikolojik ve sosyal faktörler etkilidir (Wong vd, 2017). Sosyal kaygı bozukluğu ise başkalarıyla etkileşimde bulunmak, halka açık yerde yemek yemek, veya toplum önünde konuşma yapmak gibi sosyal hal hareket ve davranışları yapmada kişiye zorluklar yaşatan bir durumdur (Pickard vd,2017).

Literatüre bakıldığında sosyal kaygı, özellikle kadın sporcular için sportif durumda iken sosyal açıdan olumsuz değerlendirilme korkularının olduğunu göstermektedir (Tavacıoğlu, 1999). Ayrıca, sosyal kaygının bireysel sportif faaliyetlerden kaçınma ile pozitif yönde ilişkisi olduğu ayrıca genç sporcularda kaygının çocuk ve ergenlerde spora katılımı engellenmesi veya bırakılmasında etken olduğunu ortaya koymuştur (Norton vd, 2000). Bireysel spor ve takım

sporlarını ayrı ayrı incelendiğinde, bireysel sporlara katılım sadece daha az sosyal fobi belirtileriyle ilişkili olduğu ve takım sporu katılımı daha az agorafobi belirtileriyle ilişkili olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, özellikle fiziksel aktivitenin çeşitli anksiyete alt tiplerinin daha az semptomları ile ilişkili olduğu, spor katılımının önemini vurgulamaktadır (Ashdown vd,2017).

Sporcuların katılım hedeflerinin, rekabet edebilirlik ve başarı hedefi perspektiflerinin üzerindeki ve ötesinde sportmenliklerini nasıl etkilediği konusunda genç sporcular üzerine yapılan araştırmaların sonuçları yeterince net değildir (Ryska,2003). Bu anlamda araştırmamız özgünlüğü ve ortaya koyduğu sonuçlar itibariyle oldukça önemli olup alanda yapılacak diğer araştırmalara yön gösterici olması düşünülmektedir.

2. Gereç ve Yöntem

2.1. Amaç

Bu çalışmanın amacı, milli takım düzeyindeki genç bayan güreşçilerin sosyal kaygı durumlarının incelenmesidir

2.2. Katılımcılar

Araştırma grubunu kadın milli takım aday kadrosunda bulunan yaşları $\bar{X}=18.11\pm 0.99$ yıl, 46 genç bayan güreşçi katılmıştır.

2.3. Araştırmanın Modeli

Çalışmamızda betimleme modeli kullanılmıştır. Var olan bir durum olduğu haliyle tespit edilmeye çalışılmıştır.

2.4. Veri Toplama Aracı

Çalışmada veri toplama aracı olarak Özbay ve Palancı (2001), tarafından üniversite öğrencilerinin yaşadığı “sosyal kaygı” içerikli sorunları belirlemek amacıyla geliştirilen sosyal kaygı ölçeği kullanılmıştır.

Varimax rotasyon faktör çözümlemesinin sonuçlarıyla elde edilen üç faktör “sosyal kaçınma”, “kiritize edilme kaygısı” ve “bireysel değersizlik duygusu” olarak adlandırılmıştır.

2.5. İstatistiksel Analiz

Normallik sınamasına göre, normal dağılım gösteren veriler bağımsız gruplarda One–Way ANOVA, çoklu karşılaştırmalarda ise LSD testi kullanılmıştır. Anne baba ayrılık durumu verisi normal dağılım göstermediği için ise Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Normallik sınamasına göre, normal dağılım gösteren veriler bağımsız gruplarda One–Way ANOVA, çoklu karşılaştırmalarda ise LSD testi kullanılmıştır. Anne baba ayrılık durumu verisi normal dağılım göstermediği için ise Mann-Whitney U testi uygulanmıştır.

Normallik sınavına göre, normal dağılım gösteren veriler bağımsız gruplarda One-Way ANOVA, çoklu karşılaştırmalarda ise LSD testi kullanılmıştır. Anne baba ayrılık durumu verisi normal dağılım göstermediği için ise Mann-Whitney U testi uygulanmıştır.

3. Bulgular

Eğitime bağlı olarak SKÖ değersizlik alt boyutu için yapılan Anova Testi sonuçları önemli bir farklılık göstermektedir [$F_{3,879} = 0.028, P < 0,05$]. LSD Post Hoc testi sonuçlarına göre lisans grubu ortalaması ($X=14.9$) ve ön lisans ortalaması ($X= 17.56$) değersizlik duygusu toplam puanlarının istatistiki açıdan önemli olduğunu görülmektedir.

Gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ sosyal kaçma alt boyutu Anova Testi sonuçları önemli bir farklılık göstermektedir [$F_{3,169} = 0.023, P < 0,05$]. LSD Post Hoc testi sonuçlarına göre 1-1500 grubu ortalaması ile ($X=30,4$) 3501-4500 grubu ortalaması ($X= 19$) arasında, 1501-2500 grubu ortalaması ile ($X= 30,22$) 2501-3500 grubu ortalaması ($X= 22$) arasında, 1501-2500 grubu ortalaması ($X= 30,22$) ile 3501-4500 ($X= 19$) grubu ortalaması arasında ve 2501-3500 grubu ortalaması ($X= 22$) ile 4501 ve üzeri grubu ortalaması ($X= 16$) sosyal kaçma toplam puanlarının istatistiki açıdan önemli olduğu görülmektedir.

Gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ kritize edilme alt boyutu Anova Testi sonuçları önemli bir farklılık göstermektedir [$F_{3,175} = 0.023, P < 0,05$]. LSD Post Hoc testi sonuçlarına göre 1-1500 grubu ortalaması ile ($X=28,6$) 3501-4500 grubu ortalaması ($X= 16,4$) arasında, 3501-4500 grubu ortalaması ($X= 16,4$) ile 4501 ve üzeri grubu ortalaması ($X= 30,66$) kritize edilme toplam puanlarının istatistiki açıdan önemli olduğu görülmektedir.

Gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ toplam puanı Anova Testi sonuçları önemli bir farklılık göstermektedir [$F_{3,169} = 0.038, P < 0,05$]. LSD Post Hoc testi sonuçlarına göre 1-1500 grubu ortalaması ile ($X=21,88$) 3501-4500 grubu ortalaması ($X= 18,24$) arasında, 1501-2500 grubu ortalaması ($X= 19,66$) ile 3501-4500 grubu ortalaması ($X= 18,24$) arasında, 2501-3500 grubu ortalaması ($X= 23,66$) ile 4501 ve üzeri grubu ortalaması ($X= 22,96$) arasında ve 3501-4500 grubu ortalaması ($X= 18,24$) ile 4501 ve üzeri grubu ortalaması ($X= 22,96$) SKÖ toplam puanlarının istatistiki açıdan önemli olduğu görülmektedir.

Anne ve baba birlikte yaşayıp yaşamama değişkeni için yapılan Mann Witney U Testi sosyal kaçma alt boyutu ($Z= -1,970, P = 0,049$), değersizlik duygusu ($Z= -1,973, P = 0,0499$), toplam ölçek puanı ($Z= -1,994, P = 0,039$), olmak üzere istatistiki açıdan önemlidir.

4. Tartışma ve Sonuç

Araştırmada eğitime bağlı olarak SKÖ değersizlik alt boyutunda, Gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ sosyal kaçma alt boyutunda, sosyal kaçma toplam puanlarının istatistiki açıdan önemli olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Bununla beraber gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ kritize edilme alt boyutunda, kritize edilme toplam puanlarının, Gelir düzeyine bağlı olarak SKÖ toplam puanında, sosyal kaçma alt boyutu değersizlik duygusu toplam ölçek puanında olmak üzere istatistiki açıdan önemli bir fark bulunmaktadır ($p < 0,05$). Eğitim düzeyi ve gelir seviyesi yüksek olan katılımcıların sosyal kaygılarının daha az olması manidar gözükmemektedir.

Burada sadece katılımcıların eğitim durumu değil anne babanın eğitim durumunun yüksek oluşunun çocukların sosyal kaygılarının daha az olması yönünde etkili olduğu söylenebilir. Nitekim Gümüş'ün (2000), yapmış olduğu çalışmada anne eğitim durumu ile çocukların sosyal kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğunu, annesi yüksek okul mezunu olan çocukların kaygı düzeylerinin düşük olduğunu belirlemiştir. İzgiç vd, (2000)

üniversite öğrencilerine yönelik yapmış olduğu çalışmada ekonomik seviyesi düşük olan öğrencilerin sosyal kaygı düzeylerinin, ekonomik seviyesi yüksek olan öğrencilerin sosyal kaygı düzeylerinden daha yüksek olduğunu bildirmiştir. Bunun sebebini ailesinin gelir durumu düşük olan öğrencilerin, bu yetersizlikten dolayı bulunduğu çevredeki imkânlardan daha az yararlanabilmesi, belirli bir sosyal çevrenin dışına çıkamamaları ve almak istedikleri şeyleri maddi yetersizlikten ötürü temin edemedikleri ve bu sebepten de görünüş kaygısı düzeylerinin, ailesinin gelir seviyesi yüksek kişilere oranla daha yüksek çıkması olarak ifade etmektedir.

Ayrıca araştırmada, anne babanın medeni durumu ile ilgili olarak sosyal kaçınma alt boyutu ve değersizlik duygusunda istatistiki olarak farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Bu bilgiler ve yapılan diğer çalışmalar ışığında; sportif müsabakalarda fizyolojik parametrelerin yanında psikolojik faktörler, sportif başarı açısından mutlaka göz önünde bulundurulmasının gerekli olduğu söylenebilir.

Kaynaklar

Akarçeşme, C. (2004). Voleybolda Müsabaka Öncesi Durumluk Kaygı İle Performans Ölçütleri Arasındaki İlişki. Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Çelebi, GY. (2017). Ergenlerde Sosyal Kaygı ve Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(5), 1729-1736.

Essau, C. A., Lewinsohn, P. M., Lim, J. X., Moon-ho, R. H., & Rohde, P. (2018). Incidence, Recurrence And Comorbidity Of Anxiety Disorders In Four Major Developmental Stages. *Journal Of Affective Disorders*, 228, 248-253.

Gümüş, E. (2000). Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık ve Beden İmgelerinden Doyum Düzeylerinin Sosyal Kaygı Düzeyleri ile ilişkisinin İncelenmesi Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi Cilt:33 Sayı: 1-2.

İnce, İ., Şentürk, A. (2017) Türk Milli Erkek Halter Takımı'nın Müsabaka Kaldırışlarındaki Başarı Oranlarının İlk Üç Dereceye Giren Ülkelerle Karşılaştırılması. *Sportif Performans Araştırmaları Dergisi*. 2017;1(1):26-34.

İzgiç, F., Akyüz, G., Doğan, O., Kuğu, N. (2000). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Fobi Yaygınlığı, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 1(4):207-214.

He, M. (2011). Açık ve Kapalı Beceri Gerektiren Sporları İcra Eden Sporcuların Kişilik Tiplerinin Güdülenmeleri Üzerine Etkisi. *Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara*.

Kılınç, F. (2008). An Intensive Combined Training Program Modulates Physical, Physiological, Biomotoric, And Technical Parameters In Women Basketball Players. *The Journal Of Strength & Conditioning Research*. 2008;22(6):1769-78.

Klemanski, D. H., Curtiss, J., McLaughlin, K. A., & Nolen-Hoeksema, S. (2017). Emotion regulation and the transdiagnostic role of repetitive negative thinking in adolescents with social anxiety and depression. *Cognitive therapy and research*, 41(2), 206-219.

Kök, M., & Telci, H. T. (2018). Akran Zorbalığı ve Sosyal Kaygı. *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 10(37), 300-307.

Malcata RM, Hopkins WG. (2014). Variability of Competitive Performance of Elite Athletes: A Systematic Review. *Sports Medicine*. 2014;44(12):1763-74. doi: 10.1007/s40279-014-0239-x.

Nideffer RM, Sagal M-S, Lowry M, Bond J. (2001) Identifying And Developing World Class Performers. *The Practice Of Sport Psychology*. P.129-44.

Norton, PJ., Burns, J A., Hope, DA., & Bauer, B. K. (2000). Generalization Of Social Anxiety To Sporting And Athletic Situations: Gender, Sports Involvement, And Parental Pressure. *Depression And Anxiety*, 12(4), 193-202.

Özbay, Y., & Palancı, M. (2001). Sosyal Kaygı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. VI. Ulusal Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Kongresi, 5-7

Ryska TA. (2003). Sportsmanship in Young Athletes: The Role of Competitiveness, Motivational Orientation, and Perceived Purposes of Sport. *The Journal of Psychology*. 137(3):273-93. doi: 10.1080/00223980309600614.

Pickard, H., Rijdsdijk, F., Happé, F., & Mandy, W. (2017). Are Social and Communication Difficulties a Risk Factor for the Development of Social Anxiety? *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 56(4), 344-351.

Şekeroğlu, M. Ö. (2017). Study of the Concepts of Athletic Identity and Continuous Sport Self-Confidence in the Light of Various Variables. *Journal of Education and Training Studies* Vol. 5, No. 13; December 2017 ISSN 2324-805X E-ISSN 2324-8068 Published by Redfame Publishing

Tavacıoğlu, L. (1999). *Spor Psikolojisi-Bilişsel Değerlendirmeler*, Bağırman Yayınevi, Ankara

Tdk (2018), Erişim Tarihi: 10.06.2018
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b1d68afa897e6.26093141

Wong, Q. J., Certoma, S. P., Mclellan, L. F., Halldorsson, B., Reyes, N., Boulton, K., ... & Rapee, R. M. (2017). Development And Validation Of A Measure Of Maladaptive Social-Evaluative Beliefs Characteristic Of Social Anxiety Disorder In Youth: The Report Of Youth Social Cognitions (RYSC). *Psychological Assessment: A Journal Of Consulting And Clinical Psychology*.

Inflation Targeting as a Monetary Policy Rule

Huriye ALKIN¹, Sayım IŞIK², Abdullah Emre ÇAĞLAR³

Abstract

The purpose of the paper is to survey and discuss inflation targeting in the context of monetary policy rules. The paper provides a general conceptual discussion of monetary policy rules. In Section 1, we provide framework of inflation targeting and based on monetary rule and discuss the ampirical literature of monetary rule. In Section 2, we will appraise Monetary rule for Turkey.

Bir Para Politikası Kuralı Olarak Enflasyon Hedeflemesi

1. Giriş

Bu çalışmanın amacı, enflasyonla mücadelede para politikası aracı olarak kullanılan enflasyon hedeflemesinin teorik temellerini incelemek ve Türkiye için Taylor kuralı olarak da adlandırılan Para kuralı test etmektir. Çalışmanın ilk bölümünde enflasyon hedeflemesinin teorik temelleri ele alınmış ve daha sonra ise konuyla ilgili ampirik literatür incelenmiştir. İkinci bölümde ise, çalışmanın ampirik sonuçları verilmiştir.

2. Literatür

Enflasyon hedeflemesi rejiminin arkasında yatan temel teorik yapı, Yeni Uzlaşım Yaklaşımına dayanmaktadır. Yeni Uzlaşım Yaklaşımına dayanan enflasyon hedeflemesi, bugün tüm merkez bankaları tarafından kullanılmaktadır. Bugün modern merkez bankacılığının uyguladığı faize bağlı para politikası, tarihsel olarak Knut Wicksell (1898)'in doğal faiz oranı ile piyasa faiz oranı arasındaki ayırımına dayanmaktadır (Woodford, 2003; Fontana, 2007: 45).

Wicksell (1898)'in paranın miktar teorisini reddederek para politikasına yenilikler getirdiği Faiz ve Fiyatlar başlıklı çalışmasında kredi faiz oranı ve doğal faiz oranı olmak üzere 2 farklı faiz oranı vardır. Yatırım ve tasarruf arasındaki fark, doğal faiz oranı ile piyasa faiz oranı arasında farklılaşmaya neden olarak enflasyonist ve deflasyonist süreçleri tetiklemektedir. Enflasyonist/deflasyonist süreçler, piyasa faiz oranının doğal faiz oranına eşit olmasıyla ortadan kalkacaktır.

¹ Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, İktisat Bölümü.

² Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisat Bölümü. sayim@akdeniz.edu.tr.

³ Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Ekonometri Bölümü.

Wicksell'in doğal-piyasa faiz oranı ayrımı, Yeni Uzlaşım modelinde çıktı ve enflasyon belirlemede önemli bir role sahiptir (Arestis & Sawyer, 2008: 768; Fontana, 2007: 51). Yeni Uzlaşım modelinde doğal-piyasa faiz oranı ayrımının temel alındığı cari üretim ile potansiyel üretim arasındaki fark enflasyona sebep olmaktadır. Kısa dönemde fiyat ve ücretlerin aşağı doğru katı olması merkez bankasının faiz politikasıyla yatırım ve üretimi etkilemesine izin vermektedir. Merkez bankasının piyasa faiz oranını kontrol etmesiyle kredi ekonomisinde para içsellik kazanmaktadır. Yeni Uzlaşım modelinde kısa dönemde faize dayalı para politikası uygulaması piyasa başarısızlığı, eksik rekabet, ücret-fiyat katılıkları, asimetric bilgi, sınırlı rasyonalite, piyasanın etkin çalışmaması gibi temel varsayımlara dayanmaktadır. Bu varsayımlar altında enflasyon ve faiz oranları arasındaki ilişki kurulmaktadır. Uzun dönemde ise Wicksellyen kısa dönem enflasyon/deflasyon sürecinin, yatırım ve üretim üzerindeki etkisi ortadan kalkmaktadır. Bu sebeple uzun dönemde Yeni Uzlaşım modeli, ana-akım iktisadın dayandığı paranın yansızlığı argümanını savunmaktadır. Sonuçta, Yeni Uzlaşım yaklaşımında kısa dönemde Wicksellyen analiz kullanırken uzun dönemde ana-akım iktisat yaklaşımı benimsenmektedir.

Enflasyon hedeflemesine yönelik ampirik çalışmalar, John B. Taylor (1993)'un geliştirdiği kural çerçevesinde şekillenmektedir. Taylor (1993), ABD için 1987-1992 döneminde federal fon oranlarının, enflasyon ve çıktı değişkenlerine tepki verdiğini göstermiştir. Österholm (2003), Taylor kuralının geçerliliğini ABD'nin 1960:1-1994:4, Avustralya'nın 1993:01-2001:04 ve İsveç'in 1992:04-2002:02 dönemleri için analiz ederek Taylor kuralının ABD'nin 1960:01-1979:02 dönemlerine ait para politikası ile uyumlu olduğu 1979 itibariyle de değişkenler arasındaki eşbütünlük ilişkisinin azaldığına işaret etmektedir. Vasicek (2009), 1999-2007 döneminde Avrupa Birliği üyesi 12 ülkenin para politikasının analizini gerçekleştirdiği çalışmada Bulgaristan, Kıbrıs ve Slovenya'da geriye dönük beklentilere dayalı yaklaşımın ve Macaristan, Litvanya, Polonya, Romanya ve Slovakya'da ileriye dönük yaklaşımın geçerli olduğu sonucuna varmıştır.

Taylor kuralı ile ilgili birçok yabancı literatürün yanı sıra çok sayıda yerli literatür de bulunmaktadır. Kesriyeli ve Yalçın (1998), 1987-1999 dönemi için geriye ve ileriye dönük Taylor kuralını inceledikleri çalışmalarında geriye doğru beklentilere dayanan modelde, üretim açığı ile enflasyonun faiz ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Diğer yandan ileriye dönük beklentilere dayanan modelde ise enflasyon ve üretim açığı değişkenlerini istatistiksel olarak anlamsız bulmuşlardır. Aklan ve Nargeleçekenler (2008), çalışmalarında T.C.M.B'nin faiz belirleme sürecinde enflasyon oranı, üretim açığı ve döviz kurunu baz aldığı sonucuna ulaşmışlardır. Kayhan vd. (2013) ise, ileriye dönük beklentilerin dahil edildiği para politikası reaksiyon fonksiyonu çerçevesinde Türkiye'de 2002-2013 döneminde para politikasını analiz ederek T.C.M.B'nin ekonominin daralma dönemlerinde enflasyondaki değişikliklere karşı daha pasif ve gelirdeki değişikliklere karşı daha aktif bir tutum izlediğini göstermektedir.

3. Sonuç

Çalışmada Türkiye için Taylor Kuralı denklemindeki T.C.M.B faiz oranları ile üretim açığı, enflasyon açığı ve döviz kuru değişkenleri arasındaki asimetric nedensellik testi yapılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, faiz oranına verilen negatif bir şok, enflasyonun da düşmesine neden olurken enflasyona verilen negatif bir şok ise faiz oranının düşmesine neden olmaktadır. Faiz oranı ile üretim açığı arasındaki ilişkide ise faiz oranına verilen negatif bir şok, üretim açığını arttırır iken gelire verilen bir negatif şok, enflasyonun düşmesine neden

olmaktadır. Yine faiz oranı ve nominal döviz kuru arasındaki ilişkide ise nominal döviz kuruna verilen bir pozitif şok, faiz oranının yükselmesine neden olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon Hedeflemesi, T.C.M.B, Taylor Kuralı

JEL Kodları: E50, E52 ve E58

Kaynakça

Aklan, N. A. A. & Nargeleçekenler M. (2008). Taylor Kuralı: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 63(02), 21-41.

Arestis, P., & Sawyer, M. (2008a), A Critical Reconsideration of the Foundations of Monetary Policy in the New Consensus Macroeconomics Framework: Cambridge Journal of Economics, 32(5),761-779.

Carlin, W., & Soskice, D. (2006). Macroeconomics: Imperfections, Institutions, and Policies. Oxford University Press.

Fontana, G. (2007). Why Money Matters: Wicksell, Keynes, and the New Consensus view on Monetary Policy. Journal of Post Keynesian Economics, Volume 30, No.1, 43-60.

Hatemi-J, A. (2012) Asymmetric Causality Tests with an Application. Empirical Economics, 43, 447-456.

Kayhan, S., Bayat, T., & Koçyiğit, A. (2013). Enflasyon Hedeflemesi Rejiminde Öğrenme Süreci ve Asimetri: Markov Switchin Yaklaşımı. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(1).

Kesriyeli, M. ve Yalçın, C. (1998). Taylor Kuralı ve Uygulaması Üzerine Bir Not. TCMB Araştırma Genel Müdürlüğü Tartışma Tebliği, No:9802.

Österholm P. (2005). The Taylor Rule: A Spurious Regression?. Bulletin of Economic Research, 57(3), 2005, 217-247.

Taylor, J. B. (1993). Discretion versus Policy Rules in Practice. In Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy North-Holland, Vol. 39, December, 195-214.

Taylor, J. B. (2000). Teaching Modern Macroeconomics at the principles level. American Economic Review, 90-94.

Taylor, J.B., (2001). “The Role of the Exchange Rate in Monetary Policy Rules” The American Economic Review, 263-268.

Wicksell, K. (1898). Interest and Prices. Sentry Press.

Woodford, M., (2003) Interest And Prices: Foundation Of A Theory Of Monetary Policy, Princeton University Press Princeton And Oxford.

Vasicek, B. (2009). Monetary Policy Rules and Inflation Process in Open Emerging Economies: evidence for 12 new EU members .

Asymmetric Price Behaviour in Milk Market of Burdur Province

Kübra ÖNDER¹, Melisa TAYLAN²

Abstract

Information is a source of power for the person who possesses it and a foundation stone for the societies which makes them more powerful. Therefore, information is incontrovertibly significant. Information has also a significant position in economic literature. It is assumed that all the parties in the market (buyers and sellers) have perfect information that they may require. In case that scarce resources are not used efficiently despite there is no intervention to the market, that is if the pareto optimum is not realized, market failure arises. One of the underlying reasons of market failure is asymmetric information. Asymmetric information is that one of the decision makers in the market has more information than the others. Market participants could make their decisions depending on imperfect information. The existence of imperfect information impairs the symmetry of information among the parties. Therefore the aim of this study is to examine the existence of price asymmetry phenomenon among the milk market players in Burdur province which is 19th in the number of animals owned, 10th in the amount of milk produced and number 1 in the amount of milk obtained per cattle. In line with this objective, long-term correlation between producer and consumer price series will be analyzed using co-integration analysis whereas short run correlation will be analyzed and using error correction model. As a result of the analysis; the coefficients of independent variables of ECT^+ which denotes the lagged values of positive error terms and ECT^- which denotes the lagged values of negative error terms was found to be statistically significant at a confidence level of 1%. When the absolute values of the calculated coefficients are compared, it is seen that the absolute value of ECT^- is greater than the absolute value of ECT^+ . The retailers react faster to a shock which narrows their profit margins (a rise in producer prices) compared to a shock which expands their profit margins (a decrease in producer prices).

Burdur İli Süt Piyasasında Asimetrik Fiyat Davranışı

Özet

Bilgi, bilgiyi elinde bulunduran kişi için güç kaynağı, toplumlar için ise gücüne güç katan bir yapı taşı olarak görülmektedir. Dolayısıyla günümüzde bilgi yadsınamayacak derecede önemlidir. Bilgi, iktisat literatüründe de önemli bir yere sahiptir. Piyasadaki tarafların

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü, konder@mehmetakif.edu.tr

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, melisa_taylan@hotmail.com

(alıcı ve satıcıların) ihtiyaç duydukları tüm bilgiye sahip oldukları varsayılmaktadır. Piyasaya hiçbir müdahalenin söz konusu olmamasına rağmen kıt kaynakların etkin kullanımının gerçekleşmemesi yani pareto optimumun sağlanamaması durumunda piyasa başarısızlığı (market failure) ortaya çıkmaktadır. Piyasa başarısızlığının altında yatan nedenlerden biri asimetrik bilgidir. Asimetrik bilgi, piyasada bulunan karar birimlerinden birinin diğerine göre daha fazla bilgiye sahip olmasıdır. Piyasa katılımcıları aldıkları kararları, eksik bilgiye sahip olarak verebilmektedirler. Eksik bilginin varlığı taraflar arasındaki bilgi simetrisini bozmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı; sahip olunan hayvan sayısında 19'uncu sırada, bir yıl içinde sağılan süt miktarında 10'uncu sırada ve büyük baş hayvan başına elde edilen süt miktarında ise 1'inci sırada yer alan Burdur iline ait süt piyasası aktörleri arasındaki fiyat asimetrisi olgusunun varlığını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, üretici ve tüketici fiyat serileri arasındaki uzun dönemli ilişki, eşbütünleşme analizi ile kısa dönemli ilişki ise hata düzeltme modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda; pozitif hata terimlerinin gecikmeli değerlerini ifade eden ECT^+ ve negatif hata terimlerinin gecikmeli değerlerini ifade eden ECT^- bağımsız değişkenlerinin katsayıları % 1 güvenilirlik düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Bulunan katsayıların mutlak değerleri karşılaştırıldığında, ECT^- 'nin mutlak değerinin ECT^+ 'dan büyük olduğu görülmektedir. Perakendeciler, kar marjlarını daraltacak bir şoka (üretici fiyatındaki yükselmeye), söz konusu marjı genişletecek bir şoktan (üretici fiyatlarındaki bir düşüşten) daha hızlı tepki vermektedir.

Analysis on The Viability of Total Quality Management in Turkish Public Sector

Hatice MESCI¹, Hasan Hüseyin UZUNBACAK²

Abstract

Total Quality Management (TQM) was originally based on the concept of quality which has spread over all fields of social life, yet it has later developed its own unique properties. As a term, TQM is defined as a modern understanding of management which includes all groups of employees in an organization.

Although there were doubts about the viability of TQM in public sector when it first emerged in the United States and Japan in the 50s and then spread all over the world in the 90s, the experiences which the private sector obtained as a result of TQM practices led the public sector to follow in the steps of the private sector in order to improve its services and become more citizen-oriented.

Attempts to re-construct public management in order to prevent problems, transition from conventional understanding of public management to a new understanding of public management, and adopting “e-devlet” approach (a system offered in Turkey by the state institutions to help citizens to get public services on-line) have been major factors urging the transition to TQM. The study has focused on the development of TQM in Turkish public management, the necessities of quality in the public sector and its importance for the public sector, the issues encountered so far, and to what extent the suggestions have been put into practice.

Keywords: Total Quality Management, Public Sector, Constant Development

Türk Kamu Sektöründe Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Değerlendirme

Özet

Özel sektörde kâr amacı güdülmesine rağmen, kamuda vatandaşların ortak toplumsal ihtiyaçlarının karşılanması amaçlanmakta ve kâr amacı güdülmemektedir. Kamu kuruluşlarınınca

¹ Öğr. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi Adalet Meslek Yüksekokulu, haticemesci@sdu.edu.tr

² Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, hasanuzunbacak@sdu.edu.tr

yürütülen hizmetler tekel nitelikli olduğundan özel sektördeki rekabet kamu kuruluşlarında bulunmamaktadır. Kamu hizmeti veren kurumlar topluma hizmet ettikleri için işletmelerde görülen üretim alanları ve ürün niteliğinin belli bir müşteri grubunun esas alınmasıyla spesifikasyona gidilmesi durumu kamuda söz konusu değildir. Özel sektörde işletmeler genellikle, insanların maddi ihtiyaçlarıyla ilgili olan ve çeşitli yönleriyle ölçülebilir somut nitelikli mal ve hizmetler ürettikleri halde, devletin yerine getirdiği hizmetlerin somutlaştırılması, nitelik ve nicelik yönünden ölçümü ve değerlendirilmesi mümkün olmamaktadır. Özel sektörde, mal ve hizmet üretimi müşterinin istek ve ihtiyaçlarına göre yapılırken, kamu hizmetlerinin kullanımı ve tüketimi ise, vatandaşların istek ve beklentilerine her zaman uygun düşmemektedir (Sezer, 2008: 150, 158).

Kaliteye ilişkin “standartlara uygunluk” biçimindeki geleneksel tanımın aşılmasıyla hizmet kalitesinin belirlenmesinde de toplam kalite yönetimi temel kıstas sayılmış, kaliteli kamu hizmetlerinin nasıl olması gerektiğinin belirlenmesinde, kamu hizmetindeki standartlarda yani hizmet kalitesinde daha fazla etkisi görülmüştür (Tarhan ve Ezici, 2011: 19; Öztürk ve Tataroğlu, 2017: 163). Hizmetin kalitesi, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilme derecesi ölçülebilir olmaktan çok hissedilebilir nitelik taşımakta olduğundan sunulan hizmetin kalitesi, önceden belirlenen standartlar değil, müşteri tarafından nasıl algılandığıdır. Kamu için genel bir hizmet kalitesi modeli oluşturmak, kalite düzeyinin belirlenmesinde mallarda olduğu gibi standartlar konulmadığından daha zordur (Saran ve Göçerler, 1998: 247-248). Hizmetlerin elle tutulamaması onların değerlendirmesi açısından ölçülemez, bölünemez, test edilemez nitelik taşımalarına ve değerlendirmesinin hizmeti alan vatandaşların algılama düzeylerine göre yapılması gerektiğini ortaya koymuştur (Saran, 2004: 78)

Hizmet kalitesinin ürün kalitesine göre çok boyutlu oluşu ve değişkenlerinin çok olması, kalitenin oluşumunu karmaşık ve çok boyutlu hale getirmekte ayrıca hizmet sektöründe imalat sektörüne göre iş hacminin, uygulama ve yazışmaların yoğunluğu, daha fazla personel çalışması, hizmetin özelliği gereği, belli bir zamana ihtiyaç göstermesi, hizmeti sunanın kişiliğinin ve güvenilirliğinin taşıdığı önem, taleplerin değişkenliği, hizmeti sunan ve alanlar arasındaki yakın ilişkiler, kamuda kaliteyi sübjektif bir hale getirmekte objektif olmaktan uzaklaştırmaktadır. Hizmetlerdeki kalite karakteristiklerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür (Saran, 2004: 80):

Ölçülebilir karakteristikler

Gözlemlenebilir etkileri ve şartlar,

Gözlemlenebilir alışkanlıklar ve davranışlar

Kamu hizmetleri alanında 1990’lı yılların başlarında sonuçlarını vermeye başlayan toplam kalite yönetimi girişimleri ilk önce Amerika Birleşik Devletleri’nde uygulanmaya başlamış ve bu çerçevede Vergi Dairesi, Çevre Koruma Ajansı, Savaş Gazileri Departmanı, Savunma Bakanlığı gibi kuruluşlarda başlayarak daha sonra sağlık, eğitim, yerel hizmetler, posta ve iletişim hizmetleri alanında yayılmıştır. Kamu hizmetleri alanında gerçekleştiren toplam kalite yönetiminin kamu hizmetleri alanında sağladığı işlem maliyetlerinde tasarruf sağlanması, iş süreçlerinin iyileştirilmesi, zaman kaybının giderilmesi, iş doyumunun artırılması gibi olumlu ve ölçülebilir sonuçlar, kamu yönetiminde uygulanmasının çeşitli güçlükler doğuracağı ve kamu kesimindeki örgütlerin sorunlarını çözümlenmeyeceği inancıyla toplam kalite yönetimine temkinli yaklaşan kuruluşların da, toplam kalite yönetimini ve tekniklerini uygulamasını sağlamıştır (Saran, 2004: 94).

Türkiye’de kamu yönetimi, aşırı bürokrasiden dolayı hantallaşmakta ve bu durum hem vatandaşları hem de bürokratik ortamda çalışan personeli de rahatsız etmektedir. Yetkiler ile sorumluluklar arasındaki dengesizlik, yetkiyi kötüye kullanmaya yol açabileceği gibi sorumluluk verildiği halde yetki verilmemesi de personeli çalışamaz hale getirerek sistem tıkanıklığına sebep olmaktadır. Bu nedenle toplam kalite yönetiminin, kamu yönetiminde bürokrasinin asgariye indirilmesi durumunda uygulanabilirliği söz konusu olmakta ve toplam kalite yönetimi bu bakımdan da önem arz etmektedir (Bedük ve Alodalı, 2003: 87; Yılmaz, 2007: 223).

Bunun dışında, Türk kamu yönetiminde en önemli sorunlardan birisi de bürokrasi, formaliteler, imza, izin ve onaydaki merkeziyetçi yapısıdır. Bunlara benzer daha birçok olumsuzluk sayılabilmesine rağmen, bir yönetim için sürekli kendini kontrol eden, başarı ölçütleri koyan ve kendi kendini düzeltip geliştiren bir sürecin yürürlüğe konularak, hem çalışanların hem de yönetimin hizmette kalite konusunda eğitilmeleri kamu yönetiminde toplam kalite yönetimini uygulanabilir bir hale getirecek ve devletin dinamiklerini yeniden canlandıracak yeni bir kültür oluşturacaktır (Yatkın, 2014: 100-101; Öztürk ve Tataroğlu, 2017: 163).

1990’lı yıllarda önce sanayi işletmelerinin daha sonra kamu ve üçüncü sektör kuruluşlarının ilgisini çekmeye başlamıştır. Kamuda Toplam Kalite Yönetimi alanında atılan ilk adımlar, bazı siyasi sorumluların ve kamu kuruluşlarının üst düzey yöneticilerinin, siyasi gücün ve merkezi yönetimin iradesi dışında konuya ilgi duymaları nedeniyle başlatılan bağımsız girişimlerdir. Toplam Kalite Yönetimi’nin, kamu hizmetlerinde verimlilik ve etkinliğin artırılması ve müşteri tatmininin sağlanmasında ne gibi somut katkılarının bulunduğu konusunda az sayıda da olsa alan çalışmaları bulunmaktadır.

Bunlarla birlikte sonraki yıllarda, Toplam Kalite Yönetimi ile ilişkilendirilebilecek çok sayıda mevzuat değişikliğine gidilerek, vatandaşların daha hızlı, verimli, kolay kamudan hizmet almaları sağlanmıştır. Tüm bunlarla beraber, KAYSİS, E-Devlet, BİMER (Acar, 2017) gibi uygulamalarla, Türk kamu yönetiminde hızlı bir şekilde dijitalleşmeye gidildiği, birçok hizmetin bilişim sistemleri üzerinden verilmeye başlandığı, bu durumun ise vatandaşların daha kaliteli ve hızlı hizmet almasına katkı sağladığı görülmektedir.

Toplam kalite yönetiminin özel sektörde ve kamu sektöründe uygulanması açısından farklılıklar bulunmakta olup, Türkiye’de son yıllarda hemen herkesin işletmelere sağladığı yararlar, küreselleşme, dünyaya açılmada önemli bir araç, rekabet için en önemli faktör ve çağdaş kamu yönetimi için önemli bir metot olarak fikir birliği içerisinde toplam kalite yönetimi kabul edilmiştir. Vatandaşın gözünde kamu hizmetinin yavaş, pahalı, kalitesiz, az çeşitli ve ulaşılması zor olarak değerlendirilmesi, kamu hizmetlerine ayrılan kaynakların kısıtlı olması, hizmet kalitesini ortaya çıkaracak teknolojilerin ortaya çıkması, vatandaşın beklentilerinin ve taleplerinin artması gibi nedenlerle Türk Kamu Yönetiminde Toplam Kalite Yönetimi’nin uygulanması gereği doğmuştur. Türk kamu yönetiminde kamuda toplam kalite yönetiminin uygulanmasında karşılaşılan güçlükler sistemin kendisinin dışında çalışanlardan, yöneticilerden ve kısmen de olsa sendika gibi sivil toplum örgütlerinden kaynaklanmaktadır. Toplam kalite yönetiminin sisteminin daha iyi sonuçlar vermesi için ne olduğunun ve ne kadar hayatın içinde yer aldığından çalışanlar ve yöneticilere tam anlamıyla anlatılması gerekmektedir. Yöneticiler ve çalışanlara anlatılmasından sonra ilk başta yapılması gereken şey toplumu bilinçlendirmek ve bu konuda eğitmek olmalıdır.

Anahtar Kelime: Toplam Kalite Yönetimi, Kamu Sektörü, Sürekli Gelişme

JEL Kodları: M10, M19, H8

References

Acar, O.K. (2017). “BİMER, CİMER ve Sosyal Medya Üzerinden Yapılan Şikayetlerin Kamu Çalışanlarının Motivasyonlarına Etkisi”, 15.KAYFOR Bildiri Özetleri Kitabı, 485-489.

Bedük, A. ve Alodalı, M. (2003). “Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılandırma Aracı Olarak TKY”, Kamu Yönetiminde Kalite 3.Ulusal Kongresi, TODAİE Yayını, Ankara, 79-94.

Öztürk, H. ve Tataroğlu, M. (2017). “Meslek Yüksekokullarında Hizmet Kalitesi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği”, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 1(40), 162-179.

Saran, M.U. ve Göçerler, A. (1998). “Kamu Hizmetlerinde ve İçişleri Bakanlığı’nda Toplam Kalite Yönetimi”, Türk İdare Dergisi, (421): 225-282.

Saran, U. (2004), Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma, Atlas Yayıncılık, Ankara.

Sezer, Ö. (2008). “Kamu Hizmetlerinde Müşteri (Vatandaş) Odaklılık: Türkiye’de Kamu Hizmeti Anlayışı Açısından Bir Değerlendirme”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 4(8): 147-171.

Tarhan A. B. ve Ezici, E. (2011). “Kamu Hizmetlerinin Üretiminde Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı Ve Toplam Kalite Yönetimi”, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 3(2): 13-21.

Yatkın, A. (2014). Toplam Kalite Yönetimi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Yılmaz, A. (2007). “AB’ye Uyum Sürecinde Türk Kamu Yönetiminin Dönüşümü Üzerine Notlar”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (17), 215-241.

Esnek Çalışma Biçimlerinden Evde(N) Çalışmanın İş İlişkileri Bakımından Türkiyedeki Mali ve Hukuki Boyutunun Analizi

Abdülkerim ÇALIŞKAN¹, N. Fıratcan ÇINAR²

Özet

1. Giriş

Son yıllarda artan internet kullanımı ve buna bağlı olarak gelişen e-ticaret sistemi sonucunda home ofis yöntemi ile çalışan küçük ev işletmeleri niceliğinde ciddi bir artış gerçekleşmiştir. Kargolama ve lojistik faaliyetleri alanında yaşanan gelişmeler ve sosyal medyanın hayatımızın her alanına girmesi de evde(n)³ çalışma sayısının artmasında etkili olan diğer faktörlerdir. Son zamanlarda benzeri sebeplere bağlı olarak internet üzerinden ev üretimi ürünlerin dahi satışını gerçekleştiren işletmelerin sayısı artmış, yine ev üretimi olmasa bile evde çalışan sanal mağaza-dükkanların sayısında ciddi boyutta artışlar gerçekleşmiştir. Karşılıklı etkileşime bağlı olarak evden çalışma biçimlerindeki artış, kendi alt bileşenleri ve sektörlerinin de hızla gelişmesine öncülük etmiştir. Kargoculuk ve lojistikteki gelişmeler evden çalışmayı kolaylaştırırken evde çalışmadaki gelişmeler de adı geçen sektörlerin yaygınlaşmasını sağlamıştır.

Evde çalışma yöntemlerinde bir işverene bağımlı olarak veya kendi namına bağımsız da çalışmak mümkündür. Bu ayrım evde çalışmanın daha çok vergilendirme kısmıyla alakalı olmaktadır.

Bu çalışmada da evde çalışmanın vergisel boyutları ile bağımlı/bağımsız çalışma şekilleri ve Türkiye’de esnek çalışmanın uygulanabilirliği irdelenecek ve incelenecektir.

2. Esneklik ve Esnek Çalışma

İçinde özgürlük, yumuşatma anlamı taşısa bile esneklik kavramı bir kuralsızlaştırma olmayıp, işverenler açısından çalışanların işyerinde gerekli saat ve şekilde çalıştırılması; çalışan açısından ise, çalışma saatinin kısaltılıp, klasik çalışma şartlarından daha esnek biçimde çalışılması olarak tanımlanırken, kalıplaşmış olarak kabul edilen belirli bir yerde, belirli gün ve saatlerde çalışma düzenine bağlı kalmaksızın çalışmanın yeni hâli, esnek çalışma (atipik istihdam) veya alternatif çalışma programı olarak adlandırılır (Tan, 2007: 2).

¹ Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi

² Öğr. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, firatcancinar@sdu.edu.tr

³ Çalışmada kastedilen çalışma türü “evde çalışma” ve “evden çalışma” olduğu için burada evde(n) şeklinde bir kullanım yapılmıştır. İlerleyen bölümlerde “evde çalışma” olarak bahsedilecek kavramda hem “evde çalışma” hem de “evden çalışma” kavramını kapsar niteliktedir.

2.1. Esnek Çalışmanın Tarihçesi

Teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak üretim modelindeki değişim, geleneksel çalışma biçimlerini değiştirerek kısmi süreli, proje/sözleşme temelli, esnek, uzaktan, çağrı üzerine ve evde çalışan yeni bilgi işçilerini yaratmış olup, kısmi süreli çalışma, geçici çalışma, ödünç iş ilişkisi, tele-çalışma ve alt-işveren uygulamaları gibi çeşitli çalışma biçimlerini ifade etmek üzere atipik istihdam türleri deyimini kullanılmaktadır. (Aksoy, 2012: 402-405).

2.2. Esnek Çalışmanın Türkiye'deki Hukuki Durumu

Türkiye'de çalışma sürelerinde esneklik konusuna ilk kez 1996 yılı programında yer verilmiştir. Planlı kalkınmanın gereği olarak hazırlanan beş yıllık kalkınma planlarına bakıldığında ise ilk kez "Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında (1990- 1995) esnek süreli çalışmanın izleri görülmeye başlanmıştır. 2003 yılında ise 4857 sayılı İş Kanunu ile esneklik yasalarla düzenlenmiş ve fakat mevzuatta yer alan birçok düzenleme Avrupa Birliği mevzuatına ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) sözleşmelerine dayanmakla birlikte Avrupa uygulamalarından daha katı hükümler içermiş, bu durum da esnek çalışmanın uygulanabilirliğinde çeşitli sıkıntılar meydana getirmiştir (Tatlıoğlu, 2012: 72).

2.3. Esnek Çalışma Biçimlerinden Evde Çalışma ve Türleri

Evde çalışmanın başka bir yöntemi de "tele çalışma" olup, "elektronik evde çalışma" olarak da adlandırılan bu çalışma türü, iletişim ve bilgi teknolojileriyle en yaygın tele çalışma biçimi olarak evde gerçekleştirilebilmektedir ve bu çalışma şekli, "uzaktan iletişim", "uzak/ayrı çalışma", "mesafe çalışması", "uzaktan çalışma" olarak da adlandırılmaktadır (Karakoyun, 2016: 143).

3. Türkiye'de Esnek Çalışma Uygulamaları

Türkiye'de özellikle köyden kente göçenlerin de artmasıyla beraber kent kültürünün oluşması ile birlikte yaşamın yaygınlaşması, bazı kuralları zorunlu kılmıştır. Çoğunluğun yaşadığı apartmanlar, siteler, apartlar/apart daireler ve rezidanslarda yaşayan insanların tabii olduğu, uymak zorunda oldukları kurallara örnek olarak Kat Mülkiyeti Kanunu gösterilebilir.

4. Evde Çalışmanın Çalışma İlişkisi Bakımından Vergilendirilmesi

Evde çalışmada karşılaşılan en büyük sorunların başında çalışanın bir işverene bağımlı olarak mı yoksa bu işleri kendi namına mı yaptığı konusudur. Ayrıca işin türü de önemli olup, vergilendirme konusunda esnaf muaflığından sayılan işlerin yapılıp yapılmadığı hususları da vergi uygulamaları açısından göz önünde bulundurulması gereken hususlardır. İşverene bağımlılık durumunda çalışanın elde edeceği gelir, ücret olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla gelir vergisi mükellefiyetliği söz konusudur. Fakat çalışan bu iş için şirket kurup kurumsal bir şekilde bu işleri yürütmekte ise bu sefer kurumlar vergisi mükellefiyeti söz konusu olmaktadır. Eğer çalışan belli bir bilgi düzeyini ve birikimini kullanarak evde çalışıyorsa bu durumda serbest meslek kazancı olarak vergilendirilmesi hususu öne çıkacaktır. Bağımsız çalışanın sürekli

olarak yapmadığı yani arızı durumlarda gerçekleştirdiği faaliyetlerden kazancı var ise diğer kazanç ve iratlar üzerinden vergilendirilmesi gerecektir.

5. Evde Çalışmanın Avantajlı ve Dezavantajlı Yanları

Kişisel gelişim ve çocuk gelişim uzmanları, çalışan annelerin genellikle çocuklarını ihmal ettiklerini düşünerek sürekli suçluluk duyarak çocuğuna yeterince vakit ayıramamanın endişesini yaşadıklarını ve bu durumun, hayatın içinde var olmak isteyen kadın kimliği ile diğer yanda annelik kimliği duygusu arasında çatışma yaşayan annenin üzerindeki baskıyı artırarak strese girmekte olduklarını söylemektedirler (Ergene, 2012, www.hurriyetaile.com, 28.02.2018).

Evde çalışmaya ilişkin başka dezavantajlı durum olarak evde çalışan işgörenin denetlenmesi hususu yer almaktadır. İşgörenin hangi saatlerde gerçekten çalışıp çalışmadığı, işe odaklanıp odaklanmadığı hususlarını tahmin etmek zor bir durumdur.

6. Sonuç

Teknolojinin hızla değiştiği ve hayatımızı kolaylaştıran buluşların baş döndürücü bir hızla arttığı, her güne yeniliklerle gözlerimizi açtığımız dünyada, çalışma biçimlerinin de eskisi gibi kalmayacağı yadsınamaz bir realitedir. Sonuç olarak evde çalışma küresel rekabet ortamının baskısıyla piyasaların geliştirdiği iş-güç biçimlerinden en dikkat çeken uygulamalardan birisidir. Bilişim ve robot teknolojisi, genetik, yapay zekâ alanındaki gelişmelerin neredeyse tamamı gelecekteki nüfus projeksiyonlarına göre geliştirilen çözümlerdir. Emek-yoğun sektörlerin üretimdeki maliyetlerini azaltmada evden çalışma sistemi gelecekte hem özel sektör açısından hem de kamu sektörü açısından kaynakların etkili, etkin ve verimli kullanılabilmesini sağlayacak önemli bir potansiyel düzenleme alanıdır. Bu yüzden evde çalışmaya ilişkin olarak dördüncü bölümde vergi mevzuatının evde çalışma karşısındaki istisnalarının ve muafiyetlerinin genişletilerek ve evde çalışmanın vergi teşvikleriyle desteklenerek yaygınlaşmasını sağlamak, gelecekte Türkiye'yi emek piyasalarında daha avantajlı konuma getirecektir.

Anahtar Kelimeler: Evde çalışma, esnek çalışma, uzaktan çalışma.

JEL Kodları: J01, K31, K34

Kaynakça

Aksoy, B. (2012), "Bilgi Teknolojileri ve Yeni Çalışma İlişkileri", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, ss. 401-414.

Ergene, S., (2012), *Çalışan Anne Çocukla Nasıl İletişim Kurmalı?*, http://www.hurriyetaile.com/cocuk/cocuk-psikolojisi/calisan-anne-cocukla-nasil-iletisim-kurmali_10815.html, (28.01.2017).

Karakoyun, F. (2016), "Home Ofis -Evden Çalışma- Yöntemi ve Vergi Hukukundaki Düzenlemeler", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, C: 12, S: 29, ss. 141-162.

Tan, G. (2007), *Atipik İş Sözleşmelerinden Evde Çalışma ve Tele Çalışma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü..



April 26-29, 2018 Patara

Extended Abstracts Book

Tatlıoğlu, E. (2012), Gvenceli Esneklik erevesinde Esnek alışmanın Uygulanabilirliği,
Electronic Journal of Vocational Colleges (Ejovoc), C: 2, S: 2, ss. 69-84.

The Effects of Intangible Fixed Assets on Financial Performance: A Practice in Technology Companies in Borsa İstanbul¹

Mehmet KAYGUSUZ², Şerafettin SEVİM³, Tunga BOZDOĞAN⁴

Abstract

Intangible assets; are economic fixed assets that do not carry a physical asset property, are determinable, measurable, evaluable, controllable and provide economic benefits to the business in the future. Today, along with the rapidly developing information economy, the prospect for the intangible fixed assets has increased and also the share of intangible assets within the balance sheet has increased. Therefore, for information users, how these assets affect the financial performance of businesses has become an important issue. The purpose of this study is to determine the effect of intangible assets on the financial performance of the companies. The TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solutions) method is used in the study. The financial data of 14 technology and information companies listed on BİST Technology (XUTEK) index, which is traded on Borsa İstanbul (BİST) in the study, were used. In the study, the financial performance of the companies was assessed and the effects of intangible assets were tried to be revealed.

Keywords: Intangible Fixed Asset, Financial Performance, Accounting, Finance, TOPSIS.

JEL Codes: M20, M40, M41

Maddi Olmayan Duran Varlıkların Finansal Performansa Etkisi: Borsa İstanbul Teknoloji Şirketlerinde Bir Uygulama

1. Giriş

İçinde bulunduğumuz yüzyılda yaşanan ekonomik gelişmeler dünyada sürekli teknolojik yeniliklere neden olmakta bu durum ise bilgi ekonomisinin doğmasını sağlamaktadır. Günümüzde yaşanan gelişmeler çerçevesinde fiziksel varlık özelliği taşımayan iktisadi kıymetlerin önemi giderek artmaktadır. İşletmelerde maddi olmayan varlıklar, maddi varlıklara göre daha da çok değer katmakta ve işletme içerisindeki önemi giderek artmaktadır.

¹ Bu çalışma, birinci yazarın Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

² Öğr. Gör., Dumlupınar Üniversitesi, Simav MYO., mehmet.kaygusuz@dpu.edu.tr

³ Prof. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF., İşletme Bölümü, ssevim43@hotmail.com

⁴ Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF., İşletme Bölümü, tunga.bozdogan26@gmail.com

Yapılan araştırmalar, halka açık Şirketlerin değerinin %60'dan fazlasının maddi olmayan duran varlıklardan kaynaklandığını göstermektedir (Perek, 2007: 142).

Bu çalışmanın amacı; maddi olmayan duran varlıkların, işletmelerin finansal performansıyla olan ilişkisini ortaya koyan bilimsel bir analiz yapmaktır. Araştırmanın kapsamına, Borsa İstanbul Teknoloji (XUTEK) endeksinde yer alan 14 adet teknoloji ve bilişim Şirketleri ele alınmıştır. Araştırmanın sınırlarını Borsa İstanbul'daki bilişim ve teknoloji Şirketlerinin üç yıllık (2014, 2015, 2016) finansal bilgileri oluşturmaktadır. Gerekli olan veriler Şirketlerin kendi internet sayfalarından ve KAP (Kamuyu Aydınlatma Platformu)'dan ulaşılmıştır. Finansal performansın lulmesi için oran analizinden yararlanılmıştır. Maddi olmayan duran varlıkların finansal performansa etkisinin belirlenmesi için ÇKKV (ok Kriterli Karar Verme) yöntemlerinden biri olan TOPSIS yöntemi seçilmiştir.

2. Maddi Olmayan Duran Varlıkların nemi

Günümüzde bilgi ile bilgiye dayalı üretim giderek önem kazanmıştır. İşletmeler faaliyet alanı olarak içinde bulunduğu piyasalarda rekabet üstünlüğünü sağlamak için bilgi üretmek ve ürettiği bu bilgileri üretimde kullanmak zorunluluğundadır. Günümüzde bilginin değerini herkes bilinmekte ve bu bilgiden gelir sağlamak için çeşitli yöntemlere başvurulmaktadır. Elde edilen bilginin maddi bir varlığı olmamakla birlikte para ile ifade edilmesinden dolayı önemli bir varlık unsuruna dnmştr (Yücel,2013:5). Bilgi ekonomisinin yaşanması ile birlikte işletmelerin retim Şekilleri ve süreçleri, örgüt ve varlık yapıları değişikliğe uğramasıyla birlikte işletmelere değer yaratan faktörler giderek farklı hale gelmiştir. Geleneksel yapıya sahip işletmelerde maddi varlıklar değer yaratırken artık bilgi ekonomisi ile birlikte modern işletmelerde maddi olmayan varlıklar daha da değer yaratmaya başlamıştır. Meydana gelen yeni faktörlerin çoğu daha önceleri var olmayıp veya olup da üzerinde önemle durulmayan varlıklardır. İşletmeler, maddi varlıklardan çok daha fazlasına sahip oldukları maddi olmayan duran varlıkları olmadan faaliyetlerinin srdremeyeceklerinin farkına varmışlardır. İşletmelerin varlık yapısı içerisindeki maddi olmayan varlıklar, maddi varlıklara oranla önemi giderek artış göstermektedir (Okay, 2012: 1202). Birçok Avrupa Birliği (AB) lkesinde imalat sanayinde son yıllarda maddi olmayan varlıkların payı artış gösterirken maddi varlıkların payı giderek azalış göstermektedir (Fındık ve Ocak, 2015: 18).

3. Finansal Performans ve Maddi Olmayan Duran Varlıklar

Performans; bir amacı gerçekleştirmek için planlanmış olan etkinliklerde elde edilen nitel veya nicel kavram biçiminde tanımlanmıştır. İşletmenin performansı denilince, belirli bir süre sonunda yapılan faaliyetlerle elde edilmiş olan çıktı ve çalışmaların sonucudur (nc,vd., 2015: 150). Finansal performans; işletmelerin para ile ifade edilen politikalar sonucunda faaliyet sonuçlarının ölçümüdür (Uygurtürk ve Korkmaz, 2012: 96). Finansal performans analizi; işletmenin faaliyetlerini muhasebeleştirmesi sonucu finansal tablolarından faydalanılarak faaliyet durumunun ve finansal yapı özelliklerinin belirlenmesidir (Meydan, vd., 2016: 148). Bütün bu açıklamalardan hareketle finansal performansın kapsamına baktığımızda ifade edilen işletmelerin performanslarını bütünsel olarak bir bakış açısı sunmasıdır.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda bilgi ekonomisi ile birlikte bilgi önem kazanmaktadır. Bilginin önem kazanması ile birlikte bilgi teknolojileri de gelişmekte ve işletmenin varlıklar içerisindeki maddi olmayan duran varlıklar giderek artış göstermektedir. Yapılan araştırmalar bilgi toplumu ve bilgi ekonomisi ile birlikte işletmelerin varlıkları içerisinde maddi olmayan

duran varlıkların ağırlığının giderek arttığını göstermektedir. Artış göstermesinin nedeni şirketlerin bilgiye ve bilgi teknolojilerine önem vermesi, kaynaklarını daha çok maddi olmayan duran varlıklara ayırması ve daha önceki yıllara göre daha iyi bir finansal performans göstermiş olmasındandır.

4.Uygulama

Çalışmada maddi olmayan duran varlıkların şirketlerin finansal performansı ile olan ilişkisi araştırılmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede Borsa İstanbul (BİST)'da işlem gören, BİST Teknoloji (XUTEK) endeksindeki yer alan 14 adet teknoloji ve bilişim şirketinin 2016 yılı mali tablolarından yararlanılarak finansal oranlar elde edilmiş ve TOPSİS yöntemi uygulanarak şirketlerin finansal performansları ölçülmeye çalışılmıştır.

Yapılan araştırma aşağıdaki Tablo 1’de gösterildiği şekilde özetlenebilir.

Tablo 1: Araştırmanın Basamakları

1.BASAMAK	✓ Teknoloji ve Bilişim Şirketleri ile İlgili Finansal Bilgilerin Elde Edilmesi
	✓ Finansal oranların belirlenmesi ve açıklanması
	✓ Finansal oranların hesaplanması
2.BASAMAK	Birinci Aşama: Belirlenmiş olan finansal oranların şirketlerin maddi olmayan duran varlık finansal performansına etkisi. <i>TOPSIS Yöntemi;</i>
	✓ <i>Adım 1:</i> Karar Matrisinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım 2:</i> Normalize Edilmiş Karar Matrisinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım3:</i> Ağırlıklandırılmış Normalize Matrisinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım 4:</i> İdeal (A ⁺) ve Negatif İdeal (A ⁻) Çözümlerinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım 5:</i> İdeal ve Negatif İdeal Noktalara Olan Uzaklık Değerinin Belirlenmesi
	✓ <i>Adım 6:</i> İdeal Çözeme Göre Yakınlığın Hesaplanması ve şirketlerin finansal performans puanları ve sıralaması
	İkinci Aşama: Maddi olmayan duran varlıkların; duran varlıklar ve varlıklar içerisindeki ağırlık oranının finansal performansa etkisi. <i>TOPSIS Yöntemi;</i>
	✓ <i>Adım 1:</i> Karar Matrisinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım 2:</i> Normalize Edilmiş Karar Matrisinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım 3:</i> Ağırlıklandırılmış Normalize Matrisinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım 4:</i> İdeal (A ⁺) ve Negatif İdeal (A ⁻) Çözümlerinin Oluşturulması
	✓ <i>Adım 5:</i> İdeal ve Negatif İdeal Noktalara Olan Uzaklık Değerinin Belirlenmesi
✓ <i>Adım 6:</i> İdeal Çözeme Göre Yakınlığın Hesaplanması ve şirketlerin finansal performans puanları ve sıralaması	

Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında yapılan çalışmaların bulguları aşağıdaki gibidir.

Tablo 2: Bilişim ve Teknoloji Şirketlerinin (3 yıllık)
Finansal Performans Puanları ve Sıralaması

Şirketler (Borsa Kodu)	Maddi Olmayan Duran Varlıkların; Belirlenmiş olan Finansal Oranlara Göre Finansal Performansı			Maddi Olmayan Duran Varlıkların; Duran Varlıklar ve Varlıklar İçerisindeki Ağırlık Oranına Göre Finansal Performansı		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
	Sıra No	Sıra No	Sıra No	Sıra No	Sıra No	Sıra No
ALCTL	6	13	14**	10	13	11
ARENA	11	12	10	12	11	10
ARMDA	1*	3	4	3	7	9
ASELS	13	10	9	11	9	8
DGATE	3	2	1*	7	4	4
DESPC	2	1*	2	5	3	5
ESCOM	14**	14**	13	14**	14**	13
INDES	8	4	11	13	8	12
KAREL	9	7	7	6	5	6
KRONT	7	5	3	2	2	1*
LINK	10	8	5	4	6	3
LOGO	5	6	6	1*	1*	2
NETAS	12	9	8	9	10	7
PKART	4	11	12	8	12	14**

* = En İyi finansal performans gösteren şirket

**= En kötü finansal performans gösteren şirket

5. Sonuç

Yapılmış olan çalışma kapsamında Borsa İstanbul (BİST)'da işlem gören, BİST Teknoloji (XUTEK) Endeksi'nde yer alan 14 adet teknoloji ve bilişim şirketinin mali tablolarında yer alan maddi olmayan duran varlıkların finansal performansı nasıl etilediği araştırılmıştır.

Araştırma sonucunda maddi olmayan duran varlıkların finansal performansı nasıl etkilediği ile ilgili şu bulgulara ulaşılmıştır.

Teknoloji ve bilişim şirketlerinin maddi olmayan duran varlıkları ile finansal performansı arasında anlamlı bir ilişki vardır ve şirketlerin finansal performansını olumlu etkilemektedir.

Maddi olmayan duran varlık devir hızı yüksek olan teknoloji ve bilişim şirketlerinde finansal performans yüksektir.

Maddi olmayan duran varlık karlılık oranı yüksek olan teknoloji ve bilişim şirketlerde finansal performans yüksektir.

Maddi olmayan duran varlık büyüme oranı yüksek olan teknoloji ve bilişim şirketlerinin finansal performansı yüksektir.

Maddi olmayan duran varlık büyüme oranı yüksek çıkan şirketler, ertesi yılın en iyi finansal performansına sahip olan şirketlerdir.

En iyi finansal performans gösteren şirketler; maddi olmayan duran varlıkları gerek duran varlıklar gerekse varlıklar içerisinde daha fazla yer tutanlardır.

Anahtar Kelimeler: *Maddi olmayan duran varlık, Finansal Performans, Muhasebe, Finansman, TOPSİS Yöntemi*

JEL Kodları: M20, M40, M41

Kaynakça

Fındık, D., Ocak, M. (2015). “Türkiye’de Maddi Olmayan Varlıkların Sınıflandırılması: Borsa İstanbul’a (BİST) İlişkin Deneysel Bir Analiz”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Yıl:2015, Sayı:68, Bursa, ss.17-38.

Meydan, C., Yıldırım, B. F. Senger, Ö. (2016). “BİST’ te İşlem Gören Gıda İşletmelerinin Finansal Performanslarının Gri İlişkisel Analiz Yöntemi Kullanılarak Değerlendirilmesi”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 69, Ocak 2016, s.147-167.

Okay, S. (2012). “Entelektüel Sermaye ve Muhasebe İle İlişkisi”, Batman Üniversitesi, Yaşam Bilimleri Dergisi, Yıl:2012, Sayı: 1, Batman, ss. 1202.

Öncü, M. A., Bayat, M., Kethüda, Ö., Zengin, E. (2015). “Yenilik ve Müşteri Performansının Finansal Performans Üzerindeki Etkileri: Orta Ölçekli Bir Sanayi İşletmesinde Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi, İ.İ.B. Dergisi, Yıl:2015, Cilt: XXXVII, Sayı: I, ss. 149-164.

Perek, A. A. (2007). Maddi Olmayan Duran Varlıklar İçin İskonto Oranının UFRS Hükümlerine Göre Hesaplanması – I, Mali Çözüm Dergisi, Yıl:2007, Sayı: 84, İstanbul.

Uygurtürk, H., Korkmaz, T. (2012). “Finansal Performansın TOPSIS Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Belirlenmesi: Ana Metal Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”, Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Ekim 2012, 7(2), s.95-115.



April 26-29, 2018 Patara

Extended Abstracts Book

Yücel, S, (2013). “İnternet Sitelerinin Değerlendirilmesinde TMS:38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar Standardı ve Türkiye Vergi Mevzuatı Hükümlerinin Karşılaştırılması”, Düzce Üniversitesi SBE, İşletme ABD, Yüksek Lisans Tezi, Düzce, 2013.

Impact of Micro Finance on Small Enterprises in India

Özcan ÖZTÜRK¹

Abstract

1. Introduction

One of the issues in the field of finance is the lack of access to credit by the poor. Across the world, particularly in the developing countries, there is a consensus that microfinance, small long-term loans on easy terms, has the potential to alleviate poverty in rural areas and empower small businesses and the poor, especially women. Conventional banks are reluctant to lend money to the poor as the poor are unable to offer collaterals or any form of security. Micro finance institutions (MFI), however, do not require collateral since they offer loans on easier terms and conditions. A well-known example of MFI is the Grameen Bank established by Nobel Peace prize recipient, Muhammad Yunus, in Bangladesh in early 1970s. Since then, the Grameen Bank model has been adopted by many countries.

Microfinance is perceived an important means for poverty reduction in India as well. It was first initiated by National Bank for Agriculture and Rural Development (NABARD) in collaboration with banks and NGOs to lend the rural population, known as Self-Help Group (SHG) program in late 1980s. Usually NGOs provide SHGs access to funds through banks. There were also state-run SHG programs. Thus, initially microfinance was dominated by government. In 1990s, private sector-run MFIs entered microfinance market. Since then, in India there have been two channels providing microfinance to the rural population; MFIs and SHG bank linkage model.

Due to potential demand in the sector and high re-payment rate, the microfinance sector witnessed high growth rate during the period of 2006 to 2010. However, the sector faced a crisis in 2011 due to regulatory uncertainty. In the state of Andhra Pradesh, state government intervened the market blaming that MFIs are the main causes of more than 200 suicides taken place due to over indebtedness. As a result, the sector witnessed funding constraints because of uncertainty which led the “microfinance crisis” in India. After the crisis in 2011, the central government regulated market to revive and bring back on track.

Several studies have done impact analysis of MFIs in India. (Imai et. Al., 2010) examine whether household access to microfinance reduces poverty. Using national household data and treatment effect model, they find that loans for productive purposes were more effective in rural area than urban areas for poverty reduction. A vast majority of the studies has focused on the effect of MFIs on women empowerment. (Sarumathi & Moha, 2011) study the effectiveness of microfinance on women empowerment. They find a positive correlation between microfinance

¹ Assistant professor, Ataturk University, ozcan.ozturk@atauni.edu.tr (corresponding author)

access and improvement in literacy, awareness for children education and reduction in poverty level. (Aruna & Jyothirmayi, 2011) analyze impact of micro credits on women empowerment and find microfinance has profound impact on the economic status, decision making power of women.

Although there is a relatively large literature on impact of MFIs in individual level, to my knowledge, there is no impact analysis done in firm level. This study aims to fill this gap by providing evidence whether MFIs has improved small firms' access to credits or not.

The literature of MFIs' impact on small enterprises dates back to (Hartarska & Nadolnyak, 2008) who examine whether microfinance institutions improved access to credit for small enterprises in Bosnia and Herzegovina using the financing constraints approach. They find that MFSs alleviated microbusinesses' financing constraints. (Abiola, 2011) uses financing constraints approach to study whether MFIs has improved access to credit for small firms in Nigeria, and finds positive impact of MFIs in alleviating micro business' financial constraints.

(Hartarska & Nadolnyak, 2013) study the effectiveness of MFIs on availability of credit to entrepreneurs in Eastern Europe and Central Asia using financing constraint approach. They compared cities with MFIs with the ones without MFIs and find that MFIs have improved credit access of small businesses. Using the same approach, (Quaye & Hartarska, 2016) examine the impact of MFI on micro and small enterprises in Ghana. Results show that microfinance sector has alleviated financing constraint in Ghana.

2. Methodology

This study adopts the financing constraints approach used by (Quaye & Hartarska, 2016). The approach was first used by (Fazzari et al., 1988) to tests if there is a difference in sensitivity of investment to internal funds in enterprises that are characterized constrained as oppose to unconstrained ones. (Hartarska & Nadolnyak, 2008) extend the financing constraint approach to evaluate impact of micro finance industry on firms' access to credit. The authors create two sub-samples: one sample represents the microenterprises in cities with MFIs (treatment) and the other one without MFIs (control group). For each sub-group, a reduced form investment equation such as the one in equation (1) is estimated. If two groups indicate statistically different sensitivity to internal funds, one group of enterprise is more credit constrained. In other words, if investment in firms in cities with MFIs is less sensitive to internal funds as compare to cities without MFIs, one can argue that MFIs alleviate financing constraints.

3. Data and Estimation

This paper uses data from the World Bank Business Environment and Enterprise Performance Survey (BEEPS) collected in India between June 2013 and December 2014. Thus, one year of cross-sectional data is used for the analysis. The survey includes firms from different sectors including manufacturing, trade and services and from three different sizes of firms including small (with employees between 5 and 19) and medium (between 20 and 99) and large firms (with more than 100 employees). We analyze the small enterprises. We divide the sample into two sub-groups based on firms' self-reporting to create control and treatment groups. The firms that report "access to finance" as "little" or "no obstacle" are classified as

unconstrained while the enterprises that choose a “moderate”, “major” or “very severe obstacles” are classified as constrained. We have final sample of 273 small enterprises with 114 constraint enterprises and 159 unconstrained firms.

The model (1) is estimated for firms that have credit access and the ones that do not have access to credit.

$$Inv = \beta_0 + \beta_1 IF + \beta_2 IO + \beta_{3-i} Z + \varepsilon \tag{1}$$

Where *Inv* is the amount of investment made in previous year. *IF* is internal fund (cash flow) available which is obtained by subtracting total cost from total revenue. *IO* is investment opportunity. We use hiring part-time worker as proxy for investment opportunity. Including investment opportunity is particularly important since enterprises that do not use investment opportunity might not invest even if they have capital to do so. *Z* is a vector of other variables about the enterprises the affect investment. Finally, ε is iid error term with zero mean and constant variance. From the specification of the model (1), a statistically significant difference in β_1 between two subsample suggests existence of impact. In other words, investments in small firms having access to microfinance are less sensitive to internal funds than the ones that do not have access to microfinance. Thus, one can infer that MFIs alleviate financing constraints of small enterprises in India.

4. Results

Table 2 presents Tobit regressions results for both constrained and unconstrained small enterprises. We take log of investment and cash flow to correct violation of constant variance assumption. As seen in the table, the estimated parameter of cash flow for unconstrained firms is 0.2722 while it is 0.4474 for unconstrained firms. T-test results show the difference between to coefficients is statistically significant at 5 per cent level. This indicates that the constrained enterprises are more dependent on internal funds than the unconstrained ones. As mentioned earlier, this suggests that having access to micro credits has alleviated financial constraint faced by small enterprises in India. As for investment opportunity, it is statistically significant suggesting that the constrained enterprises that have investment opportunity are able to make 65 percent more investment as oppose to the ones that do not have investment opportunity (part-time employees). Statistical significance of the variable of permanent employee for unconstrained enterprises suggests that an additional permanent employee has positive impact on investment for unconstrained firms. The rest of the variable do not have statistically significant effects on investments for both constrained and unconstrained firms.

5. Conclusion

This study examines the impact of microfinance institutions on small enterprises’ access to credit in India. Using financing constraint approach and one year of data provided by Business Environment and Enterprise Performance Survey, we find that microfinance institutions have improved access to credit for small firms in India since the enterprises that have access to microfinance (unconstrained firms) was less sensitive to availability of internal funds than constrained enterprises that do not have access to microfinance. This study adds

literature another case where small enterprises' financing constraint can be alleviated by micro finance institutions.

Keywords: Microfinance, Financing Constraint, Internal funds, Investment.

JEL Codes: G2, G21, G23

References

Aruna, M., and M.R. Jyothirmayi (2011). "The role of microfinance in women empowerment: A study on the SHG bank linkage program in Hyderabad (Andhra Pradesh)." *Indian Journal of Commerce & Management Studies* ISSN 2229:5674.

Fazzari, S.M., R.G. Hubbard, B.C. Petersen, A.S. Blinder, and J.M. Poterba (1988). "Financing constraints and corporate investment." *Brookings papers on economic activity* 1988(1):141–206.

Hartarska, V., and D. Nadolnyak (2008). "An impact analysis of microfinance in Bosnia and Herzegovina." *World Development* 36(12):2605–2619.

Hartarska, V., D. Nadolnyak, and T. McAdams (2013). "Microfinance and microenterprises' financing constraints in Eastern Europe and Central Asia." In *Microfinance in Developing Countries*. Springer, pp. 22–35

Imai, K.S., T. Arun, and S.K. Annum. (2010). "Microfinance and Household Poverty Reduction: New Evidence from India." *World Development* 38(12):1760–1774.

Quaye, F.M., and V. Hartarska. (2016). "Investment Impact of Microfinance Credit in Ghana." *International Journal of Economics and Finance* 8(3):137.

Sarumathi, S., and K. Mohan. (2011). "Role of Micro Finance in Women's Empowerment (An Empirical study in Pondicherry region rural SHG's)." *Journal of Management and Science* 1(1):1–10.

Stewart, R., C. van Rooyen, K. Dickson, M. Majoro, and T. de Wet. (2010). "What is the impact of microfinance on poor people?: a systematic review of evidence from sub-Saharan Africa."

China in Latin America: Cooperation and Hegemony

Ramazan İZOL

Abstract

China's economic penetration in Latin America cannot be analyzed without examining its impact on relations with the United States, the dominant world power, which, since Monroe in the nineteenth century, considers this region as its backyard.

In the following article, we will analyze relations between China and the Latin American region from two perspectives: economic and geopolitical. We will also discuss the role of Chinese people living in the region. We will conclude by attempting to identify the winners and losers of the development of these relationships, to identify the risks and to chart future prospects.

Keywords: Latin America, People's Republic of China, Regional Politics, Global Actors

JEL Codes: F50, F51, N40

Latin Amerika Kıtasındaki Çin: İşbirliği İle Hegemonya Arasında

Özet

1. Giriş

1980'li yıllarda Çin'in dünya ticaret hacminde yüzde 1 gibi bir rakamla temsil edilmekteydi. Bu oran 2005 yılında yüzde 6,5 gibi bir orana yükselmişti. Bu dünya ticaret hacmindeki bu kayda değer yükselişi, XIX. ve XX. yüzyıldaki kolonyal güçlerin gerçekleştirdiği dünya piyasasına hâkim olma politikalarıyla bile karşılaştırabiliriz.

Altmışlı yılların ortalarında, Mao'un Soğuk Savaş dönemlerinde ilk defa Küba devrimiyle birlikte Latin Amerika ile ilgilenmeye başladığını söyleyebiliriz. Çok yakın zamana kadar, Latin Amerika'nın Çin'in ilgi alanına ve yatırım menziline girmesi çok gecikmişti. Çin'de yaşanan kültür devrimi süresince Latin Amerikalı devrim hareketlerinin desteklenmesi bile sınırlı seviyede kalmıştı.

1976'da Deng Xiao Ping'un başa gelmesinden sonradır ki, 1978'de açık kapı politikası ile yapısal reformların hayata geçirilmesiyle birlikte ekonomik büyüme ve modernleşme adımları ülkedeki dönüşümlerin başlangıcı olmuştu. Çin'in dünya çapında büyük bir ekonomik güç olmaya başlamasıyla birlikte bu gelişmelerden Latin Amerika'nın da nasibini almaması

düşünülemezdi. Her şeye rağmen, nerdeyse doksanların sonlarından itibaren ancak çok yakın bir geçişte, Latin Amerika ile Çin arasında ekonomik ve siyasi ilişkilerin sıkılaşması ve derinleşmesi süreci başlayabilmişti. 2000 yılında, Çin'in Latin Amerika kıtasıyla ticaret hacmi 12,6 milyar dolar iken, 2006 yılına gelindiğinde bu rakam 70 milyar dolara ulaşmış ve 2010 yılında ise bu artış 180 milyar dolara kadar artış göstermişti.

Çin'in Latin Amerika'ya ekonomik bakımdan giriş yapması konusunu, XIX. yüzyıldan itibaren Monroe Doktrini ile ABD'nin kendi arka bahçesi olarak değerlendirdiği bu bölgenin üzerinde yaratacağı etkilerini incelemeyi analiz etmek eksik kalacaktır. Bu çerçevede, bu çalışmada cevapları aranacak soruları şu şekilde formüle edebiliriz: Çin'in Latin Amerika'daki ekonomik ve siyasi varlığının boyutu nereye kadar gidebilir? Çin'in ABD'nin arka bahçesi olarak görülen bu bölgede, ekonomik ve siyasi varlığının bölge ülkeleri tarafından nasıl değerlendirileceği konusuna değinilecektir.

Bu çalışmada, Çin ile Latin Amerika bölgesi arasındaki ilişkileri ekonomik ve jeopolitik perspektiften hareketle inceleyeceğiz. Artan ve derinleşen jeopolitik ve ekonomik ilişkilerden kimin kazançlı çıkacağını, hangi türden riskleri barındırdığı ve gelişim perspektifinin çizilmesi konusunu da ele alacağız.

2. Yeni İşbirliği Alanı olarak Latin Amerika

Mao dönemindeki kapalı toplum olma halinden kurtulan Çin, seksenlerden sonra dünyaya açılma politikasını uygulamamıştır. Kısa süre içinde uluslararası konjonktürün ve küreselleşmenin yarattığı olumlu etkiyle tarım toplumundan gelişmiş modern bir topluma dönmeyi başarmıştı. Dünya ticaret hacmindeki payı kayda değer bir artış göstermişti. Son çeyrek yüzyılda gelişen ekonomisini, gelişmekte olan ülkelerle kurmaya çalıştığı ekonomik, diplomatik ve kültürel ilişkilerinin yaygınlaştırılmasıyla taçlandırmak istemiştir. Çin söz konusu ülkelerle daha çok yumuşak bir güç unsuru olan enstrümanlarla etkili olmayı hedeflemiştir. Gelişmekte olan ülkelerle eşitlik, karşılıklı yarar ve ortak kalkınma ilkelerine dayanan çok yönlü bir işbirliği modeli kapsamında ilişkilerini geliştirmeyi amaçlamıştır. Çin'in ekonomik büyümeyle sağladığı zenginleşmenin gelişmekte olan ülkelerdeki temel sorunlardan biri olan yoksulluk meselesine çare olarak görülmesi, Çin'i bu ülkeler nezdinde avantajlı kılmaktaydı.

Çin kültürünün tanıtılması ve kabul görmesi bakımından dünyada birçok bölgede Konfüçyüs Enstitüleri kurulmuştur. Temel amaç Çin kültürünün, dilinin ve değerlerinin dünyaya tanıtılması olmuştur. Çin'in ekonomik modelinden eğitim sistemine birçok alanda Çin siyasi yapısının tanıtılması, gelişmekte olan bölgelerindeki birçok devletle siyasi ve kültürel ilişkilerin geliştirilmesi hedeflenmiştir.

3. Perspektifler ve Riskler

Gelişmekte olan ülkelerle diplomatik, kültürel ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesini dış politikasının merkezine yerleştirmişti. Bu ülkeleri uluslararası arenada doğal müttefiki olarak değerlendirmekteydi. Çin'in gelişmekte olan ülkelerle bu çerçevede geliştirmeye çalıştığı ilişkileriyle, Batı'nın ve özellikle ABD'nin uluslararası sistemdeki üstünlüğüne rakip olabileceği ileri sürülmekteydi. Çin'in ABD ile sahip olduğu istikrarlı ilişkisine dikkat ettiğini ve kendisine doğrudan saldırı olmadıkça ve toprak bütünlüğü tehdit edilmedikçe bu ilişkiyi sürdürmeyi amaçladığını söyleyebiliriz. Afrika bölgesindeki sahip olduğu ekonomik, kültürel

ve diplomatik ilişkilerin Latin Amerika'ya göre daha gelişkin olması, Monroe Doktrini sonrasında ABD tarafından Latin Amerika'nın kendi "arka bahçesi" olarak ilan edilmesi gerçeğiyle yakından bağlantısı vardır.

4. Sonuç

Çin'in gelişmekte olan ülkelerle kurduğu işbirliğine yönelik ilişkileri, uluslararası sistemde hem küresel bir güç olabilmesinde hem de kapalı bir yapıdan dışa açılabilmesinde önemli rollere sahip olmuştur. Gelişmekte olan bölgelerden Latin Amerika ve Afrika bölgesi devletleriyle ekonomik ve ticari anlaşmalar yapılmış, diplomatik ve kültürel ilişkiler kurularak küresel bir güç olma hedeflenmiştir. Latin Amerika ile geliştirilen ekonomik ve ticari ilişkilerin daha çok hammadde ve emtia ihracı şeklinde cereyan etmesi, bölge ekonomisine uzun vadede zarar vereceği görüşü de bazı uzmanlarca dillendirilmektedir.

Anahtar kelimeler: Latin Amerika, Çin Halk Cumhuriyeti, Bölgesel Politikalar, Küresel Aktörler

JEL Kodları: F50, F51, N40

Kaynakça

Beltran, E. (2011). "La Chine : une opportunité unique pour l'Amérique latine", *Revue internationale et stratégique*, 2011/1 (n° 81):177-182.

Cesarin, S. (2007). "The relationship between China and Latin America : Realities and Trends", *Enter the Dragon ? Woodrow Wilson International Center*.

Delvin, R. (2007) "What does China Mean for Latin America ?" *Enter the Dragon ? Woodrow Wilson International Center*.

Harold J. (2008). "Chine, Russie, Inde ... l'émergence d'une volonté de puissance", *Le Monde*, 14 mai 2008.

Peyrefitte, A. (1973). *Quand la Chine s'éveillera, le monde tremblera*, Paris: Fayard.

Yu, L. (2015). "China's Strategic Partnership with Latin America: A Fulcrum in China's Rise", *International Affairs*, Cilt 91, No 5.

Corporate Social Responsibility: Content Analysis of Banking Sector

Ceren ORAL¹, Elçin KIPKIP², Sinem GEÇDOĞAN³

Abstract

1. Introduction

With the development of technology and globalization, the expectations of the people from the institutions that serve the needs of society also increase. Expectations are more important with the increase of conscious individual profile. According to the needs of the society, the companies have to respond to the expectations of the society in order to ensure continuity and this leads to social responsibility.

In this study, corporate social responsibility has been examined from a conceptual point of view, with its main approaches and influencing factors, and today it has been addressed with the standards created by increasing importance. At the same time, banks' corporate social responsibility approaches were examined by content analysis method.

2. Corporate Social Responsibility

It is known as Howard Bowen, who first introduced corporate social responsibility. According to Howard Bowen, business people have certain responsibilities that they are responsible for making, and these liabilities are that the decisions made should benefit society as well as the company. Apart from that, it is necessary to provide common benefits for the company and society, to make decisions from a broad perspective, to ignore economic, environmental and social influences, to cooperate with applied policies and the state (Yamak, 2007: 27).

2.1. Conceptual Framework of Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility means that the company is responsible for behaviors such as the influence of individuals, communities and societies on their environment. Corporate social responsibility can also be seen as a socio-cultural activity (Pusak, 2014: 6).

¹Assoc. Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Business Administration, Economics and Finance Department.

² Graduate Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, International Business and Trade Dept, elcinkipkip08@hotmail.com.

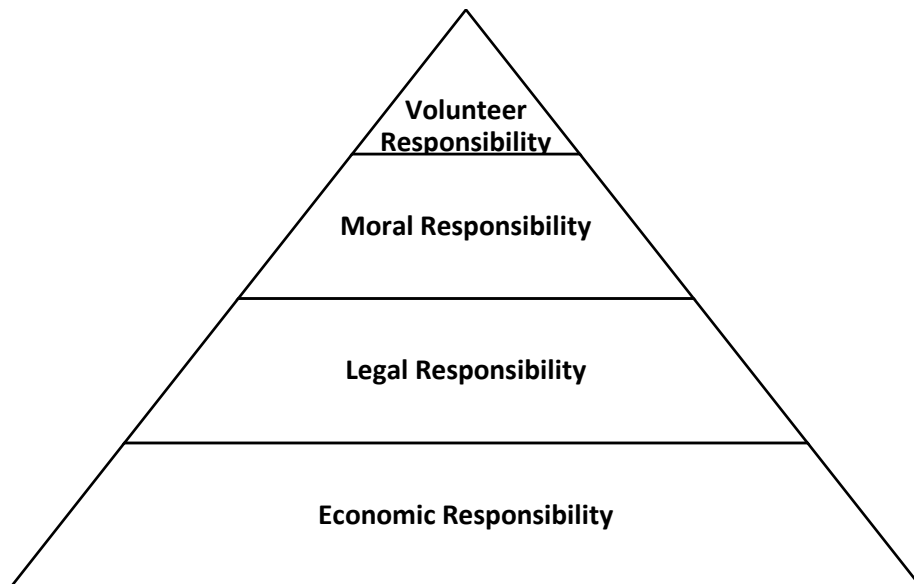
³ Graduate Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, International Business and Trade Dept.

Corporate social responsibility in general is the expectation that businesses will contribute to the economic duties and social welfare of the community and the well-being of its people. However, it is seen as a corporate philosophy approach that explains mutually beneficial relationships between the influential individuals in the conduct of company activities and the stakeholders affected by the activities the company has undertaken (Becan, 2011: 18).

2.2. Areas of Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility is divided into four-part volunteer, moral, legal and economic responsibilities, which are addressed in specific dimensions in the social responsibility pyramid created by Carroll (Sarıkaya, 2009: 74).

Figure 1. Corporate Social Responsibility Pyramid



Source: Torlak, 2013: 34.

2.3. Corporate Social Responsibility Approaches

With the concept of corporate social responsibility taking place in the literature, many different perspectives have emerged against the concept.

2.3.1. Traditional (Classic) Social Responsibility

Classical social responsibility is also known as the Friedman Approach. According to Friedman, the aim of businesses should be maximization of profit ratio and market share. The social responsibility of the manager in business is to act for the interests of the investors, not the employees or the people (Alparslan, 2012: 16).

2.3.2. Modern Social Responsibility

Modern social responsibility concept is also referred to as "Socio-Economic Approach". According to this approach, the situation in which the business manager is responsible is to protect and enhance social welfare, apart from profit (Akhüseyinoğlu, 2010: 13).

3. The Importance of Social Responsibility in Businesses

In terms of businesses, social responsibility also means not only compliance with or respecting minimum legal regulations, but also investing in the individual, the environment and goods and services beyond the legal requirements of the company. There are not only goods and services that make businesses valuable or show them different values, but rather values they have gained community. It is possible to achieve this by having the spirit of social responsibility (Erkman & Şahinoğlu, 2012: 269-170).

4. Content Analysis of Corporate Social Responsibility of BIST-Based Banks

4.1. Aim and Method

The banks in BIST; Akbank Albaraka Turk Participation Bank, Denizbank, ICBC Turkey Bank, QNB, Finansbank, Sekerbank, Turkey Garanti Bank, Turkey Halk Bankasi, Turkey Business Bank, Development Bank of Turkey Inc., Foundations Bank, Industrial Development Bank and Yapi Kredi Bank is located. The content analysis method for corporate social responsibility of these banks was used as a data source through the internet sites of banks, annual reports, social responsibility reports and sustainability reports, and their projects were referred to.

4.2. Results

When looking at corporate social responsibility reports and the project and sustainability reports that are included in them, the said banks are working hard in education, culture, arts, sports and the environment. Also registered at BIST; Akbank Albaraka Turk Participation Bank, Denizbank, ICBC Turkey Bank, QNB, Finansbank, Sekerbank, Turkey Garanti Bank, Turkey Halk Bankasi, Turkey Business Bank, Development Bank of Turkey, Turkey Industrial Development Bank of Turkey Foundations Bank, Yapi Kredi Bank, some areas they provide sponsorship.

5. Conclusion

Banks have the most among financial institutions in Turkey, corporate social responsibility reporting continues to be one of the leading companies. The reason is that the financial sector is always an up-to-date sector that needs to interact with the whole world.

In the fourth chapter, the banks that are traded in Stock Exchange Istanbul were selected and the existence of corporate social responsibility projects was researched. In this part of the study, research was conducted using content analysis method and annual data of banks, internet sites, social responsibility reports and sustainability reports were used as data sources. When

the social responsibility projects of the banks that are traded in Istanbul Stock Exchange are examined, it is seen that many progeny that are benefiting the community are realized. In this respect, the banks operate in the fields of education, environment, culture and art in order to ensure sustainability and to meet the needs of the society.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Finance, Banks.

JEL Codes: M14, G20.

Kaynakça

Akhüseyinoğlu, A. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yürütülmesinde Kurumsal İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alparşlan, A. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Becan, C. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi: Bankaların Basın Bültenlerine Yönelik Bir İçerik Analizi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1), ss. 16-35.

Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct *Business & Society*. 38, ss. 268-195.

Erkman, T., Şahinoğlu, F. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine İlişkin Çalışan Algıları ile Örgütsel Bağlılığın Hizmet Sektöründe İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(2), ss. 267-294.

Pusak, S. (2014). Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Araştırma; Şirketlerin Periyodik Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sarıkaya, M. (2009). *Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik*. İstanbul: Beta Yayınları.

Torlak, Ö. (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Yamak, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*. İstanbul, Beta Basım.

The Idealist Dialectic Understanding of Johann Gottlieb Fichte in the Context of Class-Based Sovereignty

Ahmet Umut HACIFEVZIOĞLU¹

Abstract

1. Introduction

Parmenides, who can be described as the founding father of Metaphysics, denies the reality of change as part of his Monist philosophy. Parmenides points out that all the judgments are the outward expression of a reality that remains unchanged. According to Parmenides, who believes that the daily perception of the reality of the physical world is mistaken, and that the reality of the world is "the One", an unchanging, ingenerated, indestructible whole (Kranz, 1994: 76). Despite his denial of the constant change of the idealist thought of its founder Parmenides; Fichte, though an idealist philosopher, has dialectic in philosophy that points to the constant change, along with his idealist thought that denies movement and change. In this paper, the idealistic dialectical conception of Johann Gottlieb Fichte is discussed in the context of the theoretical basis of class domination, while it is claimed that a class possessing power and privileges has exploited the idealistic philosophy in order to make its power permanent.

2. Idealism, Dialectics and Class Domination

Unlike Kant, who points out that establishing *a priori* metaphysics is not possible in *Critique of Pure Reason* (Kant, 1993: 69), Fichte tries to generate the whole existence out of a single principle while leading towards the effort of establishing *a priori* scientific system (Fichte, 2011: 317). Fichte is a follower of Kant and accepts the dilemmas of dualism, who devises a strategy to improve the claim of certainty by reducing the role of the thing-in-itself and by obtaining all knowledge from a single principle. Likewise, Fichte builds the basics of the modern dialectics (Limnatis, 2008: 6). According to Fichte, the universal existence within human consciousness must be extracted from Self's substance. Criticizing the concept of *ding an sich*² which Kant suggests being closed to human knowledge, Fichte points out that not only the forms of knowledge but also its entire content from the senses are based on Self's. Fichte, who states that each consciousness is a direct or indirect consciousness, that the first is essential,

¹ Dr. Staff Member, Nişantaşı University, College of Economics and Administrative Sciences, umut.hacifevzioglu@nisantasi.edu.tr

² *Ding an sich*: (in Kant's philosophy) a thing as it is in itself, not mediated through perception by the senses or conceptualization, and therefore unknowable. For this reason, only appearances (phenomena) as the objects of the experiment can be the subject of knowledge, not the objects in itself. Vide, *Prolegomena*, p. 85.

and the second is the consciousness of things that are not of the essence, Fichte means Self as a universal, not just humane Self that Kant suggests (Fichte, 2011: 352-353). The essential feature that separates Fichte's idealistic philosophy from other philosophies is that it treats Self as activity and action, not as a stationary substance (Fichte, 2011: 367). Thus, it gains a metaphysical dynamic structure via Fichte's dialectical conception. It can be argued that the idealistic dialectical conception established by Fichte points to the theoretical basis of class domination.

It is almost inevitable that every society divided into classes will eventually reach idealist philosophy. Idealist philosophy makes it possible for the ruling class to avoid the influence of time and change. Nonetheless, materialist philosophy plays an important role for the classes, which aim to overthrow the spiritual and intellectual foundations of the ruling class. Hence, it can be said that the dominant classes appeal to the idealist philosophy to make the class power permanent; and the classes aiming to end the ruling of the dominant classes apply to materialist philosophy. Just like the bourgeoisie who benefited from materialist philosophy to destroy the feudal order before coming to power. It is striking that the bourgeoisie, which uses materialism as a crucial revolutionary instrument, takes advantage of idealist philosophy after it has come to power. After coming to power, the bourgeoisie which seeks to establish a universal and permanent sovereignty tries to base its class interests within the context of philosophical thought. It can be said that the bourgeoisie looking for a base to strengthen the class position of the idealist movement that emerged in the German philosophy in the nineteenth century, keeps its class interests (Hilav, 1993: 66-67).

3. Conclusion

Contrary to the idealist thought that denies the movement and change of the existence, the dialectical thought which advocates the movement and change of existence comes side by side in Fichte's philosophy. In other words, Fichte's idealist dialectical philosophy, which contains both metaphysical and dialectical elements, points out a contradiction. The contradiction of Fichte to wish his philosophy to be both metaphysical and dialectical can be explained in the context of the theoretical basis of class domination. It is almost inevitable for the bourgeoisie which tries to make the class domination permanent, to instrumentalize the idealist philosophy. In other words, idealist philosophy makes it possible for the bourgeoisie to base its thinking on absolute and unchanging principles. Dialectical thinking, on the other hand, makes it possible for the bourgeoisie to see the world in a dynamic way on the superstructure. Thus, it can be argued that the bourgeoisie affirmed the change, but it affirms it only under the sovereignty and power of itself.

Keywords: The Idealist Dialectic, Class-Based Sovereignty,

JEL Codes: P-P1.

References

- Fichte, J. G. (2011). *Bilim Öğretisi*, (Çev.)/ (Haz.) Topakkaya, A., İstanbul: Say Yayınları. ss. 307-323.
- Fichte, J. G. (2011). *İnsanın Belirlenimi*, (Çev.)/ (Haz.) Topakkaya, A., İstanbul: Say Yayınları. ss. 325-369.
- Hilav, S. (1993). *Diyalektik Düşüncenin Tarihi*, İstanbul: Sosyal Yayınları.
- Kranz, W. (1994). *Antik Felsefe*, (Çev.) Baydur, S., İstanbul: Sosyal Yayınları.
- Kant, I. (1993). *Arı Usun Eleştirisi*, (Çev.) Yardımlı, A., İstanbul: İdea Yayınevi.
- Kant, I. (1995). *Gelecekteki Her Metafiziğe Prolegomena*, (Çev). Kuçuradi I- Örnek Y, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Limnatis, G. N. (2008). *German Idealism and the Problem of Knowledge: Kant, Fichte, Schelling, and Hegel*, Springer Netherlands.

Preservation of The Values on Which The European Union is Based

Mehmet Hanifi BAYRAM¹

Abstract

The Lisbon Treaty has set the values on which the Union is founded in Article 2 of the TEU. Article 7 of the TEA foresees two different procedures for the protection of values. The first procedure has a preventive character and it is about determining if there is a clear risk of a serious breach by a Member State of the values referred to in Article 2. The second procedure is for determining the existence of a serious and persistent breach by a Member State of the values referred to in Article 2. In this study, we will refer to these procedures brought by Article 7 of the EU Treaty. In addition, a new mechanism proposed by the European Commission, which has complemented the measures of Article 7 to protect the rule of law in the EU, will be examined. Finally, it will focus on the option of an infringement case in case of a violation against member states that violate EU values.

Keywords: European Union, Fundamentals Values, Rule of Law, Control, Violation.

Avrupa Birliği'nde Temel Değerlerin Korunması

Özet

Avrupa Tek Senedi ile üye devletler “kendi anayasaları ve yasaları ile Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS) ve Avrupa Sosyal Şartı'nda tanınan temel haklar ve özellikle özgürlük, eşitlik ve sosyal adalet temelinde demokrasiyi geliştirmek için beraber çalışmaya kararlı” olduklarını belirtmişlerdir² (Dibace, par. 3).Avrupa Birliğini kuran Maastricht Andlaşması'nın dibacesinde üye devletler, “özgürlük, demokrasi ve insan hakları, temel özgürlükler ile hukuk devletine saygı ilkelerine bağlı” olduklarını teyit etmişlerdir (par. 3)³. Aynı Andlaşma F maddesinin 2. fıkrası ise Birliğin, “AİHS ile garanti altına alınan ve üye devletlerin ortak anayasal geleneklerinden kaynaklanan temel haklara, Topluluk hukukunun genel prensipleri olarak saygılı” olacağını düzenlemiştir (Avrupa Birliği Andlaşması (ABA),

¹ Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Milletlerarası Hukuk Anabilim Dalı (mehmethanifi.bayram@hotmail.fr)

² BAYKAL Sanem, GÖÇMEN İlke, **Avrupa Birliği Kurumsal Hukuku**, Seçkin, 2016, s. 637.

³ GÜNDÜZ Aslan, “**Avrupa Birliği'nde İnsan Haklarının Yeri: Kurumsal Düzenleme ve Bireylerin Hakları**”, M.Ü.AT Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi, Cilt:7, sayı:1-2, 1999, s. 95; METİN Yüksel, KAYGISIZ Ümmühan, “**Avrupa Birliği'nde Temel Hakların Korunması ve Lizbon Antlaşması'nın Getirdiği Yenilikler**”, S.D.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi, C.I, S.1, 2011, s. 131.

m. F/II; ABA, m. 6/II olmuştur). Bu hüküm ile birlikte, “ATAD¹)/ABAD² tarafından yıllar içerisinde geliştirilen içtihat zincirinde tanımlanan temel haklar konusundaki kaynaklar, ilk defa normatif anlamda AB hukuku içerisine dahil edilmiştir.”³. Ancak, bu madde ATAD’ın yargı yetkisinin dışında bırakılmıştır. Amsterdam Andlaşması ile önemli bir aşama kat edilmiştir, zira Andlaşmanın eklediği yeni düzenleme ile Birliğin, “üye devletlerce müştereken kabul edilmiş olan özgürlük, demokrasi, insan haklarına ve temel özgürlüklere saygı ve hukukun üstünlüğü ilkeleri üzerine kurulu” olduğunu açıkça belirtmiştir. (ABA, m.6/I)⁴. Böylece, AB’nin dayandığı bu ilkeler aday devletler için üyelik kriterine dönüşmüştür (ABA, m.49). Bu ilkeleri ihlal eden üye devletler için ise, birtakım siyasi yaptırımlar öngörülmüştür (ABA, m. 7)⁵. Ayrıca, ABA’nın 6. maddesinin 2. fıkrası kapsamında, Birliğin temel hak ve özgürlüklere riayet edip etmediği hususu Divan’ın denetimine bırakılmıştır (ABA, m. 46, d).

AB birincil hukukta yer verilen yukarıda belirtilen ilkeler Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı’nın (ABTHŞ) dibacesinde değerlere dönüştüğünü belirtmekte fayda vardır. Şart’ın etkisiyle Lizbon Andlaşması, ABA’nın 2. Maddesinde Birliğin dayandığı değerleri düzenlemiştir. Bu düzenlemenin temelini Avrupa Birliği Anayasa Andlaşması Taslağı’nın I-2. maddesinin oluşturduğunu belirtmek gerekir⁶. ABA’nın 2. maddesine göre, “Birlik, insan onuruna saygı, özgürlük, demokrasi, eşitlik, hukukun üstünlüğü ve azınlıklara mensup kişilerin hakları da dahil olmak üzere insan haklarına saygı değerleri üzerine kuruludur”. Bunun dışında, Lizbon Andlaşması, değerlerin korunmasına yönelik siyasi yaptırım mekanizmasını birtakım değişikliklerle ABA’nın 7. maddesinde korumuştur. Aynı şekilde, aday devletlerin denetimi de 2. maddede belirtilen değerlere göre yapılacaktır (ABA, m. 49). ABA’nın 7. maddesinde düzenlenen üyelikten çıkarmaya kadar varmayan bu yaptırımlar, Avrupa Konseyi⁷, Birleşmiş Milletler⁸ gibi diğer uluslararası örgütlerin düzenlemelerinden esinlenmiştir⁹. Benzer bir düzenleme önerisinin Avrupa Parlamentosu tarafından 1984 yılında Spinelli Projesinde¹⁰ yapıldığı bilinmektedir. Bu proje, temel hakları veya demokratik ilkeleri ciddi ve sürekli ihlal eden devletlere karşı AB organlarına katılımı askıya almaya varan bir yaptırım sistemi

¹Avrupa Toplulukları Adalet Divanı

²Avrupa Birliği Adalet Divanı

³ ÖZCAN Mehmet, **Avrupa Birliği’nde İnsan Hakları**, Hayat, 2012, s. 41.

⁴ Amsterdam Andlaşması, Maastricht Andlaşması’ndaki harf sistemini terk ederek numaralandırma yapmıştır. Avrupa Birliği Andlaşması’nın F maddesi, Amsterdam Andlaşması’nın 6. maddesi olmuş ve içerik olarak da genişlemiştir. Bkz. TANGÖR Burak, “**AB Temel Haklar Politikası ve Eleştirileri**”, İnsan Hakları Yıllığı, Cilt : 35, 2017, s. 122; BENOIT ROHMER Florence, “**Valeurs et droits fondamentaux dans le Traité de Lisbonne**”, in BROSSET E., CHEVALLIER-GROVERS C., EDJAHARIAN V. ve SCHNEIDER C. (Edit.), **Le Traité de Lisbonne, Reconfiguration ou déconstitutionnalisation de l’Union européenne ?**, Bruylant, 2009, s. 143

⁵ BLUMANN Claude ve DUBOÛIS Louis, **Droit institutionnel de l’Union européenne**, 4em Ed. Litec, 2010, s. 129; ÇAVUŞOĞLU Naz, “**Avrupa Topluluğu/Birliği’nin İnsan Hakları Politikası**”, İnsan Hakları Yıllığı, Cilt 21-22, 1999-2000, s. 6; ARSAVA Füsün, “**Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı**”, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, Cilt:3, No : 1, 2003, s. 3.

⁶ GÜNEŞ, AHMET M., “**Avrupa Birliği’nin Temel Değerleri Üzerine**”, TBB Dergisi, 2016 (125), s. 311; RIDEAU Joel, **Droit Institutionnel de l’Union européenne**, 6 éd. L.G.D.J., Lextenso Editons, 2010, s. 426.

⁷ Avrupa Konseyi Statüsü, m. 8.

⁸ Birleşmiş Milletler Şartı, m. 5, m. 6 ve m. 19.

⁹ PRIOLLAUD F-X. ve SIRITZKY D., **Le Traité de Lisbonne. Texte et commentaires**, La Documentation française, Paris, 2008, s. 48.

¹⁰ Avrupa Birliği’ni Kuran Andlaşma Taslağı, m.4/IV ve m. 44.

içermekteydi¹. Bu durumda, ABA'nın 7. maddesinin metninin Spinelli Projesinden esinlendiği söylenebilir.

Lizbon Andlaşması ile yeniden düzenlenmiş hali ile ABA'nın 7. maddesi değerlerin korunmasına ilişkin iki farklı prosedür öngörmektedir. Birincisi, önleyici bir niteliği olup Birliğin değerlerinin (ABA'nın 2. maddesinde belirtilen değerlerin) bir üye devlet tarafından ciddi biçimde ihlaline yönelik açık bir riskin (varlığını tespitine) bulunup bulunmadığının tespitine ilişkindir. İkincisi, AB değerlerinin (ABA'nın 2. maddesinde belirtilen değerlerin) üye devlet tarafından ciddi ve sürekli biçimde ihlal edildiği durumlara ilişkindir. Bu çalışmada, insan onuruna saygı, özgürlük, demokrasi, eşitlik, hukukun üstünlüğü, azınlık haklarına ve insan haklarına saygı gibi değerlerin üye devletler tarafından ihlal edilmesini önlemek üzere AB Antlaşması'nın 7. maddesinin getirdiği yukarıda belirtilen iki prosedüre değinilecektir. Ayrıca, AB'de hukukun üstünlüğünü korumaya yönelik 7. maddenin tedbirlerini tamamlayan Avrupa Komisyonu'nun önerdiği yeni bir mekanizma incelenecektir. Son olarak da AB değerlerini ihlal eden üye devletlere karşı ihlal davası seçeneği üzerinde durulacaktır.

Önleyici nitelikteki ilk prosedür, Avusturya krizinden sonra Nice Andlaşması ile ABA'nın 7. maddesine eklenmiştir². ABA'nın 7. Maddesinin I. fıkrasında öngörülen önleyici mekanizmaya ilişkin süreci başlatma yetkisi üye devletlerin üçte birine, Avrupa Parlamentosu'na ve Avrupa Komisyonu'na tanınmıştır. Bu süreç, gerekçeli bir öneri ile ihlal saptamasına yönelik olarak başlatılabilir. Üye devletlerin üçte biri, Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Komisyonu eşit olarak inisiyatif hakkına sahip olsalar da Komisyon'un Andlaşmaların bekçisi olarak daha aktif bir rol alması beklenir. Ayrıca, ABA'nın 11. maddesinin IV. fıkrasında düzenlenen yurttaş girişimi de Komisyonu harekete geçirebilir³.

Bir önceki prosedürden bağımsız olan bu prosedürün işletilmesi için, ihlal riskine ilişkin bir ön tespit yapılmasına gerek yoktur. 7. maddenin II. fıkrasına göre, Avrupa Konseyi, üye devletlerin üçte birinin veya Avrupa Komisyonu'nun önerisi üzerine ve Avrupa Parlamentosu'nun muvafakatini aldıktan sonra ABA'nın 2. maddesinde belirtilen değerlerin bir üye devlet tarafından ciddi ve sürekli biçimde ihlal edildiğini oybirliğiyle tespit edebilir.

Son dönemlerde AB'ye üye devletlerde hukukun üstünlüğü ilkesinin, demokrasinin ve temel hak ihlallerinin gündeme gelmesi nedeniyle Avrupa Komisyonu, AB'de hukukun üstünlüğü ilkesini korumaya yönelik yeni tedbirler almak zorunda kalmıştır. Bu çerçevede, Komisyon 11 Mart 2014 tarihinde, hukukun üstünlüğü ilkesini sistematik tehditlere karşı bir

¹ 9 Temmuz 1981 tarihli karar ile kurulan Komisyonun raportörü Altiero Spinelli'nin önerisi üzerine Avrupa Parlamentosu 14 Şubat 1984 tarihinde «Avrupa Birliği'nin Kuruluşuna İlişkin Projeyi» kabul etmiştir. Bkz. JOCE, C 77, 9 Mart 1984, s. 33 (Erişim tarihi: 05/3/2018, <http://mjp.univ-perp.fr/europe/1984spinelli.htm>).

² REÇBER Kamuran, AYDIN Çiğdem, "Avrupa Birliği'nde Üye Devletler Tarafından İnsan Haklarının İhlal Edilmesi Durumunda Öngörülen Yaptırımlar", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 53, Sayı 1, 2004, s. 101.

³ ABA, m. 11/IV: "Kayda değer sayıdaki üye devletten en az bir milyon Birlik vatandaşı, Antlaşmaların uygulanması amacıyla Birliğin bir hukuki tasarrufunun gerekli olduğunu düşündükleri konularda, Avrupa Komisyonu'nu yetkileri çerçevesinde her türlü uygun öneriyi sunmaya davet etme girişiminde bulunabilir".

koruma mekanizması öngören bir teklif sunmuştur¹. Bu yeni sistemin, AB hukukunun üye devletlerce ihlal edilmesi durumunda harekete geçirilen “ihlal prosedürü” (ABA, m. 258-259-260) ile AB Antlaşması'nın 7. maddesinde yer alan prosedürü tamamlayıcı nitelikte olduğu belirtilmektedir².

Yukarıda değinilen prosedürler yanında, ABA'nın 2. maddesinde belirtilen değerleri ihlal eden üye devletlere karşı ABİA'nın 258-260. maddelerinde düzenlenen ihlal davasına başvurulması mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Temel Değerler, Hukukun Üstünlüğü, Denetim, İhlal.

Kaynakça

Arsava fusun, “avrupa birliği temel haklar şartı”, ankara avrupa çalışmaları dergisi, ciit:3, no: 1, 2003, s. 3.

Baykal sanem, göçmen ilke, avrupa birliği kurumsal hukuku, seçkin, 2016.

Bayram mehmet hanifi, avrupa birliği hukuku dersleri, seçkin, 3. Baskı, 2018.

Benoit rohmer florence, “valeurs et droits fondamentaux dans le traité de lisbonne”, in broset e., chevallier-grover c., edjaharian v. Ve schneider c. (edit.), le traité de lisbonne, reconfiguration ou déconstitutionnalisation de l'union européenne?, bruyant, 2009, s. 143.

Blumann claude ve dubouis louis, droit institutionnel de l'union européenne, 4em ed. Litec, 2010.

Çavuşoğlu naz, “avrupa topluluğu/birliği'nin insan hakları politikası”, insan hakları yaylığı, cilt 21-22, 1999-2000, s. 6.

Gündüz aslan, “avrupa birliği'nde insan haklarının yeri: kurumsal düzenleme ve bireylerin hakları”, m.ü.at enstitüsü avrupa araştırmaları dergisi, cilt:7, sayı:1-2, 1999, s. 95.

Güneş, ahmet m., “avrupa birliği'nin temel değerleri üzerine”, tbb dergisi, 2016 (125), s. 337.

Metin yüksel, kaygisiz ümmühan, “avrupa birliği'nde temel hakların korunması ve lizbon antlaşması'nın getirdiği yenilikler”, s.d.ü. hukuk fakültesi dergisi, c.i, s.1, 2011, s. 131.

Özcan mehmet, avrupa birliği'nde insan hakları, hayat, 2012.

Priollaud f-x. Ve sirtzky d., le traité de lisbonne. Texte et commentaires, la documentation française, paris, 2008.

Reçber kamuran, aydın çiğdem, “avrupa birliği'nde üye devletler tarafından insan haklarının ihlal edilmesi durumunda öngörülen yaptırımlar”, ankara üniversitesi hukuk fakültesi dergisi, cilt 53, sayı 1, 2004, s. 101.

Rideau joel, droit institutionnel de l'union européenne, 6 éd. L.g.d.j., lextenso editons, 2010.

Tangör burak, “ab temel haklar politikası ve eleştirileri”, insan hakları yaylığı, cilt :35, 2017, s. 122;

¹A more comprehensive version of these principles and the case law can be found in Annex 1 of the Communication « A new EU Framework to strengthen the Rule of Law » (http://ec.europa.eu/justice/effective-justice/files/com_2014_158_en.pdf) (Erişim tarihi: 29/01/2018).

² Bkz. Avrupa Komisyonu AB'de hukuk devleti ilkesinin korunmasına yönelik bir teklif sundu (http://bulten.ikv.org.tr/?ust_id=5333&id=5345) (Erişim tarihi: 29/01/2018).

Possible Impacts of Crowdfunding System on Entrepreneurs and Financial Markets in Turkey

Aslı AFŞAR¹

Extended Abstract

1. Introduction

One of the major problems of entrepreneurship is lack of resources in developing countries such as Turkey. In recent years, technological developments and related products, as a new method of financing, has brought mass funding to the agenda. Crowdfunding has the potential to be an alternative source of financing and investment, which can eliminate entrepreneurial financing problems. In this system, entrepreneurs or businesses collect funds through the use of internet-based tools such as donations or investments to obtain a new source of funding. The creation of legal safeguards for crowdfunding in 2017 in Turkey; it is expected to contribute to the development of entrepreneurship on the one hand and to the development of financial markets on the other. In this study, it will be investigated the possible impacts of the crowdfunding method applications to the entrepreneurship in Turkey as an alternative financing and investment method.

2. Crowdfunding as a Source of Financing for Entrepreneurs

Entrepreneurs rarely have access to traditional financing resources, such as bank loans, due to lack of capital, which can often lead to loss of opportunity or even termination of the venture. The access to capital needed to start an enterprise is getting worse for entrepreneurs in developing countries because they do not have access to existing forms of financing such as bank loans in developed countries, venture capitalists and angel investors. The traditional financial sector is often eager to raise funds for large-scale companies. In contrast, alternative financing, such as venture capital or crowdfunding, focuses on young and innovative companies with growth potential (Bruton et al., 2015: 9).

3. Crowdfunding as an Investment Tool

The crowdfunding system is also an effective system for investors. This system allows investors to explore many potential investment opportunities at once and access detailed information about them online. The new trend in the developing world is the crowdfunding

¹ Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi, aafsar@anadolu.edu.tr

platforms investors use to finance innovative products and companies (Schwienbacher & Larralde, 2012: 370).

4. Advantages and Risks of Crowdfunding

Crowdfunding does not have only financial advantage for entrepreneurs, it is in other important advantages (Bradford, 2012: 61-66; Prive, 2012: 4);

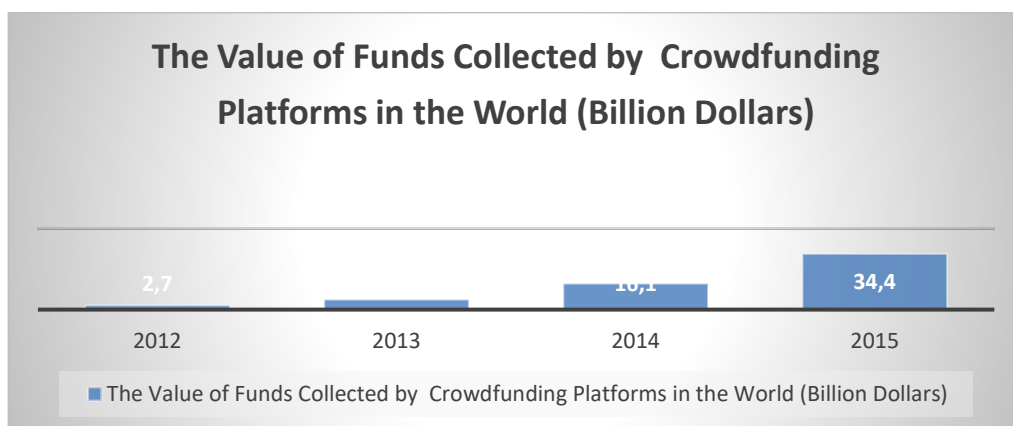
- * It provides a concept to develop and test.
- * It helps manage risks.
- * It allows a brain storm.
- * It's easier than traditional financial tools.
- * It's easier than traditional financial tools.
- * It's a marketing tool.
- * It makes it possible to pre-sell.
- * No intermediary institution is needed.
- * It can increase the profile of the entrepreneur and provide an improvement in its reputation.

Potential risks of crowdfunding are (Bradford, 2012: 68);

- * The problem of trust in the system,
- * Inability to reach campaign targets,
- * Entrepreneurs are reluctant to publicize details of a pre-production project,
- * In the event that the same support network reaches more than once, the risk that the network ultimately stops providing the necessary support,
- * Asymmetric information, moral hazard and the possibility of negative choice.

5. Crowdfunding in the World

Table 1. Crowdfunding Amount in the World (USD)

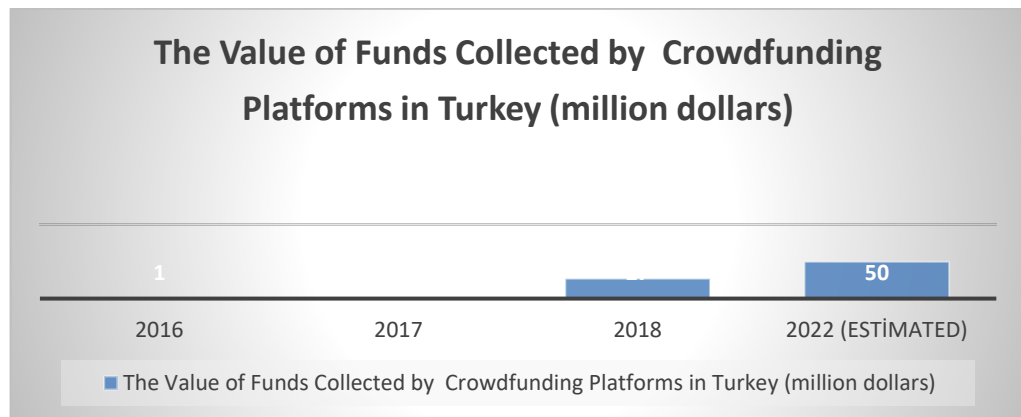


Source: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

The volume of the crowdfunding system in the world reached about 35 billion dollars in 2015. It is estimated that this figure will reach 100 billion dollars in 2025.

6. Crowdfunding in Turkey

Table 2. Crowdfunding Amount in Turkey (USD)



Source: <https://fr.statista.com/perspective/outlook/335/113/crowdfunding/turkey?currency=usd#>

The amount of crowdfunding in 2016 in Turkey 1 million USD, 27 million USD in 2018, estimated at 50 million USD in 2022.

7. Conclusion

The crowdfunding has become an important alternative financial instrument for new ventures that allow entrepreneurs to reach masses rather than traditional financing resources. It has the potential to radically transform the market for entrepreneurship financing.

With the new legislation, collectors of money with crowdfunding platforms are separated from publicly traded companies and issuers. In this way, entrepreneurs do not need to prepare explanatory or issuance documents for other capital market instruments to be offered to the public and to be traded in the stock exchange, which reduces their costs and legal liabilities.

In accordance with the relevant legislation, supporters may now become partners in the exchange of shares for the initiatives they fund. This will be a significant gain for both entrepreneurs and investors. Initiatives will be shortened in the process of finding investment, the masses will be able to invest faster, and the investment, share distribution and share purchase process will be digitized. Entrepreneurs will be able to finance the different stages of the product life cycle from anywhere in the world. For Turkish entrepreneurs, crowdfunding has the potential to gain a place among other financing alternatives and may even strengthen the stability of the overall finance sector. In addition, it will be distributed to the capital base by

ensuring that the savings of the population, which is away from the investment environment with the crowdfunding, are directed to invest.

Keywords: Entrepreneurship, Alternative Financing Method, Crowdfunding, Financial Markets

JEL Codes: G32, K22, L26

Kitle Fonlama Sisteminin Türkiye’de Girişimciler ve Finansal Piyasalar Üzerine Muhtemel Etkileri

Geniş Özet

1. Giriş

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde girişimciliğin önemli sorunlarında biri kaynak yetersizliğidir. Son yıllarda teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak ortaya çıkan ürünler, yeni bir finansman yöntemi olarak, kitlesel fonlamayı gündeme getirmiştir. Kitlesel fonlama, girişimcilerin finansman problemlerini giderebilecek, alternatif finansman ve yatırım kaynağı olabilecek potansiyele sahiptir. Bu sistemde girişimciler veya işletmeler ödül, bağış veya hisse bazlı yatırım şeklinde internet tabanlı araçların kullanımı yoluyla fon toplayarak yeni bir finansman kaynağı elde etmektedir. Türkiye’de 2017 yılında kitlesel fonlamaya yönelik yasal güvencenin oluşturulması; bir yandan girişimciliğin geliştirilmesine, diğer yandan da finansal piyasaların gelişimine katkı sağlaması beklenmektedir. Bu çalışmada, modern finansman yöntemlerinde son yılların en dikkat çekici ve yenilikçi yüzü olan kitle fonlaması uygulamalarının, Türkiye’deki finansal sisteme muhtemel etkileri araştırılmıştır.

2. Girişimcilerin Finansman Kaynağı Olarak Kitle Fonlaması

Girişimciler, sermaye eksikliği nedeniyle banka kredileri gibi geleneksel finansman kaynaklarına nadiren erişebilirler ve bu durum çoğu zaman fırsat kaybına hatta girişimin feshine yol açabilir. Girişim başlatmak için gerekli sermayeye erişim sorunu, gelişmekte olan ülkelerdeki girişimciler için daha da kötüleşmektedir, zira bunlar, gelişmiş ülkelerdeki banka kredileri, girişim sermayesi sahipleri ve melek yatırımcıları gibi mevcut finansman biçimlerine erişememektedir. Geleneksel finans sektörü genellikle büyük ölçekli şirketlere fon sağlama konusunda isteklidir. Buna karşılık, girişim sermayesi veya kitle fonlaması gibi alternatif finansman, büyüme potansiyeline sahip genç ve yenilikçi şirketlere odaklanır (Bruton vd., 2015: 9).

3. Yatırım Aracı Olarak Kitle Fonlaması

Kitle fonlaması sistemi yatırımcılar için de etkili bir sistemdir. Bu sistem yatırımcıların bir seferde bir çok potansiyel yatırım olanaklarını araştırmasına ve onlarla ilgili ayrıntılı bilgilere online olarak ulaşmasına izin vermektedir. Gelişmekte olan dünyadaki yeni trend yatırımcıların yenilikçi ürünleri ve şirketleri finanse etmek için kullandıkları kitle fonlaması platformlarıdır (Schwienbacher & Larralde, 2012: 370).

4. Kitle Fonlamasının Avantajları ve Riskleri

Kitle fonlamasının girişimciler için sadece finansal avantajı yoktur, diğer önemli avantajlarda şöyledir (Bradford, 2012: 61-66; Prive, 2012: 4);

Bir konsept geliştirip test etmeyi sağlar.

Riskleri yönetmeye yardımcı olur.

Bir beyin fırtınasına izin verir.

Geleneksel finansal araçlardan daha kolaydır.

Bir pazarlama aracıdır.

Ön satış yapmayı mümkün kılar.

Aracı kuruma ihtiyaç duyulmaz.

Girişimcinin profilini artırabilir ve itibarında bir gelişme sağlayabilir.

Kitle fonlamasının potansiyel riskleri ise (Bradford, 2012: 68);

Sisteme güven problemi,

Kampanya hedeflerine ulaşılamaması,

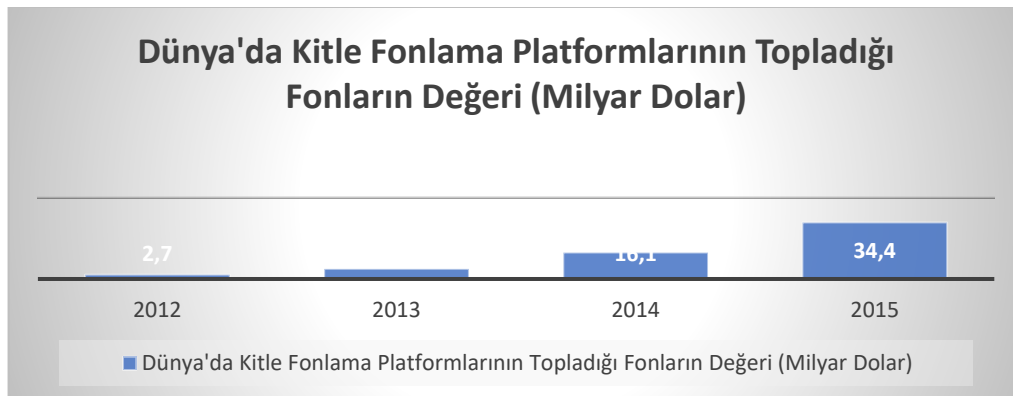
Girişimcilerin üretim öncesi bir projenin ayrıntılarını kamuya duyurmak konusunda isteksiz olması,

Aynı destekçi ağının birden fazla ulaşması durumunda, söz konusu ağın nihayetinde gerekli desteği sağlamaya son vermesi riski,

Asimetrik bilgi, ahlaki tehlike ve olumsuz seçim olasılığıdır.

5. Dünyada Kitle Fonlaması

Tablo 1. Dünyada Kitle Fonlaması Miktarı (USD)

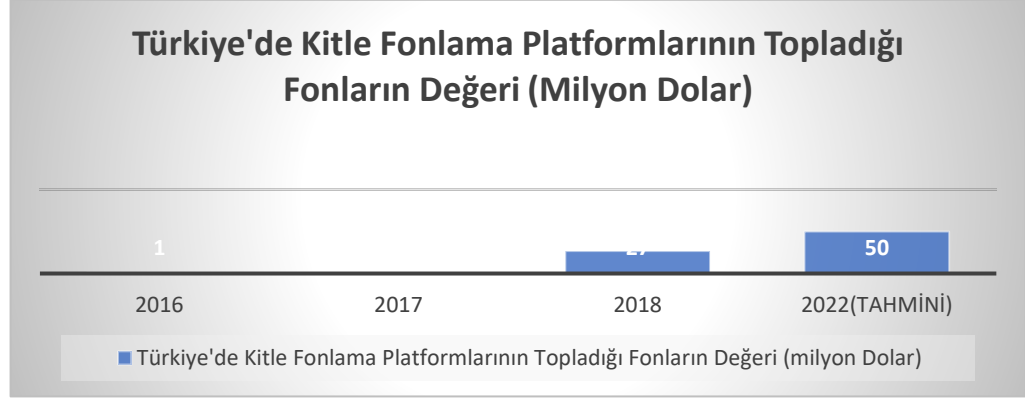


Kaynak: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

Kitle fonlaması sisteminin dünyadaki hacmi 2015 yılında yaklaşık 35 milyar dolara ulaşmıştır. 2025'te bu rakamın 100 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir.

6. Türkiye’de Kitle Fonlaması

Tablo 2. Türkiye’de Kitle Fonlaması Miktarı (USD)



Kaynak: <https://fr.statista.com/perspective/outlook/335/113/crowdfunding/turkey?currency=usd#>

Türkiye’de 2016 kitle fonlaması miktarı 1 Milyon USD, 2018 yılında 27 milyon USD, 2022 tahmini ise 50 milyon USD’dir.

7. Sonuç

Kitle fonlaması, girişimcilerin geleneksel finansman kaynakları yerine kitlelere ulaşmalarına izin veren yeni girişimler için önemli bir alternatif finansal araç haline gelmiştir. Girişimcilik finansmanı için piyasayı radikal bir şekilde dönüştürme potansiyeline sahiptir.

Yeni yasal düzenleme ile kitle fonlaması platformları ile para toplayanlar, halka açık şirketlerden ve ihraççılardan ayrı tutulmuştur. Bu sayede girişimciler diğer sermaye piyasası araçlarının halka arz edilebilmesi ve borsada işlem görebilmesi için izahname veya ihraç belgesi hazırlamasına gerek yoktur, bu da maliyetleri ve yasal yükümlülüklerini azaltmıştır.

İlgili yasayla destekçiler artık fon sağladıkları girişimlere hisse karşılığında ortak olabilecektir. Bu hem girişimciler hem de yatırımcılar için önemli bir kazanım olacaktır. Girişimlerin yatırım bulma süreci kılacak, kitleler sayesinde daha hızlı yatırım yapılabilecek, ayrıca yatırım, hisse dağıtım ve hisse alım süreci dijitalleşecektir. Girişimciler ürünün yaşam döngüsünün farklı aşamasını, dünyanın herhangi bir yerinden finanse edebilecektir. Türk girişimciler için kitle fonlaması, diğer finansman alternatifleri arasında bir yer edinme potansiyeline sahiptir ve hatta genel finans sektörünün istikrarını güçlendirebilir. Ayrıca, kitle fonlaması ile yatırım ortamından uzak duran kitlenin tasarruflarının yatırıma yönlendirilmesi sağlanarak sermaye tabana yayılacaktır.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Alternatif Finansman Yöntemi, Kitlesele Fonlama: Finansal Piyasalar

JEL Kodu: G32, K22, L26

Kaynakça

- Allison, T. H., Davis, B. C., Short, J. C., & Webb, J. W. (2015). "Crowdfunding in a Prosocial Microlending Environment: Examining the Role of Intrinsic Versus Extrinsic Cues", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 53-73.
- Bellavitis, C., Filatotchev, I., Kamuriwo, D. S., & Vanacker, T. (2017). "Entrepreneurial Finance: New Frontiers of Research and Practice", *Venture Capital*, 19(1-2), 1-16.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd.", *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1998). "The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle", *Journal of Banking & Finance*, 22(6-8), 613-673.
- Bi, S., Liu, Z., & Usman, K. (2017). "The Influence of Online Information on Investing Decisions of Reward-Based Crowdfunding", *Journal of Business Research*, 71, 10-18.
- Brabham, D. C. (2008). "Crowdsourcing as a Model for Problem Solving: An Introduction and Cases", *Convergence*, 14(1), 75-90.
- Bradford, C. (2012). "Crowdfunding and the Federal Securities Laws", *Columbia Business Law Review*, 1, 1-150.
- Brown, R., Mawson, S., Rowe, A., & Mason, C. (2018). "Working the Crowd: Improvisational Entrepreneurship and Equity Crowdfunding in Nascent Entrepreneurial Ventures", *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(2), 169-193.
- Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D., & Wright, M. (2015). "New Financial Alternatives in Seeding Entrepreneurship: Microfinance, crowdfunding, and Peer-to-peer Innovations", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 9-26.
- Cordova, A., Dolci, J., & Gianfrate, G. (2015). *Crowdfunding: Toward the Democratization of Innovation Financing*, New York: John Wiley & Sons.
- Cumming, D. J., & Vismara, S. (2017). "De-segmenting Research in Entrepreneurial Finance", *Venture Capital*, 19(1-2), 17-27.
- Hornuf, L., & Schwienbacher, A. (2017). "Market Mechanisms and Funding Dynamics in Equity Crowdfunding", *Journal of Corporate Finance*, 6, 1-19.
- Hornuf, L., & Schwienbacher, A. (2018). "Internet-Based Entrepreneurial Finance: Lessons From Germany", *California Management Review*, 60(2), 150-175.
- Howe, J. (2008). *Crowdsourcing: How the Power of the Crowd is Driving the Future of Business*. Random House.
- Jancenelle, V. E., Javalgi, R. R. G., & Cavusgil, E. (2018). "The Role of Economic and Normative Signals in International Prosocial Crowdfunding: An Illustration Using Market Orientation and Psychological Capital", *International Business Review*, 27(1), 208-217.
- Kshetri N. (2018). "Informal Institutions and Internet-based Equity Crowdfunding", *Journal of International Management*, 24, 33-51.
- Mollick, E. (2014). "The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study", *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16.
- Lehner, O. M. (2013). "Crowdfunding Social Ventures: A Model and Research Agenda", *Venture Capital*, 15(4), 289-311.
- Prive, T. (2012). What is Crowdfunding and How Does It Benefit the Economy. Retrieved December, 4.
- Rossi, M. (2014). "The New Ways to Raise Capital: An Exploratory Study of Crowdfunding", *International Journal of Financial Research*, 5(2), 8-18.



Rubinton, B. J. (2011). “Crowdfunding: Disintermediated Investment Banking”, MPRA Paper No: 31649.

Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2012). Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. In Cumming, D. (Ed.), *The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance*. Oxford University Press.

Vidra, E. (2012). Startup Equity Crowdfunding Grows in Europe (NESTA Report).

Van Auken, H. (2002). “A Model of Community-Based Venture Capital Formation To Fund Early-Stage Technology-Based Firms”, *Journal of Small Business Management*, 40(4), 287-301.

As a Financial Development Channel The Financial Inclusion and Economic Growth Relationship: The Case of Turkey

Muharrem AFŞAR¹, Emrah DOĞAN²

Extended Abstract

1. Introduction

The relationship between financial development and economic growth is generally accepted in the economic literature, but there is debate on the direction of this relationship. However, the effects of financial development on achieving economic growth and accelerating economic growth are among the generally accepted theses. Financial development promotes economic growth through the provision of the needed resources, while at the same time accelerating growth through the impact of productivity in financial services. One dimension of financial development is financial inclusion. Financial inclusion is an important element in ensuring and accelerating economic growth by providing more widespread access to financial institutions' products and services, directing savings to productive areas, and to the wider economic geography. This study aims to investigate the impacts of the financial inclusion on economic growth for Turkey using data in period from 2004 to 2016. To investigate this relationship in the study; Principal Component Analysis (PCA), The ARDL approach, Fully Modified Ordinary Least Squares (FMOLS) methods were be used. The empirical results indicate that financial inclusion has significant and positive effect on economic growth of Turkey.

2. Data Set and Method

In this study, it was aimed to investigate the impacts of the financial inclusion on economic growth for Turkey by using financial inclusion index and GDP. For this purpose, the quarterly data between 2004 and November 2016 were used and the data were obtained from the CBRT and the BRSA database in this study.

In the study, it was examined the impacts of the financial inclusion on economic growth for Turkey by using the method Principal Component Analysis (PCA) developed by Hotelling (1933), Autoregressive Distributed Lag Model (ARDL) with the Bound Test developed by Pesaran et al. (2001), Fully Modified Ordinary Least Squares (FMOLS) developed by Phillips and Hansen (1990).

¹ Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, mafsar@anadolu.edu.tr

² Doktora Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, emrah.dogan@anadolu.edu.tr

3. Findings

The study first used the Basic Component Analysis (PCA) method to obtain the financial inclusion index variable, which includes various financial inclusion variables (according to geographical and demographic factors). Then, it was examined whether there is existence of a long-term relationship between the the GDP and the financial inclusion index by using the method The Autoregressive Distributed Lag Model (ARDL) with Bound Test. While the tests conducted verify the cointegration relationship, the other interesting point obtained empirically by this study is that the adjustment is considerably high while in the error correction model based on the ARDL approach has the correct negative sign and is statistically significant. Once a cointegrating relationship is found among the financial inclusion index and the GDP series, long-run coefficients between variables are estimated by Autoregressive Distributed Lag Model (ARDL) with the Bound Test and Fully Modified Ordinary Least Squares (FMOLS). The empirical results indicate that financial inclusion has significant and positive effect on economic growth of Turkey. This result shows that with the increase in financial inclusion, the funds generated are used more in financing productive investments, and that the increase in productive investment brings with it economic growth.

4. Conclusion

As a result of the findings obtained in this study, considering that financial inclusion in Turkey have a positive impact on economic growth, it is understood that the strengthening of financial inclusion capacity will contribute to more stable growth in the future. Another important result of the study is that besides the positive effect of financial inclusion on economic growth, financial inclusion allows low and middle income groups, which currently have a low share in financial services, to receive a higher share of these products and services, and this will increase the welfare level by increasing investment and return opportunities. This increase improves income distribution inequalities and reduces poverty.

Keywords: Financial Development; Financial Inclusion, Economic Growth, Turkey

JEL Codes: C22, G21, O16, O40.

Finansal Gelişme Boyutu Olarak Finansal Kapsayıcılık ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği

Genişletilmiş Özet

1. Giriş

Finansal gelişme ekonomik büyüme ilişkisi, ekonomi literatüründe genel kabul görmekte, ancak bu ilişkinin yönü konusunda tartışmalar bulunmaktadır. Bununla birlikte finansal gelişmenin ekonomik büyümeyi sağlama ve hızlandırma etkisi genel kabul gören tezler arasındadır. Finansal gelişme ekonomik büyümeyi; ihtiyaç duyulan kaynakların sağlanması yoluyla teşvik etmekte, aynı zamanda finansal hizmetlerdeki verimliliğin etkisiyle hızlandırmaktadır. Finansal gelişmenin bir boyutu da finansal kapsayıcılıktır. Finansal

kapsayıcılık; finansal kurumların ürün ve hizmetlerine daha yaygın erişim sağlayarak, tasarrufları üretken alanlara, ekonomik coğrafyanın geninde yaygın bir şekilde yönlendirerek, ekonomik büyümenin sağlanması ve hızlanmasında önemli bir unsurdur. Bu çalışmada, Türkiye için 2004-2016 dönemi verileri ile Türkiye’de finansal kapsayıcılığın ekonomik büyüme üzerine etkileri incelenmektedir. Çalışmada bu ilişkiyi araştırmak için; Temel Bileşenler Analizi, ARDL yaklaşımı ve Tam Düzeltilmiş En Küçük Kareler (FMOLS) yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

2. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada, Türkiye’de finansal kapsayıcılık endeksi ve GSYİH kullanılarak finansal kapsayıcılığın ekonomik büyüme üzerine etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada, 2004 ile 2016 yılları arasındaki çeyrek dönem verileri kullanılmış olup, veriler TCMB ve BDDK veri tabanından elde edilmiştir.

Çalışmada finansal kapsayıcılığın ekonomik büyüme üzerine etkisi, Hotelling (1933) tarafından geliştirilen Temel Bileşenler Analizi, Pesaran vd (2001) tarafından geliştirilen Autoregressive Distributed Lag Model (ARDL) Sınır Testi yaklaşımı ve Phillips ve Hansen (1990) tarafından geliştirilen Tam Düzeltilmiş En Küçük Kareler (FMOLS) yönteminden yararlanılarak araştırılmıştır.

3. Bulgular

Çalışmada ilk olarak Temel Bileşen Analizi (PCA) yöntemi kullanılarak çeşitli finansal kapsayıcılık değişkenlerini içeren (coğrafik ve demografik faktörlere göre) finansal kapsayıcılık endeksi değişkeni elde edilmiştir. Finansal kapsayıcılık endeksi değişkeni ile GSYİH uzun dönemli bir ilişkinin varlığının tespiti için Autoregressive Distributed Lag Model (ARDL) Sınır Testi yapılmıştır. Gerçekleştirilen testler eşbütünleşme ilişkisinin varlığını doğrularken, diğer taraftan ARDL yaklaşımına dayalı hata düzeltme modelinde hata düzeltme terimi negatif ve anlamlı iken, uyum hızı yüksektir. Finansal kapsayıcılık endeksi ve GSYİH serileri arasında uzun dönemli bir ilişkinin tespit edilmesinden sonra Autoregressive Distributed Lag Model (ARDL) Sınır Testi yaklaşımı ve Tam Düzeltilmiş En Küçük Kareler (FMOLS) yöntemiyle değişkenler arasındaki uzun dönemli katsayılar tahmin edilmiştir. Elde edilen tahmin sonuçları, Türkiye’nin ekonomik büyümesinde, finansal kapsayıcılığın anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu sonuç finansal kapsayıcılığın artışı ile birlikte yaratılan fonlar üretken yatırımların finanse edilmesinde daha fazla kullanılmasını sağlayarak, üretken yatırım artışının beraberinde ekonomik büyümeyi getirdiğini göstermektedir.

4. Sonuç

Çalışmada elde edilen bulgular neticesinde, Türkiye ekonomisinin büyümesinin, finansal kapsayıcılıktan pozitif etkilendiği göz önüne alınarak, finansal kapsayıcılık kapasitesinin güçlendirilmesi gelecekte daha fazla istikrarlı büyümeye katkı sağlayacağı anlaşılmaktadır. Çalışmanın gösterdiği diğer önemli bir sonuç ise finansal kapsayıcılığın ekonomik büyümeyi üzerindeki pozitif etkisinin yanısıra, finansal kapsayıcılığın mevcut durumda finansal hizmetlerden düşük pay almakta olan düşük ve orta gelir gruplarının bu ürün ve hizmetlerden daha fazla pay alması sağlaması ve bu sayede yatırım yapma ve getiri elde

etme imkanlarının artırarak refah düzeyini artırmasıdır. Bu artışta gelir dağılımı eşitsizliklerini iyileştirici ve yoksulluğu azaltıcı etkide bulunacaktır.

Anahtar kelimeler: Finansal Gelişme; Finansal Kapsayıcılık, Ekonomik Büyüme, Türkiye.

JEL Kodları: C22, G21, O16, O40

Kaynakça

Hotelling, H. (1933). Analysis of a complex of statistical variables into principal components. *Journal of educational psychology*, 24(6), 417-441.

Pesaran, M.H., Shin Y. & Smith R.J., (2001). Bound testing approaches to the analysis of long run relationships. *Journal of Applied Econometrics*, Special Issue, 16, 289-326.

Phillips, P. C., & Hansen, B. E. (1990). Statistical inference in instrumental variables regression with I (1) processes. *The Review of Economic Studies*, 57(1), 99-125.

An Overview of Turkish Accounting Education Symposiums

Oğuzhan ÇARIKÇI¹

Abstract

1. Introduction

Bibliometrics is an analytical technique that will enable to making comparisons between the publications, to analyze citations, to obtain information on many topics such as information about authors of academic publications, the tendencies of periodic changes in investigated topics, and page counts and years of the publications (McBurney and Novak, 2002: 108-109). If detailed information is needed in a field or subject, researches using statistical analysis such as bibliometrics enable the desired information to be easily reached. Accounting Education Symposiums are one of the organizations that is discussed the changes in accounting, finance and auditing in Turkey within the framework of accounting subjects and is presented the solutions for problems. The aim of this study is to obtain detailed information about the Turkish Accounting Education Symposiums which is firstly realized in 1979 and continue to be held until today.

2. The Purpose and Importance of the Turkish Accounting Education Symposiums

Worldwide economic development causes changes of accounting services and emerging different requirements. This not only affects accounting profession, it also increases the importance of accounting education (Şengel, 2010: 82).

Accounting education is defined as the development of skills to enable the students to have knowledge and use the information they have acquired during the process of obtaining, gathering, processing, summarizing, controlling and analyzing the information which are necessary for the companies (Muğan and Akman, 2004: 1). It is important to rear qualified people in the field of accounting in periods where high competition is realized and technological developments are at the highest level (Yardımcıoğlu and Büyükşalvarcı, 2007: 174).

For this reason, the quality of accounting education needs to be increased in order to gain competitive advantage in the national and international field (Ersoy, 2005: 14).

The main purpose of accounting education is to ensure that accurate and transparent information is quickly transferred to users who need financial information (Gökçen, 1998: 43). In Turkey, accounting education can be considered under three different headings such as, pre-university vocational-technical education and university education (corporate accounting

¹ Assistant Professor Doctor, Suleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences Business Administration Department, oguzhancarikci@sdu.edu.tr

education), internships and job training and continuous (lifelong) education. Corporate accounting education is provided at two levels, namely secondary education and university level (Çürük and Doğan, 2001: 28).

Within the scope of subjects that are important in accounting education, Turkish Accounting Education Symposiums are organized in order to contribute to the current socio-economic situation of the country and to bring needed qualified knowledge, values and similar skills. Turkish Accounting Education Symposiums are platforms where accounting lecturers, business professionals, professional accountants, graduate students and all relevant partners attend, accounting education topics are discussed in relevant panels and sessions and research findings and results are shared with interested parties. In the Accounting Education Symposiums, the trends of development and change in accounting practices throughout the country are also mentioned.

3. Purpose, Methodology and Findings of the Study

The aim of this study is to analyze all the Turkish Accounting Education Symposiums that are beginning in 1979 and continuing each year until the present day. The method used in the study is bibliometric analysis which is one of the qualitative research methods. Bibliometric analyzes provide a considerable contribution to the literature in terms of the detailed examination of the studied area and the contribution of the findings to the future. In order to obtain the data, contact was made with the host universities where the symposiums were arranged and printed papers were requested from them. In this study, a total of 36 symposiums were held from the past to the present day. Within the scope of the research, the main themes of the symposium, where and which university organized them, panel topics, total number of publications, information about the authors and similar issues are analyzed. The constraint of the research is can not to reach the Third Turkey Accounting Education Symposium book that is organized in 1981 by the Ankara Academy of Economics and Commercial Sciences and has a main theme named as "Development of Accounting Education Programs". Moreover, since no symposium was held in 1988, 1992 and 1994, data for the related years are not available.

According to the results of the study, it is seen that, Istanbul University most organized the Turkish Accounting Education Symposiums. The universities in which the symposium was organized once are Uludağ University, Süleyman Demirel University, Muğla University and Selçuk University. Galatasaray University is not among the universities in which the symposium was organized once, because it hosts the 37th symposium in 2018. It is also possible to emphasize that the symposium is usually organized in the same regions.

According to the obtained results, it is seen that in 1990 (20 papers), the highest papers were presented and in 1984 and 1991 (4 papers), the least papers were presented. It is possible to say that, the numbers of the papers are not same in different years. In addition, including the program in these 36 symposiums, 21 panels were organized in different subjects.

4. Conclusion

Turkish Accounting Education Symposiums have an important place in academic meetings held within the framework of accounting education. With this study, detailed information is provided about the conference papers that were presented at symposiums. As a result of this study which is realized to provide contribution to the accounting literature, it has

been determined that accounting education symposiums are generally organized by a small number of universities, universities that contribute to symposiums are mostly the same universities in general, and the numbers of the papers are constantly changing. Organization of the relevant symposiums by different universities is very important in terms of increasing the existing obtained benefit. Moreover, the increasing number of conference papers that will be presented at symposiums will increase both the number of participants and the gains in accounting education.

Keywords: Accounting Education, Turkish Accounting Education Symposium, Bibliometric analysis, University, Publication.

JEL Codes: M41, I23, I20.

Türkiye Muhasebe Eğitim Sempozyumlarına Genel Bir Bakış

Özet

1. Giriş

Bibliyometri, yayınlar arasında karşılaştırmalar yapmaya, alıntılarının analizine, akademik yayınların yazarları hakkında bilgilere, araştırılan konuların dönemsel değişimlerine dair eğilimlerine, yayınların sayfa sayısına ve yıllarına dair genelden özele birçok konu hakkında bilgi almamızı sağlayacak bir analiz tekniğidir (McBurney & Novak, 2002: 108-109). Bir alan yada konuya ilişkin detaylı bilgiye ihtiyaç duyulması durumunda bibliyometri gibi istatistikî analizlerin kullanıldığı araştırmalar istenilen bilgiye kolaylıkla ulaşılabildiğini sağlamaktadır. Türkiye’de muhasebe, finans, denetim alanındaki yaşanan değişimlerin muhasebe eğitimi ekseninde tartışıldığı ve çözüm önerilerinin sunulduğu organizasyonlardan birisi de Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumlarıdır. Bu çalışma birincisi 1979 yılında düzenlenmiş olan ve günümüze kadar düzenlenmeye devam eden Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu (TMES) ile ilgili detaylı bir bilgi sağlamayı amaçlamaktadır.

2. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu’nun Amacı ve Önemi

Dünya genelinde yaşanan ekonomik gelişim muhasebe hizmetlerinin de değişmesine ve farklı gereksinimlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum muhasebe mesleğini etkilemekle birlikte, muhasebe eğitiminin de önemini artırmaktadır (Şengel, 2010: 82).

Muhasebe eğitimi işletme için gerekli olan bilgilerin elde edilmesini, toplanmasını, işlenmesini ve kayıt işleminden sonra doğruluğunun kontrol edilebilmesi için raporlar halinde özetlenerek incelenmesini sağlayan süreç içerisinde öğrencilerin bilgi sahibi olması ve edindiği bilgileri kullanabilmesi için yeteneklerinin geliştirilmesi olarak tanımlanır (Muğan & Akman, 2004: 1). Yüksek rekabetin yaşandığı ve teknolojik gelişmelerin en üst düzeyde olduğu dönemlerde muhasebe alanında nitelikli insan yetiştirmek önem kazanmıştır (Yardımcıoğlu & Büyükşalvarcı, 2007: 174).

Bu nedenle ulusal ve uluslar arası alanda rekabet avantajı elde edebilmek için muhasebe eğitiminin kalitesinin artırılması gerekmektedir (Ersoy, 2005: 14).

Muhasebe eğitiminin temel amacı mali bilgilere ihtiyaç duyan kullanıcılara doğru ve şeffaf bilgilerin hızlı bir şekilde aktarılmasını sağlamaktır (Gökçen, 1998: 43). Türkiye’de muhasebe eğitimi, üniversite öncesi meslekî-teknik eğitim ve üniversite eğitimi (kurumsal muhasebe eğitimi), staj ve meslek içi eğitim ve sürekli (yaşam boyu) eğitim olarak üç farklı başlık altında ele alınabilir. Kurumsal muhasebe eğitimi orta öğretim ve üniversite düzeyinde olmak üzere iki seviyede verilmektedir (Çürük & Doğan, 2001: 28).

Muhasebe eğitimine katkı sağlayan önemli organizasyonlardan birisi de TMES’dir. TMES, muhasebe eğitiminde önemli konular, ülkenin içinde bulunduğu mevcut sosyo-ekonomik durumlarda göz önünde bulundurularak, ihtiyaç duyulan nitelikli bilginin, değerlerin ve benzeri becerilerin kazandırılması için düzenlenmektedir. TMES, muhasebe öğretim elemanlarının, iş dünyasındaki profesyonellerin, muhasebe meslek mensuplarının, lisansüstü öğrencilerin ve ilgi duyan tüm paydaşların katıldığı, muhasebe eğitim konularının ilgili panel ve oturumlarda tartışıldığı ve araştırma bulgu ve sonuçlarının ilgililerle paylaşıldığı bir platformdur. Düzenlenen Muhasebe Eğitimi Sempozyumlarında, ülke genelindeki muhasebe uygulamalarında meydana gelen gelişim ve değişim trendlerine de değinilmektedir.

3. Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Bulgular

Bu çalışmanın amacı 1979 yılında başlayan ve günümüze kadar her yıl devam eden TMES’in tamamının incelenmesidir. Çalışmada kullanılan yöntem, nitel araştırma yöntemlerinden olan bibliyometrik analiz yöntemidir. Bibliyometrik analizlerin, çalışılan alanın detaylı bir şekilde incelenmesi ve elde edilen bulguların geleceğe yönelik katkılar sağlama potansiyeli açısından, literatüre katkısı oldukça fazladır. Çalışmada verilerin elde edilmesi amacıyla sempozyumların düzenlendiği ev sahibi üniversitelerle iletişime geçilmiş ve basılı olan bildiri kitapları talep edilmiştir. Bu çalışmada geçmişten günümüze kadar gerçekleştirilen toplam 36 sempozyumda sunulan bildiriler üzerinde araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında sempozyumların ana temaları ile nerede ve hangi üniversite tarafından düzenlendikleri, panel konuları, toplam yayın sayıları, yazarlara ait bilgiler ve benzeri konular hakkında analizler yapılmıştır. Araştırmanın kısıdı 1981 yılında Ankara İktisadi Ticari İlimler Akademisi tarafından düzenlenen ve ana teması “Muhasebe Eğitimi Programlarının Geliştirilmesi” olan 3. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu bildiri kitabına ulaşamamasıdır. Ayrıca 1988, 1992, 1994 yıllarında sempozyum düzenlenmediği için ilgili yıllara ait veri bulunmamaktadır.

Çalışma sonuçlarına göre TMES’ in en çok düzenlendiği üniversitenin İstanbul Üniversitesi olduğu görülmektedir. Sempozyumun bir defa düzenlendiği üniversiteler ise Uludağ Üniversitesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Muğla Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesidir. Galatasaray Üniversitesi bu yıl 37. ‘si düzenlenen sempozyuma ev sahipliği yaptığı ilk defa düzenlenen üniversiteler içinde yer almamaktadır. Ayrıca sempozyumun genellikle aynı bölgelerde organize edildiğini de söylemek mümkündür.

Elde edilen sonuçlara göre en fazla bildirinin sunulduğu yıl 1990 (20 bildiri), en az bildirinin sunulduğu yılların ise 1984 ve 1991 (4’er bildiri) olduğu görülmektedir. Bildirilerin yıllara göre sayılarının düzenli bir dağılımda olmadığını söylemek mümkündür. Ayrıca söz konusu 36 sempozyum içinde programa dahil edilen farklı konulardaki 21 adet panel düzenlenmiştir.

4. Sonuç

Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumları muhasebe eğitimi çerçevesinde düzenlenen akademik toplantılar içersinde önemli bir yere sahiptir. Bu çalışma ile sempozyumlarda sunumu gerçekleştirilen bildiriler hakkında detaylı bir bilgi sağlanmıştır. Muhasebe literatürüne katkı sağlamaya yönelik olarak yapılan bu çalışmanın bazı sonuçları şu şekildedir. Muhasebe eğitimi sempozyumlarının genel olarak az sayıda üniversite tarafından düzenlendiği ve sempozyumlara bildirileri ile katkı sağlayan katılımcılarında genellikle aynı üniversitelerden olduğu tespit edilmiştir. Bildirilerin ise sempozyumlarda sayısal olarak değişkenlik gösterdiği ulaşılan başka bir sonuçtur. İlgili sempozyumun farklı üniversiteler tarafından düzenlenmesi elde edilen mevcut faydanın artırılması açısından çok önemlidir. Ayrıca sempozyumlarda sunumu gerçekleştirilecek olan bildirilerin sayıca artırılması hem katılımcı sayısını artıracak hem de muhasebe eğitimine ilişkin kazanımların da daha fazla olmasını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Eğitimi, Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu, Bibliyometrik Analiz, Üniversite, Yayın.

JEL Kodları: M41, I23, I20.

Kaynakça

- Çürük, T., & Doğan, Z. (2001), “Muhasebe Eğitiminin İşletmelerin Taleplerini Karşılama Düzeyi: Türkiye Örneği”, *Orta Doğu Teknik Üniversitesi Gelişme Dergisi*, 2: 26-59.
- Ersoy, A. (2005), “İşletme Birleşmelerinin Uluslararası Muhasebe Standardı-(22) ve Uluslararası Finansal Raporlama Standardı-(IFRS 3)’e Göre İncelenmesi ve Muhasebeleştirilmesi-I”, *Muhasebe –Finans Araştırma Ve Uygulama Dergisi: Analizi*, 5 (14) : 13-25.
- Gökçen, G. (1998), “Uygulamacıların Muhasebe Eğitimden Beklentileri”, *Marmara Üniversitesi Muhasebe-Finans Araştırma ve Uygulama Dergisi*, 9: 43-50.
- McBurney, M.K. & Novak, L.P. (2002). “What is Bibliometrics and Why Should You Care?”, *Professional Communication Conference*, Şubat 2002, 108-114.
- Muğan Ş. C. & Akman H. N. (2004). “Muhasebe Eğitiminde Öğretim ve Öğrenim Yöntemleri İle Ders Başarısı Arasındaki İlişki; Pilot Çalışma”, 23. *Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu*, 19-23 Mayıs 2004, Antalya.
- Şengel, S. (2010), “Sürekli Muhasebe Meslek Eğitiminin Önemi ve Bir Değerlendirme”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 47: 81-94.
- Yardımcıoğlu, M., & Büyükşalvarcı, A. (2007). “Muhasebe Eğitiminde Meslek Yüksekokullarının Yeterliliği ve Tercih Edilme Sebepleri: Selçuk Üniversitesinde Bir Uygulama”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 36: 173-178.

Audit of Corporate Ethics Codes

Mahmut Sami ÖZTÜRK¹, Hakan ÖZÇELİK²

Abstract

1. Introduction

The purpose of this study is to offer a proposal on how to audit codes of ethics in enterprises. The literature review is conducted in line with the objective. And then the audit of codes of ethics is clarified within the scope of internal audit activities through the application to be performed on companies.

As a method, the necessary audit proposals have been developed by attempting to establish a theoretical background on how to conduct audit of ethics codes within the scope of the COSO (COSO, 2004) cube. As a result of analyzing the literature, it is considered that this study will contribute to the literature because of the lack of studies on the audit of ethics codes.

2. Codes of Ethics

The company scandals, which have occurred frequently in recent years, have significantly affected investors' confidence. Corporate governance practices have developed to improve transparency and accountability and to gain investors' confidence again. Within the scope of corporate governance practices, companies are required to disclose corporate codes of ethics on their internet sites and apply them (Rodriguez-Dominguez et al., 2009; McNamee & Fleming, 2006).

Codes of ethics are a set of principles that explain the responsibilities of companies to their employees, stakeholders and the public and determine the behavioral standards of employees. Due to the codes of ethics, companies should adhere to the highest behavioral standards, the ways in which the company's culture should be shared with all stakeholders should be developed, the codes of ethics should be adopted by the entire company and a clear and understandable guide to all the behaviors expected from employees should be established (IIA, 2009; Deloitte, 2013; KMPG: 2016).

¹ Assistant Professor Doctor, Suleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences Business Administration Department, Orcid No: 0000-0002-7657-3150, samiozturk@sdu.edu.tr

² Assistant Professor Doctor, Suleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences Business Administration Department, hakanozcelik@sdu.edu.tr

3. Audit of Ethics Codes

First of all, companies should identify the codes of ethics to be implemented within the enterprise and assess the suitability of these codes for company. Then, codes of ethics need to be published to all personnel. Also, company management should organize activities such as training programs necessary for employees to adopt codes of ethics.

The planning, implementation, monitoring and auditing of corporate codes of ethics published by companies are important for the success of corporate governance. The planning, implementation and monitoring of codes of ethics are carried out by management, while auditing is carried out by auditors. Audit of corporate ethics codes provides a significant contribution to the sustainability of companies. The audit assurance that is obtained as a result of the audit of the codes of ethics increases the confidence of the investors in the companies.

The following stages can be followed in the process of audit of ethics codes. First, a control environment should be established to audit the ethics codes. The necessary audit personnel and audit tools should be identified for audit activities. Then risk assessments should be performed on ethics codes and risks should be ranked according to their priorities. High-risk and important codes of ethics should be controlled firstly. The results of the control and audit activities should be shared with the management of the company and with the employees. Finally, monitoring activities should be carried out by evaluating the effectiveness and efficiency of the controls.

4. Conclusion

Applied codes of ethics within the company are one of the basic tools that can be used by the enterprises to gain trust on external stakeholders. Enterprises declare and undertake that codes of ethics are effectively implemented within the enterprise. Therefore, enterprises can give assurance against external stakeholders through the audit of ethics codes. Audit of ethics codes can increase motivation, trust and commitment among employees and increase transparency and accountability of the enterprises.

Keywords: Ethics Codes, Corporate Governance, Audit, Internal Audit, Corporate Culture.

JEL Codes: G34, M42, M14.

References

Deloitte. (2013). *Code of Ethics & Professional Conduct*, <https://www2.deloitte.com/si/en/pages/about-deloitte/articles/Code-of-Ethics.html>, (25.03.2018).

COSO. (2004). *Enterprise Risk Management- Integrated Framework*, <https://www.coso.org/Documents/COSO-ERM-Executive-Summary.pdf>, (28.03.2018).

IIA, The Institute of Internal Auditors. (2009). *Code of Ethics*, https://na.theiia.org/standards-guidance/Public%20Documents/IPPF_Code_of_Ethics_01-09.pdf, (04.04.2018).

McNamee, M.J. & Fleming, S. (2006). "Ethics Audits and Corporate Governance: The Case of Public Sector Sports Organizations", *Journal of Business Ethics*, 73: 425-437.

KPMG. (2016). *Etik Kod: Neden Her Şirketin Bir Etik Kod'u Olmalı?*, <https://home.kpmg.com/content/dam/kpmg/tr/pdf/2016/09/tr-etik-kod.pdf>, (02.04.2018).

Rodriguez-Dominguez, L., Gallego-Alvarez, I. & Garcia-Sanchez, I.M. (2009). "Corporate Governance and Codes of Ethics", *Journal of Business Ethics*, 90: 187–202.

Living with The Other Faces: Hospitality and Welcome Culture

Merve ÖZDEMİR

1. Abstract

In this study, the concept of gift from the archaic societies has been tried to be examined and it is aimed to question the possibility and impossibility of the concept of hospitality in the context of gift together with the immigrants especially living in the last period and to make efforts in this field. In this study, the concept of gift was prepared considering the hospitality shown to the immigrants and the refugees and the mutual and unrequited formation of the gift was dealt with. Therefore, this study is important in terms of the necessity of reading the concept of gift with a different point of view. Research findings will be discussed and evaluated in the light of the relevant literature field. Immigration and refugee discussed as a gift form in this context that Germany had conducted against migrants and refugees since 2015, "Welcome Culture" was studied in present frame.

2. The Gift

Especially in the recent years, immigration and refugee problems continues highly because of the geographical, political and war-based situations. Today we can see that many people who are trying to cross the borders are being treated in a way that does not suit humanity, but with this situation we can also see that increasing of their solidarity and assistance. In recent years, we see that in many parts of the world countries has begun with the organization of various gifts relationship for immigrants and refugees (Akay, 2016). In this case where the host and guest relation is formed, the concept of hospitality will be evaluated in terms of the ability to face the guest, to hear the guest and possibility and impossibility of touching them. From this point of view, we will examine Germany's "friendly culture" that has been launched against immigrants and refugees since 2015.

3. Conclusion

In this work we have started from the concept of gift, we have tried to give an idea of how the concept of gift has developed from the archaic period to the present world. The gift economy, which we can call primitive market economy, maintains its existence as a counterpart of the modern market economy, which is a day-to-day income. Although this concept, which is historically linked to many fields of religious, economic, social and cultural, is seen as an action based on purely volunteerism in primitive societies, it is in fact totally inevitable because it continues its existence in the cycle of giving, receiving and replying as stated by Mauss as a necessity indicator (Mauss, 2005). Mauss's gift of reciprocity cycle against Derrida's concept advocated that there should be gratuitous gift, hospitality symbolic framework, immigration,

refugees and asylum seekers are explained by taking over the concept. In this context, many names, especially Kant and Derrida, are included and the guesting of those who go to another country due to certain reasons from the historical period has been taken as a gift. The emphasis was on hospitality, hospitality and opening the guest house, which is a kind of gift giving, and the different application forms of the countries are mentioned in this subject. This is what we are trying to tell from the house, the host and the guest, as well as creating a hierarchy, as Derrida also mentions, with reciprocity. Today, together with the legal arrangements of the sovereign states, Derrida reconsiders the concept of hospitality in the structure-dismantling, revealing that this concept should not be called hospitality because it is not an unrequited acceptance (Derrida, 2012). Moving from here, hospitality is expected to be made in return, hospitality is a reciprocal gift to support the idea that the quality of support from Derrida's hospitality perspective, Germany's welcoming culture has been addressed in the hospitality and gift approach. This approach was based on the ideas of Heidegger and Levinas and discussed the concept of living with different faces, and in this context the policy applied against those who migrated to Germany or who went as refugees. These policies applied today are handled within the framework of hospitality.

Keywords: The Gift, Migration, Immigration, Refugee, Home, Host, Hospitality

Başka Yüzlerle Yaşamak: Armağan, Misafirperverlik Ve Hoşgeldin Kültürü

1. Özet

Bu çalışmada, arkaik toplumlardan itibaren armağan kavramı incelenmeye çalışılmış ve özellikle son dönemde yoğun olarak yaşanan göçlerle beraber armağan bağlamında misafirperverlik kavramının imkanı ve imkansızlığının sorgulanması ve bu alanda yapılacak çalışmalar katkılı sağlaması amaçlanmıştır. Bu çalışmada armağan kavramı göçmenlere ve mültecilere gösterilen misafirperverlik doğrultusunda düşünülerek hazırlanmış ve armağanın karşılıklı ve karşılıksız oluşu ele alınmıştır. Dolayısıyla bu çalışma armağan kavramının farklı bir bakış açısı ile okunmasının gerekliliği açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada veriler alan yazın incelemesi ile oluşturulmuş ve ilk bölümde literatür taraması yapılmıştır. Göç ve mültecilik bir armağan biçimi olarak ele alınmış bu bağlamda Almanya'nın 2015 yılından itibaren göçmen ve mültecilere karşı yürütmüş olduğu "Hoş geldin Kültürü" armağan çerçevesinde incelenmiştir.

2. Armağan

Tarihsel düzlemden ele alarak günümüz dünyasına kadar varlığını devam ettiren ve gerek siyasal, gerek coğrafik gerek savaş temelli gerçekleşen göç ve mültecilik sorunsalı özellikle son yıllarda artarak devam etmektedir. Bugün sınırları geçmeye çalışan birçok kişinin insanlığa yakışmayan bir şekilde muamele gördüğünü fakat bununla beraber bu kişiler için dayanışmaların ve yardımlaşmaların giderek arttığını da görmekteyiz. Son dönemde yaşanan göçmen ve mülteci kriziyle beraber dünyanın birçok yerinde çeşitli armağan örgütlenmesinin başladığını görmekteyiz (Akay, 2016). Ev sahibi ve misafir ilişkisinin olduğu bu durumda misafirperverlik kavramı, misafir ile yüz yüze gelmek, misafiri duymak ve ona dokunmanın imkânı ve imkansızlığı açısından değerlendirilecektir. Buradan hareketle bu çalışma boyunca

Almanya'nın 2015 yılından itibaren göçmen ve mültecilere karşı başlatmış olduğu "Hoşgeldin kültürü" incelenmiştir.

3. Sonuç

Armağan kavramından yola çıktığımız bu çalışmada öncelikle armağan kavramının arkaik dönemlerden başlayarak günümüz dünyasına doğru gelirken nasıl bir değişim içerisinde geliştiğini vermeye çalıştık. İlkel piyasa ekonomisi olarak adlandırabileceğimiz armağan ekonomisi, günümüze doğru gelirken modern piyasa ekonomisinin karşılığı olarak varlığını devam ettirmektedir. Tarihsel olarak dini, ekonomik, toplumsal ve kültürel birçok alanla bağlantılı olan bu kavram, ilkel toplumlarda tamamen gönüllülük esas alınarak gerçekleştirilen bir eylem olarak görülse de aslında Mauss'un belirttiği üzere vermek, almak ve karşılığında tekrar vermek döngüsü içerisinde varlığını devam ettirdiği için aslında tamamen bir zorunluluk göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Mauss, 2005). Mauss'un armağanın karşılıklılık döngüsüne karşı Derrida'nın karşılıksız olması gerektiğini savunduğu armağan kavramı, sembolik çerçevede misafirperverlik, göç, göçmen, mülteci ve sığınmacı kavramları üzerinden ele alınarak açıklanmıştır. Bu bağlamda başta Kant ve Derrida olmak üzere birçok isme yer verilerek tarihsel dönemden itibaren yaşanan göç dalgalarıyla başka bir ülkeye belirli sebeplerden dolayı giden kişilerin misafir edilmesi armağan çerçevesinde ele alınmıştır. Armağan vermenin bir çeşidi olan misafir etme, ağırlama ve kapıyı misafire açma konusu üzerinde durularak ülkelerin bu konudaki farklı uygulama biçimlerine yer verilmiştir. Ev, ev sahibi ve misafir üzerinden anlatmaya çalıştığımız bu durum Derrida'nın da bahsettiği üzere bir hiyerarşi yaratmakla beraber bir karşılıklılığı da beraberinde getirmektedir. Günümüzde egemen devletlerin hukuksal düzenlemeleri ile beraber Derrida, misafirperverlik kavramını yapı-söküm içerisinde tekrar ele alarak bu kavramın aslında karşılıksız bir kabulleniş olmadığı için misafirperverlik olarak adlandırılmaması gerektiğini ortaya koyar (Derrida, 2012). Buradan hareketle, misafirperverliğin karşılık beklenilerek yapılması, misafirperverliğin karşılıklı bir armağan olduğu görüşünü de destekler nitelikte olmaktadır. Derrida'nın misafirperverlik düşüncesinden hareketle, Almanya'nın hoşgeldin kültürüne misafirperverlik ve armağan yaklaşımı içerisinde değinilmiştir. Bu yaklaşımda Heidegger ve Levinas'ın görüşlerinden yola çıkarak farklı yüzlerle yaşamak kavramına değinilmiş ve bu bağlamda Almanya'ya göç etmiş veya mülteci olarak gitmiş kişilere karşı uygulanan politikalara yer verilmiştir. Günümüzde uygulanan bu politikalar misafirperverlik çerçevesinde ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Armağan, Göç, Göçmenlik, Mültecilik, Ev, Ev sahibi, Misafirperverlik

Kaynakça

- Akay Ali (2016). Armağan, 2. Baskı, Ankara, Doğu Batı Yayınları Ankara
Derrida Jacques. (2012). Pera Peras Poros: Jacques Derrida ile Birlikte Disiplinlerarası Çalışma, Haz., Ferda Keskin, Çev., Nazlı Özcan, Önay Sözer, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yay.
Mauss Marcel. (2005). Sosyoloji ve Antropoloji: Bağış (Hediye) Üzerine Bir Deneme Arkaik Topumlarda Mübadele Biçimi ve Nedenleri Bölümü, Çev., Özcan Doğan, Ankara: Doğu Batı Yayınları

A Research on Service Quality of Skills Training Applications in Businesses in Accounting and Finance in Secondary Education Vocational Education¹

Feride SAVAŞ², Şerafettin SEVİM³, Tunga BOZDOĞAN⁴

Abstract

Elimination of quality problems in secondary vocational education in Turkey nowadays and dissemination efforts are continuing. In order to support this struggle, it is aimed to measure the student-focused expectations and perceptions of 12th grade students who study in accounting and finance in secondary education in terms of skill training service quality in business. Firstly, expectations of the students were determined by using SERVQUAL method. By the end of the training, the same students' perceptions were determined using the same expressions. It has been determined that the expectations and perceptions from the quality of service of the students who are as the subject and as the client of the skills training in the business.

The research was conducted with the participation of 426 students who received skills training in the 12th class business. The research was carried out in a total of five Vocational and Technical Anatolian High Schools, three in Istanbul, one in Eskişehir and one in Kütahya. An ANOVA test was also conducted to determine whether participants' demographics differed significantly in their perceptions and expectations of skills training service quality.

As a result of the analyzes, significant differences were found in the quality of service perception dimensions, while there were no significant differences in expectation dimensions of the students' internship place (training institution), education district and vocational high school preference variables.

Keywords: Vocational Education, Skill Training in Businesses, Accounting and Finance, Service Quality, SERVQUAL Method

JEL Codes: M41, I21, I22, I25

¹ Bu çalışma, birinci yazarın Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

² Muh.- Fin. Öğrt., Germiyan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, accountend@hotmail.com.tr

³ Prof. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF., İşletme Bölümü, ssevim43@hotmail.com

⁴ Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF., İşletme Bölümü, tunga.bozdogan26@gmail.com

Ortaöğretim Mesleki Eğitimi Muhasebe ve Finans Alanında İşletmelerde Beceri Eğitimi Uygulamalarının Hizmet Kalitesi Üzerine Bir Araştırma

1. Giriş

Küreselleşme ile birlikte gelişen teknoloji, bilgi ekonomisine geçişi hızlandırmış ve ortaöğretim mezunu gençlerin güçlü bilgi, beceri ve yeterliliklerle donatılmasını gerekli kılmıştır. Genç nüfusun fazla olduğu Türkiye’de mesleki ve teknik eğitim programları ortaöğretim sisteminde yer almaktadır. Bu programların öğrencilere mezun olduklarında kendi niteliklerine uygun koşullarda istihdam edilmelerini sağlayacak şekilde mesleğe özgü beceriler kazandırması ve gerektiğinde meslek değişikliği yapabileceği şekilde hazırlanmasını sağlaması gerekmektedir.

Türkiye’de zorunlu eğitim sonrası üniversiteye devam etmeyen/edemeyen ortaöğretim mezunlarının yaşadıkları işsizlik sürecinin ardından, beklentilerinin dışındaki koşullarda kendilerine bir iş bulabildikleri ya da iş hayatından çekildikleri görülmektedir. Mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarında verilen teorik eğitimin uygulama becerileri ile tamamlanması, mesleki yeterlilik kazanılmasında önemlidir. Teorik ve uygulama eğitimi hizmetlerinin birbiriyle bağlantılı olarak sunulması ve ikili yapının güçlendirilmesi kaliteli bir mesleki eğitimin gerekleri arasında yer almaktadır.

Çalışmada mesleki eğitime olan talebi artırmada öğrenci beklentilerinin ve kaliteli bir mesleki eğitimin gereklerinin sağlanıp sağlanmadığını ortaya koyabilmek adına, ortaöğretim muhasebe ve finansman alanında işletmelerde beceri eğitimine giden son sınıf öğrencilerinin kaliteli bir beceri eğitimine yönelik beklentilerinin ve hizmete yönelik algı düzeylerinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Bu çerçevede çalışmada İstanbul, Eskişehir ve Kütahya’da toplam beş mesleki ve teknik ortaöğretimde, muhasebe ve finansman alanında 12. Sınıfta okuyan 426 öğrencinin katılımıyla işletmelerde beceri eğitiminden öğrencilerin beklentileri ve algıları uygulanan anket çalışmasıyla tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilerin analizi SPSS paket programıyla SERVQUAL Yöntemi kullanılarak yapılmış ve beklenti boyutlarının kendi aralarında orta ve yüksek kuvvette bir ilişki olduğu ve algı boyutlarının da kendi aralarında orta ve yüksek kuvvette pozitif yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin demografik özelliklerinin beklenti kriterleri için anlamlı bir farklılık oluşturmadığı ancak hizmet kalitesi algıları açısından anlamlı derecede farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

2. İşletmelerde Beceri Eğitimi Uygulamaları Hizmet Kalitesinin Ölçümüne Yönelik Bir Araştırma

Araştırma, ortaöğretim mesleki eğitiminde muhasebe ve finansman alanında işletmelerde beceri eğitimi uygulamaları hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik olarak yapılmıştır.

2.1. Araştırma Hakkında

Araştırma, eğitim hizmeti sunan işletmelerde, beceri eğitimine tabi tutulan öğrencilerin hizmetten beklentileri ve hizmet sunumu sonrasında algılarının ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında ana kütle, Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde muhasebe ve finansman alanında işletmelerde beceri eğitime tabi olan son sınıf öğrencileri olarak belirlenmiştir. Bölgeler arası hizmet kalitesi ve algı konularında oluşabilecek varsa farklılıklar tespit edilebilmesi açısından örneklem okullara ulaşmadaki zaman ve maddi güçlüklerde dikkate alınarak toplam üç bölgede(Marmara, İç Anadolu, Ege) araştırma yapılmıştır.

2.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada anket yöntemi uygulanarak toplam 430 öğrenciye anket dağıtımı gerçekleştirilmiştir ve SERVQUAL ölçeği işletmelerde beceri eğitime adapte edilerek araştırmada kullanılmıştır. Araştırma verilerinin değerlendirilmesinde SPSS Paket programı kullanılmıştır. Araştırmada uygulanan analizler şunlardır: Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için güvenilirlik analizi, Korelasyon analizi ve ANOVA testidir.

2.3. Araştırmanın Bulguları ve Hizmet Kalitesi Değerlerinin Analizi

Araştırma toplam 5 okulda 426 öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Katılımın %17'si(73 Öğrenci) Ege bölgesinden, %33'ü(139 Öğrenci) İç Anadolu bölgesinden, %50'si(214 öğrenci) ise Marmara bölgesinden gerçekleşmiştir. Öğrencilerin Beceri Eğitimi Aldıkları Kurum (Banka, Muhasebe Bürosu, Kamu kuruluşu, Özel sektör, Karma) değişkenine göre dağılımına baktığımızda ankete katılan öğrencilerin %31 oranıyla en fazla özel sektörde beceri eğitimi aldıkları görülmektedir. Öğrencilerin Meslek Lisesi Tercih Sebebi (Sadece Lise Diploması Almak, Anne-Babamın Meslek Lisesine Gitmemi İstemesi, Liseyi Bitirip Bölümümle İlgili Bir İşte Çalışmak, Liseyi Bitirip Üniversite Sınavında Başarılı Olamazsam Bölümümle İlgili Bir İşte Çalışmak, Liseyi Bitirip Üniversiteye Devam Etmek) değişkenine göre dağılımında, ilk sırayı liseyi bitirip üniversiteye devam etmek isteyenlerin oranı %37 olarak görülmektedir. Öğrencilerin Eğitim Bölgesi ve Beceri Eğitimi Aldıkları Kurum Değişkenlerine Göre Dağılımına bakıldığında; Ege bölgesinde en çok beceri eğitimi alınan kuruluş bölge içerisindeki %42 oranıyla kamu kuruluşlarıdır. İç Anadolu bölgesinde %27 oranıyla ve Marmara bölgesinde %40 oranıyla en çok beceri eğitimi alınan kuruluşların özel sektör olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin Beceri Eğitimi Aldıkları Kurum ve Meslek Lisesi Tercih Sebebi değişkenine göre dağılımına bakıldığında; Bankada beceri eğitimi alan öğrencilerin %33'ü liseyi bitirip üniversite sınavında başarılı olamazsam bölümümle ilgili bir işte çalışmak istediklerini ve yine %33'ünün liseyi bitirip üniversiteye devam etmek istedikleri görülmektedir.

Beklenti ve Algı Değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Beklenti boyutlarının kendi aralarında orta ve yüksek kuvvette bir ilişki olduğu görülmüştür. Algı boyutlarının da kendi aralarında orta ve yüksek kuvvette pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Demografik özelliklerin algı ve beklenti boyutları açısından farklılıklar oluşturup oluşturmadığını tespit için ANOVA Testi uygulanmıştır. Yapılan testte beklenti kriterleri için anlamlı bir farklılığın çıkmaması eğitim bölgesi, beceri eğitimin aldığı kurum ve meslek lisesi

tercih sebebi değişkenlerinin meslek lisesi öğrencilerinin beceri eğitiminden beklentilerini etkilemediğini göstermektedir. Ancak hizmet kalitesi algıları açısından incelendiğinde öğrencilerin algılarının anlamlı derecede farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

3.Sonuç

Dünya’da iş piyasasının ihtiyaç duyduğu niteliklerde işgücünün, üç farklı sistemle sağlandığı görülmektedir. Uyguladıkları eğitim sistemleriyle istihdamı sağlayabilen ülkelerde, mesleki eğitimin öğrenciler tarafından yoğun şekilde tercih edildiği görülmektedir. İstihdamın sağlanması mesleki eğitime talebi artıracaktır. Bunun yanında mesleki eğitimin yaygınlaştırılmasına yönelik olarak; toplumsal statüsünün iyileştirilmesi çabaları ve okullarda verilen mesleğe yönelik rehberlik hizmetlerinin önemi de yadsınamaz.

Mesleki ve teknik eğitimde teori ve uygulama eğitimlerini geleneksel eğitim modelleriyle tamamlayıp mezun olan öğrenciler, yeni eğitim modellerinde yer alan; Ana dilde iletişim, Başka bir dilde iletişim, Temel matematik, bilim ve teknoloji yetkinlikleri, Dijital yetkinlik, Öğrenmeyi öğrenmek, Kişilerarası ve sivil yetkinlikler, Girişimcilik ve Kültürel dışa vurum olarak sayılan sekiz anahtar yetkinliğe sahip olmadıklarından, teknoloji çağındaki sektörlerin ihtiyaçlarını karşılayamamaktadırlar. Dolayısıyla mesleki eğitim mezunlarının istihdamında artış sağlanamamaktadır. Bu da mesleki eğitime talebi azaltmaktadır. Öğretme şekli ve öğretilenlerin teknoloji çağını yakalayamamış, eskimiş bilgi tabanlı olması ülkeler için mesleki eğitimi büyük bir mesele haline getirmiştir.

Genç nüfusun fazla olduğu Türkiye’de, mesleki ve teknik eğitim programları ortaöğretim sisteminde yer almaktadır. Mesleki eğitimin amaçları içinde; çeşitli programlarda öğrencileri beceri ve yeteneklerine uygun doğrultuda mesleğe hazırlamak, iş dünyasının ihtiyaç duyduğu niteliklerde ara eleman yetiştirmek, mesleki eğitimin paydaşları konumundaki kurumlar ile birlikte okul/sanayi işbirliğini sağlayarak işletmelerde beceri eğitimi hizmetlerinin olması gereken koşullarda ve teknolojik yenilikleri içerecek şekilde gerçekleşmesini sağlamak yer almaktadır. Teori ve uygulama eğitimini içinde barındıran bir yapıya sahip olan mesleki eğitimin bu amaçlar doğrultusunda hareket ederek hizmet kalitesini artırabilmesi için her bir mesleki ve teknik ortaöğretim kurumunun bünyesinde barındırdığı alan/dal programlarına uygun şekilde, işletmelerde yapılacak olan beceri eğitim hizmetlerini de dikkate alarak vizyon ve misyonlarında yenilikler yapması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Eğitim, İşletmelerde Beceri Eğitimi, Muhasebe ve Finansman, Hizmet Kalitesi, SERVQUAL Yöntemi

JEL Kodları: M41, I21, I22, I2

Türkiye'de Demografik Fırsat Penceresi Üzerine İnceleme

Hüseyin YILMAZ, Abdullah ELMAS

Özet

1.Giriş

Kısaca “Nüfus Bilimi” olarak tanımlayabileceğimiz demografi, nüfusun sadece sayısal büyüklüğü ile değil nüfusun temel değişkenleri olan doğum, ölüm, göç ve bunların alt kavramları olan evlilik, boşanma, eğitim, sağlık vb. durumları inceleyen bilim dalıdır. Bu bilim dalı coğrafyadan biyolojiye, tıptan sosyolojiye, siyasetten askeriye, sağlık hizmetlerinden, eğitim sistemine ve ekonomiye kadar pek çok disiplin ile yakından ilişkilidir. Bu kadar geniş bir alana yayılan demografinin, bir bilim dalı olarak ortaya çıkması 1662 yılında John Graunt’un “Natural and Political Observations on the Bills of Mortality” adlı çalışması ile olmuştur. Malthus’un “An Essay on the Principle of Population” adlı eseri de demografi alanında yazılan ilk kitap olmuş olup bu çalışmalardan itibaren araştırmacıların bu bilime gösterdikleri ilgi artarak devam etmiş ve devletlerin politikalarının şekillenmesinde demografik veriler önemli yer tutmuştur.

Eskiçağlarda 2 km² bir kişini düşüğü dönemlerden, günümüzde km² 20 bin kişinin düşüğü dönemlere kadar çeşitli nüfus politikaları uygulanmıştır. Bu politikaların temelinde nüfus artışının yararlı olup olmadığı düşüncesi yatmaktadır. Uygulanan nüfus politikaları ülkelerin sosyo-ekonomik yapısının yanı sıra dönemin şartlarına göre de değişmektedir. Türkiye’de dönemin şartlarına göre 1923-1965 yıllarında nüfusu arttırmaya, 1965- 2007 yılları arasında nüfusu azaltmaya ve 2007 yılından itibaren nüfusun niteliklerini arttırmaya yönelik politikalar uygulamaya çalışmıştır.

18.yy.a kadar, yapılan savaşlar ve sağlık hizmetlerinin yetersizliği nedeni ile nüfus çok yavaş bir şekilde artmaktaydı. 20.yy.a gelirken sağlık hizmetlerinin gelişmesi ve teknolojinin hızla ilerlemesi, ortalama yaşam süresini artmasına olanak sağlamıştır. Bunun sonucunda ülkelerin daha önce tecrübe etmedikleri yaşlı nüfus sorunu ile karşı karşıya kalmıştır. Bu durum genç nüfusun oranının yüksek olmasının önemini ortaya çıkarmış ve genç nüfusun getireceği avantajlardan yararlanarak ekonomide sıçrama meydana getirmek olarak tanımlanan “Demografik Fırsat Penceresi” kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu fırsatı her ülke en az bir kere yaşamıştır veya yaşayacaktır. Türkiye için 2010 yılından itibaren fırsat penceresi açılmış olup 2050 yılına kadar genç nüfusun getirdiği avantajlardan yararlanmaya devam edeceği düşünülmektedir.

Yapılan çalışmada da Türkiye’de “Demografik Fırsat Penceresi” hangi aşamada olduğunun daha iyi anlaşılması için OECD (35 Ülke), Yüksek Gelirli Ülkeler:(Kişi Başı Gelir >12.236\$)(78 Ülke), AB (28 Ülke), Euro Bölgesi (19 Ülke), Dünya (217 Ülke –Dünya Bankası Verileri-), ülkelerin yaş yapısı karşılaştırılacaktır. Çıkan sonuçlar fırsat penceresinden ne kadar etkin yararlandığını göstermek amacı ile işsizlik oranları ile kıyaslanacaktır. Çıkan sonuçlara göre değerlendirme yapılacak ve çeşitli önerilerde bulunulacaktır.

Demografik geçişin son iki aşamasını Amerika tarihini inceleyerek net bir şekilde görebiliriz. II. Dünya Savaşı sonundan Amerika’da askerlerin evine dönmesi sonucu bebek

sayısında artışı ifade etmek için kullanılan “Baby Boom” kavramı 1946-1964 yılları arasında kapsamaktadır. Bu dönemde Amerikan’ın temel politikası genç nüfusun dinamiklerinden yararlanarak ekonomilerinde sıçrama meydana getirmektir ve bunu başarmışlardır. Bu durum demografik geçiş kuramının ikinci aşamasını oluşturmaktadır. Fakat o dönemin kalkınma dinamiği olan genç nüfus şimdi 60’lı yaşlarda olduğu düşünülürse yakın bir zamanda Amerika’nın demografik geçiş kuramının son aşamasına geçeceği söylenebilir. Bunun yanı sıra “Baby Boom” döneminde 62 olan ortalama ömrün, 1961’de 71’e 1995’te 78’e ve günümüzde 80’e çıkması yaşlı nüfus bağımlılık oranında artışı da beraberinde getirmektedir (Dülger, 2012, s. 33).

Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletlerin yaptığı tahminlere göre 2050 yılında Dünya nüfusunun 9 milyara çıkması beklenmektedir. Demografik geçiş kuramının 3. aşamasında olan gelişmiş ülkelerin nüfusu, şimdiki düzeyle aynı kalacağı, nüfus artışının gelişmemiş ülkelerde gerçekleşeceği öngörülmüştür. Ayrıca 21.yy. sonuna kadar hemen hemen her ülkenin demografik geçiş sürecini tamamlayacağı da belirtilmiştir (Bongaarts & Bulatao, 1999).

Türkiye Cumhuriyeti kurulduğu 1923 yılından itibaren gelişen ekonomisine paralel bir şekilde eğitim, yaşam kalitesi, refah düzeyi ve özellikle sağlık alanında önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Bu durum ortalama yaşam süresinde artma, bebek ölüm hızında ve kadın başına düşen çocuk sayısında azalma meydana getirmiş ve Türkiye’yi demografik geçiş kuramının son aşamasına taşımıştır. Yani Türkiye düşük doğurganlık ve ölüm hızına bağlı olarak nüfus artış hızında azalma meydana gelmiştir.

2000’li yıllardan başlayarak demografik geçiş sürecinin son aşamasına giren Türkiye’de 2023 yılına kadar 15-64 yaş grubundaki artış hızının azalarak artmaya devam edeceği ve 2023-2050 yılları arasında nüfusun azalan bir şekilde artmaya devam edeceği öngörülmektedir. 2050 yılından sonra nüfusun azalma eğilime gireceği dönem başlayacak ve Türkiye yaşlı nüfus yapısına sahip, demografik fırsat penceresinin sonuna gelmiş bir ülke konumuna düşecektir. (Karabıyık, 2009, s. 298-299). Bunun yanı sıra 1950-2000 yıllarında 69 olan ortalama ömrün 2045-2050 yılına kadar 79’a çıkması yaşlı nüfus oranında ve yaşlı bağımlılık oranında artış meydana getirerek sosyal güvenlik kurumuna önemli bir baskı unsuru oluşturacaktır (Acar & Kitapçı, 2008, s. 90)

Türkiye’de demografik fırsat penceresinin 2050 yılına kadar açık kalacağı süre boyunca doğru alanda doğru politikaların uygulanmasına önem göstermesi gerekmektedir. Bu durumu daha iyi kullanabilmek için Türkiye’nin eğitim ve sağlık koşullarını iyileştirmeli, istihdamı arttıracak politikalara öncelik vermeli (Taş & Bilen, 2014, s. 55), sosyal güvenlik politikalarına gerekli önemi göstermeli, gençlerin toplumsal hayatına yönelik kapsayıcı politikalar oluşturması gerekmektedir. Aksi takdirde demografik fırsat penceresi yerine “Demografik Facia” ile karşı karşıya kalınabilir (Erikli, 2016, s. 299).

2.Sonuç

Türkiye 2010 yılından itibaren girdiği Demografik Fırsat Penceresinin, 2050 yılı itibari ile son bulacağı düşünülmektedir. Bu durum Türkiye’nin fırsat penceresinden yararlanmak için fazla bir zamanın olmadığını ve bu pencereden yararlanmak için en uygun politikaları seçmesini zorunlu kılmaktadır. Yapılan çalışmada Türkiye’nin diğer değişkenlere göre demografik fırsat penceresini hangi aşamasında olduğu ve 2012-2016 yılları arasındaki istihdam politikası incelenmiştir. Çıkan sonuçlara göre;

Türkiye’de 0-14 yaş grubu 2016 yılı itibari ile %25.3 olup seçili değişkenler içerisinde Dünya ortalamasında sonra en yüksek seviyedir. Tablo’da dikkat çeken bir diğer husus ise seçili değişkenlerin hepsinde 2012 yılından itibaren 0-14 yaş grubunun azaldığı görülmektedir. Bu

durum sebebi olarak evlilik yaşının artması, kadınların iş hayatına atılması, kaba doğum hızından azalma gibi durumlar gösterilebilir. Bu yaş grubunun düşük seyretmesi demografik fırsat penceresinin temelini oluşturan 15-64 yaş grubuna, daha az sayıda bireyin geçmesine sebep olmaktadır. Buda demografik fırsat penceresinin daha erken kapanmasına yol açmaktadır.

Demografik Fırsat Penceresinin temelini oluşturan 15-64 yaş grubu (Faal Nüfus, Çalışma Çağındaki Nüfus) seçili değişkenler içinde %64 ila %67 arasında seyretmektedir. Burada dikkat çeken gereken durum, diğer değişkenlerde 15-64 yaş grubunun seçilen dönemlerde oransal olarak azalma yaşanırken Türkiye’de artış göstermektedir. Bu durum Türkiye’nin seçili değişkenlerden daha geç yaşlanacağını ve genç nüfusun getireceği avantajlardan daha uzun süre yararlanacağını göstermektedir.

Demografik geçiş kuramının son aşaması, yaşlı nüfus payının diğer yaş grupları içinde payının yüksek olması sonucu nüfusun yaşlanma süreci içine girmesidir. Değişkenler incelendiği zaman Türkiye’nin 2016 yılında, toplam nüfus içerisinde yaşlı nüfus oranı %8 ile en avantajlı konumda olduğu görülmektedir ve Türkiye’nin 2050 yılına kadar yaşlı nüfus sorunu ile karşı karşıya kalmayacağı öngörülmektedir. Bu durum yaşlı nüfusa ayrılan kaynakların, genç nüfus için ayrılmasına olanak sağlamaktadır. Fakat 2050 yılından itibaren Türkiye’de yaşlı nüfusu oranının %20 olacağı düşünülürse şimdiden yaşlı nüfusa yönelik uzun dönemli politikalar yapılması gerektiğini göstermektedir.

Yaş yapısı tablosu incelendiği zaman Türkiye’nin her yaş grubunda en avantajlı ülke olduğu görülmektedir. Bu durum “Demografik Fırsat Penceresini” en geç kapanacağını ve avantajlardan en uzun süre yararlanabileceğinin bir göstergesidir. Fakat işsizlik oranlarını incelediğimizde, Türkiye hariç diğer değişkenlerde işsizlik oranları 2012 yılına gerilemiştir. Fakat Türkiye’de her yıl işsizlik oranının artmasına bağlı olarak işsiz sayısında artış meydana gelmiştir. Bu durum en avantajlı konumda olan Türkiye’nin, Demografik Fırsat Penceresinin getirdiği avantajlardan tam olarak yararlanamadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Demografik Fırsat Penceresi, Genç Nüfus, Ekonomi

JEL Kodları: J11, J13, A19

Kaynakça

Acar, İ. A., & Kitapçı, İ. (2008, Ocak-Haziran). Sosyal Güvenliğin Demografik Boyutu: Türkiye’deki Emeklilik Sistemindeki Değişim. *Maliye Dergisi*(154), 77-98.

Bongaarts, J., & Bulatao, R. A. (1999). Completing the Demographic Transition. *Population And Development Review*, 25(3), 515-529.

Dülger, İ S. (2012), “Dünyada ve Türkiye’de Yaşlılığın Değişen Görünümü, değişen Politikalar ve Gelişen Aktif Yaşlanma Kavramı”, Ankara Üniversitesi Yaşlılık Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi, Ankara.

Erikli, S. (2016). Genç Yoksulluğunun Temel Belirleyicileri: Eğitim Ve Düzgün İş. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 283-302.

Taş, H. Y., & Bilen, M. (2014). Avrupa Birliği Ve Türkiye’de Genç İşsizliği Sorunu Ve Çözüm Önerileri. *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(6), 50-69.

The Role of Intermediaries in Marketing of Hospitality Enterprises: A Comparative Analysis of Hospitality Enterprises in Antalya and Nevşehir

Erşan YILDIZ

1. Introduction

Marketing activities of hospitality enterprises include several phases that begin in preproduction and continue after production. One of these phases is creating a distribution system (Emir, 2010:1246). Distribution systems create services and products convenient for customers (Christie & Morrison, 1992:470). As for the distribution channels inside distribution systems, they are organized service systems created and benefited from in order to provide appropriate points for sales and/or access to consumers who are distant from delivery points (Victor T.C. & Clarke, 2008:293). In terms of hospitality enterprises, distribution channels define the units formed in order to market hospitality products outside businesses. These units are called intermediaries.

The thesis aims to investigate the role of intermediaries in marketing of hospitality services. The reasons that constitute the research subject include the existence of relevant studies solely on travel agencies in Turkey and the scarcity thereof, the lack of a relevant study on Antalya and Nevşehir, and, finally, the work experience of the author as a manager in hospitality sector.

The main aim of the study is to ascertain the role of travel agencies, tour operators and other intermediaries in marketing of hospitality services, and, in this context, the dependency of hospitality enterprises on intermediaries. In the first chapter of the study, which consists of three chapters, subjects such as the concept of tourism, tourism system, tourism products, and hospitality enterprises are explained, and in the last part of the chapter, the subject of marketing in hospitality enterprises is clarified. The second chapter clarifies important intermediaries such as travel agencies and tour operators, which are distribution channels in marketing of hospitality enterprises, along with other intermediaries. The third chapter describes the results of the study considering the role of intermediaries in marketing of hospitality enterprises. The first and second chapters integrate secondary sources in the literature in order to clarify the basic concepts used in the study, form its theoretical structure and evaluate former studies carried out on similar subjects. The last chapter includes analysis and discussions of the primary data obtained from the application that was prepared based on the literature review presented in the first two chapters.

2. Hospitality Enterprises and Marketing

This chapter, which describes hospitality enterprises and marketing of the services they offer, contains the definition of the concept of tourism, the structuring of tourism industry and tourism system, and the categorization of hospitality enterprises, along with general

characteristics and categorization of hospitality enterprises. The chapter concludes with the subject of marketing of hospitality enterprises.

3. Intermediaries in Tourism Distribution Channels

Travel businesses are organizations that connect business groups of tourism industry with consumers, create tourism products and/or distribute them as an intermediary. Some of the travel businesses in the distribution system are central reservation systems, last minute reservations, travel clubs, and tour and bus brokers. Currently, travel agencies have a lot of types and hold the largest market share among travel businesses (Çolakoğlu & Çolakoğlu, 2007:3). Offering goods and services to consumers are generally carried out by means of the intermediaries in the distribution channels. There are various institutions and organizations to carry out tourism activities. Tour operators and travels agencies, which are called intermediary travel businesses, carry out more than 80% of tourism service sales (Akkılıç, 2005:268). Hence, it is evident that the rate of dependency on these intermediaries that carry out most of the marketing and sales-related activities is a significant subject matter to be investigated.

4. The Role of Intermediaries in Marketing of Hospitality Enterprises: A Comparative Analysis of Hospitality Enterprises in Antalya and Nevşehir

This chapter includes the importance of the subject matter of the study, the aim, methodology (the study sample and limits, research model and hypothesis) and the analysis of the findings. The managers and sales staff of the sales and marketing departments of the hospitality enterprises in Antalya and Nevşehir constitute the sample of the study.

5. Conclusion

The findings of the study reveal that intermediaries are a vital element in marketing hospitality enterprises and increasing occupancy rate. Additionally, while the rates of dependency on intermediaries of hospitality enterprises in Antalya and Nevşehir differ, they are high in both cities. In addition to these basic findings, it is figured out that the problems caused by the rates of dependency on intermediaries and the dependency of hospitality enterprises on intermediaries vary in accordance with the characteristics of the hospitality enterprises and some demographic traits of the participants. It is also found out that there is a correlation between the location of the hospitality enterprise and the type of hospitality enterprise, occupancy rate and whether the hospitality enterprise is a part of chain hotels. Moreover, it is revealed that there is a correlation between the rate of dependency on intermediaries and the problems caused by dependency. The finding that hospitality enterprises possess a high dependency rate clearly indicates that they need to focus on ways and methods to decrease their rates of dependency on intermediaries. In order to achieve this, hospitality enterprises are recommended to increase the quality of service and percentage of incoming guests, as well as giving more importance to direct marketing methods. Finally, the limits of the study are stated and some suggestions are made for future researches.

Keywords: Hospitality Enterprises, Marketing, Intermediaries, Antalya, Nevşehir

JEL Codes: Z32, M31

Konaklama İşletmelerinin Pazarlanmasında Aracıların Rolü: Antalya ve Nevşehir'deki Konaklama İşletmelerinin Karşılaştırmalı Analizi

1.Giriş

Konaklama işletmeleri açısından pazarlama faaliyetleri üretim öncesi başlayan ve üretim sonrası da devam eden bir takım aşamaları kapsamaktadır. Bu aşamalardan biriside dağıtım sisteminin oluşturulmasıdır (Emir, 2010:1246). Dağıtım sistemi, müşterilere uygun hizmetler ve ürünler üretir (Christie & Morrison, 1992:470). Dağıtım sistemi içerisinde yer alan dağıtım kanalı ise, teslim yerinden uzakta tüketicilere satış ve/veya erişiminin uygun noktalarını sağlamak için oluşturulan veya faydalanılan herhangi bir organize ve servis sistemidir (Victor T.C. & Clarke, 2008:293) Konaklama işletmeleri açısından dağıtım kanalları işletme dışında konaklama ürününün pazarlanması için oluşturulan birimleri ifade etmektedir. Bu birimler de araçlar olarak adlandırılmaktadır.

Konunun önemi dikkate alınarak bu tezde konaklama hizmetlerinin pazarlanmasında araçların rolünün araştırılması amaçlanmıştır. Türkiye'de daha önce bu konuyla alakalı sadece seyahat acenteleri üzerine yapılan çalışmaların olması, yapılan bu çalışmaların azlığı ve önemli turizm merkezlerimizden Antalya ve Nevşehir ili üzerine yapılmış böyle bir araştırmanın olmaması, ayrıca araştırmacının daha önce yönetici olarak konaklama sektöründe çalışmış olması tezin araştırma konusu olma sebeplerindedir.

Bu çalışmanın temel amacı, konaklama hizmetlerinin pazarlanmasında seyahat acenteleri, tur operatörleri ve diğer araçların rolünü ve bu bağlamda konaklama işletmelerinin araçlara olan bağımlılık düzeylerini tespit etmektir. Üç bölüm olarak hazırlanan çalışmanın ilk bölümünde turizm kavramı, turizm sistemi, turistik ürün, konaklama işletmeleri gibi konular açıklanmış ve bölümün son kısımlarında konaklama işletmelerinde pazarlama konusu incelenmiş, ikinci bölümde konaklama işletmelerinin pazarlanmasında dağıtım kanallarından seyahat acenteleri, tur operatörleri gibi önemli araçlarla birlikte diğer araçlar açıklanmış, üçüncü bölümde ise konaklama işletmelerinin pazarlanmasında araçların rolü üzerinde yapılan araştırmanın sonuçları ifade edilmiştir. İlk iki bölümde araştırmada yer alan kavramlarla ilgili temel bilgilerin verilmesi, araştırmanın teorik kısmının oluşturulması ve benzer konularda önceden yapılmış araştırmaların değerlendirilmesi amacıyla literatürdeki mevcut ikincil kaynaklar incelenerek araştırmaya dahil edilmiştir. Son bölümde ise ilk iki bölümde sunulan literatür taramasına dayanarak hazırlanan uygulamadan elde edilen birincil verilerin analizi ve yorumu yapılmıştır.

2.Konaklama İşletmeleri Ve Konaklama Hizmetlerinin Pazarlanması

Konaklama işletmeleri ve sundukları hizmetlerin pazarlanmasının anlatıldığı bu bölümde öncelikle turizm kavramı, turizm endüstrisinin yapısı ve turizm sistemi, konaklama işletmelerinin sınıflandırılması ve tanımlarına yer verilmiş, daha sonra otel işletmelerinin genel özellikleri ve sınıflandırılması açıklanmış ve bölümün son kısımlarında konaklama işletmelerinde pazarlama konusu incelenmiştir.

3. Turizm Dağıtım Kanallarındaki Araçlar

Seyahat işletmeleri, turizm endüstrisini oluşturan işletme grupları ile tüketici arasında ilişki kuran, turistik ürünü oluşturan ve/veya aracı olarak dağıtımını yapan kuruluşlardır. Merkezi rezervasyon sistemleri, son dakika rezervasyon işlemleri, seyahat kulüpleri, tur simsarları, otobüs simsarları dağıtım sistemi içindeki seyahat işletmelerinden bazılarıdır. Seyahat acenteleri, seyahat işletmeleri içerisinde günümüzde pazar payı en yüksek olan grubu oluşturur ve birçok türü bulunmaktadır (Çolakoğlu & Çolakoğlu, 2007:3). Mal ve hizmetlerin tüketicilere sunulması, genellikle dağıtım kanalındaki araçlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde çeşitli kurum ve kuruluşlar yer almaktadır. Turizm hizmetlerinin satışının %80'inden daha fazlasını aracı seyahat kuruluşları olarak adlandırdığımız tur operatörleri ve seyahat acenteleri gerçekleştirmektedir (Akkılıç, 2005:268). Dolayısıyla pazarlama ve satış faaliyetlerinin büyük bir kısmını gerçekleştiren bu araçlara olan bağımlılık düzeyinin sorgulanması gereken önemli bir konu olduğu buradan da anlaşılmaktadır.

4. Konaklama Hizmetlerinin Pazarlanmasında Araçların Rolü: Antalya Ve Nevşehir'deki Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama

Bu bölüm, araştırmanın konusunun önemi, amacı, metodolojisi (örneklemi ve sınırlılıkları, araştırma modeli ve hipotezleri) ve araştırma sonucunda elde edilen bulguların analizi ele alınmıştır. Antalya ve Nevşehir ilindeki konaklama işletmelerinin satış pazarlama departmanının yöneticileri ve satış elemanları çalışmanın örneklemi oluşturmaktadır.

5. Sonuç

Araştırmanın bulgularına göre; konaklama işletmelerinin pazarlanmasında ve doluluk oranlarının artırılmasında araçların çok önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Antalya ve Nevşehir'deki konaklama işletmelerinin araçlara olan bağımlılık düzeyleri her iki il arasında farklılık gösterse de yüksek olduğu tespit edilmiştir. Belirlenen bu temel bulgularının yanında; konaklama işletmelerinin araçlara bağımlılık düzeylerinin ve konaklama işletmelerinde araçlara olan bağımlılığın neden olduğu sorunların, konaklama işletmelerinin özelliklerine ve katılımcıların bazı demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği anlaşılmıştır. Konaklama işletmesinin bulunduğu il ile işletme türü, doluluk oranı ve zincir olup olmama durumları arasında ilişki olduğu belirlenmiştir. Bütün bu sonuçlara ilaveten, konaklama işletmelerinin araçlara bağımlılık boyutları ile bağımlılığın neden olduğu sorunlar arasında ilişkinin varlığı da ortaya konulmuştur. Araştırmadan konaklama işletmelerinin araçlara bağımlılık düzeylerinin yüksek çıkması, konaklama işletmelerinin araçlara bağımlılık düzeylerini azaltabilmenin yol ve yöntemlerine odaklanmalarının gerektiği açık bir şekilde görülmektedir. Konaklama işletmelerinin araçlara olan bağımlılık düzeylerini azaltabilmeleri için; hizmet kalitesini ve devamlı gelen müşteri yüzdesini yükseltmeleri ve doğrudan pazarlama yöntemlerine daha fazla önem vermeleri tavsiye edilmektedir. Araştırmada son olarak, araştırmanın bazı sınırlılıkları olduğu ifade edilmiş ve daha sonraki araştırmalar için araştırmacılara bazı öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Konaklama İşletmeleri, Pazarlama, Araçlar, Antalya, Nevşehir

JEL Kodları: Z32, M31

Kaynakça

- Ahipaşaouğlu, Halit Suavi; (Ed. İlhan Ünlü), Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir 2002.
- Albustanlıoğlu, Tulga; Seyahat Acentacılığı Ders Notları, Ankara 2009.
- Akgül, Aziz; Osman Çevik; İstatistiksel Analiz Teknikleri “ SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları, Emek Ofset Ltd. Şti., Ankara 2003.
- Akıncı, Zeki; Otel İşletmeciliği, Nobel Yayın Dağıtım, 1.Baskı, Ankara 2011.
- Aktaş, Ahmet; Turizm İşletmeciliği ve Yönetimi, Azim Matbaa, Antalya 2002.
- Barrows, Clayton W.; Tom Powers; Introduction to the Hospitality Industry, 7th Ed., John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey 2009.
- Barutçugil, İsmet Sabit; Turizm İşletmeciliği, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa 1982.
- Barutçugil, İsmet Sabit; Turizm İşletmeciliği, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa 1989.
- Batman, Orhan; Otel İşletmelerinin Yönetimi, Değişim Yayınları, Adapazarı 1999.
- Cook, Roy A.; Laura J. Yale; Joseph J. Marqua; Tourism the Business of Travel, 3th Edition, New Jersey 2006.
- Çakıcı, A.Celil; Meryem A.Kozak; Murat Azaltun ve Diğerleri, (Ed. Nazmi Kozak) Otel İşletmeciliği, Detay Yayıncılık, Ankara 2002.
- Çolakoğlu, Osman Eralp; Ülker Çolakoğlu; Seyahat Acentaları Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara 2007.
- Denizer, Dünder; Turizm Pazarlaması, Ankara Yıldız Matbaacılık Sanayi, Ankara 1992.
- Doğanay, Hayati; Türkiye Turizm Coğrafyası, 3. Baskı, Çizgi Kitabevi, Konya 2001.
- Erol, Mikdat; Turizm Pazarlaması, Ekin Kitabevi, İstanbul 2003.
- Fridgen, Joseph D.; Tourism and Hospitality Industry, Educational Institute of the American Hotel & Lodging Assocation, Michigan 1996.
- Gökdeniz, Ayhan; Yakup Dinç; Konaklama İşletmelerinde Önbüro Operasyonları ve Yönetimi (Örnek Önbüro Modelleri), Detay Yayıncılık, Ankara 2003.
- Gökdeniz, Ayhan; Yakup Dinç; Konaklama İşletmelerinde Önbüro Operasyonları ve Yönetimi (Örnek Önbüro Modelleri), Detay Yayıncılık, Ankara 2007.
- Hacıoğlu, Necdet; Turizm Pazarlaması, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa 1989.
- Hacıoğlu, Necdet; Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Uludağ Üniversitesi Basımevi, 3.Baskı, Bursa 1995.
- Hacıoğlu Necdet; Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Nobel Yayın Dağıtım, 6.Baskı, Ankara 2006.
- Hacıoğlu, Necdet; Ayhan, Gökdeniz; Yakup Dinç; (Ed. Ayhan, Gökdeniz) Boş Zaman & Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları, Detay Yayıncılık, Ankara 2003.
- Hacıoğlu, Necdet; Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara 2008.
- Hazar, Atıla; Spor ve Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara 2007.
- Holloway, J.Christopher; Neil Taylor; The Business of Tourism, 7th Ed., Prentice Hall, England 2006.
- Hsu, Cathy H.C.; Tom Powers; Marketing Hospitality, 3th Ed., John Wiley & Sons, New York 2002.
- İçöz, Orhan; Ebru Günlü; Burcu Selin Yılmaz ve Diğerleri; Genel Turizm - Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler, Turhan Kitabevi, Ankara 2007.
- İçöz, Orhan; Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi, Turhan Kitabevi, Ankara, 2011.

- İslamoğlu, A.Hamdi; Burcu Candan; Şenol Hacıfendioğlu ve Diğerleri; Hizmet Pazarlaması, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 2006.
- Karahan, Kasım; Hizmet Pazarlaması, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 2000.
- Karamustafa, Kurtuluş; Kenan Güllü, Neşe Acar ve Şevki Ulama; Konaklama İşletmelerinde Pazar Odaklılık Uygulamaları, Detay Yayıncılık, Ankara 2010.
- Kotler, Philip; John Bowen; James Makens; Marketing For Hospitality and Tourism, Prentice Hall, New Jersey 1996.
- Kotler, Philip; John Bowen; James Makens; Marketing For Hospitality and Tourism, Prentice Hall, New Jersey 1999.
- Kotler, Philip; John Bowen; James Makens; Marketing For Hospitality and Tourism, Prentice Hall, New Jersey 2006.
- Kotler, Philip; Marketing Management, Pearson Education, New Jersey 2003.
- Kozak, Nazmi; Çağıl Hale Özel; Deniz Karagöz Yüncü; Hizmet Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara 2011.
- Kozak, Nazmi; Turizm Pazarlaması, Detay Yayıncılık, Ankara 2006.
- Kozak, Sabah; Otel İşletmelerinde Önbüro Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 1995.
- Kozak, Sabah; Otel İşletmelerinde Önbüro Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 1998.
- Lazer, Willam; Roger A. Layton; Contemporary Hospitality Marketing A Service Management Approach, Educational İnstitute of the American Hotel & Motel Association, Michigan 1999.
- Lewis, Robert C.; Richard E. Chambers; Harsha E. Chacko; Marketing Leadership in Hospitality Foundations and Practices, 2th Ed., Van Nostrand Reinhold, New York 1995.
- Lumsdon, Les; Tourism Marketing, International Thomson Business Pres, London 1997.
- Maviş, Fermani; Otel Yönetimi, Detay Yayıncılık, Ankara 2006.
- Middleton, Victor T.C.; Jackie Clarke; Marketing in Travel and Tourism, 3th Ed., Elsevier, Great Britain 2008.
- Mill, Robert Christie; Tourism: The International Business, Prentice-Hall, Singapore 1990.
- Mill Robert Christie; Alastar M. Morrison; The Tourism System an Introductory Text, 2th Ed., Prentice-Hall, New Jersey 1992.
- Mısırlı, İrfan; Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü, Detay Yayıncılık, Ankara 2002.
- Nykiel, Ronald A.; Marketing in the Hospitality Tourism, 4th Ed., American Hotel and Lodging Association - Educational İnstitute, East Lansing, Michigan 2003.
- Olalı, Hasan; Türkiye'nin Ekonomik Gelişmesinde Turizmin Rolü, Endüstri Matbaacılık, İstanbul 1963.
- Olalı, Hasan; Turizm Politikası ve Planlaması, Ege Üniversitesi Yayınları, İzmir 1982.
- Olalı, Hasan; Meral Korzay; Otel İşletmeciliği, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 1993.
- Oral, Saime; Otel İşletmeciliği ve Verimlilik Analizleri, Detay Yayıncılık, Ankara 2005.
- Özdamar Kazım; Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1 (Çok Değişkenli Analiz), 2. Baskı, Kaan Kitabevi, Ankara 1999.
- Özdamar Kazım; Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-2 (Çok Değişkenli Analiz), 2. Baskı, Kaan Kitabevi, Ankara 1999.
- Öztürk, Sevgi Ayşe; Hizmet Pazarlaması, Ekin Yayınevi, Bursa 2003.

- Öztürk, Sevgi Ayşe; Hizmet Pazarlaması, Ekin Yayınevi, Bursa 2010.
- Reid, D. Robert; David C. Bojanic; Hospitality Marketing Management, 3th Edition., John Wiley & Sons, New York 2001.
- Rızaoğlu, Bahattin; Turizm Pazarlaması, 5. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara 2004.
- Rızaoğlu, Bahattin; Turizm Pazarlaması, 5. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara 2007.
- Rutherford, Denney G.; Michael J. O’Fallon; Hotel Management and Operations, 4th Ed., John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey 2007.
- Sharpley, Richard; Travel and Tourism, Sage Publications, London 2006.
- Seaton, A.V.; M.M. Bennett; The Marketing of Tourism Product: Concepts, Issues and Cases, London 1996.
- Shoemaker, Stowe; Margaret Shaw; Marketing Essentials in Hospitality and Tourism Foundations and Practices, Pearson Prentice Hall, New Jersey 2007.
- Şener, Burhan; Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Gazi Kitabevi, Ankara 1997.
- Şener, Burhan; Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Detay Yayıncılık, Ankara 2001.
- Şener, Burhan; Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Detay Yayıncılık, Ankara 2003.
- Şener, Burhan; Konaklama İşletmelerinde Önbüro Yönetimi, 2.baskı, Detay Yayıncılık, Ankara 2006.
- Şener, Burhan; Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Detay Yayıncılık, Ankara 2007.
- Tekeli, Hasan; Turizm Pazarlaması ve Planlaması, Detay Yayıncılık, Ankara 2001.
- Tekin, Abdullah; Filiz Karaosmanoğlu; Turizm Hareketleri İçinde Seyahat Acentaları, Adım Yayıncılık, Ankara 1991.
- Toskay, Tunca; Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım, 3. Baskı, Der Yayınları, İstanbul 1989.
- Tuna, Muammer; Turizm, Çevre ve Toplum (Marmaris Örneği), Detay Yayıncılık, Ankara 2007.
- Turizm El Kitabı, Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara 1990.
- Ürger, Savaş; Genel Turizm Bilgisi, Akdeniz Üniversitesi Yayını, Antalya 1992.
- Vellas, François; Lionel Becherel; The International Marketing of Travel and Tourism a Strategic Approach, Macmillan Press Ltd., London 1999.
- Yarcan, Şükrü; Metehan Peköz; Seyahat İşletmeleri, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 1998.
- Yazıcıoğlu Yahşi; Samiye Erdoğan; SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Detay Yayıncılık, Ankara 2004.
- Yükselen, Cemal; Pazarlama İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık, Ankara 2010.
- Alaeddinoglu, Faruk; Ali Selçuk Can; “Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları”, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 2, 2007, s.50-66.
- Akdoğan, Şükrü; “Pazarlama Yönetim Fonksiyonları Açısından Hizmet Pazarlaması”, Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı 5, Aralık 1983, s.123-138.
- Akkılıç, M. Emin; “Aracı Seyahat Kuruluşlarının Reklâm İçeriklerinin İncelenmesi ve Çeşitlendirmesi Üzerine Bir Araştırma”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 15, Sayı 2, 2005, s.267-294.

Didin, Saliha; Çağrı Köroğlu; “Konaklama İşletmelerinin Satışlar Maliyetler Bakımından Rekabet Edebilme Durumu ve Gelecekte Beklentileri”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, 2008, s.111-120.

Emir, Oktay; “Otel İşletmelerinin Pazarlanmasında Seyahat Acentalarının Rolü: Otel İşletmeleri Tarafından Bir Değerlendirme”, Ege Akademik Bakış, Cilt 10, Sayı 4, 2010, s.1245-1256.

Güler, G. Emel; “Konaklama İşletmelerinde Tutundurma Faaliyetleri ve Trakya’daki Oteller Üzerine Bir Araştırma”, Marmara üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi, Cilt 27, Sayı 2, 2009, s.233-261.

Hayta, Ateş Bayazıt; “Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar”, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Aile Ekonomisi Eğitimi ABD, Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt 16, Sayı 1, 2008, s.31-48.

Karamustafa, Kurtuluş; Durdu Mehmet Biçkes ve Şevki Ulama; “Türkiye’deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı 19, Temmuz-Aralık 2002, s.51-92.

Karamustafa, Kurtuluş; "Türkiye'de İç Turizm Açısından İnternet Kullanımı", Pazarlama Dünyası, Cilt 16, Sayı 4, 2002, s.38-45.

Karamustafa, Kurtuluş; Mustafa Öz; “Uluslararası Turizm Dağıtım Kanalı Değer Zincirine İnternetin Katkısı: Fırsatlar ve Tehditlere Dayalı Bir Değerlendirme”, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 21, 2008, s.273-292.

Kıngır, Said; “Bir Hizmet İşletmesi Olarak Beş Yıldızlı Otel İşletmelerindeki Yönetimsel Sorunlar”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 15, 2006, s.457-481.

Kurgun, O. Avşar; Hülya Kurgun; Ediz Güripek; “Turizm Pazarlamasında Küresel Dağıtım Sisteminin (Global Distribution System-GDS) Stratejik Rolü ve Önemi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 9, Sayı 1, 2007, s.262-274.

Medina-Munoz, Diego; Juan Manuel Garcia-Falcon; “Successful Relationships between Hotels and Agencies”, Annals of Tourism Research, Vol.27, Issue 3, 2000, pp.737-762.

Öter, Zafer; Özkan Tütüncü; “Turizm İşletmelerinde Kalite Fonksiyon Göçerimi: Seyahat Acentalarına Yönelik Varsayımsal Bir Yaklaşım”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 3, Sayı 3, Temmuz-Ağustos 2001, s.95-117.

Özdemir, Ekrem; Ali Talip Akpınar; “Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Çerçevesinde Alanya’daki Otel ve Tatil Köylerinde İnsan Kaynakları Profili”, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 3, Sayı 2, 2002, s.85-105.

Özguven, Nihan; “Hizmet Pazarlanmasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektöründe Bir Uygulama”, Ege Akademik Bakış, Cilt 8, Sayı 2, 2008, s.653.

Tarlan, Deniz; Özkan Tütüncü; "Konaklama İşletmelerinde Başarım Değerlemesi ve İşdoyumunu Analizi", Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 3, Sayı 2, 2001, s.141-163.

Venter, Ivan; Chris Cloete; “A Framework For Successful Hotel Developments”, South African Journal Of Economic and Management Sciences, Vol.10, Issue 2, 2007, pp.223-237.

Yılmaz, Cengiz; Tümer Ebru Kabadayı; Bülent Sezen; “Dağıtım Kanallarında Üretici-Bayi İlişkilerinde Bağımlılık Kavramı ve Bağımlılığın İşbirliği, Bağımlılık ve Memnuniyet Üzerine Etkileri”, Doğu Üniversitesi Dergisi, Cilt 3, Sayı 1, 2002, s.181-192.

Wynne, Clive; “The Impact of the Internet on the Distribution Value Chain: The Case of the South African Tourism Industry”, *International Marketing Review*, Vol.18, Issue 4, 2001, pp.420-431.

Can, Hilal; *Seyahat Acentalarında Paket Tur Satışları ve Sonrasında Tüketici Şikâyetlerine Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.

Çolak, Neslihan; *Resort İşletmelerinin Pazarlanmasında Karşılıklı Seyahat Acentalarının İşlevi: Muğla Yöresinde Bir Alan Araştırması*, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2002.

Argun, Doğan; “Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri Arasındaki İşlemlerde Belgelendirme Açısından Bir Sorun ve Çözüm Önerisi”, 2011. <http://archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum/60MaliCozum/09-%2060%20DO%20C4%209EAN%20ARGUN%20.doc> Erişim Tarihi: 25.02.2012.

Cooper, Chris; C. Michael Hall; *Contemporary Tourism: An International Approach*, Elsevier, USA 2008. http://www.amazon.com/Contemporary-Tourism-international-Chris-Cooper/dp/0750663502#reader_0750663502 Erişim Tarihi: 28.01.2012.

Devlet Planlama Teşkilatı; *Hizmet Ticaretinin Serbestleştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara 2000. <http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3084/oik559.pdf> Erişim Tarihi: 28.12.2011.

Global Dağıtım Sistemi, www.visiglobe.com/real-tr.htm , Erişim Tarihi: 01.04.2012.

Kültür ve Turizm Bakanlığı; *Türlerine ve Sınıflarına Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı*, <http://sgb.kulturturizm.gov.tr/dosya/1-91521/h/15.xls>, Erişim Tarihi: 23.11.2011.

Kültür ve Turizm Bakanlığı; *Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik*, 21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı resmi gazete, <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/23202.html> , Erişim Tarihi: 25.11.2011.

Küresel Dağıtım Sistemi, Sabre Travel Network; *New Release*, 2006. www.zenonndc.com/PDFdocuments/SCN.pdf, Erişim Tarihi: 01.04.2012

Milli Eğitim Bakanlığı, Megep; *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Konaklama İşletmeleri ve Konuk*, Ankara 2006. http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/modul_pdf/811ORK032.pdf , Erişim Tarihi: 05.12.2011.

Milli Eğitim Bakanlığı, Megep; *Konaklama ve Seyahat Hizmetleri, Paket Tur Üretimi*, Ankara 2007. http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/modul_pdf/812STE003.pdf, Erişim Tarihi: 05.12.2011.

Pazarlama Karması; <http://marketingteacher.com/lesson-store/lesson-physical-evidence.html>. Erişim Tarihi: 05.04.2012.

Sağlık Kitabı, <http://www.saglikkitabi.org/turizmde-dagitim>, Erişim Tarihi: 04.04.2012.

Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu; http://www.tursab.org.tr/tr/mevzuat/yasalar/seyahat-acentalari-ve-seyahat-acentalari-birligi-kanunu_52.html, Erişim Tarihi: 04.02.2012.

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14705/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerin-.html>, Erişim Tarihi: 01.04.2012.

Türk Ticaret Kanunu; <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/997.html>, Erişim Tarihi: 09.02.2012.



April 26-29, 2018 Patara

Extended Abstracts Book

Üngüren, Engin; “Funda Cengiz; Her Şey Dahil Sisteminin Pazarlama Karması Unsurları Kapsamında Değerlendirilmesi”, <http://www.alanya.cc/en/Tourism-Research-/726-Hersey-Dahil-Sistemi.html> , Erişim Tarihi: 24.01.2012.

<http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/dosya/1-289260/h/ilcelertablo.pdf>,
Erişim Tarihi: 15.06.2012.

Personnel Management in Tourism Establishments and a Transition from Human Resource Management to Robotic Resources Management

Erşan YILDIZ¹, Naci Atalay DAVUTOĞLU²

Abstract

For years, personnel management has been assumed to be a record-keeping activity about employees and has fulfilled its duties to keep records on subjects such as wages, benefits, insurance deductions, absences, days the employees are on sick leave, absenteeism, and tardiness. Personnel management, which is fairly outdated, needs to create new personnel policies in order to serve the structural changes in labour. In this context, a transition process in businesses from traditional personnel management to a modern one, namely, human resource management, has commenced. In simplest terms, human resource management is ideally managing, developing and motivating the human factor in line with management goals. Even though both terms are used interchangeably, personnel management is more focused on the work and business. As for human resource management, it is personnel- and customer-oriented; that is, its practices are oriented towards people. Therefore, an understanding of the importance and value of human resource is the greatest positive quality of human resource management. While the concept of human resource management is still not entirely integrated into businesses, a new era has begun in which robotic resources have started to substitute human resource in various fields subsequent to the rapid changes in industry and technology. The improvements resulting from Industry 4.0 brings to mind the question whether there will be a new change before the process of structural change from personnel management to human resource management is completed. In this context, the aim of the study is to examine the functionality of human resource management in tourism establishments and the problems of human resource, and solution suggestions, and make predictions on how robotic resources management will be like in the future. The findings of the study reveal that the worst problem tourism employees generally face is seasonal work. In order to solve the problems of tourism employees, it is foreseen that the government is required to provide incentives to businesses and employees. The study also discusses the reasons of the inefficiency of human resource management and how to remove them. Additionally, the study includes some information concerning the usage of robotic resources in tourism establishments. In the study, the subjects of whether robots will solve the problems of human resource in tourism establishments, employees' anxiety of unemployment due to robots, and how robotic resources management will be carried out in the future are also evaluated.

¹ Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler M.Y.O., Turizm ve Otel İşletmeciliği, eyildiz@erciyes.edu.tr

² Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler M.Y.O., İşletme, davuta@erciyes.edu.tr

Keywords: Tourism Establishments, Personnel Management, Human Resources Management, Robotic Resources Management.

Turizm İşletmelerinde Personel Yönetimi ve İnsan Kaynakları Yönetiminden Robot Kaynakları Yönetimine

Özet

Personel yönetimi; yıllarca çalışanlar hakkında kayıt tutma faaliyeti olarak görülmüş ve personelin ücreti, yan ödemeleri, sigorta kesintileri, izinler, raporlu olduğu gün sayısı, işe devamsızlık ve geç kalma gibi konularda kayıt tutma işlemlerini yerine getiren bir birim olarak sorumluluklarını yerine getirmiştir. Günün şartlarına ve değişimine ayak uydurmada yetersiz kalan personel yönetiminin, işgücünün yapısal değişimine hizmet verebilmesi için yeni personel politikalarının oluşturulması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda işletmelerde, geleneksel personel yönetiminden, modern personel yönetimine yani insan kaynakları yönetimine geçiş süreci başlamıştır. Çeşitli şekillerde ifade edilse de, insan kaynakları yönetimi basit olarak, insan faktörünün işletme amaçları doğrultusunda en iyi şekilde yönetilmesi, geliştirilmesi ve motive edilmesi şeklinde ifade edilmektedir. Her ne kadar bu iki kavram birbirinin yerine kullanılsa da; personel yönetiminin iş ve işletme odaklı, insan kaynakları yönetiminin ise personel ve müşteri odaklı yani insan odaklı çalışmalar yürüttüğü gözlemlenmektedir. Dolayısıyla insan kaynağının önemini ve değerini bilen bir anlayışın insan kaynakları yönetiminin en önemli artışı olduğu düşünülmektedir. Daha insan kaynakları yönetimi anlayışı işletmelerde tam olarak yerleşmemişken, sanayide ve teknolojiye yaşanan hızlı değişimlerle çeşitli alanlarda insan kaynağının yerini robot kaynağının almaya başladığı bir döneme girilmeye başlanmıştır. Sanayi 4.0 ile yaşanan bu gelişmeler personel yönetiminden insan kaynakları yönetimine geçişte yaşanan yapısal değişimin evresini tamamlamadan yeni bir değişim mi yaşanacak sorusunu akla getirmektedir. Bu kapsamda; çalışmanın amacı turizm işletmelerindeki insan kaynakları yönetiminin işlevselliğini, insan kaynağının sorunlarını ve çözüm önerilerini sorgulamak ve gelecekte robot kaynağının yönetiminin nasıl olacağı konusunda öngörülerde bulunmaktır. Araştırmada; alan yazından yararlanmak suretiyle turizm çalışanlarının en önemli probleminin genelde sezonluk çalışmaları olduğu tespit edilmiştir. Turizm personelinin sorunlarının çözümü için ilk olarak devletin işletmelere ve çalışanlara teşvik sağlaması gerektiği öngörülmüştür. İnsan kaynakları yönetiminin etkisizliğinin nedenleri ve bu nedenlerin nasıl ortadan kaldırılabileceği tartışılmıştır. Turizm işletmelerinde robot kaynağının kullanımı ile ilgili bilgiler verilmiştir. Robotların turizm işletmelerinde insan kaynağı sorunlarına çözüm olup olmayacağı, robotlar yüzünden insanların işsiz kalma kaygısı ve robot kaynakları yönetiminin nasıl olacağı konusunda değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeleri, Personel Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Robot Kaynakları Yönetimi

Kaynakça

Al Hrou, S. A., & Mohamed, B. (2014). Human Resource Management Practice Tourism and Hotel Industry. In SHS Web of Conferences (Vol. 12, p. 01076). EDP Sciences.

Akbaba, A., & Günlü, E. (2011). Otel İşletmelerinde İşgören Bulma, Seçme Ve Eğitim Sürecinin Stratejik İnsan Kaynakları Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (22), 199-228.

Akçadağ, S., & Özdemir, E. (2005). İnsan kaynakları kapsamında 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde iş tatmini: İstanbul'da yapılan ampirik bir çalışma.

Atoyan, K. (2015, November). Characteristics of Human Resources Management in Tourism Industry of Republic of Armenia. In Int'l Conference on Business, Marketing & Information System Management İçinde (ss. 1-4), Paris.

Benli, A., & Şahin, L. (2004). İnsan kaynakları yönetiminde işgören bulma ve seçme: Çınar Hotel uygulaması. Bilgi, 8, 113-124.

Bhutia, S. (2014). The Role of Tourism for Human Resource Development in Darjeeling District of West Bengal, India. Journal of Tourism and Hospitality Management, American Research Institute for Policy Development, 2(1), 113-128.

Demir, Y., & Çavuş, M. F. (2010). İnsan Kaynakları Planlamasının Etkinliğinde İnsan Kaynakları Bilgi Sistemleri (İKBS). Akademik Bakış Dergisi, 1-17.

Erba, A., Temizkan, R., Cankül, D., & Gör, Ö. Turizmde Nitelikli Personelin Sektöre Kazandırılması: Tiyader Modeli.

Erdem, B. (2004). Otel işletmelerinde insan kaynakları planlamasının yeri ve önemi.

Kara, E., & Çavuş, M. F. (2014). Turizmde Modern Yönetim Uygulamaları.

Kaya, İ. (2015). İnsan Kaynakları Yönetimi'nde Eğitim Ve Geliştirme Uygulamaları: Otel İşletmesinde Bir Örnek Olay İncelemesi. UHBAB Journal, 4(11).

Özdemir, E., & Akpınar, A. T. (2002). Konaklama işletmelerinde insan kaynakları yönetimi çerçevesinde Alanya'daki otel ve tatil köylerinde insan kaynakları profili.

Pelit, E., & Gülen, M. (2016). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevi Olarak Koruma Ve Geliştirme Kapsamındaki Sorunlar: Kavramsal Bir Değerlendirme. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2).

Şahin, L. (2010). İnsan Kaynakları Yönetimi'nde Ücretlendirme Fonksiyonunun Analizi. Kamu-İş Dergisi, 11(2).

Torun, E. (2007). İnsan kaynakları yönetiminde iş tatmini ve konu ile ilgili yapılan bir çalışma.

Tuna, M. (2007). Personel Devir Oranı Analizi: Ankara'da Yer Alan Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(1).

Tütüncü, Ö., & Demir, M. (2003). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Kapsamında İşgücü Devir Hızının Analizi ve Muğla Bölgesi Örneği.

Yanardağ, A. G. D. M. Ö., & Mehmet, A. V. C. I. (2012). Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme. Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, 3(2), 39-62.

Rural Development, Rural Tourism, IPARD Programme, and Supported Rural Tourism Projects

Erşan YILDIZ

Abstract

For ages, people have been migrating from villages to cities or from rural to urban places for better living conditions. Urban problems caused by surpassing the bearing capacity of cities due to excessive migration have led the authorities to find different solutions. One of these solutions that have come up and started to be implemented in various places is rural development. Authorities have stated that development needs to be local in order to prevent people from migration, and have them turn back; and, hence, they have started to support relevant projects. As a start, the concept of rural region and its borders have been defined. Next, the values of rural regions and resources have been determined, as well as the actions to be taken for sustainable usage of the resources, and which projects and fields to support. Supporting the primary areas of rural development and relevant projects, governments have formed collaborations with various organizations. European Union (EU) is one of the most important organizations that support rural development by means of the funds they have created with governments. In the context of the emergence of agricultural policies in candidate countries, harmonization process, etc., IPARD (Instrument for Pre-Accession-Rural Development) has been established as a pre-accession assistance programme. In Turkey, the rural development programme in the context of the agreement between the Agriculture and Rural Development Support Institution (ARDSI) and EU has two periods. The first period covers the years of 2007-2013, and the second period covers the years of 2014-2020. While IPARD project mainly supports agricultural projects, there are also examples of supported rural tourism projects. Within IPARD, entrepreneurs are provided with every kind of support, including technical and financial, in the processes of pre-project, during the project and post-project. Accepted projects are financed 50% of the project amount with grants. In terms of tourism, projects prepared on the subject of Rural Tourism and Recreation Activities are supported in the scope of Diversification of Farm Activities and Business Development. Most of the cities in Turkey are eligible for the implementation of projects, and, to date, more than 130 projects, such as hotels, B&Bs, restaurants, tea gardens, way stations, farms, mountain hostels, sports facilities, and aqua parks have been supported. However, showing more interest to the project which has been carried out nearly 7 years will accelerate rural and, in turn, national development. In this scope, the aim of this study is to inform micro-entrepreneurs of this project which will continue until 2020, to remind the project to relevant persons and direct public attention to the project so as not to miss this great opportunity.

Keywords: Rural Development, Rural Tourism, IPARD Programme, Rural Tourism Projects

Kırsal Kalkınma, Kırsal Turizm, IPARD Programı ve Desteklenen Kırsal Turizm Projeleri

1.Özet

Yüzyıllardır insanoğlu daha iyi yaşam koşulları için köyden kente ya da kırsal alandan kentsel alanlara göç etmiş ve göç etmeye de devam etmektedir. Taşıma kapasitesinin aşılmasıyla aşırı göçlerin kentsel alanlarda yarattığı sorunlar, yetkilileri farklı çözümler üretmeye yöneltmiştir. Bu çözüm arayışlarında gündeme gelen ve dünyanın çeşitli yerlerinde uygulanmaya başlanan çalışmalardan bir tanesi, kırsal kalkınmadır. Yetkililer göç eden insanların göç etmemesi ve göç edenlerinde geri dönmesi için kalkınmanın yerelden başlaması gerektiğini ifade etmiş ve bu yönde çalışmalarla birlikte üretilen projelere destek verilmeye başlanmıştır. Bu çabaların başlangıcında kırsal alan tanımlaması yapılmış ve kırsal alanların sınırları belirlenmiştir. Daha sonra kırsal bölgelerin değerleri ve kaynaklarının tespiti ve kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması için neler yapılabileceği ve hangi projelere ve alanlara destek verileceği konusunda tespitler yapılmıştır. Kırsal kalkınmanın öncelikli alanlarının ve bu alanlara yönelik projelerin desteklenmesi için hükümetler çeşitli kuruluşlarla işbirliğine gitmiştir. Kırsal kalkınmaya hükümetlerle oluşturduğu fonlar vasıtasıyla destek veren en önemli kuruluşlardan bir tanesi Avrupa Birliği (AB)'dir. AB'nin kırsal kalkınmada özellikle aday ülkelere yönelik ortak tarım politikaların oluşturulması, uyum hazırlıkları vb. kapsamında IPARD (Instrument for Pre-Accession-Rural Development-Katılım Öncesi Kırsal Kalkınma Bileşeni) AB'ye katılım öncesi kırsal kalkınma programı hazırlanmıştır. Türkiye'de Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) ile AB'nin yapmış olduğu anlaşma çerçevesinde kırsal kalkınma programı iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşama 2007-2013, ikinci aşama ise 2014-2020 yılları arasındadır. IPARD projesinin daha çok tarımsal projelere destek vermesine rağmen, kırsal kalkınmada kırsal turizmle ilgili projelere de destek verdiği görülmektedir. IPARD programı kapsamında girişimcilerin hazırladığı projelere; proje öncesi, sırası ve sonrasında her türlü teknik, maddi vb. destekler verilmektedir. Kabul edilen projelere maddi anlamda hibe (geri ödemesiz) olarak proje tutarının %50'si verilmektedir. Turizm anlamında, Çiftlik Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi ve İş Geliştirme çerçevesinde Kırsal Turizm ve Rekreasyon Faaliyetleri alanında hazırlanan ve uygun görülen projelere destek verilmektedir. Türkiye'nin birçok ili proje kapsamında olup, çalışmanın sonunda bugüne kadar 130'un üzerinde otel, pansiyon, restoran, çay bahçesi, dinlenme tesisleri, çiftlik evi, dağ evi, spor tesisleri, su parkları gibi projelere destek verildiği belirlenmiştir. Ancak, yaklaşık 7 yıldır uygulanan bu programa daha fazla ilgi gösterilmesi kırsal kalkınmaya, beraberinde de ulusal kalkınmaya ivme kazandıracaktır. Bu bağlamda çalışmanın amacı; 2020 yılına kadar devam edecek olan bu projeden küçük girişimcileri haberdar etmek, bu projeye ilgili bir hatırlatma yapmak, farkındalık oluşturmak ve sağlanan bu önemli fırsatın kaçırılmaması için kamuoyunun dikkatini çekmektir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal kalkınma, kırsal turizm, IPARD programı, kırsal turizm projeleri

Kaynakça

https://www.tdkk.gov.tr/Content/File/BasvuruFiles/BasvuruCagriIlani/Birinci_Basvuru_Cagri_Ilani.pdf

https://www.tdkk.gov.tr/Content/File/BasvuruFiles/BasvuruCagriIlani/IPARDII/IPARDII_IkinciBasvuruCagriIlani.pdf

https://www.tdkk.gov.tr/Content/File/BasvuruFiles/BasvuruCagriIlani/IPARDII/IPARDII_UcuncuBasvuruCagriIlani.pdf

<https://www.tdkk.gov.tr/Ipard/IpardProgrami>

<https://www.tdkk.gov.tr/Basin/KirsalKalkinma>

<https://www.tdkk.gov.tr/ProjeIslemleri/OrnekProjeler>

<http://www.nevzaterdag.com/ipard-kirsal-turizm-destekleri/>

<http://www.turizmhaberleri.com/haberayrinti.asp?ID=20433>

Aesthetic Labor and Burnout: A Study on Female Employees in Tourism Enterprises

Ömer Akgün TEKİN¹, Esra KATIRCIOĞLU²

1. Introduction

Front line works; are defined as interactive service business where face-to-face interaction takes place, employees communicate individually with customers via a telephone connection or other electronic media tools (Batt, 2000: 544). Departments such as front office, food and beverage, guest relations, public relations, animation and executive board are called as frontline departments in hospitality enterprises, active in service sector. In these departments, customers and employees highly interact with each other. Organizations expect from frontline employees to have some “soft skills” besides their technical knowledge. Starting with the recruitment process, organizations change and commodify “soft skills” such as employees’ physical characteristics, attitude and behaviors, tone of voice, accent use to accommodate corporate brand and launch the image as a corporate value. This process is called as “aesthetic labor”.

The concept of aesthetic labor is a preferred and derived concept by Anne Witz, Chris Warhurst, Dennis Nickson and colleagues as today’s enterprises perceive not only employee’s feeling but the body as well as a commercial tool (Entwistle ve Wissinger, 2006: 775). According to Warhurst et al. (2000: 4) aesthetic labor covers all of physical characteristics, attitudes and behaviors displayed by an employee starting with applying for a position. In recruitment, employment and training process, these attributes are changed, improved and commodified by the employers. The main aim of the process is creating an aesthetic labor “*who is looking good and sounding right*” and differencing from other enterprises active in the market. In the first study conducted by Warhurst et al. (2000) on aesthetic labor, researchers preferred qualitative research methods in order to reveal the conceptual dimension of the new subject and to obtain very intensive data in order to consolidate the content of aesthetic labor. As a data collecting tool, researchers used interview forms and formed the concept under three dimensions. These dimensions formed by Warhurst et al. (2000: 1-18) are as follows:

Recruitment, interviews and employment

Trainings, work and management applications

Service interactions

Burnout, considered as one of the important problems of our age, is a state of anxiety and a state of exhaustion resulting from the individual's work relations in modern society and

¹ Dr., Süleyman Demirel University, dromerakguntekin@gmail.com

² Lecturer Dumlupınar University, esra.yilmaz@dpu.edu.tr

the difficulties arising from these relationships (Pines & Maslach, 1978: 23; Maslach & Jackson, 1981: 99; Cordes & Dougherty, 1993: 622). Empirical studies have shown that burnout has crucial ramifications, implying substantial costs for both organizations and individuals because of increases in turnover, absenteeism, loss in productivity (Jackson & Maslach, 1982; Leiter & Maslach, 1988; Shirom, 1989). Maslach and Jackson (1981) have evaluated the phenomenon “burnout” as a kind of psychological illness in their studies, and they have found out that burnout is commonly seen in employees who are constantly interacting with other people because of their jobs. Researchers have described burnout as physical exhaustion of employees as a result of exposure to emotional demands of other people, and negative feelings of long-suffering fatigue, helplessness and hopelessness, as a reflection of the employees' attitudes toward their work life and other people's attitudes and behaviors (Maslach & Jackson, 1981: 99). There are three dimensions in Maslach burnout model. These are emotional exhaustion, depersonalization and reduce in personal accomplishment. First, emotionally exhausted individual begins to desensitize and characterize others as objects. If that persists, the person starts to question himself and tends to evaluate himself in a negative way (Maslach & Jackson, 1981: 99; Cordes & Dougherty, 1993: 624).

Almost every enterprise in the hospitality industry benefits from the aesthetic labor of frontline employees to make a difference in service quality and differentiate from other businesses to increase their share in the market. However, the necessity of employees to meet aesthetic labor performance expected by the business and obey the criteria set by the employer can be annoying from time to time for the employees. On one hand this can increase the quality of business service, but on the other hand it has an effect on the burnout levels of the employees. In this respect, the main purpose of this study is examine the relationship between the aesthetic labor performances and the burnout levels of female employees working in the frontline departments in five-star hotels.

2. Methodology

Correlational research method was used in the study. Correlational research method, one of the quantitative research method is used for determining relations between two or more variables (McMillan & Schumacher, 2010: 226). 8 items were used to measure demographic characteristics and personal characteristics of the participants, a 37 item aesthetic labor performance scale developed by the researchers and Maslach burnout scale consisting of 22 items were also used to meet the scope of the research. The research was conducted in 11 out of 39 five star hotels volunteering to take part in the survey that have Ministry of Culture and Tourism certificate in Antalya Kemer region. In this study, convenience sampling method was chosen as it was conducted with voluntary participants. Eleven 5-star hotel enterprises in Kemer region formed the sample as they agreed to participate in the study. 340 scales were sent to the field; 290 out of 340 scales were collected. Missing and incorrectly filled questionnaires were not included in the study. Accordingly, 33 missing and defective questionnaires were extracted from the survey and 257 data were used in analysis.

3. Findings

Participants' aesthetic labor performance and burnout levels were determined in the study. Also, the relationships between aesthetic performance and burnout level were determined and participants' aesthetic labor performance were examined by their demographic characteristics and personal traits. Examined the participants' aesthetic labor performance, it was determined that they made considerable effort. When each factor related to aesthetic labor

performance is examined, it is seen that the highest average (\bar{X} : 4.41) is in "aesthetic labor spent during the interaction with the guest" factor, and the lowest average (\bar{X} : 3.56) is in "aesthetic labor that the managers ask for in working hours". There is no significant relationship between participants' overall aesthetic labor performance and burnout in the survey. However, there is a meaningful, weak and negative relationship ($r = -.156$) between the aesthetic labor performances and burnout levels that the participants spend while interacting with the guests. When the burnout levels of participants in the study are examined; participants' level of emotional exhaustion, depersonalization, and reduce in personal accomplishment have been moderate.

4. Result

According to data obtained, there is a meaningful, weak and negative relationship ($r = -.156$) between the aesthetic labor performances and burnout levels that the participants spend while interacting with the guests. This result is significant. The fact that participants are receptive to their aesthetic beauty while communicating with guests may have made them feel good psychologically. As a matter of fact, in the study conducted by Tsaur and Tang (2013), the criticism or complaint by the guests on employees' aesthetic labor performance resulted in a tangible pressure on the employee.

It was also determined that participants' aesthetic labor performances differed significantly according to their aesthetic perceptions and graduation status related to tourism. This result shows that employees who had previously received tourism training exhibited more aesthetic labor performance than those who did not. It is thought that the employees who had a degree in tourism before, have a better knowledge about the importance of aesthetic and beautiful appearance in tourism sector. For this reason, they are thought to make more effort on this issue. Studies on aesthetic labor carried out in tourism enterprises show the importance of aesthetic labor in this sector (Witz vd., 2003: 33-54; Nickson vd., 2005: 195-208; Tsaur ve Tang, 2013: 19-27).

Keywords: Frontline Departments, Soft Skill, Aesthetic Labor, Burnout, Female Hotel Employees.

JEL Codes: O15, J53, L83

Estetik Emek ve Tükenmişlik: Konaklama İşletmelerindeki Kadın Çalışanlar Üzerine Bir Araştırma

1. Giriş

Sınır birim işler; yüz-yüze etkileşim, telefon aracılığıyla bağlantı veya diğer elektronik medya araçlarıyla müşterilerle bire bir iletişim halinde olunan interaktif hizmet işi olarak tanımlanmaktadır (Batt; 2000: 544). Konaklama işletmelerinde müşteri ile birebir etkileşim halinde olan; önbüro, yiyecek-içecek, müşteri ilişkileri, halkla ilişkiler, animasyon gibi departmanlar sınır birim departmanlar olarak adlandırılmakta; işletmeler bu departmanlarda görev yapacak personelin teknik özelliklerinin yanı sıra bir takım "yumuşak becerilere" de sahip olmasını beklemektedirler. İşe alım ve mülakat sürecinden itibaren işletme tarafından

çalışana ait fiziksel özellikler ile tutum ve davranışlar, ses tonu, doğru aksan kullanımı gibi "yumuşak beceriler" in işletmenin markasına uygun hale getirmek amacıyla değiştirilmesi, cisimleştirilmesi ve işletmeye ait bir değer olarak lanse edilmesine "estetik emek" adı verilmektedir. Estetik emek kavramı, Anne Witz, Chris Warhurst, Dennis Nickson ve meslektaşları tarafından işletmelerce sadece duyguların değil beden de ticari bir araç olarak görülmesi ve değiştirilerek işletmenin kazancını arttıracak bir emek olması nedeniyle tercih edilmiş ve türetilmiş bir kavramdır (Entwisle ve Wissinger, 2006: 775). Warhurst ve diğerlerine (2000: 4) göre estetik emek; kişinin, bir işletmeye işi almak üzere başvuru yapması sürecinden itibaren gösterdiği bedene ait özellikler ile takındığı tutum ve davranışların tamamını kapsar. Mülakat, işe alınış ve eğitim sürecinde bu yeteneklerin işverenlerce değiştirilmesi, geliştirilmesi ile bu özelliklerin işyeri imajıyla örtüştürülmesi sürecinin tamamında amaç, estetik açıdan göze ve kulağa hoş gelen bir çalışan yaratmak ve firmanın pazarında yer alan diğer işletmelerden farklılığını ortaya koymaktır. Estetik emek kavramı ile ilgili Warhurst vd. (2000) tarafından yürütülen ilk çalışmada araştırmacılar, henüz çalışılmamış bu konunun kavramsal boyutunu ortaya çıkarmak ve estetik emeğin içeriğini sağlamlaştırmak için oldukça yoğun veri elde edebilecekleri nitel araştırma yöntemlerini tercih etmişlerdir. Veri toplama aracı olarak görüşme kitapçıkları hazırlanmış ve araştırmacılar estetik emeği üç boyutta ele almışlardır. Warhurst vd. (2000: 1-18) tarafından oluşturulan boyutlar aşağıda yer almaktadır.

İşe alım mülakatı ve işe kabul

Eğitimler, iş ve yönetim uygulamaları

Hizmet karşılaşmaları

Çağımızın önemli sorunlarından bir tanesi olarak kabul edilen tükenmişlik, bireyin modern toplumdaki iş ilişkileri ve bu ilişkilerden doğan zorluklar neticesinde ortaya çıkan bunalma hali ve bir bitkinlik durumu olarak ele alınmaktadır (Pines ve Maslach, 1978: 23; Maslach ve Jackson, 1981: 99; Cordes ve Dougherty, 1993: 622). Ampirik araştırmalar, tükenmişliğin bireyler ve işletmeler açısından iş gören devir hızında artış, işe devamsızlık ve üretkenliğin kaybedilmesi gibi önemli sonuçlarının olduğunu göstermektedir (Jackson ve Maslach, 1982; Leiter ve Maslach, 1988; Shirom, 1989). Maslach ve Jackson (1981) yaptıkları çalışmada tükenmişlik olgusunu bir tür psikolojik hastalık gibi ele almışlar ve tükenmişliğin çalıştığı iş nedeniyle sürekli diğer insanlarla yüz yüze etkileşim halinde bulunan çalışanlarda yaygın olarak görüldüğünü belirtmişlerdir. Araştırmacılar tükenmişliği; çalışanların diğer insanların duygusal taleplerine maruz kalmaları neticesinde gelişen fiziksel bitkinlik hali ile uzun süren yorgunluk hissi, çaresizlik ve umutsuzluk gibi negatif durumların çalışanların iş hayatlarına ve diğer insanlara olan bakış açıları ve davranışlarına yansımaları olarak tanımlamışlardır (Maslach ve Jackson, 1981: 99). Maslach'ın tükenmişlik modelinde üç boyut mevcuttur. Bunlar, duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı hissiyatında azalma olarak adlandırılmaktadır. Duygusal anlamda tükenen birey duyarsızlaşmaya başlar ve karşısındaki kişileri birer obje olarak nitelendirir. Bu durumun devam etmesi halinde kişi kendini sorgulamaya başlar ve kendisini olumsuz değerlendirme eğilimine girer (Maslach ve Jackson, 1981: 99; Cordes ve Dougherty, 1993: 624)

Konaklama endüstrisinde yer alan hemen hemen her işletme hizmet kalitesinde fark yaratmak ve diğer işletmelerden farklılaşarak pazardaki paylarını arttırmak için sınır birim çalışanlarının estetik emeklerinden faydalanmaktadırlar. Ancak, çalışanların işletme tarafından beklenen estetik emek performansını karşılamaya çalışmaları ve işletmenin belirlediği kriterlere uyma zorunluluğu zaman zaman çalışan açısından yıpratıcı olabilmektedir. Bu süreç bir taraftan işletme hizmet kalitesini artırırken diğer taraftan da çalışanların tükenmişlik

düzeyleri üzerinde etkili olabilmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmanın temel amacı; beş yıldızlı otellerin sınır birim departmanlarında görev yapan kadın çalışanların estetik emek performansları ile tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkileri incelemektir.

2. Yöntem

Bu çalışmada “korelasyonel araştırma yöntemi” kullanılmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden korelasyonel araştırma yöntemi, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla kullanılmaktadır (McMillan ve Schumacher, 2010: 226). Araştırma kapsamında demografik karakteristikler ve kişisel özellikleri ölçmeye yönelik 8 madde, araştırmacılar tarafından geliştirilen 37 maddelik estetik emek performans ölçeği ve 22 maddeden oluşan Maslach tükenmişlik ölçeği kullanılmıştır. Araştırma, Antalya Kemer bölgesinde bulunan Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli 39 adet 5 yıldızlı otelden araştırmada yer almakta gönüllü olan 11 adet 5 yıldızlı otelde gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada gönüllü otel işletmeleri ile çalışıldığı için uygun örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kemer bölgesinde yer alan 11 adet 5 yıldızlı otel işletmesi çalışmaya katılmayı kabul etmeleri nedeniyle araştırmanın örneklemini oluşturmuşlardır. Araştırma kapsamında sahaya 340 adet ölçek gönderilmiş; 340 adet ölçekten 290 tanesi geri toplanmıştır. Eksik ve yanlış doldurulan anketler, araştırmaya dâhil edilmemiştir. Bu doğrultuda noksan ve kusurlu bulunan 33 adet veri araştırmadan çıkarılarak analizlerde 257 adet veri üzerinden hareket edilmiştir.

3. Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcıların estetik emek performansları ve tükenmişlik düzeyleri belirlenmiştir. Ayrıca estetik emek performansı ve tükenmişlik düzeyi arasındaki ilişkiler belirlenmiş ve estetik emek performansı çalışanların demografik karakteristikleri ve kişisel özelliklerine göre incelenmiştir. Çalışma kapsamında ulaşılan katılımcıların estetik emek performansları incelendiğinde, azımsanamayacak düzeyde estetik emek performansı harcadıkları belirlenmiştir. Estetik emek performansına ilişkin her bir faktör incelendiğinde; en yüksek ortalamanın (\bar{X} :4.41) “misafirle etkileşim sırasında harcanan estetik emek” faktöründe olduğu, en düşük ortalamanın (\bar{X} :3.56) ise “yöneticilerin mesai saatleri içinde bekledikleri estetik emek” faktöründe olduğu görülmektedir. Araştırmada katılımcıların genel estetik emek performansları ile tükenmişlikleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Ancak, katılımcıların misafirlerle etkileşim sırasında harcadıkları estetik emek performansları ile tükenmişlik düzeyleri arasında anlamlı, zayıf düzeyde ve negatif yönlü ($r=-.156$) bir ilişki olduğu görülmektedir. Çalışma kapsamında yer alan katılımcıların tükenmişlik düzeyleri incelendiğinde; katılımcıların duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı hissinde azalma düzeylerinin orta düzeyde oldukları belirlenmiştir.

4. Sonuç

Araştırma kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcıların misafirlerle etkileşim sırasında harcadıkları estetik emek performansları ile tükenmişlik düzeyleri arasında anlamlı zayıf düzeyde ve negatif yönlü ($r=-.156$) bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu sonuç dikkate değer bir bulgudur. Katılımcıların misafirlerle iletişim halindeyken kendi estetik güzelliklerinin kabul edilebilir düzeyde olması, onları psikolojik açıdan iyi hissettirmiş olabilir. Nitekim Tsaur ve Tang (2013) tarafından yapılan çalışmada, çalışanların estetik emek performansının misafirler tarafından eleştirilmesi veya şikâyet edilmesi, çalışanın üzerinde hissedilir bir baskı oluşturduğu sonucuna varılmıştır.

Ayrıca katılımcıların estetik emek performanslarının, turizmle ilgili mezuniyet durumlarına ve estetik algılarına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı belirlenmiştir. Bu sonuç daha önce turizm eğitimi alan çalışanların almayanlara göre daha fazla estetik emek performansı sergilediklerini göstermektedir. Daha önce turizmle ilgili eğitim alan çalışanların, estetik ve güzel görünmenin turizm sektöründeki önemi hakkında daha fazla bilgiye sahip oldukları düşünülmektedir. Bu sebeple daha fazla estetik emek harcadıkları düşünülmektedir. Nihayetinde turizm işletmeleri üzerine yürütülen estetik emek çalışmaları özellikle bu sektörde estetik emeğin önemini göstermektedir (Witz vd., 2003: 33-54; Nickson vd., 2005: 195-208; Tsaur ve Tang, 2013: 19-27).

Anahtar Kelimeler: Sınır Birimler, Yumuşak Beceri, Estetik Emek, Tükenmişlik, Kadın Otel Çalışanları

JEL Kodları: O15, J53, L83

Kaynakça

Batt, R. (2000). Strategic Segmentation in Frontline Services: Matching Customers, Employees and Human Resource Systems, *International Journal of Human Resource Management*, 11(3), 540-561.

Cordes, C. L. & Dougherty T. W. (1993). A Review and An Integration of Research on Job Burnout, *The Academy of Management Review*, ABI/INFORM Global, 18(4), 621-656.

Entwistle, J. & Wissinger, E. (2006). Keeping Up Appearances: Aesthetic Labour in The Fashion Modelling Industries of London and New York, *The Sociological Review*, 54(4), pp. 774-794.

Jackson, S. E., & Maslach, C. (1982). After-Effects of Job-Related Stress: Families As Victims. *Journal of Organizational Behavior*, 3(1), 63-77.

Lieter, M. P. & Maslach C. (1988). The Impact of Interpersonal Environment on Burnout and Organizational Commitment, *Journal of Organizational Behavior*, 9(4), 297-303.

Maslach, C. & Jackson, S. E., (1981). The Measurement of Experienced Burnout, *Journal of Occupational Behavior*, 2, 99-113.

McMillan, J. H. & Schumacher, S. (2010). *Research in Education: Evidence-Based Inquiry*, 7th edition, New. York, Pearson Publishing.

Nickson, D. vd. (2005). *The Importance of Attitude and Appearance in The Service Encounter in Retail and Hospitality*. *Managing Service Quality*, 15(2), pp. 195-208.

Pines, A. & Maslach, C. (1978). Characteristics of Staff Burnout in Mental Health Settings, *Psychiatric Services*, 29(4), 233-237.

Shirom, A. (1989). Burnout in Work Organizations. In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International Review Of Industrial and Organizational Psychology 1989* (pp. 25-48). Oxford, England: John Wiley & Sons.

Tsaur, S. H. & Tang, W. H. (2013). The Burden of Esthetic Labor on Front-Line Employees in Hospitality Industry, *International Journal of Hospitality Management*, 35, 19-27.

Warhurst, C. et al. (2000). Aesthetic Labour in Interactive Service Work: Some Case Study Evidence from the “New” Glasgow, *Service Industries Journal*, 20(3), 1-18.

Witz, A. vd. (2003). The Labour of Aesthetics and the Aesthetics of Organisation, *Article in Organisation*, 10(1), 33-54

Identification of the Factors Leading to the Emergence of Innovative Ideas for Industrial Projects: An Exploratory Field Study via Content Analysis

Işıl Talay DEĞİRMENCİ¹, İbrahim Sani MERT²

1. Introduction

Innovation is the essence of development in all business sectors, and it is essential to conduct innovative industrial projects for sustainable development. However, the latent factors regarding the activation of human resources to produce such projects need more exposure. Especially, personal, social, and behavioral characteristics affecting the production of innovative ideas needs to be explored based on the business and cultural environment of the firm. These characteristics are important to detect, since innovations come into life after great efforts are made over long periods of time; and sustaining these characteristics within the firm is essential for continuous innovation (Claver et al., 1998: 3).

There are different definitions of innovation among the previous studies in the literature. We adopt the most generalized and hence comprehensive definitions for this research, such as perceiving innovation as a process where opportunities are transformed into ideas and then are realized (Flynn et al., 2003: 4). However, in this context, establishing a corporate culture is of essence (Sarros & Santora, 2008: 146), and to establish such a culture one needs to investigate what kind of characteristics to foster and develop. Our research focuses on this research question via an exploratory field study.

2. Methodology

In this study, we aim to present these factors through an exploratory qualitative study. We use semi-structured interview technique for data gathering, and use content analysis to analyze our data. 127 semi-structured interviews were conducted with firm representatives from 20 different sectors. The interviewees were selected based on their past experience of participation in successfully completed innovative projects, and the interviews were conducted face-to-face.

It has been shown that organizational capital and human capital interacts closely; thus, investigating social, personal, and behavioral characteristics could be an important contribution (Subramaniam & Youndt, 2005: 450).

¹ Dr. Lecturer, Department of Business Administration, Antalya Bilim University, College of Business, isilay.degirmenci@antalya.edu.tr (corresponding author)

² Prof. Dr., Department of Business Administration, Antalya Bilim University, College of Business, ibrahim.mert@antalya.edu.tr

3. Results

From our analysis we find that innovative ideas mostly originate from CEOs and owners of the firm, and then from expert-level employees working at departments such as research and development, marketing and sales, and project management. We also observe that the practical trainees working at the firm during their PhD and master's education lead such projects as well. The leading characteristics of such innovation leaders are experience, education, and age, a sense of high self-actualization, innate curiosity and high self-efficacy. These characteristics also complement the results from the previous research detecting that leadership, individual problem-solving style, and work group relations have direct effect on innovation success (Scott & Bruce, 1994: 580).

Thus, the firms aiming to compete through innovation should employ these characteristics as recruitment criteria. We also find that external demand in general and particularly from customers for innovations, along with the financial state of the firm play a crucial role in initiating innovative projects at industry.

4. Conclusion

In this research we aimed at exploring the characteristics leading to the emergence of innovative ideas. We conducted face-to-face interviews with representatives of the firms and determined the type of personal, social, and behavioral characteristics as well as environmental factors leading to the emergence of new and innovative ideas. We found that innovative ideas mostly originate from top executives of the firm, and then from expert-level employees working. As personal characteristics leading to innovation, open-mindedness, being detail-oriented, disciplined, and patient is among the mostly cited ones; and a high sense of self-efficacy is also very frequently expressed as a dominant characteristic of an innovative employee. As environmental factors though, close contact with customers, support from marketing and public offices are the leading desired environmental factors for innovative organizational culture. For future research, we recommend to gather more data from different sectors and geographical regions.

Keywords: Innovation factors, innovative ideas, human resources, semi-structured interviews, content analysis

JEL Codes: D80, L83, O14

References

Claver, E., Llopis, J., Garcia, D., & Molina, H. (1998). "Organizational culture for innovation and new technological behavior", *The Journal of High Technology Management Research*, 9 (1), pp. 55-68.

Flynn, M., Dooley, L., O'sullivan, D., & Cormican, K. (2003). "Idea management for organisational innovation", *International Journal of innovation management*, 7 (04), pp. 417-442.

Sarros, J. C., Cooper, B. K., & Santora, J. C. (2008). "Building a climate for innovation through transformational leadership and organizational culture", *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15 (2), pp. 145-158.

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). "Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace" *Academy of management journal*, 37 (3), pp. 580-607.

Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). "The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities", *Academy of Management journal*, 48 (3), pp. 450-463.

Technology Adoption Approaches for Innovative Applications in Tourism Industry: A Field Study via Interviews with Experts and Executives

Bengisu YAVUZYILMAZ¹, Işılal TALAY DEĞİRMENCİ²

1. Introduction

Technology plays a big role in every industry in the world. Tourism and hospitality sectors are one of the places where technology is having a big impact on and is constantly growing. In the past, hotels focused more on the customers' comfort and how the customers were being served. Moreover, in the recent years, technology gave an ease to the sector like every other sector, and made every department more efficient (Ip et al., 2011: 533; Ruiz-Molina et al., 2011: 2). Innovations such as card systems for hotel rooms have made great changes in the industry. Since back then the only way to access your room was with the usual keys and it would cause big troubles if you had lost them.

Innovations are usually born after a problem and solved by the use of technology. This research is done to find out what are the current problems in creating more innovative ideas and what are the uses of current technology in the tourism industry with a focus on Antalya hotels. Regarding to these objectives, we aimed to find out the answers for our research questions below:

What are the main types of technological applications that are being used currently in hotels of Antalya?

What are the kinds of methods being followed by hotels for adopting a new technological application?

Which kinds of technological adaptation are considered to be important for hotels in Antalya?

What are the problems being faced by current technological factors?

What are the advantages and disadvantages of the technological applications that are currently being used in hotels?

People that stay in hotels of Antalya, are probably aware of some of the technological applications such as, access control door systems with cards, mobile applications offered by some of the hotels, fire alarms, security camera systems and so on. However, this research shows that there is more to technological innovations to be implemented in tourism industry.

¹ Student, Dept. of Business Administration, College of Business, Antalya Bilim University, bengisu.yavuzylimaz@std.antalya.edu.tr

² Dr. Lecturer, Dept. of Business Administration, College of Business, Antalya Bilim University, isilay.degirmenci@antalya.edu.tr

While ours is an exploratory study, there are also other studies, for instance, aiming to interpret the general technology adoption oriented theories to the hotel industry (see, e. g. Lim, 2009: 610). We have taken the perspective of the hotel managers; however, it is also important to measure how well the adopted technologies are acknowledged and used by the actual guests in the hotel (see, e. g. Beldona & Çobanoğlu, 2007: 299).

2. Methodology

To find out in depth answers for our questions we conducted interviews with Information Technology managers of three up-scale hotels in Antalya. One of the managers that we had a chance to interview has worked as an IT counsellor for the most successful hotel chains in Turkey and has experience in the field for more than ten years.

The interviews were composed of our research questions, and later were expanded with the questions such as:

Which departments take responsibilities in the process of decision making for technology applications?

Are there any technological trends that hotels must follow?

Does this hotel take any IT counselling from outside?

What are the current technological products that are being used in this hotel?

Is there a budget spared for technological applications specifically?

The data was collected via recording and taking notes by two researches.

3. Analysis

In this part, the information and answers that we have collected from hotels in Antalya will be given.

The information we have gathered from hotels tell us that, hotels set budgets for technological adaptations. Even though these budgets may seem small, they actually meet a good amount of needs. Hotels use these budgets for the main parts mentioned as, health and safety (fire alarms, emergency announcements, CCTV, and public access), access control (card door locks for rooms and employees entrance purposes), wireless fidelity, television, telephone, digital signage, audio and visual recognition services and mobile applications. In our sample, we have not encountered examples of environmentalist applications; those types of applications are also very prominent at the hotel industry (see, e. g. Chan et al., 2017: 23).

Following the main interests above, the information technology department catches new trends and presents them to the related departments. This process is often called Decision Matrix. If the hotel is planning on making a new purchase, each related department gives points to each alternative company (or decision) and the total should meet a hundred. After each department shows the importance of the matter by rating them, the CEO gives points to each related department that he/she finds the most interested department for the matter of the subject. Later, hotel purchases the service from the company that has the highest rating. With the help of this method the decision-making process is easier and much more effective for adaptations such as technology.

Lastly, one of the most important reasons why hotels are very interested in technological trends are health and safety and audit trail. Hotels in Antalya aim to improve these issues by following American Hotel and Lodging Association (AHLA) and Hospitality Financial and Technology Professionals (HFTP). If people that are working in Information Technology departments have lack of knowledge and education of Information Technology Infrastructure Library (ITIL) and Information Technology Service management (ITSM) standards a lot of problems occur such as security gaps in the establishment. Recently one of the trendiest technology adoption approaches in hotels are presence sensors.

4. Conclusion

In this work we have explored the technology adoption process at the hotel industry; more specifically, we studied the fundamental applications adopted by the hotels in Antalya, Turkey and the adoption process. We conducted face-to-face interviews with the hotel information technology managers in Antalya and found that the technological innovations adopted mostly concentrated on health and safety, wireless connections for guests, and mobile applications. Our research also pointed some gaps for entrepreneurs in tech adoption industry, such as energy saving sustainability technologies are yet to be adopted in this area and holds great potential. We have also found that the information technology departments prefer to apply decision making methodologies for these type of technology adoptions since these could be important investments. For future research we recommend to collect data from different touristic destinations and also to explore potential business models to benefit from entrepreneurship opportunities.

Keywords: Innovative tech applications, technology adoption, tourism industry, Antalya

JEL Codes: D80, L83, O14

References

- Beldona, S., & Cobanoglu, C. (2007). "Importance-performance analysis of guest technologies in the lodging industry", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48 (3), 299-312.
- Chan, E. S., Okumuş, F., & Chan, W. (2017). "The applications of environmental technologies in hotels", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26 (1), pp. 23-47.
- Ip, C., Leung, R., & Law, R. (2011). "Progress and development of information and communication technologies in hospitality", *International journal of contemporary hospitality management*, 23 (4), 533-551.
- Mun Lim, W. (2009). "Alternative models framing UK independent hoteliers' adoption of technology", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21 (5), pp. 610-618.
- Ruiz-Molina, M. E., Gil-Saura, I., & Moliner-Velázquez, B. (2011). "Does technology make a difference? Evidence from Spanish hotels", *Service Business*, 5 (1), 1-12.

The Effect of Organizational Trust on Organizational Commitment and Corporate Image: An Application on Hotel Employees

Yusuf GÖKÇE¹, Azize HASSAN², Elbeyi PELİT³, Faruk GÖKÇE⁴

1. Introduction

The fact that tourism is a structure that is continuously improving is a subject that should be taken into consideration in terms of hotel management which provides accommodation service operating in this sector. According to the year 2016, international tourism is the clue that the world's share of exports of goods and services has increased from 6% in 2015 to 7%, and that tourism has grown faster than world trade in the last five years (UNWTO, 2017). The fact that businesses operating in the sector receive this growth share also depends on the quality of the service offered. Occupancies are significantly affected by the behavior of business owners and managers, and the success of organizations is the result of organizational behavior; trust, justice, commitment, satisfaction, and motivation (Koç & Yazicioglu, 2011: 46). Due to the labor-intensive nature of the enterprises operating in the tourism sector, it can be said that the occupants working in the tourism sector are among the most important factors affecting the quality of the service offered.

In this study, the influence of the worker on the institutional trust, organizational commitment and corporate image perception was investigated on the basis of the loyalty-trust theory that was introduced by Morgan & Hunt (1994). The survey was conducted in five-star hotel operations in Afyonkarahisar.

2. The Purpose and Importance of Study

The purpose of this study is to determine the trust of the employees in the hotel business to the organizational commitment and corporate image perceptions. Workers who trust their institutions will be more committed to their institutions and will be able to work more successfully. Likewise, it can be said that trusting the institutions of the businessmen will affect their perceptions of corporate image as well. In this context, it is important that the main element of the service is to know the opinions of the employees about the institutions in the environment where they do business.

¹ Lecturer, Bingöl University, ysf gokce@hotmail.com (corresponding author)

² Prof. Dr., Gazi University, azize@gazi.edu.tr

³ Assoc. Prof., Afyon Kocatepe University, elbeyipelit@aku.edu.tr

⁴ Lecturer, Mehmet Akif Ersoy University, fgokce@mehmetakif.edu.tr

3. Method

The survey was conducted with the questionnaire of the opinions of the businessmen of the five star hotel management companies operating in Afyonkarahisar. In the questionnaire applied in the study; closed-ended expressions about the demographics and some individual characteristics of the participants, the "trust to the institution" scale, 36 expressions developed in the works of Börü, İslamoğlu and Birsnel (2007), the organizational commitment scale consisting of 16 expressions used by Allen & Meyer (1990) and there are total 10 perceived image and structured (external) corporate image expressions taken from the study of Toplaloğlu (2010). A total of 286 occupational surveys were taken into consideration in the survey of 9 five-star hotel management businessmen operating in Afyonkarahisar. Participants' responses to the survey; reliability analysis, percentage, frequency and arithmetic mean values, t test, variance analysis, correlation analysis and regression analysis methods. The results of the study are interpreted.

4. Findings

Mayer, Davis & Schoorman (1995) confidence; "The desire of one side to remain vulnerable to the actions of the other". This definition marks the fact that the positive attitude towards the confident counterpart's actions has lifted the possibility of defending the counterpart's behavior. "Confidence is the defendability of one side to the other on the grounds that one side is based on the belief that the other side is competent, open, relevant and credible" (Mishra, 1996: 265). It can be argued that trust between individuals and groups within an organization is likely to bring significant gains in terms of organizational behavior because of its long-term stability and its acceptance as a crucial component in the well-being of its members (Cook & Wall, 1980: 39). Morgan & Hunt (1994) also supports the theory of trust-trust. In this context, it is possible to associate trust with organizational commitment. Loyalty is a process that reflects the organizational loyalty of the occupation and is a process that continues to keep the organization's members' achievement and well-being (Northcraft & Neale, 1996, Bozkuş ve Gündüz, 2016: 406). Institutional image, all the experience of the institution, beliefs of the impressions, feelings and the institutional information of the people are defined as the existing thoughts about a company (Worcester, 2009: 578).

The results of the reliability analysis applied to the data obtained in the study (confidence in the institution: 0,974, organizational commitment: 0,956 and corporate image: 0,953) reveal that the data are reliable. 44,4% of the workshops participating in the survey were female, 55,6% were male. When the distribution of age groups of participants is examined, it is understood that the vast majority of the occupations in hotel enterprises are young people.

In the questionnaire applied to participants, the arithmetic average value $\bar{x}=3,83$. This value shows that businessmen trust their institutions. It is understood that the occupants consider the subscale with financial soundness as the most positive ($\bar{x}=4,04$) and the subscale with the objective performance appraisal as the most negative ($\bar{x}=3,50$).

The results of the surveys applied to occupations show that the levels of organizational commitment ($\bar{x}=3,72$) are relatively acceptable and the continuity of occupations ($\bar{x}=3,56$), emotional ($\bar{x}=3,89$) and normative ($\bar{x}=3,72$) is lower than the level of commitment.

It is understood that the perceptions of corporate image ($\bar{x}=3,96$) are high among the occupants. Occupants evaluated the "external corporate image" ($\bar{x}=4,05$) more positively than the "perceived corporate image" ($\bar{x}=3,87$).

According to the results of the correlation analysis, it was found that there is a high correlation between the organizational commitment and organizational commitment ($r=0,824$; $p<0,01$). It was found that there was a high correlation between the trust of institutional workers and institutional image perceptions ($r=0.817$; $p<0.01$). It was found that there was a high correlation between organizational commitment of employers and corporate image perceptions ($r=0.816$; $p<0.01$). According to the results of the regression analysis, it was found that the workplaces significantly affected the organizational commitment of the institutional trusts in the positive direction ($OC=0,364+0,878*OT$) and that the institutional trust of the employees significantly affected the corporate image perceptions positively ($CI=0,454+0,916*OT$).

5. Conclusion

The result of this study is that the employees' confidence in the institution has an effect on organizational commitment levels and corporate image perceptions positively. In hotel operations, it will provide favorable benefits to ensure that employees, who are the main element of service, trust the businesses they are working with. In addition, it can be useful to consider this issue as a relatively negative evaluation of the "objective performance appraisal" subscale, which is included in the confidence scale of the institution in the study, as compared to the other subscales. Respondents' responses to the continuity of occupations were also evaluated as being more negative than the other sub-dimensions of organizational commitment. This issue may be important when considering the need for continuous work of the workforce in terms of service operations. In addition, there is a negative evaluation of workplace perceived corporate image. Within this context, it can be stated that the hotel companies should give importance to the application towards the business of the internal customers. Hotel businesses will have a positive impact on the work they are doing about the issues being investigated in this study. It may be suggested that hotel businesses give importance to these issues. Furthermore, the opinions of the administrators can be applied in the academic studies to be carried out after that.

Keywords: organizational trust, organizational commitment, corporate image, hotel employees.

JEL Codes: D23, L83, L84

Kuruma Güvenin Örgütsel Bağlılık ve Kurumsal İmaj Algısına Etkisi: Otel İşgörenleri Üzerinde Bir Uygulama

1. Giriş

Turizmin sürekli gelişme gösteren bir yapıda olması bu sektörde faaliyet gösteren konaklama hizmeti sunan otel işletmeleri açısından da dikkate alınması gereken bir konudur. 2016 yılı verilerine göre uluslararası turizm, dünyanın mal ve hizmet ihracatındaki payını 2015'teki %6 noktasından % 7'ye çıkarmış olduğu ve turizmin, son beş yıl içinde dünya ticaretinden daha hızlı büyümüş olması (UNWTO, 2017), turizm sektörünün önemi hakkında ipucu niteliğindedir. Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin bu büyümeden payını alması da sunulan hizmetin kalitesine bağlıdır. İşgörenler, işletme sahipleri ve yöneticilerin

davranışlarından önemli ölçüde etkilenmektedirler ve örgütlerin başarısı örgütsel davranışı oluşturan; güven, adalet, bağlılık, tatmin, motivasyon gibi psikolojik faktörlere dayanmaktadır (Koç ve Yazıcıoğlu, 2011: 46). Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin emek-yoğun yapısı nedeniyle turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan işgörenlerin, sunulan hizmetin kalitesini etkileyen en önemli unsurlardan biri olduğu ifade edilebilir.

Bu çalışmada, Morgan & Hunt (1994) tarafından ortaya atılan bağlılık-güven teorisi temelinde işgörenlerin kuruma güvenlerinin, örgütsel bağlılıklarına ve kurumsal imaj algılamalarına etkisi araştırılmıştır. Araştırma Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirilmiştir.

2. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin kuruma güvenlerinin örgütsel bağlılık ve kurumsal imaj algılamalarına etkisinin belirlenmesidir. Kurumlarına güven duyan işgörenler kurumlarına daha bağlı olacak ve daha başarılı çalışmalar yapabileceklerdir. Benzer şekilde işgörenlerin kurumlarına güven duymalarının kurumsal imaj algılamalarını da etkileyeceği söylenebilir. Bu kapsamda hizmetin baş unsuru işgörenlerin işlerini yaptıkları ortamdaki kurumları ile ilgili görüşlerinin bilinmesi önem arz etmektedir.

3. Yöntem

Araştırmada Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmeleri işgörenlerinin görüşlerine anket tekniği ile başvurulmuştur. Çalışmada uygulanan anket formunda; katılımcıların demografik ve bazı bireysel özelliklerine ilişkin kapalı uçlu ifadeler, Börü, İslamoğlu ve Birsal (2007)’in çalışmalarında geliştirilen 36 ifadesi olan “kuruma güven” ölçeği, Allen & Meyer (1990)’in çalışmalarında kullandığı 16 ifadeden oluşan örgütsel bağlılık ölçeği ve Topaloğlu (2010)’nun çalışmasından alınan toplamda 10 ifadeden oluşan algılanan imaj ve yapılanmış (dışsal) kurumsal imaj ifadeleri yer almaktadır. Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren 9 adet beş yıldızlı otel işletmesi işgörenlerine uygulanan ankette 286 adet işgören anketi değerlendirilmeye alınmıştır. Katılımcıların ankete ilişkin verdikleri cevaplar; güvenilirlik analizi, yüzde, frekans ve aritmetik ortalama değerleri, t testi, varyans analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yöntemleri ile çözümlenmiştir. Çalışmada ortaya çıkan sonuçlar yorumlanmıştır.

4. Bulgular

Mayer, Davis & Schoorman (1995) güveni; “bir tarafın diğer tarafın eylemlerine savunmasız kalma isteği” olarak tanımlamışlardır. Bu tanım güvenin karşı tarafın eylemleri hakkındaki olumlu tutumun karşı tarafın davranışlarına savunma yapma ihtimalini ortadan kaldırdığına işaret eder. “Güven, bir tarafın isteği ile diğer tarafın yetkili, açık, ilgili ve inandırıcı olduğu inancına dayalı bir şekilde diğer tarafa karşı savunmasız olmasıdır (Mishra, 1996: 265)” şeklinde yapılan tanım da bu görüşü destekler niteliktedir. Bir organizasyon içindeki bireyler ve gruplar arasındaki güvenin, örgütün uzun vadeli istikrarı ve üyelerinin refahında çok önemli bir bileşen olarak kabul edilmesi (Cook & Wall, 1980: 39) sebebiyle örgütsel davranış anlamında önemli kazanımları da beraberinde getireceği ifade edilebilir. Morgan & Hunt (1994) tarafından ortaya atılan bağlılık-güven teorisi de bu durumu destekler niteliktedir. Bu kapsamda güvenin var olmasının örgütsel bağlılıkla ilişkilendirilmesi mümkündür. Bağlılık, işgörenin

örgüte sadakatini yansıtan bir tutum ve örgüt üyelerinin, örgütün başarı ve iyi durumuna olan ilgilerini devam ettiren bir süreçtir (Northcraft & Neale, 1996; Bozkuş ve Gündüz, 2016: 406). Kurumsal imajın, kuruma ilişkin tüm deneyimlerin, izlenimlerin inançların, duyguların ve insanların kuruma yönelik bilgilerinin bir şirkete ilişkin var olan düşünceleri olarak tanımlanmış olması (Worcester, 2009: 578) da kuruma güven ile kurumsal imaj konusunun ilişkisini ortaya koymaktadır.

Çalışmada elde edilen verilere uygulanan güvenilirlik analizi sonuçları (kuruma güven: 0,974; örgütsel bağlılık: 0,956 ve kurumsal imaj: 0,953) verilerin güvenilir olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmaya katılan işgörenlerin %44,4'ü kadın, %55,6'sı erkektir. Katılımcıların yaş gruplarının dağılımı incelendiğinde otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin büyük bir çoğunluğunun genç bireylerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Katılımcılara uygulanan ankette kuruma güven ölçeğinin aritmetik ortalama değerinin $\bar{x}=3,83$ olduğu ortaya konulmuştur. Bu değer işgörenlerin kurumlarına güven duyduklarını göstermektedir. İşgörenlerin kuruma güven ölçeğinde yer alan "mali güce sahip" alt ölçeğini en olumlu ($\bar{x}=4,04$) olarak değerlendirdikleri, "objektif performans değerlendirmesi yapan" alt ölçeğini ise en olumsuz ($\bar{x}=3,50$) olarak değerlendirdikleri anlaşılmaktadır.

İşgörelere uygulanan anket sonuçları, örgütsel bağlılık düzeylerinin ($\bar{x}=3,72$) nispeten kabul edilebilir düzeyde olduğu ve işgörenlerin devam bağlılığının ($\bar{x}=3,56$), duygusal ($\bar{x}=3,89$) ve normatif ($\bar{x}=3,72$) bağlılık düzeylerine göre daha düşük olduğunu göstermektedir.

İşgörenlerin kurumsal imaj algılamalarının da ($\bar{x}=3,96$) yüksek olduğu anlaşılmaktadır. İşgörenler "dışsal kurumsal imaj"ı ($\bar{x}=4,05$) "algılanan kurumsal imaj"a ($\bar{x}=3,87$) göre daha olumlu olarak değerlendirmişlerdir.

Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre işgörenlerin kuruma güvenleri ile örgütsel bağlılıkları ($r=0,824$; $p<0,01$), kuruma güvenleri ile kurumsal imaj algılamaları ($r=0,817$; $p<0,01$) ve örgütsel bağlılıkları ile kurumsal imaj algılamaları ($r=0,816$; $p<0,01$) arasında yüksek bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Regresyon analizi sonuçlarına göre ise işgörenlerin kuruma güvenlerinin örgütsel bağlılıklarını pozitif yönde anlamlı etkilediği ($\text{ÖB}=0,364+0,878*\text{KG}$) ve işgörenlerin kuruma güvenlerinin kurumsal imaj algılamalarını pozitif yönde anlamlı etkilediği ($\text{Kİ}=0,454+0,916*\text{KG}$) sonucuna ulaşılmıştır.

5. Sonuç

Yapılan çalışmada işgörenlerin kuruma güven duymalarının örgütsel bağlılık düzeylerini ve kurumsal imaj algılamalarını pozitif yönde anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Otel işletmelerinde hizmetin baş unsuru olan işgörenlerin çalıştıkları işletmelere güven duymalarının sağlanması olumlu avantajlar sağlayacaktır. Ayrıca çalışmada işgörenlerin kuruma güven ölçeğinde yer alan "objektif performans değerlendirmesi yapan" alt ölçeğini diğer alt ölçeklere göre nispeten daha olumsuz olarak değerlendirmeleri bu konunun üzerinde durulmasının faydalı olabileceğini göstermektedir. İşgörenlerin devam bağlılığına ilişkin verdikleri cevaplar da örgütsel bağlılığın diğer alt boyutlarına göre daha olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Hizmet işletmeleri açısından işgücünün devamlı çalışması gerekliliği düşünüldüğünde bu konu önemli olabilecektir. Ayrıca işgörenlerin algılanan kurumsal imaj konusunda olumsuz değerlendirmeleri söz konusudur. Bu kapsamda otel işletmelerinin iç müşterileri olan işgörenlerine yönelik uygulamalara önem vermesi gerektiği ifade edilebilir. Otel işletmelerin bu çalışmada araştırılan konular hakkında yaptıkları işgörelere olumlu etkiler

yapacaktır. Bu konulara otel işletmelerinin önem vermesi önerilebilir. Ayrıca bundan sonra yapılacak akademik çalışmalarda yöneticilerin görüşlerine de başvurulabilir.

Anahtar Kelimeler: kuruma güven, örgütsel bağlılık, kurumsal imaj, otel işletmeleri işgörenleri.

JEL Kodları: D23, L83, L84

References

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, And Normative Commitment to The Organization. *Journal of Occupational Psychology*, (63), 1–18.

Börü, D. İslamoğlu, G. ve Birsnel, M. (2007). Güven: Bir Anket Geliştirme Çalışması. *Öneri Dergisi*, 7 (27), 49-59.

Bozkuş, K. ve Gündüz, Y. (2016). Ruhsal Liderlik İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Modellenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24 (1), 405-420.

Cook, J. & Wall, T. (1980). New Work Attitude Measures of Trust, Organizational Commitment and Personal Need Non-Fulfilment. *Journal of Occupational Psychology*, (53), 39-52.

Koç, H. ve Yazıcıoğlu, İ. (2011). Yöneticiye Duyulan Güven İle İş Tatmini Arasındaki İlişki: Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1), 46-57.

Mayer, R. C. , Davis, J. H. ve Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review*, 20 (3), 709-734.

Mishra, A. K. (1996). Organizational Responses to Crisis The Centrality of Trust. In R. M. Kramer ve T. R. Tyler, (Eds.), *Trust In Organizations Frontiers Of Theory and Research* (261-287), California: SAGE Publications.

Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), 20-38.

Northcraft, T., & Neale, H. (1996). *Organisation Behaviour*. London: Prentice-Hall.

Topaloğlu, R. (2010). Kurumsal İmaj ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

UNWTO, (2017). UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419029>. Erişim Tarihi: 09.12.2017.

Worcester, R. (2009). Reflections on corporate reputations. *Management Decision*, 47 (4), 573-589.

Wearable Health Technologies

Okan ÖZKAN¹, Gözde YEŞİLAYDIN², Ferda BÜLÜÇ³

1. Introduction

Today, in parallel with technological innovations, the concept of wearable health technologies in health services has emerged due to the rapid changes in health technologies, the increase of elderly population and chronic illnesses, the increasing expectations of patients and their relatives, the demand for rapid access to health information and the increase of health literacy.

In this study, it was aimed to touch on the concept of wearable health technologies which are popular especially in recent years in the health sector and to explain the advantages and risks of these technologies.

2. The Concept of Wearable Health Technologies

Wearable health technologies can be defined as electronic or computer based instruments such as watches, jewelry, wristbands, clothes, glasses, implants that can be carried on the body to collect data about the health status of the person.

In order for a product to be referred to as "wearable technology", the product must transfer the information from the intelligent sensors to the smartphone via wireless or Bluetooth (İzge, 2015). Information from wearable health technologies devices allows users to collect data on all health information such as heart rate, calories burned, blood pressure, body temperature, amount of sugar on the blood, sleeping pattern, and amount of oxygen in the blood. The data obtained in this context are used for monitoring, diagnosis and treatment of the health status and especially for chronic patients, they give the possibility of early intervention by physicians through remote monitoring and registration 7 days and 24 hours a day.

The widespread adoption of sensors following the user's vital signs and other indicators in wearable health technologies provides elderly and chronic illness care while collecting a database that can improve treatment and reduce medical costs (Pentland, 2004:42). The creative use of wearable health technologies (Kumar et al., 2013: 228) with potentially improved healing potential in various ways is quite successful in reducing health care costs by providing high-quality healthcare services, providing easy access to care services and changing the focus of health care services (Lymberis & Dittmar, 2007:29). Particularly sensor technology,

¹ Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, ozkanokan@yahoo.com

² Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, gtirekli@gmail.com

³ Arş. Gör., Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, ferdabuluc@gmail.com

communication technology and the development of data processing is an area where these new generation health systems are strong. At the same time, minimally-designed systems as tools for monitoring health status help improve patient autonomy and quality of life, based on flexible, intelligent technologies that are appropriate for the human body and provide direct feedback to users, improve their awareness, and potentially better control their own situation (Paradiso, 2003: 283). The interest in wearable health systems is primarily due to the need to get health care out of the hospital and to monitor patients for a long time (Lymberis and Gatzoulis, 2006: 6789).

The use of wearable technologies in healthcare provides several advantages for many stakeholders. People have become able to manage their own lifestyles by making individual measurements about their health through wearable technologies. In the direction of feedback from wearable technologies, people will be able to correct their negative behavior and be motivated about healthy life (Aydan S and Aydan M, 2016: 328). The use of wearable technology by the living alone will psychologically relieve the patient and patient's relatives who are under control of health status (Özgüner Kılıç, 2017: 109).

Wearable technologies accelerate the diagnosis and treatment of patients and make patient data more productive (Özkan, 2015). It is also seen that these technologies, which facilitate out-of-office diagnoses, prevent the misdiagnosis victims. In case of emergencies, the patient is also able to intervene on time. Health data collected at the personal level allows people to control their own health expenditures. With all these advantages, the use of wearable technology seems to provide cost control and reduce health spending. Wearable technologies can be created data at the social dimension. Thus, information is provided for people, health service providers, pharmaceutical companies and researchers (Bostanci, 2015; Aydan S and Aydan M, 2016: 329).

Although these technologies appear to be seemingly attractive and harmless, efforts must be made to investigate when, where, and for whom they are effective (Kumar et al., 2013: 228). The use of wearable technologies in health care has also brought some concerns. For example; people are concerned about the confidentiality of private information that the collected data may share with third parties. Some users think that the continuous transport of these technologies in the body is harmful to health (Öz, 2016). Wearable technologies can also lead to overdiagnosis of health problems that cause unnecessary worry and interference in people (Geib, 2018). Some users want to use wearable technology, but they can not use it because their price is higher than their budget. At this point, there is a belief that some wearable technologies should be covered by reimbursement. There are problems at the point of ensuring continuous use of wearable technologies by users, because some users use wearable technology when they first receive it and do not continue to use it in the course of time. Different wearable technologies provide data with different systems. It is anticipated that when this data is moved to bring it together, there may be problems in the integration of the data (Bostanci, 2015).

3. Conclusion

Rapid changes in information and communication technologies have brought some innovations in the field of health as well as in every area. The widespread use of the Internet and the digitalization of devices have resulted in the integration of many products such as glasses, watches, bracelets and jewelry used in everyday life into health services. As a result, the concept of "wearable health technologies" has come to the fore.

Research shows that wearable health technology has an important place in the health sector with the increase of user interest. Many new products continue to be developed under wearable health technologies. In general, wearable health technologies provide great convenience for people with disabilities, elderly people and people with chronic illnesses in daily life while at the same time providing effective solutions to health problems. Though the possibility of encountering some troubles at the beginning of the integration of these technologies in terms of service users and health system is mentioned, it is believed that the use of wearable health technologies will provide benefits in terms of health providers, such as reduced service delivery costs, providing quality and effective services, providing easy access to health care services and allowing service buyers to control their own health.

Keywords: Wearable technologies, health services, health technologies

JEL Codes: I10, O30

Giyilebilir Sağlık Teknolojileri

1. Giriş

Günümüzde teknolojik yeniliklere paralel olarak sağlık teknolojilerinin hızlı bir değişim sürecine girmesi, yaşlı nüfusun ve kronik hastalıkların artması, hasta ve hasta yakınlarının artan beklentileri, sağlık bilgilerine hızlı erişim talebi ve sağlık okur-yazarlığı düzeyinin yükselmesi ile sağlık hizmetlerinde giyilebilir sağlık teknolojileri kavramı ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada sağlık sektöründe özellikle son yıllarda gündemde olan giyilebilir sağlık teknolojileri kavramına değinmek ve bu teknolojilerin avantajlarını ve risklerini açıklamak amaçlanmıştır.

2. Giyilebilir Sağlık Teknolojileri Kavramı

Giyilebilir sağlık teknolojileri, kişinin sağlık durumuna ilişkin veri toplamaya yönelik vücut üzerinde taşınabilen saat, takı, bileklik, giysi, gözlük, implant gibi elektronik veya bilgisayar tabanlı aletler olarak tanımlanabilir.

Bir ürünün “giyilebilir teknoloji” olarak adlandırılabilmesi için, ürünün akıllı sensörlerden gelen bilgileri akıllı telefona kablosuz veya bluetooth ile bağlanarak aktarması gerekmektedir (İzge, 2015). Giyilebilir sağlık teknolojileri cihazlarından gelen bilgiler sayesinde kullanıcıların kalp atış hızı, yaktığı kalori, kan basıncı, vücut ısısı, kandaki şeker miktarı, uyku düzeni, kandaki oksijen miktarı gibi tüm sağlık bilgilerine ilişkin veriler toplanabilmektedir. Bu kapsamda elde edilen veriler sağlık durumunu izleme, tanı koyma ve tedavi amacıyla kullanılmakta olup, özellikle kronik hastalar için 7 gün 24 saat uzaktan takip ve kayıt sayesinde doktorlara erken müdahalede bulunma imkanı tanımaktadır.

Giyilebilir sağlık teknolojileri kapsamında kullanıcının yaşamsal belirtilerini ve diğer göstergelerini izleyen sensörlerin yaygın olarak benimsenmesi, tedaviyi artırabilecek ve tıbbi maliyetleri azaltabilecek bir veri tabanını toplarken, yaşlı ve kronik hastalara bakım sağlamaktadır (Pentland, 2004:42). Çeşitli yollarla iyileştirme potansiyeline sahip giyilebilir sağlık teknolojilerinin yaratıcı kullanımı (Kumar vd., 2013:228) yüksek kalitede sağlık bakımı

sağlayarak sağlık hizmetlerinin maliyetini azaltma ve bakım hizmetlerine kolay erişim sağlama ve sağlık hizmetlerinin odağını değiştirme gibi konularda oldukça başarılıdır (Lmberis ve Dittmar, 2007:29). Özellikle sensör teknolojisi, iletişim teknolojisi ve verilerin işlenmesindeki gelişmeler, bu yeni nesil sağlık sistemlerinin güçlü olduğu alanlardandır. Aynı zamanda, sağlık statüsünün izlenmesi için araç olarak minimal düzeyde tasarlanan sistemler, insan vücuduna uygun, esnek ve akıllı teknolojilere dayanarak, hastaların otonomisini ve yaşam kalitesini iyileştirmeye yardımcı olmakta; kullanıcılara doğrudan geri bildirim sağlayarak, farkındalıklarını geliştirmekte ve potansiyel olarak kendi durumlarını daha iyi kontrol edebilmelerini sağlamaktadır (Paradiso, 2003:283). Giyilebilir sağlık sistemlerine olan ilgi, öncelikle sağlık hizmetlerini hastaneden dışarı çıkarma ve hastaları uzun bir süre boyunca izleme ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Lymberis ve Gatzoulis, 2006: 6789).

Sağlık hizmetlerinde giyilebilir teknolojilerin kullanılması birçok paydaşa çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Kişiler giyilebilir teknolojiler aracılığıyla sağlıklarıyla ilgili bireysel ölçümler yaparak kendi yaşam tarzlarını yönetebilir hale gelmiştir. Giyilebilir teknolojilerden gelen geri bildirimler doğrultusunda kişiler olumsuz davranışlarını düzeltmeye yönelebilecek ve sağlıklı yaşam konusunda motive olacaktır (Aydan S ve Aydan M, 2016: 328). Yalnız yaşayan kişilerin giyilebilir teknoloji kullanımıyla sağlık durumunun kontrol altında olması hastayı ve hasta yakınlarını psikolojik açıdan rahatlatacaktır (Özgüner Kılıç, 2017: 109).

Giyilebilir teknolojiler ile hastaların tanı-tedavi süreçleri hızlanmış ve hasta verileri daha verimli işleyebilir duruma gelmiştir (Özkan, 2015). Kurum dışı teşhisleri de kolaylaştıran bu teknolojiler ile yanlış teşhis mağduriyetlerinin de önlenmesi görülmektedir. Ayrıca acil durumlarda hastaya zamanında müdahale imkânı doğmaktadır. Kişisel boyutta toplanan sağlık verileri kişilerin kendi sağlık harcamalarını kontrol etmelerine olanak tanımaktadır. Tüm bu avantajlardan hareketle giyilebilir teknoloji kullanımının maliyet kontrolü sağladığı ve sağlık harcamalarını azalttığı görülmektedir. Giyilebilir teknolojilerden toplumsal boyutta veriler oluşturulabilmektedir. Böylece kişiler, sağlık hizmeti sunucuları, ilaç şirketleri ve araştırmacılar için bilgi sağlanmaktadır (Bostancı, 2015; Aydan S ve Aydan M, 2016: 329).

Bu teknolojiler görünüşte çekici ve zararsız gibi görünse de, bunların ne zaman, nerede ve kimin için etkili olduğunu araştırmak için çalışmalar yapılması gerekmektedir (Kumar vd., 2013: 228). Sağlık hizmetlerinde giyilebilir teknolojilerin kullanılması beraberinde bazı endişeleri de getirmiştir. Örneğin; kişiler toplanan verilerin üçüncü kişilerle paylaşabileceği, özel bilgilerin gizliliğinin korunamayacağı konularında endişe etmektedirler. Bazı kullanıcılar ise bu teknolojilerin vücutta sürekli olarak taşınmasının sağlık açısından zararlı olduğu düşüncesine sahiptir (Öz, 2016). Giyilebilir teknolojiler insanlarda gereksiz kaygılara ve müdahalelere yol açan sağlık sorunlarının aşırı teşhisine de neden olabilir (Geib, 2018). Bazı kullanıcılar ise giyilebilir teknolojileri kullanmak istemekte, fakat fiyatlarının kendi bütçesine oranla fazla olması nedeniyle kullanamamaktadır. Bu noktada bazı giyilebilir teknolojilerin geri ödeme kapsamında olması gerektiği düşüncesi mevcuttur. Kullanıcılar tarafından giyilebilir teknolojilerin sürekli kullanımını sağlama noktasında sorunlar bulunmaktadır, çünkü bazı kullanıcılar giyilebilir teknolojiyi ilk aldığı zamanda kullanmakta ve zamanla modasının geçmesiyle onun kullanımını devam ettirmemektedir. Farklı giyilebilir teknolojiler farklı sistemlerle veri sağlamaktadır. Bu verileri bir araya getirmek amacıyla hareket edildiğinde verilerin entegrasyonu açısından sorun yaşanabileceği öngörülmektedir (Bostancı, 2015).

3. Sonuç

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişimler her alanda olduğu gibi sağlık alanında da birtakım yenilikler getirmiştir. İnternet ağının yaygınlaşması ve cihazların dijitalleşmesi sonucu günlük hayatta kullanılan gözlük, saat, bileklik, takı gibi birçok ürünün sağlık hizmetlerine entegrasyonu söz konusu olmuştur. Bunun sonucunda “giyilebilir sağlık teknolojileri” kavramı gündeme gelmiştir.

Yapılan araştırmalar kullanıcı ilgisinin artmasıyla giyilebilir sağlık teknolojilerinin sağlık sektöründe önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Giyilebilir sağlık teknolojileri kapsamında birçok yeni ürün geliştirilmeye devam etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde giyilebilir sağlık teknolojileri günlük hayatta özellikle engelliler, yaşlılar ve kronik hastalığı bulunanlar için büyük kolaylıklar sağlarken, aynı zamanda sağlık sorunlarına da etkili çözümler sunmaktadır. Bu teknolojilerin hizmet kullanıcıları ve sağlık sistemi açısından entegrasyonunda başlangıçta birtakım sıkıntılarla karşılaşılabilme ihtimali söz konusu olsa da, giyilebilir sağlık teknolojilerinin kullanımı ile sağlık sunucuları açısından hizmet sunum maliyetlerinde azalma, kaliteli ve etkili hizmet sunma, sağlık bakım hizmetlerine kolay erişim sağlama ve hizmet alıcıların kendi sağlıklarını kendilerinin kontrol edebilmesine olanak sağlama gibi birtakım yararlar elde edileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Giyilebilir teknolojiler, sağlık hizmetleri, sağlık teknolojileri

JEL Kodları: I10, O30

Kaynakça

Aydan, S., Aydan, M. (2016). “Sağlık Hizmetlerinde Bireysel Ölçüm ve Giyilebilir Teknoloji: Olası Katkıları, Güncel Durum ve Öneriler”, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 2016: 19(3): 325-342.

Bostancı, E. (2015). “Medikal Alanda Kullanılan Giyilebilir Teknolojiler: Uygulamalar, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”.

Geib, C. (2018). <https://futurism.com/over-diagnosis-health-technology/>, (14.04.2018).

İzge (2015), “Giyilebilir Teknoloji Nedir?”, [http:// www.giyilebilirteknolojim.com/giyilebilir-teknoloji-nedir/](http://www.giyilebilirteknolojim.com/giyilebilir-teknoloji-nedir/), (20.04. 2018).

Kumar, A., Nilsen, W.J., Abernethy, A., Atienza, A., Patrick, K., Pavel, M., Riley W.T., Shar, A., Spring, B., Spruijt-Metz, D., Hedeker, D., Honavar, V., Kravitz, R., Lefebvre, R.C., Mohr, D.C., Murpy, S.A., Quinn, C., Shusterman, V., Swendeman, D. (2013). “Mobile Health Technology Evaluation”, *American Journal of Preventive Medicine*, 45(2): 228-236.

Lmberis, A., Dittmar, A. (2007). “Advanced Wearable Health Systems and Applications - Research and Development Efforts in the European Union”, *Browse Journals & Magazines*, 26(3): 29-33.

Lymberis, A., Gatzoulis, L. (2006). “Wearable health systems: From smart technologies to real applications”, *Engineering in Medicine and Biology Society, 2006. EMBS '06. 28th Annual International Conference of the IEEE*, 30 Aug.-3 Sept. 2006, New York.

Öz, E. (2016). *Hekimler ve Hastalar Giyilebilir Sağlık Teknolojilerine Nasıl Bakıyor?*, <http://doktorlarsitesi.net/2016/03/06/hekimler-ve-hastalar-giyilebilir-saglik-teknolojilerine-nasil-bakiyor/>, (14.04.2018).

Özgüner Kılıç, H. (2017). “Giyilebilir Teknoloji Ürünleri Pazarı ve Kullanım Alanları”, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4): 99-11.

Özkan, S. (2015). *Bilişim ve Sağlık Giyilebilir Teknolojilerde Somutlaşıyor*, <http://www.bthaber.com/saglikta-bilisim/bilisim-ve-saglik-giyilebilir-teknolojilerde-somutlasiyor/1/14991>, (14.04.2018).

Paradiso, R. (2003). “Wearable health care system for vital signs monitoring”, *Information Technology Applications in Biomedicine, 2003. 4th International IEEE EMBS Special Topic Conference on*, 24-26 April 2003, Birmingham.

Pentland, A. (2004). “Healthwear: medical technology becomes wearable”, *Computer*, 37(5): 42-49.

A Semiotic Analysis on TV Ads with the 'Milky Snacks' Emphasis as Part of Consumerist Culture and Healthy Nutrition Trend

Gülten ADALI AYDIN¹, Pelin ÜGÜMÜ AKTAŞ², Şükrü AYDIN³

Expanded Summary

The linchpin of capitalist social system is consumption which is learnt and internalised as from childhood and determines daily practices of individuals. Consumerist society can be defined as a society in which individuals are trained and learn to consume (Baudrillard, 2013: 87). Individuals are encouraged to incorporate goods and experiences into a social lifestyle (Featherstone, 2010: 200). The content and scope of this lifestyle changes over time and is imposed on masses as an important part of social cohesion. In parallel with rising interest in healthism as a lifestyle, the healthy nutrition trend exercises influence over more and more people from all walks of society and emerges as a new field of consumption. Children also constitute an important part of this process as consumers. The reason why health has risen to prominence is its potential in maximization of capitalists' profits in relation to consumerist culture. Thus, health and health-related goods have become new consumer goods (Gür, 2010: 301).

For children only subsequent to their parents television is widely accepted as the medium with greatest socialization effect in providing them with information and developing attitudes in early stages of their life course (Güler, 1989: 166). The fact that rate of attractiveness is high due to its audio-visual characteristics and easy-to-understand nature of television played an important role in becoming the most effective advertising medium (Tayfur, 2006: 103). Television is an effective medium that influences and changes habits and preferences of consumption of children and their families (Kırdar 2007: 612). Many studies suggest that preschool children equate television with advertisements. In this regard, selection of television advertisements for this research becomes rather meaningful. According to Akan (1995), most of the child-oriented advertisements are for food items. Studies suggest that 8 years old or younger children mostly love these advertisements. Donkin et al. reported such conclusions which confirm television advertising's impact on children's food preferences (1992: 73). In this context, sampling of food advertisements from television advertising programming is such as to support previous studies. The purpose of the study is to explore the way healthy nutrition trend appears in television advertisements, which continue to be the most effective medium for children at the present time.

¹ Res. Asst. Akdeniz University, Faculty of Communication, gultenadali@akdeniz.edu.tr

² Res. Asst. Akdeniz University, Faculty of Communication, pelinugumu@akdeniz.edu.tr

³ Res. Asst. Akdeniz University, Faculty of Communication, sukruaydin@akdeniz.edu.tr

The study employs semiotic analysis which is one of the fundamental methods to analyze advertisements that are considered a part of marketing communications and have much greater implications over social life. Two television advertisements¹ produced with the emphasis on healthy snack for children have been selected through purposive sampling method and subjected to semiotics analysis (Rifat, 1992) with regard to produced meanings, messages and formal characteristics. Determining criteria for the selection of advertisements in the research were high brand awareness and appeal of products to a wide range of consumers. The study is aimed to reveal how consumerist culture and healthism trend is utilized in advertisements for child-oriented goods through analysis of linguistic and semiotic elements of advertisement texts. Due to the fact that main emphasis of the study is on the texts of advertisements, individual dimension –influence level of children and their parents- is excluded from the scope of the research.

While child-oriented advertisements are required not to be deceptive, misleading and promotive of consumption due to impressibility of children; the results of the study reveal that two TV ads analyzed are far from these requisites. Thorough examination of advertisements reveal that the fact that perception of snacks has changed is emphasized with words “Times have changed”; ‘milky snacks’ is presented as a new trend instead of junk foods. On one hand junk foods are claimed to be unhealthy, on the other milky snacks are asserted as healthy food and positioned as substitutes for junk food. The so-called healthy snack product is presented as a saviour for parents who are helpless in the face of their children’s desire for junk food. Whereas ‘milky’ naming of products culminates in the trust of families, cartoon characters used in packaging are in evidence as elements of attraction for children.

A key finding is that children are encouraged to consumption of packaged foods through advertisements. Packaged foods are brought to the forefront instead of natural snacks such as nuts, dried fruits and a trend is made out of this change in food consumption. This trend creates moodiness in children who are unable to consume products they seen on television advertisements. Considering that it is easier for the advertisers to affect especially young children in particular due to children’s relative impressibility; it should not be ignored that shifting the food choices and habits of children to packaged and unhealthy foods by means of using animated characters and toy giveaways and promotional messages in advertisement texts may bear negative consequences.

Keywords: Consumption, Health, Children, Television, Advertising

JEL Codes: M30, M31, M37

Tüketim Kültürü ve Sağlıklı Yaşam Trendi Çerçevesinde ‘Sütlü Atıştırmalık’ Vurgulu Televizyon Reklamlarına Dair Göstergibilimsel Bir İnceleme

Geniş Özet

Kapitalist toplum biçiminin temel taşı tüketimdir. Bireylerin günlük yaşam pratiklerini belirleyen tüketim, çocukluktan itibaren öğrenilir ve içselleştirilir. Tüketim toplumu, tüketimin

¹ This study utilizes semiotic approach to analyse two ads with “Milky Snack” theme by the Danone brand.

öğrenilmesi toplumdur (Baudrillard, 2013: 87). Tüketim kültürüyle bireyler mal ve deneyimleri toplumsal bir yaşam tarzından birleştirmek için teşvik edilirler (Featherstone, 2010: 200). Bu yaşam tarzının kapsamı, her dönem değişmekte ve toplumsal uyumun önemli bir parçası olarak dayatılmaktadır. Günümüzde sağlık ilginliğinin ve buna bağlı olarak da sağlıklı beslenme trendinin her geçen gün toplumun daha fazla kesimini etkisi altına aldığı ve yeni bir tüketim alanı açtığı görülmekte; çocuklar da bu etkiden uzak kalamamaktadır. Sağlık konusunun bu kadar ön plana çıkmasının nedeni, tüketim kültürüne bağlı olarak, kapitalizmin kârını yükseltme potansiyelidir. Böylece sağlık ve sağlıkla ilgili ürünler, yeni tüketim araçları arasına girmiştir (Gür, 2010: 301).

Televizyon insanların toplumsallaşmasına katkıda bulunan, çocuklara küçük yaşta bilgi veren ve tutum oluşturmada etkide bulunan anne babadan sonra en etkili araç olarak kabul edilmektedir (Güler, 1989: 166). Görsel ve işitsel özelliklerinden dolayı çekicilik oranının yüksek olması ve kolay anlaşılabilir yapısı televizyonun etkin reklam medyası haline gelmesinde oldukça büyük rol oynamıştır (Tayfur, 2006: 103). Televizyon çocukların ve elbette ailelerinin tüketim tercihlerini, alışkanlıklarını önemli ölçüde etkilemekte ve değiştirmekte etkili bir araçtır (Kırdar 2007: 612). Yapılan araştırmalarda okul öncesi çocuk yaş grubu için reklam ve televizyon kavramlarının özdeşleştirildiği saptanmıştır. Bu bağlamda araştırmada özellikle televizyon reklam metinlerinin seçilmesi de daha anlamlı hale gelmektedir. Akan'a (1995) göre, çocuklara yönelik hazırlanan reklamların çoğu gıda maddelerine aittir. Araştırmalar özellikle 8 yaş ve altındaki çocukların en çok bu reklamları sevdiklerini ortaya koymaktadır. Televizyon reklamlarının çocukların yiyecek tercihlerini etkilediği gibi benzer bir sonuca Donkin ve arkadaşları da araştırmaları sonucunda ulaşmıştır (1992: 73). Bu bağlamda araştırmada televizyon reklam metinlerinin özellikle gıda örneğinde seçilmesi de daha önce yapılan çalışmaları destekler niteliktedir. Bu araştırmanın amacı, sağlıklı beslenme trendinin, çocuklar için en etkili mecra olmayı günümüzde de sürdüren televizyonda yayınlanan reklamlarda kendine nasıl yer bulduğunu ortaya koymaktır.

Büyük oranda pazarlama iletişiminin bir parçası olarak kabul edilen ve toplumsal yaşam üzerindeki çok daha büyük anlamları bulunan reklam metninin çözümlenmesinde temel yöntemlerden biri olan göstergebilim kullanılmıştır. Çocuklara yönelik sağlıklı atıştırma vurgusu taşıyan ve amaçlı örneklem yöntemi ile seçilen iki televizyon reklamı¹ ürettiği anlamlar, verdiği mesajlar ve biçimsel özellikler açısından göstergebilimsel analiz (Rifat, 1992) yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan reklamların seçiminde çocuklar tarafından marka bilinirliğinin yüksek olması ve geniş bir tüketici kitlesine seslenmesi belirleyici kriterler olmuştur. Çalışmada çocuklara yönelik sağlıklı atıştırma vurgusu taşıyan reklamlarda kullanılan dilsel ve göstergesel unsurlar analize tabi tutularak tüketim kültürü ve sağlıklı olma trendinin çocuklara yönelik üretilen ürünlerde nasıl kullanıldığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ana inceleme konusu reklam metinleri olduğundan tüketici boyutu – çocuklar ve ebeveynlerin etkilenme düzeyleri- araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Reklamların özellikle küçük yaşta çocukları etkilemesi nedeniyle reklamların aldatıcı ve yanıltıcı olmaması, tüketime özendirici mesajlara yer verilmemesi gerekirken araştırma sonucunda incelenen reklamların bu özelliklerden uzak olduğu bulgulanmıştır. Reklam metinleri incelendiğinde her iki reklam filminde de atıştırma algısının değiştiği, “devir değişti artık” sözleriyle vurgulanmakta, “abur cubur” yerine “sütlü atıştırma” yeni bir trend olarak sunulmaktadır. Abur cubur ürünlerin sağlıksız olduğu varsayımına yer verilirken sütlü

¹ Çalışmada ‘Danone’ markasına ait “Sütlü Atıştırma” temalı iki reklam filmi incelenmiştir.

atıştırma malikarın sağlıklı olduğu iddiası öne sürölmekte; bu haliyle sağlıklı bir ikame ürün olarak konumlandırılmaktadır. Reklamlarda çocukların abur cubur isteği karşısında çaresiz kalan ebeveynler için ürün bir kurtarıcı gibi sunulmaktadır. Ürünlerin sütlü atıştırma malik olarak adlandırılması ailelerin güven duymasına sebep olurken; ambalajlarda kullanılan animasyon karakterler de çocuklar için bir çekicilik unsuru olarak göze çarpmaktadır.

Reklam metinlerinde çocukların ambalajlı gıdaların tüketimine özendirildiği tespit edilmiştir. Günlük yaşamdaki doğal atıştırma malikların –meyve, kuruyemiş vs.- yerine paketlenmiş gıdalar koyulmakta, bu durum bir trend haline getirilmektedir. Reklamlarda görerek özendiği ürünlere sahip olamayan çocuklar trend dışında kaldıklarını düşünerek mutsuz olmaktadırlar. Reklamların özellikle küçük yaştaki çocukları etkilemesinin daha kolay olduğu göz önüne alındığında; animasyon karakterlerinin yer aldığı çekici ambalajlarla ve reklam metinlerinde kullanılan özendirici mesajlarla çocukların beslenme alışkanlıklarının doğal ürünlerden paketlenmiş gıdalara yönlendirilmesinin doğurabileceği olumsuz sonuçlar göz ardı edilmemelidir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Sağlık, Çocuk, Televizyon, Reklam.

JEL Kodları: M30, M31, M3

Kaynakça

- Akan, P. (1995). Reklamcının Toplumsal Sorumluluğu. *Pazarlama Dünyası*. Mayıs-Haziran, Yıl:9, Sayı: 51.
- Baudrillard, J. (2013). *Tüketim Toplumu*. (Çev. Hazal Deliçaylı ve Ferda Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim*. (Çev. İren Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Donkin A.J.M., C.H. Tilston; R.J. ve Neale; K Gregson. (1992). Children's Food Preferences: Television Advertising vs Nutritional Advice. *British Food Journal*, Volume: 94, Number: 9, 6-9.
- Featherstone, M. (2010). Body, Image and Affect in Consumer Culture. *Body & Society*, Volume 16(1), 193-221.
- Gür, E. G. (2010). Dezenformasyona Uğratan Bir Sosyal Hak Olarak Sağlık. *Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu II Bildiriler Kitabı* (s. 299-315). İstanbul: Petrol-İş Yayını.
- Güler, D. (1989), Çocuk, Televizyon ve Çizgi Film. Kurgu Açık Öğretim Fakültesi, *İletişim Bilimleri Dergisi*, Sayı:5, 163-167.
- Kırdar, Y. (2007) Satın Alma Davranışında Yeni Tüketiciler Çocuklar ve Tetikleyicileri Reklamlar, 4. *Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi*, İstanbul, 607-621.
- Rifat, M. (1992). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları.
- Tayfur, G. (2006). *Reklamcılık*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Hilye-î Şerif Tasarımında Deri-benzeri Malzeme Kullanımı

Fatoş Neslihan ARĞUN, Meruyert KAYGUSUZ

1. Giriş

Dünya sanat tarihinde Türklerin milli simgesi haline gelen tezyîni sanatlar, asırlar boyunca atalarımızın duygu, düşünce, inanç ve zevklerini, uyumlu çizgilerle motifler ve desenler çizerek, sonrasında altın ışıltısı ve milli renklerle yaşadığı yer ve kullandıkları eşyaları süsleyerek ifade ettiği sanat dalıdır (Biol, 2014, s.30).

Tezyîni sanatların arasında 300 yıllık bir geçmişe sahip olan ve yazıların estetik olarak gelişimini gösteren hat sanatının uygulandığı ve "süs, ziynet" sözcük anlamının yanı sıra "hilkat, sûret, sıfat" manâsını taşıyan hilye (Derman, 2018, s.1), Hz. Peygamber'in (SAV) kutsal hatırasını yaşatma ve O'nun örnek kişiliğini sonraki nesillere aktarma konusunda önemli bir yere sahiptir.

Dünyanın en köklü uygarlıklarından biri olan Türkler'in son derece zengin kültür birikimi İslamiyet ile buluştuktan sonra hayatlarının birçok alanında olduğu gibi sanatı ve edebiyatına da renklilik, çeşitlilik ve yenilik beraberinde getirilmiştir. Edebî bir tür olarak edebiyat tarihinde yerini alan hilye de, bu yeniliklerden biri olarak Hz. Peygamber'e (SAV) duyulan sevgi ve saygıyı, özlem ve şefaati dile getiren başlıca türlerden biri olmuştur (Yıldırım, 2014, s.1; Beklen ve Şener, 2017, s.1).

2. Hilye-î Şerif

Hilye kompozisyonu, Hz. Peygamberi (SAV) tarif ve tasvir eden güzel yazıların tezhip edilerek belli bir düzene göre levha haline getirilmiş şeklidir, ki bunlar; Hilye-î Şerif, Hilye-î Saadet ve Hilye-î Nebevî diye adlandırılmaktadır (Özkeçeci, 1992, s. 35).

Rivayetlere göre, Hz. Peygamber'in hastalığı sırasında kızı Hz. Fatîmâ'nın bir daha onu göremeyeceği endişesini dile getirmesi üzerine damadı Hz. Ali'ye "Hilyemi yaz; benden sonra onu gören, beni görmüş gibi olur. Beni gören insan bana muhabbetle bağlanırsa Allah ona cehennemi haram kılar; o kişi kabir azabından emin olur, mahşer günü çıplak olarak haşredilmez" demiştir.

Önceleri göğüs ceplerinde bir hürmet nişânesi olarak taşınan ve gündelik el yazısı veya nesih hattı ile yazılan bu metinler, Osmanlı döneminde asıl ihtişamlı örnekleri ile levhalar üzerine taşınmıştır. Günümüzde, hilye denilince akla gelen levha formunun ilk olarak hüsn-î hattın önde gelen isimlerinden Hattat Hafız Osman tarafından XVII. yüzyılda ortaya konulduğu kabul edilmektedir (Derman, 1998; s.18).

Hafız Osman tarafından geliştirilen klasik hilye formunda şu bölümler yer almaktadır (Gündüz, 2006, s.5):

Başmakam; "Besmele" veya "euzû besmele" bazen de bismelenin içinde geçtiği Nemî Süresi'nin 30. ayeti yazılır.

Göbek; Hilye metninin başladığı ve büyük bir bölümünün yer aldığı kısımdır. Genelde dairesel olmakla birlikte farklı formlarda kullanıldığı da görülmüştür.

Hilâl; Göbek kısmı daire formunda düzenlendiğinde uçları yukarı bakacak şekilde göbeği çevreleyen bölümdür. Hilyenin göbek kısmında hilalin dışında kalan ve kareye tamamlanan alanın dört köşesine "Hûlefa-yî Râşîdin" (Dört Halife) isimleri yerleştirilir.

Hz. Ebubekir, Hz. Ömer, Hz. Osman, Hz. Ali Hilyenin göbek kısmında kimi zaman "Aşere-î Mübeşşere" (Cennet ile müjdelenmiş on sahabe) adlarının, "Esmâ-î Hüsnâ'nın" veya "Ashâb-ı Kehf" ve tüm peygamberlerin adlarının yer aldığı hilyeler de görülmüştür.

Ayet; Bu bölümde Hz. Muhammed ile ilgili bir âyet yazılır. En yaygın olan Enbîye Süresi'nin 107. âyetidir: وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ "Ve mâ erselnâke illâ rahmeten lil-âlemîn" (Ey Muhammed! Biz seni ancak alemlere rahmet olsun diye gönderdik) (www.diyanet.gov.tr).

Etek; Hilye metninin devamı ve duanın bulunduğu bölümdür.

Koltuklar; Kenarlardaki dikdörtgen şeklinde oluşturulmuş bölümlerdir ve genellikle tezhiblenir.

İç Pervaz ve Dış Pervaz; Sözü ettiğimiz bölümleri çevreleyen kısımdır (Gündüz, 2006, s.5).

Hilyenin bulunduğu yere, huzur, bereket ve saadet getireceğine, ve o yeri hastalık ve tehlikelerden, felaket ve yangınlardan koruyacağına inanılmıştır. Ülkemizde başta Topkapı Sarayı Müzesi, Türk-İslam Eserleri Müzesi, İstanbul Vakıflar Hat Sanatı Müzesi olmak üzere bazı müze ve üniversite kütüphanelerinde, cami ve mescitlerde hilye örneklerine rastlamak mümkündür.

Zaman ile farklı hat ustalarının bu görkemli yazıları ibdâ kabiliyetine göre ele aldığı gibi de hilyeler, ahşap malzemenin yanı sıra deride uygulanmış, daha sonra kağıt imalatı arttırıldığından dolayı daha büyük boyda yazılmaya başlanmış ve saray ile konakların baş odalarında layık oldukları mevki almışlardır.

Eskiden hilye kompozisyonu, farklı materyallerde uygulanmış olmasına rağmen aharlanmış kağıt üstünde daha çok tercih edilmiştir. Fakat günümüzde teknolojinin gelişmesi ile matbaalarda dijital baskı şeklinde bile bu kompozisyonların yapıldığı görülmektedir. Son zamanlarda daha çok sürdürülebilir tekstil malzemesi olarak ön plana çıkan ve daha sonra dekoratif veya süs eşyaları üretiminde kullanılmaya başlayan bakteri ve mayaların ürettiği deri benzeri malzeme ülkemizde henüz bilinmemekle birlikte hilye tasarımında hiç kullanılmamıştır.

Çalışmamızda deri benzeri malzemenin üretimi çay solüsyonu içeren belirli kaplarda bakteri ve mayalar tarafından gerçekleştirilmiştir (Faidi, 2017, s. 17). Elde edilen malzeme, görünümü ve esnekliği, kullanım kolaylığı ve sürdürülebilirliği, üzerine yazı yazılabilmesi gibi özelliklerinden dolayı hilye tasarımı için uygun bulunmuştur. Daire ve dikdörtgen şeklinde üretilen deri benzeri malzemenin üzerine mürekkep ile güzel yazılar hat sanatı ile yazılmış ve klasik hilye formunda ham keçe üzerine yerleştirilerek iğneli keçe tekniği ile birleştirilmiştir. Kullanılan materyallerin doğal olması ve birleştirilmesinde yapıştırıcı kullanılmamasına dikkat edilmiştir.

4. Sonuç

Bu çalışmada, Hilye-i Şerif farklı bir materyal olarak bakteri ve mayalar tarafından üretilen deri benzeri malzeme ile ham keçe üzerinde tasarlanmıştır. Bu eserde, hat yazıları ile üst kısmında "Besmele", göbek kısmında dört büyük halifenin ismi ve etek kısmında Hz. Peygamber'in (SAV) vasıflarını anlatan yazılar deri benzeri malzeme üzerine işlenmiş ve bu malzeme ham keçe üzerine iğneli keçe tekniği ile birleştirilmiştir. Böylece, daha önce hilye yapımında hiç kullanılmayan farklı bir malzeme ile tasarladığımız Hilye-i Şerif'in, içerdiği kutsal bilgilerin yanı sıra hem özgün tasarım ve estetiği hem de kullanılan materyallerin doğal ve çevre dostu olması, geleneksel kültür ve sanatımızın gelecek nesillere aktarılması bakımından farklı bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tezyini sanatlar, Hat sanatı, Deri-benzeri malzeme, Hilye-i Şerif

Kaynakça

- Biol, İ. A. (2014). *Klasik Devir Türk Tezyini Sanatlarında Desen Tasarımı Çizim Tekniği ve Çeşitleri*, 7.Baskı, İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.
- Derman, M. U. (1998). "*Hilye*", Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, cilt 18, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Derman, M. U., (2018), *Hat Sanatında Hilye-i Şerifler*, <http://www.sonpeygamber.info/hat-sanatinda-hilye-i-serifler.pdf>, (15.03.2018).
- Yıldırım, İ. (2014). "Urmevi'nin Tezkire-i Hazret-i Baba Adlı Eserinde Hilye-i Şerif Bölümü", *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 3(4): 75-94.
- Beklen, S., Şener, H. (2017). "Türk Edebiyatında Hilye ve Hayri'nin Hilye-i Şerifi", *Külliyat Osmanlı Araştırmaları Dergisi*, 1: 1-14.
- Özkeçeci, İ. (1992). *Türk Tezhib Sanatı ve Tezyini Motifler*, cilt 15, Kayseri: Şahıs Yayını.
- Diyanet İşleri Başkanlığı. (2018). *Enbiya Suresi 107. ayet*. <https://www.diyanet.gov.tr/tr-TR/Anasayfa/Indeks/> (20.03.2018).
- Gündüz, H. (2006). "Türk Sanatında Hilye-i Şerifler", *İSMEK El Sanatları Dergisi*, 2: 1-6.
- Faidi, M. (2017). *Feasibility of Bacterial Cellulose in Furniture Design*, Bachelor Thesis, Helsinki: Aalto University, School of Arts, Design and Architecture Interior architecture.

A Literature Screen for Content Marketing

Ahmet SARITAŞ¹

1. Introduction

Consumers nowadays have their desires and wishes increased with changing environment conditions and the convenience of developing technology and access to information has made consumers more equipped. Consumers are trying to obtain the desired product by investigating the goods and services more suited to their desires and wishes, rather than accepting the products they offer to them. In this context, businesses need to bring to a level that will provide consumers with better quality and faster information that will satisfy their desires and expectations. In fact, the phenomenon that will enable the consumer to pass on this power is expressed in the literature as content marketing. Keeping existing customers in their hands who use content marketing as a marketing strategy plays a key role in attracting potential customers. This study focuses on the concept of content marketing, its objectives, and the literature search on the advantages of an effective content marketing strategy.

2. Content Marketing

One of the concepts that extends to the beginning of mankind is a necessity. Needs have led the individual to search in all time frames. First, collecting and hunting followed by the production of familial products, along with the industrialization movements, the content of the concept of need has developed. In today's conditions, consumers are paying more attention to the information and promotion activities of enterprises, as well as the development of produced goods and services mix. Diversity in the workplaces of the enterprises and increase in competition have caused the flow of bazaar information became obligatory (Benli & Karaosmanoğlu, 2017: 28). Content marketing involves the inclusion of content in a framework of intriguing, responsive and sustainable strategies, and the belief that consumers prefer businesses and loyalty as a result (www.content marketing institute. Com).

Content marketing is not a new concept. But nowadays, it is the foreground as an approach that can solve advertising / banner blindness in online applications. Beyond classical advertising practices, it is strongly influenced by the presentation of advertisements containing advertisements, without customers being overwhelmed by advertisements. In fact, content marketing has a long history. The "The Furrow" magazine, published for the customers of the John Deere tractor in 1895, is considered the first in this field. The "Michelin Guide" published by a tire manufacturer in 1900 is the second most important example of the area (Kahraman, 2014: 92).

¹ Doktor Öğretim Üyesi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, saritas@mehmetakif.edu.tr

Today, people's tendencies are towards acquiring emotion and entertainment experiences. Businesses that are aware of this need to enrich creative stories (Papadopoulos & Shah, 2013: 122). Kristin C. Harad (Harad, 2013: 18) expressed the marketing of content and the art of sharing valuable information regularly with the target audience. Jerry Goldstein, on the other hand, from digital channels to attracting, winning and selling activities towards a definitive customer base (Goldstein, 2013: 27). Joe Pulizzi, a writer of content marketing and a "Content Marketing Institute", defined content marketing as "a marketing-driven process involving the creation and distribution of the most accurate content to attract and retain the attention and attention of the clearly defined and understood target audience" (Pulizzi, 21.03.2018). Content marketing, if a general definition needs to be given; (Bilge, 2016: 128), which is directed to direct or indirect sales, to the target group by means of written and / or visual information about the stories and information about subjects that are not directly related to the product or product.

3. Content Marketing Purpose And Priority

The main aim in content marketing is; to a web site or business and to convert it into a consumer / customer. In this context, the creation of valuable content related to the field is possible with the training of ready and potential customers (Goldstein, 2013: 28). To be able to create connections with consumers today is a difficult and long journey in terms of brands (Papadopoulos & Shah, 2013: 127). Since sharing the existing information of the business with the target consumers will become a means of trust in the future, they will also earn their loyal customers (Harad, 2013: 18).

The basis of the content is human. In this context, the most basic aim of content marketing is to influence people. Even today, brands that succeed in protecting their loyalty can succeed even after they have an emotional connection with the mass of consumers today, and they are able to influence and attract them. Content marketing comes in here, if you can value the customer with the content you are designing, if it can create a positive value for the consumers, it means that you have reached your goal. The main task of content marketing is to attract the attention of the consumer with content, to entertain him, to create value for him and to reveal his needs (<http://ergezer.net/>).

Content marketing actually tells stories. Businesses need to be told well in order to be able to get their attention and audience when they reach out to consumers. Sometimes these good stories told to the consumers will not be enough. It must always be taken into consideration that these stories should raise the feeling that the target is or perhaps needs to hear. With an effective content created, it will be easier to reach potential customers as well as existing customers (Penpece, 2013: 44). In a sense, conversation is between consumers and business. Connecting people in social life is important for businesses to survive. The fact that the content is capable of inviting interest in the online environment, developing the relationship and inviting it to connect makes it a position of ambassador (Handley & Chapman, 2012: 39).

It occurs when the effect of the content is used in a proper manner. Approaching the right crowd with the right messages is a direct decisive factor for the level of success that businesses target (Pearlman et al., 2014: 13). The content creation, which is the basic element of marketing activities, offers the following advantages to the businesses (Handley & Chapman, 2012: 37-38):

Customer attract,

To inform customers about the products / services they are considering purchasing,

To overcome the resistance and to handle objections on purchasing issues in the products / services of the customers,

To establish brand credibility in the sector and increase reputation,

To tell the story for the brand,

Talking to the ear via the social networks,

Establish fan mass,

It triggers a sudden purchase decision.

4. Conclusion

Content marketing, which is developing rapidly today, is becoming an important discipline. In this context, the business attracts more attention. Companies in line with the nature of marketing; they want to talk about what they can do with themselves, their products and their services. Consumers want to know how goods and services will provide benefits for them. In this respect, those who set out to create content from businesses, the center of their marketing activities, are also able to empathize with their customers. Thus; it is possible to perceive the thoughts, feelings and needs of the minds (Handley & Chapman, 2012: 26). For these reasons, it is important to define the creative ideas of the brands by offering rich and balanced contents.

Keywords: Content, Content Marketing, Digital Marketing.

JEL Codes: M10, M12, M16

İçerik Pazarlamasına Yönelik Bir Literatür Taraması

1. Giriş

Tüketicilerin, günümüzde arzu ve isteklerinin değişen çevre koşulları ile birlikte artması ve gelişen teknoloji ile bilgiye ulaşma yolunun kolaylığı tüketicileri daha donanımlı hale getirmiştir. Tüketiciler işlemlerin kendilerine sundukları ürünleri kabullenmek yerine kendi arzu ve isteklerine uygun olan mal ve hizmetleri daha ayrıntılı bir şekilde araştırarak istedikleri ürünü elde etmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda, işletmelerin tüketicilerin arzu ve beklentilerini tatmin edecek daha kaliteli ve hızlı enformasyon sağlayacak seviyeye getirmesi gerekmektedir. Üreticiden çok tüketiciye bu gücün geçmesini sağlayacak olgu literatürde içerik pazarlaması olarak ifade edilmektedir. İçerik pazarlamasını bir pazarlama stratejisi olarak kullanan mevcut müşterilerini ellerinde tutmak potansiyel müşteri kazanmada anahtar rol üstlenmektedir. Bu çalışma da içerik pazarlaması kavramı, amaçları ve etkin bir içerik pazarlaması stratejinin avantajları ile ilgili literatür taraması üzerinde durulmuştur.

2. İçerik Pazarlaması

İnsanlığın başlangıcına kadar uzanan kavramlardan birisi de ihtiyaçtır. İhtiyaçlar bireyi bütün zaman dilimlerinde arayışa yöneltmiştir. İlk önce toplayıcılık ve avcılık, sonrasında ise ailesel üretim devamında sanayileşme hareketleri ile birlikte ihtiyaç kavramının içeriği artarak gelişmiştir. Günümüz koşullarında ise tüketiciler, üretilen mal ve hizmet karmasının gelişmesi ile beraber, işletmelerin sundukları bilgilendirme ve tanıtım çalışmalarına daha fazla önem vermektedir. İşletmelerin çalışma alanlarındaki çeşitlilik, rekabet artışı gibi sebepler de pazara bilgi akışının zorunlu hale gelmesine neden olmuştur (Benli & Karaosmanoğlu, 2017: 28). İçerik pazarlamasının özü işletmelerin merak uyandıran, ihtiyaçlara cevap veren ve sürdürülebilir bir strateji çerçevesinde içerikler sunması ve bunun sonucunda tüketicilerden işletmelerini tercih etme ve sadakat beklemesi inancını kapsamaktadır (www.content marketing institute.com).

İçerik pazarlaması yeni bir kavram değildir. Fakat günümüzde online uygulamalarda reklam/banner körlüğünü çözebilecek bir yaklaşım olarak ön plana çıkmaktadır. Müşterilerin reklamlar arasında boğulmadan, klâsik reklam uygulamalarının ötesinde, ilgilerini içeren reklamların sunulması güçlü bir etki oluşturmaktadır. Gerçekte içerik pazarlamasının uzun sayılabilecek bir geçmişi vardır. 1895 yılında John Deere marka traktörün müşterileri için yayınlanan “The Furrow” dergisi bu alanda ilk olarak kabul edilir. 1900 yılında bir oto lastik üretici firmasının yayınladığı “Michelin Rehberi” ise alanın ikinci önemli örneğidir (Kahraman, 2014: 92).

Günümüzde insanların yönelimleri, duygu ve eğlence deneyimleri edinmek doğrultusundadır. Bu durumun farkında olan işletmeler içeriklerini yaratıcı hikâyelerle de zenginleştirmelidirler (Papadopoulos & Shah, 2013: 122). Kristin C. Harad içerik pazarlamasını, değerli bilgilerin düzenli bir şekilde hedef kitle ile paylaşımı sanatını kapsayan bilim şekline ifade etmiştir (Harad, 2013: 18). Jerry Goldstein ise tanımında, alana ilişkin oluşturulan değerli içeriklerin; dijital kanallardan, kesinleşmiş müşteri kitlesine yönelik ilgi çekme, kazanma ve satışlar gerçekleştirme etkinlikleri ile pazarlanmasıdır (Goldstein, 2013: 27). İçerik pazarlaması kapsamındaki kitapların yazarı ve “Content Marketing Institute” kuruluşunu gerçekleştiren Joe Pulizzi ise içerik pazarlamasını, “*net olarak tanımlanan ve anlaşılabilir hedef kitlenin dikkatlerini çekerek, harekete geçirip, onları kazanmak amacıyla en doğru içeriğin oluşturulup dağıtımının yapılmasını içeren pazarlama içerikli süreçtir*” şeklinde tanımlamıştır (Pulizzi, 21.03.2018). Genel bir tanım verilmesi gerekirse içerik pazarlaması; doğrudan veya dolaylı satışa yönelik, ürüne ya da ürünle doğrudan ilgili olmayan konulara ait hikâye ve bilgilendirmelerin, yazılı ve/veya görsel olarak hedef kitleye ulaştırılması olarak tanımlanabilir (Bilge, 2016:128).

3. İçerik Pazarlaması Amaç Ve Önemi

İçerik pazarlamasında temel amaç; ziyaretçilerin web sitesine veya işletmeye çekilmesi ve tüketici/müşteri olarak dönüştürülmesidir. Bu bağlamda alana ilişkin değerli içeriklerin yaratılması, hazırda olan ve potansiyel niteliğindeki müşterilerin eğitilmesi ile mümkün görülmektedir (Goldstein, 2013: 28). Günümüzde tüketiciler ile bağlantılar oluşturabilmek, markalar açısından zor ve uzun bir yolculuk niteliğindedir (Papadopoulos & Shah, 2013: 127). İşletmelerin mevcut bilgilerinin hedef tüketiciler ile paylaşılması arada güveni oluşturacağından, sadık müşterileri de işletmeye kazandıracaktır (Harad, 2013: 18).

İçeriğin temelini insan oluşturur. Bu bağlamda içerik pazarlamasının en temel amacı insanı etkilemektir. Bugün tüketici kitlesi ile duygusal bir bağ kurabilen, onları etkileyebilen ve satın almaya sevk ettikten sonra bile onların sadakatini korumayı başaran markalar başarılı olabilmektedir. İçerik pazarlaması burada devreye girmektedir, kurguladığımız içerikle müşteriye değer verebiliyorsa, tüketiciler için pozitif değer yaratabiliyorsa amacınıza ulaştıysanız anlamına gelir. İçerik pazarlamasının temel görevi oluşturduğu içerikle tüketicinin dikkatini çekmek, onu eğlendirmek, onun için bir değer yaratarak, ihtiyaçlarını ortaya çıkarmaktır (<http://ergezer.net/>).

İçerik pazarlaması, aslında hikâyeler anlatır. İşletmelerin, tüketicilerine ulaşabilmeleri onların dikkatini çekebilmeleri ve dinleyici olmalarını sağlayabilmek için hikâyelerin iyi anlatılması gerekir. Kimi zaman tüketicilere anlatılan bu iyi hikâyeler yeterli gelmeyecektir. Bu hikâyelerin, hedef kitlenin duymak istediği hatta belki de buna ihtiyacı olduğu hissini uyandırması gerektiği her zaman göz önünde bulundurulması gerekir. Yaratılan etkili bir içerikle mevcut müşterilere değil aynı zamanda potansiyel müşterilere de daha kolay ulaşılabilecektir (Penpece, 2013: 44). İçerikte bir anlamda tüketicilerle işletme arasında sohbet söz konusudur. Sosyal hayatta insanlarla bağlantı kurabilmek, işletmelerin ayakta kalabilmesi için önemlidir. İçeriğin çevrimiçi ortamda ilgi uyandırma, ilişkinin geliştirilmesi ve bağlantı kurmak için davet edebilme yeteneğinde olması, onu bir anlamda elçi pozisyonuna taşımaktadır (Handley & Chapman, 2012: 39).

İçeriğin etkisi uygun bir tarzda kullanıldığında gerçekleşir. Doğru mesajlarla doğru kitleye yaklaşmak, işletmelerin hedefledikleri başarı düzeyi için doğrudan belirleyici bir faktördür (Pearlman vd., 2014: 13). Pazarlama çalışmalarının temel unsuru durumuna gelen içerik oluşturma, işletmelere aşağıda yer alan çeşitli avantajları sunmaktadır (Handley & Chapman, 2012: 37-38):

Müşteri çekmek,

Müşterilerin satın alma düşüncesinde oldukları ürünler/hizmetleri ile ilgili bilgilendirmek,

Müşterilerdeki ürünleri/hizmetleri satın alma konusundaki direnci aşabilmek ve itirazları ele almak,

Sektörde marka güvenilirliği oluşturmak ve itibarı arttırmak,

Marka için hikâye anlatmak,

Sosyal ağlar aracılığıyla kulaktan kulağa bahsedilmek,

Hayran kitlesi oluşturmak

Ani bir satın alma kararı tetiklemektir.

4. Sonuç

Günümüzde hızlı bir gelişme gösteren içerik pazarlaması, önemli bir disiplin dalı haline almaktadır. Bu bağlamda işletmelerin daha fazla ilgisini çekmektedir. Pazarlamanın doğasına uygun olarak şirketler; kendileriyle, ürünleriyle ve hizmetleriyle ilgili neleri yapabileceklerini konuşmayı arzu etmektedirler. Tüketiciler ise mal ve hizmetlerin kendileri için nasıl faydalar sağlayacağını anlamak isterler. Bu doğrultuda işletmelerden, pazarlama faaliyetlerinin merkezine içerik yaratmayı yerleştirenler, müşterileri ile empati kurmayı da başarmaktadırlar.

Böylece müşterilerin; düşüncelerinin, duygularının ve ihtiyaçlarının algılanması mümkün olmaktadır (Handley & Chapman, 2012: 26). Bu nedenlerle markaların yaratıcı fikirlerini, zengin ve dengeli içerikler sunarak tanımlamaları önem kazanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İçerik, İçerik Pazarlaması, Dijital Pazarlama.

JEL Kodları: M10, M12, M16

Kaynakça

Benli, T. & Karaosmanoğlu, K. (2017). “Bir Pazarlama Stratejisi Olarak İçerik Pazarlama”, *Mesleki Bilimler Dergisi*, 6(1): 27-38.

Bilge, Atıl, F. (2016). “Yeni Pazarlama Yaklaşımı İçerik Pazarlamasının İncelenmesi Ve Turizm Sektörüne Uygulanabilirliği”, *The Journal Of Academic Social Science Studies*, 44:125-140.

Goldstein, J. (2013). “Content Marketing: The Smart Way to Grab Attention”, *ABA Bank Marketing*, 26-29.

Handley, A. & Chapman, C. (2012). *Dijital Çağda İçerik Yönetiminin Kuralları*, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.

Harad, C. C. (2013). “Content Marketing Strategies to Educate and Entertain”, *Journal of Financial Planning*, 18-20.

Papadopoulos, A. & Shah, N. (2013). “A Brand Journey To Engage Today's Customers: Prudential Financial”, *Journal of Brand Strategy*, 2 (2): 121-127.

Pearlman, S., Guglielmetti, N. & Listfield, E. (2014). “Ten Rules for Effective Branded Content: Experience from Skype”, *Journal of Brand Strategy*, 3(1): 12-17.

Penpeçe, D. (2013). *Dijital İçerik Pazarlaması*, Adana: Karahan Kitabevi.

Pulizzi, J. (tarih yok). “What Is Content Marketing?”, Content Marketing Institute: <http://contentmarketinginstitute.com/whatis-content-marketing/> (Erişim tarihi 21.03.2018)

[http:// ergezer.net/icerik-pazarlamasi-content-marketing-nedir.html](http://ergezer.net/icerik-pazarlamasi-content-marketing-nedir.html) (Erişim tarihi: 20.03.2018).

A Comparative Analysis on the Information Search Behavior of Workers in the Media Sector during the Adaptation Process to the Innovations

İlknur AYDOĞDU KARAASLAN¹

1. Introduction

The Internet has also made radical changes in the media sector. Within the competitive conditions of the sector, the role of media workers in adaptation process to innovations makes it compulsory to use new communication environments. Workers from various areas of the communications industry use media opportunities that meet the demands of the globalized media industry to improve their role performance. Media workers collect information from a variety of sources, both formal and informal. The workers, who work on the internet with limitless and diversity of information are being motivated by existing product of the field and service sharing opportunities both in gathering information and improving their information search skills for professional achievement.

In this study, it is aimed to find out the use of technology and internet in which stages of their working roles of media workers in different sectors, how much they benefit from information gathering tools, the limitations that they may encounter in order to develop their working skills and the effect of internet on journalism and the accuracy of the news. All the media workers who work in newspapers, magazines, TV, radio and commercial sector in İzmir constitute the accessible universe. 218 people were included to the sample with the purposeful sampling method. Data were obtained by using the questionnaire technique from media workers in different sectors in 2017. In this study, the information technologies used by media workers during the news gathering and information production process and their tendencies to these technologies were evaluated. The independent variables are the demographic characteristics (gender, age) of the media workers, the working fields in the sector (magazines, radio, TV, newspapers, etc.), the duration of the work and the frequency of the internet usage. The use of the internet and the methods of collecting information of media workers, the perception of the influence on their professional roles when they use the internet environments and the role of internet in the accuracy of the news and the effect on journalism are studied in the dependent variables.

2. Information Search Behaviors of Media Workers on the Internet

The new communication environment has a profound impact on the media sector as in all other sectors. The frequent use of technologies and the measurability of the usage also contribute to the productivity of the sector and the performance of the workers. The active use of new media environments by workers inside and out of the company, and the unexpected

¹ Assistant Professor, Ege University-Communication Faculty Department of Journalism, ilk2002tr@hotmail.com

redirection of labor of workers during product and service production processes, provide extremely high returns for the sector. Computer-aided applications gradually make working conditions easier for media workers. Adaptation to innovations within the existing process in the media sector becomes important in terms of the competition of both workers and the institution. This is understood from the performances of the workers and the technology that they use in the production. Providing the information in the sector and changing the certain standards in the process of use and increasing the competitive environment, make the use of new communication environments compulsory. The use of technology improves activities such as quality service and information gathering and imparting in the media sector.

The use of newsrooms and new communication technologies become common today. Reporters and editors can see the strengths of the industry's transformations in their fields of work so that they can move freely between different news environments and meet the demands of the new media environment (Klinenberg, 2005: 48). The functions of each institution in the media sector are different. Therefore, the use of information technologies and new communication environments is closely related to the structure of the institution. The network structure of the institution, internet availability as well as intranet, access to these opportunities from personal computers and which technology is used during the connection between different users are important issues (Lucas, 2000:7).

The adoption and use of innovations in technology also reveals the process of interaction between economic factors and the functions of workers during news production. For this reason, innovations in social factors such as working conditions of media workers, sector organizations and professional values are influential in the adaptation period (Hermans & Vergeer, 2009: 138). Therefore, the development of technologies has changed the habits and needs of journalists. The increase in information on the internet also changes the habits of journalists to search and collect information (Nicholas, Williams, Cole & Martin, 2000:99). Journalists express that there is history of the event to develop stories, write features, and create news for the most important critical events for them. Journalists indicate the evaluation criteria of information sources as quality, accessibility, validity, ease of use, and acquaintance with the source. These criteria are given in accordance with the importance of the evaluation (Chinn, 2001:4). The information search behavior of the journalists requires the use of multiple media and resources to control the currency of the information. In the journalism sector, internet and social media are also used as news sources as well as telephone to get information (Reich, 2013: 8).

3. Conclusion

In this study, it is seen that media workers with different working roles frequently use the internet almost in every step of their career, from gathering information to reaching the source. During the information gathering step, media workers prefer to use face to face interviews, e-mails, news sources, newsroom archives, electronic archives, e-mail newscasters, news headlines, chat, instant messages, and SMS.

Media workers state that their access to the current news will be impaired, the speed of gathering information will be affected, and it will be difficult to follow the news issues and reach the newsbreaks when there is no internet. Similarly, they also indicate that it will not be possible to reach digital archives, the used news sources will be limited automatically, the information flow between the newsrooms will be affected during the news production process,

the cost of the news will increase, there is no interaction between the readers in the web environment, the data control will be affected, the creation of news ideas in the production process will be restricted, and investigative journalism will be affected adversely. Investigating media workers' attitudes towards the impact of the internet on the relations between online newspapers and readers, it is indicated that readers have the desire to use online newspapers. It is thought that the relation between readers and the media worker is important. Therefore, the development of technologies also enables readers to interact with the media sector.

The Internet provides facility to media workers with the opportunities such as news accuracy, wide resource availability, and information control. Media workers express that they are complacent with information pollution during the process of gathering information and they are have difficulty in verifying the news confirming the news in terms of the speed of the workflow and have problems afterwards. Media workers also think that the internet environment facilitates testing the accuracy of information and enriches the news agenda. It is observed that there is a significant difference between the genders of the media workers about the attitudes that the accuracy of the news facilitates the possibilities provided by the internet. Women are more likely to agree with the view than men that the opportunities provided by the Internet influence their attitudes. There is no significant relationship between the age of media workers, their working areas (newspapers, magazines, TV, radio, advertisements) and information search behaviors. There is a significant relationship between the working areas in the sector and the use of the internet. Workers who work in newspapers benefit from the internet more than those who work in TV and radio. There is a significant correlation between the working time of the media workers and the use of the internet. It is the result of developing computer literacy that media workers, especially young people, who have less than a year of work, use the internet more in search of information. There is also a significant relationship between the times of the internet usage and benefiting from internet and the methods of gathering information. It is also observed that the internet contributes to working roles. There is a significant correlation between the frequency of media workers' use of the internet and the impact of the internet on journalism and the attitudes towards the role of the internet in the verification of the news.

Keywords: Information Technologies, Media Workers, Work Performance, Information Literacy

JEL Codes: O31, O33, L82.

Yeniliklere Adaptasyon Sürecinde Medya Sektöründe Çalışanların Bilgi Arama Davranışı Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

1.Giriş

İnternet, medya sektöründe de köklü değişimler yaratmıştır. Sektörün rekabet koşulları içinde, yeniliklere adaptasyon sürecinde medya çalışanlarının çalışma rolleri yeni iletişim ortamlarını kullanmayı zorunlu hale getirmiştir. İletişim sektörünün çeşitli alanlarında çalışanlar rol performanslarını yükseltebilmek için, küreselleşen medya sektörünün taleplerini karşılayan medya olanaklarını kullanmaktadırlar. Medya çalışanları resmi veya resmi olmayan

çok çeşitli kaynaklardan bilgi toplamaktadırlar. İnternette bilginin sınırsızlığı, çeşitliliği ve alandaki mevcut ürün ve hizmet paylaşımları içinde çalışanlar, mesleki başarıları için hem bilgi toplamakta hem de bilgi arama becerilerini artırmaya motive olmaktadır.

Çalışmada, medyanın farklı sektöründe çalışanların teknolojiyi ve interneti çalışma rollerinin hangi aşamalarında kullandıklarını, bilgi toplama araçlarından ne oranda yararlandıklarını, çalışma rollerini geliştirebilmek için, karşılaşılabilecekleri sınırlılıkları, internetin gazeteciliğe ve haberin doğrulanmasına etkisi vb. hakkında bilgi edinmeyi amaçlanmaktadır. İzmir’de gazete, dergi, TV, radyo ve reklam sektöründe görev yapan medya çalışanlarının tamamı ulaşılabilir evreni oluşturmaktadır. Amaçlı örnekleme yöntemi ile 218 kişi örnekleme dâhil edilmiştir. Veriler, 2017 yılında farklı sektörlerdeki medya çalışanlarından anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Çalışmada, medya çalışanlarının haber toplama ve bilgi üretim sürecinde kullandıkları bilgi teknolojileri ve bu teknolojilere yönelimleri değerlendirilmiştir. Bağımsız değişkenler, medya çalışanlarının demografik özellikleri (cinsiyet, yaş), sektördeki çalışma alanları (dergi, radyo, TV, gazete vb.), çalışma süresi ve internet kullanım sıklığıdır. Bağımlı değişkenler ise, medya çalışanlarının internet kullanımı, bilgi toplama yöntemleri, internet ortamını kullanmamaları durumunda mesleki rollerinin etkilenme algısı, internetin haberin doğrulanmasındaki rolü ve gazeteciliğe etkisi irdelenmeye çalışılmıştır.

2. Medya Çalışanlarının İnternette Bilgi Arama Davranışları

Yeni iletişim ortamları her sektörde olduğu gibi medya sektörünü de derinden etkilemektedir. Teknolojilerin sıklıkla kullanılması ve kullanımının ölçülebilir olması, sektörün üretkenliğine ve çalışanların performanslarına da katkı sağlamaktadır. Yeni medya ortamlarının çalışanlar tarafından kurum içinde ve dışında aktif kullanılması, ürün ve hizmet üretim süreçlerinde beklenmedik şekilde çalışanın emeğinin yeniden yönlendirilmesi, sektör için son derece yüksek getiriler sağlamaktadır. Bilgisayar destekli uygulamalar medya çalışanlarının çalışma koşullarını giderek kolaylaştırmaktadır. Medya sektöründe var olan süreç içerisinde yeniliklere adaptasyon hem çalışanlar hem de kurumun rekabeti açısından önemli hale gelmektedir. Bu durum çalışanların performanslarından ve üretimlerinde kullandıkları teknolojilerde ortaya çıkmaktadır. Söz konusu sektördeki bilginin sağlanması ve kullanım sürecinde bir takım standartların değişmesi, rekabet ortamının artması, yeni iletişim ortamlarının kullanılmasını zorunlu hale getirmektedir. Teknolojilerin kullanımı, medya sektöründe kaliteli hizmet ve bilgi toplama, aktarma gibi faaliyetleri geliştirmektedir.

Haber odalarının ve yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması günümüzde yaygın hale gelmektedir. Muhabirler ve editörler, endüstrinin dönüşümlerini kendi çalışma alanlarındaki güçlü yönlerini görebilmekte, böylece farklı haber ortamları arasında özgürce hareket edebilmekte ve yeni medya ortamının taleplerini karşılayabilmektedir (Klinenberg,2005:48). Medya sektöründeki her kurumun işleyişi farklıdır. Bu nedenle bilgi teknolojilerinin ve yeni iletişim ortamlarının kullanımı, kurumun yapısıyla yakından ilişkilidir. Kurumdaki ağ yapısı, internet ve yanısıra intranet olanağının olması, kişisel bilgisayarlardan söz konusu olanaklara erişebilme, farklı kullanıcılar ve lokasyonlar arasındaki bağlantının hangi iletişim teknolojisi ile sağlandığı önemli konulardır (Lucas,2000:7).

Teknolojideki yeniliklerin benimsenmesi ve kullanılması çalışanların haber üretimindeki işleyişleri ile ekonomik faktörler arasındaki etkileşim sürecini de ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla medya çalışanlarının çalışma koşulları, sektör organizasyonları ve

mesleki değerler gibi sosyal faktörlerde yeniliklere adaptasyon döneminde etkili olmaktadır (Hermans & Vergeer, 2009:138). Bu yüzden teknolojilerin ilerlemesi gazetecilerin alışkanlıklarını ve gereksinimlerini değiştirmiştir. İnternetteki bilginin artması, gazetecilerin bilgi arama ve toplama becerilerini de değiştirmektedir (Nicholas, Williams, Cole & Martin, 2000:99) Gazeteciler kendileri için en önemli kritik olaylara hikayeler geliştirmek, özellikler yazmak ve haberler oluşturmak için olayın geçmişinin olduğunu ifade etmektedirler. Gazeteciler bilgi kaynaklarının değerlendirme kriterlerini, kalite, erişebilirlik, geçerlilik, kullanım kolaylığı, kaynağa aşinalık olarak değerlendirmektedirler. Bu kriterler değerlendirme önemliliğine göre verilmektedir (Chinn, 2001:4). Gazetecilerin bilgi arama davranışları, bilgilerin güncelliğinin kontrolü için çoklu ortam ve kaynakların kullanımını gerektirmektedir. Gazetecilik sektöründe bilgi elde etmede telefon kullanımının yanısıra haber kaynakları olarak internet ve sosyal medya da kullanılmaktadır (Reich, 2013:8).

3.Sonuç

Yapılan çalışmada, farklı çalışma rollerine sahip medya çalışanları bilgi toplamadan, kaynağa erişime kadar mesleklerinin neredeyse her aşamasında interneti sıklıkla kullanmaktadırlar. Bilgi toplama aşamasında medya çalışanları yüzyüze görüşmeyi, e-postaları, haber kaynaklarını, haber odaları arşivlerini, elektronik arşivleri, e-posta haber bültenlerini, haber başlıklarını, sohbet ve anlık mesajları, SMS kullanmayı sıklıkla tercih etmektedirler.

Medya çalışanları internet olmadığında, güncel haberlere ulaşmalarının aksayacağını, ilgi toplama hızlarının etkileneceğini, haber konularını izlemenin ve son dakika haberlere ulaşmalarının güç olacağını belirtmişlerdir. Benzer şekilde dijital arşivlere ulaşımın gerçekleşmeyeceğini kullanılan haber kaynaklarının kendiliğinden sınırlanacağını, haber üretim sürecinde haber odaları arasındaki bilgi akışının etkileneceğini, haberin maliyetinin artacağını, web ortamında okuyucular arasında etkileşimin kurulamayacağını, veri denetimini etkileyeceğini, üretim sürecinde haber fikri oluşmasının kısıtlanacağını, internet gazetecileri ile bağlantının aksayacağını, araştırmacı gazeteciliği olumsuz yönde etkileyeceğini ifade etmektedirler. Medya çalışanlarının, online gazeteler ve okuyucu arasındaki ilişkilere internetin etkisine yönelik tutumları araştırıldığında, okuyucuların online gazete kullanma talebinin olduğunu belirtmektedirler. Okuyucular ile medya çalışanı arasındaki bağlantının önemli olduğu düşünülmektedir. Dolayısı ile teknolojilerin ilerlemesi, okuyucuların medya sektörü ile etkileşimini de sağlamaktadır.

İnternet, haberin doğruluğu, geniş kaynak olanağı, bilgi kontrolü gibi sağladığı olanaklarla medya çalışanlarına kolaylık sağlamaktadır. Medya çalışanları bilgiye erişim sürecinde bilgi kirliliği ile yüzyüze geldiklerini, iş akışının temposu ve hızı içinde haberi doğrulamakta zorlandıklarını ve akabinde sorunlar yaşadıklarını ifade etmektedirler. Ayrıca medya çalışanları, internet ortamının bilginin doğruluğunu test etmeyi kolaylaştırdığını ve haber gündemini zenginleştirdiğini düşünmektedirler. Medya çalışanlarının haberin doğruluğunu internetin sağladığı olanakların kolaylaştırdığına ilişkin tutumlarla cinsiyet arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu gözlenmektedir. Kadınlar erkeklere göre internetin sağladığı olanakların, tutumlarını etkilediği konusundaki görüşe daha çok katıldıkları görülmektedir. Medya çalışanlarının yaşı ile çalışma alanları (gazete, dergi, TV, radyo, reklam) ile bilgi arama davranışları arasında anlamlı ilişki söz konusu değildir. Sektördeki çalışma alanları ile internetten faydalanmaları arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Bu durum internetin medya çalışanlarının çalışmalarına katkı sağladığını göstermektedir. Gazetelerde görev yapan çalışanlar, TV ve radyo da çalışanlardan daha çok internetten faydalanmaktadırlar.

Medya çalışanlarının çalışma süresi ile internetten faydalanmaları arasında anlamlı bir ilişki vardır. Bir yıldan az çalışma yılı olan medya çalışanlarının, özellikle gençlerin, interneti bilgi aramada daha çok kullanmaları, gelişen bilgisayar okuryazarlığının sonucudur. Çalışanların internet kullanım süreleri ile internetten faydalanmaları, bilgi toplama metotları arasında da anlamlı bir ilişki söz konusudur. Ayrıca internetin çalışma rollerine katkı sağladığı görülmektedir. Medya çalışanlarının interneti kullanım sıklığı ile internetin gazeteciliğe etkisi ve haberin doğrulanmasında internetin rolü açısından sergiledikleri tutumları arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Teknolojileri, Medya Çalışanları, İş Başarısı, Bilgi Okuryazarlığı.

JEL Kodları: O31, O33, L82.

Kaynakça

Adomi E., Obarakpor E., Akparobore D., (2005) "The Use of Information Technology (IT) by Electronic Media Workers In Delta State, Nigeria", *The Electronic Library*, Vol. 23 Issue: 3, pp.295-301, <https://doi.org/10.1108/02640470510603697>, (8.05.2018).

Alfonso G.H., Miguel R.V.(2006), Trends In Online Media Relations: Web-Based Corporate Press Rooms In Leading International Companies, *Public Relations Review*, 32, 267–275, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811106000580>, (8.05.2018).

Ansari M.N. & Zuberi N.A. (2010), Information Seeking Behaviour of Media Professionals In Karachi, *Malaysian Journal Of Library & Information Science*, Vol. 15, No. 2, August 2010: 71-84, <https://jice.um.edu.my/index.php/MJLIS/article/view/6934/4596>, (8.05.2018).

Attfield S.& Dowell J.(2003) "Information Seeking And Use By Newspaper Journalists", *Journal of Documentation*, Vol. 59 Issue: 2, pp.187-204, <https://doi.org/10.1108/00220410310463860>, (8.05.2018).

Callison C. (2003), Media Relations and The Internet: How *Fortune* 500 Company Web Sites Assist Journalists In News Gathering, *Public Relations Review*, 29, 29–41, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811102001960>, (8.05.2018).

Cassidy W.P. (2007), Online News Credibility: An Examination of the Perceptions of Newspaper Journalists, *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 ,478–498, <https://academic.oup.com/jcmc/article/12/2/478/4583013>, (8.05.2018).

Chaudhry A.S. & Al-Sagheer L. (2011) Information Behavior of Journalists: Analysis of Critical Incidents of Information Finding and Use, *The International Information & Library Review*, 43:4, 178-183, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10572317.2011.10762898>, (8.05.2018).

Chinn, L. (2001). *The Information Seeking Behavior and Needs of Journalists In Context. Master Dissertation*, University of North Carolina at Chapel Hill, North Carolina, <https://ils.unc.edu/MSPapers/2659.pdf>, (8.05.2018).

Chunge D.S., Kim E., Trammell K.D., Porter L.V. (2007) Uses and Perceptions of Blogs: A Report on Professional Journalists and Journalism Educators, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769580706200306>, (8.05.2018).

City University –Department of Information Science, (1998), *Journalism and Internet*, (Mentioned by Uçak, N., Al U.(2000), Information Seeking Behaviours on the Internet, *Turkish*

librarianship , 14(3), 317-331, <http://www.tk.org.tr/index.php/TK/article/view/803>, (8.05.2018).

Deuze, M. (2004). What Is Multimedia Journalism? *Journalism Studies*, 5(2), 139–152, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670042000211131>, (8.05.2018).

Dumlao R and Duke S (2003) The Web and E-Mail In Science Communication. *Science Communication* 24(3): 283–308, <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1075547002250297>, (8.05.2018).

Fortunati L., Sarrica M. O’Sullivan J., Balcytiene A., Harro-Loit H., Macgregor P., Roussou N., Salaverr’ia R., Luca F. (2009), The Influence of the Internet on European Journalism, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 , 928–963, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2009.01476.x>, (8.05.2018).

Garrison B. (1997) Online Services: Internet In 1995 Newsrooms. *Newspaper Research Journal* 18(3–4): 79–93, <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/073953299701800306>, (8.05.2018).

Garrison B.(1999), *Journalists’ Perspectives on Online Information Information-Gathering Problems*. Paper presented to AEJMC Southeast Colloquium, Lexington, KY, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.499.1000&rep=rep1&type=pdf>, (8.05.2018).

Garrison, B.(2000), *Journalists’ Perceptions on Online Information-Gathering Problems*, op. cit; L. Roka, Navigating In a Web of Deceit, *The Quill* 88 (2), pp. 19–20, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.499.1000&rep=rep1&type=pdf>, (8.05.2018).

Garrison, B. (2003). How Newspaper Reporters Use The Web To Gather News. *Newspaper Research Journal*, 24(3), 62–75, <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/073953290302400305>, (8.05.2018).

Granado A.(2011), Slaves To Journals, Serfs To The Web: The Use of The Internet In Newsgathering Among European Science Journalists, *Journalism*,12(7) 794–81, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884911412702>, (8.05.2018).

Hachigian D.& Hallahan K.(2003), Perceptions of Public Relations Web Sites By Computer Industry Journalists, *Public Relations Review*, (29), 43–62, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811102001959>, (8.05.2018).

Hermans L.& Vergeer M.(2009), Internet In The Daily Life of Journalists: Explaining The Use of The Internet By Work-Related Characteristics And Professional Opinions, *Journal of Computer-Mediated Communication* ,15, 138–157, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1083-6101.2009.01497.x>, (8.05.2018).

Johnson T.J., and Kaye B.K. (1998), Cruising is Believing: Comparing Internet And Traditional Sources On Media Credibility Measures, *JEMC Quarterly*, Summer, Vol 75, No.2, 325-340, <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2012/09/Journalism-Mass-Communication-Quarterly-1998-JohnsonKaye-325-340.pdf>, (8.05.2018).

Klinenberg E.(2005), Convergence: News Production In a Digital Age, *Annals, Aapss*, January, 597,, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.829.4582&rep=rep1&type=pdf>, (8.05.2018).

Lewis W., Agarwal R., Sambamurthy V. (2003), Sources of Influence on Beliefs about Information Technology Use: An Empirical Study of Knowledge Workers, *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 4 (December), pp. 657-678, URL: <http://www.jstor.org/stable/30036552>, (8.05.2018).

Low, L. (2000), *Economics of Information Technolog*, Singapore, Singapore University Press, <http://b-ok.org/>, (8.05.2018).

Lucas H.C. (2000), *Information Technology For Management*, USA, McGraw-Hill Companies, <http://b-ok.org/>, (8.05.2018).

Machill M., & Beiler M. (2009) The Importance of The Internet For Journalistic Research, *Journalism Studies*, 10:2, 178-203, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700802337768>, (8.05.2018).

Nicholas, D. Williams P., Cole P., Martin H., (2000) "The Impact of The Internet On Information Seeking In The Media1", *Aslib Proceedings*, Vol. 52 Issue: 3, pp.98-114, https://www.researchgate.net/publication/235293107_The_impact_of_the_Internet_on_information_seeking_in_the_Media1, (8.05.2018).

Önal İ. (2008), Assessment of Journalists' Information Needs and Seeking Behaviour in Turkey, *Knowledge World*, 2008, 9(2):286-314, <http://bd.org.tr/index.php/bd/article/download/325/330>, (8.05.2018).

Reich Z. (2013), The Impact of Technology on News Reporting: A Longitudinal Perspective, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(3) 417– 434, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1077699013493789>, (8.05.2018).

Sweetser K.D., Porter L.V. Chung D.S. & Kim E. (2008), Credibility and The Use Of Blogs Among Professionals In The Communication Industry, *Jemc Quarterly*, Spring, Vol. 85, NO. 1, 169-185, https://www.researchgate.net/profile/Lance_Porter/publication/242100941_Credibility_and_the_Use_of_Blogs_among_Professionals_in_the_Communication_Industry/links/02e7e528d110ebecb000000/Credibility-and-the-Use-of-Blogs-among-Professionals-in-the-Communication-Industry.pdf, (8.05.2018).

Uçak, N., Al U. (2000), Information Seeking Behaviours on the Internet, *Turkish librarianship*, 14(3), 317-331, <http://www.tk.org.tr/index.php/TK/article/view/803>, (8.05.2018).

Wilson, T. D. 2000. Human Information Behavior. *Information science*. Vol. 3, No. 2:49-56, https://www.researchgate.net/profile/Tom_Wilson25/publication/270960171_Human_Information_Behavior/links/57d32fe508ae601b39a42875/Human-Information-Behavior.pdf, (8.05.2018).

Toplumsal Cinsiyet ve Yerel Siyaset Ekseninde Türkiye’de Kadın Belediye Başkanları

Abdullah ELMAS¹, Hüseyin YILMAZ²

1. Giriş

Günümüzde feministler ve kadın hareketi eylemcilerince eril olarak görülen siyaset, kadına yönelik ayrımcılığın en yoğun yaşandığı alanlardan biridir. Kadın hareketleri açısından dönüm noktası olan 1789 Fransız İhtilali bir dönüm noktası olsa da ihtilalin ilkeleri kadını içine almamış ve cinsler arası eşitsizliği devam ettirmiştir. Hatta kadınların ihtilal öncesi sahip oldukları hakların bile ellerinden alındığı görülmüştür (Tekeli,1982). Toplantı yapmaları, dernek kurmaları yasaklanan ve mevcut dernekleri kapatılan kadınların hak aramalarının da suç haline geldiği görülmektedir. 1791 Anayasasının kabulünden önce tüm kadınlara eşit oy hakkı tanınmasını isteyen ve yazdığı “Kadın Hakları Beyannamesini” Kral 16. Louis’ye ve Kraliçe Marie Antoinette’ye gönderen Olympe de Gouge, yeni anayasaya rağmen hak taleplerini durdurmamış ve 1793 yılında “Madem ki kadına giyotine çıkma hakkı veriliyor, öyleyse kürsüye çıkma hakkı da verilmelidir” savını ileri sürmüştür. Sonuçta, bu haklardan birini kazanmıştır da. De Gouge oybirliğiyle giyotine gönderilmiştir. (Çakır, 1996: 19).

İzleyen yıllarda değişik bir boyut kazanan kadın hareketleri özellikle sanayi devrimi ve kapitalizm ile yeni bir başkaldırı olarak yeni bir sürece girmiştir. Kadın hareketi İngiltere’de orta sınıfın liderliğinde oy hakkı talebine dönüşürken, Fransa ve Almanya’da işçi sınıfı kadınlarının talepleri olarak ortaya çıkmıştır. Öte yandan 1970’li yıllara kadar süren feminist hareketlere bakıldığında erkekler ile kadınların eşit olduğunu ve kadın erkek arasında hiçbir fark bulunmadığını iddia etmişlerdir. 1970’lerden sonra ise feministler erkeklerle aynı standartlara sahip olmayı reddederek kadın kimliğine uygun yeni standartların belirlenmesini istemişlerdir (Çayır 2000, 48; Suman 2000, 80-81; Gülendam 2001: 94).

Türkiye’de cinsiyet rolleri, kadın-erkek eşitliği ve kadın haklarına ilişkin problemler, bir taraftan uluslararası standartlara oldukça uyumlu görünürken, öte yandan çağdaş toplumlarda kabul edilemeyecek bazı ayrımcılıkları ve hak ihlali niteliği taşıyan uygulamaları içermektedir (Acar, 2010). Türkiye’de cumhuriyetin ilanından sonra birçok reform gibi kadın haklarına yönelik gerçekleştirilen reformların da çok kısa zaman dilimine sıkıştırıldığı görülmektedir. Ayrıca Türkiye pek çok ülke ile benzer bir anlaşma ile katılım sağlamış olmasına rağmen uluslararası istatistiklere bakıldığında Türkiye’nin durumunun pek de iç açıcı olmadığı görülmektedir (Aydemir & Aydemir, 2011:9). Bu durumun en önemli nedeni, mevzuata yönelik düzenlemelerin toplumsal alt yapısının oluşturulamamasıdır. Türkiye Cumhuriyeti’nde kadınlara 1930 yılında belediye seçimlerine, 1933 yılında muhtarlık ve ihtiyar

¹ Öğretim Görevlisi, Siirt Üniversitesi Yerel Yönetimler Bölümü, abdullahelmas@siirt.edu.tr

² Doktora Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, kadir_yilmaz@hotmail.com.tr

Heyeti üyeliğine, 1934 yılında ise genel seçimler için aday olma ve oy kullanma hakkı tanınmıştır. Türkiye’de kadınlar siyasi haklarını eşde etmeleri tablo 1’de de görüleceği üzere batılı ülkelerden çok erken elde etmiş ama seçmenin önüne aday olarak çıkma özgürlük ve güvenini elde edememiştir (Çağlar, 2011: 63). Dünyada kadınların seçme ve seçilme haklarını kazandıkları yılları incelemek bu durumu daha anlaşılır kılacaktır.

Tablo 1: Dünyada Kadınların Seçme ve Seçilme Haklarını Kazandığı Yıllar

1893 Yeni Zelanda	1902 Avustralya	1906 Finlandiya	1913 Norveç
1915 Danimarka İzlanda	1918 Avusturya Almanya Rusya	1919 Belçika Lüksemburg İsveç Hollanda	1920 Cezayir Çek Cumhuriyeti ABD
1928 İngiltere İrlanda	1929 Ekvator Romanya	1930 Güney Afrika	1931 Portekiz İspanya
1934 Brezilya Küba Türkiye	1944 Bulgaristan Fransa	1945 İtalya Japonya	1946 Yugoslavya Venezuela
1947 Arjantin Meksika	1948 İsrail Nijerya	1949 Çin	1950 Hindistan
1952 Yunanistan Lübnan	1956 Mısır	1959 Tunus	1960 Kıbrıs
1963 İran	1971 İsviçre		

Kaynak: Kovanlıkaya, 1999: 47

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de yerel yönetimler özelinde kadın belediye başkanlarının, seçme ve seçilme hakkını elde ettikleri 1930 yılından günümüze kadar ki siyasi

profillerinin çıkarılması; bahsedilen kuramsal çerçeve ve bu çalışmayla elde edilen veriler ışığında kadın belediye başkanlarının Türkiye’de yerel yönetimler düzleminde özgün bir dönüşüm gerçekleştirip gerçekleştirilemediklerinin irdelenmesidir.

Araştırma kapsamında Belediye başkanlığı bağlamında, Türkiye’de yerel seçimleri tarihsel olarak tasnif etmek gerekirse, bu süreç iki dönemde incelenecektir. Şöyle ki 1913-1963 yılları arasında Belediye başkanlığı seçimleri, iki dereceli olarak, yani ilkin çoğunluk sistemi bağlamında seçilen belediye meclis üyeleri, sonrasında da bu üyeler tarafından seçilen belediye başkanları şeklinde gerçekleştirildiğinden, verili statü ya da atama bağlamında kadın belediye başkanları olarak ve 1963’ten günümüze değin ise belediye başkanlığı seçimleri tek dereceli bir sistem temel alınarak gerçekleştirildiğinden kazanılmış statü ya da doğrudan seçim bağlamında kadın belediye başkanları bağlamında değerlendirilecektir.

2. Sonuç

Dünyada kadın hareketleri ile radikal siyaset ile beslenerek bugünkü konuma gelmiştir. Türkiye’deki kadın hareketlerinin tarihine bakıldığında II. Meşrutiyet ile başlayan kadın hareketleri cumhuriyetin ilanı ile Kadınlar Halk Fırkası gibi çeşitli örgütlenmelerle devam etse de dünyadaki seyrin gerinde kalmıştır. Dünyada kadın hareketleri sol partilerle kendine yaşam alanı bulurken Türkiye’de dünyanın aksine sol partiler yerine doğu ve güneydoğuda milliyetçilik söylemleri ağır basan bir parti güçlenmesi dikkat çekicidir. Türkiye’de kadın hareketlerinin ve siyasal alanda kadın temsiline doğu ve güneydoğu Anadolu bölgelerinde ağır basması Kürt milliyetçiliği yapan ve zaman zaman çeşitli sebeplerle isim değiştiren bir partide olmasının en temel nedeni bu parti ya da partilerin Marksist-Leninist ideolojiyi benimseyen bölücü terör örgütü PKK ile organik bağının olması ve bu partilerin terör örgütü ideolojisini benimseyen bir parti olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca 1960’lı yıllardan sonra Başta Almanya olmak üzere Avrupa’ya göç eden Kürtlerin bu ideolojiyi maddi ve manen desteklemesi kadın hareketlerinin Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde daha yaygın olmasına neden olduğu söylenebilir.

Türkiye’de kadınların siyasal yaşamda temsiline önündeki engellere bakıldığında kadınların aktif siyasete girmesi için gerekli olan güç, para, deneyim, eğitim ve güçlü bağlantılardan yoksun olduğu görülmektedir. Ayrıca Türkiye’de siyasi tarihe bakıldığında eril olarak başlayan siyasette yerel siyasette boy gösteren kadınların erkek egemenliğinden ayrışamadıkları ve dolayısıyla siyasette kadınlara özgü dönüşümü gerçekleştirilemedikleri görülmektedir. Ara sıra bazı siyasi partiler kadın seçmenlerin oylarını çekebilmek için ve modern bir görünüm sergilemek için tabiri caizse “vitrin kadını” olarak kadınları aday göstermektedir.

Öte yandan kadınların yerel siyasette temsili kentten kırlara doğru daha da azalma eğilimi göstermektedir. Bunun en temel nedeni ise kırdaki yapıya göre daha baskın olması ve özellikle beldelerde kadının klasik anlayış gereği ev işlerinden sorumlu olması rol ve misyonu yüklendiği söylenebilir. Peki, Türkiye yerel yönetimlerde kadın temsiline artması ve kadına özgü dönüşümlerin gerçekleşmesi için ne gibi stratejiler izlemelidir?

Öncelikle yerel yönetimlerde görev alacak kadınlara gerekli eğitimler verilerek bilgi ve tecrübeleri artırılmalıdır. Bir diğer uygulama ise kota uygulaması olarak adlandırılan Uluslararası kadın hareketlerince öne sürülen ve BM’nin de onayladığı “%30’lık asgari temsil eşiği” hedef olarak alınmalıdır. Bunun için kadınlara pozitif ayrımcılık yapılması ve parti kotalarıyla hatta gerekirse yasal veya anayasal kotayla desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca

kadınlarda örgütlenme bilinci oluşturulmalıdır. Doğu ve güneydoğuda meşruluktan çıkan Kadın hareketlerinin meşru bir zemine oturtulması için Türk vatandaşlığı bilincinin bu bölgedeki insanlara aşılması gerekir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, Feminizm, Siyasal Katılım, Yerel Yönetimler, Yerel Seçimler

JEL Codes: Y80

Kaynakça

Acar, F. (2010). *“Türkiye’de Kadınların İnsan Hakları: Uluslararası Standartlar, Hukuk ve Sivil Toplum”*, içinde Gökçiçek Ayata, Sevinç Eryılmaz Dilek ve Bertil Emrah Oder (Der.) Kadın Hakları: Uluslararası Hukuk ve Uygulama, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, ss. 13-22.

Akpınar, H.(2006). *28 Şubat: Postmodern Darbenin Öyküsü*, İstanbul: Birharf Yayınları.

Artvinli, T. (2000) *Yusufeli*, Ankara: Yusufeli Kaymakamlığı Yayını.

Aslan, M. (2009). *Erillikten Dişiliğe Türkiye’de Kadın Belediye Başkanlığı*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Aydemir, D. ve Aydemir, E. (2011). *Türk Siyasetinde Kadınlar: Çok Oluyoruz!*, Ankara: USAK Yayınları.

Bayramoğlu, A.(2001). *28 Şubat / Bir Müdahalenin Güncesi*, İstanbul: Birey Yayınları.

Çağlar, N. (2011). Kadının Siyasal Yaşama Katılımı ve Kota Uygulamaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 56-79.

Çakır, S. (1996). *Osmanlı Kadın Hareketi*, 2. Basım, İstanbul: Metis Yayınları.

Çayır, K. (2000). *“İslamcı Bir Sivil Toplum Örgütü: Gökkuşuğu İstanbul Kadın Platformu”, İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri Bir Atölye Çalışması*, (Editör: Nilüfer Göle). İstanbul: Metis Yayınları. s. 41-68.

Çitçi, O. (2001). *Yerel Seçimler Panoraması: 1963-1999*, Ankara: TODAİE Yayınları.

Gerges, F. (1998). *Amerika ve Siyasal İslam*, İstanbul: Anka Yayınları.

Gülendam, R.(2001). “The Development of a Feminist Discourse and Feminist Writing in Turkey”, *Kadın/Women 2000 Journal for Woman Studies*. S.1. C. 2. s. 93-116.

Kahraman, H.B. (2008). *Türk Siyasetinin Yapısal Analizi-I: Kavramlar, Kuramlar, Kurumlar*, İstanbul: Agora Kitaplığı.

Kırışık, F. & Sezer, Ö. (2006). “Türk Anayasalarında Yerel Yönetimler”, *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, C.15 S. 2, SS. 5-30.

Kovanlıkaya, Ç. (1999). *1980 Sonrası Türkiye’de Politik Alanda Kadınlar ve Kadın Politikası*. İstanbul.

Kreiser, K Neumann, C.K. (2008). *Küçük Türkiye Tarihi*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Mahçupyan, E.(1998). *Radikal Yazılar I*, İstanbul: Yol Yayınları.

Özbudun, E. (1991). *Türk Anayasa Hukuku*, Ankara: Yetkin Yayın.

Özdemir, H. (1995). *“Siyasal Tarih, Türkiye Tarihi: Çağdaş Türkiye 4. Cilt* (Ed: Sina Akşin), İstanbul: Cem Yayınevi.

Suman, D. (2000). *“Feminizm, İslam ve Kamusal Alan”* (Editör: Nilüfer Göle) *İslam’ın Yeni Kamusal Yüzleri Bir Atölye Çalışması*, İstanbul: Metis Yayınları, s.68-93

Tekeli, Ş. (1982). *Kadınlar ve Siyasal Toplumsal Hayat*, İstanbul: Birikim Yayınları.

Yaylı, H. (2015). “Türkiye’de Mahalli İdarelerin Tarihi Gelişimi”, içinde Yerel Yönetimler (Ed: Kemal Görmez), Ankara: Orion Kitabevi. s. 27-81.

Yaylı, H., & Eroğlu, G. (2015). Yerel Katılım Bağlamında Türkiye’de Kadın Temsili. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3(Special Issue 3), 504-524.

www.euractiv.com. (2008, Aralık 19). Yerel Yönetimlerde Kadın Oranında Avrupa'nın En Gerisindeyiz. Mayıs 11, 2018 tarihinde www.euractiv.com: <http://www.euractiv.com.tr/yerelyonetimler-ve-ab/article/yerel-yonetimlerde-kadin-oraninda-avrupanın-en-gerisindeyiz003878> adresinden alındı

Osmanlı Devleti'nde İmar İşleri (1453-1923)

Abdullah ELMAS¹, Mahir ÖZHAN²

1.Giriş

Osmanlı Devleti'nde imar işleri İstanbul'un fethiyle başlamıştır. Başlangıçta mimarbaşı, şehremini ve daha sonraları imar müdürü tarafından kimi zaman ayrı ayrı ve kimi zaman ortaklaşa olacak şekilde yerine getirilmiştir. 1868 yılından sonra ise imar işlerinin beledi bir hizmet olduğu anlaşılacak şekilde Nafia Nezareti (Bayındırlık Bakanlığı)'nden alınarak Emanet teşkilatına devredilmiştir. Başlangıçta İstanbul'un imar işleri ile sınırlı tutulan Ebniye Nizamnamesi (1848) 1864'e kadar yürürlükte kalmış bu tarihten sonra çıkarılan "Turuk ve Ebniye Nizamnamesi (Yollar ve Yapılar Tüzüğü) ile sadece İstanbul değil imparatorluğun her yerinde uygulamaya konulan yasal düzenleme süreçleri ve uygulamaları başlamıştır. Bu çalışmada Osmanlı devletinde imar ve planlama çalışmalarının tarihsel bağlamda çözümlemesi yapılacaktır. Bu amaçla Osmanlı Devleti'nde imar işlerinden sorumlu kişiler, imar işleriyle ilgili çıkarılan yasal düzenlemeler ve uygulamalar kronolojik olarak karşılaştırılmalı olarak irdelenecektir.

Mimarbaşılar padişahlara özel sarayları, camileri ve diğer hayır eserleri ile imar faaliyetlerini yürütmekle birlikte savaş zamanlarında ordu ile savaşa katılıp yıkılan kaleleri ve tahrip edilmiş olan köprüleri tamir ederlerdi. Ayrıca büyük yapıların inşaatı bitinceye kadar bina eminleri³ tayin edilir veya istihdam edilirdi. Mimarbaşılardan emri altında; baş mimar, mimar-ı sâni gibi ikinci derecede mimarlar olduğu gibi birçok kethüda ve çavuş gibi ücretli çalışan kişiler bütün gün atlar üzerinde İstanbul'u dolaşarak taşra sınırlarına, yol üzerine veya garip ve fakir bir kimsenin arsasına ev yapanların evlerini yıkmakla görevliydi.

İstanbul'da bir bina yaptıracak olan kişiler mutlaka mimarbaşından izin almak zorunda idiler. Ayrıca mimarbaşılardan başka kamu binalarını yapmakla görevli bir diğer kişi ise şehreminlerdi. Osmanlı'da zamanla mimarbaşılar şehreminlerin şehreminler de mimarbaşılardan görevlerini ve yetkilerini devraldıkları görülmektedir. Öte yandan Kireççiabaşı, anbar müdürü, anbar birinci kâtibî, tamirat müdürü hem mimarbaşının hem de şehreminin emri altındaydı.

Mimarbaşılar bendler ve suyolları inşaatı ile kaldırımların tamirinden sorumlu kişilerdi. Ayrıca mimarbaşılar arazilerin paylaşılmasında anlaşmazlık çıkarsa bu anlaşmazlıkları çözmekle sorumluydular. İstanbul'un fethinden sonra yetişen çok değerli mimarlar büyük ve güzel eserler ortaya çıkarmışlardır. Fatih'in mimarı Ayas, Bayezid'in mimarı Kemaleddin, Süleymaniye Şehzade ve diğer büyük yapıların mimarı Sinan, Yeni Caminin ilk mimarı Kasım ve bu camiyi tamamlayan Mustafa, Sultan Ahmed mimarı Mehmet hayırla yad edilecek büyük

¹ Öğretim Görevlisi, Siirt Üniversitesi, abdullahelmas@siirt.edu.tr

² Öğretim Görevlisi, Siirt Üniversitesi, mahirozhan@hotmail.com

³ Padişah ve yakınları tarafından kamu yararına yaptırılan binaların inşa ve tamir işlerine bakmakla görevli kimseye verilen unvan.Bina eminliği bir memuriyet veya bir makam değildi. Gerekli hallerde, başka görevlerde bulunan veya emekliye ayrılmış, güvenilir ve işten anlar yüksek dereceli memurlar bina eminliğine getirilirdi.

mimarlardandır. Osmanlı da daha sonraları Müslüman mimarlar önemini kaybetmiş ve gayrimüslim imarlar ön plana çıkmıştır. Örneğin Laleli ve Nurosmaniye camilerine Simyon Kalfa inşa etmiş ve daha sonraki binaları da bunun öğrencisi olan Komyanos Kalfa inşa etmiştir. Mimar Sinan in çıraklarından olan Rafeal adında Yahudi bir mimarda yine eserler meydana getirmiştir.

Osmanlı da inşaat ve imar işleri ile mimarbaşılar ve şehreminler 1830'lu yıllara kadar birlikte sorumlu iken 1832 yılında şehreminlik ve mimarbaşılık kaldırılıp bunların yerine "Ebniye-i Hassa Müdürlüğü" adıyla yeni bir memuriyet ihdas edilmiştir. İlk Ebniye-i Hassa Müdüriyetine eski mimarbaşılardan Abdülhalim Efendi tayin edilmiştir. Bu kişi daha sonraları harem-i Şerifteki inşaatla görevlendirilmiş ve 1863'te Hicaz da vefat etmiştir.

Osmanlı'da Ebniye (İmar) İdaresi Teşkilatının varlığına rağmen İstanbul'da inşaat ve yapı işleri istenilen seviyede olmaması ancak 1866 yılında dikkatleri çekmiş ve o sırada meydana gelen iki olay Islahat-Turuk Komisyonu kurulmasına vesile olmuştur.

Bu olaylardan birincisi Reşit Paşa, Fuad Paşa ve Ali Paşa gibi Tanzimat döneminin devlet adamlarının Avrupa devletlerini ziyaretleri sırasında bu devletlerin şehirlerinde gördükleri düzen ve intizamın İstanbul'da olmaması diğer olay ise zeyrek akıllı ve yaşlı biri olan Hoca Paşa'nın sebep olduğu ve İstanbul'un büyük bir kısmının yanması sonucu imar ve restorasyon çalışmalarının yapılması zorunluluğudur.

2. Sonuç

Avrupa'da 1848 yılından daha önceleri başlayan kent planlaması kavramı, Osmanlı imparatorluğuna oldukça sınırlı bir şekilde gelmiştir. 1842 yılında Moltke, kentle ilgili imar İstanbul'un ilk imar planını tamamlamıştır. Moltke'nin hazırlamış olduğu bu plan Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk imar mevzuatı olan 1848 tarihli "Ebniye Nizamnamesine" öncülük etmiştir. Daha sonra bu Nizamname 1882 tarihli "Ebniye Kanunu" çıkarılması ile kadük olmuştur. Ebniye Kanunu, Osmanlı imparatorluğunun ilk imar kanunu olup, belediyelerin imar faaliyetleriyle ilgili düzenlemelere yer verdiği gibi imara yeni açılacak arazilerin sahiplerinin sorumluluklarını da göstermekteydi. Osmanlı imparatorluğunun son döneminde yapılan kent imar planlamaları, daha çok harita mühendisliğinin gelişmesine yardımcı olan bir özellik göstermiştir denilebilir. Osmanlı imparatorluğunda, özellikle İstanbul'un imarı işiyle uğraşmak için "şehremaneti", "intizam-ı şehir Komisyonu", "Islahat-ı Turuk Komisyonu" gibi çeşitli komisyonlar kurulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Devleti, İmar işleri, mimarbaşılık, şehremini, imar mevzuatı ve uygulamaları.

JEL Kodları: H83

Preservation of The Values on Which The European Union Is Based

Mehmet Hanifi BAYRAM¹

Abstract

The Lisbon Treaty has set the values on which the Union is founded in Article 2 of the TEU. Article 7 of the TEA foresees two different procedures for the protection of values. The first procedure has a preventive character and it is about determining if there is a clear risk of a serious breach by a Member State of the values referred to in Article 2. The second procedure is for determining the existence of a serious and persistent breach by a Member State of the values referred to in Article 2. In this study, we will refer to these procedures brought by Article 7 of the EU Treaty. In addition, a new mechanism proposed by the European Commission, which has complemented the measures of Article 7 to protect the rule of law in the EU, will be examined. Finally, it will focus on the option of an infringement case in case of a violation against member states that violate EU values.

Keywords: European Union, Fundamentals Values, Rule of Law, Control, Violation

Avrupa Birliği'nde Temel Değerlerin Korunması

Özet

Avrupa Tek Senedi ile üye devletler “kendi anayasaları ve yasaları ile Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS) ve Avrupa Sosyal Şartı'nda tanınan temel haklar ve özellikle özgürlük, eşitlik ve sosyal adalet temelinde demokrasiyi geliştirmek için beraber çalışmaya kararlı” olduklarını belirtmişlerdir (Dibace, par. 3). Avrupa Birliğini kuran Maastricht Andlaşması'nın dibacesinde üye devletler, “özgürlük, demokrasi ve insan hakları, temel özgürlükler ile hukuk devletine saygı ilkelerine bağlı” olduklarını teyit etmişlerdir (par. 3). Aynı Andlaşma F maddesinin 2. fıkrası ise Birliğin, “AİHS ile garanti altına alınan ve üye devletlerin ortak anayasal geleneklerinden kaynaklanan temel haklara, Topluluk hukukunun genel prensipleri olarak saygılı” olacağını düzenlemiştir (Avrupa Birliği Andlaşması (ABA), m. F/II; ABA, m. 6/II olmuştur). Bu hüküm ile birlikte, “ATAD)/ABAD tarafından yıllar içerisinde geliştirilen içtihat zincirinde tanımlanan temel haklar konusundaki kaynaklar, ilk defa normatif anlamda AB hukuku içerisine dahil edilmiştir.”. Ancak, bu madde ATAD'ın yargı yetkisinin dışında bırakılmıştır. Amsterdam Andlaşması ile önemli bir aşama kat edilmiştir, zira Andlaşmanın eklediği yeni düzenleme ile Birliğin, “üye devletlerce müştereken kabul edilmiş

¹ Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Milletlerarası Hukuk Anabilim Dalı (mehmethanifi.bayram@hotmail.fr)

olan özgürlük, demokrasi, insan haklarına ve temel özgürlüklere saygı ve hukukun üstünlüğü ilkeleri üzerine kurulu” olduğunu açıkça belirtmiştir. (ABA, m.6/I). Böylece, AB’nin dayandığı bu ilkeler aday devletler için üyelik kriterine dönüşmüştür (ABA, m.49). Bu ilkeleri ihlal eden üye devletler için ise, birtakım siyasi yaptırımlar öngörülmüştür (ABA, m. 7). Ayrıca, ABA’nın 6. maddesinin 2. fıkrası kapsamında, Birliğin temel hak ve özgürlüklere riayet edip etmediği hususu Divan’ın denetimine bırakılmıştır (ABA, m. 46, d).

AB birincil hukukta yer verilen yukarıda belirtilen ilkeler Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı’nın (ABTHŞ)dibacesinde değerlere dönüştüğünü belirtmekte fayda vardır. Şart’ın etkisiyle Lizbon Andlaşması, ABA’nın 2. Maddesinde Birliğin dayandığı değerleri düzenlemiştir. Bu düzenlemenin temelini Avrupa Birliği Anayasa Andlaşması Taslağı’nın I-2. maddesinin oluşturduğunu belirtmek gerekir. ABA’nın 2. maddesine göre, “Birlik, insan onuruna saygı, özgürlük, demokrasi, eşitlik, hukukun üstünlüğü ve azınlıklara mensup kişilerin hakları da dahil olmak üzere insan haklarına saygı değerleri üzerine kuruludur”. Bunun dışında, Lizbon Andlaşması, değerlerin korunmasına yönelik siyasi yaptırım mekanizmasını birtakım değişikliklerle ABA’nın 7. maddesinde korumuştur. Aynı şekilde, aday devletlerin denetimi de 2. maddede belirtilen değerlere göre yapılacaktır (ABA, m. 49). ABA’nın 7. maddesinde düzenlenen üyelikten çıkarmaya kadar varmayan bu yaptırımlar, Avrupa Konseyi, Birleşmiş Milletler gibi diğer uluslararası örgütlerin düzenlemelerinden esinlenmiştir (Birleşmiş Milletler Şartı, m. 5, m. 6 ve m. 19). Benzer bir düzenleme önerisinin Avrupa Parlamentosu tarafından 1984 yılında Spinelli Projesinde yapıldığı bilinmektedir. Bu proje, temel hakları veya demokratik ilkeleri ciddi ve sürekli ihlal eden devletlere karşı AB organlarına katılımı askıya almaya varan bir yaptırım sistemi içermekteydi. Bu durumda, ABA’nın 7. maddesinin metninin Spinelli Projesinden esinlendiği söylenebilir.

Lizbon Andlaşması ile yeniden düzenlenmiş hali ile ABA’nın 7. maddesi değerlerin korunmasına ilişkin iki farklı prosedür öngörmektedir. Birincisi, önleyici bir niteliği olup Birliğin değerlerinin (ABA’nın 2. maddesinde belirtilen değerlerin) bir üye devlet tarafından ciddi biçimde ihlaline yönelik açık bir riskin (varlığını tespitine) bulunup bulunmadığının tespitine ilişkindir. İkincisi, AB değerlerinin (ABA’nın 2. maddesinde belirtilen değerlerin) üye devlet tarafından ciddi ve sürekli biçimde ihlal edildiği durumlara ilişkindir. Bu çalışmada, insan onuruna saygı, özgürlük, demokrasi, eşitlik, hukukun üstünlüğü, azınlık haklarına ve insan haklarına saygı gibi değerlerin üye devletler tarafından ihlal edilmesini önlemek üzere AB Antlaşması’nın 7. maddesinin getirdiği yukarıda belirtilen iki prosedüre değinilecektir. Ayrıca, AB’de hukukun üstünlüğünü korumaya yönelik 7. maddenin tedbirlerini tamamlayan Avrupa Komisyonu’nun önerdiği yeni bir mekanizma incelenecektir. Son olarak da AB değerlerini ihlal eden üye devletlere karşı ihlal davası seçeneği üzerinde durulacaktır.

Önleyici nitelikteki ilk prosedür, Avusturya krizinden sonra Nice Andlaşması ile ABA’nın 7. maddesine eklenmiştir. ABA’nın 7. Maddesinin I. fıkrasında öngörülen önleyici mekanizmaya ilişkin süreci başlatma yetkisi üye devletlerin üçte birine, Avrupa Parlamentosu’na ve Avrupa Komisyonu’na tanınmıştır. Bu süreç, gerekçeli bir öneri ile ihlal saptamasına yönelik olarak başlatılabilir. Üye devletlerin üçte biri, Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Komisyonu eşit olarak inisiyatif hakkına sahip olsalar da Komisyon’un Andlaşmaların bekçisi olarak daha aktif bir rol alması beklenir. Ayrıca, ABA’nın 11. maddesinin IV. fıkrasında düzenlenen yurttaş girişimi de Komisyonu harekete geçirebilir.

Bir önceki prosedürden bağımsız olan bu prosedürün işletilmesi için, ihlal riskine ilişkin bir ön tespit yapılmasına gerek yoktur. 7. maddenin II. fıkrasına göre, Avrupa Konseyi, üye devletlerin üçte birinin veya Avrupa Komisyonu’nun önerisi üzerine ve Avrupa

Parlamentosu'nun muvafakatini aldıktan sonra ABA'nın 2. maddesinde belirtilen değerlerin bir üye devlet tarafından ciddi ve sürekli biçimde ihlal edildiğini oybirliğiyle tespit edebilir.

Son dönemlerde AB'ye üye devletlerde hukukun üstünlüğü ilkesinin, demokrasinin ve temel hak ihlallerinin gündeme gelmesi nedeniyle Avrupa Komisyonu, AB'de hukukun üstünlüğü ilkesini korumaya yönelik yeni tedbirler almak zorunda kalmıştır. Bu çerçevede, Komisyon 11 Mart 2014 tarihinde, hukukun üstünlüğü ilkesini sistematik tehditlere karşı bir koruma mekanizması öngören bir teklif sunmuştur. Bu yeni sistemin, AB hukukunun üye devletlerce ihlal edilmesi durumunda harekete geçirilen "ihlal prosedürü" (ABA, m. 258-259-260) ile AB Antlaşması'nın 7. maddesinde yer alan prosedürü tamamlayıcı nitelikte olduğu belirtilmektedir.

Yukarıda değinilen prosedürler yanında, ABA'nın 2. maddesinde belirtilen değerleri ihlal eden üye devletlere karşı AB'ın 258-260. maddelerinde düzenlenen ihlal davasına başvurulması mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Temel Değerler, Hukukun Üstünlüğü, Denetim, İhlal

Kaynakça

- ARSAVA Fusun, "Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı", Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, Cilt:3, No: 1, 2003, s. 3.
- BAYKAL Sanem, GÖÇMEN İlke, **Avrupa Birliği Kurumsal Hukuku**, Seçkin, 2016.
- BAYRAM Mehmet Hanifi, **Avrupa Birliği Hukuku Dersleri**, Seçkin, 3. Baskı, 2018.
- BENOIT ROHMER Florence, "Valeurs et droits fondamentaux dans le Traité de Lisbonne", in BROSSET E., CHEVALLIER-GROVERS C., EDJAHARIAN V. ve SCHNEIDER C. (Edit.), **Le Traité de Lisbonne, Reconfiguration ou déconstitutionnalisation de l'Union européenne?**, Bruylant, 2009, s. 143.
- BLUMANN Claude ve DUBOÛIS Louis, **Droit institutionnel de l'Union européenne**, 4em Ed. Litec, 2010.
- ÇAVUŞOĞLU Naz, "Avrupa Topluluğu/Birliği'nin İnsan Hakları Politikası", İnsan Hakları Yıllığı, Cilt 21-22, 1999-2000, s. 6.
- GÜNDÜZ Aslan, "Avrupa Birliği'nde İnsan Haklarının Yeri: Kurumsal Düzenleme ve Bireylerin Hakları", M.Ü.AT Enstitüsü Avrupa Araştırmaları Dergisi, Cilt:7, sayı:1-2, 1999, s. 95.
- GÜNEŞ, AHMET M., "Avrupa Birliği'nin Temel Değerleri Üzerine", TBB Dergisi, 2016 (125), s. 337.
- METİN Yüksel, KAYGISIZ Ümmühan, "Avrupa Birliği'nde Temel Hakların Korunması ve [11] Lizbon Antlaşması'nın Getirdiği Yenilikler", S.D.Ü. Hukuk Fakültesi Dergisi, C.I, S.1, 2011, s. 131.
- ÖZCAN Mehmet, **Avrupa Birliği'nde İnsan Hakları**, Hayat, 2012.
- PRIOLLAUD F-X. ve SIRITZKY D., **Le Traité de Lisbonne. Texte et commentaires**, La Documentation française, Paris, 2008.
- REÇBER Kamuran, AYDIN Çiğdem, "Avrupa Birliği'nde Üye Devletler Tarafından İnsan Haklarının İhlal Edilmesi Durumunda Öngörülen Yaptırımlar", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt 53, Sayı 1, 2004, s. 101.



April 26-29, 2018 Patara

Extended Abstracts Book

RIDEAU Joel, **Droit Institutionnel de l'Union européenne**, 6 éd. L.G.D.J., Lextenso Editons, 2010.

TANGÖR Burak, “**AB Temel Haklar Politikası ve Eleştirileri**”, İnsan Hakları Yıllığı, Cilt :35, 2017, s. 122;

Evaluations on the Socio-Economic Situation of Diyarbekir Women in the 18th Century

Veysel GÜRHAN¹

This notification studies the estate records available in the court records of Amid city, which was the center of Diyarbekir Province in the 18. century. Among the estates records, the documents belonging to women will be focused on. The aim of this focus is to take the women of Diyarbekir as the focal point to determine the socio-economic situation of the Ottoman women in that century. In terms of methodology, general information about the estates records will be given first. Then, the family structures of the women in the Ottoman society, their way of wealth acquisition, the amount and variety of their personal assets, the amount of their immovable properties and their payable-receivable relations will be determined on the basis of the information to be obtained from such documents. Particularly based on the total amount of estates records of women, the research problem asks questions such as; whether there was an economic and social stratification in Diyarbekir in 18th century; what differences were available among women on the basis of classifications such as being rich, poor or of middle class and whether the wives of administrators or other seniors were more advantageous than others about wealth acquisition. The search for the answers to the above questions will not be limited to the total amount of estates. The amounts of immovable properties and receivables will be deducted from these estates and the amount of personal assets will also be considered when determining these. Further questions will be asked about whether the women carried cash or whether they had cash at home, and if yes, whether they had the opportunity to preserve such.

Unlike the previous studies, this study separates the estates records of women from the records of men and analyzes them within themselves. By using this method, it will be possible to reveal out how the social and economic stratification among women were reflected on estates records. Previously, estates records were mainly studied on the basis of the estates records of one person or a few persons selected according to their social status, without differentiating between the genders. On the other hand, this study analyzes the estates records of women separately from the records of men in order to determine the socio-economic differences among women. Moreover; a separate analysis will be conducted for the immovable properties registered to reveal out the relationship between wealth acquisition and ownership.

The records carefully kept by the Ottoman Empire for centuries are deemed to be great examples in terms of the archiving system, even today. These records, which were kept in accordance with certain standards, provide important clues about the relevant period, from its social life to economic life. Among these documents, the court records drew the greatest attraction for the researchers interested in social history. Court records were kept by *kadi*, who

¹ Assistant Professor, Artuklu University, veyselgurhan@hotmail.com

was the judicial authority in the Ottoman judicial system and the *kâtip* (clerk), who wrote down the things happening in a court. In this study, court records analyzed not only as documents where legal issues were recorded but also as documents involving several issues about the social life.

In this study, the records numbered as 3796, 3744 and 3756 available in Diyarbakir court records, are analyzed. The dates and file numbers of these records are given in the following table.

Table 1. Number and Dates of Documents in Registered Investigations

No	Documents Number	Total Estate Records	Men	Women	Date
3756	41	41	33 (%80)	8 (%20)	H.1152 (M.1739-1740)
3744	85	51	40 (%78)	11 (%22)	H.1169 (M.1755-1756)
3796	284	280	210 (%75)	70 (%25)	H.1173 (M.1759-1760)
Total	410	372	283 (%76)	89 (%24)	

Keywords: Diyarbakir, Heritage Records, Women, Socio-Economic.

18. Yüzyılda Diyarbakirli Kadınların Sosyo-Ekonomik Durumu Üzerine Değerlendirmeler

Bu tebliğ 18. yüzyılda Diyarbakir Eyaleti'nin merkezi konumundaki Amid şehrinde tutulan şer'iyye sicilleri içerisinde bulunan tereke kayıtlarını tetkik etmektedir. Bunu yaparken tereke kayıtları içerisindeki kadınlara ait belgeler öncelenecektir. Bu öncelimenin amacı Diyarbakirli kadınları odak noktasına alarak, bahsi geçen yüzyılda Osmanlı kadınının sosyo-ekonomik durumu hakkında tespitler yapmaktır. Yöntemsel olarak öncelikle terekelere ait genel bilgilerin verilmesinden sonra Osmanlı toplumu içerisindeki kadınların aile yapıları ve servet edinme yolları ile birlikte kişisel eşyalarının miktarı, çeşitliliği, taşınmaz mülklerinin oranı, alacak verecek ilişkileri gibi belgelerden elde edilecek veriler üzerinden tespitler yapılması benimsenmiştir. Özellikle kadınlara ait tereke kayıtlarının toplam miktarından hareketle 18. yüzyıl Diyarbakir'inde ekonomik ve sosyal bir tabakalaşmanın var olup olmadığı, zengin, orta halli ve yoksul gibi sınıflandırmalar üzerinden kadınlar arasında ne tür farklılaşmalar bulunduğu, yönetici ya da farklı statülere sahip kişilerin eşleri konumundaki kadınların servet edinme konusunda diğerlerine göre avantajlı olup olmadığı gibi sorular bu araştırmanın problematiğini oluşturmuştur. Çalışma süresince yukarıdaki sorulara cevap ararken veri olarak sadece toplam tereke miktarları kullanılmayacak aynı zamanda terekeler içerisinden taşınmaz mal ve alacakların miktarı çıkarılarak elde edilen kişisel eşya miktarları da değerlendirmeye alınacak ve bunlar üzerinde de tespitler yapılmaya çalışılacaktır. Bununla birlikte kadınların, dönemin şartları içerisinde evde ya da üzerlerinde nakit para bulundurup bulundurmadığı, varsa

bunları muhafaza etme imkanlarının var olup olmadığı da üzerinde durulan konular arasında olacaktır.

Çalışmamızda kadınlara ait tereke kayıtları bugüne kadar yapılan çalışmaların aksine erkeklerinkinden ayrıştırılarak kendi içerisinde bir analize tabi tutulmuştur. Bu yöntemle kadınlar arasındaki sosyal ve ekonomik tabakalaşmanın tereke kayıtlarına nasıl yansıdığı ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Terekeler ile ilgili yapılan çalışmalar genelde cinsiyet üzerinden bir ayrıma gidilmeden, sosyal statüsüne göre seçilmiş bir ya da birkaç kişinin terekelerini incelemeye tabi tutarak yapılmaya çalışılmıştır. Bu çalışma ise öncekilerden farklı olarak kadınların tereke kayıtlarını erkeklerinkinden ayrı incelemeye tabi tutarak kadınlar arasındaki sosyo-ekonomik farklılıkları belirlemeye çalışacaktır. Ayrıca kayıt altına alınan taşınmaz mallar için ayrı bir inceleme yapıp, servet edinme ile mülkiyet arasındaki ilişki ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

Osmanlı Devleti'nin yüzyıllar boyunca büyük bir titizlik içerisinde tutmuş olduğu kayıtlar günümüzden bakıldığında bile arşivcilik sistemi açısından oldukça başarılı örnekler olarak kabul edilmektedir. Belirli standartlara göre tutulan bu kayıtlar incelenen dönem ile ilgili sosyal hayattan ekonomik hayata kadar önemli ipuçları sunmaktadır. Bu belgeler içerisinde sosyal tarih ile ilgilenen araştırmacılar açısından en fazla ilgili uyandıranı ise şer'iyeye sicilleri olmuştur. Osmanlı hukuk örgüsü içerisinde yargılama fonksiyonunu yürüten *kadı* ve mahkemede olan biteni kayda geçiren *kâtip* tarafından belirli standartlara göre kaleme alınan şer'iyeye sicilleri hukuki olayların kayıt edildiği belgeler olma özelliğinin yanı sıra sosyal hayata dair birçok hususu da içerisinde barındıran vesikalar olarak incelenmektedir.

Bu çalışmada Diyarbekir şer'iyeye sicilleri içerisinde 3796, 3744 ve 3756 numaralı defterler incelemeye tutulmuştur. Bu defterlere ait tarih ve belge sayıları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. İncelenen Sicillerin Belge Sayıları ve Tarihleri

Defter No	Belge Sayısı	Toplam Tereke	Erkek Tereke Sayısı	Kadın Tereke Sayısı	Tarih
3756	41	41	33 (%80)	8 (%20)	H.1152 (M.1739-1740)
3744	85	51	40 (%78)	11 (%22)	H.1169 (M.1755-1756)
3796	284	280	210 (%75)	70 (%25)	H.1173 (M.1759-1760)
Toplam	410	372	283 (%76)	89 (%24)	

Anahtar Kelimeler: Diyarbekir, Tereke, Kadın, Sosyo-Ekonomik

Kaynakça

- Diyarbekir Şer'iyeye Sicilleri (DŞS) 3756, 3744, 3796.
Akyüz, J. (2005). Evlenme Sözleşmesinin Önemli Bir Ögesi Olan "Mehir" Hakkında Bazı Düşünceler. *AÜDTCF Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi*, 24(37), 213-230.
Arslan, İ. (2014). 19. Yüzyıl Sonlarında Edremit'te Beş Köylü Beş Tereke. *Tarih Okulu Dergisi (Tod)*, 7(17), 443-466.

- Başarı, Ö. (2011). XVIII. Yüzyıl Osmanlı Taşrasında Statü-Servet İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *History Studies*, 3(3), 49-67.
- Barkan, Ö. L. (1966). Edirne Askeri Kassamı'na Ait Tereke Defteri (1545–1659). *Belgeler*, 3(3), 1-30.
- Cankabal, H. (2009). *17. Yüzyılda Ayntab Osmanlı Kentinde Toplum ve Siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cankabal, H. (2009). Barkan'dan Bu Yana Tereke Çalışmaları. *Vefatının 30. Yıldönümünde Ö. L. Barkan: Türkiye Tarihçiliğine Katkıları ve Etkileri Sempozyumu*. İstanbul.
- Civelek, G. (2015, Haziran). XVII. Yüzyıl Ortalarında Elit Bir Kadının Terekesi: Manastır'lı Aişe Hatun. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi Journal of Social Sciences*(54), 241-260.
- Ekinci, E. B. (2005). Osmanlı Devleti'nde Mahkemeler ve Kadılık Müessesesi Literatürü. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 3(5), S. 417-439.
- Erdoğan, M. K. (2010). Tereke Kayıtlarına Göre XVIII. Yüzyılın Ortalarında Rusçuk'ta Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Hayat. *Akademik Araştırmalar Dergisi*(45), 181-212.
- Ertaş, F. C., & Şişman, B. (2013). XVI. ve XVII. Yüzyıllarda Osmanlı'da Tereke Uygulaması Ve Muhasebesi- Sosyo-Ekonomik Yapıya ve Miras Hukukuna Etkileri. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 197-222.
- Faroqhi, S. (2003). *Osmanlı Dünyasında Üretmek, Pazarlamak, Yaşamak, Çev. Gül Çağalı Güven-Özgür Türesay*. İstanbul.
- Gürhan, N. (2010). Toplumsal Cinsiyet ve Din. *E-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi*(4), 58-80.
- Gedikli, F. (2007). Şer'iyet Sicillerinin Hukuk Tarihi Açısından Önemi ve Sicillere Dayalı Araştırmalar. *Dünden Bugüne Osmanlı Araştırmaları-Tespitler-Problemler-Teklifler* (S. 73-96). İstanbul: İsam.
- İnalçık, H. (1953). 15. Asir Türkiye İktisadi Ve İçtimal Tarihi Kaynakları. *15*(1-4), S. 51-75.
- İnalçık, H. (2009). *Osmanlı İmparatorluğu Üzerine Araştırmalar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Oğuz, G. (2013). *Bir Osmanlı Kentinde Taşınır Taşınmaz Mal Varlığına Dayalı Servet Analizi: Edirne Örneği*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi).
- Oğuz, G. (2014). Tereke Kayıtlarının Güvenilirliği ve Kadıların Mirastan Mal Kaçırma Yöntemleri. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkish Or Turkic*, 9(1), 409-426.
- Oğuzoğlu, Y. (1985). Sicillerdeki Tereke Kayıtlarının Kültürel Malzeme Olarak Değeri. *III. Araştırma Sonuçları Toplantısı*, (S. 1-5). Ankara.
- Özcan, T. (2005). Muhallefât. *Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (S. 406-407).
- Yücel, Y. (1997). XVI–XVII. Yüzyıllarda Osmanlı İdari Yapısında Taşra Ümerasının Yerine Dair Düşünceler. *Bellekten*, 41(163).

International Public Relations Companies in the Context of International Public Relations

Birol BÜYÜKDOĞAN¹

1. Introduction

The purpose of this study is to examine international activities of the international public relations companies. It is estimated that this work will contribute to the field because there are few studies that examine the companies related to the international public relations. The content analysis method was used in this study. The study covers the dates between 1 March -30 March 2018.

2. International Public Relations

International public relations can be defined as a planned and organized effort to establish a mutually beneficial relationship between one country, the institution or the government (Wilcox & Cameron, 2006: 516). International public relations are activities that are carried out at the intercultural level because the process is constituted by the international development of the different nations, different blends of legal / political and historical contexts (Becerikli, 2005: 1).

Over the years, hundreds of companies based in the US have been involved in marketing, advertising and public relations. These activities have risen unprecedentedly in 1990s. This can be attributed to new communication technologies, the development of financial markets, the pursuit of commercial barriers, the increase in complex foreign competition in the traditional American market, and a decline in cultural diversity (Wilcox & Cameron, 2006: 516). The developments in the field of international transport, the increase in the number of multinational corporations, the studies of government regarding the international public relations, the increasingly externalization of foreign policy, international crisis management, the increase of activist organizations and the increase in international sponsorship have increased the need for the international public relations (Okay & Okay, 2015: 479; Dunn, 1986: 578-581). In addition, the establishment of internationally-oriented companies particularly US-based international companies reveals the need.

3. Findings

Today there are thousands of public relations companies in the world. Some of them are engaged in activities related to the international public relations. Each year, Holmes magazine

¹Asst. Prof., KTO Karatay University, Faculty of Social and Human Sciences, birol.buyukdogan@karatay.edu.tr

ranks global top 250 PR agencies. According to this magazine, the top 10 international public relation agency in 2017 are shown in table 1

Table 1. Global Top 10 PR Agency Rankings

2017	2016	Agency	HQ	Fee Income (2016 \$)	Growth (\$)
1	1	Edelman	USA	854,576,000	2.4%
2	2	Weber Shandwick	USA	775,000,000	6.5%
3	3	FleishmanHillard	USA	570,000,000	0.0%
4	4	Ketchum	USA	530,000,000	6%
5	6	MSLGroup	France	480,000,000	1.0%
6	5	Burson-Marsteller	USA	480,000,000	0.0%
7	7	Hill+Knowlton Strategies	USA	385,000,000	2.6%
8	8	Ogilvy PR	USA	347,000,000	4.0%
9	9	BlueFocus	China	244,814,558	9.7%
10	10	Golin	USA	227,000,000	7.9%

Source: (HolmesReport, 2017)

According to table 1, eight of the ten companies belong to the United States, while one belongs to France and China. According to the list, there is no change except 2016 rankings and 2017 rankings except MSLGroup and Hill + Knowlton Strategies. The first three lines of the list are US companies Edelman, Webershandwick and FleishmanHillard. Edelman grew by 2.4%, Weber Shandwick grew by 6.5%, while FleishmanHillard did not grow by 2016.

International public relations companies operate in four major regions around the world. These regions are North America, Latin America, Asia Pacific, Europe / Middle East and Africa. The most active companies in the region countries are Ogilvy with 21,30%, Burson Marsteller with 20,37% and FleishmanHillard with 12,59%.

The regions where the public relations companies work are respectively Europe / Middle East / Africa region with 62,22%, Asia Pacific region with 20,37%, Latin America Region with 13,70% and North America region with 3,70%. Europe / Middle East / Africa region activities are more than half of all regions. Problems arising from the political and cultural structure of this region, rich energy resources, armed conflicts and wars and mass events such as Arab Spring make the region valuable for international public relations companies.

International public relations companies have 129 different activities. These activities have been grouped under the ten headings of activity, from marketing public relations to efficiency management. The areas where the companies work mostly are marketing public relations with 33.33%, reputation management with 16.28%, media relations with 14.73%, corporate identity with 13.18%, internal communication with 6.98% crisis management with 6,20%, financial communication with 3,88%, legal support with 1,55% and efficiency management with 0,78%. Marketing public relations activities cover about one third of all activities. It is followed by reputation management and media relations respectively.

4. Conclusion

Although international public relations companies separate the world to different regions, there are basically four regions. These regions are North America, Latin America, Asia Pacific, Europe / Middle East and Africa. International public relations companies have 129 different activities. These activities were grouped under 10 headings and approximately one-third of the activities constituted marketing public relations activities. In this environment where global competition has been increasing and China has been threatening the western economies, it is evaluated that marketing affairs will continue to increase the importance, and public relations companies will have a lot of work to do in this regard.

Public relations agencies have now become areas for multidisciplinary work. It is useful that the curricula of the Communication Faculties should be reconsidered globally, adapted to the daily and coordinated with the business departments of the Faculty of Economics and Administrative Sciences.

It will be an inevitable fact that the activities of the international public relations will take place in a new field every day in the future together with the dizzying developments seen in the technology. It is thought that public relation companies will undertake every new task with flexible, adaptive and analytically minded staff.

Keywords: international public relations, public relation companies, international communications.

JEL Codes: F23, P33, P45

References

- Asna, A. (2006). *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Becerikli, S. Y. (2005). *Uluslararası Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Black, S. (1993). *The Essential of Public Relations*. London: Kogan Page.
- bloomberg. (2018, April 22). *Company Overview of BlueFocus Communication Group Co., Ltd.* Bloomberg Website: <https://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=9731290>, (23.04.2018).
- bluefocus. (2018). *BlueFocus: LinkedIn*. LinkedIn Website: <https://www.linkedin.com/company/bluefocus>, (20.03.2018).
- Bogner, F. (1993). Dahili İletişim. *Marmara İletişim Dergisi*, 2.
- bursonmarsteller. (2018). *About*. Burson Marsteller Website: <https://www.burson-marsteller.com/about-us/locations>, (20.03.2018).
- companyhistories. (2004). *Edelman*. Company Histories Web Site: <http://www.company-histories.com/Edelman-Company-History.html>, (20.03.2018).
- companyhistories. (2018). *Ketchum Communications Inc*. Company Histories Website: <http://www.company-histories.com/Ketchum-communication-inc-Company-History.html>, (20.03.2018).
- crunchbase. (2018). *Blue Focus PR Consulting*. Crunchbase Web Site: <https://www.crunchbase.com/organization/blue-focus-pr-consulting#section-overview>, (20.03.2018)
- Dunn, W. S. (1986). *Public Relations*. Homewood.

- Edelman. (2017). *Offices*. Edelman PR Web Site: <https://www.edelman.com/offices>, (20.03.2018).
- Edelman. (2017). *Sectors*. Edelman PR: <https://www.edelman.com/expertise>, (23.03.2018).
- Edelman. (2018). *About*. Edelman Website: <https://www.edelman.com/about-us>, (21.03.2018).
- Edelman. (2018). *Work*. Edelman PR: <https://www.edelman.com/work>, (20.03.2018).
- fleishmanhillard. (2018). *About*. FleishmanHillard: <http://fleishmanhillard.com/about/milestones>, (21.03.2018).
- forbes. (2018). *Most Innovative Growth Companies*. Forbes website: <https://www.forbes.com/companies/bluefocus-communication-group>, (22.03.2018).
- golin. (2018). *About Us*. Golin Website: <http://golin.com/about-us>, (18.08.2018).
- greenactive. (2018). *Ödüllerimiz: Greenactive Public Relations*. www.greenactive.com: <http://www.greenactive.com.tr/tr-TR/odul/klazomenai-projesi.html>, (20.03.2018)
- Henderson, T., & Williams, J. (2003). Managing A Corporate Reputation Globally. D. Moss, & B. DeSanto içinde, *Public Relation Cases. International Perspectives* (pp. 10-27). London: Routledge.
- hill+knowlton. (2018). *About*. Hill+Konowlton Website: <http://www.hillandknowlton.nl/en/About-Us/History#.WtzTZciFPiU> (22.03.2018).
- HolmesReport. (2016). *Global Communications Report*. Holmes Report Web Site, (22.03.2018).
- HolmesReport. (2017, April 24). *Top 10 Global PR Agency Ranking*. Holmes Report Web Site: <https://www.holmesreport.com/ranking-and-data/global-pr-agency-rankings/2017-pr-agency-rankings/top-250>, (23.03.2018).
- IPRA. (2018). *About IPRA: IPRA international Public Relations Assosication*. www.ipra.org: <https://www.ipra.org/> (24.03.2018).
- Ketchum. (2018). *About*. Ketchum Website: <https://www.ketchum.com/about>, (20.03.2018).
- Kunczik, M. (1992). *International Public Relation s Als Forschungsfeld*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kunczik, M. (2003). Transnational Public Relations By Foreign Governments. K. Sriramesh, & D. Vercic içinde, *The Global Public Relation s Handbook* (pp. 399-424). London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- milliyet. (1999, July 04). *İş Yaşamı: Milliyet Gazetesi*. [www.milliyet.com.tr: http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1999/07/04](http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1999/07/04), (25.03.2018).
- msslgroup. (2018). *About: MSL Group*. MSL Group Website: <https://msslgroup.com/about>, (25.03.2018).
- ogilvy. (2018). *Our History*. Ogilvy Website: <https://www.ogilvy.com/our-history>, (25.03.2018).
- Okay, A., & Okay, A. (2015). *Halkla İlişkiler. Kavram Strateji ve Uygulamalar*. İstanbul: Der Yayınları.
- Peltekoglu, F. B. (2014). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- powerbase. (2009, September 16). *Golin Harris*. Powerbase Website: <http://powerbase.info/index.php/GolinHarris>, (23.03.2018).
- powerbase. (2018). *GolinHarris*. Powerbase web Site: <http://powerbase.info/index.php/GolinHarris>, (25.03.2018).

Rudgard, A. (2003). Serving Public Relations Globally: The Agency Perspective. K. Sriramesh, & D. Vercic içinde, *The Global Public Relation Handbook* (pp. 459-477). London: Lawrence Erlbaum Associates.

sourcewatch. (2017, November 11). *Hill+Knowlton*. Source Watch Website: https://www.sourcewatch.org/index.php/Hill_%26_Knowlton, (25.03.2018).

sourcewatch. (2017, October 11). *Weber Shandwick*. Source Watch Web Cite: https://www.sourcewatch.org/index.php/Weber_Shandwick, (24.03.2018).

Terpstra, V., & Sarathy, R. (1993). *International Marketing*. Orlando: The Dryden Pres.
webershandwick. (2018). *Who We Are: Webershandwick*. Webershandwick: <http://www.webershandwick.com/who-we-are/global-network>, (25.03.2018).

Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2006). *Public Relations. Strategies and Tactics*. Boston: Pearson Education Inc.

Wilcox, D., Ault, P. H., & Agee, W. K. (1986). *Public Relations Strategies and Tactics*. New York: Harper & Row Publisher.

Utilization of Expert Systems for the Evaluation of Traffic Data Collection Places

Kadir Berkhan AKALIN¹, Abdulkadir OZDEN², Cagdas KARA³

1. Introduction

In the context of traffic engineering, the traffic data collection is vital for the planning and management of the traffic operations. Continuous monitoring of each roadway segment is not realistic and economic. Therefore, state highway agencies combine a small number of continuous count stations with spatially distributed short-duration (temporary) counts for the estimation of traffic (Antoniou, Balakrishna, & Koutsopoulos, 2011; Leduc, 2008; Wright, Hu, Young, & Lu, 1997). Continuous counts ensure establishing temporal variations (hourly, daily, monthly and seasonal variations) while short-duration counts increase the spatial coverage. However, since the vast majority of counts consist of short-duration, it is critical to collect accurate and reliable data in appropriate locations and use proper adjustment factors.

Traffic volume and speed are among the most commonly collected and used traffic measures for planning and operations. Variety of data collection technologies (Table 1) and methods are available in the literature based on data collection needs and constraints such as pneumatic road tubes, piezoelectric sensors, microwave radar sensors, video image processors, GPS probe vehicle and manual counting etc. (Antoniou et al., 2011; KGM, n.d.; Leduc, 2008; Turner, Eisele, Benz, & Douglas, 1998; Wright et al., 1997). As the term 'Industry 4.0' is being discussed globally, increasing the automation, specifically automation of data collection in our case, becoming more critical. Therefore, there is a need for collecting traffic data in more effectively and accurately while increasing the resource efficiency with more automated methods until the time where V2I (vehicle to infrastructure) and V2V (vehicle to vehicle) becomes a norm.

The primary objective of this study is to develop a knowledge-based expert system (KBES) for determination of the proper locations for traffic data collection for the estimation of traffic volume and speed. The expert system evaluates a variety of factors that may affect the accuracy of collected data including distance to the intersection, number of lanes, the presence of acceleration or deceleration zone, etc. The developed system systematically evaluates the presence of predetermined conditions and guides the data collector for selecting or avoiding specific locations in the field. It is expected that the use of the expert system will facilitate finding the proper location for data collection and eliminate possible human errors. The scope

¹ Res. Asst., Eskisehir Osmangazi University, kbakalin@ogu.edu.tr

² Res. Asst. Dr., Eskisehir Osmangazi University, aozden@ogu.edu.tr (corresponding author)

³ Res. Asst., Eskisehir Osmangazi University, ckara@ogu.edu.tr

of this study is limited to the most common short-duration data collection methods pneumatic tubes, portable radar and Bluetooth sensors.

Table 1. Type of data provided by traffic count technologies

Detector Type	Data Type			
	Volume/Count	Speed	Classification	Presence
Inductive Loop	Y	Y ²	Y ²	Y
Pneumatic Tube	Y	Y	Y	Y
Active Infrared	Y	Y	Y	N
Microwave Radar	Y	Y	Y	N
Video Image Processing	Y	Y	Y	Y
Bluetooth	Y ¹	Y	N	Y
GPS Probe Vehicle	Y ¹	Y	N	Y

¹ Require developing algorithms for estimation of traffic

² Require two units

2. Methodology

In short-duration data collection, the agency aims to minimize the cost of per unit data due to the amount of different locations and data to be collected. Therefore, data collection team visits, sets and collects data on multiple sites every day throughout the year. In 2016, KGM collected pneumatic tube counts for a minimum of 7-days at nearly 1,800 locations through the Turkish state roads (*2016 Il Yollari Trafik ve Ulasim Bilgileri*, 2017). This considerable amount of data collection requires increasing the accuracy of collected data for not increasing the total cost and accurately estimating the Annual Average Daily Traffic (AADT) values.

As for the development of the KBES model, the most preferred methods (pneumatic tubes and portable Bluetooth devices) that can also be easily applied to the model were used. First, a detailed literature review was performed to define the factors affecting the accuracy and reliability of collected data such as closeness to the intersection, the presence of acceleration lane, distance from roadway centerline, detector placement height, etc. Then, these factors were evaluated due to their contribution to the accuracy of the data collection. For instance, the placement height of Bluetooth detectors affects the number of vehicles detected. Therefore, if the Bluetooth match rates are not critically low, the placement height does not directly affect the accuracy but detection rate. So, if more convenient, the detector can be placed slightly lower or higher. However, if the factor directly affects the accuracy of data, i.e. presence of acceleration lane while collecting speed data, the location should be avoided or proper adjustment factors should be used. The presence or lack of factors and their level of contribution were used in constructing the knowledge base and relative rules for the development of KBES.

3. Development of KBES System

The strength of the KBES is guiding any inexperienced person to perform a specific task as he has enough knowledge and experience in the subject. In our situation, data collection personal do not usually have enough technical background and knowledge of traffic data collection, and performs what was instructed. However, an expert in this area has certain knowledge on the collection of traffic data in different geometric design, traffic and weather conditions. The KBES model utilizes the knowledge and experience of the data collection experts to build rules and links between rules to guide an inexperienced data collector. The data collector answers relative and customized questions regarding the current data collection area in the field, and receives guidance regarding possible places to set (or avoid) the data collection device. Following examples includes possible questions and responses provided by the KBES model.

Possible questions directed to the data collector:

Is the intersection signalized, unsignalized or roundabout? (Sign, Unsign, round)

Can you place the pneumatic tubes at least 100 meters far from the traffic lights without being overlap another intersection? (Yes, No)

What is the detection range of Bluetooth detectors to be used for data collection? (1, 10, 100 meters, Don't know)

Possible recommendations provided to the data collector:

Based on your input, you are required to set the Bluetooth data collection device

On the southbound of the traffic where a mounting pole is available with power,

Place the device 8-10 meter high from the road surface

Direct the face of the detector to the roadway

Use 10 meter or 100 meter range detectors

The development of KBES requires detailed knowledge on each scenario for constructing appropriate rules. Utilization of backward chaining method will enable the system to ask only relevant questions to derive the conclusion. Therefore, the user will not receive any questions regarding the Bluetooth detector placement in the data collection method is pneumatic tubes. Following Figure 1 presents a small part of KBES information flow chart for the placement of Bluetooth sensors in a mid-section of roadways.

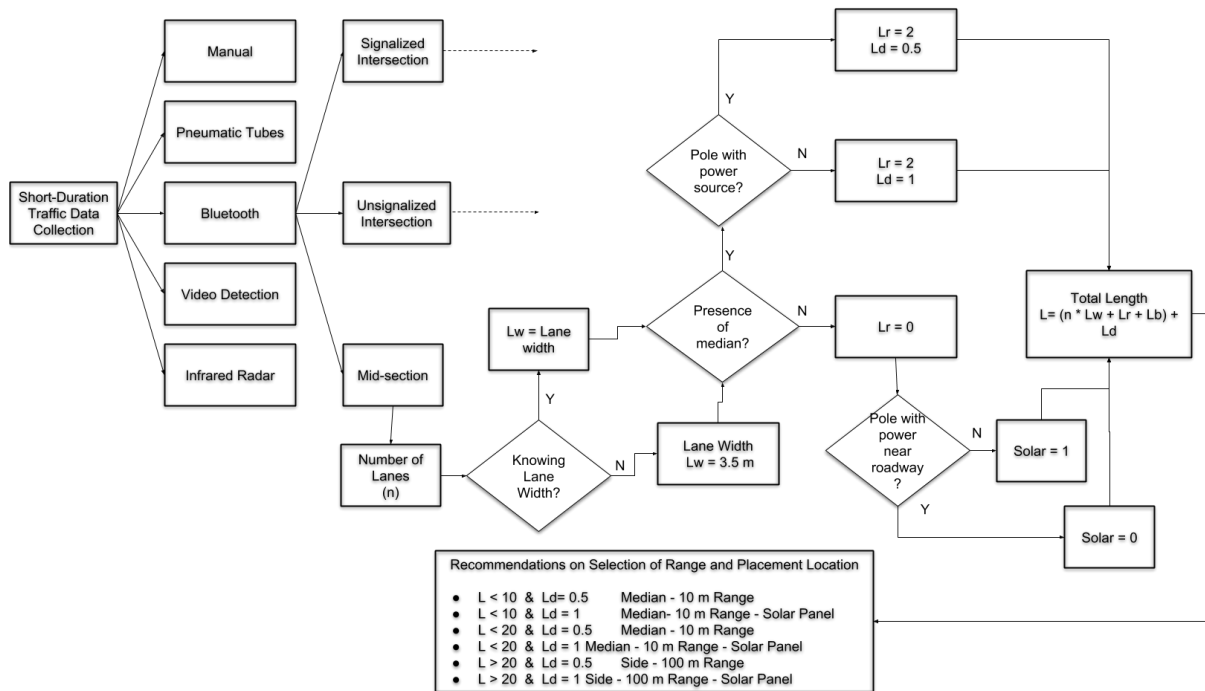


Figure 1. Flow chart of KBES for selecting the proper range and placement location for Bluetooth traffic data collection devices in a mid-section roadway

4. Conclusion

The proposed KBES model is intended to provide guidance for traffic data collectors on site to increase the accuracy and reliability of collected data. The model is constructed based on the intense literature, and knowledge and experiences of data collection experts. Knowledge base and rules were formed based on each technology and possible field characteristics.

It is expected that the use of KBES in traffic data collection will increase resource efficiency and data quality while reducing the human error. The model brings an opportunity for moving towards more automated data collection systems.

Keywords: Traffic Data Collection, KBES, Short-duration Data, Traffic Volume.

JEL Codes: O18, R41, R42.

References

- 2016 Il Yollari Trafik ve Ulasim Bilgileri. (2017). Ankara.
- Antoniou, C., Balakrishna, R., & Koutsopoulos, H. N. (2011). A Synthesis of emerging data collection technologies and their impact on traffic management applications. *European Transport Research Review*, 3(3), 139–148. <http://doi.org/10.1007/s12544-011-0058-1>
- KGM. (n.d.). Trafik Sayımı Hakkında Sıkça Sorulan Sorular. Retrieved June 6, 2018, from <http://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Root/SSS/TrafikSayimi.aspx>



April 26-29, 2018 Patara

Extended Abstracts Book

Leduc, G. (2008). *Road Traffic Data: Collection Methods and Applications*. JRC Technical Notes (Vol. JRC 47967). Luxembourg. Retrieved from <http://ftp.jrc.es/EURdoc/EURdoc/JRC47967.TN.pdf>

Turner, S. M., Eisele, W. L., Benz, R. J., & Douglas, J. (1998). *Travel Time Data Collection Handbook*.

Wright, T., Hu, P. S., Young, J., & Lu, A. (1997). *Variability in traffic monitoring data*. Tennessee.

Demand Analysis on Global Almond Trade

Muhammet Yunus ŞİŞMAN⁸⁶

1. Introduction

This article aims to explore the sensitivity of global demand for almonds to changes in relative prices and income. A generalized differential demand model developed by Eales, Durham, and Wessells (1997) is employed to estimate demand elasticities using quarterly data for almonds from the United States, Spain, Australia and the rest of the world for the period 2005 to 2014.

2. Literature review

In general, the existing literature provides country specific demand analysis for almonds. Previous studies mainly investigated the almond market in the United States (Dhaliwal, 1972; Bushnell & King, 1986; Alston & Sexton, 1991; Russo et. al., 2008). This study contributes the current literature in several aspects. The article provides an updated demand for world almonds by employing a generalized differential demand system approach. The analysis potentially constitutes valuable remarks as new suppliers gains significant market shares in the world almond markets during the last decade.

3. Model estimation

Eales, Durham, and Wessells (1997) developed a generalized differential demand model, where the Rotterdam, AIDS, CBS, and NBR models are nested by exploiting the similarities between the models.

The almond demand system consists of four equations (almonds from the United States, Spain, Australia, and the Rest of the World) in the augmented form, specified as:

$$\Delta w_{it} = \alpha_i + (\beta_i + \varphi_1 \bar{w}_{it}) \Delta \ln Q_t + \sum_{k=1,2,4} \varphi_{ik} S_{ik} + \sum_{j=1}^4 (\gamma_{ij} + \varphi_2 \bar{w}_{it} (\delta_{ij} - \bar{w}_{jt})) \Delta \ln p_{jt} + \varepsilon_{it}$$

The generalized model in the equation is estimated using the iterated seemingly unrelated regression (ITSUR) method to determine whether the alternative demand specifications nested within the generalized model are appropriate for the data.

⁸⁶ PhD, Department of Economics - Dumlupınar University, myunus.sisman@dpu.edu.tr

4. Result and discussion

Findings suggest that price and expenditure elasticities are estimated for almonds separately. World demand for almonds is investigated using a generalized differential demand system approach. Among others, only the Rotterdam model is found to be compatible with the almond data.

The estimated price elasticities suggest that world demand for almonds from the US is more price sensitive in comparison to almonds from other countries, as the demand for US almonds is elastic at -1.07, contrary to inelastic demand for almonds from Spain (-0.64) and the rest of the world (-0.55). World demand for almonds from all sources is estimated to be almost unitary elastic (-0.95).

The conditional expenditure elasticity for US almonds is computed as the only income elastic demand, implying that if world expenditures on almonds were to increase, world demand for US almonds would increase more than the demand for almonds from elsewhere. Although, US almonds gain the most benefit from an increase in world income, followed by almonds from ROW, an increase in world expenditure on almond has no economically significant impact on almonds from Spain and Australia.

Keywords: Almond, Demand analysis, Separability, Global demand

JEL Codes: Q11, Q17

References

- Alston, J. & Sexton, R. (1991). "California almond markets and reserve strategies analyzed" *California Agriculture* 45(4):18–21.
- Bushnell, P.G. & King, G.A. (1986). "The domestic and export markets for California almonds" *Giannini Foundation of Agricultural Economics, University of California, Division of Agriculture and Natural Resources*, California Agricultural Experiment Station.
- Dhaliwal, H.S. (1972). "An econometric investigation of demand interrelationships among tree nuts and peanuts" Available at: <http://ir.library.oregonstate.edu/xmlui/handle/1957/25824>
- Eales, J., Durham, C. & Wessells, C. R. (1997). "Generalized models of Japanese demand for fish" *American Journal of Agricultural Economics*, 79(4): 1153-1163.
- Russo, C., Green, R. & Howitt, R.E. (2008). "Estimation of supply and demand elasticities of California commodities" *Giannini Foundation of Agricultural Economics, University of California, Division of Agriculture and Natural Resources*. California Agricultural Experiment Station

Impact of Economic Stability Factors on Foreign Investments in MENA Countries

Muhammet Yunus ŞİŞMAN⁸⁷

1. Introduction

This study investigates the relationship between financial and economic volatility and Foreign Direct Investment (FDI) across Middle East and North Africa (MENA) countries as the region has been persistently volatile and less attractive for foreign investor. We consider volatility in macroeconomic environment as one of the key indicators for risk at the country level. In particular, this study incorporates income, inflation, and exchange rate currency volatilities to proxy the level of macroeconomic risks.

A major hypothesis to be investigated is whether financial and economic volatilities discourage FDI activities in the region. The hypothesis is extended to examine the spillover effects of these volatilities in neighboring countries on FDI inflows to the host nation by using Spatial Durbin Panel Maximum Likelihood Estimation method. I incorporate a spatial weight matrix based on inverse distances between countries and explore how financial and economic volatility in neighboring countries affect FDI in the host country. The study aims to provide a more comprehensive and reliable outlook on the link between FDI and macroeconomic risk factors in MENA countries.

2. Contribution to existing literature

Foreign Direct Investment (FDI) has been well studied in the applied literature. This study attempts to explore the link between macroeconomic risk factors and investment decision by accounting for spatial spillover effects.

The existing literature provides an extensive research on the determinants of FDI with less attention on the role of macroeconomic volatility and spatial interaction among host countries. The significant relationship between exchange rate volatility and FDI is documented in the applied literature suggesting that volatile currencies discourage foreign investors (Kiyota & Urata, 2004; Ruiz, 2005; Ogunleye, 2009). In contrast, a number of research claimed a positive relationship justified with the export substituting role of FDI (Cushman, 1988; Markusen, 1995; Pain & Van Welsum, 2003). The FDI studies exploring the cross-country dependency among host countries provided evidence that spatial interactions have significant impact on FDI activities (Blonigen et. al., 2007; Baltagi et. al., 2007).

This study contributes the existing literature in several aspects. We investigate the role of instability of macroeconomic indicators on foreign investments by incorporating cross-country dependency that allows us to identify the direct and spillover effects in the analysis.

⁸⁷ PhD, Department of Economics - Dumlupınar University, myunus.sisman@dpu.edu.tr

Thus, this study provides a more comprehensive and reliable outlook on the link between FDI and macroeconomic risk factors in MENA countries.

3. Empirical framework

Linear relationship between macroeconomic volatility, control variables and FDI are given in equation (1) below.

$$\ln fdistock = f(vdx, vinf, vgd, \ln PPPper, openness, \ln pop) \quad (1)$$

In equation (1) $\ln fdistock$ is the natural logarithm of inward FDI stock, vdx , $vinf$ and $vgdp$ represent exchange rate, inflation and natural logarithm of gdp volatility respectively. $\ln PPPper$ is the natural logarithm of GDP per capita at Purchasing Power Parity, $openness$ is the goods trade (exports and imports) divided by GDP. And $\ln pop$ is the natural logarithm of the total population.

In order to extend the analysis to examine the spillover effects of exchange rate, income and inflation volatility in neighboring countries on FDI inflows to the host country, we employed spatial estimation methods. Model specification and diagnostic test result indicates Spatial Durbin Model and the spatial weight matrices based on 3 nearest neighbors are preferred over competing models (Spatial Lag Model, Spatial Error Model, and Spatial Autocorrelation Model) and weight matrices (the inverse distance matrix, the row normalized inverse distance matrix, the spatial weight matrices based on 2 nearest neighbors, the row normalized versions of the nearest neighbors' matrices).

4. Conclusion

Findings suggest that spatial spillover effects in exchange rate volatility, purchasing power and market size play important role on FDI. In addition, macroeconomic risk factors such as exchange rate and inflation volatility, and control variables market size, trade openness and purchasing power have a positive effect on FDI in MENA region implying that integration to global markets and economic dynamism is necessary for attracting FDI in MENA countries. Therefore, policy makers should promote economic integration possibly through more liberal trade policies and exchange rate regimes. It is also important to keep inflation rate at moderate levels, which will help to maintain economic growth and economic dynamism in the domestic markets in MENA to attract FDI.

Keywords: Macroeconomic volatility, Spatial Analysis, FDI

JEL Codes: F21, O53

References

Baltagi, B. H. & Peter E. & Pfaffermayr, M. (2007). "Estimating Models of Complex FDI: Are There Third-Country Effects?" *Journal of Econometrics* 140: 260-281.

Blonigen, B. A. & Davies, R.B. & Waddell, G.R & Naughton. H.T. (2007). "FDI in Space: Spatial Autoregressive Relationships in Foreign Direct Investment." *European Economic Review* 51: 1303-1325.

Cushman, D. O. (1988). "Exchange-Rate Uncertainty and Foreign Direct Investment in the United States" *Weltwirtschaftliches Archiv* 124: 322-336.

Kiyota, K. & Urata, S. (2004). "Exchange Rate, Exchange Rate Volatility and Foreign Direct Investment." *The World Economy* 27 (10): 1501-1536.

Markusen, J. R. (1995). "The Boundaries of Multinational Enterprises and the Theory of International Trade." *Journal of Economic Review* 9: 169-189.

Ogunleye, E. K. (2009). "Exchange Rate Volatility and Foreign Direct Investment in Sub-Saharan Africa: Evidence from Nigeria and South Africa." Accessed 25 January 2017. <http://www.csae.ox.ac.uk/conferences/2009-EdiA/papers/196-Ogunleye.pdf>

Pain, N. & Van Welsum, D. (2003). "Untying the Gordian Knot: The Multiple Links between Exchange Rates and Foreign Direct Investment." *Journal of Common Market Studies* 41: 823-846.

Ruiz, I. C. (2005). *Exchange Rate as a Determinant of Foreign Direct Investment: Does it Really Matter? Theoretical Aspects, Literature Review and Applied Proposal*. Ecos de Economía No. 21. Medellín.

The Entrepreneurship of Women as An Alternative for Sustainable Rural Development: A Sample of Afyonkarahisar

Berfu İLTER⁸⁸, Sabriye KUNDAK⁸⁹, Vildan Saba AKTOP⁹⁰

One of the ultimate goals in rural development is to increase the standard of living by enabling the employment of women living in all rural areas of our country to develop towards entrepreneurship and to make it possible for women living in urban areas to approach the living standards. The aim of the study is to demonstrate the importance of women entrepreneurship which has lately evolving developed, in terms of the sustainability of rural development. Beyond a general understanding of development in today's conditions, rural development where local resources are assessed offers a competitive advantage for developing countries. Entrepreneurship practices need to be encouraged in order to strengthen women's employment in rural areas and all institution in the economy need to cooperate with each other. In this context; applications which increase women's entrepreneurship and its results in Afyonkarahisar rural areas will be evaluated.

Sürdürülebilir Kırsal Kalkınmada Bir Alternatif Olarak Kadın Girişimciliği: Afyonkarahisar Örneği

1.Giriş

Günümüzde gelişmekte olan ülkelerdeki yerel kaynakların etkin olarak değerlendirilmesini amaçlayan kırsal kalkınma anlayışı önem kazanmıştır. Kırsal kalkınma faaliyetleri özünde kırsal alanlarda yaşayanların refahlarını artırmak, kırsal alanlarda yaşayanlar ile şehirlerde yaşayanların arasındaki mevcut sosyal ve kültürel farklılıkları azaltarak kırsal alanda kendi kendini yürütebilen, ekonomik ve sosyal birimler oluşturmak hedefi taşımaktadır. Kırsal ekonomi için kırsal alanda üretime aktif olarak katılan kadınlar, temel güç kaynağı olarak kabul edilmektedirler. Kırsal alanlardaki kadın istihdamının ve onların girişimciliğinin geliştirilerek yaşam standartlarının artmasını sağlamak, sürdürülebilir kırsal kalkınmanın nihai amaçlarından birisidir. Kadın istihdamının kırsalda gelişmesini sağlayacak girişimcilik uygulamalarının hayata geçirilmesi için ekonomik birimlerin işbirliği içerisinde olması büyük önem taşımaktadır.

⁸⁸ Doktor Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, berfu@aku.edu.tr,cep

⁸⁹ Araştırma görevlisi Doktor, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü, sabriyebozok@aku.edu.tr,cep

⁹⁰ Araştırma Görevlisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü, saktop@aku.edu.tr

2.Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma

Kırsal alan; yaşam ve ekonomik faaliyetlerin önemli ölçüde doğal kaynakların kullanım ve değerlendirilmesine bağlı olduğu; ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişme süreçlerinin yavaş ilerlediği, geleneksel değerlerin hayatın şekillendirilmesinde etkili olduğu, yüz yüze ilişkilerin önemini koruduğu, teknolojik gelişmenin yaşama ve üretime yansımalarının daha uzun bir zaman aldığı sosyoekonomik nitelikleriyle ‘kentsel alanlar dışında kalan mekânlar’ olarak ifade edilmektedir (DPT, 2011).

Sürdürülebilir kalkınma, gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin günümüz kuşaklarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir kalkınma modelidir(www.surdurulebiliralkinma.gov.tr). Sürdürülebilir kalkınma sadece bugünü dikkate almamakta aynı zamanda gelecek kuşakların devamlılığını göz önünde bulundurmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmada büyümenin yanı sıra insan ve çevre gibi sosyal değerler de yer almaktadır. Günümüzde sürdürülebilir kırsal kalkınma kavramı genel ekonomik kalkınmadan daha önemli bir konumdadır.

3.Kırsal Alanda Kadın Girişimciliği

Gelişmekte olan ülkelerde kırsal alanlarda yaşayan kadınlar, kendilerine ait aile işletmelerinde “ücretsiz aile işgücü” olarak çalışarak eşlerine yardım etmekte ve tarımda aktif olarak çalışmaktadırlar(Oğuz, 2015: 65). Ancak kırsaldaki kadınlardan kendi ürünlerini pazarlayanlar dışında emeğini gelire dönüştürebilenlerin sayısı oldukça sınırlıdır. Emeğin kiralaması, kırsaldaki geleneklerden ve toplumsal baskılardan dolayı kadınlar arasında yaygın değildir(T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2012: 12).

Kadınların ihtiyaç duydukları kredilere kolaylıkla ulaşabilmeleri, pazarlama yeteneklerinin gelişmesi ve girişimcilik faaliyetleri sonucunda gelir elde etmeleri, sosyal statülerini geliştireceği gibi kırsal alanlardaki sosyo-ekonomik gelişmenin ve kırsal kalkınmanın sağlanmasında büyük rol oynayacaktır(T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2012: 68). Bu kapsamda girişimcilikleri çoğu zaman göz ardı edilen kadınların, girişimcilik konusunda teşvik edilmeleri, kadınlara yönelik örgütlenmelerin daha etkin bir biçimde desteklenmeleri gerekmektedir.

Ülkemizde kırsal alanlarda yaşayan kadınlar eğitim olanaklarından yeterince yararlanamamaktadırlar. Bu nedenle üretime aktif ve yoğun bir şekilde katılmalarına rağmen kalkınmanın olanaklarından yeterli payı alamamışlardır. Öncelikle kadınlara okuma-yazma öğretilerek, pazara ait bilgilerle gelir getirici faaliyetlerde bulunmalarına imkan sağlayarak yaşam standartları yükseltilmesi oldukça önemlidir(Özgen&Ufuk, 2011:1063). Bu bağlamda kadınların ücretli işgücü piyasasına girebilmesi ve kendi işinin sahibi girişimci kadınlar olabilmelerinde eğitim oldukça önemli rol oynamaktadır.

Kadın girişimci, evinin dışında kendi adına ya da ortaklık sıfatıyla bir ya da birkaç işyeri olan, herhangi bir mal ya da hizmetin üretilmesi, pazarlanması ve tüm işletme faaliyetleri ile kararlar alan, yürüten, gerçek ve tüzel kişiler ile kendi adına ilişki kuran ve işinden elde ettiği kazancın kullanımını üzerinde söz sahibi olan kişi olarak ifade etmek mümkündür (İlter,2010: 67). Ancak burada evinin dışında ifadesinin güncellenmesi gerekmektedir. Çünkü günümüzün iletişim ve teknolojik gelişmeleri göz önüne alındığında, girişimcilik faaliyetlerinin ev içi ya da ev dışında da gerçekleştirilmesi mümkün görülmektedir. Ayrıca günümüzde ev eksenli çalışmalar da kadın girişimciliğini destekleyen yaklaşımlar arasında yer almaktadır.

Türkiye’de kadınların potansiyel güçlerinin farkına varmalarını ve yeteneklerini daha akılcı kullanmalarını sağlayacak ve kadınları hak ettikleri konuma taşıyacak politikalar

üretilek sosyal kalkınma ve refah düzeyinin yükselebileceği görüşü düşünülmektedir (Özgen&Ufuk, 2011:1064). Türkiye’de T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı “Kırsal Alanda Kadının Güçlendirilmesi” ulusal eylem planını 2012-2016 yılları arasında uygulamıştır. Bu plan çerçevesinde; kırsal alanda yaşayan kadınlara tarımsal konularda bilgi ve tekniğin öğretilmesi, mevcut potansiyelin ortaya çıkarılarak bilgi ve becerilerinin geliştirilmesi, toplumda bu konuda çalışan paydaşları bir araya getirerek farkındalık oluşturulması, sorunların tespit edilerek uygun çözüm yolları ve politikalar geliştirilmiştir (Oğuz, 2015:65).

4.Afyonkarahisar Örneği

Türkiye’de Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından uygulanan «Kırsal Alanda Kadının Güçlendirilmesi Eylem Planı» kapsamında kadınlara tarımın her alanında eğitimler verilmiştir. Bu eğitimler ile üretici ve girişimci ruha sahip kadınları bilgilendirmek, uygulanabilecek projelerin hayata geçirilmesi amaçlanmıştır. Bakanlık tarafından bu eğitimler çerçevesinde gerçekleştirilen projeler aşağıda yer almaktadır.

4.1. “Yeni Geliştirilen Kuru Fasulye Çeşitlerinin ve Yetiştirme Tekniklerinin Afyonkarahisar İli Kadın Çiftçilerine Yayımı” Projesi

Bakanlık Afyonkarahisar Valiliği İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü 2016 yılında “Kadın Çiftçiler Tarımsal Yayım Projesi” uygulamaya konulmuştur. “Yeni Geliştirilen Kuru Fasulye Çeşitlerinin ve Yetiştirme Tekniklerinin Afyonkarahisar İli Kadın Çiftçilerine Yayımı” Projesi hazırlanarak bakanlık tarafından onaylanmıştır. “Kadın Çiftçiler Tarımsal Yeniliklerle Buluşuyor” programı kapsamında “Kuru Fasulye Yetiştiriciliği” ve “Yeni Geliştirilen Kuru Fasulye Çeşitleri” konularında 103 kadın çiftçiye eğitim verilmiştir.

4.2. “Tarımda Kadın Girişimciliğin Güçlendirilmesi Programı” Kapsamında “Genç Girişimci Kadın Çiftçi” Projesi

Kadın çiftçilere İŞKUR işbirliği ile istihdama yönelik sertifikalı 32 saat süren “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri” verilmiştir. Bu kapsamda 72 kadın çiftçi KOSGEB ve İŞKUR katkılarıyla 10-14 Nisan 2017 tarihleri arasında 32 saat Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi almışlardır. Sonrasında düzenlenen «Proje Pazarı ve Sertifika Dağıtım Töreni» ile de projeler sergilenmiştir. İlk 3’e giren bu projeler 15 Ekim 2017 tarihinde Türkiye finaline katılmışlardır. Bakanlık ve İl Müdürlüğü, kadın çiftçilerin kendi işlerinin patronu oldukları süreçte takip ve desteklerini sürdüreceklerini belirtmişlerdir.

5.Sonuç

Her alanda olduğu gibi kırsal alanda da istihdamın hemen hemen yarısını oluşturan kadınların faaliyetleri parasal anlamda ekonomiye dâhil edilmemektedir. Kadınlar ücretsiz aile işçisi olarak değerlendirilmektedirler. Gerek kırsal alanda sosyal, ekonomik yetersizlikler, gerekse kırsalda kadının birçok konuda kadın olmasından kaynaklanan donanım yetersizliği bu durumu desteklemektedir. Ancak çalışmamızda kırsalda yaşayan kadınların kendilerini yetiştirmelerine fırsat verildiğinde ve kentte yaşayan kadınların sahip olduğu teknik, sosyal ve ekonomik destekler sunulduğunda kırsal girişimcilik alanında da oldukça başarılı olabildikleri görülmüştür. Bu bakımdan bakanlık tarafından oluşturulan kadının güçlendirilmesi planı önemli bir yol rehberi görevini üstlenmiştir. Sürdürülebilir kırsal kalkınmanın

gerçekleştirilmesinde bu yol rehberi, her anlamda toplumun kadına bakış açısını ve de kırsalda kadının kendini aydınlanmış ve güçlenmiş hissetmesini sağlamaktadır. Kadınların ekonomik anlamda karşılaşmış oldukları engelleri rahat bir şekilde aşabilmeleri için örgütlü olmak ve kooperatifleşmenin önemi vurgulanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kırsal Kalkınma, Kadın istihdamı

JEL Kodları: L26, P25, Z22

Kaynakça

DPT.(2011). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Kırsal Kalkınma Özel İhtisas Komisyonu (ÖİK) Raporu.

İlter, B. (2010). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği, Yayınlanmış doktora tezi, Adalet yayınevi, Ankara.

Oğuz, C. (2015). Türkiye’de Kırsal Kadınların İşgücüne Katılımı ve İstihdamı, Uluslararası Katılımlı Sosyal Yaşam ve Kadın Sempozyumu Bildiri Özetleri, Konya.

Özgen, Ö. ve Ufuk H. (2011). Kırsal Kesimde Kadın Eğitimi, [http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/6121d1f782d29b6_ek.pdf?tipi,1063-1078,\(24.05.2018\)](http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/6121d1f782d29b6_ek.pdf?tipi,1063-1078,(24.05.2018)).

T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Afyonkarahisar İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü (2017). Proje 1:Yeni Geliştirilen Kuru Fasulye Çeşitlerinin ve Yetiştirme Tekniklerinin Afyonkarahisar İli Kadın Çiftçilerine Yayımlı Projesi, Afyonkarahisar

T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Afyonkarahisar İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü, (2017). Proje 2: Tarımda Kadın Girişimciliğin Güçlendirilmesi Programı Genç Girişimci Kadın Çiftçi Projeleri, Afyonkarahisar.

T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. (2012). Kırsal Alanda Kadının Güçlendirilmesi Ulusal Eylem Planı (2012-2016),

Kalkınma Bakanlığı, Sürdürülebilir Kalkınma, www.surdurulebilirilkalkinma.gov.tr (09.06.2018).

The Effect of Employees' Prosocial Motivation on Organizational Citizenship Behaviour: The Mediating Role of Intrinsic Motivation

Hasan Hüseyin UZUNBACAK⁹¹, Seyhan ÖZDEMİR⁹², Tahsin AKÇAKANAT⁹³

Abstract

The purpose of this study is to analyse the relationship between prosocial motivation and organizational citizenship behavior of the employee and to determine the mediating role of intrinsic motivation on this relationship. In total, 241 nurses from Süleyman Demirel Research and Practice Hospital were surveyed. Results show that employee's prosocial motivation effects reasonably organizational citizenship behavior. It has also showed that intrinsic motivation has a partial mediator role between prosocial motivation and organizational citizenship behavior.

1. Introduction

The high level of organizational citizenship behaviour (OCB) of individuals working in organizations is a situation that takes organization one step further in competitive market conditions. From this point of view, ignoring OCB can create situations that can be a vital problem for organizations. In this respect, OCB; to gain competitiveness in the organization, to adapt to the changing competitive world and environment, it is closely related to the self-sacrifice and loyalty of the individual. OCB attracts researchers because of the positive impact of employees' productivity and performance, and, on the other hand, on harmonizing with environmental factors, while maintaining the popularity of organizational behaviour.

2. Conceptual Framework

In recent years, another type of motivation that has become a popular concept is prosocial motivation. It seems that many researches have been done to determine the benefits of prosocial motivation for organizations. The concept of prosocial motivation constitutes the source of client-oriented and occupationally focused prosocial behaviours, defined as doing business with the belief that employees are helpful to others (Kelley and Hoffman, 1997: 409). Intrinsic motivation, which is expressed as a desire to achieve and take responsibility, which is revealed by the intrinsic source effects such as interest, curiosity and need to be satisfied personally, is defined as feeling of pleasure from the content of the work and the way of doing it by struggling with any difficulties (Ryan and Deci, 2000: 56). OCB is defined as voluntary extra-role behaviour and efforts of employees, as well as fulfilling the standards and

⁹¹ Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, hasanuzunbacak@sdu.edu.tr

⁹² Arş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, seyhanozdemir@sdu.edu.tr

⁹³ Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, tahsinakcakanat@sdu.edu.tr

definitions required by the workplace (Gürbüz, 2006: 50). Describes OCB under 5 dimension; altruism, conscientiousness, courtesy, civic virtue, gentlemanliness.

3. Method of Research

3.1. Sampling

The target population this study is composed of nurses. The sample is defined as nurses working in Süleyman Demirel University Research and Practice Hospital in Isparta.. 258 of these distributed questionnaires could be collected. 87.6% of the participants were female and 12.4% were male. 73.8% of the participants are married, 13.3% are high school students, 18.3% are associate degree students, 59.8% are undergraduate and 8.7% are graduate students. The average tenure of the participants was $13,8 \pm 8,25$ years and the average age was $35,3 \pm 7,82$.

3.2. Measures

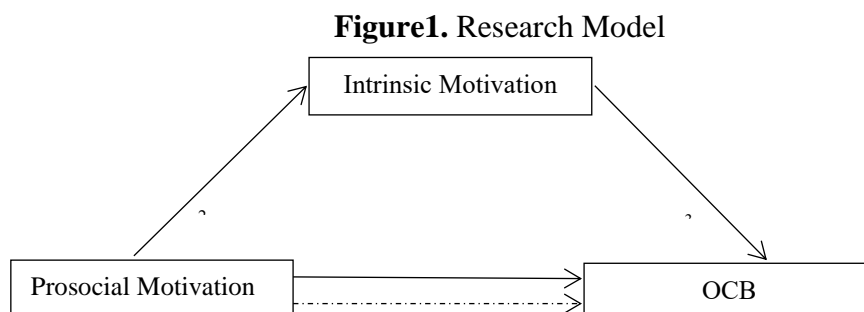
Prosocial Motivation Scale: The "Prosocial Motivation Scale" developed by Grant and Sumanth (2009). The alpha reliability coefficient of the scale is calculated as 0.82. The values obtained by confirmatory factor analysis (CFA) of the scale ($\Delta\chi^2 / sd = 0.85$; GFI = .99; AGFI = .98; NFI = .99; NNFI = 1.00; CFI = 1.00; RMSEA = .000; SRMR = .016) is one-dimensional.

Intrinsic Motivation Scale: "Intrinsic Motivation Scale" developed by Kuvaas (2006). The alpha reliability coefficient of the scale was calculated as 0.76. The values of the scale obtained by DFA ($\Delta\chi^2 / sd = 0.67$, GFI = 1.00, AGFI = .98, NFI = .99, NNFI = 1.01, CFI = 1.00, RMSEA = .000, SRMR = .019) are confirmed to be one-dimensional.

Organizational Citizenship Behaviour Scale: The "Organizational Citizenship Behaviour Scale" developed by Williams and Shiaw (1999). The alpha reliability coefficient of the scale was calculated as 0.88. With the second-order DFA, the result of which the dimensions of the scale corresponded to a single one was obtained, ($\Delta\chi^2 / df = 2.49$; GFI = .88; AGFI = .83; NFI = .93; NNFI = .95; CFI = .96; RMSEA = .079; SRMR = .070) were continued as a single dimension in the study.

3.3. Model and Hypotheses

The conceptual model in Figure 1 has been developed. The research model is shown below.



The hypotheses are given below:

H₁: Prosocial motivation will be significantly and positively related to OCB.

H₂: Prosocial motivation will be significantly and positively related to intrinsic motivation.

H₃: Intrinsic motivation will be significantly and positively related to OCB.

H₄: Intrinsic motivation will mediate the relationship between prosocial motivation and OCB.

4. Results

4.1. Descriptive Statistics and Relations Between Variables

The arithmetic mean and Skewness and Kurtosis values of the variables issued in the study are given in Table 1 below.

Table 1: Descriptive Statistics and Relations Between Variables

Variables (N= 241)	\bar{x}	Skewness	Kurtosis	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Prosocial Motivation	4,19	-,697	-,215	(,82)							
2. Intrinsic Motivation	3,65	-,354	-,288	,412**	(,76)						
3. OCB	4,07	-,150	-,616	,560**	,508**	(,88)					
4. Altruism	4,28	-,508	-,661	,460**	,329**	,790**	(,67)				
5. Scurupulousness	3,74	-,399	,037	,399**	508**	,782**	,495**	(,59)			
6. Kindness	4,57	-,858	-,116	,442**	,220**	,665**	,561**	,392**	(,78)		
7. Gentlemanship	3,89	-,344	-,301	,406**	,460**	,822**	,510**	,536**	,400**	(,75)	
8. Civic Virtue	3,86	-,236	-,615	,521**	,407**	,847**	,571**	,584**	,489**	,649**	(,76)

(* p<0.05 and ** for p<0.01. The values in brackets indicate the reliability coefficients of the dimensions.)

As can be seen from Table 1, the research data show a normal distribution. According to Morgan and his friends, (2004: 49), it can be said that when the values of Skewness and Kurtosis are within ± 1 , the data show normal distribution. Table 1 also contains the arithmetic mean values of the variables. According to this, nurses' level of prosocial motivation and organizational citizenship is at a very high level and their intrinsic motivations are realized at slightly above middle level. When Table 1 was examined for sub-dimensions of OCB, it was observed that the courtesy received the first rank with an average of 4.57, followed behind by the altruism by 4.28. As seen in Table 1, significant correlations were found between the variables in the positive direction and the middle force level. All relations between variables were significant at $p < 0.01$. There was a midlevel positive correlation between prosocial motivation and intrinsic motivation ($r = 0.412$) there was a midlevel positive correlation between prosocial motivation and OCB ($r = 0.560$) and between the intrinsic motivation and organizational citizenship behaviours, midlevel positive ($r = 0,508$) relationships were found.

4.2. Hypothesis Testing

Used to test the mediating effect of intrinsic motivation between prosocial motivation and OCB. the SPSS PROCESS annex was used and the result of the macro 4th regression analysis is shown in Table 2.

Table 2: Results of Hierarchical Regression Analysis Mediation Effect

Models and Variables	Intrinsic Motivation		OCB					
	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4	
	β	t	β	t	β	t	β	t
Prosocial Motivation	0,460	6,98***	0,453	10,45***			0,342	7,71***
Intrinsic Motivation					0,368	9,113***	0,241	6,09***
R ²	0,169		0,313		0,258		0,406	
F	48,768***		109,315***		83,055***		81,459***	

*** p< 0.001. The coefficients in the table are standardized regression coefficients.

According to the results in Table 2; prosocial motivation was found to be a positive and significant effect on intrinsic motivation ($\beta = 0,460$, $p < 0,001$) and organizational citizenship behaviour ($\beta = 0,453$, $p < 0,001$). In this case hypotheses 1 and 2 are accepted. Moreover, intrinsic motivation had a positive and significant effect on OCB ($\beta = 0,368$, $p < 0,001$) and hypothesis 3 was accepted. Finally, when prosocial motivation and intrinsic motivation were introduced into the regression model, the effect of prosocial motivation on OCB was reduced ($\beta = 0,453$, $p < 0,001$ to $\beta = 0,342$, $p < 0,001$). These findings show that partial motivation of intrinsic motivation is related to prosocial motivation and OCB. Mediating effect of intrinsic motivation in relation to prosocial motivation and organizational citizenship behaviour (indirect effect of prosocial motivation on OCB, $\beta = 0,111$, $SH = 0,025$, 95% corrected confidence interval $CI = [0,06, 0,17]$, $z = 4,563$, $p < 0,001$). According to these results, hypothesis 4 is partially accepted.

5. Conclusion and Discussion

According to the results of the analysis, significant relationships have emerged between the variables. Relations are at medium force level and positive. With the increase of the prosocial motivation level, it is observed that the OCB of the employees also increased. The inclusion of voluntary and altruistic behaviour on the basis of OCB makes this result meaningful. As the prosocial motivation increased, the level of motivation of the employees increased. In prosocial motivation, while aiming to benefit individuals, intrinsic motivation focuses on work. Moving from here, the work to be done in the desired qualities, at the same

time, provides benefits to the organisation or the individual. Prosocial motivated employees are also motivated internally because they want to do their jobs well. As the level of intrinsic motivation increases according to the results of the research, OCB have also increased. In the effect of prosocial motivation on OCB, intrinsic motivation was found to have a mediating role.

Keywords: Prosocial Motivation, Organizational Citizenship Behavior, Intrinsic Motivation

JEL Codes: D23, M10, M12

Çalışanların Prososyal Motivasyonlarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkisi: İçsel Motivasyonun Aracılık Rolü

Özet

Bu çalışma, prososyal motivasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisinde içsel motivasyonun oynadığı rolü tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verileri, Süleyman Demirel Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesinde görev yapan 241 hemşireden elde edilmiştir. Elde edilen bulgular, prososyal motivasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisinde içsel motivasyonun kısmi aracılık rolü bulunduğunu göstermiştir.

1. Giriş

Literatürde çalışanların diğerlerinin çıkarlarına yönelik davranışlar sergileme isteği, prososyal motivasyon ile ilişkilendirilir. Prososyal motivasyon başkaları üzerinde olumlu etkiler bırakmayı amaçlarken; içsel motivasyonda ise bireyler iş üzerinde olumlu etkiler bırakmaya çalışmaktadır. Örgütsel vatandaşlık davranışları, içsel motivasyon kaynağı olarak da görülebilmektedir. Prososyal motivasyonun, eğitim ve sağlık alanında çalışanlarda daha yüksek olacağı tahmin edilmektedir. Yapılan bu çalışmada, prososyal motivasyonun örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde içsel motivasyonun aracılık rolü üzerine odaklanılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Son yıllarda oldukça popüler bir kavram haline gelen prososyal motivasyonun örgütler için yararlarını belirlemek amacıyla birçok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Çalışanların kendileri dışındakilere yararlı olma inancıyla iş yapmaları (Grant, 2009: 94) olarak tanımlanan müşteri odaklı ve işgören odaklı prososyal davranışın kaynağını, prososyal motivasyon kavramı oluşturmaktadır (Kelley & Hoffman, 1997: 409). İçsel motivasyon ise herhangi bir davranışı sergilerken her türlü zorlukla mücadele ederek, işin içeriğinden ve yapılma şeklinden duyulan keyif duygusu olarak tanımlanmaktadır (Ryan & Deci, 2000: 56). Örgütsel vatandaşlık davranışı (ÖVD), çalışanların iş için belirlenen standartların ve tanımların gereklerini yerine getirmenin yanı sıra, gönüllü olarak fazladan rol davranışı ve çaba göstermesi olarak tanımlanmaktadır (Gürbüz, 2006: 50). Örgütsel vatandaşlık davranışı, diğergamlık, nezaket, vicdanlılık, centilmenlik ve sivil erdem olmak üzere beş boyutta ele alınmıştır. ÖVD ve motivasyon ilişkisi ile ilgili yapılan çalışmalar özgeciler gibi prososyal davranış çalışmalarından esinlenmiştir.

3. Araştırmanın Yöntemi

3.1. Örneklem

Araştırmanın evrenini hemşireler oluşturmaktadır. Örneklem ise Isparta ilinde Süleyman Demirel Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesi'nde çalışan hemşireler olarak belirlenmiştir. Analiz için 258 adet anket ile analizler yapılmıştır. Araştırmaya katılanların %87,6'sı kadın ve %12,4'si erkektir. Katılımcıların %73,8'i evli olup %13,3'ü lise, %18,3'ü önlisans, %59,8'i lisans ve %8,7'si lisansüstü mezundur. Katılımcıların çalışma sürelerinin ortalaması 13,8±8,25 yıl, yaş ortalaması ise 35,3±7,82 olarak tespit edilmiştir.

3.2. Ölçüm Araçları

Prososyal Motivasyon Ölçeği (Grant ve Sumanth, 2009) kullanılmıştır. Ölçeğin alfa güvenilirlik katsayısı 0,82 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile elde edilen değerleri ($\Delta\chi^2/sd= 0.85$; GFI= .99; AGFI= .98; NFI= .99; NNFI= 1.00; CFI= 1.00; RMSEA= .000; SRMR= .016) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır.

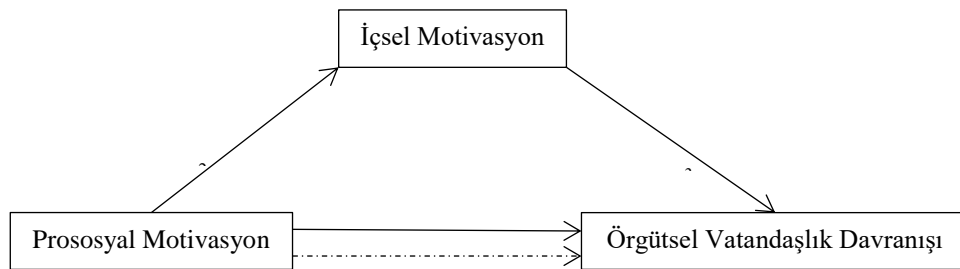
İçsel Motivasyon Ölçeği (Kuvaas, 2006) kullanılmıştır. Ölçeğin alfa güvenilirlik katsayısı 0,76 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin DFA ile elde edilen değerleri ($\Delta\chi^2/sd= 0.67$; GFI= 1.00; AGFI= .98; NFI= .99; NNFI= 1.01; CFI= 1.00; RMSEA= .000; SRMR= .019) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği (Williams ve Shiaw, 1999) ile (Vey ve Campbell, 2004) tarafından geliştirilen, Basım ve Şeşen (2006) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin alfa güvenilirlik katsayısı 0,88 olarak hesaplanmıştır. İkinci düzey DFA ile ölçeğin boyutlarının tek bir yapıyı karşıladığı sonucu elde edildiğinden ($\Delta\chi^2/df= 2.49$; GFI= .88; AGFI= .83; NFI= .93; NNFI= .95; CFI= .96; RMSEA= .079; SRMR= .070) araştırmada tek boyut olarak devam edilmiştir.

3.3. Model ve Hipotezler

Şekil 1'deki kavramsal model geliştirilmiştir. Araştırma modeli aşağıda gösterilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Önerilen model doğrultusunda geliştirilen hipotezler aşağıda verilmiştir.

H1: Prososyal motivasyon, örgütsel vatandaşlık davranışını anlamlı bir şekilde açıklar.

H2: Prososyal motivasyon, içsel motivasyonu anlamlı bir şekilde açıklar.

H3: İçsel motivasyon, örgütsel vatandaşlık davranışını anlamlı bir şekilde açıklar.

H4: Prososyal motivasyonun, örgütsel vatandaşlık davranışına etkisinde içsel motivasyonun aracılık rolü bulunmaktadır.

4. Bulgular

4.1. Betimsel İstatistikler ve Değişkenler Arası İlişkiler

Araştırmada ele alınan değişkenlere ait aritmetik ortalama ve çarpıklık/basıklık değerleri aşağıda çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 1: Betimsel İstatistikler ve Değişkenler Arası İlişkiler

Değişkenler (N= 241)	\bar{x}	Çarpıklık	Basıklık	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Prososyal Motivasyon	4,19	-,697	-,215	(,82)							
2.İçsel Motivasyon	3,65	-,354	-,288	,412**	(,76)						
3.Örgütsel Vat. Dav.	4,07	-,150	-,616	,560**	,508**	(,88)					
4.Diğergamlık	4,28	-,508	-,661	,460**	,329**	,790**	(,67)				
5.Vicdanlılık	3,74	-,399	,037	,399**	508**	,782**	,495**	(,59)			
6.Nezaket	4,57	-,858	-,116	,442**	,220**	,665**	,561**	,392**	(,78)		
7.Centilmenlik	3,89	-,344	-,301	,406**	,460**	,822**	,510**	,536**	,400**	(,75)	
8.Sivil Erdem	3,86	-,236	-,615	,521**	,407**	,847**	,571**	,584**	,489**	,649**	(,76)

($p<0.05$ için * ve $p<0.01$ için **). Parantez içerisindeki değerler boyutların güvenilirlik katsayılarını göstermektedir.

Çizelge 1’den görüleceği üzere araştırma verileri normal dağılım göstermektedir. Morgan ve arkadaşlarına (2004: 49) göre, çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 1 aralığında değerler alması durumunda verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilir. Çizelge 1’de değişkenlere ait aritmetik ortalama değerlerine de yer verilmiştir. Buna göre hemşirelerin prososyal motivasyon ve örgütsel vatandaşlık düzeylerinin oldukça yüksek seviyede olduğu, içsel motivasyonlarını ise orta düzeyin biraz üzeri seviyede gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Çizelge 1’de görüldüğü üzere değişkenler arasında pozitif yönlü ve orta kuvvet seviyesinde anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki tüm ilişkiler $p<0.01$ anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Prososyal motivasyon ile içsel motivasyon arasında orta seviyeli pozitif yönlü ($r=0,412$), prososyal motivasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında orta seviyeli pozitif yönlü ($r=0,560$), içsel motivasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında ise orta seviyeli pozitif yönlü ($r=0,508$) ilişkiler tespit edilmiştir.

4.2. Hipotez Testlerine Yönelik Bulgular

Prososyal motivasyon ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkide, içsel motivasyonun aracılık etkisi test etmek üzere SPSS PROCESS eklentisi kullanılmış ve macro 4. model regresyon analizi sonucu Çizelge 2’de gösterilmiştir.

Çizelge 2: İçsel Motivasyonun Aracılık Etkisine Ait Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları

Modeller ve Değişkenler	İçsel Motivasyon		Örgütsel Vatandaşlık Davranışı					
	Birinci Model		İkinci Model		Üçüncü Model		Dördüncü Model	
	β	t	β	t	β	t	β	t
Prososyal Motivasyon	0,460	6,98***	0,453	10,45***			0,342	7,71***
İçsel Motivasyon					0,368	9,113***	0,241	6,09***
R ²	0,169		0,313		0,258		0,406	
F	48,768***		109,315***		83,055***		81,459***	

Not: *** p < 0,001. Tabloda yer alan katsayılar standardize edilmiş regresyon katsayılarıdır.

Çizelge 2'de yer alan sonuçlara göre; prososyal motivasyonun, içsel motivasyon üzerinde ($\beta = 0,460$, $p < 0,001$) ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde ($\beta = 0,453$, $p < 0,001$) pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda hipotez 1 ve 2 kabul edilmiştir. Ayrıca, içsel motivasyonun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi görülmüş ($\beta = 0,368$, $p < 0,001$) ve hipotez 3 kabul edilmiştir. Son olarak, prososyal motivasyon ve içsel motivasyon regresyon modeline aynı anda sokulduğunda, prososyal motivasyonun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi azalmıştır ($\beta = 0,453$, $p < 0,001$ değerinden $\beta = 0,342$, $p < 0,001$ değerine). Ulaşılan bu bulgular prososyal motivasyon ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisinde içsel motivasyonun kısmi aracılık etkisini göstermektedir. Prososyal motivasyon ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisinde içsel motivasyonun kısmi aracılık etkisini doğrulamıştır (prososyal motivasyonun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde dolaylı etkisi; $\beta = 0,111$, SH = 0,025, %95 düzeltilmiş güven aralığı CI = [0,06, 0,17]; $z = 4,563$, $p < 0,001$). Bu sonuçlara göre hipotez 4 kısmen desteklenmiştir.

4. Sonuç

Analiz sonuçlarına göre, değişkenler arasında anlamlı ilişkiler ortaya çıkmıştır. İlişkiler orta kuvvet seviyesinde olup pozitif yönlüdür. Prososyal motivasyon düzeyinin artışıyla birlikte, çalışanların ÖVD'sinin de yükseldiği görülmektedir. ÖVD'nin temelinde de gönüllü ve özgeci bir davranışın yatması ortaya çıkan bu sonucu anlamlı hale getirmektedir. Prososyal motivasyon yükseldikçe çalışanların içsel motivasyon düzeylerinin de yükseldiği belirlenmiştir. Prososyal motivasyonda bireylere fayda sağlama amaçlanırken, içsel motivasyonda işe odaklanılmaktadır. Buradan hareketle, işin istenen niteliklerde yapılması, aynı zamanda örgüte veya bireylere de fayda sağlamaktadır. Araştırmanın temel hipotezi olan prososyal motivasyonun ÖVD üzerine etkisinde içsel motivasyonun aracılık rolü bulunmuş olup, prososyal motivasyonun ÖVD'ye etkisi içsel motivasyon aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Anahtar kelimeler: Prososyal Motivasyon, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, İçsel Motivasyon

JEL Kodları: M1, M12, M19

Kaynakça

Basım, H. N. ve Şeşen, H. (2006). “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ölçeği Uyarlama ve Karşılaştırma Çalışması”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 6(4), 83-101.

Grant, A. M. (2009). “Putting Self-Interest Out of Business? Contributions and Unanswered Questions From Use-Inspired Research on Prosocial Motivation”, *Industrial and Organizational Psychology*, 2, 94–98.

Gürbüz, S. (2006). “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İle Duygusal Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 48-75.

Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*, Guilford Press: New York.

Kelley S. W. and Hoffman K. D. (1997). “An Investigation of Positive Affect, Prosocial Behaviors and Service Quality”, *Journal of Retailing*, 73(3), 407-427.

Kuvaas, B. (2006). “Work Performance, Affective Commitment, and Work Motivation: The Roles of Pay Administration and Pay Level”, *Journal of Organizational Behaviour*, (27): 365–385.

Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W. and Barret, K. C. (2004). *SPSS for Introductory Statistics: Use and Interpretation, Second Edition*, Lawrence Erlbaum Associates: London.

Vey, M. A. and Campbell, J. P. (2004). "In Role or Extra Role Organizational Citizenship Behavior: Which Are We Measuring?," *Human Performance*, 17(1): 119-135.

Williams, S. and Shiaw, W. T. (1999). "Mood and Organizational Citizenship Behavior: The Effects of Positive Affect on Employee OCB Intentions", *The Journal of Psychology*, 133(6): 656- 668.

Yücel Batmaz, N. ve Gürer, A. (2016). “Dönüştürücü Liderliğin Çalışanların İçsel Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Yerel Yönetimlerde Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(29): 477-492.

Eşya-Ürün, Zanaat-Ürün Tasarımı Kavramları Üzerine Ekonomi Politik Yaklaşım

Merve YAVUZ⁹⁴, Dilek AKBULUT⁹⁵

1. Giriş

Ürün ve eşya kavramları günlük dilde çoğunlukla eşanlamda kullanılsa da resmi dilde ve iktisadi bağlamda farklı anlamlara gelmektedir. Eşya farklı amaçlar için kullanılan, insan yapımı nesne olarak tanımlanırken ürün farklı endüstri alanlarında üretilen yararlı nesne olarak tanımlanmaktadır. Çalışmada eşyalar zanaatkarın bireysel çabası ile, ürünler ise bir iş bölümü dahilinde girişimciler, tasarımcılar, üreticiler, pazarlamacılar gibi birçok disiplinden bireyin ortak çalışması sonucu üretilen nesnelere olarak ele alınmıştır.

Üreticiler açısından her ikisi de değişim değeri taşıyan metallerdir. Ancak zanaat üretiminde eşyalar basit meta biçimini alır, yani üretim ve dağıtım yalnızca kullanım değeri sağlamayı amaçlar ve değişim değeri ihtiyaç gidermeye yöneliktir. Seri üretimdeki metaller olan ürünler ise iş bölümüne bağlı olarak üretici için kullanım değerini kaybetmiş, değişim değerinin bir taşıyıcısı olarak metalaşmıştır. Eşya ve ürün arasındaki farklılıklar üretim ve değer biçimleri ile dağıtım, değişim ve tüketim ilişkilerinden kaynaklanmaktadır. Çalışmada eleştirel ekonomi politişin bütünsellik ve tarihsellik ilkelerine bağlı olarak zihinde beliren nesne imgesinin somut hale getirilişinin farklı görünüşleri olan zanaat ve ürün tasarımı kavramlarının ortaklıkları ve farklılıkları üretim, değişim, dağıtım ve tüketim ilişkilerinin etkileri üzerinden tartışılmıştır.

2. Ekonomi Politik

Ekonomi politik dar anlamda kaynakların üretimini, dağıtımını ve tüketimini oluşturan toplumsal ilişkilerin incelenmesidir (Mosco, 2009:24). Mosco'ya göre (2009:63) hâkim ekonomi anlayışı birey merkezlidir, bireyi zaman ve mekâna bağlı olarak ele alır, toplumsal ilişkileri açıklamakta yetersizdir ve ampirik verilerle ölçülemeyen girdileri ihmal etme eğilimindedir. Politik ekonomi ise toplumca koşullanmış bireyi, bulunduğu üretim ilişkileri içinde ele alır çünkü politik ekonomistlere göre toplumsal ilişkilerin temeli üretimdir.

Marks'a göre fikir, maddi dünyanın insan aklında yansımından ve düşünce biçimlerine dönüşmesinden başka bir şey değildir. Marks'ın diyalektik anlayışında soyutlamalara maddi hayatın gerçeklikleri üzerinden ulaşılır ve problemlerin çözülmesi yine maddi hayat içinde gerçekleştirilir.

Çalışmada üretimin farklı görünüşleri olan zanaat ve ürün tasarımına ve söz konusu etkinliklerin somut nesnelere olan eşyalar ve ürünlere ekonomi politik yaklaşımda Marks'ın diyalektik yöntemi ile yaklaşmıştır.

⁹⁴ Araştırma Görevlisi., Pamukkale Üniversitesi, merveyavuzz@gmail.com

⁹⁵ Doçent Doktor, Gazi Üniversitesi, dilekakbulut@gazi.edu.tr

3. Meta ve Değer

Meta her şeyden önce insanın dışında bir nesnedir ve sahip olduğu özelliklerle farklı insan ihtiyaçlarını karşılayan bir şeydir, maddi ve yararlı bir şey olduğu için de meta bir kullanım değeridir (Marks, 1986:45). Marks'a göre (2011:41) ilkel durumda insan kendi öz ihtiyaçlarından başka şey bilmiyordu, etkinliğinin sınırlarını bu ihtiyaçlar belirliyordu. Üretimi hem dış dünyanın sahiplenilmesi hem de doğal ihtiyaçlarının nesnelleştirilmesi idi. İnsanlar bir noktada ihtiyaçlarını doğrudan giderebileceklerinden fazlasını üretmeye başladılar. Bu üretim aslında başkasından onun yerine alabileceği başka bir nesnenin üretimiydi. Marks'ın kullanım değeri kavramı ile ifade ettiği meta da söz konusu takasa konu olan metadır. Takasa konu olduğu anda meta artık kullanım değerinden soyutlanmıştır.

4. Üretim, Dağıtım, Değişim Ve Tüketim

Marks'ın üretim kavramına ilişkin hareket noktası toplum olarak üretimde bulunan bireylerin, bundan dolayı da toplumsal bakımdan belirlenmiş bireylerin üretimidir (1976:245). Dolayısıyla üretim, toplumsal gelişmenin belirli aşamalarında içinde bulunduğu koşullara göre farklı görünüm alabilir. Toplumsal ilişkileri etkiler ve yine onlardan etkilenir. Marks'a göre üretim belirli bir tüketimi, dağıtımı ve değişimi belirler ve aynı zamanda bunların karşılıklı ilişkileri düzenler. Çalışmanın bir sonraki kısmında üretim tarzının maddi hayattaki farklı görünümü olan zanaat ve ürün tasarımı etkinlikleri açıklanmıştır.

5. Zanaat ve Ürün Tasarımı

Marks'a göre (1986:167) farklı ekonomik çağların ayırt edilmesinde dikkate alınması gereken şey yapılan nesnelere değil, bu nesnelere nasıl ve hangi araçlarla yapıldıklarıdır. Bu bağlamda orta çağ zanaatı incelendiğinde, zanaatkarın kendi üretim araçlarının mülkiyetine sahip, bireysel atölyesinde çalışan, ürettiği nesnenin tüm süreçlerine hâkim bir kişi olduğu görülmektedir. Zanaat üretiminde makineler yerine aletler kullanılmaktadır ve üretim küçük birimlerde çoğunlukla sipariş üzerine gerçekleştirilmektedir. Üretici ile tüketici arasında aracı bir piyasa bulunmamaktadır.

Çalışma kapsamında üretim tarzının zanaat ve manüfaktürden sanayiye geçiş döneminde işçide yarattığı en önemli etken emeğin bölünmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Zanaatkar zihninde oluşturduğu nesneyi somut haline bizzat dönüştürürken, manüfaktürde nesnenin üretim süreci bölünmüş olsa da bu süreçte zanaatkar yine zihinsel emeğini ve fiziksel emeğini birlikte kullanmaktadır. Ancak sanayi çağında zihinsel emek ve fiziksel emek üretim etkinliklerinde kesin bir ayrıma uğramıştır. Sanayi çağında ürün tasarımı etkinliğinin ortaya çıkışı da vasıfsız hale getirilmiş, emeğinin yaratıcı gücü üretim dışı bırakılmış zanaatkarın zihinsel emeğinin gerekliliklerini karşılayacak bir bireye ihtiyaç duyulmasıdır denilebilir.

6. Eşya ve Ürün

Ürün, Türk Dil Kurumu'na "türlü endüstri alanlarında ham maddelerin işlenmesiyle elde edilen şey" olarak tanımlanmıştır Eşya ise "türlü amaçlarla kullanılan, insan yapımı taşınabilir nesnelere" olarak tanımlanmıştır. Tanımlardan hareketle eşyaların basit metaller, ürünlerin ise kapitalist metaller oldukları söylenebilir. Eşya ve ürün, her ikisi de zihinde beliren imgenin somut hale gelmiş halleridir. Ancak üretim tarzı ve emek araçları açısından yaratılma biçimleri farklıdır. Bu bağlamda eşyanın emek sürecinin tamamına hâkim zanaatkar tarafından

yapılan nesnel oldukları söylenebilir. Ürünlerin yaratılmasında ise emek bölünmüştür ve iş bölümüne katılan birçok disiplinin farklı zihinsel ve fiziksel emeği sürece katılmıştır.

7. Sonuç

Çalışmada eşya-ürün ve zanaat-ürün tasarımı kavramları Marks'ın ekonomi politik yaklaşımı temel alınarak açıklanmıştır. Marks üretim tarihini orta çağ, manüfaktür ve sanayi dönemi olmak üzere üç çağda ele almaktadır. Emek araçlarının hala el aletleri olduğu orta çağ ve manüfaktür döneminde üretilen nesnel eşyalar, sanayi döneminde üretilen nesnelere ise ürünlerdir.

Orta çağda sadece zanaat üretimi vardır. Manüfaktür döneminde yine zanaat üretimi vardır ancak zanaatkarlar kendi üretim araçlarına sahip değillerdir ve artık eşyalar birçok zanaatkarın ortak çalışması sonucu ortaya çıkmaktadır. Zanaatkar eşya üzerindeki hakimiyetini ve üretim yeteneklerini yitirmeye başlamıştır. Sanayi döneminde ise zanaatkar tüm vasıflarını yitirmiş sadece fiziksel emeğini kullanabileceği fabrikalarda çalışmaya başlamıştır. Bu dönemde zanaatkarın zihinsel emek gücü yani nesnenin tasarlanması işi, ürün tasarımcılarınca üstlenilmektedir. Sanayi üretim çağında yaratılan metaller ise ürün adını almaktadır.

Anahtar kelimeler: Ekonomi politik, ürün tasarımı, ürün, zanaat, eşya

JEL Kodları: N30, B30

Kaynakça

- Marks, K. (1986). *Kapital*, (Çev) Bilgi, A., Ankara: Sol Yayınları.
Marks, K. (2011). *Ekonomi Politik ve Felsefe Elyazmaları*, (Çev) Somer, K., Ankara: Sol Yayınları.
Marks, K (1976). *Ekonomi Politğin Eleştirisine Katkı*, (Çev) Belli, S., Ankara: Sol Yayınları.
Türk Dil Kurumu (TDK). <http://www.tdk.gov.tr/>. Erişim tarihi: 28.05.2018
Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*, USA: Sage Publications.

Trainee / Applicant Analysis for Practical Training Programs with Career Management at Large-Scale Hotel Chains

Damla SÖNMEZ⁹⁶, Işılray Talay DEĞİRMENCI⁹⁷

1. Introduction

In tourism sector, it is fundamental to provide well-structured on-the-job training to successfully recruit and place the qualified new graduates into practice, especially at large-scale hotel chains. The concept of practical training is acknowledged with high importance in general by many other fields as well (Katajavuori et al., 2006: 441). In this study, we investigate the potential problems that could be experienced at a practical training program by such a hotel chain operating in Antalya, Turkey, one of the mostly visited cities in the world. On the other hand, the potential problems could originate from various reasons such as: the differences in the approach of “Y generation” towards career management, the need for flexibility at the career management practices of such a training program, and the pressure felt by the managers due to perceiving these candidates as potential competitors. To address the problems above, we conducted an exploratory field study via semi-structured interviews with potential trainees. Through this research we aim to provide a fruitful approach leading to win-win situations for both the trainees and the hotel chain and configure the program based on these insights. This practical training program combines both career management and recruitment; thus, the main objective is to obtain benefit for both the candidates and the hotel chain as the recruiting company (Greenhaus & Callanan, 2010: 39).

2. Training Program

The goal of the training program is strengthening the bond between academia and business. For the first step, human resources department of the hotel and academics from universities conduct interviews with students from Business Administration and Tourism majors, and then they select 15 trainees for the program. The training program consists of two stages; the first stage is common for all trainees regardless of their background, on the other hand, the second stage of the training is specified based on the choice of department. In the first stage, trainees work on three basic departments which are Food and Beverages, Business in General (includes Sales and Marketing), Human Resources, Finance, etc., and Housekeeping (includes Front Office, Guest Relations, etc.). Trainees will spend minimum one year for each category and at the end of the four to five year period, their second stage starts. After gaining a certain level of experience for each department, the trainee will select one department to focus

⁹⁶ Student, Department of Business Administration, Antalya Bilim University, College of Business, damla.sonmez@std.antalya.edu.tr

⁹⁷ Department of Business Administration, Antalya Bilim University, College of Business, isilray.degirmenci@antalya.edu.tr

on, but human resources experts also have power to make this decision. Once the trainees complete their second stage, the hotel chain makes a commitment to them to offer a managerial position such as assistant manager or manager, based on their performance. This type of training programs are also very important from the perspective of the universities, since they are under great pressure to educate their students to possess the attribute of “employability” (Bridgstock, 2009: 32).

3. Method and Results

The interviews were conducted with 20 graduates from business and hospitality. Expectations, demands, and suggestions from potential trainees were investigated through face-to-face interviews.

The trainees expect that emphasis be mostly given to their preferences for the positions they are to be placed, compared to how they performed in the initial assessments. Thus, in case of a mismatch, the employer has to face a trade-off between giving emphasis to their decision about the placement of the candidate, or allowing the candidate to act according to his/her own preferences at choosing the assigned department to start their managerial position. This potentially controversial issue has been investigated by other researches as well (see, for instance, Sturges et al., 2000: 355).

The candidates claim that the job security and the ascending career path promised by the program is a positively influencing factor. Moreover, the trainees place particular emphasis on flexible working hours, transparency, and their contribution being valued. They suggest the career path to be specified as much as possible due to fear of the firm adjusting the career path later based on the company needs rather than the trainees’ personal development.

As can be seen from above, the trainees are very mindful about what they expect from the career management practices of the employer firm, which, in this case is the hotel chain. Although it may seem to be slightly pressuring for the employer firm, in the long run, it has been shown that the trainees who are able to manage their own career with smart choices also receive more help from their employer (Sturges et al., 2002: 742).

4. Conclusion

In this work we aimed to explore the prospects, as well as advantages and disadvantages of executing a practical training program for a hotel chain in Antalya, Turkey, which is planned to concentrate on training the prospects for managerial positions in Food and Beverages, Business in General (includes Sales and Marketing), Human Resources, Finance, etc., and Housekeeping (includes Front Office, Guest Relations, etc.) departments. To gain the maximum benefit from this program, we investigated the applicants’ approaches towards this type of training practices. We found that the applicants are very mindful about their career path, and as expected from the representatives of “Y generation” they value flexibility, transparency, and being appreciated. We hope these findings will lead to helpful managerial insights to fully benefit from the training program for both the trainees and the employer. For future research, we recommend to gather more data with different samples.

Keywords: practical training, applicant analysis, career management, large-scale hotel chains

JEL Codes: E24, J24, 015

References

Katajavuori, N., Lindblom-Ylänne, S., & Hirvonen, J. (2006). "The significance of practical training in linking theoretical studies with practice", *Higher Education*, 51 (3), pp. 439-464.

Greenhaus, J. H., Callanan, G. A., & Godshalk, V. M. (2010). *Career management*. Sage.

Bridgstock, R. (2009). "The graduate attributes we've overlooked: Enhancing graduate employability through career management skills", *Higher Education Research & Development*, 28 (1), pp. 31-44.

Sturges, J., Guest, D., & Mac Davey, K. (2000). "Who's in charge? Graduates' attitudes to and experiences of career management and their relationship with organizational commitment", *European journal of work and organizational psychology*, 9 (3), pp. 351-370.

Sturges, J., Guest, D., Conway, N., & Davey, K. M. (2002). "A longitudinal study of the relationship between career management and organizational commitment among graduates in the first ten years at work", *Journal of Organizational Behavior*, 23 (6), pp. 731-748.

Review on OHS Regulations that Make Working Life Easier for Women

Neşe YILMAZ⁹⁸

1. Introduction

Despite the fact that the working styles change in time, the burden over women is not easing and women are forming the largest part among the groups requiring special employment policy.

For the further participation of women into work life, it is essential to enact the necessary policies for administrative mentality of these days. In the field of Occupational Health and Safety, especially after the regulation of 6331 numbered Law, a new era started in Turkey in OHS area. Conducting these studies by predicating upon the necessary principles for protecting women in their working lives becomes encouraging in this regard. Women may face the different risk by their contents and this situation makes obligatory to take some measures concomitantly. In consequence of they are considered in special risk group, it becomes natural to perform regulations decreasing the risks these groups may experience. It should not be forgotten that women's profile in society contains information about that society. To consider women in working life cannot be excluded from these social facts. Unfortunately, when women are studied as the risk groups, it is always seen that they take over the burden of society in every sense. The hero of the plot of intolerable situations such as non-covered employment, temporary employment without employment security, exposing sexual harassment and specifically during their pregnancy periods putting both them and their babies lives in danger is this special group in general. Providing women to participate into working life humanely and supporting this process should be perceived an important investment into society as well in its extent. In this study the studies about protecting women in regard to occupational health and safety within the scope of 6331 numbered Law.

2. Risk Areas Directed to Women Employees

It is considered that, for the health of female workers the time periods they mostly under risk are their pregnancy periods and after delivery, the breast feeding periods. It is known that the physiological and psychological problems the women who are pressed into work experienced in these time periods considerably common. (BELIN, ZAMPARUTTI, TULL, HERNANDEZ, & GRAVELING, 2011)

⁹⁸ Kırklareli Üniversitesi Lüleburgaz MYO İş Sağlığı ve Güvenliği Programı Öğretim Görevlisi
nese.yilmaz@klu.edu.tr

3. Regulations Made in 6331 Numbered Law

In accordance with the 50th Article of our Constitution, “No one shall be required to perform work unsuited to his/her age, sex, and capacity. Minors, women, and physically and mentally disabled persons, shall enjoy special protection with regard to working conditions.” On the other hand, according to 6331 Numbered Occupational Health and Safety Law, it is imposed to the employer an obligation for paying regard the situation of the groups requiring special policies such as young, old, disabled, pregnant or breast feeding employees as well as female workers (Article 10/1 – ç). (Civan, 2017) The studies protecting women in working life gain momentum in recent times particularly after 6331 Numbered Law also entered into force. It should not be forgotten that, the main purpose is to prevent occupational-work accidents and occupational diseases before they arise. It is expected that the studies are being carried out should be designed with a proactive and preventive approach in principle.

The necessity of separately carrying out the assessments on special policy requiring groups and also the necessity of displaying special sensitivity for related female employees are emphasized in 6331 Numbered Law and 4857 Numbered Labor Law in particular. It should be known that, whether this provisions directly taken place or not shall not exculpate legal obligations. In 6331 Numbered Law, obligations implicitly encumbered to employers as well. It is necessary to draw attention exclusively to this fact.

Here, some of the regulations those special assessments for women explicitly ought to be allowed are; Occupational Health and Safety Risk Assessment Regulation, Regulation for Procedures and Principles of Employees’ Occupational Health and Safety Trainings, Regulation about Duty, Authority and Responsibility and Trainings of Occupational Physician and Other Health Personnel, Regulation for Employment Conditions of Expecting and Breast Feeding Women, Breast Feeding Rooms and Children Daycare Homes (CIVAN, 2017)

4. Conclusion

To improve the standards of women in working life will also contribute the development of society by being a social fact through a social perspective. In extend of the development of OHS culture, it is impossible to affect the culture of society where OHS culture is a subentry of it. We should not forget that women are the mirror of societies. It should be considered where we see our achievement in OHS area most clearly is the standards in working life of women. Among the groups requiring special policies, considering women based on the particular risks experienced. It is necessary to include the situation in risk evaluation, to call the needed attention to the matter, to provide necessary information in trainings, to form sensitivity on the matter and the administration should do something about this awareness.

Keywords: Working woman, safety culture, occupational safety

JEL Codes: J28, J81

Kadınların Çalışma Yaşamını Kolaylaştıran İSG Düzenlemelerine Bakış

1. Giriş

Her ne kadar çalışma biçimleri zaman içerisinde değişiklik gösterse de kadınların üzerindeki yük hafiflememekte ve özel istihdam politikası gerektiren gruplar içerisindeki en geniş kısmı oluşturmaya devam etmektedir.

Kadınların çalışma yaşamına daha fazla katılabilmesi için günümüz yönetim anlayışının gerekli politikaları kanunlaştırması elzem olmaktadır. İş Sağlığı ve Güvenliği alanında, özellikle 6331 sayılı kanunun düzenlenmesinden sonra Türkiye’de İSG alanında yeni bir dönem başlamıştır. Kadınların çalışma yaşamlarında korunmaları için de gerekli prensipler esas alarak bu çalışmaların yapılmış olması bu bağlamda ümit vaadedici olmaktadır. Çalışma yaşamında kadınlar muhteviyatları gereği de farklı risklerle karşı karşıya kalabilmekte ve bu durum beraberinde bazı tedbirlerin alınmasını da zorunlu hale getirmektedir. Özel risk grubunda değerlendirilmeleri hasebiyle bu grupların yaşayabilecekleri özel riskleri düşürebilecek düzenlemeler yapılması da gayet tabii olmaktadır. Unutulmamalıdır ki kadının toplumdaki profili herşeyden önce o toplum hakkında bilgi ihtiva etmektedir. Çalışma yaşamında kadını değerlendirmek de bu sosyal olgulardan münezzeh değildir. Maalesef ki risk grupları olarak da kadınlar incelediğinde karşımıza her anlamda toplumun yükünü omuzlarına almış oldukları görülmektedir. Sigortasız çalıştırılma, iş güvencesiz geçici işlerde çalıştırılmaları, cinsel tacize maruz kalma ve özellikle gebelik dönemlerinde hem kendi hem bebeklerinin yaşamlarının tehlikeye atılması gibi kabul edilemez durumların kahramanları genellikle bu özel gruptur. Kadınların çalışma yaşamına insan omuruna yaraşır şekilde katılımlarının sağlanması ve bu sürecin desteklenmesi uzantısında topluma da yapılmış önemli bir yatırım olarak algılanmalıdır. Bu çalışmada 6331 sayılı kanunla kadınları iş sağlığı ve güvenliği yönünden korumaya yönelik çalışmalar değerlendirilmektedir.

2. Kadın Çalışanlara Yönelik Risk Alanları

Kadın çalışanların sağlıkları açısından özellikle daha çok risk altında oldukları dönemler hamilelik ve doğumdan sonraki bebeği emzirme dönemi olan süre olarak değerlendirilmektedir. Bu dönemlerde çalışmaya zorlanan kadın çalışanların yaşadığı fizyolojik ve psikolojik problemlerin oldukça yaygın olduğu bilinmektedir. (BELIN, ZAMPARUTTI, TULL, HERNANDEZ, & GRAVELING, 2011)

3. 6331 Sayılı Kanun’da Yapılan Düzenlemeler

Anayasamızın 50. maddesi uyarınca, “Kimse, yaşına, cinsiyetine ve gücüne uymayan işlerde çalıştırılmaz. Küçükler ve kadınlar ile bedenî ve ruhî yetersizliği olanlar çalışma şartları bakımından özel olarak korunurlar”. 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu gereğince de işverene risk değerlendirmesi yaparken genç, yaşlı, engelli, gebe veya emziren çalışanlar gibi özel politika gerektiren gruplar ile kadın çalışanların durumunu gözetme yükümlülüğü getirilmiştir (md.10/1-ç) (CIVAN, 2017) Çalışma yaşamında kadını korumaya yönelik çalışmalar son dönemlerde özellikle 6331 sayılı kanunun da yürürlüğe girmesiyle hız kazanmıştır. Unutulmamalıdır ki iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarında asıl amaç iş kazalarını ve meslek hastalıklarını daha ortaya çıkmadan engellemektir. Yapılan çalışmaların temelde proaktif ve önleyici yaklaşımla dizayn edilmesi beklenmektedir.

Özel politika gerektiren grupların durumlarıyla ilgili değerlendirmelerin ayrıca yapılması gerekliliğiyle ilgili kadın çalışanlara özel hassasiyet gösterilmesi gerekliliği 6331 sayılı kanunda ve 4857 sayılı iş kanunununda özellikle vurgulanmaktadır. Kanunda direk bu maddelerin geçmesinin yada geçmemesinin de bu hukuksal sorumluluğu ortadan kaldırmayacağı bilinmelidir. 6331 sayılı kanunda işverene dolaylı olarak da sorumluluklar yüklenmektedir. Bu duruma özellikle dikkat çekmek gereklidir.

Kadınlara özel değerlendirmelerin bulunması gerekliliğinin açık olarak ifade edildiği yönetmeliklerden bazıları şunlardır; İş Sağlığı ve Güvenliği Risk Değerlendirilmesi Yönetmeliği, Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimlerinin Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, İşyeri Hekimi ve Diğer Sağlık Personelinin Görev, Yetki, Sorumluluk ve Eğitimleri Hakkında Yönetmelik, Gebe veya Emziren Kadınların Çalıştırılma Şartlarıyla Emzirme Odaları ve Çocuk Bakım Yurtlarına Dair Yönetmelik (CİVAN, 2017)

4. Sonuç

Kadının çalışma yaşamındaki standartlarının yükselmesi toplumsal bir olgu olarak da sosyolojik perspektifle toplumun gelişimine de katkı sağlayacaktır.

İSG kültürünün geliştirilmesinin devamında onun da alt ögesi olduğu toplum kültürünü etkilememesi mümkün olamamaktadır. Unutmayalım ki kadınlar toplumların aynasıdır. İSG alanında da başarımızı belki de en net görebileceğimiz yer kadınların çalışma yaşamındaki standartları olarak değerlendirilmelidir. Özel politika gerektiren grupların arasında kadınların değerlendirilmesi yaşanan özel riskler hasebiyle olmaktadır. Bu durumun risk değerlendirilmelerinde yer alması, gerekli hatırlatmaların yapılması, eğitimlerle gerekli bilgilendirmelerin yapılması, ilgili hassasiyetin oluşturulması ve bu farkındalığa yönetimin sahip çıkması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın çalışan, güvenlik kültürü, iş güvenliği

JEL Kodları: J28, J81

Kaynakça

BELIN, A., ZAMPARUTTI, T., TULL, K., HERNANDEZ, G., & GRAVELING, R. (2011). Occupational Health and Safety for the most Vulnerable Workers. *European Parliament*.

CİVAN, O. E. (2017). İş Sağlığı ve Güvenliğinde Özel Politika Gerektiren Gruplar. *Ankara Barosu Dergisi*.

An Evaluation on The Carbon Markets in Turkey Struggle with International Carbon Trading and Climate Change

Ceren ORAL⁹⁹, Sinem GEÇDOĞAN¹⁰⁰, Elçin KİPKİP¹⁰¹

1.Introduction

Carbon finance is an economic field that examines the financial aspects of climate change. Carbon finance explores the cost of living conditions and the financial opportunities and risks of carbon-rich communities in areas where carbon distribution is high. It is influential in determining the suitability and use of market-built bases in the success of environmental risks and environmental objectives. In the simplest terms, greenhouse gas is defined as the source of emission reductions.

In this study tapering international carbon trading, in the context of the carbon market in the world status of species and climate change arrangement with Turkey has a privileged location assessment is made on the opportunities to benefit from the carbon market.

2.Framework Convention on Climate Change and Kyoto Protocol

Human activities play an important role in the change of prime. The major reasons for this are the reduction of carbon sequestration with the use of wrong land use as well as the increase in greenhouse gases such as methane, oxide, hydroflorocarbons and CO₂, which occur in the atmosphere when fossil fuels are heated and transported together with the industrialization period. (Arı, 2010) In addition, the amount of greenhouse gases originating from agricultural events such as deforestation, improper land use, urbanization, paddy production, animal husbandry and fertilization has been increased. (Öztürk, 2009)

In the framework of these conclusions, the United Nations Framework Convention on Climate Change at the United Nations Conference on Environment and Development, convened on June 3-14, 1992, to prevent or mitigate the adverse effects of climate change on the dangerous greenhouse gas emissions in the atmosphere, The Climate Change Framework Convention (UNFCCC) was put into force (DSİ, 2010) and entered into force in 1994. (Ültar, 2008)

⁹⁹ 1Assoc. Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Business Administration, Economics and Finance Department, ceren.uzar@gmail.com.

¹⁰⁰ Graduate Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, International Business and Trade Dept, sinemgecdogan@hotmail.com (Yazışma yapılacak yazar).

¹⁰¹ Graduate Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, International Business and Trade Dept.

3. Carbon Trading and Turkey

Policies to be applied in reducing greenhouse gas emissions are affecting costs. But carbon trading helps to reduce the overall cost of goods when compared with direct legislation. It offers the opportunity to purchase carbon-trading high-cost businesses and internationally at low cost marginal companies and countries. (Stawell, 2005: 211)

3.1. Carbon Finance and Carbon Market

Carbon financing is described as the resource provided to the projects by purchasing greenhouse gas emission reductions. In explaining the concept of carbon financing, it is also necessary to clarify the carbon balance. Carbon offsetting is defined as the emission of credits earned or credits earned as a result of greenhouse gas emissions reduced elsewhere in the world as a profit to greenhouse gas emissions from a source.

Carbon market refers to the market where carbon certificates are bought and sold. The carbon market is divided into the obligatory carbon markets, which are organized according to the international obligations and regulations of the Kyoto Protocol, and the voluntary carbon markets, which are formed by the countries, individuals and enterprises with their own preferences. (ÇOB, 2008)

4. Mandatory Carbon Markets

In 2005, the Kyoto Protocol established mechanisms of flexibility to support national measures to meet the parties' emission limitation or mitigation obligation. The objectives of these mechanisms are;

- Support sustainable development through technology transfer and investment.
- Helping countries reduce their financial sanctions and achieve carbon reduction in the atmosphere while achieving Kyoto targets.

Two of the mechanisms are project-based and the other is market-based. The difference between them is the extent to which the projects are made between the parties.

4.1. Clean Development Mechanism

The Kyoto Protocol is described in Article 12. Objectives; To support sustainable development in developing countries not included in Annex I and to help reduce greenhouse gas emissions on behalf of developing countries. Reducing greenhouse gas reduction in developing countries is cheaper than developed countries. (Kadılar, 2010, 24)

4.2. Partner Application

In accordance with the Kyoto Protocol, Annex I countries with emission reduction and limitation obligations and emission reduction projects in other Annex I countries may be implemented. It also implies investing in emission reduction, which allows other countries (landlord) to think and reach the limits in all or a small part of the system in the country where the greenhouse gas reduction cost is lower than the cost of the greenhouse gas reduction in its own country . (Zhang, 1998: 17)

4.3. Emission (Carbon) Trading

It is a market-based mechanism. It is the market-based mechanism that can be overtaken by the Kyoto Protocol in the period of 2008-2012, with the clear development mechanism and the surplus-earned surplus earned or the emission reduction credits sold in developed countries, as indicated in Annex-I, In emission trading, even though there are measures for greenhouse gases, it is the trading gas because it is the most carbon dioxide released. For this reason, it is also called carbon trading. (Şirin et al., 2010: 10)

5. Benefist of Carbon Trading

Turkey will make the scope of the Project will provide significant with carbon trading. These;

Taking the impact of Turkey's energy imports, the current account deficit is to further increase the importance of the use of indigenous energy sources. Emission trading will not only provide greenhouse gas reduction with these projects, but will also contribute considerably to the economy. (DPT, 2010)

- With the increase of energy supply security, improvements are made in the quality of fresh air. The cleanliness of the air will be important for human and environmental health and contribute to the reduction of health costs.

- It is the disadvantages of having uncertainty in the markets along with the benefits of carbon trading, the fact that legal and administrative regulations are not made on time and that they are expensive.

6. Voluntary Carbon Markets

It is established to facilitate the voluntary reduction of greenhouse gas emissions by individuals, organizations, organizations, companies, businesses and non-profit organizations. The first voluntary investment was carried out by the AES company in 1989, at a cost-effective cost of planting 50 million trees to reduce carbon dioxide emissions from the power plant. (Öztürk, 2009)

7. Turkey's Status In The Carbon Market

Turkey's greenhouse gas emissions and increase overall case. In 1990, the atmosphere was equivalent to 187 million tons of carbon dioxide equivalent annual greenhouse gas emissions, while emissions in 2016 total greenhouse gas emissions were calculated to be equivalent to 496.1 million tons of carbon dioxide per year. When we look at the distribution of total greenhouse gas emissions by sectors, the largest share is energy-related emissions with 72.8% by 2016, followed by industrial operations and product use by 12.6%, agricultural activities by 11.4% and waste by 3.3% It is.

Turkey is digitized by greenhouse gas limitation or reduction commitments for Annex I countries, because it is the status of the Kyoto Protocol's flexibility mechanisms are benefiting from. This mechanism is not connected to social responsibility and environmental principles formed the framework for the voluntary carbon market projects under development in Turkey since 2005 and is being implemented.

8. Conclusion

The world has undergone many changes since it was created and it continues to do so. The change that started with the industrial revolution influenced every field as well as the climate system. The atmospheric release of the amount of greenhouse gases coming from the human-caused square has caused global warming and a negative climate system. Turkey also signed the Kyoto climate BMİÇDS including that on the increase in greenhouse gas emissions of human origin formed with the Protocol to prevent adverse effects from occurring.

As result of this study, Kyoto, despite the adversities faced by the Protocol, which recorded a significant success with the projects carried out in the voluntary carbon market Turkey, sustainable development will be implemented with the objectives of significant benefits in terms of environmental and economic taking part in the carbon market with the right policies are provided.

Keywords: Carbon Finance, Carbon Markets, Carbon Trading, Kyoto Protocol

JEL Codes: Q35, G20

Uluslararası Karbon Ticareti ve İklim Değişikliği ile Mücadelede Karbon Piyasalarında Türkiye İçin Bir Değerlendirme

1.Giriş

Karbon finans, iklim değişikliğinin finansal boyutlarını inceleyen ekonomik bir alandır. Karbon finans, karbon dağılımının fazla olduğu alanlarda yaşam şartlarının maliyetini ve karbon emisyonu yüksek toplumların finansal fırsat ve risklerini araştırır. Çevresel riskleri ve çevresel hedefleri başarmada piyasa yapılı temellerin kullanılması ve uygunluğun belirlenmesinde etkilidir. En yalın bir ifade ile sera gazı emisyon azaltımları almak üzere sağlanan kaynak olarak tanımlanmaktadır.

Bu çalışmada uluslararası karbon ticareti incelenerek, dünyada ki karbon piyasa türlerinin durumu ve Türkiye'nin iklim değişikliği düzeni kapsamında ayrıcalıklı bir yere sahip olmasıyla birlikte karbon piyasalarından faydalanabilme imkanları üzerinde değerlendirme yapılmaktadır.

2.İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi ve Kyoto Protokolü

İnsan faaliyetleri iklim değişikliğinde önemli rol almaktadır. Bunların önemli sebepleri ise sanayileşme dönemi ile birlikte, fosil yakıtların ısınmada ve ulaşımda kullanılmasıyla atmosferde meydana çıkan CO2 olmak üzere, metan, oksit, hidroflorokarbon gibi sera gazlarının yoğun bir şekilde artış göstermesi ile birlikte yanlış arazi kullanımıyla karbon tutmada azalma gösterilmesidir. (Arı, 2010) Ayrıca ormansızlaşma, yanlış arazi kullanımı, şehirleşme, çeltik üretimi, hayvancılık ve gübreleme gibi tarımsal nitelikli olaylardan kaynaklı sera gazı miktarlarında artış sağlanmıştır. (Öztürk, 2009)

Bu sonuçlar çerçevesinde, atmosferde tehlikeli bir hal alan sera gazı emisyonlarının iklim değişikliğinde ki olumsuz etkisini engellemek veya belirli noktada kontrol sağlamak amacıyla 3-14 Haziran 1992 de toplanan Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansında Rio Dünya Zirvesi, United Nations Framework Convention on Climate Change Birleşmiş

Milletler İklim değişikliği Çerçeve Sözleşme (BMİDÇS) imzaya sunulmuş (DSİ, 2010) ve 1994 yılında yürürlüğe girmiştir. (Ültar, 2008)

3. Karbon Ticareti ve Türkiye

Sera gazı salınım miktarı azalmasında uygulanacak politikalar maliyetleri etkilemektedir. Ama karbon ticareti, direk yasal düzenleme ile karşılaştırıldığında malların genel maliyetinde azalmaya yardımcı olmaktadır. Karbon ticareti yüksek olan maliyetli işletmelere ve uluslararası düzeyde ülkelerde düşük maliyet marjlı şirket ve ülkelerden azaltım satın alma imkânı sunmaktadır. (Stawell, 2005: 211)

3.1. Karbon Finansmanı ve Karbon Piyasası

Karbon finansmanı, sera gazı emisyon azaltımlarını satın alarak projelere sağlanan kaynak olarak açıklanmaktadır. Karbon denkleştirme bir kaynaktan meydana gelen sera gazı emisyonlarına karşılık olarak dünyanın başka yerlerinde, başka kaynak üzerinden azaltılması sağlanan sera gazı emisyonları sonucunda kazanılan kredilerin ya da sertifikaların satın alınmasıyla oluşan emisyon olarak açıklanmaktadır.

Karbon piyasası, karbon sertifikalarının alınıp satıldığı piyasayı ifade etmektedir.

Karbon piyasası, Kyoto Protokolü'nden oluşan uluslararası yükümlülükler ve düzenlemelere göre meydana gelmiş zorunlu karbon piyasaları ve ülke, şahıs, işletmelerin kendi tercihleri ile oluşan gönüllü karbon piyasaları şeklinde ayrılmaktadır. (ÇOB, 2008).

4. Zorunlu Karbon Piyasaları

2005 yılında Kyoto Protokolü, tarafların salım sınırlaması veya azaltım yükümlülüğünü yerine getirmek amacıyla ulusal önlemleri destekleyici esneklik mekanizmaları oluşturulmuştur. Bu mekanizmaların hedefleri ise;

Sürdürülebilir kalkınmayı, teknoloji transferi ve yatırım aracılığıyla desteklemek.

Ülkelere Kyoto hedeflerini gerçekleştirmede mali yolla sakınımlarını azaltmaya ve atmosferde bulunan karbonu azaltmaya yardımcı olmak.

Mekanizmaların ikisi proje temelli diğeri ise piyasa temellidir. Aralarında bulunan fark ise projelerin hangi taraflar arasında yapıldığına dairdir.

4.1. Temiz Kalkınma Mekanizması

Kyoto protokolü madde 12'de açıklanmaktadır. Amacı; EK-I de bulunmayan gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek ve gelişmekte olan ülkeler adına sera gazı salım azaltımına yardımcı olmaktadır. Sera gazı azaltımını gelişmekte olan ülkelerde azaltmaya çalışmak, gelişmiş ülkelere oranla daha ucuz olmaktadır. (Kadılar, 2010; 24)

4.2. Ortak Uygulama

Kyoto protokolü gereğince emisyon azalma ve sınırlama yükümlülüğü olan EK-I ülkeleri ve diğeri EK-I ülkelerde emisyon azaltım projelerini uygulanabilir. Ortak uygulama

bulunduğu ülke dışında, başka ülkelerde (ev sahibi), sera gazı azaltım maliyetine kendine göre daha düşük olduğu, kendi ülkesinde sera gazı salınımında veya bunu azaltmada sistemin hepsi veya küçük bir bölümünde düşünmeye ve sınırlara yaklaşmasını sağlayan, salım azaltmaya yatırım yapan anlamı da taşımaktadır. (Zhang, 1998; 17)

4.3.Emisyon (Karbon) Ticareti

Piyasa temelli bir mekanizmadır. Kyoto protokolünde 2008-2012 yılları döneminde EK-I' de belirtilen ve EK-B de belirtilen salım sağlamış gelişmiş ülkelerin, temiz kalkınma mekanizması ve ortak uygulamada kazanılan ihtiyaç fazlası ya da salınım azaltmaya yönelik kredilerin satışıyla devri mümkün olan piyasa bazlı mekanizmadır. Emisyon ticaretinde, sera gazlarına yönelik önlemler olsa bile, salınım en çok olan karbondioksit olması nedeniyle ticareti yapılan gaz konumundadır. Bu nedenle karbon ticareti olarak da adlandırılmaktadır. (Şirin v.d, 2010: 10)

5.Karbon Ticaretinin Sağladığı Faydalar

Türkiye karbon ticareti kapsamında yapacağı projeler ile önemli yararlar sağlayacaktır. Bunlar;

-Türkiye'nin cari açıkta enerji ithalatının etkisini bulundurarak, yerli enerji kaynaklarının kullanımının daha da önemini arttırmaktır. Emisyon ticareti bu projeler ile sadece sera gazı azaltımı sağlamakla kalmayıp ekonomiye de ciddi katkılar sağlanacaktır. (DPT, 2010)

- Enerji arz güvenliğinin artmasıyla birlikte, temiz hava kalitesinde iyileştirmeler yapılmaktadır. Havanın temiz olması insan ve çevre sağlığı için önemli olmakla birlikte, sağlık masraflarının da azalmasına katkı sağlanacaktır.

-Karbon ticaretinin sağlayacağı yararlar ile birlikte piyasalarda belirsizliğin olması, yasal ve idari düzenlemelerin zamanında yapılmaması ve maliyetlerinde fazla olması dezavantajlarıdır.

6.Gönüllü karbon Piyasaları

Bireylerin, etkinliklerin, kurum ve kuruluşların, firmaların, işletmelerin ve kâr amacı olmayan kuruluşların sera gazı salımlarının gönüllü olarak azaltımını kolaylaştırmak için oluşturulan pazardır. İlk gönüllü yatırım ise AES şirketinin 1989 yılında elektrik santralının karbondioksit salınımını azaltmak için çiftçilerine 50 milyon ağaç dikimine karşılık maliyet ödemesiyle gerçekleştirilmiştir. (Öztürk, 2009)

7.Karbon Piyasalarında Türkiye'nin Durumu

Türkiye'nin sera gazı emisyon genel olarak artma durumundadır. 1990 yılında atmosfer yıllık 187 milyon ton karbondioksit eş değerinde sera gazı salınımı yaparken, salınım 2016 yılında toplam sera gazı emisyonu yıllık 496,1 milyon ton karbondioksit eş değerinde olarak hesaplandı. Toplam sera gazı emisyonlarının sektörlere göre dağılımına bakıldığında 2016 yılı itibari ile en büyük payı %72,8 ile enerji kaynaklı emisyonlar alırken, sırasıyla %12,6 endüstriyel işlemler ve ürün kullanımı, %11,4 tarımsal faaliyetler ve %3,3 ile atıklar takip etmektedir.

Türkiye EK-I ülke statüsünde olduğundan dolayı sayısallaşmış sera gazı sınırlama veya azaltım yükümlülüğü olmamasıyla Kyoto Protokolünün esneklik mekanizmalarından faydalanmamaktadır. Bu mekanizmaya bağlı olmayan sosyal sorumluluk ve çevresel ilke çerçevesinde oluşmuş gönüllü karbon piyasasına yönelik projeler Türkiye de 2005 yılından beri geliştirilmekte ve uygulanmaktadır.

8. Sonuç

Dünya oluştuktan bu yana birçok değişimler geçirmiş ve bunlar hale devam etmektedir. Sanayi devrimi ile başlayan değişim her alanı etkilediği gibi iklim sistemini de etkilemiştir. İnsan kaynaklı meydana gelen sera gazı miktarının atmosfere olan salınım küresel ısınmaya ve iklim sisteminde olumsuzluğa sebep olmuştur. Türkiye'nin de dahil olduğu BMİÇDS ve Kyoto Protokolü ile insan kaynaklı oluşan sera gazı salınımında artışın iklim üzerinde meydana gelen olumsuz etkisini önlemek amacıyla imzalanmıştır.

Bu çalışmada sonuç olarak, Kyoto Protokolü ile yaşanan olumsuzluklara rağmen, gönüllü karbon piyasalarında yapılan projeler ile önemli bir başarı kaydeden Türkiye, sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile uygulanacak doğru politikalarla karbon piyasalarında yer alarak çevresel ve ekonomik açıdan önemli faydalar sağlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Karbon Finans, Karbon Piyasaları, Karbon Ticareti, Kyoto Protokolü

JEL Kodları: Q35, G20.

Kaynakça

Arı, İ. 2010. İklim Değişikliği ile Mücadelede Emisyon Ticareti ve Türkiye Uygulaması, DPT Uzmanlık Tezleri, Yayın No:2817, Ankara, 206s.

Çevre ve Orman Bakanlığı (ÇOB) İklim Değişikliği Dairesi Başkanlığı. (2008). Kyoto Protokolü Esneklik Mekanizmaları ve Diğer Uluslararası Emisyon Ticareti Sistemleri Özel İhtisas Komisyonu Raporu.

ÇOB, 2005. Sürdürülebilir Kalkınma Sürecinde Çevre Yönetimi, İklim Değişikliği Alt Komisyon Raporu. 1. Çevre ve Ormanlık Şurası Genel Sekreterliği, Şura Hazırlık Çalışma Komisyonları, Çevre ve Orman Bakanlığı, Ankara, 33s.

ÇOB, 2008. İklim Değişikliği ve Yapılan Çalışmalar, Çevre ve Orman Bakanlığı, Ankara, 101s.

DPT. (2010). Gönüllü Emisyon Ticaretinden Türkiye'nin Kazımları II. <http://iklim.cob.gov.tr/iklim/AnaSayfa/Kapasitegelistirmeprojesi.aspx?sflang=tr>, Erişim Tarihi: 08.07.2013.

Kadılar, R., 2010. Karbon-fırsat mı, tehdit mi?, İstanbul: Destek Yayınları.

Öztürk, M. 2009. Gönüllü Karbon Ticareti, Ankara, <http://www.mozturk.net/Upload//karbon.pdf>. (Erişim Tarihi: 25.09.2011).

Schreuder, Y. (2009). The Corporate GreenHouse Climate Change Policy in a Globalizing World. London and New York: Zed Books

Stawell, D. (2005). Climate Trading Development of Kyoto Protocol Market. New York: Palgrave Macmillan.

Şirin, G. , Işık, N. , Gülöz, S. D. "Emisyon Ticareti Uygulaması ve Türkiye'ye Etkileri," <http://www.kongreikt.ege.edu.tr/cd/pdf/52.pdf>; Erişim Tarihi: 28. 09. 2012

Zhang, Z. (1998). “Greenhouse gas emissions trading and the world trading system”,
<http://mpra.ub.unimuenchen.de/12971/>

Ültanır, Mustafa Özcan. (2005). İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi ve Kyoto Protokolü Karşısında Türkiye'nin Durumu. www.ressiad.org.tr/makaleler.php?ID=30, Erişim Tarihi:10.06.2013

The Impact of Corporate Image on Organizational Commitment: LCWaikiki Example

Canan Gamze BAL¹⁰², Necmettin GÜL¹⁰³ Ruşen AKDEMİR¹⁰⁴

1. Introduction

The concept of organizational commitment has always been an important issue in terms of businesses. In the scope of the research, it is also important to retain the present personnel as much as to employ new personnel in desired quality for the businesses. Managers desiring to retain the present personnel at business realize some works to increase the organizational commitment of personnel. Researches and studies have revealed some elements that affect the concept of organizational commitment. One of these elements is concept of corporate image. The corporate image can be expressed as the perception of environment in which communication is conducted as a result of the activities carried out by the business.

The main purpose of the research is to reveal the impact of corporate image on organizational commitment created by businesses. In this direction, the concept of corporate image and organizational commitment were mentioned in the study. In the next part of the work, the results of the analyzes made to reveal the effect of corporate image on organizational commitment are mentioned. Survey was used as data collection tool in the research. In the result of the analyzes made, it was determined that there is a significant and positive relationship between corporate image and organizational commitment. However, as a result of applied regression analysis, it was determined that the corporate image which is independent variable in the research has a significant effect on the organizational commitment which is dependent variable in the research.

2. Corporate Image and Organizational Commitment

Image that means "public opinion" in TDK (www.tdk.gov.tr) can be expressed in objects, concepts, symbols and pictures that are rendered in mind through imagination (Küçük Kurt, 1988:167-168). By a more general definition, the image is the amount of all views about any person, organization or situation (Bakan, 2005:11-12). Corporate image is the communication established with the institutional customers by its each employee, its name, its architectural structure, its products and services, its traditions, its ideology, its quality impression with its beliefs, thoughts and impressions in common (Weiwei, 2007:58). In another definition, the corporate image is defined as a value that adds meaning to the image of the target

¹⁰² Assoc. Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam University, canan_gamze@hotmail.com

¹⁰³ Asst. Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam University, ncmtnngull@gmail.com

¹⁰⁴ Research Assistant, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, rusenakdemir@hotmail.com

group, rather than an abstract concept of operation, which is created in the eyes of the target group and gives the soul to the business (Karpat, 1999:87).

Organizational commitment, one of the most studied concepts in the literature, can be expressed as the psychological integration of individual with business in which individual is working, adopted the goals and objectives of the business by individual, and desire of individual in the process of continuing to operate (Gürbüz, 2006: 58). According to another definition, organizational commitment is the adoption of individuals to institutions in which they work and participation of individuals to institutions (Steers, 1997: 46). The concept of organizational commitment is an important concept for businesses and always appears to be a problem for managers (Brewer, 1996:24). The concept of organizational commitment consists of three sub-dimensions; emotional commitment, continuance commitment and normative commitment.

3. Method and Findings

The purpose of the research is to reveal the impact of corporate image on organizational commitment created by businesses. Survey was used as data collection tool in the research. The sample of the study is the headquarters workers of the LC Waikiki company in the ready wear sector. In the scope of the research, the survey was applied to 200 employees and 155 of the survey by considering valid were analyzed. In the scope of the research, it were used organizational image scale consisting of 10 questions including perceived organizational image and structured (external) organizational image and organizational commitment scale consisting of 15 questions including emotional, continuance and normative commitment. The data obtained were subjected to reliability, factor, correlation and regression analyzes in the SPSS analysis program, respectively. In the scope of the research;

As a result of the reliability analysis, it was determined that reliability value is 0.86 for corporate image scale and 0.90 for the organizational commitment scale.

As a result of the factor analysis, it was determined that KMO value is 0.81 for corporate image and 0.87 for organizational commitment.

As a result of the correlation analysis, it was found that there is a significant and positive relationship between the variables. The result of the correlation analysis made in this context is shown in Table 1;

		Corporate Image	Organizational Commitment
Corporate Image	Pearson Correlation	1	,679**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	155	155
Organizational Commitment	Pearson Correlation	,679**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	

N	155	155
---	-----	-----

Table 1. Results of Correlation Analysis

As a result of the applied regression analysis, it was determined that the corporate image, which is independent variable in the study, has a significant and positive effect on the organizational commitment, which is dependent variable in the study. The result of the correlation analysis made in this context is shown in Table 2;

Model	R	R ²	F	P
Organizational Commitment	,679 ^a	,461	130,746	,000

a. Predictors: (Constant), Corporate Image

Table 2. Results of Regression Analysis

4. Conclusion

The importance given to business for businesses is increasing in the competitive environment where market conditions change day by day. Because, the cost of holding current worker is lower than employing a new worker. In this direction, the concept of organizational commitment comes in the face of the managers. Concept of organizational commitment is influenced by many factors. One of these factors is concept of corporate image.

The purpose of the research is to reveal the impact of corporate image on organizational commitment. In a result of analyzes made in this direction, it was determined that there is a significant and positive relationship between corporate image and organizational commitment. At the same time, it was determined that concept of corporate image has a positive and positive effect on organizational commitment. There is a significant impact of corporate image on creating organizational commitment. In this context, managers should emphasize concept of corporate image in order to increase organizational commitment of workers.

Keywords: Image, Corporate Image, Organizational Commitment

JEL CodeS: M10, M12, M19

Kurumsal İmajın Örgütsel Bağlılığa Etkisi: LCWaikiki Örneği

1. Giriş

Örgütsel bağlılık kavramı işletmeler açısından her zaman önemini koruyan bir konu olmuştur. Bu kapsamda işletmeler için istenilen nitelikte yeni işgören istihdam etmek kadar mevcut işgörenin elde tutulması da önem arz etmektedir. Mevcut işgörenin işletmede kalmasını

arzulayan yöneticiler işgörenlerin örgütsel bağlılıklarını yükseltecek bazı çalışmalar gerçekleştirmektedirler. Yapılan araştırmalar ve çalışmalar örgütsel bağlılık kavramını etkileyen bazı unsurları ortaya koymuşlardır. Bu unsurlardan biride kurumsal imaj kavramıdır. Kurumsal imajı işletmenin yürüttüğü faaliyetler sonucunda iletişim içerisinde bulunduğu çevre üzerinde oluşturduğu algı olarak ifade edebiliriz.

Araştırmanın temel amacı, işletmeler tarafından oluşturulan kurumsal imaj kavramının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda çalışmada önce kurumsal imaj kavramı ve örgütsel bağlılık kavramından bahsedilmiştir. Çalışmanın sonraki bölümünde, kurumsal imajın örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan analizlerin sonuçlarına yer verilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket uygulanmış ve yapılan analizler sonucunda kurumsal imaj ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte uygulanan regresyon analizi sonucunda ise çalışmada bağımsız değişken durumunda bulunan kurumsal imajın bağımlı değişken durumundaki örgütsel bağlılık üzerinde önemli düzeyde bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

2. Kurumsal İmaj ve Örgütsel Bağlılık

TDK'nın sitesinde isim olarak "imge" (www.tdk.gov.tr) anlamına gelen imaj imgeleme yoluyla zihinde canlandırılan nesne, kavram, sembol ve resimler olarak ifade edilebilmektedir (Küçük Kurt, 1988:167-168). Daha genel bir tanımlamayla imaj, herhangi bir kişi, kuruluş ya da durum hakkında tüm görüşlerin toplamıdır (Bakan, 2005:11-12). Kurumsal imaj bir kurum hakkında inançlar, düşünceler, izlenimlerle beraber kurumun ismi, mimari yapısı, ürün ve hizmetleri, gelenekleri, ideolojisi, kalite izlenimi ve her bir çalışanın kurum müşterileri ile kurduğu iletişimdir (Weiwei, 2007:58). Bir başka tanımda kurumsal imaj işletmenin hedef kitlelerinin gözünde oluşan ve işletmeye ruh kazandıran, işletmeye soyut bir kavram olmaktan öte, anlam katan bir değer olarak tanımlanmıştır (Karpat, 1999:87).

Literatürde üzerinde en çok çalışma yapılan kavramlardan biri olan örgütsel bağlılık, bireyin çalıştığı işletme ile psikolojik olarak bir bütün olması, işletmenin hedef ve amaçlarını benimsemesi ve bu yönde, bireyin işletmede devam etme sürecinde duyduğu istek olarak ifade edilebilir (Gürbüz, 2006: 58). Bir başka tanıma göre, bireylerin çalıştıkları kurumları benimsemeleri ve bu kurumlara olan katılımıdır (Steers, 1997: 46). Örgütsel bağlılık kavramı işletmeler için önem arz eden bir kavramdır ve yöneticiler açısından daima sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Brewer, 1996:24). Örgütsel bağlılık kavramı duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır.

3. Çalışmanın Yöntemi ve Bulguları

Araştırmanın amacı, işletmeler tarafından oluşturulan kurumsal imaj kavramının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket uygulanmıştır. Araştırmanın örnekleme hazır giyim sektöründe bulunan LCWaikiki firmasının merkez çalışanlarıdır. Araştırma kapsamında 200 çalışana anket uygulanmıştır ve 155 anket geçerli sayılarak analize tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında, algılanan kurumsal imaj ve yapılmış (dışsal) kurumsal imaj olmak üzere iki boyutlu 10 önermeden oluşan kurumsal imaj ölçeği ile birlikte duygusal, devamlılık ve normatif bağlılık olmak üzere üç boyutlu 15 önermeden oluşan örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS

analiz programında sırasıyla güvenilirlik, faktör, korelasyon ve regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında yapılan;

Güvenirlilik analizi sonucunda kurumsal imaj ölçeğinin güvenilirlik değeri 0.86 ve örgütsel bağlılık ölçeğinin güvenilirlik değeri 0,90 olarak tespit edilmiştir.

Faktör analizi sonucunda ise KMO değerinin kurumsal imaj için 0,81 ve örgütsel bağlılık için ise 0,87 olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsam da yapılan korelasyon analizi sonucu Tablo 1’de gösterilmektedir;

Tablo 1. Korelasyon Analizi Sonuçları

		Kurumsal İmaj	Örgütsel Bağlılık
Kurumsal İmaj	Pearson Correlation	1	,679**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	155	155
Örgütsel Bağlılık	Pearson Correlation	,679**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	155	155

Uygulanan regresyon analizi sonucunda ise çalışmada bağımsız değişken durumunda bulunan kurumsal imajın bağımlı değişken durumundaki örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsam da yapılan regresyon analizi sonucu Tablo 2’de gösterilmektedir;

Tablo 2. Regresyon Analizi Sonuçları

Model	R	R ²	F	P
Örgütsel Bağlılık	,679 ^a	,461	130,746	,000

a. Predictors: (Constant), Kurumsal İmaj

4. Sonuç

Piyasa koşullarının her geçen gün değiştiği rekabet ortamında işletmeler için işgörenlere verilen önem artmaktadır. Çünkü mevcut işgöreni elde tutmanın maliyeti, onun yerine yeni bir kişi almaktan daha düşüktür. Bu doğrultuda yöneticilerin karşısına örgütsel bağlılık kavramı çıkmaktadır. Örgütsel bağlılık kavramı birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörlerden biri de kurumsal imaj kavramıdır.

Bu çalışmanın amacı kurumsal imaj kavramının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda yapılan analizler sonucunda kurumsal imaj ve örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte kurumsal imaj kavramının örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel bağlılık kavramının oluşturulmasında kurumsal imajın önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu kapsamda, yöneticiler çalışanların örgütsel bağlılıklarını artırmak için yapacakları faaliyetlerde kurumsal imaj kavramında önem göstermelidir.

Anahtar Kelimeler: İmaj, Kurumsal İmaj, Örgütsel Bağlılık

JEL Kodları: M10, M12, M19.

Kaynakça

- Bakan, Ö. (2005). *Kurumsal İmaj*, Birinci Baskı, Konya: Tablet Kitapevi.
- Brewer, A. M. (1996). “Developing Commitment Between Managers And Employees”, *Journal of Managerial Psychology*, 11(4), pp. 24-34.
- Gürbüz, S. (2006), “Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Duygusal Bağlılık Arasındaki ilişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1): 48-75.
- Karpat, I. (1999). *Bankacılık Sektöründe Örneklerle Kurumsal Reklam*, Birinci Baskı, İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.
- Küçük Kurt, M.. (1988). “Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri ve Değerlendirme”. *Halkla İlişkiler Sempozyumu*, 20-21 Nisan 1987, Ankara.
- Steers, R.M. (1977). “Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment”, *Administrative Science Quarterly*, 22 (3), pp. 46-56.
- Weiwei, T. (2007). “Impact of Corporate Image and Corporate Reputation on Customer Loyalty: A Review”, *Management Science and Engineering*, 1 (2), pp. 57-62.

Küreselleşmenin Çıkmazı: Ulusallaşma Çabaları ve Küresel Marka Savaşları

Bilge Nur ÖZTÜRK¹⁰⁵, Tolga ÖZTÜRK¹⁰⁶

1. Giriş

20. yüzyılın sonlarından itibaren yükselen küreselleşme trendi 2008 küresel finans kriziyle birlikte yerini ulusallaşmaya bırakmaya başlamıştır. Söz konusu ulusallaşma trendi, bilhassa Batılı ülkelerin hâkim durumda olduğu küresel pazarlarda karşılığında Asyalı rakipleri ciddi biçimde hissetmesiyle birlikte yükseliş göstermiştir. Küreselleşme düşüncesini dünyada yaygınlaştırmaya çalışan Batı, kendi içerisinde yaşadığı finansal krize ve artık eskisi gibi baş edemediği Asya merkezli küresel markalara karşı ulusallaşma refleksini göstermeye başlamıştır. Bu bağlamda Küreselleşme dünyaya yayılmaya başladığı yerden tersine döndürülmeye çalışılmaktadır.

Çalışmada yukarıda bahsettiğimiz bağlamda Amerika Birleşik Devletleri başkanı Donald Trump'ın söz konusu ulusallaşma refleksini yansıttığı söylemleri incelenerek analiz edilmiştir. Donald Trump'ın korumacı politikaları neticesinde uygulanan politikaların küresel markalar açısından nasıl yansımaları olduğu ortaya konmaya çalışılacaktır. 2008 küresel finans krizinin etkilerinin ulusallaşma yöneliminde çok büyük etkilerinin olması dolayısıyla, çalışmanın kapsamı güncel Amerikan başkanı Donald Trump'ın söylemleri ile sınırlı tutulmuştur.

2. Küreselleşme Karşıtlığı ve Donald Trump

Günümüzde küreselleşmenin pazarlama açısından oluşabilen zorluğu, küresel markaların merkezlerinin bulunduğu ülkelerdeki hükümetler tarafından korunmaya çalışılmasıyla birlikte, diğer küresel markaların korunan bu dış pazarlarda var olabilmesinin zorlaşması ve küresel marka savaşlarının siyasal aktörlerin etkisiyle kızışması olarak gösterilebilir. Bir başka deyişle, söz konusu markalar bir taraftan küresel satış baskısıyla, diğer taraftan ise korumacı politikalar izleyen hükümetlerin kendileri ile girdiği mücadele ile baş etmek zorunda kalmaktadırlar. (Wimberly, 2018: 179-199)

Bu korumacı politikalar izleyen hükümetlerin en başında ABD gelmektedir diyebiliriz. (Atkinson, 2016: 5) Son yıllarda ABD'de izlenen korumacı politikardan hareketle, son ABD Başkanı Trump'ın, Küreselleşmiş Amerikan markaları ile diğer küresel markaların savaşlarında nasıl bir konumda bulunmayı tercih ettikleri, kendi söylemleri üzerinden analiz edilmiştir. Amerikan başkanının söylemlerindeki farklılıklar, dönüşümler ve yıllar içerisinde küresel markalar karşısındaki tutumları, ülkelerin ulusallaşma eğilimi üzerinden değerlendirilmiştir.

Donald Trump'ın birebir söylemlerinden bazılarını analiz edecek olursak: *“BMW eğer Meksika'da fabrika kurup otomobillerini ABD'de %35 vergilendirilmeden satılacağını*

¹⁰⁵ Dr. Öğretim Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, bilge.ozturk@alanya.edu.tr

¹⁰⁶ Dr. Öğretim Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

saniyorsa bunu unutabilirler!” (<https://uk.reuters.com/article/us-usa-trump-germany-autos-idUKKBN1500VJ>) (07.06.2018) Söz konusu söylemini Donald Trump Amerika dışında üretilip ithal edilecek bilhassa Alman menşei otomobil markalarını %35 oranında vergilendirileceğini söyleyip tehdit etmektedir.

Bir diğer açıklamasında Donald Trump Japon otomotiv markası Lexus’u işaret etmiştir: *"Bu bir bowling topu testi. 6 metre yükseklikten topu aracın kaputuna bırakıyorlar, eğer kaput göçerse araçlar (Amerikan menşei) testten geçemiyorlar. Bu korkunç!"* (<https://edition.cnn.com/2018/03/15/politics/trump-japan-bowling-ball-test/index.html>) (07.06.2018) Her ne kadar Beyaz Saray sözcüsü açıklamaların şaka olduğunu söylese de diğer ülkeler hakkındaki söylemlerinin bir devamı olarak değerlendirilebilecek buradaki söylemleri, Donald Trump’ın Japonya’yı ve Japon menşei Lexus araçlarını hedef aldığını bize göstermektedir. Söz konusu söyleminin devamında da Japonya ile yapılan ticarete her yıl yaklaşık 70 milyar dolar zarara uğradıklarını belirtmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında günümüze ekonomik olarak ABD tarafından desteklenen Japonya, ilk kez bu dönemde hedef tahtasına konmuştur. Dolayısıyla ABD’nin korumacı politikalarının hedefi, müttefiklerini de hedeflemektedir.

3. Sonuç

Donald Trump’ın uyguladığı ekonomi politikasının bir neticesi olarak küreselleşme akımı başladığı yerden tersine dönmeye başlamıştır. Bu bağlamda serbest ticaret küresel anlamda daha da zorlaşmaya başlamıştır. ABD’nin son dönemde bu politikalarını uygulamaya koymasının temel nedenlerinden birisi 2008 küresel finans krizinin ardından ABD ve Avrupa ülkelerinin karşılıksız para ile çok fazla tüketim yaptıkları gösterilebilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde peşi sıra gelen finans krizlerinin Batı dünyasını beklediği söylenebilir. Zira ABD başta olmak üzere çoğu Batılı gelişmiş ülke emek gücünün ücretlerinin fazla olmasından dolayı üretimi Çin ve diğer ülkelerdeki fabrikalar aracılığıyla gerçekleştirdiler ve kendileri de bu ürünleri tükettiler. Kabaca tabir edilirse Doğu üretti ve Batı tüketti. Bu bağlamda Batılı ülkelerde ciddi cari açık sorunları ortaya çıktı. ABD’nin söz konusu cari açığı kapatmak için FED aracılığıyla faiz yükselterek doları tekrar değerli kılp evine döndürmeye çalıştığı ve “Önce Amerika” sloganıyla Amerikan menşei ürünlerin kullanılması ve ABD’de üretim yapılmasının öncelik olduğu daha korumacı bir politika izlenmeye başlanmıştır.(Rodrik, 2018: 85-90)

ABD merkezli bu korumacı politikalar neticesinde ise küresel ekonomik antlaşmalar iptal edilmiş veya askıya alınmıştır. Söz konusu ekonomi politikalarının bir yansıması olarak küresel markalar da rekabet zorunluluklarının yanı sıra iptal edilen küresel ekonomik antlaşmaların getirdiği gümrük avantajlarından mahrum kalmaya başlamışlardır. Bunun yanında Amerikan başkanının söylemlerinin kimi zaman doğrudan kimi zaman ise dolaylı olarak kastettiği küresel markalar daha zor duruma düşmeye başlamışlardır. Korumacı politikaların sonucunda küreselleşmenin en azından günümüz için artık popüler bir söylem olmadığı ve giderek arka planda kalacağı söylenebilir.

Kaynakça

Wimberly, C. (2018) “Trump, Propaganda, and the Politics of Ressentiment”, *The Journal of Speculative Philosophy*, 32(1), ss. 179-199

Atkinson, R. (2016) “Manufacturing's loss, Trump's gain”, *Issues in Science and Technology*, 33(1), ss. 5

Rodrik, D. (2018). “What Do Trade Agreements Really Do?”, *The Journal of Economic Perspectives*, 32(2), ss. 73-90.

Quan, K. (2018). “Prospects for US-China Union Relations in the Era of Xi and Trump”, *Gilded Age*, (Ed.)/ Ivan Franceschini, I ve Loubere, N., Acton: ANU Press, ss. 96-101.

<https://uk.reuters.com/article/us-usa-trump-germany-autos-idUKKBN1500VJ>
(07.06.2018)

<https://edition.cnn.com/2018/03/15/politics/trump-japan-bowling-ball-test/index.html>
(07.06.2018)

Relationship of Mobbing and Occupational Disease

Neşe YILMAZ¹⁰⁷, Mehtap AĞIRGAN¹⁰⁸

1. Introduction

During the recent years, in our country the importance given to occupational health and safety is gradually increasing and, the studies carried out to reach the required quality standards in this area are supported by laws. Introduction should clearly present the importance, the purpose, the methodology and the scope of the study.

As the result of working styles continuously developing and transformed into diversified forms because of the Fourth Industrial Revolution, in the field of occupational diseases researched, it is seen that the influence of psychosocial risk factors are increasing. At 5510 Numbered Social Security and General Health Insurance Law Article 14, the description of occupational disease has been defined as; “those are the temporary or permanent illness, physical or mental defectiveness instances caused by the repeating reason because of social insurant is working or because of the nature of the work they performed or the conditions of the carrying out that work.” When we examine this definition carefully, it is clearly seen that, it is necessary to consider the psychological and physiological problems experienced as the result of mobbing. In the field of occupational health and safety, mobbing is being examined within the context of psychosocial risk factors. It is necessary to evaluate the problems caused by the heavy stress load due to mobbing on the employee within the definition of occupational health. But, it will be useful to underline that, first of all, mobbing issue requires to progress in legal ground with respect to its demonstrability. It is necessary to narrate mobbing and its relation to occupational sickness to employees in the correct way. In this study, the definition of mobbing, the administrations which can be considered within the scope of mobbing, the health problems employee is experienced as the result of mobbing and last but not least why it is an issue posing legal rights related to occupational sickness are underscored.

2. Mobbing

In working life at the beginning of 1980s, for the first time, Heinz Leymann who is a German Industrial psychologist talked about mobbing. Among the long run employees the existence of hostile and offensive behaviors lead him to define this concept. (Tınaz, 2011). In mobbing behavior, the hostile attitudes show permanence. Mobbing which can become a fact at the work place and involve any kind of emotional violence such as threat, violence, attack and degrading etc., may happen either vertical or horizontal and it should be accepted as a psychological terror may develop between the employees or employer and employees. (Tınaz,

¹⁰⁷ Kırklareli Üniversitesi Lüleburgaz MYO İş Sağlığı ve Güvenliği Programı Öğretim Görevlisi nesheyilmaz@hotmail.com

¹⁰⁸ Kırklareli Üniversitesi Lüleburgaz MYO Tekstil Teknolojisi Programı Öğretim Görevlisi mehtapagirgan@klu.edu.tr

2011). Mobbing is a matter of fact indeed, always existed in working life but unnamed. Today, the struggle with this fact which easily can be denominated at an international level. (Tınaz, 2011). Mobbing constitutes a demolishing stress center which consistently targeting the employee for months and consisting of a social blockade, making the person feel desperate. Employee finds themselves in a terrible situation including the risk of leaving the job in consequence of these pressures and attacks. (Wessthues, 2002)

3. Behaviors Considered Within the Scope of Mobbing

The behaviors qualified as mobbing are assessed based on the characteristics such as the nature, time span, and if it creates a discrimination among the employees. Mobbing is a state of giving the person emotional violence and its results unfortunately create severe problems. These behaviors may block the person express oneself, may become in form of abstraction and isolation, may target to ruin the person's reputation, may contain obstructiveness by means of assigning jobs inconvenient to the person's situation and position, may force to work in tasks endanger the person's health integrity. Many practices including all these contexts contain emotional violence against employee. (Leymann & Gustafsson, 1996)

4. Health Problems of Mobbing Victims Experienced

These effects can be experienced in different forms in accordance with genetic, psychological, cultural characteristics of the employee. Some of the problems arise at mobbing victims are sleep problems, productivity decrease, anxiety, burnout syndrome, many psychosomatic problems, arising of genetic predisposition problems because of destructive effects, loosing sense of confidence, feeling oneself in a severe despair, holding themselves accountable and blaming with all occurrences, and it is probable that they may experience severe situations may cause severe problems afterwards. (Aktaran (Yuvalı, 2015))

5. Conclusion

In recent times, it is considered that, one of the important developments in occupational health and safety areas is the increase of importance of the psychosocial risk factor. When the occupational-work accident statistics reviewed, the remarkable weight becomes behavioral origin. When we approach to the fact from this aspect, we also see that, the importance of the notions capable to control the behaviors at workplace is also increasing. Neither to approach one-dimensional to mobbing fact is right. In regard to occupational safety, it should not be forgotten that it may not only evoke the target area of mobbing but it may evoke the dynamics in the environment as well. It is obvious that, the severe problems the experienced by the people who exposed to mobbing are also included in the scope of occupational diseases. It is necessary to bring this matter into agenda more frequently and the claims of victims should be regulated properly.

Keywords: Mobbing, occupational disease, health

JEL Codes: J01, J81, M10

Mobbing ve Meslek Hastalığı İlişkisi

1. Giriş

Son yıllarda ülkemizde iş sağlığı ve güvenliğine verilen önem giderek artmakta ve bu alanda istenilen kalite standartlarına ulaşma amacıyla yapılan çalışmalar kanunlarla desteklenmektedir. Dördüncü sanayi devrimiyle de sürekli gelişen ve farklı biçimlere dönüşen çalışma biçimleri sonucunda meslek hastalıkları olarak incelenen alanda psikososyal risk faktörlerinin etkisinin attığı görülmektedir. 5510 sayılı SSGSS Kanunu Mad.14’de Meslek hastalığının tanımı;” sigortalının çalıştığı veya yaptığı işin niteliğinden dolayı tekrarlanan bir sebeple veya işin yürütüm şartları yüzünden uğradığı geçici veya sürekli hastalık, bedensel veya ruhsal özürsüzlük halleridir.” Şeklinde yapılmaktadır. Bu tanımı dikkatle incelediğimizde açıkça görülmektedir ki mobbing sonucu yaşanabilen psikolojik ve fizyolojik problemlerin de meslek hastalığının kapsama alanı içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. İş sağlığı ve güvenliği alanında mobbing, psikososyal risk etmenlerinin içerisinde incelenmektedir. Mobbingin çalışan üzerinde oluşturduğu ağır stres yükünün sebebiyet verdiği problemlerin meslek hastalığının tanımı içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Fakat şununda altını çizmekte yarar vardır ki o da mobbing, öncelikle kanıtlanabilirliği açısından hukuksal zeminde de ilerlemeye ihtiyaç duymaktadır. Mobbingin ve meslek hastalığı ile ilişkisinin çalışanlara doğru şekilde aktarılması gerekmektedir. Bu çalışmada Mobbingin tanımına, mobbing kapsamında değerlendirilebilecek uygulamalara, mobbing sonucu çalışanın yaşadığı sağlık problemlerine ve en son olarak da neden meslek hastalığı ile ilgili hukuksal haklar doğurması gereken bir durum olduğuna vurgu yapılmaktadır.

2. Mobbing

1980’li yılların başında çalışma yaşamında mobbingden ilk kez Alman endüstri psikoloğu Leymann bahsetmiştir. Uzun dönemli çalışanlar arasında fark edilir düzeyde düşmanca davranışların varlığı onu bu tanımı yapmaya itmiştir. (Tınaz, 2011). Mobbing davranışında düşmanca tavırlar istikrar teşkil etmektedir. İşyerinde yatay ve dikey olarak da gerçekleşebilen mobbing, çalışanlar yada işveren arasında da gelişebilen tehdit, şiddet, saldırı, küçümseme gibi her türlü duygusal şiddet içerebilen psikolojik terör olarak kabul edilmelidir. (Tınaz, 2011). Mobbing olgusu esasında çalışma yaşamında daima var olmuş fakat adı koyulmamıştır. Günümüzde ise artık kolaylıkla adlandırılabilen bu olguyla mücadele uluslararası düzeydedir. (Tınaz, 2011) Mobbing, çalışmanı aylarca istikrarlı bir biçimde hedef alan, kişinin kendisini çaresiz hissettiği sosyal ablukadan oluşan yıkıcı bir stres merkezi oluşturmaktadır. Çalışan, kendisine yöneltilen bu baskı ve saldırılar sonucunda işten uzaklaşma riski taşıyan kötü bir durumun içinde kendisini bulur. (Wessthues, 2002)

3. Mobbing Kapsamında Değerlendirilebilen Davranışlar

Mobbing olarak nitelendirilen davranışlar mahiyet, süre, diğer çalışanlar arasında ayrıcalık teşkil edip etmemesi gibi özellikler açısından değerlendirilmektedir. Mobbing çalışmana duygusal şiddet yaşatan bir durumdur ve sonuçları da maalesef ciddi problemler yaratabilmektedir. Bu davranışlar çalışmanın kendini ifade etmesini engelleyebilir, soyutlama ve yalnızlaştırma şeklinde olabilir, itibar zedelemeye yönelik olabilir, çalışma durumuna ve konumuna uygunsuz işler vererek engelleme içerebilir, sağlık bütünlüğünü tehlikeye sokacak

işlerde çalışmaya zorlanabilir. Tüm bu içeriğe sahip pek çok uygulama çalışana karşı duygusal şiddet içermektedir. (Leymann & Gustafsson, 1996)

4. Mobbing Mağdurlarının Yaşadığı Sağlık Problemleri

Gördüğü bu duygusal şiddet sonucu çalışanın yaşadığı ağır stres çok çeşitli sağlık problemlerine sebep olmaktadır. Bu etkiler çalışanın genetik, psikolojik, kültürel özelliklerine göre farklı şekillerde yaşanabilmektedir.

Mobbing mağdurlarında oluşan problemlerden bazıları uyku sorunları, verimliliğin düşmesi, anksiyete, tükenmişlik sendromu, psikosomatik birçok problem, genetik yatkınlığı olan sorunların stresin yıkıcı etkileriyle ortaya çıkması, güven duysusunun sarsılması, derin bir çaresizlik içinde hissetme, olanlardan kendini sorumlu tutarak kendini suçlama gibi devamında ciddi problemlere yol açabilecek ağır durumlar yaşamaları olasıdır. (Aktaran (Yuvalı, 2015))

5. Sonuç

Son dönemlerde iş sağlığı ve güvenliği alanındaki önemli gelişmelerden biri de Psikososyal risk etmenlerinin önemimin artması sayılmaktadır. İş kazası istatistiklerine bakıldığında kayda değer ağırlık davranış kökenli olmaktadır. Olaya bu açıdan yaklaştığımızda çalışma yerinde davranışı kontrol edebilen kavramların öneminin de arttığını görmekteyiz. Mobbing olgusuna tek boyutlu yaklaşmak da doğru değildir. Sadece mobbingin hedef alanını değil yekûn de ortamdaki dinamikleri de harekete geçirebileceği iş güvenliği kültürü açısından unutulmamalıdır. Mobbinge maruz kalan kişilerin yaşadığı ciddi problemlerin meslek hastalığının da kapsama alanına girdiği aşikardır. Bu konunun gündeme daha çok gelerek mağdurların hak taleplerinin uygun şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mobbing, meslek hastalığı, sağlık

JEL Kodları: J01, J81, M10

Kaynakça

Leymann, H., & Gustafsson, A. (1996). Mobbing at work and development of post traumatic stress disorder. *European Journal of Work and Organizational Psychology*.

Solmuş, T. (tarih yok). İş Yaşamında Travmalar: Cinsel Taciz ve Duygusal Zorbalık/Taciz(Mobbing). *İş, Güç Endüstriİlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*.

Tınaz, P. (2011). *İşyerinde Psikolojik Taciz (Mobbing)*. İstanbul.

Wessthuess, K. (2002). At The Mercy Of MOB. *Occupational Health and Safety*.

Yuvalı, E. (2015). Mobbingin Psiko-Sosyal Sağlık ve İş Sağlığı Bakımından Sonuçları ve Mobbing Mağdurunun Başvurabileceği Hukuki Çareler. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*.

Psychological Agreement: A Study with Respect to Occupational Health and Safety Culture

Neşe YILMAZ¹⁰⁹

1. Introduction

After the industrial revolution based on the development of industry, some problems came to exist. Due to the working conditions workers losing their health within a short period of time, put down to the fact that there is a significant problem. It should not be forgotten that underlying in the basis of developing terminal behavior for occupational health and safety are the principle parameters in the organization.

“Psychological Agreement” which we face as a notion that employees constituted with the employer in the organization as a cognitive whole should be considered one of these parameters. Then, the concepts may develop a behavior in the organization should particularly be watched out. One of these concepts which are not mentioned in the studies of occupational health and safety is “Psychological Agreement” concept. “Psychological Agreement” is in a dynamic structure; that’s to say, it is not only varies from person to person, it does not carry the same characteristics all the time as well. Behavioral outcomes formed by psychological agreement should be in rapport with terminal behaviors carrying the characteristics of safety culture. Otherwise, it is easily predictable that the undesired behavioral outcomes which may develop, can affect the important concepts of the organization and cause situations opposite to the body of behaviors desired to be formed in safety culture. The Psychological Agreement as a concept vitally affecting the significant values formed in the organization such as climate of the organization, organizational commitment and organizational citizenship has got an unquestionably great effect in controlling the common behavioral outcomes of the organization.

2. Psychological Agreement

2.1. Psychological Agreement Concept And Its Conceptual Framework

It becomes a more comprehensive agreement by involving much more parameters than a written a labor contract which starts the employment relation of the employees. Schein (1980) Psychological agreement developed in employees is formed by three resources (Rousseau, 1995). The first one formed by the information they received from other employees. There may be expectations created by the verbal expressions made by recruitment staff or the group in charge of recruitment during employment interview. After starting work on the other hand, everybody working at the work place may contribute to the employee’s psychological agreement forming process by sharing ideas about the obligations between employer and employee. Indirect learning by observation is the second form. According to this, employee

¹⁰⁹ Kırklareli Üniversitesi Lüleburgaz MYO İş Sağlığı ve Güvenliği Programı Öğretim Görevlisi
nesheyilmaz@hotmail.com

observes the relationship of employer with other employees and fathoms out for himself. The third one is the contributions of the written procedures officially stated such as wages policy, performance appraisals, guidance and mission taken place in the written labor contract into the psychological agreement.

3. Psychological Agreement Samples May Develop Negative Behavior

3.1. Cynicism

Dean et al. (1998:346), described cynicism concept in the organization as the negative attitude including cognitive, emotional, and behavioral dimensions as well, against the organization employee is working. Based on this the three dimensions of cynicism were defined as;

1. Believing that the organization is dishonest against the employee,
2. Negative emotions and thoughts developed against organization,
3. In consequence of feeling revenge towards the organization within the extent of these negative emotions, judging the decisions of the organization and the tendency of showing critical and sarcastic approach since the trust injured.

3.2 Fatigue

When Freudenberger (1974:159), notice and examine the factors such as alienation from job, reluctance to work, alienation, the inclination of absenteeism, highly affecting the employee productivity, as a new concept the fatigue concept came into the picture. Considering the effects of stress onto organism, many stress-induced occurrences at employees under the influence of long term stress.

3.3 Performance

As well as performance criteria of the employee can be expressed qualitatively or quantitatively, it is necessary to mention about the organizational factors affecting to achieve the targets of the organization. The effects of being positive or negative of the climate structure of the organization on performance also have a prime importance. There are some important factors positively affecting the performance of the employee the environment may generate such as employees' participation into process, their feeling of the support of organization and also providing active roles to employees in decision making process are in question. (Gupta, 1982: 135).

3.4 Organizational Commitment

The success of the organizations can be possible in case of the people in the organization render service for a common target and constitute an organizational commitment with respect to this. The most important factor ensures the competitive advantage is human factor. The success and continuity of their existence can be possible by means of the employees serving to the organizational purposes. (Cingöz, 2006).

3.5 Organizational Climate

One of the important functions capable to give form to invisible behaviors is psychological atmosphere we perceive in the organization. Even though there is no clear definition made about organizational climate, the psychological mood the employees perceive about the environment they are working is being named as organizational climate. We can see the organizational climate as the psychological atmosphere created by all the organizational behaviors such as the support employees practiced in work place, sincerity, incentive system etc. on the employees. Organizational climate rises from the relationship between employees and organization. (Ekvall, 1987:43).

4. Conclusion

To be able to compose OHS studies, it is necessary to give a new behavior to the organization. Giving behavior to the organization cannot be possible with the provisions in the written labor contract. It is because, “human”, taking place at the center of all these studies, have neither a one-dimensional learning system, nor the mechanisms operating issue – provide command system such as machinery. The factor probably forming the dynamics in working environment on the very basis is the labor contract relationship between the employer and the employee. This contract can be considered as the commencement of the relationship. But afterwards it transforms into a much more determinant, unwritten agreement in consequence of the working life of the employee at the work place. This new agreement, the employees learned in consequence of they lived, is Psychological Agreement.

Keywords: Psychological Agreement, safety culture, occupational safety

JEL Codes: J01, J28, J81

Psikolojik Sözleşme: İş Sağlığı Ve Güvenliği Kültürü Açısından Bir İnceleme

1. Giriş

Sanayi Devriminden sonra sanayinin gelişimine bağlı olarak bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Çalışma koşullarından dolayı çalışanların, sağlıklarını kısa zamanda kaybetmeye başlamaları önemli bir sorun olduğunu ortaya koymuştur.

İş sağlığı ve güvenliği için istendik davranış oluşturma özünde yatan örgütte temel parametreler olduğu unutulmamalıdır. Çalışanların örgütte işverenlerle algısal bir bütün olarak oluşturdukları bir kavram olarak karşımıza çıkan “psikolojik sözleşme” bu temel parametrelerden biri sayılmalıdır. Öyleyse örgütte davranış oluşturabilecek kavramlara özellikle dikkat etmek gerekmektedir. Bu kavramların bir tanesi de iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarında adı pek geçmeyen bir kavram “psikolojik sözleşme” kavramıdır. Psikolojik sözleşme, dinamik yapıdadır; yani kişiden kişiye göre değişebildiği gibi her zaman da aynı özelliklere sahip değildir. Psikolojik sözleşmeyle oluşan davranış çıktılarının güvenlik kültürünün özelliklerini taşıyan istendik davranışlarla uyumlu olması gerekmektedir. Aksi durumda ortaya çıkabilen istenmedik davranış çıktılarının örgütün önemli kavramlarını etkileyerek güvenli kültüründe yaratılmak istenen davranış bütününe zıt durumlar gelişebileceği rahatlıkla öngörülebilmektedir. Örgüt iklimi, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık gibi örgütte oluşan önemli değerleri hayati düzeyde etkileyen bir kavram olarak

psikolojik sözleşme, örgütün genel davranış çıktılarını kontrol etmede tartışılmayacak kadar büyük bir etkiye sahiptir.

2. Psikolojik Sözleşme

2.1. Psikolojik Sözleşme Kavrami Ve Kavramsal Çerçevesi

Çalışanların iş ilişkisini başlatan yazılı iş sözleşmesinden çok daha fazla parametreyi içine alarak daha kapsamlı bir sözleşme haline gelmektedir Schein (1980) Çalışanlarda gelişen psikolojik sözleşme üç kaynak tarafından şekillenmektedir (Rousseau, 1995). Bunların ilki diğer çalışanlardan aldıkları bilgiler tarafından oluşmaktadır. İş mülakatları yapıldığı sırada işe alımla görevli personel veya işe alım sürecinde görevli grup tarafından yapılan sözlü ifadeler sonucunda beklentiler oluşabilir. İşe başladıktan sonra ise iş yerinde çalışan herkes işveren-çalışan arasındaki yükümlülükler hakkında fikir paylaşımında bulunarak çalışanın psikolojik sözleşme oluşum sürecine katkıda bulunabilirler. Gözlem yoluyla dolaylı öğrenme ise ikinci şekildir. Buna göre çalışan işverenle diğer çalışanların ilişkilerini gözlemler ve kendine pay çıkarır. Üçüncüsü ise yazılı iş sözleşmesinde bulunan ücret politikası, performans değerlendirmeleri, kılavuz ve misyon gibi yazılı olan resmen ifade edilmiş prosedürlerin psikolojik sözleşmeye katkılarıdır.

3. Psikolojik Sözleşmenin Olumsuz Davranış Oluşturabilecek Örnekleri

3.1. Sinizm

Sinizm kavramını örgüt içinde Dean ve arkadaşları (1998:346), bu durumu çalışanın çalıştığı kuruma karşı geliştirdiği bilişsel, duygusal ve davranışsal boyutları da içeren olumsuz tutum olarak tanımlamışlardır. Buna göre sinizmin üç boyutu;

1. Örgütün çalışana karşı dürüst olmadığına inanılması,
2. Örgüte karşı gelişen negatif duygu ve düşünceler,
3. Bu olumsuz duyguların uzantısında örgüte karşı duyulan kin sonucunda örgütün kararlarını yargılayıp, güven olgusu zedelendiği için eleştirisel ve alaycı yaklaşım sergileme eğilimi olarak belirlenmiştir.

3.2. Tükenmişlik

Freudenberger (1974:159), gönüllü sağlık çalışanlarının yaşadıkları işten soğuma, çalışmak istememe, yabancılaşma, işe gelmeme isteği gibi çalışanların verimliliğini çok etkileyen bu faktörleri fark edip incelediğinde yeni bir kavram olarak tükenme kavramı ortaya çıkmıştır. Stresin organizmaya etkileri düşünüldüğünde uzun dönem strese maruz kalan çalışanlarda strese bağlı gelişen birçok durum ortaya çıkmaktadır.

3.3. Performans

Çalışanın performans ölçütleri nitel veya nicel şekillerde ifade edilebilmekle birlikte, örgütün amaçların ulaşılmasını etkileyen örgütsel faktörlerden de bahsetmek gerekmektedir. Örgütün iklim yapısının pozitif veya negatif oluşunun performans üzerine etkileri de ciddi şekilde önem arz etmektedir. Çalışanın performansını olumlu etkileyen; çalışanların sürece

katılması, kurumun desteğini hissetmesi ve çalışanlara karar alma sürecinde de etkin rol verilmesi gibi ortamın oluşturabileceği bazı önemli etkenler söz konusudur. (Gupta, 1982: 135)

3.4. Örgütsel Bağlılık

Örgütün görünmeyen davranışlara şekil verebilen önemli fonksiyonlarından biri de örgütte algıladığımız psikolojik atmosferdir. Örgüt iklimi üzerinde net bir tanım yapılmasa da çalışanların, çalıştıkları ortamla ilgili algıladıkları psikolojik hava örgütsel iklim olarak isimlendirilmektedir. Örgüt iklimini, çalışanların işyerinde yaşadıkları destek, samimiyet, teşvik sistemi gibi tüm örgüte dair davranışların; çalışanlarda yarattığı psikolojik atmosfer olarak görebilmekteyiz. Örgütsel iklim çalışanlar ve örgüt arasındaki ilişkiden doğmaktadır. (Ekvall, 1987:43).

3.5. Örgüt İklimi

Örgütün görünmeyen davranışlara şekil verebilen önemli fonksiyonlarından biri de örgütte algıladığımız psikolojik atmosferdir. Örgüt iklimi üzerinde net bir tanım yapılmasa da çalışanların, çalıştıkları ortamla ilgili algıladıkları psikolojik hava örgütsel iklim olarak isimlendirilmektedir. Örgüt iklimini, çalışanların işyerinde yaşadıkları destek, samimiyet, teşvik sistemi gibi tüm örgüte dair davranışların; çalışanlarda yarattığı psikolojik atmosfer olarak görebilmekteyiz. Örgütsel iklim çalışanlar ve örgüt arasındaki ilişkiden doğmaktadır. (Ekvall, 1987:43)

4. Sonuç

İSG çalışmalarının oluşturulabilmesi için örgüte yeni bir davranış kazandırılması gerekmektedir. Örgüte davranış kazandırmak yazılı olan iş sözleşmesinde olan maddelerle mümkün olamamaktadır. Çünkü bütün bu çalışmaların merkezinde olan “insan”, ne tek boyutlu bir öğrenme sistemine ne de makineler gibi komut al-ver sistemiyle işleyen mekanizmalara sahiptir. Çalışma ortamındaki dinamiklerini belki de en temelde oluşturan faktör, işveren ve çalışan arasındaki iş sözleşmesi ilişkidir. Bu sözleşme ilişkinin başlangıcı sayılabilmektedir. Fakat iş sözleşmesi devamında çalışanın işyerindeki yaşantısı sonucunda oluşan çok daha belirleyici, yazılı olmayan bir sözleşmeye dönüşmektedir. Bu çalışanların yaşantıları sonucu öğrendikleri yeni sözleşme psikolojik sözleşmedir.

Anahtar kelimeler: Psikolojik Sözleşme, güvenlik kültürü, iş güvenliği

JEL Kodları: J01, J28, J81

Kaynakça

Schein, E. H. (1980). *Organizational Psychology*, 3rd Edition, New Jersey, s. Prentice-Hall.

Rousseau, D.M. (1995). *Psychological Contracts in Organizations, s. Understanding Written and Unwritten Agreements*. Thousand Oaks, CA, Sage Publications.

Cingöz Ayşe, “Örgütsel Küçülme Stratejisi ve Küçülen Örgütlerde Çalışan İş Görenlerin Örgüte Bağlılıkları Üzerine Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri, 2006.

Dean, J., Brandes, P. veDharwadkar, R. (1998). "Organizational Cynicism", *The Academy of Management Review*, Vol. 23 No.2, s.341-352

Ekvall, G. (1987), "*The Climate Metaphor in Organization Theory*," Bass, Bernard M./Drenth,

Freundenberger, H. J. (1974). "*Staff Burn-out*", *Journal of Social Issues*, Vol. 30 No.1, s.159-165.

Gupta, O. P. (1982), *Commitment to Work of Industrial Workers*, *Concept Publishing Company*
(New Delhi).

Violence to Healthcare Professionals: A Research in Çankırı State Hospital

Firdes Durmuş YERLİGÖK¹¹⁰, İsmail AĞIRBAŞ¹¹¹, Ferda BÜLÜÇ¹¹²

1. Introduction

Violence is the use of verbal, threatening or physical force to cause death, injury, mental impairment or developmental disability against oneself, another person, or against a group or community (WHO, 2002:4). Violence that affects all social professions, which have taken place in the lives of all the nations, also affect the health institutions at a significant level. Violence in health institutions is defined as "Verbal abuse, threatening behavior, or physical assault that causing a health care worker, originates from a patient, relatives, or other individuals" (Saines, 1999:8). Especially in recent years, violence to healthcare professionals has become a common and important problem. A comprehensive examination of the causes of this problem is of great importance in order to prevent violence.

This study aims to examine the existing relationship between the causes of violence to healthcare professionals and socio-demographic variables and also to determine the necessary precautions to prevent violence.

2. Method

In the scope of this descriptive cross-sectional study, a questionnaire on health violence was applied to healthcare personnel working in Çankırı State Hospital in 2014 with face-to-face interview technique. Sampling was not selected in the study and it was aimed to reach the whole universe. IBM SPSS Statistics 22 program was used to analyze the data obtained from the questionnaire.

3. Findings

As a result of the statistical analysis of the data obtained from the questionnaire in this study, it was determined that 62% of the participants were female and 38% were male. 12% of the participants were physicians, 49% were nurses, 18% were medical officers, 1% were biologists, 12% were laborants, 3% were radiologists and 5% were medical secretaries. 32% of employees participating in the survey are 5 years or less; 22% to 6-10 years; 37% worked for 11-20 years and 9% worked more than 20 years. 58% of employees are exposed to verbal or physical violence; 50% of those exposed to violence were found not to complain.

¹¹⁰ Hemşire, Çankırı Devlet Hastanesi, fir_fir_1987@hotmail.com

¹¹¹ Prof. Dr., Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, agirbas@ankara.edu.tr

¹¹² Arş. Gör., Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, ferdabuluc@gmail.com

13% of employees in the study had been exposed to verbal abuse once and 67% had been exposed to verbal abuse more than once; 16% had once and 11% had multiple times physical abuse. While 71% of respondents agree that violence against health care personnel is increasing, 2% do not agree with this idea. Oral or physical abuse exposure was 58%; this rate is 53% for women and 67% for men. After the violence, 50% of the employees reported the incidence to the Ministry of Health, institution manager, police, private security, occupation rooms etc., while the remainder 50% stated that they have never reported them. When the exposure to oral violence was evaluated according to the title, the most abused subjects were the radiologist (100%), health officer (86%), medical secretary (86%), physician (83), nurse (78%); biologists (0%) were not exposed at all. When the exposure to physical violence was evaluated according to the job titles, physicians (4%), medical secretaries (43%), radiologists (40%), health officers (36%), laborants (22%) and nurses expressed that they were the groups most exposed to violence; biologists (0%) stated that they were never exposed to violence. When the exposure to verbal violence is examined by years at work; 65% of employees who have 5 years or less at work, 88% of employees who worked for 5-10 years, 88% of employees of those with 11-20 years at work and 77% of employees who are more than 20 years at work are exposed to violence one or more times it seems to have stayed.

There was no significant relationship between gender and exposure to verbal or physical violence. There was no statistical relationship between gender and places visited post- violence and between gender and the belief that violence increased. There is no significant relationship between the thought that the Ministry of Health's violence prevention efforts will prevent violence and gender. There is no connection between title and exposure of verbal or physical violence. It has been determined that there is no relationship between the title and the places visited post- violence, and between the title and the idea that the Ministry of Health's anti-violence efforts will prevent violence. It has been determined that exposure to verbal or physical violence differs according to the duration of the study. It has been determined that there is no relationship between the years at the work and the thought that it has increased violence to healthcare personnel.

4. Conclusion

This study was conducted to investigate the relationship between the factors that cause violence to health workers and socio-demographic variables, there was no significant relationship between exposure of verbal or physical violence and gender, title, places visited post- violence, but the exposure of violence differed during the duration of the study. In accordance with the result obtained, it is recommended to provide in service trainings to manage behaviors of patients and patients relatives, the planning and dissemination violence prevention policies for healthcare professionals, regulation of sanctions against violence, increase security measures to prevent violence against healthcare professionals.

Keywords: Healthcare Professional, Violence to Healthcare Professional, Violence

JEL Codes: I12, I19

Sağlık Çalışanlarına Şiddet: Çankırı Devlet Hastanesinde Bir Araştırma

1. Giriş

Şiddet, kişinin kendisine, başka bir kişiye, bir gruba ya da topluluğa karşı ölüm, yaralama, ruhsal zarara veya gelişimsel bozukluğa neden olacak şekilde sözel, tehdit amaçlı ya da fiziksel güç kullanımınıdır (WHO, 2002:4). Bütün ulusların yaşamında yer edinmiş olan, tüm sosyal meslekleri etkileyen şiddet olgusu sağlık kurumlarını da önemli derecede etkilemektedir. Burada sözü geçen sağlık kurumlarında şiddet ise “hasta, hasta yakınları ya da diğer bireylerden kaynaklı, bir sağlık çalışanını riske sokan sözlü taciz, tehdit edici davranış ya da fiziksel saldırı” şeklinde tanımlanmaktadır (Saines, 1999:8). Özellikle son yıllarda sağlık çalışanlarına şiddet yaygın ve önemli bir sorun haline gelmiştir. Bu sorunun oluşum nedenlerinin kapsamlı bir şekilde incelenmesi şiddeti önleyebilmek adına büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı sağlık çalışanlarına şiddete neden olan faktörlerle sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek ve şiddeti önleyebilmek için gerekli önlemleri belirlemektir.

2. Yöntem

Tanımlayıcı- kesitsel araştırma türünde gerçekleştirilmiş olan bu çalışma kapsamında Çankırı Devlet Hastanesinde görevli sağlık personeline 2014 yılında sağlıkta şiddet konulu anket formu yüz yüze görüşme tekniğiyle uygulanmıştır. Çalışmada örneklem seçilmemiş olup tüm evrene ulaşmak hedeflenmiştir. Anketten elde edilen verilerin analizinde IBM SPSS Statistics 22 programından yararlanılmıştır.

3. Bulgular

Çalışma kapsamında uygulanan anketten elde edilen verilerin istatistiksel analizi neticesinde katılımcıların % 62'sinin kadın ve %38'inin erkek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %12'si hekim, %49'u hemşire, %18'i sağlık memuru, %1'i biyolog, %12'si laborant, %3'ü radyolog ve %5'i tıbbi sekreterdir. Araştırmaya katılan çalışanların %32'si 5 yıl ve daha az süredir; %22'si 6-10 yıl arası; %37'si 11-20 yıl arası ve %9'u 20 yıldan fazla süredir çalışmaktadır. Çalışanların %58'inin sözlü veya fiziksel şiddete maruz kaldığı; şiddete maruz kalanların %50'sinin şikâyetçi olmadığı saptanmıştır.

Çalışma kapsamındaki çalışanların %13'ü bir kez ve %67'si birden çok kez sözlü şiddete maruz kaldığını; %16'sı bir kez ve %11'i birden çok kez fiziksel şiddete maruz kaldığını ifade etmiştir. Katılımcıların %71'i sağlık personeline şiddetin giderek arttığı düşüncesine katılırken; %2'si bu düşünceye katılmamaktadır. Sözlü veya fiziksel şiddete maruz kalma oranı %58 bulunmuş olup; bu oran kadınlarda %53 ve erkeklerde %67'dir. Çalışanların %50'si şiddet sonrası Sağlık Bakanlığı, kurum yöneticisi, polis, özel güvenlik, meslek odaları vb. kişi veya kurumlara başvurmakta iken %50'si hiçbir yere başvurmadığını ifade etmiştir. Sözlü şiddete maruz kalma durumu unvana göre değerlendirildiğinde sırasıyla radyolog (%100), sağlık memuru (%86), tıbbi sekreter (%86), hekim (83), hemşire (%78), laborantların (%67) en çok şiddete maruz kaldığı görülürken; biyologların (%0) hiç maruz kalmadığı tespit edilmiştir. Fiziksel şiddete maruz kalma durumu unvana göre değerlendirildiğinde sırasıyla hekim (%4), tıbbi sekreter (%43), radyolog (%40), sağlık memuru (%36), laborant (%22), hemşireler (%18) en fazla şiddete maruz kalan grup olduklarını ifade ederken; biyologlar (%0) hiç şiddete maruz kalmadığını belirtmiştir. Sözlü şiddete maruz kalma çalışma yılına göre incelendiğinde; 5 yıl

ve daha az süredir çalışanların %65'i, 5-10 yıl arası çalışanların %88'i, 11-20 yıl arası çalışanların %88'i ve 20 yıldan fazla süredir çalışanların %77'sinin bir veya birden çok kez şiddete maruz kaldığı görülmektedir.

Cinsiyet ile sözlü veya fiziksel şiddete maruz kalma durumu arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Cinsiyet ile şiddet sonrası başvuru yerleri arasında ve şiddetin arttığı düşüncesi arasında istatistiksel bir ilişki kurulamamıştır. Sağlık Bakanlığının şiddet önleyici çalışmalarının şiddeti önleyeceği düşüncesi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Cinsiyet ile sağlıkta şiddet yönetmeliğinin şiddet olgularını azaltmasında etkili olacağı düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki kurulamamıştır. Unvan ile sözlü veya fiziksel şiddete maruz kalma durumu arasında bir bağlantı yoktur. Unvan ile şiddet sonrası başvuru yerleri arasında ve unvan ile Sağlık Bakanlığının şiddet önleyici çalışmalarının şiddeti önleyeceği düşüncesi arasında ilişki olmadığı saptanmıştır. Sözlü veya fiziksel şiddete maruz kalma durumunun çalışma süresine göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Çalışma süresi ile sağlık personeline şiddetin arttığı düşüncesi arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

4. Sonuç

Sağlık çalışanlarına şiddete neden olan faktörler ile sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan bu çalışmada sözlü veya fiziksel şiddete maruz kalma durumu ile cinsiyet, unvan, şiddet sonrası başvuru yerleri arasında anlamlı bir ilişki kurulamamış fakat şiddete maruz kalma durumunun çalışma süresine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda hasta ve hasta yakınlarının davranışlarını yönetebilmek için çalışanlara hizmet içi eğitimlerin verilmesi; sağlık çalışanlarına şiddeti önleyici politikaların planlanması ve yaygınlaştırılması; şiddete karşı yaptırımların düzenlenmesi; sağlık çalışanlarına yönelik şiddeti önlemeye yönelik güvenlik önlemlerinin artırılması önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Sağlık Çalışanı, Sağlık Çalışanına Yönelik Şiddet, Şiddet

JEL Kodları: I12, I19

Kaynakça

Saines, JC. (1999). "Violence and Aggression in A&E: Recommendations for Action", *Accident & Emergency Nursing*, 7: 8-12.

WHO (2002). *World Report on Violence and Health: Summary*, Geneva.

An Innovative Paradigm in Health: Mobile Health

Gözde YEŞİLAYDIN¹¹³, Okan ÖZKAN¹¹⁴, Ferda BÜLÜÇ¹¹⁵, Bayram GÖKTAŞ¹¹⁶

1. Introduction

Today, the intensive use of information and communication technologies causes some innovations and significant changes in business processes in the field of health. It is possible to use intelligent systems, wireless communication, portable remote monitoring systems in the health sector, especially with improvements in mobile communication sector.

Along with the increase in the general population, the increase in the elderly population, the prolongation of the average life span, the increase in chronic diseases leads to an increase in demand for health services and an increase in costs. This situation has necessitated health providers to make innovative changes in their service provision models. One of these changes is mobile health services.

This study will examine the health integration of mobile technologies, which play a key role in the globalization process; the concept of mobile health, the factors affecting mobile health and the tools used and the information about mobile health applications will be presented.

2. The Concept of Mobile Health

Mobile Health, shortly mHealth, refers to the use of mobile phones, wireless communication systems and multimedia technologies for the provision of health (Tezcan, 2016: 33). World Health Organization defines mobile health as a term used for medical and public health practices supported by mobile devices (WHO, 2011: 6).

Among the mobile communication technologies used for mobile health services are mobile phones, personal digital assistants and smartphones, patient monitoring devices, MP3 players and mobile computers (Sloninsky, 2008: 17). It is also possible to make use of SMS, GPRS, GPS, 3G, 4G systems made available with mobile phones; functions such as Bluetooth; mobile applications and tablets, network technologies (WHO, 2011). According to the report of World Health Organization dated 2012, majority of the nations had at least one operational mobile health application at the time (WHO, 2012: 42).

The use of mobile health reduces the cost of health while offering several opportunities for the improvement of health services (Kumar et al., 2013, p. 228). With mobile health, ‘Do-It-Yourself’ spirit has improved and the fact that health services can be provided to anyone, anywhere gained widespread recognition (Tezcan, 2016: 32). It is possible to measure and monitor physiological functions using mobile health apps. Nevertheless, mobile health also

¹¹³ Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, gterekli@gmail.com

¹¹⁴ Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, ozkanokan@yahoo.com

¹¹⁵ Arş. Gör., Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, ferdabuluc@gmail.com

¹¹⁶ Öğr. Gör., Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü, byokan_06@hotmail.com

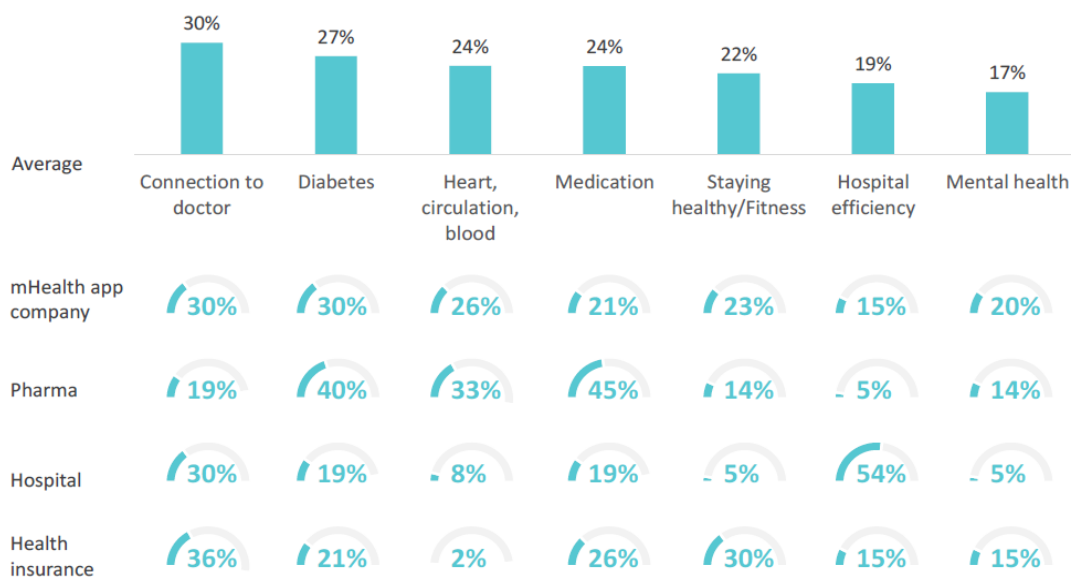
comes in handy to ensure patients’ engagement in activities suitable for themselves while avoiding harmful ones, and the sensors developed are used in clinical measurements (Arslan & Demir, 2017: 18; Tezcan, 2016: 26). Thus, it is now possible to provide health services to anytime, anywhere at a reasonable price (Ni et al., 2014: 323; Silva et al., 2015: 270).

Although mobile health offers the abovementioned benefits, majority of smartphone users are members of younger generations. Therefore, elderly and sick people, especially those with chronic illnesses, do not prefer to use smartphones. This can be considered one of the limitations of mobile health (Ni et al., 2014: 324). Moreover, in the case of recording and sharing of data, the fact that data security can be provided effectively becomes an important factor.

3. Mobile Health Applications Market

Mobile health applications market has been growing for almost the last decade and recent reports point at a steady growth. As of 2017, there are 325,000 health applications available. The number of health application downloads has increased by 16% in 2017 when compared to 2016 (research2guidance, 2017: 10).

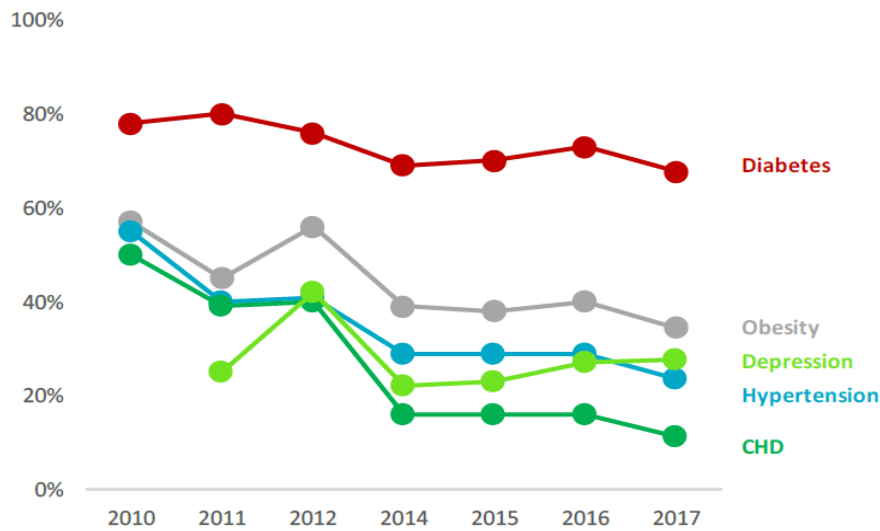
Fig. 1. Use of Mobile Health Applications



Kaynak: research2guidance, 2017: 18

As shown in the mHealth App Economics 2017/2018 report in Fig. 1, mobile health application companies, pharmaceutical companies, hospitals and health insurance companies use mobile health for several purposes (research2guidance, 2017: 18).

Fig. 2. Fields with the Highest Potential in Mobile Health Applications Market



Kaynak: research2guidance, 2017: 22

As shown in the mHealth App Economics 2017/2018 report in Fig. 2, diabetes is the leading health sector with its potential for mobile health apps in the next five years. As of 2012, obesity, depression, hypertension and coronary heart diseases are also becoming widespread (research2guidance, 2017: 22).

4. Conclusion

Mobile health allows patient records and medical data to be collected, processed, viewed and stored on mobile devices, the ability of the patient access to medical information from any location at any time, and remote monitoring of data for patients and healthcare workers.

Mobile health applications are used at different levels by different users such as pharmaceutical companies, mobile health companies, hospitals and health insurance companies. For example, pharmaceutical companies prefer to use mobile health practices, particularly in the context of drug therapy, cardiovascular-blood, and diabetes; health insurance companies prefer to use it in connection with diabetes, wellness and fitness in connection with the doctor. In addition, according to the report of the mHealth App Economics 2017/2018, it has been determined that the areas with the best market potential for mobile health applications over the past five years are diabetes, obesity, depression, hypertension and coronary heart disease.

As a result of the widespread use of information and communication technologies, the integration of smart applications into the healthcare field is thought to be the result of increasing demand for mobile healthcare applications, especially in the last decade. The use of mobile health services will play a supporting role in the service delivery process, especially when health services are inadequate in terms of time and efficiency of delivery and can not be reached.

Keywords: Mobile communication technologies, mobile health, health services

JEL Codes: I19, O31, 032

Sağlıkta Yenilikçi Paradigma: Mobil Sağlık

1. Giriş

Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin yoğun kullanımı sağlık alanında iş süreçlerinde birtakım yenilikler ve önemli değişimler yaşanmasına neden olmaktadır. Özellikle mobil iletişim sektöründeki gelişmelerle birlikte sağlık sektöründe akıllı sistemler, kablosuz iletişim imkânı, taşınabilir uzaktan izleme sistemlerinin kullanımı mümkün hale gelmiştir.

Genel nüfusun artmasının yanı sıra yaşlı nüfusunun artışı, ortalama yaşam süresinin uzaması, kronik hastalıkların artışı sağlık hizmetlerine olan talebin artmasına ve maliyetlerin yükselmesine neden olmaktadır. Bu durum, sağlık kurumlarının hizmet sunum modelinde inovasyonel değişiklikler yapmalarını zorunlu kılmıştır. Bu değişimlerden biri mobil sağlık hizmetleridir.

Bu çalışma ile küreselleşme sürecinde anahtar rol oynayan mobil teknolojilerin sağlığa entegrasyonu incelenecek; mobil sağlık kavramına, mobil sağlığı etkileyen faktörler ile kullanılan araçlara değinilecek ve mobil sağlık uygulamalarına ilişkin bilgiler sunulacaktır.

2. Mobil Sağlık Kavramı

Mobil sağlık, kısaca mSağlık; sağlık hizmetlerinin cep telefonu, kablosuz iletişim altyapısı gibi mobil iletişim cihazları ve multimedya teknolojileriyle sunulması anlamında kullanılmaktadır (Tezcan, 2016: 33). Dünya Sağlık Örgütü mobil sağlığı mobil cihazlar tarafından desteklenen tıbbi ve halk sağlığı uygulamaları için kullanılan bir terim olarak tanımlamıştır (WHO, 2011: 6).

Mobil sağlık hizmetleri için kullanılacak mobil iletişim teknolojileri; cep telefonları, kişisel dijital asistan ve akıllı telefonlar, hasta takip cihazları, MP3 çalar ve mobil bilgisayarlardır (Sloninsky, 2008: 17). Ayrıca cep telefonlarının SMS, GPRS, GPS, 3G, 4G sistemleri, Bluetooth, Aplikasyonlar vb. fonksiyon ve uygulamalarından, tablet bilgisayarlardan, ağ teknolojilerinden yararlanılmaktadır (WHO, 2011). Dünya Sağlık Örgütü'nün 2012'de yayınladığı raporda çoğu ülkenin en az bir tane mobil sağlık faaliyeti gerçekleştirdiği belirtilmektedir (WHO, 2012: 42).

Mobil sağlığın kullanımı, sağlık hizmetlerinin maliyetini azaltırken birçok açıdan iyileştirme imkanı sunmaktadır (Kumar vd., 2013, s. 228). Mobil sağlıkla "kendin ölç" hareketi başlamış, sağlık bakımının her yerde yapılabileceği anlayışı yaygınlaşmıştır (Tezcan, 2016: 32). Mobil sağlık uygulamalarıyla fizyolojik değerler ölçülüp, izlenebilmektedir. Ayrıca kişilerin hastalıklarına uygun aktiviteler yapmalarını ve zararlı şeylerden kaçınmalarını sağlamak ve geliştirilen sensörler, klinik ölçümlerde kullanılmaktadır (Arslan ve Demir, 2017: 18; Tezcan, 2016: 26). Böylece her zaman, her yerde uygun maliyetli sağlık hizmeti sunumu mümkün olmaktadır (Ni vd., 2014: 323; Silva vd., 2015: 270).

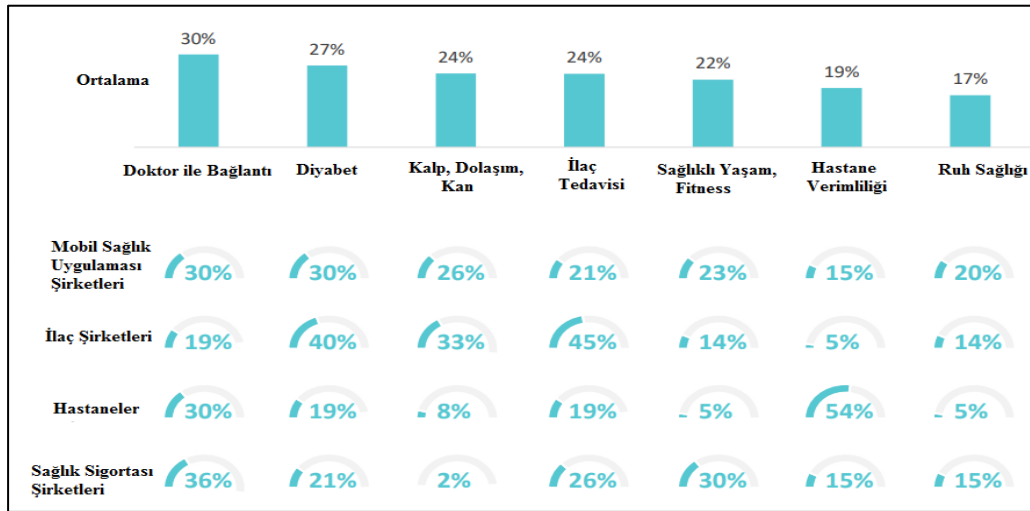
Mobil sağlığın bahsi geçen yararlarına rağmen, akıllı telefon kullanıcılarının çoğunluğu genç nüfustan oluşmaktadır. Dolayısıyla özellikle kronik hastalığa sahip yaşlı ve hasta nüfus, akıllı telefon kullanımını tercih etmemektedir. Bu durum, mobil sağlığın sınırlılıklarından biridir (Ni vd., 2014: 324). Ayrıca verilerin kaydedilmesi ve paylaşımı durumunda veri

güvenliğinin etkili bir şekilde sağlanabilme durumu da önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. Mobil Sağlık Uygulamaları Pazarı

Mobil sağlık uygulamaları (aplikasyonları) pazarı on yıla yakın bir süredir faaliyet göstermekte olup, son yıllarda istikrarlı bir şekilde büyümektedir. 2017 itibariyle 325.000 sağlık uygulaması bulunmaktadır. Bu uygulamaların 2017'deki indirme sayısının 2016 yılına kıyasla % 16 arttığı söylenebilir (research2guidance, 2017: 10).

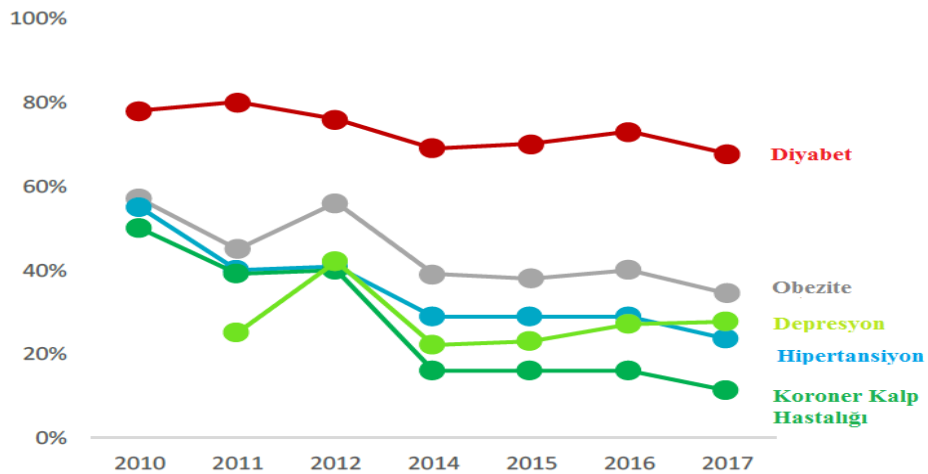
Şekil 1. Mobil Sağlık Uygulamaları Kullanımı



Kaynak: research2guidance, 2017: 18

Şekil 1'de görüldüğü gibi Mhealth App Economics 2017/2018 raporunda mobil sağlık uygulaması şirketleri, ilaç şirketleri, hastaneler ve sağlık sigortacıları mobil sağlığı farklı amaçlar için kullanmaktadır (research2guidance, 2017: 18).

Şekil 2. Mobil Sağlık Uygulamaları Pazarında En İyi Pazar Potansiyeline Sahip Alanlar



Kaynak: research2guidance, 2017: 22

Şekil 2'ye göre, mhealth App Economics 2017/2018 raporuna göre, gelecek beş yıl içinde mobil sağlık uygulamaları pazarında en iyi pazar potansiyeline sahip alan diyabettir. 2012 itibariyle obezite, depresyon, hipertansiyon ve koroner kalp hastalıklarının da yaygınlaştığı görülmektedir (research2guidance, 2017: 22).

4. Sonuç

Mobil sağlık, hasta kayıtlarının ve tıbbi verilerin mobil cihazlar üzerinden toplanmasına, işlenmesine, görüntülenebilmesine ve depolanmasına, hastanın istediği zaman istediği yerden tıbbi bilgilerine erişim sağlayabilmesine, verilerin hasta ve sağlık çalışanları için uzaktan takip edebilmesine imkân tanımaktadır.

Mobil sağlık uygulamaları ilaç şirketleri, mobil sağlık uygulamaları şirketleri, hastaneler ve sağlık sigortası şirketleri gibi farklı kullanıcılar tarafından farklı düzeylerde kullanım alanına sahiptir. Örneğin, ilaç şirketleri mobil sağlık uygulamalarını özellikle ilaç tedavisi, kalp-dolaşım-kan ve diyabet ile ilgili konularda kullanmayı tercih ederken; sağlık sigortası şirketleri doktor ile bağlantı kurulmasında, diyabet, sağlıklı yaşam ve fitness ile ilgili konularda kullanmayı tercih etmektedirler. Ayrıca mhealth App Economics 2017/2018 raporuna göre son beş yıl içinde mobil sağlık uygulamaları için en iyi pazar potansiyeline sahip alanların diyabet, obezite, depresyon, hipertansiyon ve koroner kalp hastalığı olduğu belirlenmiştir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımına bağlı olarak akıllı uygulamaların sağlık alanına entegrasyonu sonucu özellikle son on yılda mobil sağlık uygulamalarına yönelik talebin artmakta olduğu düşünülmektedir. Özellikle sağlık hizmetlerinin sunumunun zaman ve etkinlik düzeyi açısından yetersiz kaldığı ve yetişilemediği durumlarda mobil sağlık hizmetlerinin kullanımı hizmet sunum sürecinde destekleyici bir rol oynayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mobil iletişim teknolojileri, mobil sağlık, sağlık hizmetleri

JEL Kodları: I19, O31, O32

Kaynakça

Arslan, E.T. ve Demir, H. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Mobil Sağlık ve Kişisel Sağlık Kaydı Yönetimine İlişkin Görüşleri”, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2): 17-36.

Kumar, S., Nilsen, W.J., Abernethy, A., Atienza, A., Patrick, K., Pavel, M., Riley, W.T., Shar, A., Spring, B., Spruijt-Metz, D., Hedeker, D., Honavar, V., Kravitz, R., Lefebvre, R.C., Mohr, D.C., Murphy, S.A., Quinn, C., Shusterman, V., Swendeman, D. (2013). “Mobile Health Technology Evaluation: the mHealth evidence workshop”, *American Journal of Preventive Medicine*, 45(2): 228-236.

Ni, Z., Wu, B., Samples, C. ve Shaw, R.J. (2014). “Mobile technology for health care in rural China”, *International Journal of Nursing Sciences*, 323-324.

Research2Guidance (2017). *mHealth App Economics 2017/2018 Current Status and Future Trends in Mobile Health*.

Silva, B. M., Rodrigues, J. J., de la Torre Díez, I., López-Coronado, M., ve Saleem, K. (2015). “Mobile-health: A review of current state in 2015”, *Journal of Biomedical Informatics*, 56:265-272.

Sloninsky, D. (2008). *Towards the Development of an mHealth Strategy: A Literature Review. The Millennium Villages™ Project.*

Tezcan, C. (2016). *Sağlığa Yenilikçi Bir Bakış Açısı: Mobil Sağlık.* TUSİAD Yayınları, Yayın No: 2016-03/575.

WHO (2011). *mHealth New Horizons For Health Through Mobile Technologies. Global Observatory for eHealth series - Volume 3.*

WHO (2012). *Management of Patient Information Trends and Challenges in Member States. Global Observatory for eHealth series - Volume 6.*

A Perspective Overview of Strategic Human Resource Management in The Context of Industry 4.0

Naci Atalay DAVUTOĞLU, Erşan YILDIZ

Abstract

Strategic human resources practices are considered to be one of the primary sources that can shape employees' skills, abilities, behaviours and attitudes in order to attain organisational goals. As these practices are critical for competitive advantage in a knowledge-based economy, managers need to design these practices in terms of innovative learning such as in-service and out-service training, developing personnel quality, performance appraisal and job design to increase innovation, knowledge management capacity and learning among employees.

The aim of the study is to enable the managers who want to implement the structural changes of Industry 4.0 in their businesses to design Strategic Human Resources practices in order to encourage innovation and learning in their organizations. Hence, human resources departments should design Industry 4.0-oriented training programmes to improve innovative abilities and leaning. Additionally, as a result of this design, they should include mentoring services to improve teamwork, and intend to enable their employees to multitask. The trainings should be directly relevant to the employees' jobs, as well as increasing the diversity of abilities.

In conclusion, by analysing the concept of Industry 4.0 through literature review that is considered secondary data, it is believed that Generation Y employees, who are inclined to an active imagination, a sense of inner feeling, diversity preferences, intellectual curiosity, creativity and flexible thinking, should be preferred in human resource management in the context of Industry 4.0. The reason for this lies in the fact that they prefer challenges and are willing to not only improve themselves but also develop new skill sets. To sum up, if businesses want to raise awareness, they should focus on a future-oriented Strategic Human Resource Management, undergo relevant changes henceforth, and search for a new model for future Strategic Human Resource Management.

Keywords: Industry 4.0, Strategic Human Resource Management, Strategic Human Resources Model, Generation Y Employees.

Sanayi 4.0 Çerçevesinde Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimine Perspektifli Bakış

Özet

Stratejik İnsan Kaynakları uygulamaları, örgütlerin organizasyon hedeflerine ulaşmak için çalışanlarının becerilerini, yeteneklerini, davranışlarını ve tutumlarını şekillendirebilecekleri birincil kaynaklardan biri olarak düşünülür. Stratejik İnsan Kaynakları uygulamaları, bilgi temelli ekonomide rekabet avantajı açısından kritik olduğu için yöneticiler,

bu uygulamayı yenilikçiliği, bilgi yönetimi kapasitesini ve çalışanlar arasında öğrenmeyi artırabilmek için hizmet içi-dışı eğitim, personelin niteliğini artırma, performans değerlendirme, iş tasarımı gibi yenilikçi öğrenime göre tasarlanmalıdır.

Bu çalışmada amaç; Endüstri 4.0 ile işletmelerinde yapısal değişimi sağlamak isteyen yöneticilerin, yenilikçiliği ve organizasyonda öğrenmeyi teşvik etmek amacıyla Stratejik İnsan Kaynakları uygulamalarını bu kavramlar çerçevesinde tasarlamalarını sağlamaktır. Dolayısıyla İnsan kaynakları departmanı Sanayi 4.0 odaklı eğitim programlarını, yenilikçi yeteneği ve öğrenmeyi geliştirecek şekilde tasarlamalı, bu tasarım sonucunda çalışanların takım çalışması becerilerini artırabilmek için rehberlik hizmetlerine yer vererek, çalışanlarını çoklu görevde etkinleştirebilmeyi amaçlamalıdır. Bu eğitimlerin doğrudan doğruya çalışanların mesleği ile alakalı olması kadar, beceri çeşitliliğini artırmak için de yapılmalıdır.

Sonuç olarak; Sanayi 4.0 kavramını ikincil el veri olarak ifade edilen literatür taramasıyla teorik açıdan analiz ederek, Endüstri 4.0 çerçevesinde Stratejik İnsan Kaynakları yönetiminde aktif hayal gücü, iç his duygusu, çeşitlilik tercihleri, entelektüel merak, yaratıcılık ve esnek düşünmeye yatkın Y Kuşağı çalışanlar tercih edilmelidir. Çünkü bu adaylar öğrenme hedefi zorlu görevlerde bulunmayı tercih ederken, kendilerini geliştirme kadar, yeni beceri setleri geliştirmeye de isteklidirler. Kısaca işletmeler farkındalık yaratmak istiyorlarsa Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimini gelecekteki potansiyele odaklamalı, şimdiden değişimi sağlamalı, geleceğin Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi için yeni model arayışına girmelidir.

Anahtar Kelimeler: Sanayi 4.0, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Stratejik İnsan Kaynakları Modeli, Y Kuşağı Çalışanları.

Kaynaklar

Acatech. (2011); *Cyber-Physical Systems: Driving Force for Innovation mobility, Health, Energy and Production*. Acatech(Ed.), Springer-Verlag, Berlin.

Akat, İ., Budak, G., Budak, G. (2002). İşletme Yönetimi, 4.b, Barış Yayınları, Fakülteler Kitabevi, İzmir.

Bakan, İ. (2004). Yöneticiler İçin Başarı Stratejileri, Beta Basım Yayım, İstanbul

Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., & Rosenberg, M. (2014). How virtualization, decentralization and network building change the manufacturing landscape: An industry 4.0 perspective. *International Journal of Mechanical, Industrial Science and Engineering*, 8(1), 37-44.

Can, H. (2002). Organizasyon ve Yönetim, 6.b, Siyasal Kitabevi, Ankara.

CGI GROUP INC, (2017). Industry 4.0 Making your business more competitive, <https://www.cgi.com/en/white-paper/Industry-4-making-your-business-more-competitive>, Erişim Tarihi: 25.11.2017.

Daft, R. (2015). *Organization theory and design*. Cengage learning.

Dombrowski, U., & Wagner, T. (2014). Mental strain as field of action in the 4th industrial revolution. *Procedia CIRP*, 17, 100-105.

EBSO (2015) ; Ege Bölgesi Sanayi Odası, “Sanayi 4.0 Uyum Sağlayamayan Kaybedecek”, Ege Bölgesi Sanayi Odası Dergisi, Ekim 2015.

Efil, İ. (2006). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, 6.b, Alfa Yayınları, İstanbul.

Eren, E. (2003). Yönetim ve Organizasyon, 6.b, Beta Basım Yayım, İstanbul.

Ertürk, M. (2000). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, 3.b, Beta Yayınları, İstanbul.

Griffin, A., & Hauser, J. R. (1996). Integrating R&D and marketing: a review and analysis of the literature. *Journal of Product Innovation Management*, 13(3), 191–215.

Herman, M., Pentek, T., & Otto, B. (2015). Design principles for Industry 4.0 Scenario: A literature review.

Jones, G.R., George, J.M., & Hill, C.W. (2003). *Contemporary management*. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Kagermann, H., Helbig, J., Hellinger, A., & Wahlster, W. (2013). *Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0: Securing the future of German manufacturing industry; final report of the Industrie 4.0 Working Group*. Forschungsunion.

Landscheidt, S., & Kans, M. (2016). Automation Practices in Wood Product Industries: Lessons learned, current Practices and Future Perspectives. In *The 7th Swedish Production Symposium SPS, 25-27 October, 2016, Lund, Sweden*. Lund University.

Lasi, H., Fettke, P.D.P., Kemper, H.G., Feld, D.I.T. & Hoffmann, D.H.M. (2014). Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, 6(4), 239-242.

Lee, J., Bagheri, B., & Kao, H. A. (2015). A cyber-physical systems architecture for industry 4.0-based manufacturing systems. *Manufacturing Letters*, 3, 18-23.

Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2015). How smart, connected products are transforming companies. *Harvard Business Review*, 93(10), 96-114.

Şimşek, M., Ş. (2008). Yönetim ve Organizasyon, 10.b, Adım Ofset, Konya.

Toker Erhan. (2016) ; Endüstri 4.0 ve İnsanlığın Geleceği Bilim Dergisi Mart 2016.

Tom Burn, & G.M. Stalker. (1961). The management of innovation. *London, Tavistock*.

TÜSİAD (2016) ; Türkiye Sanayi ve İşadamları Derneği "Türkiye 'nin Küresel Rekabetçiliği için Bir Gereklik Olan Sanayi 4.0 Gelişmekte olan Ekonomi Perspektifi" Yayın No: TÜSİAD-T 2016-03/576 Mart 2016.

Van der Sluis, L.E. (2004). Designing the workplace for learning and innovation: Organizational factors affecting learning and innovation. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 18(5), 10-13.

The Future of Strategic Management in The Process of Industry 4.0

Naci Atalay DAVUTOĞLU

Abstract

Future businesses will carry out the implementation of smart machines, smart production, smart products, smart robots, and intelligent storage systems independently of each other in the production environment thanks to Cyber Physical Systems. Thanks to this system, concepts like production, industrial processes, supply chains, lifecycle systems will rapidly improve. Hence, new generation businesses need to reorganize by adapting their strategic management approach to the trend in order to survive in sustainable competitiveness. For long-term survival, outcompeting, and efficiently accessing available and potential production sources, businesses need to have a strategic management approach. Therefore, with a view to gaining new perspectives in terms of businesses' strategic management approach, they have to form a new viewpoint on core strategies, as well as institutional, managerial, competitive, and operational strategies in the context of the components of Industry 4.0, which are Internet of Things, Internet of Services and Cyber Physical Systems.

The aim of the study is to raise awareness in managers who prepare strategic plans, strategists and employees of businesses that attempt to enter the global market by examining the concept of Industry 4.0. The study also aims to ensure the adoption of the concept of Industry 4.0, and to make certain that businesses which adopted Industry 4.0 adapt to the great changes without delay by means of an appropriately renewed strategic management approach. In conclusion, the study attempts to analyse the concept of Industry 4.0 through literature review that is considered secondary data, get a different vision to strategic management approach, and ensure that they do not miss the opportunity to reorganize. Strong businesses are only possible if they seize opportunities and employ them in their internal dynamics. If businesses want to create value chains in their operations, they primarily need to seize the opportunities created by means of Industry 4.0 and harmonize them in their structures. They may be new generation businesses by means of raising awareness and undergoing radical changes in their strategic management approach with a different perspective for tomorrow's smart businesses.

Keywords: Management, Strategic Management Strategies, Strategic Management Processes

Sanayi 4.0 Sürecinde Stratejik Yönetimin Geleceği

Özet

Gelecekte işletmeler üretim ortamı içerisinde birbirinden bağımsız olarak akıllı makine, akıllı üretim, akıllı ürün, akıllı robotlar ve akıllı depolama sistemi gibi kavramları Siber Fiziksel

Sistem sayesinde gerçekleştirecektir. Bu sistem sayesinde imalat, endüstriyel süreçler, tedarik zinciri, yaşam döngü sistemi gibi kavramlar hızla gelişecektir. Bu gelişmenin ışığında yeni nesil işletmelerde sürdürülebilir rekabette var olmak için bu trende uygun stratejik yönetim anlayışını değiştirerek re-organizasyona gitmesi gerekmektedir. Çünkü işletmelerin uzun dönemli yaşamını devam ettirebilmesi, rekabet üstünlüğü sağlaması, eldeki üretim kaynakları ve oluşabilecek yeni üretim kaynaklarına etkili ve verimli bir şekilde ulaşabilmesi ancak stratejik yönetim anlayışıyla mümkündür. Dolayısıyla işletmelerin stratejik yönetim anlayışına yeni perspektif kazandırabilmek amacıyla başta temel stratejiler olmak üzere kurumsal, işletme düzeyi, rekabet, işlevsel stratejilerine Sanayi 4.0'ın bileşenleri olan Nesnelerin İnterneti, Hizmetlerin İnterneti, Siber Fiziksel Sistemler çerçevesinde yeni bir bakış açısı oluşturmak zorundadır.

Bu çalışmada amaç; Sanayi 4.0 kavramı irdelenerek, küresel pazarda yer bulmaya çalışan işletmelerde stratejik planlama yapan yöneticiler, stratejistler ve çalışanlarda farkındalık yaratmaktır. Bu kapsamda Sanayi 4.0 kavramını tanıtarak, benimsenmesini sağlama, Sanayi 4.0 kavramını benimsemiş işletmelerin bu trende uygun yenilenmiş stratejik yönetim anlayışı ile büyük değişime zaman geçirmeden uyumunu sağlamak amacıyla bilgilendirmektir.

Sonuç olarak; Sanayi 4.0 kavramını ikincil el veri olarak ifade edilen literatür taramasıyla teorik açıdan analiz etmek, Stratejik yönetim anlayışına farklı bir vizyon anlayışı kazandırmak ve yeniden yapılandırılması için fırsatın kaçırılmamasını sağlamaktır. İşletmelerin güçlü olması ancak fırsatları yakalaması ve bunu iç dinamiklerinde kullanması ile mümkündür. İşletmeler faaliyetlerinde değer zinciri oluşturacaklarsa öncelikle geleceğin endüstri devrimi sayılan Sanayi 4.0 ile fırsatları yakalayıp bünyelerine uyumlaştırarak yarının akıllı işletmeleri için farklı bakış açısı ile stratejik yönetim anlayışında radikal değişimlere giderek farkındalık yaratıp yeni nesil işletmeler olabilirler.

Anahtar Kelimeler; Sanayi 4.0, Nesnelerin İnterneti, Hizmetlerin İnterneti, Siber Fiziksel Sistemler, Stratejik Yönetim, Stratejik Yönetim Stratejileri, Stratejik Yönetim Süreçleri.

Kaynaklar

Acatech. (2011); *Cyber-Physical Systems: Driving Force for Innovation mobility, Health, Energy and Production*.Acatech(Ed.), Springer-Verlag, Berlin.

Akat,İ., Budak,G., Budak,G. (2002). İşletme Yönetimi, 4.b, Barış Yayınları, Fakülteler Kitabevi, İzmir.

Bakan, İ. (2004). Yöneticiler İçin Başarı Stratejileri, Beta Basım Yayım, İstanbul

Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., & Rosenberg, M. (2014). How virtualization, decentralization and network building change the manufacturing landscape: An industry 4.0 perspective. *International Journal of Mechanical, Industrial Science and Engineering*, 8(1), 37-44.

Can, H. (2002). Organizasyon ve Yönetim, 6.b, Siyasal Kitabevi, Ankara.

CGI GROUP INC, (2017). Industry 4.0 Making your business more competitive, <https://www.cgi.com/en/white-paper/Industry-4-making-your-business-more-competitive>, Erişim Tarihi: 25.11.2017.

Daft, R. (2015). *Organization theory and design*. Cengage learning.

Dombrowski, U., & Wagner, T. (2014). Mental strain as field of action in the 4th industrial revolution. *Procedia CIRP*, 17, 100-105.

- EBSO (2015) ; Ege Bölgesi Sanayi Odası, “Sanayi 4.0 Uyum Sağlayamayan Kaybedecek”, Ege Bölgesi Sanayi Odası Dergisi, Ekim 2015.
- Efil, İ. (2006). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, 6.b, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Eren, E. (2003). Yönetim ve Organizasyon, 6.b, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Ertürk, M. (2000). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, 3.b, Beta Yayınları, İstanbul.
- Griffin, A., & Hauser, J. R. (1996). Integrating R&D and marketing: a review and analysis of the literature. *Journal of Product Innovation Management*, 13(3), 191–215.
- Herman, M., Pentek, T., & Otto, B. (2015). Design principles for Industry 4.0 Scenario: A literature review.
- Jones, G.R., George, J.M., & Hill, C.W. (2003). *Contemporary Management*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Kagermann, H., Helbig, J., Hellinger, A., & Wahlster, W. (2013). *Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0: Securing the future of German manufacturing industry; final report of the Industrie 4.0 Working Group*. Forschungsunion.
- Landscheidt, S., & Kans, M. (2016). Automation Practices in Wood Product Industries: Lessons learned, current Practices and Future Perspectives. In *The 7th Swedish Production Symposium SPS, 25-27 October, 2016, Lund, Sweden*. Lund University.
- Lasi, H., Fettke, P.D.P., Kemper, H.G., Feld, D.I.T.& Hoffmann, D.H.M.(2014). Industry 4.0. *Business & Information Systems Engineering*, 6(4), 239-242.
- Lee, J., Bagheri, B., & Kao, H. A. (2015). A cyber-physical systems architecture for industry 4.0-based manufacturing systems. *Manufacturing Letters*, 3, 18-23.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2015). How smart, connected products are transforming companies. *Harvard Business Review*, 93(10), 96-114.
- Şimşek, M., Ş. (2008). Yönetim ve Organizasyon, 10.b, Adım Ofset, Konya.
- Toker Erhan. (2016) ; Endüstri 4.0 ve İnsanlığın Geleceği Bilim Dergisi Mart 2016.
- Tom Burn, & G.M. Stalker. (1961). The management of innovation. *London, Tavistock*.
- TÜSİAD (2016) ; Türkiye Sanayi ve İşadamları Derneği "Türkiye ‘nin Küresel Rekabetçiliği için Bir Gerekliklik Olan Sanayi 4.0 Gelişmekte olan Ekonomi Perspektifi" Yayın No: TÜSİAD-T 2016-03/576 Mart 2016.
- Van der Sluis, L.E. (2004). Designing the workplace for learning and innovation: Organizational factors affecting learning and innovation. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 18(5), 10-13.

Balance of Threat in the Middle East: Maronites

Tolga ÖZTÜRK¹¹⁷

Abstract

Stephen Walt's balance of threat theory is complementary to Kenneth Waltz's balance of power theory. In this context, for theory of balance of threat, it is not as simple as to describe alliances gathering together against hegemonic power as in balance of power theory. In balance of threat theory, perceptions of threat are very important in the so-called countries geographical conditions. According to this, nations may not build alliances against hegemonic power. As Kenneth Waltz has stated that sub-groups under a nation can form a separate power. Moving from this proposition, it is aimed to examine the alliance choices of Maronites from past to present. In addition to balance of power, Stephen Walt's balance of threat theory will explain the alliance formation in Levant region and it will describe Maronite's alliance movements.

Keywords: Maronites, Balance of Power, Balance of Threat, Middle East.

JEL Codes: F50, F51, N45

Ortadoğu'da Tehdit Dengesi: Maruniler

1.Giriş

Stephen Walt'un tehdit dengesi kuramı, Kenneth Waltz'un Güç dengesi kuramını tamamlayıcı niteliklere sahiptir. Buna göre Tehdit dengesi kuramında, Güç dengesi kuramından farklı olarak ulusların ya da toplulukların sadece hegemon gücü dengelemek adına bir araya gelmeleri kadar basit açıklanamaz. Tehdit dengesi kuramında söz konusu coğrafyadaki şartlar içerisinde ulusların birbirlerine karşı olan tehdit algılamaları çok önemlidir.(Walt, 2009: 86-120) Bu bağlamda uluslar her zaman en güçlü olana karşı aralarında ittifak oluşturmayabilirler. Kenneth Waltz'un belirttiği üzere yalnızca bağımsız devletler güç unsuru oluşturmayabilir.(Waltz, 1979:25-29) Bazen belli ülkelerin altındaki gruplar da ayrı bir güç olarak değerlendirilebilir önermesinden hareketle, Marunilerin ortadoğu coğrafyasındaki geçmişten günümüze güç dengesi içerisindeki hamlelerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Güç dengesine ek olarak Stephen Walt'un Tehdit dengesi kuramının Marunilerin ittifak hamlelerini analiz edebilen kuram olduğu varsayımıyla Levant bölgesindeki ittifak oluşumları açıklanacaktır.

Bu bağlamda Ortadoğu bölgesinde Güç dengelerini şekillendiren 3 temel unsurun olduğunu belirtebiliriz. Bu unsurların başında Amerikan-İsrail ittifakı gelmektedir. İkinci

¹¹⁷ Dr. Öğr. Üyesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, 26tolga@gmail.com

olarak ise Rusya-İran destekli grupların varlığından bahsedilebilir. Üçüncü olarak ise coğrafyada nüfus açısından potansiyel bir güç olarak değerlendirilebilecek Sünni çoğunluk gösterilebilir.

2. Ortadoğu'da Tehdit dengesi ve Maruniler

İsrail 1948 yılında bağımsız bir devlet olarak ortaya çıktıktan sonra Ortadoğu'nun güç dengesinin temelinden sarsmıştır. Tüm güç dengesi kökten değişime uğramıştır. Bunun nedeni İsrail'in müslüman denizinde adeta yalnız bir ada gibi kalmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda İsrail kurulduğu ilk günden bu yana coğrafyadaki hemen herkesi tehdit olarak görmektedir. Bu bağlamda Tehdit dengesi teorisine göre de bu durumu bertaraf edebilmek adına çeşitli ittifak oluşumları ve farklı stratejiler gütmektedir. (Walt, 1987: 89) İsrail'in başlıca hedefi, kurucularından olan Ben Gurion'un da belirttiği üzere Ortadoğu'daki devletlerin parçalanması ve ufak devletlerden kendilerine müttefik olabilecek devletlerin ortaya çıkarılmasıdır.(Segev, 2013:133-157)

Bu doğrultuda İsrail farklı etnik ve dini grupları barındıran Lübnan'ı da hedeflemiştir. Lübnan içersindeki Maruniler İsrail'in ilk müttefikleri olarak ön plana çıkmıştır. Bilhassa 1979 İran İslam Devriminde ortaya çıkmaya başlayan ve günümüzde Lübnan'ın en güçlü siyasi ve askeri yapısını oluşturan Hizbullah'ın Lübnan içersindeki güç dengesini değiştirene kadar bu durum devam etmiştir. Fakat Hizbullah'ın ortaya çıkmasıyla birlikte günümüze kadar ise Marunilerin İsrail ile olan müttefikliği son bulmuş ve dağılım değişmiştir. (Hirst, 2012, 20-45) Bunun temel nedenlerinden birisi ise İran-Suudi Arabistan rekabetinden kaynaklanmaktadır. Maruniler, Lübnan Sünnilerinin karşısında yer almaya başlamış ve hizbullah ile müttefik olmuşlardır. Bu ittifak ilişkisi ise Suudi Arabistan'ın desteklediği Lübnan Sünnilerine karşı olmuştur.

16, 17 ve 18. Yüzyıllardan 20. Yüzyılın başına kadar Lübnan'ın hakim gücü Maruniler ve Dürziler olarak gösterilebilirdi. (Wagstaff, 1986:27-35) Fakat 20. Yüzyılın sonlarına doğru Lübnan'daki demografik değişimden kaynaklı bir şekilde Şii ve Sünniler iki hakim güç konumuna gelmişlerdir. Bu bağlamda, İsrail birincil tehdit olarak Hizbullah'ı görmeye başlamıştır.

2018 Lübnan seçimlerinde de Maruni cumhurbaşkanı Michel Aoun Hizbullah ile ittifak halinde seçimlere girmiştir. Bu ittifakın karşısındaki en büyük grup ise Suudi Arabistan destekli sünni lider Hariri olmuştur. Hizbullah ve Marunilerin galibiyetiyle sonuçlanan seçimin ardından İsrail Lübnan eşittir Hizbullah'tır açıklamasını yaparak Lübnan, Hizbullah ve dolayısıyla Marunileri tehdit olarak tanımlamıştır. İsrail-ABD ittifakının karşısısında yer alan Hizbullah-Maruni ittifakı ise İran-Rusya ittifakına ardıcılık yapmaktadır. Bu bağlamda Hristiyan Marunilerin Lübnan'ın İsrail tarafından bölüneceği kaygılarıyla hareket edip karşı blokta yer almaları günümüzde tehdit algılamalarının değiştiğinin en açık göstergelerinden birisidir.

3. Sonuç

Stephen Walt'ın belirttiği üzere tehdit ile şekillenen Ortadoğu ittifak dağılımında Marunilerin ve diğer küçük grupların müttefiklik ilişkileri hep kaygan bir zeminde olmuştur. Bu bağlamda Maruniler öncelikle İsrail ile ittfak halinde iken günümüzde İran-Hizbullah grubuyla ittifak halindedir. Son yıllarda yaşanan Arap baharı isyanları neticesinde Ortadoğu coğrafyasındaki çoğu ülkede başlayan isyanlar ve fiili olarak parçalanan ülkeler, İsrail'in kuruluşundan bu yana hedeflediği politikaların gerçekleştiğini göstermektedir. Lübnan da

konum itibariyle İsrail'in parçalanmasını istediği bir diğer ülke olarak görülebilir. Bu bağlamda Maruniler Lübnan'ın bütünlüğü için aslında fazla ortak noktası bulunmayan Hizbullah ile beklenmedik bir ittifak içerisinde olmuştur. Bu müttefiklik diğer bir bakış açısıyla Tehdit dengesi teorisini olumlamaktadır. Zira eski müttefikler Maruniler ve İsrail yeni rakip durumuna gelmiştir. Zira tehdit bu kez İsrail'den tüm Lübnan'a yönelmiştir.

Kaynakça

Hirst, D. (2012). *Küçük Devletlerden Sakının Lübnan: Ortadoğu'nun Savaş Alanı*. İyi Düşün Yayınları, İstanbul

Wagstaff, J.M. (1986). "A Note on Some Nineteenth-Century Population Statistics for Lebanon", *Bulletin (British Society for Middle Eastern Studies)*, 13(1), ss.27-35.

Walt, S. M. (1987). *The Origins of Alliances*. Cornell University Press, New York

Walt, S. M. (2009). "Alliances in a Unipolar World", *World Politics*, 61(1), ss.86-120.

Waltz, K. (1979). *Theory of International Relations*, McGraw Hill, New York

Segev, Z.(2013). "From Philanthropy to Shaping a State: Hadassah and Ben-Gurion, 1937–1947". *Israel Studies*, 18(3) ss.133-157.

Barriers to Unionization in the Tourism Sector in the Post-Globalization: Antalya Case

Nilgün KANER KOÇ¹¹⁸, Nisa EKŞİLİ¹¹⁹, Didem KUTLU¹²⁰

1. Introduction

The economic crisis that emerged in the 1970s led to the collapse of the Fordist accumulation regime based on unemployment and social reconciliation. In the new Post Fordist process, defined as globalization, all obstacles for the world's unlimited circulation of capital have been eliminated gradually. While globalization and social welfare state have left their place to neoliberalism, the loosening of protective arrangements for workers in labor laws has caused trade union organizations to lose power all over the world.

This study was conducted to investigate the causes of the decline in trade union organization despite the increase in growth and employment in the tourism sector. For this purpose, a qualitative study was carried out using the "in-depth interview" technique to determine the problems faced by the unions organized and working in the trade unions established in Antalya in the Trade Union and Collective Labor Law No. 6356. The interviewees who participated in the study were selected in accordance with the purposeful sampling method. The research universe comprises the directors of unions established in Antalya. These unions are members of the two major confederations in Turkey. In the literature review, we did not find any other research conducted with trade union leaders to identify problems that impeded trade union organization in the workplace. Therefore, it is thought that this study will make a significant contribution to the literature.

2. Global Power Failure of Unions

Mass production with industrialization accelerates the tendency to organize the unskilled and semi-skilled workforce, leading to a shift from labor unionism to industrial unionism and strengthening every aspect of labor unionism. Especially in the developed countries, the tendency of high unionization and density rates has been a sign that the trade union movement has successfully performed economic and democratic representation functions and thus the labor unionism has strengthened (Selamoğlu, 2003: 63-98). The unions played an important role in the transformation of savage capitalism into a social state, the restraint and control of the arbitrariness of the capital (Celik, 2005: 56-66).

In the post-1980 period, trade unions in some countries, such as Germany and Scandinavian countries, partially protected their former powers, but there have been significant reductions in the number of members of industrialized nations, such as France, the United

¹¹⁸Dr., Akdeniz Üniversitesi, Social Science Vocational School, nilgunkoc@akdeniz.edu.tr

¹¹⁹Lect., Akdeniz Üniversitesi, Social Science Vocational School, nisaeksili@akdeniz.edu.tr

¹²⁰Lect., Akdeniz Üniversitesi, Social Science Vocational School, didemkutlu@akdeniz.edu.tr

States, Portugal, Australia and Mexico. The number of members of the country's trade union fell from 47% in 1980 to 25.8% in 2013 in the UK. In Germany, the number of members has fallen from 35% to 18.1%, from 23% to 10.8% in the US and from 18% to 7% in France (ILO, 2014). In Turkey after 1980, depending on the growing influence of liberal policies, in public and private sectors; a wide variety of ununionization policies have been implemented, including contracted personnel, subcontracting, temporary, seasonal and part-time workers, out of staff employment and shifting production outside the workplace (Urhan & Selamoğlu, 2008: 175-197).

There is a general decline in unionization around the world. Between the years 2002 – 2011, while there was an average 11 % decline in unionization in OECD countries, in Turkey this ratio was realized at the level of 38 %, unionization has fallen below 6 % (Çelik, 2014: 44-48). This figure emerged from the rapid expansion of unionization quantitative ground in Turkey, but it is seen that the unionization rate also decreased at the same rate.

3. Working conditions and union density in tourism

In the tourism sector, service is neither tangible nor stockable nor has a fixed measurable standard because it is consumed when it is manufactured. This mode of production causes the tourism industry to exhibit its own working conditions. As a matter of fact, the working life in the tourism sector in many countries takes place under very flexible and non-standard conditions due to various factors (Hjalager and Andersen, 2001: 116). In the tourism sector, unqualified and inadequately trained labor force is employed seasonally with low wages for long working hours and poor working conditions. Because of the intense temporary and partial work in tourism, the rate of labor turnover increases, so the job satisfaction of employees who do not have career opportunities decreases (Chalkiti & Sigala, 2010, Karatepe & Uludağ, 2007).

Kaya, in his study in 2012, investigated the problem and the basic features of employment in the tourism sector in Turkey and found that more than half of the participants in the study they work in less than a year in the same business. In addition, Kaya found that in the Mediterranean region, 66.9% of the ratio worked for less than one year. The study also clearly shows that employees in the tourism sector have low education, inadequate wages, unregistered employment, high turnover rate, low years of seniority and overtime problems (Kaya, 2012: 241-257). Basic employment problems in the tourism sector push the employees of the sector to poverty and insecurity. Negative working conditions prevent a healthy career structure and unionization (Yorgun, 2013: 41-56).

According to the statistics of the Ministry of Labor and Social Security, business line; While the number of insured workers in the 18th line was 246,277 in 2003, this number reached 939,792 as of July 2017 (2003-2018). According to the Ministry of Labor and Social Security data, There are 14,322 members in the number 18 accommodation and entertainment business, and the trade union that has the most members belongs to Hak-Is. The second is Toleyis affiliated to Turk-Is with 14,256 members and the third is Dev-Turizm İş Union of DİSK and there are 1,853 members.

4. Findings of the Study and Comments

Participants have argued that the most fundamental problems in front of trade union organizations are the fear of unemployment and job dismissal. In addition, factors that hamper trade union organization include: the fact that once members of the trade union have been recruited from the industry, they are no longer employed in the sector, and the number of

trainees and unregistered employees is high. Low rates, heavy and long working conditions affect the health of the workers in the sector, family and social life negatively. This increases the employee turnover rate and negatively affects unionization. Employees in the sector often find their work through relatives, friends, or chiefs, or the perception that their work is related to the employer in the workplace as a kinship relationship, is also among the emotional barriers that prevent union organization.

Participants stated that one of the biggest obstacles to union organizing in Turkey was also trade union laws. They also stated that discourses of discredification towards unionism are also effective in unionization. They have argued that the Ministry's determination of the authority document on whether or not the trade union has exceeded the threshold of the business line and workplace often resulted in non-objective consequences. According to the participants, in some hotels, employers make workers members of the union they specify. It is thought that this situation will be expressed as a type of unionization that will be introduced in the literature.

5. Conclusion and Recommendations

By applying the heavy and unorganized working conditions in the tourism sector, low paid work can directly affect the quality of service in the sector. Whether or not the tourism employees are satisfied with the working conditions is thought to be reflected in the customer relationship and service quality. For this reason, it can be argued that better working conditions that trade union acquisitions will present to workers will increase customer satisfaction because it affects productivity, profitability, organizational commitment and job satisfaction positively in the workplace. Workers' unions also need to develop organizational models that are compatible with the new employment patterns that emerge after globalization. They may move to an organizational model that will include temporary, agency, specialist branches and subcontracted workers, or they may seek unionization as a solution to the declining power of trade unions, such as the union of the European trade unions.

Keywords: Tourism, flexible working, union, trade union organization

JEL Codes: J28, L83, Z31

Küreselleşme Sonrası Turizm Sektöründe Sendikal Örgütlenmenin Önündeki Engeller: Antalya İli Örneği

1. Giriş

1970'lerde ortaya çıkan ekonomik kriz, işsizlik, sosyal uzlaşmaya dayalı Fordist birikim rejiminin çökmesine neden olmuştur. Küreselleşme olarak tanımlanan yeni Post Fordist süreçte, sermayenin dünya çapında sınırsız dolaşımı için tüm engeller aşamalı olarak ortadan kaldırılmıştır. Küreselleşme ile sosyal refah devleti, yerini yeni-liberalizme bırakırken, çalışma yasalarında yer alan çalışanları koruyucu düzenlemelerin gevşetilmesi ise sendikal örgütlenmenin tüm dünyada güç kaybetmesine neden olmuştur.

Bu çalışma, turizm sektöründe yaşanan büyüme ve istihdam artışına rağmen, sendikal örgütlenmede yaşanan azalışın nedenlerini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla, 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanununda 18 No'lu işkolunda yer alan işlerde örgütlü ve Antalya'da kurulu sendikaların yetkilileriyle, sektör çalışanlarına ulaşmada, örgütlenmede

karşılaştıkları sorunları tespit etmek için “derinlemesine görüşme” tekniği kullanılarak, nitel bir çalışma yapılmıştır. Çalışma kapsamında araştırmaya katılacak görüşmeciler, amaçlı örnekleme yöntemine uygun olarak seçilmiştir. Buna göre araştırmanın evreni, Türkiye’de iki büyük konfederasyona üye ve Antalya ilinde kurulu sendika yöneticilerinden oluşmuştur. Literatür taramasında, işkolunda sendikal örgütlülüğü engelleyen sorunların tespitine yönelik sendika yöneticileri ile yapılmış bir başka çalışmanın bulunmamış olması nedeniyle çalışmanın alan yazınına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Sendikaların Küresel Olarak Güç Kaybetmesi

Sanayileşme ile birlikte yoğunlaşan kitle üretimi vasıfsız ve yarı vasıflı işgücünün örgütlenme eğilimini hızlandırırken, sendikal hareketin meslek sendikacılığından endüstri sendikacılığına doğru bir dönüşüm geçirmesine ve işçi sendikacılığının her yönüyle güçlenmesine yol açmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde gözlemlenen yüksek sendikalaşma eğilimi ve yoğunluk oranları, sendikal hareketin ekonomik ve demokratik temsil fonksiyonlarını başarıyla gerçekleştirdiğinin ve dolayısıyla da işçi sendikacılığının güçlendiğinin bir göstergesi olmuştur (Selamoğlu, 2003: 63-98). Sendikalar vahşi kapitalizmin sosyal devlete dönüşmesinde, sermayenin keyfililiğinin sınırlanmasında ve denetlenmesinde önemli roller oynamışlardır (Çelik, 2005: 56-66).

1980 sonrası süreçte, Almanya ve İskandinav ülkeleri gibi bazı ülke sendikacılıkları eski güçlerini kısmen korumuşsa da, Fransa, Amerika Birleşik Devletleri, Portekiz, Avustralya, Meksika gibi gerek sanayileşmiş gerekse sanayileşmekte olan pek çok ülke sendikacılığının üye sayısında önemli düşüşler yaşanmıştır. Ülke sendikacılığının üye sayısı, İngiltere’de 1980’te % 47 iken 2013’te % 25,8’e düşmüştür. Almanya’da ise üye sayısı % 35’den % 18,1’e, Amerika’da % 23’den % 10,8’e, Fransa’da % 18’den % 7’ye gerilemiştir (ILO, 2014). Türkiye’de 1980 sonrasında liberal politikaların artan etkisine bağlı olarak kamu ve özel kesimde, sözleşmeli personel, taşeron, geçici, mevsimlik ve part-time işçi, kapsam dışı personel, üretimin işyeri dışına kaydırılması gibi çok çeşitli sendikasızlaştırma politikaları uygulanmıştır (Urhan & Selamoğlu, 2008: 175-197).

Sendikalaşmada dünya çapında genel olarak bir düşüş yaşanmaktadır. 2002-2011 arasında Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkelerinde sendikalaşmada ortalama % 11 oranında bir gerileme yaşanırken, Türkiye’de gerileme % 38 düzeyinde gerçekleşerek, sendikalaşma % 6’nın altına inmiştir (Çelik, 2014: 44-48). Ortaya çıkan bu rakamlardan Türkiye’de sendikalaşmanın nicel zemini hızla büyüdüğü, ancak sendikalaşma oranlarının da aynı hızda azaldığı görülmektedir.

3. Turizmde Çalışma Koşulları ve Sendikal Yoğunluk

Turizm sektöründe hizmet, üretim yapıldığı anda tüketildiğinden elle tutulamaz, stoklanamaz ve sabit ölçülebilir bir standardı da yoktur. Bu üretim biçimi turizm sektörünün kendine özgü çalışma koşulları sergilemesine neden olmaktadır. Nitekim birçok ülkede turizm sektöründe çalışma hayatı çeşitli faktörlerin etkisiyle oldukça esnek ve standart dışı koşullar altında gerçekleşmektedir (Hjalager ve Andersen, 2001:116). Turizm sektöründe genelde niteliksiz ve yeterli eğitime sahip olmayan işgücü, düşük ücretler karşılığında uzun çalışma saatleri ve kötü çalışma koşulları altında mevsimlik olarak çalıştırılmaktadır. Turizmde geçici ve kısmi işlerin yoğun olması işgücü devir hızı oranlarının artmasına neden olduğu için kariyer fırsatları yok olan çalışanların iş tatmini de azalmaktadır (Chalkiti & Sigala, 2010; Karatepe & Uludağ, 2007).

Türkiye de turizm sektöründe istihdamın temel özelliklerini ve sorunlarını araştıran Kaya, çalışmasına katılanlardan yarısından fazlasının aynı işletmede 1 yıldan daha kısa bir sürede çalıştıklarını ve bu oranın Akdeniz Bölgesi'nde % 66,9 olduğunu saptamıştır. Çalışmada ayrıca turizm sektöründe ücretli çalışanların düşük eğitim, yetersiz ücret, kayıt dışı istihdam, yüksek işgücü devir hızı, düşük kıdem yılı ve fazla çalışma saati sorunlarına sahip olduğu net bir şekilde ortaya konulmuştur (2012: 241-257). Turizm sektöründe yaşanan temel istihdam problemleri, sektör çalışanlarını yoksulluğa ve güvencesizliğe itmektedir. Olumsuz çalışma şartları sağlıklı bir kariyer yapısının oluşmasını ve sendikalaşmayı engellemektedir (Yorgun, 2013: 41-56).

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (ÇSGB) işkolu istatistiklerine göre; 18 no'lu işkolunda sigortalı çalışanların sayısı 2003 yılında 246.277 iken, bu rakam 2017 Temmuz ayı itibarıyla de 939.792 ulaşmıştır (2003- 2018). ÇSGB verilerine göre 18 no'lu konaklama ve eğlence işkolunda 14.322 üye ile en çok üyeye sahip olan sendika Hak-İş'e bağlı Oleyis, diğeri 14.256 üye ile Türk-İş'e bağlı Toleyis, DİSK bağlı Dev-Turizm İş Sendikasının ise 1.853 üyesi bulunmaktadır.

3. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar

Katılımcılar, sendikal örgütlenmenin önündeki en temel sorunların işsizlik ve işten atılma korkusu olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bunun yanı sıra, sektörde sendikaya üye olanların işten atıldıktan sonra, bir daha sektörde işe alınmaması yani fişlenmesi, stajyer ve kayıt dışı çalışan sayısının yüksekliği de sendikal örgütlenmeyi engelleyen faktörler arasında yer almaktadır. Düşük ücretlerle, ağır ve uzun süreli çalışma koşulları sektörde çalışanların sağlığını, aile ve sosyal yaşamını olumsuz yönde etkilerken, işgören devir hızını artırmakta ve bu da sendikalaşmayı olumsuz yönde etkilemektedir. Sektörde çalışanların, işlerini genelde akraba, arkadaş veya şefleri sayesinde bulmaları ya da çalıştıkları işyerindeki işverenle aralarında ilişkiyi akrabalık ilişkisi gibi gören anlayış da sendikal örgütlenmeyi engelleyen duygusal engeller arasında yer almaktadır.

Katılımcılar, Türkiye'de sendikal örgütlenmenin önündeki en büyük engellerden birinin de sendikal yasalar olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca, sendikalara yönelik itibarsızlaştırma söylemlerinin de sendikasızlaştırmada etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Sendikanın işkolu ve işyeri barajını aşır aşmadığına ilişkin yetki belgesinin Bakanlıkça belirlenmesinin çoğu zaman nesnel olmayan sonuçlar doğurduğunu, ileri sürmüşlerdir. Katılımcılara göre bazı otellerde işverenlerin işçileri, kendi anlaştığı sendikaya üye yaptırdıkları görülmektedir. Bu durumun literatüre geçecek bir tür sendikasızlaştırma olarak ifade edileceği düşünülmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Turizm sektöründeki düşük ücret karşılığında, ağır ve örgütsüz çalışma koşullarının dayatılması sektördeki hizmet kalitesini doğrudan etkileyebilmektedir. Turizm çalışanlarının, çalışma koşullarından memnun olup olmamasının, müşteri ilişkisine ve hizmet kalitesine de yansıtacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, sendikal kazanımların işçilere sunacağı daha iyi çalışma koşullarının, işyerlerinde verimlilik, karlılık, örgütsel bağlılık ve iş tatminini olumlu yönde etkilemesinin müşteri memnuniyetini artıracığı ileri sürülebilir. İşçi sendikalarının da, küreselleşme sonrası ortaya çıkan yeni istihdam modellerine uygun örgütlenme modelleri geliştirmeleri gerekmektedir. Özellikle, geçici, ajans, özel istidam büroları ve taşeron işçilerini de kapsayacak bir örgütlenme modeline geçilebilir ya da Avrupa'daki sendikaların birleşmesi gibi sendikaların azalan güçlerine çözüm olarak sendikal birleşmelere yönelebilirler.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Esnek Çalışma, Sendika, Sendikal Örgütlenme

JEL Kodları: J28, L83, Z31

Kaynakça

Chalkiti, K. & Sigala, M. (2010). "Staff Turnover in the Greek Tourism Industry", *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (22), 3, pp.335-359.

Çelik, A. (2005). "Avrupa Sendikalarının Yükselişi ve Düşüşü Üzerine: İstanbul", *Birikim Dergisi*, Sayı:200, 56-66

Çelik A. (2014). AKP'nin On Yılında Sendikalar ve Sendikasızlaştırma, <http://tr.boell.org/tr/2014/06/16/akpninyilinda-sendikalar-ve-sendikasizlastirma>.

ÇSGB, (2018). "6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu Gereğince; İşkollarındaki İşçi Sayıları ve Sendikaların Üye Sayılarına İlişkin 2013 Temmuz Ayı İstatistikleri Hakkında Tebliğ", Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, http://www.cs.gb.gov.tr/cs.gbPortal/ShowProperty/WLP%20Repository/cs.gb/dosyalar/istatistikler/2013_temmuz_6856, erişim:12.03.2018.

Hjalager, A.M. & Andersen, S. (2001). "Tourism Employment: Contingent Work or Professional Career?", *Employee Relations*, 23(2), 115-129.

Kaya, İ (2012). "Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Temel Özelliklerinin ve Sorunlarının Ücretli Çalışanlar Açısından Coğrafi Bölgelere Göre Analizi", *Balikesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 15(28), 241-257

Selamoğlu, A. (2003). "İşçi Sendikacılığında Yeniden Yapılanma ve Örgütlenme Modeli", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 2, 63-98.

Urhan, B. & Selamoğlu, A. (2008). "İşçilerin Sendikalara Yönelik Tutum ve Davranışları: Kocaeli Örneği", *Çalışma ve Toplum*, 3(18), 171-197.

Yorgun, S. (2013). "Türkiye'de Turizm Sektöründe Esnek İstihdam Uygulamaları ve Toplu İş Sözleşmelerinde Yer Alan Düzenlemeler", *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 2(2), 41-56

GDP and Education Level Relationship: Panel Data Analysis on European Union Countries

İsmail Sadık YAVUZ¹²¹, Dilek GÖZE KAYA

1. Introduction

The production function is one of the most important mathematical expressions of economics. Numerous studies have been conducted on the production function, which explains how the variables affect the production level. The basic production functions obtained as a result of these studies are Cobb-Douglas production function, constant elasticity of substitution production function, variable elasticity of substitution production function and translog production function (Blundell & Bond, 2000: 321; Songur vd., 2017:237).

In this study, based on Cobb-Douglas production function; GDP in EU countries will be tested by adding exogenous variable which is student numbers, are studying at short-cycle, bachelor, master and doctorate levels.

2. Methodology and Data

The study included 28 countries and Turkey in the European Union. The gross domestic product (GDP), Gross capital stock, labour and education numbers of the countries concerned were used in the analysis.

GDP data was used based on the natural logarithm of the 2010 base year euro currency and on the 2010 base year chain index. It was used as capital data by taking the natural logarithm of non-profit capital stock. As labor data, natural logarithm of active employees between the ages of 15-60 were taken and the ratio of active employees to active employees was used. The number of students studying is based on the data of EQ-III and consists of the number and percentages of students studying from 1 to 8 Degrees. Considering student counts;

Total male and female students

Total students studying in private and public schools

Total of students studying full time and part time

All data were compiled from the Eurostat database, and Stata 14.2 was used for analysis. The analysis period covers 2013-2016. The selection of 2013 as the starting year is due to the fact that the number of students who receive education is the first year in which the data can be compiled and the selection of 2016 as the ending year is the latest available data.

¹²¹ Dr. Öğr. Üyesi, İsmail Sadık YAVUZ, Süleyman Demirel Üniversitesi, ismailyavuz@sdu.edu.tr

Figure 1. Overview of Data

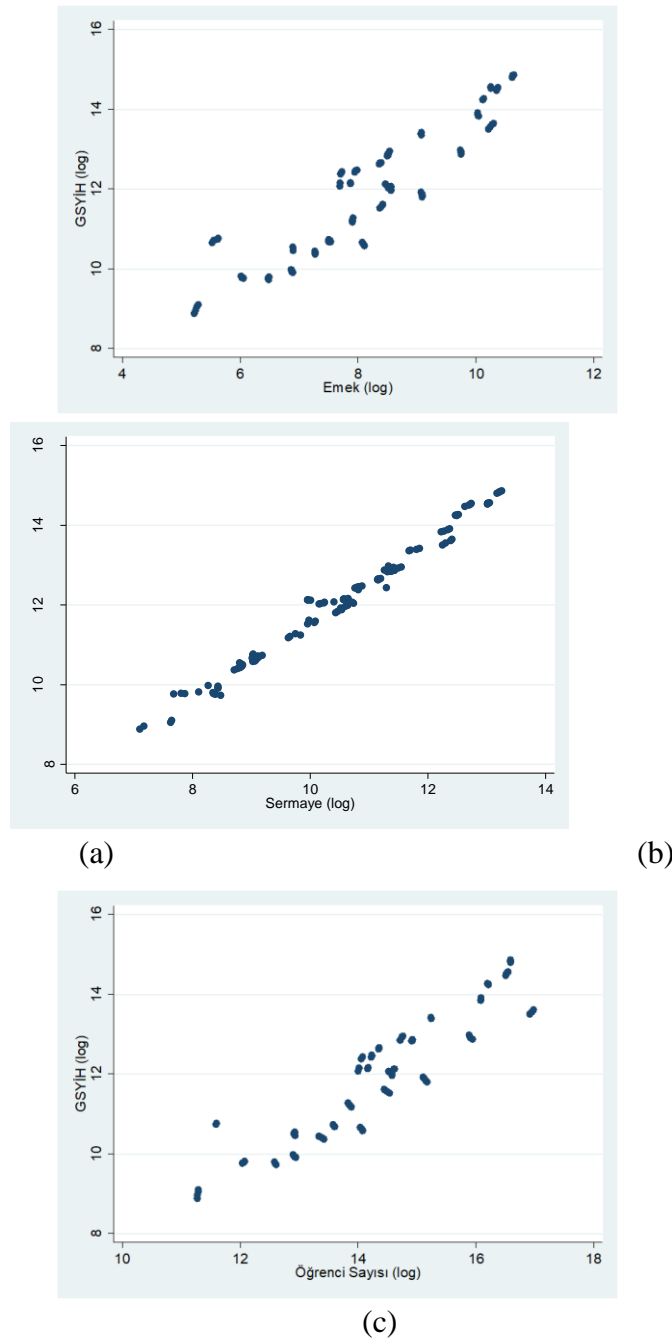


Figure 1 shows the overview of the data. In parallel with the production functions, it is observed that GDP increases as labor and capital increases. Also there is a positive correlation in the total number of students.

3. Analysis and Findings

Before proceeding to the analysis $Y = f (,L)$, which is in the form of Cobb-Douglas production function in education-model exogenously created by adding the number of students is given below.

Post-secondary vocational education is positive and statistically significant correlation

Associate degree education is statistically meaningless

Undergraduate education is statistically meaningless

Higher education is statistically meaningless

Doctorate education is statistically meaningless

4. Conclusion and Discussion

The production function mainly examines how labour and capital affect national income. In this study, it was investigated how the number of people educated affects national income by using production function. As a result of the analysis, it was concluded that primary, secondary and vocational education increased the GDP and the other variables were statistically meaningless. It is thought that the meaningless statistical effect of the number of persons receiving education in higher education observed in the findings on GDP is due to delays. It is thought that this effect could not be observed because of the low data of the analysis period.

The number of persons studying in higher education, especially observed in the findings, is thought to be due to delays in the non-trivial effect arising statistically on GDP. It is thought that this effect could not be observed because of the low data of the analysis period.

In order to correct the related problem, it is thought that it would be appropriate to use the number of graduates in the economy instead of being educated. Conclusion should be minimum 100 words and maximum 150 words. Conclusion should clearly present the results of the study, evaluations and suggestions. In order to correct the related problem, it is thought that it would be appropriate to use the number of graduates in the economy instead of being educated.

Keywords: Production Function, Panel Data Analysis, European Union Countries, Education Level

JEL Codes: E23, E27, E62

GSYİH ve Eğitim Düzeyi İlişkisi: Avrupa Birliği Ülkeleri Üzerine Panel Data Analizi

1. Giriş

Üretim fonksiyonu iktisat biliminin açıklamaya çalıştığı en önemli matematiksel ifadelerden birisidir. Üretim düzeyini hangi değişkenlerin nasıl etkilediğini açıklamaya çalışan üretim fonksiyonuna ilişkin çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda elde edilen temel üretim fonksiyonları Cobb-Douglas üretim fonksiyonu, sabit ikame esnekl üretim fonksiyonu (constant elasticity of substitution), değişken ikame esneklikli üretim fonksiyonu (variable elasticity of substitution) ve translog üretim fonksiyonudur (Blundell & Bond, 2000: 321; Songur vd., 2017:237).

Bu çalışmada Cobb-Douglas üretim fonksiyonu temel alınarak AB ülkelerindeki GSYİH, önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim gören öğrenci sayılarının dışsal olarak eklenmesi yolu ile test edilecektir.

2. Metodoloji ve Veriler

Çalışmaya Avrupa Birliği üyesi 28 ülke ve Türkiye dahil edilmiştir. İlgili ülkelerin Gayri Safi Yurtiçi Hasılatları (GSYİH), gayrisafi sermaye stoku, emek, eğitim gören öğrenci sayıları analizlerde kullanılmıştır.

GSYİH verisi 2010 baz yıllı Euro para birimi üzerinden doğal logaritması alınarak ve 2010 baz yıllı zincir endeksi temel alınarak kullanılmıştır. Sermaye verisi olarak gayrisafi sermaye stoku doğal logaritması alınarak kullanılmıştır. Emek verisi olarak 15-60 yaş arası aktif çalışanların doğal logaritması alınarak ve çalışanların aktif çalışan nüfusuna oranı kullanılmıştır. Eğitim alan öğrenci sayıları verisi, European Qualifications Framework for Lifelong Learning (EQF-LLL) temel alınarak 1. dereceden 8. dereceye kadar eğitim gören öğrenci sayıları ve yüzdelerinden oluşmaktadır. Öğrenci sayıları dikkate alınırken;

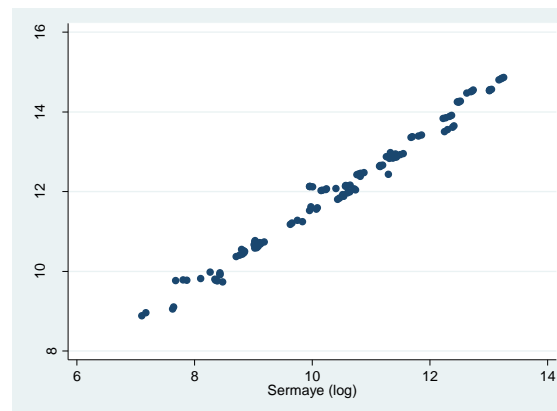
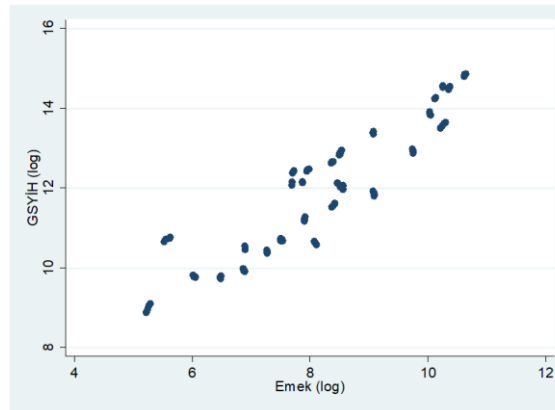
Erkek ve kız öğrencilerin toplamı

Özel ve kamu okullarında eğitim gören öğrencilerin toplamı

Full time ve part time eğitim gören öğrencilerin toplamı esas alınmıştır

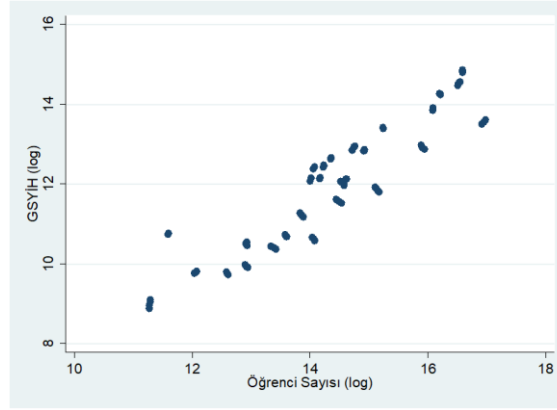
Tüm veriler Eurostat veri tabanından derlenmiş, analizler için ise Stata 14.2 programından yararlanılmıştır. Analiz dönemi 2013-2016 yılları arasını kapsamaktadır. 2013 yılının başlangıç yılı olarak seçilmesi eğitim alan öğrenci sayılarının verilerinin derlenebildiği ilk yıl olmasından, 2016 yılının bitiş yılı olarak seçilmesi ise güncel ulaşılabilen en son veriler olmasından kaynaklanmaktadır.

Şekil 1. Verilerin Genel Görünümü



(a)

(b)



(c)

Şekil 1’de verilerin genel görünümüne yer verilmiştir. Üretim fonksiyonlarına paralel şekilde emek ve sermayenin artması ile birlikte GSYİH’nın da artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Toplam öğrenci sayılarında da pozitif yönlü bir ilişki göze çarpmaktadır.

3. Analiz ve Bulgular

Analizlere geçilmeden önce $Y=f(K,L)$ şeklinde olan Cobb-Douglas üretim fonksiyonunun eğitim alan öğrenci sayıları dışsal olarak eklenerek oluşturulan genel model aşağıda belirtilmiştir.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \ln Emek + \beta_2 \ln Sermaye + \beta_3 \ln Eğitim_{S1} + \beta_4 \ln Eğitim_{S2} + \beta_5 \ln Eğitim_{S3} + \beta_6 \ln Eğitim_{S4} + \beta_7 \ln Eğitim_{S5} + \beta_8 \ln Eğitim_{S6} + \beta_9 \ln Eğitim_{S7} + \beta_{10} \ln Eğitim_{S8}$$

İlk olarak modelde 2010 baz yıllı Euro para birimi üzerinden doğal logaritmalı GSYİH verisi, doğal logaritması alınmış gayrisafi sermaye stoku, doğal logaritması alınmış 15-60 yaş arası aktif çalışan sayıları ve eğitim alan öğrenci sayıları kullanılmış ancak veriler arasındaki %90’ı aşan korelasyon nedeni ile bazı değişkenler için vekil değişken kullanımına gidilmiştir. Vekil değişken olarak GSYİH verisi olarak 2010 baz yıllı zincir endeksi, emek verisi olarak 15-60 yaş arası aktif çalışanların oranı, öğrenci sayıları için ise grup içindeki yüzdeleri kullanılmıştır. Vekil değişkenler ile korelasyon sorunu ortadan kaldırılmıştır.

İkinci olarak sabit etkili bir model mi yoksa rassal etkili bir model kullanılmasının tespiti için Hausman testi gerçekleştirilmiştir. Test Sonuçları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Hausman Testi

	Coefficients		(b-B) Difference	sqrt(diag(V_b-V_B)) S.E.
	(b) FE	(B) RE		
laboip	1.953927	1.484387	.4695401	.4989366
lngfcf	14.63962	4.035847	10.60377	3.083195
smp1	12.48559	1.58025	10.90534	2.040815
smp2	-11.03667	-13.06528	2.028617	2.893978
smp3	.5917321	-4.382569	4.974301	3.351233
smp4	23.89422	37.07333	-13.17911	5.559774
smp5	-11.75881	-18.52173	6.762914	4.121539
smp6	5.44797	-2.743483	8.191453	1.683306
smp7	-1.373394	-7.098067	-5.724673	. .
smp8	-16.48229	-29.65558	13.1733	. .

b = consistent under Ho and Ha; obtained from xtreg
B = inconsistent under Ha, efficient under Ho; obtained from xtreg

Test: Ho: difference in coefficients not systematic

chi2(10) = (b-B)'[(V_b-V_B)^(-1)](b-B)
= 62.57
Prob>chi2 = 0.0000
(V_b-V_B is not positive definite)

H_0 =EKK yöntemi tahmincisi yansız ve tutarlıdır. Rassal Etkiler modeli kullanılmalıdır.

H_1 =EKK yöntemi tahmincisi yansız ve tutarlı değildir. Sabit Etkiler modeli kullanılmalıdır.

Yapılan test sonucunda H_0 hipotezi reddedilmiş ve Sabit etkiler modelinin kullanılmasına karar verilmiştir.

Tablo 1. Sabit Etkiler Modeli

Fixed-effects (within) regression		Number of obs = 62			
Group variable: ulkeno		Number of groups = 19			
R-sq:		Obs per group:			
within = 0.5354		min = 1			
between = 0.0161		avg = 3.3			
overall = 0.0489		max = 4			
corr(u_i, Xb) = -0.9565		F(10, 18) = 125.30	Prob > F = 0.0000		
(Std. Err. adjusted for 19 clusters in ulkeno)					
gdpc	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
laborg	1.953927	.968982	2.02	0.059	-.0918289 3.989682
lngfcf	14.63962	2.419997	6.05	0.000	9.555397 19.72385
snp1	12.48559	2.673677	4.67	0.000	6.868407 18.10278
snp2	-11.03667	6.066408	-1.82	0.086	-23.70172 1.70393
snp3	.5917321	4.805888	0.12	0.503	-9.513615 10.69708
snp4	23.89422	8.313765	2.87	0.010	6.427644 41.36079
snp5	-11.76881	5.865078	-2.00	0.060	-24.08256 .5649419
snp6	5.44797	3.574757	1.52	0.145	-2.062315 12.95626
snp7	-1.373394	3.494653	-0.39	0.699	-8.715388 5.966601
snp8	-16.48229	14.89231	-1.11	0.283	-47.76987 14.80529
_cons	-240.5419	125.2536	-1.92	0.071	-503.6998 22.60609
sigma_u	39.439941				
sigma_e	1.9946575				
rho	.59744874				(fraction of variance due to u_i)

Cobb Douglas üretim fonksiyonu yardımı ile ilkokuldan doktora'ya kadar eğitim alan öğrencilerin sayılarının GSYİH üzerindeki etkilerini içeren model incelendiğinde;

1. Düzey olan ilkokul eğitiminin istatistiki olarak pozitif yönde anlamlı olduğu
2. Düzey olan ortaokul eğitimin istatistiki olarak negatif yönde anlamlı olduğu
3. Düzey olan lise eğitiminin istatistiki olarak anlamsız olduğu
4. Düzey olan lise sonrası mesleki eğitimin istatistiki olarak pozitif yönde anlamlı olduğu
5. Düzey olan önlisans eğitiminin istatistiki olarak anlamsız olduğu
6. Düzey olan lisans eğitiminin istatistiki olarak anlamsız olduğu
7. Düzey olan yüksek lisans eğitiminin istatistiki olarak anlamsız olduğu
8. Düzey olan doktora eğitiminin istatistiki olarak anlamsız olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

4. Sonuç ve Tartışma

Üretim fonksiyonları temelde emek ve sermayenin milli geliri nasıl etkilediğini incelemektedir. Bu çalışmada ise üretim fonksiyonu kullanılarak eğitim gören kişi sayılarının milli geliri nasıl etkilediği inceleme altına alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda ilkokul ortaokul ve mesleki eğitimin GSYİH'yı artırdığı diğer değişkenlerin ise istatistiki olarak anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bulgularda gözlemlenen özellikle yükseköğretimde öğrenim gören kişi sayısının GSYİH üzerindeki istatistiki olarak ortaya çıkan anlamsız etkinin gecikmelerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Analiz dönemine ait veri yılının düşük olması sebebi ile bu etkinin izlenemediği düşünülmektedir.

İlgili sorunun düzeltilebilmesi için öğrenim gören değil, ekonomide yer alan mezun sayılarının kullanılmasının yerinde olacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: Üretim Fonksiyonu, Panel Data Analizi, Avrupa Birliği Ülkeleri, Eğitim Düzeyi

JEL Kodu: E23, E27, E62

Kaynakça

Blundell, Richard, and Stephen Bond. 2000. "GMM Estimation with Persistent Panel Data: An Application to Production Functions." *Econometric reviews* 19(3): 321–40.

Songur, Mehmet, and Filiz Elmas Saraç. 2017. "Cobb-Douglas, CES, VES ve Translog Üretim Fonksiyonlarının Tahminleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme." *Bulletin of Economic Theory and Analysis* 2(3): 235–78.

Sex of The Food: Gender and The Food

Nazife GURHAN¹²²

Food/nutrition has a structure that produces economic and social relationships that include the cultural, symbolic, and religious meanings in addition to the physiological meaning necessary for the continuation of life. It is also an area where we face ethnic, religious and class differences, as well as an area where gender inequalities are produced. It is an important variant in the release of the social codes of gender, which point to the differences in status and role that society imposes on the gender of men and women. Food heavily incorporates the dominant gender regimes, as an area in which gender mechanisms are produced and reconstructed, while the discussion of gender inequalities in the area seems to be so weak. This situation arises from that food is seen as a special area to women in virtually all cultures. Overall, women are only responsible for the stage of cooking and preparation of food, according to gender roles shaped by the influence of cultural code and religious beliefs whereas men are only concerned with the consumption phase. Similarly, according to Goody, food consists of four stages: production, distribution, preparation and consumption; The third stage, which is the preparation of the food, is seen as an area devoted to women rather than men. (Goody, 2013: 56-57).

From early ages, children learn gender roles through modeling and imitation with the socialization process in the family. It is seen that in the acquisition of the gender roles, the female children imitate their mother and female figures, while the male children imitate their father and male figures as models (Dökmen, 2004, p.55). In this case, a girl who is confronted with a mother figure who is responsible for the production and preparation phase of your diet has to internalize and reproduce this situation Similarly, a boy who is confronted with a father figure who is only concerned with the consumption of food often reproduces this role. Furthermore, the fact that toys for girls are more like cooking utensils such as pots, pans, plates and the encouraging of girls to play with these toys is an important influence in reproducing the gender inequalities in the kitchen.

Food is not only producing gender inequality at the point of production and preparation but at the same time food consumption can sometimes differ according to the sex. According to Breadsworth and Keil, patriarchal societies have a significant relationship between meat eating and masculine power. Meat dish is seen as a masculine action; besides meat consumption can be seen to be closely related to masculinity and physical strength. Meat is an effective symbol of male dominance, while vegetables are seen as second-class foods, which are defined as women's food (Breadsworth and Keil, 2011:353). Kanık reported that in a similar way, the symbolic value of the ingredients of your meal is the symbolic value of the cooked meal. According to him, the abundance of meat in your diet is coded as a sign of a meal that will be consumed by a person or group of people with higher social status (Kanık, 2016: 83-84).

¹²² Asst. Prof., Mardin Artuklu University Faculty of Literature, Department of Sociology, ngurhan71@gmail.com

The shaping of your meal according to men and the separation of the best part of your meal into men is a sign of the power relations within the family (Beşirli, 2010: 162). In this context, the man who dominates in the society and therefore in the family has the control over the kitchen and has a sense of dominance over the woman.

The way that meals are presented in meals for special occasions is a way of encoding group differences. This situation is also closely related to identity, status and power (Goode, 2005: 175). At the same time, such special tables are a field in which inequalities related to gender differences are reproduced. It has been seen that in our society, separate meals for men and women were set up in collective meals such as weddings and funeral dinners, and men were given priority in general. This is about the cultural meanings that the society imposes on the sexes.

Another issue that needs to be mentioned is that food can often be shown as a reason for family violence or divorce within the family. For example, in society, with the pretext of eating - " *lack of salt for the meal*"; " *having less tomato paste in the meal*" etc.- violence against women is frequently seen in the media. Therefore, we can say that the demonstration of food as the reason for the violence the man imposed on the woman is a reflection of the gender inequalities in the kitchen.

As a result, role differences in sexes and gender inequalities prevailing in the society become clear in the food, and the kitchen and meals, which are often regarded as women's supremacy, emerge as the domain of power as men are in other areas of society.

Keywords: Food, Sex, Gender, Inequality

Yemeğin Cinsiyeti: Toplumsal Cinsiyet ve Yemek

Yemek/beslenme, yaşamın devam edebilmesi için gerekli fizyolojik anlamının yanı sıra kültürel, sembolik ve dini anlamları da bünyesinde barındıran ekonomik ve toplumsal ilişkileri üreten bir yapıya sahiptir. Yemek etnik, dini ve sınıfsal farklılıkların ortaya çıktığı bir alan olmasının yanı sıra cinsiyet eşitsizliklerinin üretildiği bir alan olarak da karşımızda durmaktadır. Toplumun kadın ve erkek cinsiyetine yüklediği statü ve rol farklılıklarını işaret eden toplumsal cinsiyet yemeğin toplumsal kodlarının açığa çıkarılmasında önemli bir değişkendir. Yemek, toplumsal cinsiyet mekanizmalarının üretildiği ve yeniden kurgulandığı bir alan olarak toplumun hakim cinsiyet rejimlerini yoğun bir şekilde bünyesinde barındırmakta buna karşılık söz konusu alandaki cinsiyet eşitsizliklerinin tartışılması bir o kadar zayıf görünmektedir. Bu durum yemeğin neredeyse bütün kültürlerde kadın cinsiyetine özgü bir alan olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır. Genel olarak bakıldığında gerek dini inançlar gerekse kültürel kodların etkisiyle şekillenen toplumsal cinsiyet rollerine göre kadın, yemeğin üretim ve hazırlama aşamasından sorumlu olmasına karşın erkek ise sadece tüketim aşamasıyla ilgilidir. Benzer şekilde Goody'e göre, yemek, üretim, dağıtım, hazırlama ve tüketim olmak üzere dört aşamadan oluşmakta; yiyeceğin hazırlanması olan üçüncü aşama ise erkekten ziyade kadına ayrılmış bir alan olarak görülmektedir. (Goody, 2013: 56-57).

Küçük yaşlardan itibaren çocuklar, aile içerisinde sosyalizasyon süreciyle birlikte model alma ve taklit yoluyla toplumsal cinsiyet rollerini öğrenmektedir. Cinsiyet rollerinin kazanımında genellikle kız çocuklarının annelerini ve kadın figürlerini, erkek çocukların ise babalarını ve erkek figürleri model olarak taklit ettikleri görülmektedir (Dökmen, 2004, s. 55). Bu durumda yemeğin üretim ve hazırlama aşamasından sorumlu olan bir anne figürüyle karşılaşan bir kız çocuğunun bu durumu içselleştirerek yeniden üretmesi söz konusudur. Benzer

şekilde sadece yemeğin tüketimi ile ilgili olan bir baba figürüyle karşılaşan bir erkek çocuğu da çoğunlukla bu rolü yeniden üretmektedir. Ayrıca kız çocuklarına yönelik oyuncakların daha çok pişirme aletleri olan tencere, tava, tabak gibi mutfak araç gereçlerinden olması ve kız çocuklarının bu oyuncaklarla oynamasının teşvik edilmesi mutfaktaki cinsiyet eşitsizliklerini yeniden üreten önemli bir etkidir.

Yemek, sadece üretim ve hazırlama noktasında cinsiyet eşitsizliğini üretmemekte aynı zamanda tüketilen besinler de bazen cinsiyete göre farklılaşmaları göstermektedir. Breadsworth ve Keil'a göre patriarkal toplumlarda et yemek ve eril güç arasında önemli bir ilişki söz konusudur. Et yemek, eril bir eylem olarak görülmekte; bunun yanı sıra et tüketimi erkeklik gücü ve fiziksel güç ile yakından ilişkili olarak görülebilmektedir. Et, erkek egemenliğinin etkili bir sembolü iken sebzeler de kadın gıdaları olarak tanımlanan ikinci sınıf besinler olarak görülmektedir (Breadsworth ve Keil, 2011: 353). Kanık da benzer şekilde yemeğin malzemelerinin sembolik değerinin pişirilen yemeğin de sembolik değerini belirlediğini ifade etmektedir. Ona göre yemeğin içindeki etin bolluğu erkeğin veya toplumsal statüsü daha yüksek olan kişi veya grupların tüketeceği bir yemeğin işareti olarak kodlanmaktadır (Kanık, 2016: 83-84).

Erkeğe göre yemeğin şekillenmesi ve yemeğin en güzel kısmının erkeklere ayrılması aile içerisindeki güç ilişkilerinin bir göstergesidir (Beşirli, 2010: 162). Bu bağlamda toplumda dolayısıyla da aile içerisinde egemen olan erkek, mutfaktaki kontrolü elinde bulundurarak bir anlamda kadın üzerindeki hakimiyetini kurmaktadır.

Özel günler için düzenlenen yemeklerde yemeklerin takdim edilme şekli, grup farklılıklarının kodlanmasının bir yoludur. Bu durum kimlik, statü ve güç ilişkileriyle de yakından ilgilidir (Goode, 2005: 175). Aynı zamanda bu tür özel sofralar cinsiyet farklılıklarına bağlı eşitsizliklerin de yeniden üretildiği bir alandır. Toplumumuzda düğün, cenaze yemekleri gibi toplu yenilen yemeklerde kadın ve erkek cinslerine ayrı sofralar kurulduğu ve genel olarak erkeklere öncelik verildiği görülmektedir. Bu durum ise toplumun cinsiyete yüklediği kültürel anlamlarla ilgilidir.

Belirtilmesi gereken bir diğer husus da aile içinde kadına yönelik şiddet veya boşanmaların meşrulaştırıcı sebebi olarak çoğu zaman yemek gösterilebilmektedir. Örneğin toplumda yemek bahanesiyle –“*yemeğin tuzu eksik*”, “*salçası az olmuş*” vb.- kadına yönelik şiddet haberlerine medyada sık sık rastlanılmaktadır. Dolayısıyla erkeğin kadına yönelik uyguladığı şiddetin gerekçesi olarak yemeğin gösterilmesi mutfaktaki cinsiyetler arası eşitsizliklerin bir yansıması olduğunu söyleyebiliriz.

Sonuç olarak toplumda hakim olan toplumsal cinsiyet rol farklılıkları ve cinsiyet eşitsizlikleri yemekte billurlaşmakta ve çoğunlukla kadının hakimiyet alanı olarak görülen mutfak ve yemek aslında toplumun diğer alanlarında olduğu gibi yine erkeğin iktidar alanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yemek, Cinsiyet, Toplumsal cinsiyet, Eşitsizlik

Kaynakça

Anderson, E.N. (2005) Everyone Eats: Understanding Food and Culture, New York and London: NewYork University Press.

Barthes, R. (1997) “Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption”, Penny Van Esterik der., Food and Culture: A Reader, Londra.

- Beşirli, H. (2010) Yemek, Kültür ve Kimlik, Milli Folklor Dergisi, S. 87, ss. 159-169.
- Beşirli, H. (2013) “Yemek, Mutfak ve Toplumsal Eşitsizlikler”, Yemek ve Kültür, Sayı: 32, ss.122-131.
- Beardsworth, A., Keil, T. (2011) Yemek Sosyolojisi, Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet, (Çev. Abdalbaki DEDE), Ankara: Phoenix Yayınları.
- Dökmen, Z.Y. (2010) Toplumsal Cinsiyet –Sosyal Psikolojik Açıklamalar-, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Goode, J. “Yemek”, Çev. Fatih Mormenekşe, Milli Folklor, S. 67. ss. 172-176.
- Goody, J. (2013) Yemek, Mutfak, Sınıf -Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması-, (Çev. Müge Günay Güran), İstanbul: Pinhan Yayınları.
- Kanık, İ. (2016) Gastro Gösteri-Popüler Kültür Ürünlerinde Yemeğin Kültürel Gösterisi, İstanbul: Ayrıntı Yay.

The Role of Environmental Loss in the Effect of Green Purchasing Behavior on Perceived Consumer Efficiency

Ahmet SARITAŞ¹²³

1. Introduction

The most important issue of ecology is the nature, a part of nature. Instead of choosing a life that is harmonious with nature, they harm the nature in an unconscious way. The present situation indicates that we should be friends with nature (Al Salman, 2016: 31). Environmental concerns can be explained by the environmental concerns that consumers have in their social lives, and the generalized behavior they experience (Lee et al., 2014: 3). Those who have adopted the idea that living in harmony with nature and being a part of the whole are the right decision and healthy choice have the tendency to make environmentally sound decisions by purchasing products that do not create environmental pollution, have recycling potential (Roberts & Bacon, 1997: 86). A green consumer is someone who "carries the intention to protect themselves and their surroundings by using the effects of buying them" (Odabashi, 1992: 1). Consumers; (Abdul-Muhmin, 2007: 237), by creating preferences for products that are less harmful to the environment (green) and using recycled packaging products. For environmental concerns and green consumers in the literature; Paco & Raposo, 2009; Pickett-Baker & Ozaki, 2008 (2008), and Kim et al. Bamberg, 2003, Lee 2008, Grant and Berry, 2011, Aman et al, 2012, Mostafa, 2009, Beckford et al., 2010, Cornelissen et al. It is thought that this research could contribute to the gap in the literature, since there is not much research in the literature that directly affects the perceived consumer efficacy of the green purchasing behavior in consumers and the mediating role of the environmental liveliness. This research was conducted in order to determine the mediating role of environmental loss in consumers' perception of green purchasing behavior on perceived consumer activity. The survey covers consumers living in Burdur. According to the results of the study, the increase in green purchasing behavior affects perceived consumer activity in the positive direction and environmental concern can reveal perceived consumer activity in consumers. In addition, hierarchical regression analysis revealed that environmental involvement has a partial mediating role between green purchasing behavior and perceived consumer activity.

2. Method

The purpose of this study was to determine the role of green buying behavior in consumers as a mediating role of environmental loss in perceived consumer efficacy. Basic in work the questionnaire compiled by the researcher was used to collect data in the quantitative

¹²³ Doktor Öğretim Üyesi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Anabilim Dalı, saritas@mehmetakif.edu.tr

research method. A simple random sampling method was used to collect the data. Demographic questions, environmental anxiety, perceived consumer efficiency and green procurement scale were used in the questionnaire used as data collection tool. Environmental considerations and perceived consumer scales were utilized in the work of Straughan and Roberts (1999). When the green procurement scale was established, the scale named "Straughan and Roberts (1999), Schwepker, et al., (1991)" was used. The scales were arranged with a 5-point Likert-type rating and participated in the study to read each item; "I strongly agree" 5 and "I absolutely disagree" 1. In this study, a total of 390 completed questionnaires were included which were found to be complete and complete before the questionnaires were scored.

3. Results

SPSS 22.0 package program was used for analysis of data. Since the data show normal distribution, parametric tests have been preferred. Hierarchical regression analysis was used to determine the frequency and percentage analysis of participants' demographics in the framework of the study, and the mediating role of environmental concerns on the perceived consumer efficacy of green buying behavior. According to the results of the study, the increase in green purchasing behavior affects perceived consumer activity in the positive direction and environmental concern can reveal perceived consumer activity in consumers. In addition, hierarchical regression analysis revealed that environmental involvement has a partial mediating role between green purchasing behavior and perceived consumer activity.

4. Conclusion And Suggestion

According to the results of the study, the increase in green purchasing behavior affects perceived consumer activity in the positive direction and environmental concern can reveal perceived consumer activity in consumers. In addition, hierarchical regression analysis revealed that environmental involvement has a partial mediating role between green purchasing behavior and perceived consumer activity. Although this study has been carried out among the consumers over 20 years old in Burdur province, there are some limitations. First, the data received in the research, green consumer purchasing behavior on the environmental concerns of consumers in other provinces in Turkey may not reflect a holistic manner. For this reason, it may be advisable to compare them in subsequent studies to include consumers in other countries. Public awareness about environmental pollution should be made, various training and seminar studies should be carried out for this purpose, and positive changes of attitude should be established with some legal regulations in order to increase the use of products by the state within the scope of environmental sensitivity. It is thought that the speed and increasing use of technological developments and community awareness can be achieved by protecting the environment together with environmental conditions and by using environmental awareness of enterprises with minimum environmental pollution and using recyclable products.

Keywords: Environmental Concern, Green Consumer, Green Purchasing Behavior.

JEL Codes: M10, M12, M16

Yeşil Satın Alma Davranışının Algılanan Tüketici Etkinliğine Etkisinde Çevresel Kaygının Aracılık Rolü

1. Giriş

Ekolojinin en önemli konusu doğanın bir parçası olan insandır. Doğa ile uyumlu bir yaşamı tercih etmek yerine bilinçsiz bir şekilde doğaya zarar vermektedirler. Günümüzdeki durum bize doğa ile dost olmamız gerektiği göstermektedir (Al Salman, 2016: 31). Çevre kaygısı, tüketicilerin sosyal hayatlarında hissettikleri çevresel endişeler, yaşadığı genelleşmiş davranışlar şeklinde açıklanabilir (Lee vd., 2014:3). Doğa ile barışık ve bütünü bir parçası olduğunu hissederek yaşamasının, doğru bir karar ve sağlıklı bir seçim olduğunu benimsemiş olan kişiler, çevre kirliliği yaratmayan, geri dönüşüm imkanına sahip, ürünleri satın alarak çevresel anlamda doğru kararları verebilme eğiliminde olma özelliğini taşımaktadırlar (Roberts & Bacon, 1997:86). Yeşil tüketici, “*kendilerini ve çevrelerinde bulunanları satın almadaki etkilerini kullanmak yoluyla koruma amacı taşıyan kimselerdir.*” (Odabaşı, 1992: 1). Tüketiciler; çevreye zararı az olan (yeşil) ürünlerle ilgili tercihler oluşturup, geri dönüşüm sağlayan ambalajlı ürünleri kullanarak, çevre için önemli katkılar sağlamaya çalışmaktadır (Abdul-Muhmin, 2007:237). Literatürde çevresel kaygı ve yeşil tüketicilere yönelik; (Straughan & Roberts, 1999; Laroche vd., 2001; Irawan & Damayanti, 2012; Kim ve Choi, 2005; Mainieri vd., 1997; Junior vd., 2014; Paco & Raposo, 2009; Pickett-Baker & Ozaki, 2008; Bamberg, 2003; Lee 2008; Grant ve Berry, 2011; Aman vd., 2012; Mostafa, 2009; Beckford vd., 2010; Cornelissen vd., 2008) bazı çalışmalar mevcuttur. Literatür araştırmasında tüketicilerde yeşil satın alma davranışının algılanan tüketici etkinliğine etkisinde, çevresel kaygının aracılık rolünü doğrudan inceleyen bir araştırmaya pek rastlanmadığı için bu araştırmanın literatürdeki boşluğa katkı sağlayabileceği düşünülmüştür. Bu araştırma, tüketicilerde yeşil satın alma davranışının algılanan tüketici etkinliğine etkisinde, çevresel kaygının aracılık rolünü tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma, Burdur’da yaşayan tüketicileri kapsamaktadır. Araştırma sonucuna göre yeşil satın alma davranışının artması algılanan tüketici etkinliğini pozitif yönde etkilemekte ve çevresel kaygı tüketicilerde algılanan tüketici etkinliğini ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca hiyerarşik regresyon analizi sonucunda yeşil satın alma davranışı ve algılanan tüketici etkinliği arasındaki ilişkide, çevresel kaygının kısmi aracılık rolü üstlendiği tespit edilmiştir.

2. Yöntem

Bu çalışmada amaç, tüketicilerde yeşil satın alma davranışının algılanan tüketici etkinliğine etkisinde çevresel kaygının aracılık rolünü tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada temel alınan nicel araştırma yönteminde veri toplama aracı olarak kullanılmak üzere araştırmacının derlediği soru formu kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan soru formunda, demografik sorular, çevresel kaygı, algılanan tüketici etkinliği ve yeşil satın alma ölçeği kullanılmıştır. Çevresel kaygı ve algılanan tüketici ölçekleri oluşturulurken Straughan ve Roberts’in (1999) çalışmalarından faydalanılmıştır. Yeşil satın alma ölçeği oluşturulurken Straughan ve Roberts (1999), Schwepker, vd., (1991)’den alınan ölçek kullanılmıştır. Ölçekler 5’li Likert tipi derecelendirmeye düzenlenmiş ve araştırmaya katılımcılara her maddeyi okuyup; “kesinlikle katılıyorum 5” ve “kesinlikle katılmıyorum 1” seçeneklerinden birini işaretlenmesi istenmiştir. Bu çalışma sürecinde anketler puanlanmadan önce gözden geçirilmiş ve eksiksiz olduğu tespit edilen toplam 390 adet tamamlanmış anket formu analize dâhil edilmiştir.

3. Bulgular

Verilerin analizleri için SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Veriler normal dağılım gösterdiği için parametrik testler tercih edilmiştir. Araştırma çerçevesinde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans ve yüzde analizi, yeşil satın alma davranışının algılanan tüketici etkinliğine etkisinde çevresel kaygıları üzerindeki aracılık rolünü tespit etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucuna göre yeşil satın alma davranışının artması algılanan tüketici etkinliğini pozitif yönde etkilemekte ve çevresel kaygı tüketicilerde algılanan tüketici etkinliğini ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca hiyerarşik regresyon analizi sonucunda yeşil satın alma davranışı ve algılanan tüketici etkinliği arasındaki ilişkide, çevresel kaygının kısmi aracılık rolü üstlendiği tespit edilmiştir.

4. Sonuç Ve Öneri

Araştırma sonucuna göre yeşil satın alma davranışının artması algılanan tüketici etkinliğini pozitif yönde etkilemekte ve çevresel kaygı tüketicilerde algılanan tüketici etkinliğini ortaya çıkarabilmektedir. Ayrıca hiyerarşik regresyon analizi sonucunda yeşil satın alma davranışı ve algılanan tüketici etkinliği arasındaki ilişkide, çevresel kaygının kısmi aracılık rolü üstlendiği tespit edilmiştir. Bu çalışma her ne kadar Burdur ilindeki 20 yaş ve üzeri tüketiciler arasında gerçekleştirilmiş olsa da bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle araştırma kapsamına alınan veriler, Türkiye’deki diğer illerin tüketicileri üzerindeki çevresel kaygının yeşil tüketici satın alma davranışlarını bütünsel bir şekilde yansıtmayabilir. Bu nedenle sonraki çalışmalarda diğer illerdeki tüketicileri kapsayacak şekilde ve aralarında karşılaştırma yapılması önerilebilir. Çevresel kirlilikle ilgili toplum bilinçlendirilmeli, bu amaçla çeşitli eğitim ve seminer çalışmaları yapılmalı, devlet tarafından çevre duyarlılığı kapsamında ürünlerin kullanımının artırılması amacıyla yasal bazı düzenlemeler ile pozitif tutum değişiklikleri oluşturulmalıdır. Teknolojik gelişmelerin hızı ve artan kullanımı, çevresel koşullarıyla beraber çevrenin korunması yönünde, işletmelerin çevresel duyarlılıkla, minimum düzeyde çevresel kirlilik oluşturan ve geri dönüşüm imkânı sağlayan ürünlerin kullanılması ile toplum bilinci oluşturulabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Kaygı, Yeşil Tüketici, Yeşil Satın Alma Davranışı.

JEL Kodları: M10, M12, M16

Kaynakça

Abdul-Muhmin, A. G. (2007). “Explaining Consumers Willingness To Be Environmentally Friendly”, *International Journal of Consumer Studies*, 31(3), pp. 237-247.

Al-Salman, F. M. A. M. (2016). “Yeşil Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Çevresel Kaygılar, Toplumsallık Duygusu Ve Öz İmaj Kavramları Kapsamında Bir Uygulama” Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.

Aman, A. H. L., Harun, A. & Hussein, Z. (2012). “The Influence Of Environmental Knowledge And Concern On Green Purchase Intention The Role Of Attitude As A Mediating Variable”, *British Journal of Art and Social Sciences*, 7 (2), pp. 145 – 167.

Bamberg, S. (2003). “How Does Environmental Concern Influence Specific Environmentally Related Behaviors? A New Answer To An Old Question”, *Journal of Environmental Psychology*, (23), pp. 21-32.

- Beckford, C. L., Jacobs, C., Williams, N. & Nahdee, R. (2010). "Aboriginal Environmental Wisdom, Stewardship, and Sustainability: Lessons From the Walpole Island First Nations, Ontario, Canada", *The Journal Of Environmental Education*, 41(4), pp. 239–248.
- Cornelissen, G., Pandelaere, M., Warlop, L. & Dewitte, S. (2008). Positive Cueing: Promoting Sustainable Consumer Behavior By Cueing Common Environmental Behaviors As Environmental. *International Journal of Research in Marketing*, (25), pp. 46–55.
- Grant, A.M. & Berry J. W. (2011). "The Necessity Of Others Is The Mother Of Invention: Intrinsic And Prosocial Motivations, Perspective Taking and Creativity", *Academy of Management Journal*, 54 (1), pp. 73–96.
- Irawan, R. & Darmayanti, D. (2012). The Influence Factors Of Green Purchasing Behavior: A Study Of University Students In Jakarta. Web: <http://www.wbiconpro.com/517%20> Erişim tarihi (13.03.2018).
- Kim, Y. & Choi, S. M. (2005). "Antecedents Of Green Purchase Behavior: An Examination Of Collectivism, Environmental Concern, and PCE", *Advances in Consumer Research*, (32), pp. 592-599.
- Laroche, M., Bergeron, J. and Forleo, G.B. (2001). "Targeting Consumers Who Are Willing to Pay More For Environmentally Friendly Products", *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), pp. 503-520.
- Lee, Y. K., Kim, S., Kim, M. S. & Choi, J. G. (2014) "Antecedents and Interrelationships of Three Types Of Pro-Environmental Behavior", *Journal of Business Research*. (basımda)
- Mainieri, T., Barnett, E.G., Oskamp, S., Unipan, J.B. & Valdero, T.R. (1997). "Green Buying: The Influence Of Environmental Concern On Consumer Behavior", *The Journal of Social Psychology*, 137(2), pp. 189-204.
- Mostafa, Mohamed M. (2007), "A Hierarchical Analysis of the Green Consciousness of the Egyptian Consumer", *Psychology & Marketing*, 24(59), pp. 445–473.
- Odabaşı, Y. (1992). *Yeşil Pazarlama Karar ve Gelişmeler*, Pazarlama Dünyası.
- Paco, A. D. & Raposo, M. (2009). "Green Segmentation: An Application To The Portuguese Consumer Market", *Marketing Intelligence & Planning*, 27 (3), pp. 364-379.
- Pickett-Baker, J. & Ozaki, R. (2008). "Pro-Environmental Products: Marketing Influence On Consumer Purchase Decision", *Journal Of Consumer Marketing*, 25(5), pp. 281-293.
- Roberts, J. A. & Bacon, D. R. (1997). "Exploring The Subtle Relationships Between Environmental Concern And Ecologically Conscious Consumer Behavior", *Journal of Business Research*, 40(1), pp. 79-89.
- Schweper Jr. Charles H. & Cornwell, B. (1991). "An Examination Of Ecologically Concerned Consumers And Their Intention To Purchase Ecologically Packaged Products", *Journal of Public Policy & Marketing*, pp. 77-101.
- Straughan, R.D. & Roberst, J.A. (1999). "Environmental Segmentation Alternatives: A Look At Green Consumer Behavior In The New Millennium", *Journal Of Consumer Marketing*, 16(6), pp. 558-575.

Re-Evaluation of Historical Places After Restoration Example of Payas Sokullu Mehmet Pasha Social Complex

Mehmet PINAR¹²⁴

Abstract

Historical structures are the most important documents which shows that all societies existed on Earth's geography and lived on their lands. In this study, the positive and negative effects of restoration and conservation of historic sites over societies were investigated through Payas Sokullu Mehmet Pasha social complex sample.

Historical structures carry the sociocultural, economic and architectural traces of the periods they were built in. The historical cultural assets we have in our living spaces are the key stones that breathes, brings us inner peace and at the same time takes us back to the past. Over time, in line with the changing social life and economic structure and needs in the society, changes are observed in the meanings and values that the society imposes on the functionality of architectural structure. In our society of changing values, it should be aimed to keep the functionality of the constructions constant and to transfer the importance of our historical heritage to future generations with integral arrangements and protections for their previous functions, making the necessary restoration and conservation functions of the constructions in order to create a history consciousness. When constructs are being restored, protection should not only the building-centered, but also the values that they bring into the environment and which they have in their surroundings must be fully protected.

The purpose of this study is to present a series of solutions to the potential problems that might occur during the restoration, such as, preserving the historic texture of functionality, giving new functions to restored structures and whether or not societies benefit from these new functions, and what to pay attention to during the whole process.

Keywords: Restoration, Historic Place, Payas, Environment, Architecture

Restorasyon Sonrası Tarihi Mekânların Yeniden Değerlendirilmesi: Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi Örneği

Özet

Tarihi yapılar tüm toplumların Dünya coğrafyası üzerinde var olup buldukları

¹²⁴ Öğretim Görevlisi, Mustafa Kemal Üniversitesi, S.T.M.Y.O., Mimarlık ve Şehir Planlama Bölümü, m.piinar9@gmail.com

topraklarda yaşadıklarını gösteren en önemli belgeleridir. Bu çalışmada, restorasyon ve konservasyon sonrası tarihi mekânların yeniden değerlendirilmesi ile Payas Sokullu Mehmet paşa külliyesi örneği üzerinden tarih mekanlara ve toplumlara olumlu ve olumsuz etkileri incelenmiştir.

Tarihi yapılar yapıldıkları dönemlerin sosyal-kültürel, ekonomik ve mimari izlerini taşırlar. Yaşam alanlarımızda barındırdığımız tarihi kültür varlıkları, nefes alıp bizi iç huzura kavuşturan ve aynı zamanda geçmişe götüren önemli birer mihenk taşlarıdır. Zaman içerisinde toplumdaki sosyal yaşam ile ekonomik yapı ve ihtiyaçların değişmesine paralel olarak toplumun mimari yapıların işlevselliğine yönelik yüklediği anlam ve değerlerde de değişimler gözlemlenmektedir. Değer yargılarının değiştiği toplumumuzda yapıların işlevselliğini sürekli diri tutabilmek ve tarihi miraslarımızın önemini tüm topluma aşılıyarak bir tarih bilinci oluşturmak amacıyla yapıların gerekli restorasyon ve konservasyon işlevinin tam yaparak mümkünse daha önceki işlevlerine yönelik bütüncül düzenleme ve korumalarla gelecek kuşaklara aktarılması amaçlanmalıdır. Yapılar restore edilirken yalnız yapı merkezli koruma değil onları meydana getiren ve çevrelerinde barındırdıkları değerler bütünüyle de korunması gerekmektedir.

Bu çalışmamızın amacı restorasyon sonrası yapılar kullanılırken tarihi dokuyla uyumlu işlevsellik yapıp yapılmadığı, yapılara yeni işlevler yüklenirken topluma ve tarihe ne gibi bir fayda ve zararlarının olduğu ortaya çıkartılarak bu tarihi mekanlara yeni fonksiyonlar verilirken nelere dikkat edilmesi gerektiğine yönelik bir dizi çözüm önerilerinin sunulması hedeflenmiştir.

Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi, Hatay iline bağlı Akdenize sahili olan Payas ilçesinde düz bir alan üzerine kurulu Osmanlının Klasik devrinin sosyal ve ekonomik özelliklerini taşıyan önemli yapılarından biridir(Şekil.1). Bu külliye bir kervan yolu üzerine kurulu olup Payas limanına da çok yakın konumlandırılmıştır. Külliye bünyesinde arasta tipi bir bedesten, kervansaray, iki adet tabhane, imarethane, hamam ve yanında sıbyan mektebi, medrese ve camiden teşekkül etmektedir. Külliye, birbiri ile organik bağı bulunan yapılardan oluşmaktadır(Şancı,2006:464).

Payas Külliyesinin etrafında farklı tarihlerde yaptırılan tarihi mekânlarla tarihi bir çevre oluşturulmuştur. Tarihi miras niteliğindeki öğelerin bir araya gelişleriyle oluşturdukları bütün ise "Tarihi çevre" olarak tanımlanmaktadır. Tarihi çevreler, önemli olayların yaşandığı mekânlar olabileceği gibi, belirli bir dönemin sosyo-ekonomik-kültürel yapısına ve sanat anlayışına ilişkin mesajlar veren kent parçaları da olabilmektedir(Sürmegöz,2010:4). Payas Külliyesi 1968 yılında başlayan ve ara ara devam eden Vakıflar Genel Müdürlüğü onarımları sırasında oldukça fazla ve radikal müdahalede bulunulmuştur. Ancak bu durum yapının gerçek anlamda korunmasını ve kurtarılmasını sağlayamamış. Bu onarımlar sırasında yapının %65'nin onarıldığını ve %35'nin yeniden yapıldığını söylemek mümkündür. Bu nedenle bugünün restorasyon anlayışı içerisinde, yapının bu onarımlar sırasında zarara uğratıldığı da başka bir gerçektir¹²⁵. Tarihi mekânlar tek başlarına bir milletin geçmiş kültürel ve mimari üsluplarını yansıtan öğretici birer belgelerdir. Tarihi çevreyi korumayı gerektiren değerler üç başlıkta toplanmaktadır(Feilden, 1982; Sürmegöz,2010:4):

¹²⁵ Bu veriler Vakıflar Genel Müdürlüğü, (2006) Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi Restorasyon Projesi Raporu 2006,s.1' den alınmıştır.

Şekil 1. Vaziyet Planı¹²⁶



1. Duygusal Değerler: Merak, kimliksel tanımlama, devamlılık, manevi (tinsel) ve sembol olma nitelikleri.
2. Kültürel Değerler: Dokümantasyon, tarihsellik, ender bulunma, estetik anlamda sembol olma, mimari özellik, ekolojik ve yerleşme yapısı, bilimsellik.
3. Kullanım Değerleri: Fonksiyonel, ekonomik, sosyal ve politik değerler.

Sonuç

Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesindeki Camii, Hamam, Arasta, Kervansaray, İmaret gibi yapıların her biri “Tarihi Miras” niteliğinde yapılar olup bu tarihi miras niteliğindeki öğelerin bir araya gelmesiyle oluşan bütün ise külliye ve Tarihi Çevre olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada, Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesinin Restorasyon sonrası yeni işlevlerine yönelik bazı olumlu ve olumsuz durumlar saptanmıştır. Bunlar:

- ✓ Uluslararası kuruluşlar tarafından da desteklenen tarihi mekanlarda yeniden işlevlendirme projesi çerçevesinde Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi’nin atıl durumdan çıkartılıp tarihi mekanların yeniden canlandırılarak o mekanlarda insan hareketliliğinin oluşturulması olumlu bir yaklaşımdır. Bu proje çerçevesinde tarihi mekanlar yaşam alanlarından dışlanmasının önüne geçilmiştir.
- ✓ Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi’nin arasta tipinde yapılmış bedesteninin tarihi süreç içerisindeki eski işlevine uygun olarak sanat ve zanaat erbaplarına tahsis edilerek o bölgeye hem canlılık kazandırmış hemde tarihi mekanın mimari dokusuna

¹²⁶ Bu şekil Vakıflar Genel Müdürlüğü, (2006) Ceneviz Kalesi (Cin Kule)Rölöve-Restitüsyon-Restorasyon Uygulama Projesi Raporu 2006, s.10’ dan alınmıştır.

uygun yeniden şekillendirilerek cazibe mekanı haline getirilmesi oldukça önemlidir.

- ✓ Külliye içerisinde İmaret bölümü günümüzde yemekhane olarak kullanılıyor ancak işlevine uygun olarak yemeklerin pişirilip ihtiyaç sahiplerine dağıtılmasının düzenli olarak gerçekleştirilememesi olumsuz bir durum olarak göze çarpmaktadır.
- ✓ Külliye içerisinde tabhanelerin ve bedestenin içerisinde wc olarak kullanılan mekanların fayanslarla kapatılarak tuvaletlere dönüştürülmesi mimari dokuya aykırı olarak düzenlenip günümüz ihtiyaçlarına uygun hale getirilmesi olumsuz bir durumdur.
- ✓ Külliye içerisinde kervansaray olarak kullanılan mekanın ahır bölümlerinin zeminine insanların yürüyüşünü kolaylaştırma amaçlı ahşap laminatların döşenmesi tarihi mekanın ruhuna aykırı bir düzenleme olarak göze çarpmaktadır.

Tarihi mekânların yeniden işlevlendirilmesi oldukça önemli bir çalışmadır. Fakat bu işlevlendirmeleri yaparken yapıların tarihi süreç içerisindeki mimari kullanış amaçlarına ters düşmeden o mekanların restorasyonlarını gerçekleştirerek gelecek kuşaklara aktarılması gerekmektedir. Bu sayede hem tarihi mekanlar ayakta kalacak hemde insanların ihtiyaçlarına cevap vererek o mekanlar sosyal dışlanmışlıktan kurtulmuş olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Restorasyon, Tarihi Mekan, Payas, Çevre, Mimari

JEL Kodları: D89, N95, Z29.

Kaynakça

Sürmegöz, K. (2010). Tarihi çevrelerin yeniden değerlendirilmesine araç olarak kentsel tasarım; Beşiktaş Akaretler Sıraevleri örneği, Yayınlanmamış Y. L. Tezi, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimler Entitüsü.

Şancı, F.(2006). *Hatay İlinde Türk Mimarisi I*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü.

Vakıflar Genel Müdürlüğü, (2006) Payas Sokullu Mehmet Paşa Külliyesi Restorasyon Projesi Raporu 2006.

Vakıflar Genel Müdürlüğü, (2006) Ceneviz Kalesi (Cin Kule) Rölöve-Restitüsyon-Restorasyon Uygulama Projesi Raporu 2006.

Globalization of Culture and Peace by Looking at The Middle East

Ramazan İZOL, Hasty SAYADY

1. Introduction

In 1919, when David Davies established the International Relations, his goal was to prevent war. Twenty years later, the field has witnessed tremendous growth with commitments to change the world based on normative views, and academic studies in this field, working to make the world a better place.

In this regard, an idealistic view emerged in the perspective of "how the world should be" as opposed to realism which addresses the "world as it is".

The common point of all the academic and academic affairs of international relations is the concern for peace and the avoidance of war in international relations.

Globalization and global networks have changed the way diplomacy, military issues, economic relations are handled between countries. The roles of NGOs and intergovernmental organizations in international relations have also transformed.

There are different approaches to globalization based on its effects on human life such as; globalization of the economy, globalization of politics, globalization of culture and security globalization.

Furthermore, globalization is one of the keystones of political culture, the most important of which are "democracy", "human rights", "pluralism" and "cultural tolerance", all of which strongly influence international peace.

To examine how the global political culture has influenced international peace, this paper argues that; the globalization of political culture has led to the closeness of interdisciplinary fields between humans and the reduction of ideological and ideological contradictions between civilizations.

Given that the major wars and conflicts of human history have been ideological wars, in the new era of the world, the roots of classical and macro wars have been dying in the international system and more peace and stability has dominated the international system.

The Global Age is the arrival of a large community that is essentially limitless, with neither, geographical nor locational boundaries. There has been a kind of interaction between national and transnational factors that are now linked to the globalization of communications.

The new world is a connected world, and the new age is the era of connectivity.

Globalization is a triangle that is composed of three related economic, political and cultural contexts. The secondary logic in the individual philosophy of socialization is the recording and growth of the scope of individual freedoms in the advancement of the exploitation of facilities.

As Fukuyama states, "the practical result of globalization in the field of policy of closing totalitarianism and the totalitarian ideologies justifies tyranny and servitude of human beings.

The globalization of culture does not mean the abandonment of indigenous and traditional cultures, but the creation and expansion of shared human values along with the preservation of cultural diversity in the world.

The expanding trend of globalization, in the field of culture, is matched by many characteristics, tastes, and cultural orientations. Common features are formed between different cultures, but this does not mean the harmonization of cultural and cultural identities with each other. Because religion, language, and race are effective in shaping cultural identities, globalization forces not only fail to eliminate them, but also give them the possibility of rebuilding and rejuvenating. While there is a kind of homogeneity between different cultures, different identities persist. Therefore, in the field of culture, two simultaneous occurrences arise, One is the homogeneity of cultures, which in terms of their effects on rational and universal knowledge, second is the consolidation and strengthening of distinct cultural identities, namely the homogeneity and the integration of different cultural identities.

2. Global Peace

Peace as one of the aspirations of human history has always been the subject of controversy among various political communities throughout history

The main field of conflict and confrontation in human society is in the field of thought, and the confrontation between the historian and the human being has been a confrontation in the field of ideology.

When historical thought and cultures are organized in the form of ideologies and stand against each other, the history of the conflicts and bloody events of history is formed

Globalization, especially its political sphere, is a large-scale social process of globalization, especially its political sphere, is a massive social process.

The world sees itself as members of a single world, who should live together in the best of security, prosperity, and mutual respect.

The emergence of the idea of global convergence in humankind is so widespread and profound that whenever violent and inhumane aspects of conflicts occur in different parts of the world, they elicit such pressure on public opinion as to make it possible for humanitarian intervention.

On this basis, it can be said that globalization forces arise from the bottom up. The massive influence of global public opinion has necessitated transformation at the highest level of global organizations.

In the era of globalization, individuals and groups have become powerful and can influence the governments as stakeholder groups thereby effecting their decisions, plans and desires, and taking on the role of government in the domestic and international arena.

Process accordingly; the globalization of political culture has three main consequences, first, the spread of tolerance, second, the undermining of the role of the state and the sovereignty of the state, and lastly, the design of human rights discourse in relation to the global peace

process.

It is now widely accepted that globalization leads to sustainability and even diversity and cultural diversity while shaping cultural commonwealths in the world.

More than ever, the world has had specific cultures and civilizations, but along with them, greater emphasis on cultural and native differences.

A new pattern of meaning, identity, and community has emerged, on the basis of which the human society and the state of the society in the process of encouraging mixing and dimming. The means of differentiation between nations, civilizations, religions and ideologies take steps, which has exacerbated global intercultural and social relationships that writers such as Nedervin Peters and Haters refer to this phenomenon as "hybridization" and "transplantation" in globalization.

In addition to these cultural developments, the process of increasing diverse cultures in human societies requires another form of social ethics, which differs from the collective customs.

The nature of the old cultural societies based on "self-indigenous" conflicts between distinct groups that allow the peaceful coexistence of diverse cultures and ideology in human and metropolitan communities.

The reality is that, with the collapse of the bipolar system and the growth of globalization, governments are more vulnerable, more restrictive, more permeable borders mean that government authorities are facing serious challenges in maintaining security.

3. Middle East

The Middle East can be considered politically geographically or as an international subsystem, and studied it as a whole. Therefore, a distinct identity can be established.

The crisis of legitimacy in the world of politics is always the mother of all crises.

Today, the Middle East faces a legitimacy crisis more than ever.

Almost all the governments that are located in this geographic region are in some way faced with the problem of legitimacy.

Since patriarchy is rooted in the history of this region, even the seemingly democratic republics in the Middle East, are characteristically patriarchal.

The political systems in the Middle East are intrusive and chaotic.

There is no rational criterion in the political systems of the Middle East.

From the divine kingdoms to the traditional authority that is based on the totality of the mind, none has a justified and rational criterion.

Authoritarian and patriarchal systems in the Islamic world, especially in the Middle East, provide the basis for any crisis and perversion from within.

4. Therefore

In the new global environment, the atmosphere for intercultural encounters and

intercultural contacts is far more interesting than before, Globalization, through new articulation, brings signs and a new meaning to concepts, new identities, and new meanings of man, society, and social interaction, representing it as the truth and objectivity of life.

Globalization has been able to end the classical struggle in the field of human ideology.

In the meantime, ideological wars have continued to dominate the world, but different from the past.

In general, the ideologies that organize the war in the age of globalization are not as historic as the past.

In the age of globalization, any ideology and culture that moves in the face of war and bloodshed and contradictions will not be able to expand and build history.

Therefore, it can be said that globalization has become a deterrent to war and has improved the security of the past.

Furthermore, the concepts of "collective security" in the modern era of the world become more coherent in nature and it seems that the international community, the community of governments, the United Nations and governmental and nongovernmental organizations in the fight against terrorism until its definitive destruction and full realization Sustainable peace is determined.

Keywords: Middle East, Globalization, Culture and Peace

JEL Codes: F51, F52, F59

References

- Fukuyama, F. (2001). "History Is still Going our way", in the wall street journal; Friday.
- Ghezelsoufa, M.T. (2011). "Philosophy of Political Philosophy: Theoretical Controversies in the Age of Globalization". Education Growth. Tehran.
- Held, d. Et al. (1999). Global Transformations. Polity Press. Combridge.
- Karimi Fard, A. (2005). "The Situation of Culture in the Light of Globalization". Islah ve Tarbiat publitions. Tehran.
- Qavam, A. (2000). "The Crisis of Meaning in the Age of Globalization". Quarterly Journal of Foreign Policy. Tehran.
- Mir Mohammadi, D. (2002). "Globalization, Dimensions and Approaches". Quarterly National Studies. Tehran.
- Sari Al-Kalam, M. (2005). "Iran and Globalization: Challenges and Solutions" Publisher: Strategic Research Center. Tehran.

Globalization of Culture and Peace by Looking at the Middle East

Ramazan IZOL, Hasty SAYADY

In 1919, when David Davies established the International Relations, his goal was to prevent war. Twenty years later, the field has witnessed tremendous growth with commitments to change the world based on normative views, and academic studies in this field, working to make the world a better place.

In this regard, an idealistic view emerged in the perspective of "how the world should be" as opposed to realism which addresses the "world as it is".

The common point of all the academic and academic affairs of international relations is the concern for peace and the avoidance of war in international relations.

Globalization and global networks have changed the way diplomacy, military issues, economic relations are handled between countries. The roles of NGOs and intergovernmental organizations in international relations have also transformed.

There are different approaches to globalization based on its effects on human life such as; globalization of the economy, globalization of politics, globalization of culture and security globalization.

Furthermore, globalization is one of the keystones of political culture, the most important of which are "democracy", "human rights", "pluralism" and "cultural tolerance", all of which strongly influence international peace.

To examine how the global political culture has influenced international peace, this paper argues that; the globalization of political culture has led to the closeness of interdisciplinary fields between humans and the reduction of ideological and ideological contradictions between civilizations.

Given that the major wars and conflicts of human history have been ideological wars, in the new era of the world, the roots of classical and macro wars have been dying in the international system and more peace and stability has dominated the international system.

The Global Age is the arrival of a large community that is essentially limitless, with neither, geographical nor locational boundaries. There has been a kind of interaction between national and transnational factors that are now linked to the globalization of communications.

The new world is a connected world, and the new age is the era of connectivity.

Globalization is a triangle that is composed of three related economic, political and cultural contexts. The secondary logic in the individual philosophy of socialization is the recording and growth of the scope of individual freedoms in the advancement of the exploitation of facilities.

As Fukuyama states, "the practical result of globalization in the field of policy of closing totalitarianism and the totalitarian ideologies justifies tyranny and servitude of human beings.

The globalization of culture does not mean the abandonment of indigenous and traditional cultures, but the creation and expansion of shared human values along with the preservation of cultural diversity in the world.

The expanding trend of globalization, in the field of culture, is matched by many characteristics, tastes, and cultural orientations. Common features are formed between different cultures, but this does not mean the harmonization of cultural and cultural identities with each other. Because religion, language, and race are effective in shaping cultural identities, globalization forces not only fail to eliminate them, but also give them the possibility of rebuilding and rejuvenating. While there is a kind of homogeneity between different cultures, different identities persist. Therefore, in the field of culture, two simultaneous occurrences arise, One is the homogeneity of cultures, which in terms of their effects on rational and universal knowledge, second is the consolidation and strengthening of distinct cultural identities, namely the homogeneity and the integration of different cultural identities.

Global Peace

Peace as one of the aspirations of human history has always been the subject of controversy among various political communities throughout history

The main field of conflict and confrontation in human society is in the field of thought, and the confrontation between the historian and the human being has been a confrontation in the field of ideology.

When historical thought and cultures are organized in the form of ideologies and stand against each other, the history of the conflicts and bloody events of history is formed

Globalization, especially its political sphere, is a large-scale social process of globalization, especially its political sphere, is a massive social process.

The world sees itself as members of a single world, who should live together in the best of security, prosperity, and mutual respect.

The emergence of the idea of global convergence in humankind is so widespread and profound that whenever violent and inhumane aspects of conflicts occur in different parts of the world, they elicit such pressure on public opinion as to make it possible for humanitarian intervention.

On this basis, it can be said that globalization forces arise from the bottom up. The massive influence of global public opinion has necessitated transformation at the highest level of global organizations.

In the era of globalization, individuals and groups have become powerful and can influence the governments as stakeholder groups thereby effecting their decisions, plans and desires, and taking on the role of government in the domestic and international arena.

Process accordingly; the globalization of political culture has three main consequences, first, the spread of tolerance, second, the undermining of the role of the state and the sovereignty of the state, and lastly, the design of human rights discourse in relation to the global peace process.

It is now widely accepted that globalization leads to sustainability and even diversity and cultural diversity while shaping cultural commonwealths in the world.

More than ever, the world has had specific cultures and civilizations, but along with them, greater emphasis on cultural and native differences.

A new pattern of meaning, identity, and community has emerged, on the basis of which the human society and the state of the society in the process of encouraging mixing and dimming. The means of differentiation between nations, civilizations, religions and ideologies take steps, which has exacerbated global intercultural and social relationships that writers such as Nedervin Peters and Haters refer to this phenomenon as "hybridization" and "transplantation" in globalization.

In addition to these cultural developments, the process of increasing diverse cultures in human societies requires another form of social ethics, which differs from the collective customs.

The nature of the old cultural societies based on "self-indigenous" conflicts between distinct groups that allow the peaceful coexistence of diverse cultures and ideology in human and metropolitan communities.

The reality is that, with the collapse of the bipolar system and the growth of globalization, governments are more vulnerable, more restrictive, more permeable borders mean that government authorities are facing serious challenges in maintaining security.

Middle East

The Middle East can be considered politically geographically or as an international subsystem, and studied it as a whole. Therefore, a distinct identity can be established.

The crisis of legitimacy in the world of politics is always the mother of all crises.

Today, the Middle East faces a legitimacy crisis more than ever.

Almost all the governments that are located in this geographic region are in some way faced with the problem of legitimacy.

Since patriarchy is rooted in the history of this region, even the seemingly democratic republics in the Middle East, are characteristically patriarchal.

The political systems in the Middle East are intrusive and chaotic.

There is no rational criterion in the political systems of the Middle East.

From the divine kingdoms to the traditional authority that is based on the totality of the mind, none has a justified and rational criterion.

Authoritarian and patriarchal systems in the Islamic world, especially in the Middle East, provide the basis for any crisis and perversion from within.

Therefore

In the new global environment, the atmosphere for intercultural encounters and intercultural contacts is far more interesting than before, Globalization, through new articulation, brings signs and a new meaning to concepts, new identities, and new meanings of man, society, and social interaction, representing it as the truth and objectivity of life.

Globalization has been able to end the classical struggle in the field of human ideology.

In the meantime, ideological wars have continued to dominate the world, but different from the past.

In general, the ideologies that organize the war in the age of globalization are not as historic as the past.

In the age of globalization, any ideology and culture that moves in the face of war and bloodshed and contradictions will not be able to expand and build history.

Therefore, it can be said that globalization has become a deterrent to war and has improved the security of the past.

Furthermore, the concepts of "collective security" in the modern era of the world become more coherent in nature and it seems that the international community, the community of governments, the United Nations and governmental and nongovernmental organizations in the fight against terrorism until its definitive destruction and full realization Sustainable peace is determined.

References

- Held, d. Et al. (1999). Global Transformations. Polity Press. Combridge.
- Fukuyama, F. (2001). "History Is still Going our way", in the wall street journal; Friday.
- Qavam, A. (2000). "The Crisis of Meaning in the Age of Globalization". Quarterly Journal of Foreign Policy.Tehran.
- Mir Mohammadi, D. (2002). "Globalization, Dimensions and Approaches". Quarterly National Studies. Tehran.
- Karimi Fard, A. (2005). "The Situation of Culture in the Light of Globalization". Islah ve Tarbiat publitions. Tehran.
- Ghezelsoufa, M.T. (2011). "Philosophy of Political Philosophy: Theoretical Controversies in the Age of Globalization". Education Growth. Tehran.
- Sari Al-Kalam, M. (2005). "Iran and Globalization: Challenges and Solutions" Publisher: Strategic Research Center. Tehran.

Residence and Roof Workplace Rental Agreement Through the Notice of The Rent Contract

Dilara ZORLUTUNA¹²⁷

Introduction

In the articles 347 and 348 of the Turkish Code of Obligations No. 6098, the termination of the contract has been dealt with in the housing and roof workplace lease contracts by notification. In our work, firstly the issues related to the notice of termination of the tenant will be dealt with, and then the end of the lease agreement with the tenant will be examined through notice. In addition to this examination, Article 348 of the Turkish Code of Obligations regarding the validity of the annulment notification to be made during the evaluations shall be assessed.

I. Termination of The Lease Agreement with The Tenant's Notice of Termination

A. Termination Notice on Specific Term Rental Agreements

In certain lease contracts, the lease contract ends automatically at the end of the contractual period (TBK m. 327).

The lawmaker foresees a special arrangement in the first paragraph of Article 347 of the Turkish Code of Obligations in terms of lease agreements for residential and roofed workplaces. According to the arrangement in the 1st paragraph of Article 347 of the Turkish Code of Obligations; *"The contract is considered to be extended for one year under the same conditions, unless the tenant in residential and condominium rents is notified at least fifteen days before the expiration of the period of certain contracts. The landlord cannot conclude the contract based on the end of the contract period. However, at the end of the ten-year extension period, the landlord may terminate the contract without giving any reason, provided that this period is notified at least three months before the end of each following year of extension"*.

As it can be understood from the rule, certain lease contracts in residential and condominium rentals do not automatically end at the end of the rent (Aydoğdu&Kahveci, 2017: 642; İnceoğlu, 2014: 308, 309; Ruhi&Ruhi, 2016: 93; Yavuz vd., 2016: 340; Zevkliler&Havutçu, 2007: 226). The contract is automatically extended, and as a rule, it is the tenant's sole discretion to prevent this extension (Aral&Ayrancı, 2015: 327; Gümüş, 2012: 310; İnceoğlu, 2014: 309; Topuz&Canbolat, 2011: 93; Yavuz vd., 2016: 340).

¹²⁷ Lecturer, Marmara University, dilara.zorlutuna@marmara.edu.tr

The form of the notice of termination was issued in Article 348 of the Turkish Code of Obligations. According to this article, "*The validity of the notice of termination in residential and condominium rentals is due to the fact that it is done in writing*". As it is clear from the sentence, it is in the form of a validity prescribed by the legislator (Aydoğdu&Kahveci, Eren, 2017: 648; 412; İnceoğlu, 2014: 316; Ruhi&Ruhi, 2016: 93; Yavuz vd., 2016: 340-342). The provision is imperative for both the tenant and the landlord. It is not possible for the parties to identify the opposite (Gümüş, 2012: 314).

The allegation that the notice of termination is contrary to the nature is subject to the rule of honesty (Yavuz vd., 2016: 341). For example, if the tenant is verbally annulled and the landlord is attempting to give the property back to the rent, it must be considered as contrary to the honesty rule that the landlord is in contradiction with the new tenant candidates even if he cannot give his property (İnceoğlu, 2014: 316, 317).

B. Termination Notice in Uncertainty Term Rent Contracts

There is also a provision in the Turkish Code of Obligations for the termination of lease of indefinite residential and roof workplaces.

According to the arrangement in the 2nd paragraph of Article 347 of the Turkish Code of Obligations; "In unconditional lease contracts, the tenant may terminate the contract at any time, and the landlord may terminate the contract after ten years from the start of the lease, in accordance with the general provisions."

The tenant will always be able to conclude an indefinite lease contract. However, as it can be seen from the expression "according to general provisions" mentioned in the sentence, the tenant must comply with the termination periods and termination periods set forth in Article 329 of the Turkish Code of Obligations when doing so. In other words, unless there is one, the tenant must terminate the contract for the end of the six-month termination period and the termination of the three-month termination notice (Aydm, 2013: 77 vd.).

II. Termination of The Lease Agreement With The Landlord's Notice of Termination

A. Termination Notice on Specific Term Rental Agreements

The landlord may terminate the contract in accordance with Article 347 of the Turkish Code of Obligations and terminate the contract with a notice of termination three months in advance after ten years' extension of the lease contract for a certain period of time without any reason and may request the tenant to evacuate (Gümüş, 2012: 312). With this provision, it is possible to terminate the contract and thus to release the landlord without waiting for the lease contract to extend to ten years after the extension of the tenancy agreement, without justification, and foreseeable termination cases.

It should be noted that ten years is the period of elongation when calculating the ten-year-old start-up moment. That is to say, the ten-year period will start from the beginning of the lease contract. In fact, it is not enough that the ten-year extension period has passed. The landlord may exercise his right of termination upon notice of termination for the end of the lease period following the ten year extension period (İnceoğlu, 2012: 331-332).

There are also different opinions in the context of the ten-year calculation of salary in the doctrine. According to one opinion; ten years must be calculated from the beginning of the lease agreement (Doğan, 2011: 63; Yavuz vd., 2016: 660; Zevkliler&Gökyayla, 2013: 333 vd.). Otherwise, it is not possible to accept the other opinion because of the ten-year "elongation period" statement in the sentence. It is clear that the purpose of the legislator here is to start the contract for a certain period of time from the end of the contract period (İnceoğlu, 2012: 333-334). According to the Court of Cassation's established case-law, the ten-year extension period must be calculated from the moment when the tenancy agreement ends.

B. Termination Notice in Uncertainty Term Rent Contracts

According to the arrangement in the 2nd paragraph of Article 347 of the Turkish Code of Obligations; *"In the case of indefinite lease contracts, the leaseholder may terminate the contract by declaration of termination after ten years from the beginning of the term according to general provisions"*. The lawmaker recognizes the authority to terminate the contract even in uncertain lease contracts. However, the ten-year period, which will operate differently here, will begin to operate from the date the contract was established.

The landlord may terminate the tenancy agreement in accordance with the general provisions of the contract with ten years of employment after the establishment of the contract in uncertain lease contracts.

Conclusion

According to the arrangement in the 1st paragraph of Article 347 of the Turkish Code of Obligations; the tenant may terminate the tenancy agreement on the condition that the tenant is notified at least fifteen days prior to the termination of the tenancy agreement. If the tenant does not file a notice of termination as provided for by law, the contract shall be deemed to be extended *"for the same conditions"* for one year.

Certain lease contracts in residential and condominium rentals do not end at the end of the rent automatically. As a rule, the contract is automatically extended. The only way to prevent this automatic extension belongs to the tenant. If the lease contract is indefinite, the tenant may terminate the lease at any time by notice of termination in accordance with the general provisions.

According to the arrangement in the 2nd paragraph of Article 347 of the Turkish Code of Obligations; in indefinite lease contracts, the tenant may terminate the contract at any time, and the landlord may terminate the contract after ten years from the commencement of the lease, in accordance with the general provisions.

In certain lease contracts, although the tenant can only terminate the contract, the law gives the right to landlord to terminate the contract. According to the arrangement in the 1st paragraph of Article 347 of the Turkish Code of Obligations; at the end of the ten-year extension period, the landlord may terminate the contract, provided that such extension is notified at least three months before the end of each subsequent extension year.

In indefinite lease contracts, after ten years from the beginning of the rent, the landlord may terminate the contract by declaration of termination according to general provisions.

However, the ten-year period, which will work differently here, will begin to operate from the date the contract was established.

Keywords: Law, Contract

JEL Codes: K10, K12, K1

Konut ve Çatılı İşyeri Kira Sözleşmesinin Bildirim Yoluyla Sona Ermesi

Giriş

6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu'nun 347. ve 348. maddelerinde bildirim yoluyla konut ve çatılı işyeri kira sözleşmelerinde sözleşmenin sona ermesi hususu ele alınmıştır. Çalışmamızda öncelikle kiracının fesih bildirimine ilişkin hususlar ele alınacak olup, sonrasında ise kiraya verenin bildirim yoluyla konut ve çatılı işyeri kira sözleşmesini sona erdirmesi hususu incelenecektir. Bu incelemeye ek olarak, değerlendirmeler sırasında yapılacak olan fesih bildiriminin geçerliliğine ilişkin olan TBK m. 348 hükmü değerlendirilecektir.

I. Kiracının Fesih Bildirimi İle Kira Sözleşmenin Sona Ermesi

A. Belirli Süreli Kira Sözleşmelerinde Fesih Bildirimi

Belirli kira sözleşmelerinde, kural olarak belirlenen sürenin sonunda kira sözleşmesi kendiliğinden sona erer(TBK m. 327).

Kanun koyucu, konut ve çatılı işyeri kira sözleşmeleri açısından, TBK m. 347/1'de özel bir düzenleme öngörmektedir. TBK m. 347/1'de yer alan düzenlemeye göre; *“Konut ve çatılı işyeri kiralalarında kiracı, belirli süreli sözleşmelerin süresinin bitiminden en az onbeş gün önce bildirimde bulunmadıkça, sözleşme aynı koşullarla bir yıl için uzatılmış sayılır. Kiraya veren, sözleşme süresinin bitimine dayanarak sözleşmeyi sona erdiremez. Ancak, on yıllık uzama süresi sonunda kiraya veren, bu süreyi izleyen her uzama yılının bitiminden en az üç ay önce bildirimde bulunmak koşuluyla, herhangi bir sebep göstermeksizin sözleşmeye son verebilir.”*

Hükümden de anlaşıldığı üzere, konut ve çatılı işyeri kiralalarında belirli süreli kira sözleşmeleri, sürenin sonunda kendiliğinden sona ermemektedir (Aydoğdu&Kahveci, 2017: 642; İnceoğlu, 2014: 308, 309; Ruhi&Ruhi, 2016: 93; Yavuz vd., 2016: 340; Zevkliler&Havutçu, 2007: 226). Sözleşme zımnen uzamakta olup, bu uzamaya engel olma imkanı kural olarak sadece kiracıya aittir(Aral&Ayrancı, 2015: 327; Gümüş, 2012: 310; İnceoğlu, 2014: 309; Topuz&Canbolat, 2011: 93; Yavuz vd., 2016: 340).

Fesih bildiriminin şekli, TBK m. 348'de düzenlenmiştir. Bu maddeye göre, *“Konut ve çatılı işyeri kiralalarında fesih bildiriminin geçerliliği, yazılı şekilde yapılmasına bağlıdır”*. Hüküm lafzından da açıkça anlaşıldığı üzere, kanun koyucu tarafından öngörölmüş bir geçerlilik şekli söz konusudur(Aydoğdu&Kahveci, Eren, 2017: 648; 412; İnceoğlu, 2014: 316; Ruhi&Ruhi, 2016: 93; Yavuz vd., 2016: 340-342). İlgili hüküm, hem kiracı hem de kiraya veren bakımından emredici niteliktedir. Tarafların sözleşme ile aksini belirlemesi mümkün değildir(Gümüş, 2012: 314).

Fesih bildiriminin şekle aykırı olduğuna yönelik iddialar dürüstlük kuralı denetimine tabidir (Yavuz vd., 2016: 341). Örneğin kiracının sözlü olarak fesih bildirimde bulunduğu bir durumda kiraya verenin taşınmazı tekrardan kiraya vermek üzere girişimlerde bulunduğu, bu doğrultuda yeni kiracı adaylarıyla dahi görüştüğü bir halde, taşınmazını kiraya veremeyince şekle aykırılık iddiasında bulunması dürüstlük kuralına aykırı olarak kabul edilmelidir (İnceoğlu, 2014: 316, 317).

B. Belirsiz Süreli Kira Sözleşmelerinde Fesih Bildirimi

Belirsiz süreli konut ve çatılı işyeri kiralalarının sona erdirilmesi bakımından TBK' da ayrıca bir hükme yer verilmiştir.

TBK m. 347/2'de yer alan düzenlemeye göre; *“Belirsiz süreli kira sözleşmelerinde, kiracı her zaman, kiraya veren ise kiranın başlangıcından on yıl geçtikten sonra, genel hükümlere göre fesih bildiriyle sözleşmeyi sona erdirebilirler.”*

Kiracı, belirsiz süreli kira sözleşmesini her zaman sona erdirebilecektir. Ancak hüküm lafzında geçen *“genel hükümlere göre”* ifadesinden de anlaşılacağı üzere; kiracının bunu yaparken TBK m. 329' da yer alan fesih dönemleri ile fesih bildirim sürelerine uyması gerekmektedir. Yani aksine bir adet bulunmadıkça kiracının altı aylık fesih dönemi sonu için ve üç aylık fesih bildirim süresine uyararak sözleşmeyi sona erdirmesi gerekmektedir (Aydın, 2013: 77 vd.).

II. Kiralayanın Fesih Bildirimi İle Kira Sözleşmenin Sona Ermesi

A. Belirli Süreli Kira Sözleşmelerinde Fesih Bildirimi

Kiraya veren, TBK m.347/1, c.3 uyarınca, herhangi bir sebep göstermeksizin belirli süreli konut ve çatılı işyeri kira sözleşmesinin on yıl süreyle uzaması sonrası, üç ay önceden yapacağı bir fesih bildiri ile sözleşmeyi sona erdirebilecek olup, kiracının tahliyesini isteyebilecektir (Gümüş, 2012: 312). Bu hüküm ile kira sözleşmesinin on yıl boyunca uzamasının ardından kiraya verene, gerekçe göstermeksizin ve kanunen öngörülmüş sona erme hallerinin oluşmasını beklemeksizin sözleşmeyi sona erdirmeye ve dolayısıyla kiracıyı tahliye ettirme olanağı tanınmıştır.

On yıllık sürenin başlangıç anı hesaplanırken dikkat edilmesi gereken husus; uzama süresinin on yıl olmasıdır. Yani kira sözleşmesinde öngörülen sürenin dolmasından itibaren söz konusu on yıllık süre işlemeye başlayacaktır. Aslen on yıllık uzama süresinin geçmiş olması da yeterli değildir. Kiraya veren fesih hakkını, on yıllık uzama süresini takip eden kira döneminin sonu için fesih bildiriminde bulunarak kullanabilecektir (İnceoğlu, 2012: 331-332).

Doktrinde on yıllık sürenin hesaplanma anı açısından da farklı görüşler bulunmaktadır. Bir görüşe göre; bahsi geçen on yıllık süre kira sözleşmesinin başlangıcından itibaren hesaplanmalıdır (Doğan, 2011: 63; Yavuz vd., 2016: 660; Zevkliler&Gökyayla, 2013: 333 vd.). Aksi görüşe göre, hüküm lafzında geçen on yıllık *“uzama süresi”* şeklindeki ifade dolayısıyla diğer görüşün kabulü mümkün değildir. Burada kanun koyucunun amacının belirli süreli sözleşmelerde süreyi sözleşme süresinin sona ermesinden itibaren başlatmak amacıyla olduğu açıktır (İnceoğlu, 2012: 333-334). Yargıtay'ın yerleşik içtihatlarına göre ise, on yıllık uzama süresinin, kira sözleşmesinin sona erdiği andan itibaren hesaplanmalıdır.

B. Belirli Süreli Kira Sözleşmelerinde Fesih Bildirimi

TBK m. 347/2’de yer alan düzenlemeye göre, “Belirsiz süreli kira sözleşmelerinde,..., kiraya veren ise kiranın başlangıcından on yıl geçtikten sonra, genel hükümlere göre fesih bildirimiyile sözleşmeyi sona erdirebilirler”. Kanun koyucu kiraya verene belirsiz süreli kira sözleşmelerinde dahi sözleşmeyi feshetme yetkisini tanımıştır. Ancak burada farklı olarak işleyecek olan on yıllık süre, sözleşmenin kurulduğu tarihten itibaren işlemeye başlayacaktır.

Kiraya veren, belirsiz süreli kira sözleşmelerinde, sözleşmenin kurulmasından itibaren on yıllık sürenin geçmesiyle sözleşmeyi genel hükümlere göre fesih bildirimiyile feshedebilecektir.

Sonuç

TBK m. 347/1, c.1’de yer alan düzenlemeye göre kiracı, belirli süreli kira sözleşmesinde sürenin bitiminden en az on beş gün önce bildirimde bulunmak koşuluyla kira sözleşmesini feshedebilmektedir. Eğer kiracı, kanunen öngörülen şekilde fesih bildiriminde bulunmazsa, sözleşme “*aynı koşullarla*” bir yıl için uzatılmış sayılır.

Konut ve çatılı işyeri kiralalarında belirli süreli kira sözleşmeleri, sürenin sonunda kendiliğinden sona ermemektedir. Kural olarak sözleşme, zımnen uzamaktadır. Bu zımni uzamaya mani olma imkânı ise sadece kiracıya aittir. Belirsiz süreli kira sözleşmesinde ise, kiracı her zaman, genel hükümlere göre fesih bildirimiyile sözleşmeyi feshedebilir.

TBK m. 347/2’de yer alan düzenleme uyarınca belirsiz süreli kira sözleşmelerinde, kiracı her zaman, kiraya veren ise kiranın başlangıcından on yıl geçtikten sonra, genel hükümlere göre fesih bildirimiyile sözleşmeyi sona erdirebilirler.

Belirli süreli kira sözleşmelerinde her ne kadar kural olarak sadece kiracı sözleşmeyi feshedebilse de kanun kiraya verene de fesih hakkı tanımıştır. TBK m. 347 f/1, c. 3’e göre, on yıllık uzama süresi sonunda kiraya veren, bu süreyi izleyen her uzama yılının bitiminden en az üç ay önce bildirimde bulunmak kaydıyla, sözleşmeyi feshedebilir.

Belirsiz süreli kira sözleşmelerinde ise, kiraya veren kiranın başlangıcından on yıl geçtikten sonra genel hükümlere göre fesih bildirimiyile sözleşmeyi sona erdirebilir. Ancak burada farklı olarak işleyecek olan on yıllık süre, sözleşmenin kurulduğu tarihten itibaren işlemeye başlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Hukuk, Sözleşme

JEL Kodları: K10, K12, K1

Kaynakça

Aydın, G. S. (2013). Kira Sözleşmesinin Genel Hükümlere Göre Sona Ermesi (TBK m.327-333), İstanbul: XII Levha Yayınevi.

Aydoğdu, M.&Kahveci, N. (2017). Türk Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri (Sözleşmeler Hukuku), Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 3. Bası, Ankara: Adalet Yayınevi.

Aral, F., Ayrancı, H. (2015). Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 11. Baskı, Ankara: Yetkin Yayınevi.

- Doğan, M. (2011). Konut ve Çatılı İşyeri Kira Sözleşmelerinin Sona Ermesi, 1. Bası, Ankara: Adalet Yayınları.
- Eren, F. (2017). Borçlar Hukuku Özel Hükümler, 4. Baskı, Ankara: Yetkin Yayınevi.
- Gümüş, M. A., (2012). “Yeni” 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu’na Göre Kira Sözleşmesi (TBK m. 299-356), Gözden Geçirilmiş, Genişletilmiş ve 04.07.2012 Tarihli ve 6353 Sayılı Kanun’a ve Diğer Yeni Mevzuata Göre Güncellenmiş 2. Bası), İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- İnceoğlu, M., (2014). Kira Hukuku, Cilt II, İstanbul: XII Levha Yayınevi.
- Ruhi, C.&Ruhi, A. C., (2016). Türk Borçlar Kanunu’na Göre Kira Hukuku, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Topuz, S.&Canbolat, F. (2011). “Taşınmazlara İlişkin Kira Sözleşmelerinin İçeriğinin Örtülü İrade Beyanlarıyla Değiştirilmesi”, Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi, s. 1 vd.
- Yavuz, C., Acar, F.&Özen, B. (2016). Borçlar Hukuku Dersleri (Özel Hükümler), 6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu’na Göre Güncellenmiş ve Yenilenmiş 14. Baskı, İstanbul: Beta Yayınevi.
- Zevkliler, A.&Gökyayla, K. E. (2013). Borçlar Hukuku Özel Borç İlişkileri, 13. Bası, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Zevkliler, A.&Havutçu, A. (2007). Özel Borç İlişkileri, 9. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi.

Study of Financial and Socio-Environmental Return to the Public of River Side Arrangement Investments for Recreational Purposes through the Example of Manavgat

Kübra Ayşe YILDIZ KEÇER¹, Fatih EREN²

1. Introduction

In connection with restoration of economic and political stability after the year 2005 the number of urban projects developed with public resources in Turkey has considerably increased. While the growth in almost every economic sector within this period caused significant changes in the physical environment of the cities, every new urban investment has developed the cities of Turkey in physical and economic terms, as well as enhanced real estate prices in the cities. This work aims to give an answer to such questions as at what rate the river side arrangement project carried out as a public investment in the district of Manavgat in Antalya caused an increase in economic value in the settlement, how and by which actors this value was shared, whether the social justice was established within this period, what was the profit or the loss of the public being the main actor from the financial and socio-environmental points of view. The methods of literature search, documents review, field research, systematic observation, in-depth interview, questionnaire and cost-benefit analysis were used together in this study.

2. Public Investments and Financial and Socio-Environmental Return of Increase in Value to the Public

Public investments being investments assumed by the state, in the event that it is authorized to the private sector to determine the cost of the products and services of the investment which cannot be made by the state, these investments are removed from the category of public investments and become private sector investments. (Irmak, 2010:8) Any profit is not expected from the public investments made by the state; these are high-cost investments. No citizen can be restricted in benefiting from public investments but the benefit opportunity is provided for a fee. (Irmak, 2010:12).

The public investments became investments of elections of public institutes and especially of local authorities. Though the public investments made by just and sound decisions

¹ MSc Student, Senior Urban Planner, Selcuk University Institute of Science Department of City and Regional Planning, kubra.ayse.yildiz@gmail.com (Corresponding Author)

² Dr. Lecturer, Urban Planner, Selcuk University Faculty of Architecture Department of City and Regional Planning, feren3000@gmail.com (MSc Thesis Supervisor)

are considered essential to the development of towns from the social and economic point of view.

2.1. Increase in Value and Social Justice in Distribution of Increase in Value

Increase in value is defined as urban rent in towns occurred in real estate without labor, without capital utilization. (Kaya, 2008:5)

Increases in value are increases of an economic asset without any expense, occurring in due course and predominantly qualified as unexpected and unmerited. As for urban rents, these are increases occurring in value of real estate either by the reason of a fast population growth or by the reason of industrialization. (Umay, 2006:31).

The social justice perspective is based on the principle that “all the residents of a town have the right for welfare and value which will occur while the town is developing and progressing“. (Eren, 2016).

2.2. Return of Increase in Value to the Public

While various application tools are used in various countries to transfer the urban rent to the public, these application tools appear in many resources in such two groups as Pecuniary Application Tools and Non-Pecuniary Application Tools. While pecuniary application tools are taxation of vacant land parcels, levying of a tax having an impact on the development of the town, taxation of the increase in real estate value, taxes levied in case of a handover of real estate, real estate tax and share in infrastructure expenses; non-pecuniary application tools are expropriation, correction of boundaries, purchase, prohibition on building and imposing of the obligation to prohibit building, density encouragement method, preemptive right, transfer of development right, building land and land arrangement.

Application tools used in Turkey to transfer the increase in value to the public were examined as expropriation, application upon the request of the related party, taxes and similar tools, providing land to the public by purchase-nationalization, urban transformation, building land and land arrangement following the principle of equality, development program, prohibition on building and obligation to build, expropriation of land for roads and creation of land from roads.

To transfer urban economic added value in Turkey it is necessary to use “taxation of increase in real estate value” applied in Taiwan and India and “method of taxation of vacant land” applied in Chile, Syria, Uruguay and China. Taxation of increase in real estate value and taxation of vacant land are some of the most grave deficiency of the taxation system in Turkey. It is needed to establish these taxation systems especially to allow the local government to get financial return for their investments. By means of taxation of vacant land it will be possible to prevent holding of vacant land for speculative purposes.

3. Conclusion

It was revealed that Manavgat River Side Arrangement Project caused an increase in value of the real estate situated throughout the settlement by an average of 12,4%, however this added value produced was not shared justly and equitably between all the settlement residents

because of the deficiency of development application tools and mechanisms retransferring the added value to the public, in development legislation. The research results demonstrate that it is necessary to question the existence and efficiency of development application tools and mechanisms aimed to provide the return of increase in real estate value occurred in relation with public projects in Turkey, to the public (to the state and society) in a just manner. Besides it is evident that before carrying out public investments on behalf of establishment of social justice and protection of natural environment it is necessary to carry out cost-benefit analysis evaluating economic and socio-environmental profits/losses together.

Keywords: Manavgat River Side Arrangement Project, Economic Added Value, Development Application Tools, Distribution of Rent, Social Justice

JEL Codes: R32, R38

Rekreatif Amaçlı Irmak Kıyı Düzenleme Yatırımlarının Kamuya Finansal ve Sosyo-Çevresel Geri Dönüşününün Manavgat Örneği Üzerinden İncelenmesi

1. Giriş

Ekonomik ve siyasi istikrarın yeniden sağlanmasına bağlı olarak 2005 yılından sonra Türkiye'de kamusal kaynaklarla geliştirilen kentsel projelerin sayısında önemli bir artış olmuştur. Bu süreçte hemen her ekonomik sektörde yaşanan büyüme, şehirlerin fiziksel çevresinde belirgin değişimlere neden olurken, her yeni kentsel yatırım Türkiye şehirlerini fiziksel ve ekonomik anlamda geliştirmiş, şehirlerde gayrimenkul fiyatlarını da yükseltmiştir. Bu çalışma Antalya'nın Manavgat İlçesi'nde kamusal bir yatırım olarak hayata geçirilen ırmak kıyı düzenleme projesinin yerleşmede ne oranda bir ekonomik değer artışına neden olduğu, bu değerlerin hangi aktörlerce nasıl paylaşıldığı, bu süreçte sosyal adaletin tesis edilip edilmediği, baş aktör olan kamunun finansal ve sosyo-çevresel açılardan nasıl bir kazanım veya kayıp içinde olduğu sorularına bir cevap bulmayı amaçlamaktadır. Araştırmada literatür taraması, doküman incelemesi, saha araştırması, sistematik gözlem, derinlemesine görüşme, anket ve fayda-maliyet analizi yöntemleri birlikte kullanılmıştır.

2. Kamusal Yatırımlar ve Değer Artışının Kamuya Finansal ve Sosyo-Çevresel Geri Dönüşü

Kamu yatırımları devletin üstlendiği yatırımlar olup; devletin yapamayacağı yatırım mal ve hizmetlerinin bedelinin özel sektöre belirlenmesine izin verilmesi halinde bu yatırımlar kamu kimliğinden çıkarak özel sektör yatırımı haline gelmektedir. (Irmak, 2010:8) Devlet tarafından yapılan kamusal yatırımlardan bir gelir beklenilmemekte olup, yüksek maliyetli yatırımlardır. Kamusal yatırımlardan yararlanmada hiçbir vatandaş kısıtlanamaz, ancak bir bedel karşılığı yararlanma imkânı sağlanır. (Irmak, 2010:12).

Kamusal yatırımlar kamu kurumlarının özellikle yerel yönetimlerin seçim yatırımları haline gelmiş durumdadır. Oysaki doğru ve yerinde kararlarla yapılan kamu yatırımlarının

kentlerin sosyal ve ekonomik açıdan gelişmesinde oldukça etkili rollere sahip olduğu görülmektedir.

2.1. Değer artışı ve Değer Artışının Paylaşımında Sosyal Adalet

Değer artışını kentte emek harcamadan, sermaye kullanmadan taşınmazda meydana gelen kentsel rant olarak tanımlamaktadır. (Kaya, 2008:5)

Değer artışı, bir iktisadi varlığın bir gider karşılığı olmadan, zaman içinde meydana gelen beklenilmezlik ve hak edilmemezlik nitelikleri ağır basan artışlardır. Kentsel rantları ise ortaya gerek hızlı nüfus artışı gerekse sanayileşme nedeniyle gayrimenkullerin değerlerinde oluşan artışlardır. (Umay, 2006:31).

Sosyal adalet perspektifi, “bir şehir gelişirken ve kalkınırken ortaya çıkacak refah ve değer üzerinde o şehirde yaşayan tüm sakinlerin hakkı vardır” ilkesine dayanır. (Eren, 2016).

2.2. Değer Artışının Kamuya Geri Dönüşü

Kentsel rantın kamuya aktarılmasında çeşitli ülkelerde çeşitli uygulama araçları kullanılmakla beraber birçok kaynakta bu uygulama araçları Parasal Olan Uygulama Araçları ve Parasal Olmayan Uygulama Araçları olarak iki grup halinde karşımıza çıkmaktadır. Parasal uygulama araçları; boş duran arsaların vergilendirilmesi, kent imarını etkileyici bir verginin konulması, taşınmaz malların değerlerindeki artışın vergilendirilmesi, taşınmaz malın el değiştirmesi durumunda alınan vergiler, emlak vergisi ve altyapı harcamalarına katılma payı iken parasal olmayan uygulama araçları; kamulaştırma, sınır düzeltmesi, satın alma, yapı yasağı ve yapı yasağı yapma zorunluğu getirme, yoğunluk teşviki yöntemi, önalım (şuf'a) hakkı, imar hakkı transferi, arsa ve arazi düzenlemesi uygulamalarıdır.

Türkiye’de değer artışının kamuya aktarılmasında kullanılan uygulama araçları; kamulaştırma, ilgisinin talebi üzerine uygulama, vergi ve benzeri araçlar, satın alma-devletleştirme ve ulusallaştırma yoluyla kamunun toprak sağlaması, kentsel dönüşüm, eşitlik ilkesine göre arazi ve arsa düzenlemesi, imar programı, yapı yasağı ve yapı yapma zorunluluğu, yola terk ve yoldan ihdas olarak incelenmiştir.

Türkiye’de kentsel ekonomik artı değerın kamuya aktarılmasında Taiwan ve Hindistan’da uygulanan “taşınmaz malın değerindeki artışın vergilendirilmesi” ve Şili, Suriye, Uruguay ve Çin’de uygulanan “boş duran arsaların vergilendirilmesi yöntemleri” nin kullanılması gerekmektedir. Taşınmaz malın değerindeki artışın vergilendirilmesi ve boş duran arsaların vergilendirilmesi, Türkiye’de vergilendirme sisteminin en önemli eksikliklerinden birisidir. Özellikle yerel yönetimler yatırımlarının finansal olarak geri dönüşünü almalarını sağlamak için bu vergi sistemlerinin tesis edilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Boş duran arsaların vergilendirilmesi suretiyle Türkiye’de spekülâtif amaçlı arsa bekletilmesinin önüne geçilebilecektir.

3. Sonuç

Manavgat Irmak Kıyı Düzenleme Projesi’nin yerleşme genelinde bulunan gayrimenkullerde ortalama %12.4’ lük bir değer artışına neden olduğunu; ancak imar mevzuatında artı değeri kamuya geri aktaran imar uygulama araç ve mekanizmalarının eksikliğinden dolayı, üretilen bu artı değerın tüm yerleşme sakinleri arasında adil ve dengeli

şekilde bölüştürülemediğini ortaya koymuştur. Araştırma sonuçları, Türkiye’de kamusal projelere bağlı ortaya çıkan gayrimenkul değer artışlarının kamuya (devlete ve topluma) adil şekilde geri dönüşünü sağlamaya yönelik imar uygulama araç ve mekanizmalarının varlığının ve etkinliğinin sorgulanması gereğine işaret etmektedir. Bunun yanında sosyal adaletin tesisi ve doğal çevrenin korunması adına kamusal yatırımlar hayata geçirilmeden önce, ekonomik ve sosyo-çevresel kazanımları/kayıpları birlikte değerlendiren fayda-maliyet analizlerinin detaylıca yapılmasına ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Manavgat Irmak Kıyı Düzenleme Projesi, Ekonomik Artı Değer, İmar Uygulama Araçları, Rantın Bölüşümü, Sosyal Adalet

JEL Kodları: R32, R38

References

Eren, F. (2016). “Kütahya’nın Gayrimenkul Piyasa Yapısı ve Davranışı”, (Ed.) Erdem, R., Meşhur, F.A., Karakayacı, Ö. ve Eren, F., Kütahya’da Planlama Düşünceleri Üzerine, Atlas Akademi Yayınevi, Konya. s.41-56, ISBN: 978-605-66689-0-6.

Irmak, E. (2010). *Kamu Yatırımları Finansmanı ve Alt Yapı Yatırımlarının Finansmanında Altyapı Yatırım Ortaklıklarının Kullanılması Ve Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Kaya, E. (2008). *Kentsel Rantların Vergilendirilmesi*, <http://www.yerelsiyaset.com>, (10.12.2017)

Umay, M. A. (2006) *Kentsel Rantlar Nedeniyle Oluşan Gelirlerden Kamunun Pay Alması Gerekmez mi?*, Mali Kılavuz Dergisi, Sayı:31.

Literature Review on Generation R Emerged by Changes in Working Life

Akyay UYGUR¹³⁰, Şerife KARAGÖZ¹³¹

Abstract

Increasing competition with the widespread of globalization and current technological developments are decisive factors in gaining competitive advantage by enterprises. The 21st century is a time of intense change in the working life and the labor force. The socio-technological developments experienced in the production process brings with it some changes in the structure of the working life. Flexible employment conditions leads to the individualization of working conditions, notion of more profit and less employment. the enterprises striving for an advantage in a highly competitive environment have creAted a workforce that is aligned with the changing expectations of the working life and whose quality and knowledge are at the forefront. In this context, employees are included in various generations to the extent of appropriate criteria. Although there are a number of different opinions on generation clasification generations in working life have been referred as silent generation, baby boomers, X generation, Y generation, Z generation. But change emerged in the result of globalization has led to the formation a new genius within the generation class. This labor force profile, which started to be defined as the "R" recession generation, is the R generation, which is known in English as the first letter of the recession word meaning stagnation. After the economic crisis in 2008 this generation entered entered into the literature and took its place in the generation classification. In this period of time, changes in the educated workforce have begun to be observed. For the sake of being employable, transformation from Y to R (recession generation) is a sign of change. This workers of this generation, whose level of education is high, has begun to fulfill the work of several person at the same time, without a change in the employees' wages and titles. Ability to adapt to new situations, take responsibility, constantly update their qualifications, determine their personal vision and goals, be proactive, manage their own personal development, learn excitement and take initiative are characteric features of this generation. Generation R actually represents today's employability qualities. Increased workloads of this generation, which are forced to increase their qualifications along with changes in working life, undertake more than one workload, do not promise them higher positions. Instead, work positions that are limited by uncertainty and horizontal movements are observed to grow sideways. At the same time, despite increased workloads, there is no increase in wages. Generation R is forcing the unemployed worker to be more skilled to find a work, because despite his high performance he is afraid of losing his work and he needs of further

¹³⁰ Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, uygura@gazi.edu.tr

¹³¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
SBE, krgz_srf@hotmail.com

development to find another work. It is also possible to increase the number of qualified labor force in the labor market, as well as to increase unemployment.

The new employee type redefined by Change feels that they can be discharged anytime regardless of their position, and they do not have a guaranteed business life. The changing process of life affects both the work itself and the work and the relationship established by it in order to be employable. In the study, the literature on Generation R was searched by taking into account the new dynamics that emerged in the working life as a generation transition, which began to be described in the literature after the 2008 economic crisis, and how they would shape the employment of educated young people.

Keywords: Generation R, Change in Working Life, Educated Workforce

JEL Codes: M10, M12, M16

Çalışma Hayatında Yaşanan Değişimin Ortaya Çıkardığı R Kuşağı'na Yönelik Literatür Taraması

Özet

Küreselleşmenin yaygınlaşması ile artan rekabet ortamı ve yaşanan teknolojik gelişmeler, işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde belirleyici bir unsur olmaktadır. 21. yüzyıl, çalışma hayatında ve işgücünde meydana gelen değişimlerin yoğun olduğu bir dönemdir. Üretim sürecinde yaşanan sosyo-teknolojik gelişmeler, çalışma hayatının yapısında birtakım değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Esnekleşen istihdam şartları; çalışma koşullarının bireyselleşmesine yol açmakta, işletmeyi daha fazla kâr ve daha az istihdam anlayışına yöneltmektedir. Yoğun rekabet ortamında avantaj elde etmek isteyen işletmeler, çalışma hayatının değişen beklentilerine uyum sağlayan, niteliğin ve bilginin ön plana çıktığı işgücü yaratmışlardır. Bu bağlamda çalışanlar uygun kriterler ölçüsünde çeşitli kuşaklara dâhil olmaktadır. Çalışma hayatında kuşaklar sınıflandırılırken birtakım farklı görüşler olsa da kuşaklar; sessiz kuşak, baby boomers, X kuşağı, Y kuşağı, Z kuşağı olarak literatürde yerini almıştır. Fakat küreselleşmenin sonucu yaşanan değişim, kuşak sınıflandırmasının içerisine yeni bir kuşağın daha ilave edilmesine sebep olmuştur. R kuşağı (recession generation) olarak tanımlanmaya başlayan bu işgücü profili, İngilizce de durgunluk anlamına gelen recession kelimesinin ilk harfi ile anılan R Kuşağıdır. 2008 ekonomik kriz sonrasında literatüre girerek kuşak sınıflandırılması içerisinde yerini almaktadır. Bu zaman diliminde, eğitilmiş işgücü üzerinde değişim gözlenmeye başlamıştır. İstihdam edilebilir olmak adına Y kuşağından R kuşağına (recesssion kuşak) dönüşüm, değişimin bir göstergesidir. Eğitim düzeyi oldukça yüksek seviyede olan bu kuşağın çalışanları, ücretlerinde ve unvanlarında bir değişim olmadan aynı anda birden fazla kişi tarafından yapılan işi tek başına yapmaya başlamıştır. Kuşakta; yeni durumlara uyum gösteren, sorumluluk alabilen, niteliklerini sürekli güncelleyebilen, kişisel vizyon ve amaçlarını belirleyebilen, proaktif, kendi kişisel gelişimini yönetebilen, öğrenme heyecanı duyabilen ve inisiyatif alabilme gibi özellikler dikkat çekmektedir. R kuşağı aslında günümüzün istihdam edilebilirlik vasıflarını ifade etmektedir. Çalışma hayatındaki değişimlerle beraber vasıflarını artırmak zorunda kalan, birden fazla iş yükünü üstlenen bu kuşağın artan iş yükleri onlara daha üst pozisyonlar vaat etmemektedir. Bunun yerine belirsizlik ve yatay hareketlerle sınırlı iş pozisyonlarının yana doğru büyüdüğü gözlenmektedir. Aynı zamanda artan iş yüklerine rağmen ücretlerinde de bir artış olmamaktadır. R Kuşağı, yüksek performansına rağmen işini kaybetme korkusu taşımakta ve başka bir iş bulabilmek için kendini

daha fazla geliştirmesi gerektiğine inanmakta olduğundan, işsiz olan işgücünü iş bulabilmek için daha vasıflı olmaya zorlamaktadır. Bu yönüyle işsizliği de arttıran bir unsur olmakla birlikte, işgücü piyasasındaki nitelikli işgücü sayısını arttırması da olasıdır.

Değişimin yeniden tanımladığı yeni çalışan tipi çalışanlara pozisyonları ne olursa olsun her an işsiz kalabilecekleri, garantili bir iş yaşamına sahip olmadıkları gerçeğini hissettirmektedir. Yaşanan değişim süreci, çalışanın istihdam edilebilir olmak adına hem kendisiyle, hem işiyle hem de çevresiyle kurduğu ilişkiyi etkilemektedir. Çalışmada, 2008 ekonomik kriz sonrasında literatürde tanımlanmaya başlanmış olan ve bir kuşak dönüşümü olarak çalışma hayatında ortaya çıkan yeni dinamiklerin, eğitilmiş gençlerin istihdamlarını nasıl şekillendireceği ele alınarak, R kuşağı ile ilgili literatür taraması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: R Kuşağı, Çalışma Hayatındaki Değişim, Eğitilmiş İş Gücü

JEL Kodu: M10, M12, M16

Etik Kodların İçerik Analizi İle Değerlendirilmesi

İbrahim AKSEL¹³², Zübeyir BAĞCI¹³³, Yeliz MOHAN BURSALI¹³⁴, Emine KOLBAŞI¹³⁵

Abstract

Morality, ethics and codes of ethics are mostly expressed during periods of crisis. In fact it is necessary to cover every aspect of working life.

KPMG, Rotterdam School of Management and Erasmus University have explored ethical codes of businesses in Fortune Global 200. This study aims at the implementation of similar scale of Turkey. Fortune Turkey is the first 100 businesses is sampling of this study. Business reports, corporate governance compliance reports, web pages and Fortune-Turkey releases has been made content analysis. It has not been investigated whether ethical codes exist in the business. It was researched to what extent the disclosures about these codes were publicly announced.

Keywords: Ethics, Ethics Code, Content Analysis

JEL Codes: M12, M14

Özet

İş dünyasında, ahlâk, etik ve etik kod gibi kavramlar daha çok kriz dönemlerinde gündeme gelse de çalışma hayatının her alanını kapsamaları gerekmektedir. Bu çalışma, KPMG, Rotterdam School of Management ve Erasmus Üniversitesi işbirliği ile yapılan Fortune Global 200'deki işletmelerin etik kodları araştırmasının benzerinin Türkiye ölçeğinde uygulanmasını amaçlamaktadır.

Fortune Türkiye'nin 2016 yılı verileri dikkate alınarak, ekonomik büyüklüğe göre belirlediği ilk 100 işletme bu çalışmanın ana kümesini oluşturmaktadır. Söz konusu ana kütlede yer alan işletmelerin, faaliyet raporları, kurumsal yönetim uyum raporları, internet sayfaları ve Fortune Türkiye'deki açıklamaları içerik analizine tabi tutulmuştur. KPMG-Rotterdam Ün.-Erasmus Ün. araştırmasında yer alan 10 etik kodun söz konusu kaynaklarda ne derece ilân edildiği incelenmeye çalışılmıştır.

Araştırma bu kavramların söz konusu işletmelerde var olup olmadığını değil, bu kodlar ile ilgili açıklamaların halka açık olarak ne derece ilan edildiğinin içerik analizi yoluyla tespitini kapsamaktadır.

¹³² Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İİBF, YBS Bölümü, iaksel@pau.edu.tr

¹³³ Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, zbagci@pau.edu.tr

¹³⁴ Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, ybursali@pau.edu.tr

¹³⁵ Pamukkale Üniversitesi, SBE, emineardic0@gmail.com

Anahtar Kelimeler: Etik, Etik Kod, İçerik Analizi

JEL Kodları: M12, M14

1. Ahlâk, Etik ve Etik Kod

Ahlâk ve iş ahlâkı kavramları hiç şüphesiz yeni kavramlar değildir. Bununla birlikte sanayi devriminden bu yana iş ahlâkı kavramının önemi nispi olarak değişmektedir. Son dönemde yaşanan, büyük ölçekli işletmelerin iflasları ve bunların tetiklediği dünya çapındaki krizler, ahlâk konusunu iş dünyasının merkezine tekrar taşıdı. Gerek teoride gerekse uygulamada iş ahlâkı konuları içinde “etik kod” kavramı görece dikkat çeken konular arasında yer aldı.

Etik kodlar, kültürlere ve işletmelere göre farklılıklar gösterse de değişmeyen temel ilkelerden söz etmek mümkündür. Bir yandan kârını maksimize etmeye öte yandan ahlâkî olmaya çalışan işletmelerin yaşadıkları gri alanların sınırlarını çizmek için etik kodlar, çözüm arayanlar için sakin liman olma özelliğini taşımaktadır.

1.1 Etik

Türk Dil Kurumu (2018), etik kavramını, “töre bilimi”, “çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü”, “etik bilimi”, “ahlâkî, ahlâkla ilgili” olarak açıklamaktadır.

İyi, kötü, doğru, yanlış gibi kavramların üstünde duran etik kavramını Pehlivan, (2002, 84), ahlaki davranış, eylem ve yargıları ilgilendiren bir konu, felsefe ve bilimin önemli bir parçası ve sistematik çalışma alanı olarak tanımlamaktadır.

Yunanca “ethos” sözcüğünden türeyen etik adet, töre, görenek, alışkanlık ve toplumdaki ilişkileri düzenleyen norm ve değerler anlamlarına gelmektedir (Piepper, 1999: 30-31).

1.2 Ahlâk

Türk Dil Kurumu (2018), ahlâk kavramını, bir toplum içinde kişilerin uymak zorunda oldukları davranış biçimleri ve kurallar olarak tanımlamaktadır.

Günlük kullanımda neredeyse eş anlamlı olarak kullanılan ahlak ve etik kavramları birbirinden farklıdır. İngilizce “*morality*” olarak ifade edilen ahlâk kavramı âdet, gelenek-görenek; “*ethos*” olarak ifade edilen etik kavramı ise karakterin eğitilmesi anlamında kullanılmaktadır (Terkel ve diğ., aktaran Yüksel, 2006, 172).

Ahlâkî değerler, kişilere, toplumlara, ana kültür ve alt kültürlere bağlı olarak farklılıklar gösterebilirken; etik değerler, daha evrensel olarak kabul edilmektedir (Tüsiad, 2005-1: 49).

Ahlâkî kavramların ne olduğunu, gerçekte ne anlam ifade ettiğini araştırmaya başlayan bireyler, “ne yapmalıyım?”, “nasıl yapmalıyım?” sorusunu cevaplamaya çalışır ve hayatını ahlaki ilkelere dayandırma çabasını gösterir, sonrasında o düşüncesini cisimleştirerek davranışta bulunur. Davranıştan sonra bunun gerekçelerini açıklar. Teori, böylece ahlakın etiğe geçiş sonrası karşımıza çıkan durum ve davranışlara yön verme işlevidir (Bayrak Kök, 2012: 60).

1.3 Etik Kodlar

Etik Kod, kurumların çalışanlarına, beraber iş yaptığı kişi ve diğer kurumlara ve kamuya sorumluluklarını özetleyen, temel değerlerini ve ilkelerini yansıtan, çalışanlara kabul edilebilir ve edilemez davranışlar konusunda yol gösteren bir kurallar bütünüdür (KPMG, 2017).

Etik kodlar, piyasanın aktörleri tarafından, belirsiz ve karmaşık durumlarda karar vermeyi kolaylaştırmak amacıyla geliştirilen yazılı veya yazılı olmayan davranış kalıpları olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle etik kodların, çalışanın ahlâkî çıkmazla karşılaştığında hareket yönünü tayin eden bir pusula olduğu söylenebilir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 97).

Etik kodlar işletmelerin kültürünü dikkate alarak belirli ilke ve esaslara göre hangi davranışların uygun olup olmayacağını belirleyen resmi ve yazılı belgedir. Tanımda geçen resmi ve yazılı belge ifadesi etik kodların uygulama için bir zemin olması gerektiğini ifade etmektedir. Bir başka ifade ile etik kodların sadece yazılı bir levha olarak değil davranış kodları olarak benimsenmesi ve çalışanların rahatça benimseyeceği şekilde düzenlenmesi sağlanmalıdır.

İş dünyasının etik konusuna yönelmesinin ilk somut işaretlerinden biri olan etik kodlar (Berkman ve Aslan, 2009: 99), İbn Haldun'un, bireylerin hürriyetini kaybettiği hissine kapılmadan, tabii bir süreç içinde, içtenlikle ve kendiliğinden uyulacak şekilde belirlenmesi gerektiğini söylediği toplumsal kuralların (Kozak, 2012: 168) bir iz düşümü gibi olmalıdır.

Evrensel olarak genel geçer bir etik kodlar manzumesi oluşturmak mümkün olmasa da ortak paydayı ifade edecek bir takım ilke ve değerlerden söz etmek mümkündür (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 97-99);

- İnsan mutluluğunun araç değil amaç olması,
- Dürüstlük ve hukuka bağlılık,
- Özeleştir, güven ve karşılıklı saygı,
- Duygu ve değerlerin ortak kültürü,
- Sürekli gelişim ve tutarlılık
- Demokratik katılım,
- Bütünsel bakış açısı,
- Yaratıcılık ve uzlaşmayla sonuçlanan çıkar çatışmaları,
- Ürün ve hizmetlere ilişkin olarak güvenilirlik ve kalite,
- Güvenilir ve sağlıklı çalışma şartları.

2. Araştırma

2.1 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın ana amacı, etik kodların işletmelerin gündeminde ne kadar var olduğunu ortaya koymaktır.

Denetim, vergi ve danışmanlık firması olan KPMG, 2014 yılında Rotterdam School of Management, Erasmus Üniversitesi işbirliği ile dünyanın en büyük şirketlerini oluşturan Fortune Global 200'ün etik kodlarını inceledi. Çalışma sonunda, etik kodlarda en fazla atıf yapılan 10 temel değer ortaya çıkarken, doğruluk, saygı ve dürüstlük ilk üçte yer aldı (KPMG, 2017). Bu çalışmanın çıkış noktası bu araştırmadır. Bu doğrultuda Fortune Türkiye'de bulunan ilk 100 işletmenin belirlemiş oldukları etik davranış kodlarının içinden belirlenen 10 değeri içerik analizi yoluyla ne ölçüde ele aldıkları incelenmiştir.

Fortune Türkiye, her yıl gelir büyüklüğüne göre ilk 500 şirketi ilân etmektedir. Bu çalışmada, Fortune Türkiyede 2016 verilerinde bulunan en çok gelir elde eden 500 şirketten ilk 100 işletme ele alınmıştır. Bu işletmeler, 8 ayrı sektör başlığı altında kategorileştirilmiştir.

Çalışmada kullanılan içerik analizine tabi tutulan bilgiler Fortune-Türkiye ve ilgili işletmelerin kurumsal web sayfalarından elde edilmiştir.

2.2 Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada, araştırma kapsamına giren 100 işletmenin kurumsal internet (web) sayfalarında yayınlamış oldukları “Etik Davranış Kuralları” incelenmiş ve 89 işletmenin web sayfalarında yer alan bilgiler analize tutulabilmiştir. Söz konusu bu işletmelerin, “Etik Davranış Kuralları” olarak belirlenen ortak değerler kapsamında 10 değeri içerik analizi yoluyla ne ölçüde ele aldıkları incelenmiştir.

İçerik analizi, yazılı, sözlü ya da görsel iletişim mesajlarını analiz yöntemidir (Cole, 1998: 54). Başlangıçta açık bilgilerin objektif, sistematik ve nicel açıklaması olarak ele alınan bu kavram, daha sonra gizli içerikleri yorumlamayı kapsayacak doğrultuda genişletilmiştir (Graneheim ve diğ., 2004: 105).

Genel olarak içerik analizi bir metin içerisinde belirli kelime, içerik ve kavram kullanımının belirlenmesi ve sayılması ile niteleyici (kalitatif) olarak başlamaktadır. Bu noktadan sonra belirli kelimeler ve içeriklerinin sıklık ve sayısının belirlenmesine odaklanılarak nicelik (kantitatif) olarak devam etmektedir (Kondracki & Wellman, 2002). Buradan elde edilen verilerin katsayı ve oransal olarak değerlendirildiğinde (Örn. Dahlsrud, 2008) daha anlamlı sonuçlar verdiği belirtilebilir.

Çalışmada, KPMG’nin yaptığı araştırmalar sonunda en çok ele alınan 10 temel değer dikkate alınmıştır. Bu 10 temel değer sırasıyla şu şekilde belirtilebilir;

1. Doğruluk
2. Dürüstlük
3. Saygı
4. Sorumluluk
5. Güven
6. Müşteri Odaklılık
7. Performans
8. İletişime Açıklık
9. Takım Çalışması
10. İnovasyon

Çalışmaya konu olan Fortune-Türkiye en büyük ilk 100 işletme incelenmiş, 89 işletmenin etik kodları belirleyip ilân ettiği, geri kalan 11 işletmenin hâlihazırda etik kodları var olsa bile internet üzerinden ilân etmediği tespit edilmiştir.

İşletmelerin, etik kitapçığında ve etik davranış kurallarında ele alınan “etik kodlar” dikkate alındığı gibi misyon-vizyon-değerler başlığı altında yer alan “etik kodlar” da dikkate alınmıştır.

Araştırma ölçüsü olarak belirlenen bu 10 değer işletmelerin açıkladıkları etik davranış kurallarında yer almış ve yer almamış olarak kodlanmıştır. İşletmelerin yayınlamış oldukları rapordaki ifadelerle bakıldığında bazı değerlere verilen önemden dolayı başlıklar şeklinde raporlarında belirtmiş oldukları görülmüş ve ‘var’ kriteri bazında değerlendirilmiştir. Örneğin işletmelerin belirledikleri etik kodlar başlıklarında belirtmedikleri ancak açıklama olarak

performans kriterini başka bir alanda açıklanmasına ilişkin bu yönde verilen bilgiler de “var” olarak kodlanmıştır. Çalışma kapsamında değerlendirilen işletmeler 8 sektör olarak kategorize edilmiştir;

1. Sağlık
2. Elektrik, su, gaz, maden
3. İmalat
4. Teknoloji
5. Toptan-perakende ticaret
6. Ulaştırma ve haberleşme
7. İnşaat
8. Holding

2.3 Araştırma Bulguları

İşletmelerin etik davranış kuralları incelendiğinde ortaya çıkan ortak değerler bazında ele alındığında 10 etik davranış kodu üstünde atıf yapıldığı bulunmuştur. Belirlenen bu değerlere bakıldığında, araştırma boyunca değerlendirilen işletmelerin bütün değerleri tam olarak firmalarına yansıtmadıkları görülmüştür. Belirlenen değerlere ilişkin elde edilen bulgular Tablo-1’de görülmektedir.

Belirlenen değerler ve işletme sayıları dikkate alındığında; saygı (61), dürüstlük (58), sorumluluk (75), güven (71), müşteri odaklılık (53), inovasyon (58) konularının işletmelerin yarısından fazlasının firmalarda önem verildiği görülmektedir.

Buna karşılık doğruluk (57), performans (51), iletişime açıklık (53), takım çalışması (61) konularında işletmelerin önem arz etmediği görülmektedir.

Tablo-1. İşletmelerin “10 Etik Kod”a İlişkin Frekans Dağılımı

Etik Kodlar	Var	Yok
Doğruluk	32	57
Saygı	61	28
Dürüstlük	58	31
Sorumluluk	75	14
Güven	71	18
Müşteri odaklılık	53	36
Performans	27	62
İletişime Açıklık	34	55
Takım Çalışması	26	63
İnovasyon	58	31

Araştırmaya göre, belirli bir oran altında kalan değer görülmemektedir. Doğruluk kavramını diğer saygı ve dürüstlük kavramları ile doğru orantılı olması beklenirken istenilen ölçüyü karşılamamış, aksine ters oran gözlemlenmiştir.

Tablo-1’de dikkat çeken “sorumluluk” (75) en çok işletmede var olmasının sebebi, değerler farklı boyutları içermesidir. Bunlar, çalışanlarına karşı sorumluluk, paydaşlarına karşı sorumluluk, çevreye karşı sorumluluk ve sosyal sorumluluk boyutlarıdır. Araştırma kapsamında değerlendirilen işletmelerde söz konusu bu boyutlardan herhangi birisinin var olması durumunda sorumluluk değeri “var” olarak kodlanmıştır.

Tablo-2. İşletmelerin “10 Etik Kod”a İlişkin Sektör Dağılımı (87 işletme)

	Sektör	Sağlık	Elektrik, Su, Gaz, Maden	İmalat	Teknoloji	Toptan-Perakende Ticaret	Ulaştırma ve Haberleşme	İnşaat	Holding
ETİK KOD	İşletme Sayısı	2	28	24	4	6	9	9	5
Doğruluk	V	0	6	11	2	4	5	2	2
	Y	2	22	13	2	2	4	7	3
Saygı	V	0	20	18	2	5	7	4	4
	Y	2	8	6	2	1	2	5	1
Dürüstlük	V	0	17	15	3	6	5	6	4
	Y	2	11	9	1	0	4	3	1
Sorumluluk	V	1	24	22	2	6	7	9	3
	Y	1	4	2	2	0	2	0	2
Güven	V	1	22	20	2	6	8	7	3
	Y	1	6	4	2	0	1	2	2
Müşteri odaklılık	V	1	14	17	3	3	5	5	2
	Y	1	14	7	1	3	4	4	3
Performans	V	0	7	8	2	3	1	1	3
	Y	1	17	16	2	3	8	8	2
İletişime açıklık	V	0	9	14	1	4	2	2	1
	Y	2	19	10	3	2	7	7	4
Takım çalışması	V	2	8	8	1	1	1	2	2
	Y	0	20	16	3	5	8	7	3
İnovasyon	V	1	19	20	3	3	5	3	2
	Y	1	9	4	1	3	4	6	3

V = Bilgi var Y = Bilgi yok

İşletmelerin KPMG’de açıklanan değerlere ilişkin araştırmada ele alınan konuların sektörel olarak nasıl bir dağılım gösterdikleri Tablo-2’de görülebilir. Sektör ayrımı dikkate alındığında işletme sayısının 87 olarak değerlendirilmesinin sebebi, söz konusu iki işletmenin araştırma konusu 8 sektörden birine dâhil edilmemesi olmuştur.

Araştırma konusu etik kodların içerik analizi için, işletmelerdeki frekans dağılımı ve sektör ayrımından daha sağlıklı bir analiz yapılabilmesi için Tablo-3’de verilen katsayı ve oran ile hesaplanmıştır.

Tablo-3. Sektörlere Göre İşletmelerin Etik Kod Katsayı Dağılımı

SEKTÖR	Sağlık	Elektrik,Su, Gaz, Maden	İmalat	Teknoloji	Toptan-Perakende Ticaret	Ulaştırma ve Haberleşme	İnşaat	Holding
İşletme Sayısı	2	28	24	4	6	9	9	5
PBi	6	146	153	21	41	46	41	26
PBOi	0,3	0,52	0,63	0,52	0,68	0,51	0,45	0,52

Tablo-3’te görülen PB_i katsayısı, aşağıdaki formülde görüldüğü gibi oluşturulan bilgi sınıflamasında (toplam 16) yer alan paylaşılan bilgiler toplanarak bulunmuştur.

$$PB_i = \sum_{j=1}^x S_{BSji}$$

PB_i = paylaşılan toplam bilgi puanı i

S_{BSji} = paylaşılan bilgi sınıflaması j paylaşılan bilgi sayısı i x = paylaşılan konuların toplamı i

PBO_i katsayısı ise her bir sektör için elde edilen PB_i katsayısının sektördeki toplam açıklanan bilgi sayısına oranlanmasıyla elde edilmiştir.

$$PBO_i = \frac{PB_i}{\sum_{k=1}^y S_{BSk}} \times 100$$

PBO_i = paylaşılan bilgi oranı i

PB_i = paylaşılan toplam bilgi puanı i

$SBS k$ = sektördeki işletme sayısı k paylaşılan bilgi sayısı i y = paylaşılan konuların toplam puanı i

Yukarıdaki formüller ele alındığında sektörlerin katsayıları 1’e yaklaştıkça atıf yapılan değerlerin işletmelerin belirledikleri etik kodlar içinde mevcut oldukları söylenebilir. Araştırma sonuçlarına göre sağlık ve inşaat sektörü haricinde diğer sektörlerin katsayısı 0,5’i geçmektedir. Araştırma kapsamındaki işletmeler sektörel olarak değerlendirildiğinde atıf yapılan değerleri kendi etik davranış kurallarına daha fazla yansıtan sektörler olarak elektrik-su-gaz-maden (0,52), imalat (0,63), teknoloji (0,52), toptan-perakende ticaret (0,68), ulaştırma ve haberleşme (0,51), holding (0,52) olarak görülmektedir.

Araştırma sonuçlarına bakıldığında sağlık sektörü düşük bir orana sahiptir. Bunun sebebi araştırma evreninde yer alan işletmelerden sadece 2 tanesinin sağlık sektöründe olması olabilir.

Sonuç

Çalışmada Türkiye'nin ilk 100 şirketinin içinde yer alan 89 şirketin KPMG'nin belirlediği etik kodlar ile ilgili ilk 10 değer bağlamında işletmelerde hangi ölçülerde yer aldığı değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamında Türkiye'nin ilk 100 şirketine bakıldığında her işletmenin ayrı bir şekilde etik kod kitapçığı belirlemediği bazıları faaliyet raporlarında ele alırken bazıları sürdürülebilir faaliyet raporlarında etik koddan bahsederken bazıları ise vizyon, misyon yanında değerlerimiz olarak başlık atmış bulunmakta olduğu görülmüştür. Ayrıca ilk 100 işletme ile yola çıkıldığında araştırmalar sonucu bazı işletmeler etik koddan bahsetmezken bazıları ise halka açmadıklarını belirttikleri için 89 işletmeye indirgeyerek araştırmaya devam edilmiştir.

Araştırma sadece her işletmenin "Etik Davranış Kuralları" kapsamında ayrı bir alan olarak ele alınmayıp etik kodları farklı belgelerle belirttikleri için tam olarak gerçekliği yansıtmayabilir.

Araştırma kapsamında işletmeler söz konusu bu değerleri raporlarında belirttikleri halde hangi ölçüde uyguladıkları başka bir araştırma konusu olabilir.

Kaynakça

Bayrak Kök, S. (2012). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve Etik, Anadolu Üniversitesi. 1. Baskı, Eskişehir.

Bektaş Ç. ve Köseoğlu M. A. (2007). Etik Kodlarının Yönetmelik Karar Alma Sürecine Etkileri ve Bir Model Önerisi. İş,Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi. Cilt:9. Sayı:2

Berkman Ü. ve Arslan M. (2009) Dünyada ve Türkiye'de İş Etiği ve Etik Yönetimi. Tüsiad Yayınları. No: 2009-06-492. İstanbul

Cole F.L. (1988) Content Analysis: Process and Application. Clinical Nurse Specialist 2(1):53-57.

Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions. Corporate Social Responsibility And Environmental Management, 15(1):1-13.

Graneheim, U. H. and Berit L. (2004), Qualitative Content Analysis in Nursing Research: Concepts, Procedures and Measures to Achieve Trustworthiness. Nurse Education Today, 24.2, 105-112

Kondracki, N. L., & Wellman, N. S. (2002). Content analysis: Review of methods and their applications in nutrition education. Journal of Nutrition Education and Behavior, 34, 224-230.

Kozak. İ. E. (2012). İbn Haldun'un İşletme ve Kamu Yönetimine İlişkin Görüşlerine Günümüzden Bir Bakış. İş Ahlakı Dergisi. Cilt:5. Sayı:9. ss. 163-184

Kpmg. (2017). İşletmelerin Olmazsa olmazı: Etik Kod. Kpmg Gündem. İstanbul

Pehlivan İ. (2002) Yönetmelik, Mesleki ve Örgütsel Etik. 2. Baskı. Ankara: Pegem

Pieper, A. (1999) Etiğe Giriş (Çev: Veysel Ataman; Gönül Sezer), Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Terkel, E., Terkel, S. N., & Duval, R. S. (1999). Encyclopedia of ethics. Facts On File.

Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts, Erişim: 15 Mart 2018

Tüsiad, (2005); Devlette Etikten Etik Devlete: Kamu Yönetiminde Etik. Kavramsal Çerçeve ve Uluslararası Uygulamalar Cilt 1-2. İstanbul

Yüksel, C. (2006). Kamu Yönetiminde Etik ve Türk Kamu Yönetiminde Etik Hakkında Yeni Yasal Düzenlemeler. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, 64 (2), 167-212.

Yüksel, M. (2015). Etik Kodlar, Ahlâk ve Hukuk. Hacettepe Law Review, 5 (1), 9-26.

Corporate Social Responsibility: Content Analysis of Banking Sector

Ceren ORAL¹, Elçin KIPKIP², Sinem GEÇDOĞAN³

1. Introduction

With the development of technology and globalization, the expectations of the people from the institutions that serve the needs of society also increase. Expectations are more important with the increase of conscious individual profile. According to the needs of the society, the companies have to respond to the expectations of the society in order to ensure continuity and this leads to social responsibility.

In this study, corporate social responsibility has been examined from a conceptual point of view, with its main approaches and influencing factors, and today it has been addressed with the standards created by increasing importance. At the same time, banks' corporate social responsibility approaches were examined by content analysis method.

2. Corporate Social Responsibility

It is known as Howard Bowen, who first introduced corporate social responsibility. According to Howard Bowen, business people have certain responsibilities that they are responsible for making, and these liabilities are that the decisions made should benefit society as well as the company. Apart from that, it is necessary to provide common benefits for the company and society, to make decisions from a broad perspective, to ignore economic, environmental and social influences, to cooperate with applied policies and the state (Yamak, 2007: 27).

2.1. Conceptual Framework of Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility means that the company is responsible for behaviors such as the influence of individuals, communities and societies on their environment. Corporate social responsibility can also be seen as a socio-cultural activity (Pusak, 2014: 6).

Corporate social responsibility in general is the expectation that businesses will contribute to the economic duties and social welfare of the community and the well-being of its people. However, it is seen as a corporate philosophy approach that explains mutually beneficial

¹Assoc. Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Business Administration, Economics and Finance Department.

² Graduate Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, International Business and Trade Dept, elcinkipkip08@hotmail.com.

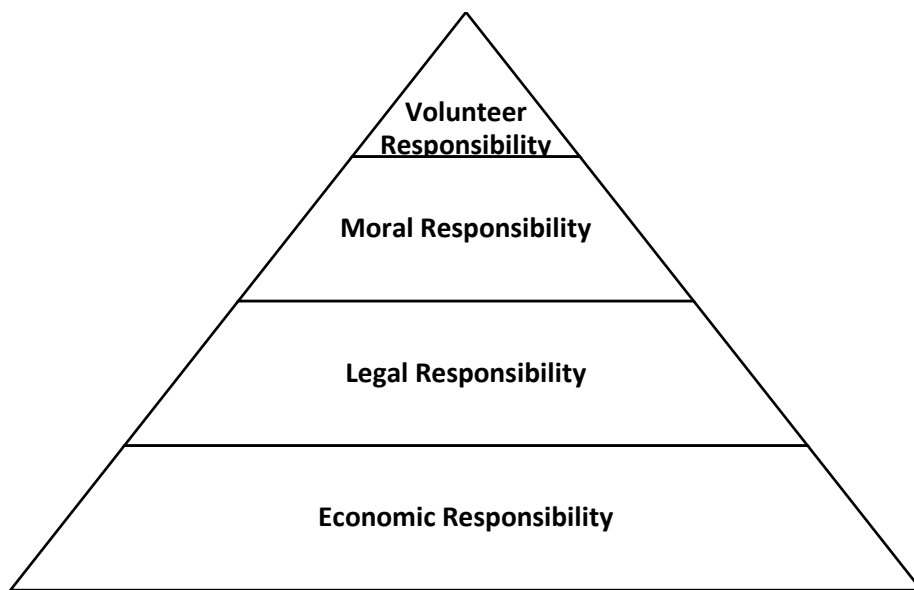
³ Graduate Student, Muğla Sıtkı Koçman University, Institute of Social Sciences, International Business and Trade Dept.

relationships between the influential individuals in the conduct of company activities and the stakeholders affected by the activities the company has undertaken (Becan, 2011: 18).

2.2. Areas of Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility is divided into four-part volunteer, moral, legal and economic responsibilities, which are addressed in specific dimensions in the social responsibility pyramid created by Carroll (Sarıkaya, 2009: 74).

Figure 1. Corporate Social Responsibility Pyramid



Source: Torlak, 2013: 34.

2.3. Corporate Social Responsibility Approaches

With the concept of corporate social responsibility taking place in the literature, many different perspectives have emerged against the concept.

2.3.1. Traditional (Classic) Social Responsibility

Classical social responsibility is also known as the Friedman Approach. According to Friedman, the aim of businesses should be maximization of profit ratio and market share. The social responsibility of the manager in business is to act for the interests of the investors, not the employees or the people (Alparslan, 2012: 16).

2.3.2. Modern Social Responsibility

Modern social responsibility concept is also referred to as "Socio-Economic Approach". According to this approach, the situation in which the business manager is responsible is to protect and enhance social welfare, apart from profit (Akhüseyinoğlu, 2010: 13).

3. The Importance of Social Responsibility in Businesses

In terms of businesses, social responsibility also means not only compliance with or respecting minimum legal regulations, but also investing in the individual, the environment and goods and services beyond the legal requirements of the company. There are not only goods and services that make businesses valuable or show them different values, but rather values they have gained community. It is possible to achieve this by having the spirit of social responsibility (Erkman & Şahinoğlu, 2012: 269-170).

4. Content Analysis of Corporate Social Responsibility of BIST-Based Banks

4.1. Aim and Method

The banks in BIST; Akbank Albaraka Turk Participation Bank, Denizbank, ICBC Turkey Bank, QNB, Finansbank, Sekerbank, Turkey Garanti Bank, Turkey Halk Bankasi, Turkey Business Bank, Development Bank of Turkey Inc., Foundations Bank, Industrial Development Bank and Yapi Kredi Bank is located. The content analysis method for corporate social responsibility of these banks was used as a data source through the internet sites of banks, annual reports, social responsibility reports and sustainability reports, and their projects were referred to.

4.2. Results

When looking at corporate social responsibility reports and the project and sustainability reports that are included in them, the said banks are working hard in education, culture, arts, sports and the environment. Also registered at BIST; Akbank Albaraka Turk Participation Bank, Denizbank, ICBC Turkey Bank, QNB, Finansbank, Sekerbank, Turkey Garanti Bank, Turkey Halk Bankasi, Turkey Business Bank, Development Bank of Turkey, Turkey Industrial Development Bank of Turkey Foundations Bank, Yapi Kredi Bank, some areas they provide sponsorship.

5. Conclusion

Banks have the most among financial institutions in Turkey, corporate social responsibility reporting continues to be one of the leading companies. The reason is that the financial sector is always an up-to-date sector that needs to interact with the whole world.

In the fourth chapter, the banks that are traded in Stock Exchange Istanbul were selected and the existence of corporate social responsibility projects was researched. In this part of the study, research was conducted using content analysis method and annual data of banks, internet sites, social responsibility reports and sustainability reports were used as data sources. When the social responsibility projects of the banks that are traded in Istanbul Stock Exchange are examined, it is seen that many progeny that are benefiting the community are realized. In this respect, the banks operate in the fields of education, environment, culture and art in order to ensure sustainability and to meet the needs of the society.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Finance, Banks.

JEL Codes: M14, G20.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bankacılık Sektörüne İlişkin İçerik Analizi

1. Giriş

Teknolojinin ve küreselleşmenin etkileriyle birlikte kişilerin, toplum ihtiyaçlarına hizmet veren kurumlardan olan beklentileri de artış göstermektedir. Bilinçli birey profilinin artmasıyla beklentiler daha önemli olmaktadır. Toplumun ihtiyaçlarına göre, devamlılık sağlamak adına firmalar, toplumsal beklentilere karşılık vermek durumunda kalmaktadırlar ve bu durum da sosyal sorumluluğu meydana getirmektedir.

Bu çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk kavramsal açıdan incelenmiş, belli başlı yaklaşımları ve etki eden faktörleri ile ele alınmış, günümüzde artan önemi ile oluşturulmuş standartlara değinilmiştir. Aynı zamanda, bankaların kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluğu ilk ortaya atan Howard Bowen olarak bilinmektedir. Howard Bowen'a göre iş adamlarının yapmakla sorumlu oldukları bazı yükümlülükleri bulunmaktadır ve bahsi geçen bu yükümlülükler ilk olarak alınmış olan kararların şirketin yararının yanında topluma da yarar sağlaması gerektiği olmaktadır. Bunun dışında şirket ve toplum için ortak fayda sağlamak, kararların geniş açıdan düşünülmesi ile ekonomik, çevresel ve sosyal etkileri de göz ardı etmemek gerektiğini, uygulanmış olan politikalarla devlet ile de işbirliğinin sağlanmasıyla hayata geçirilmesi gerekmektedir (Yamak, 2007: 27).

2.1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramsal Çerçevesi

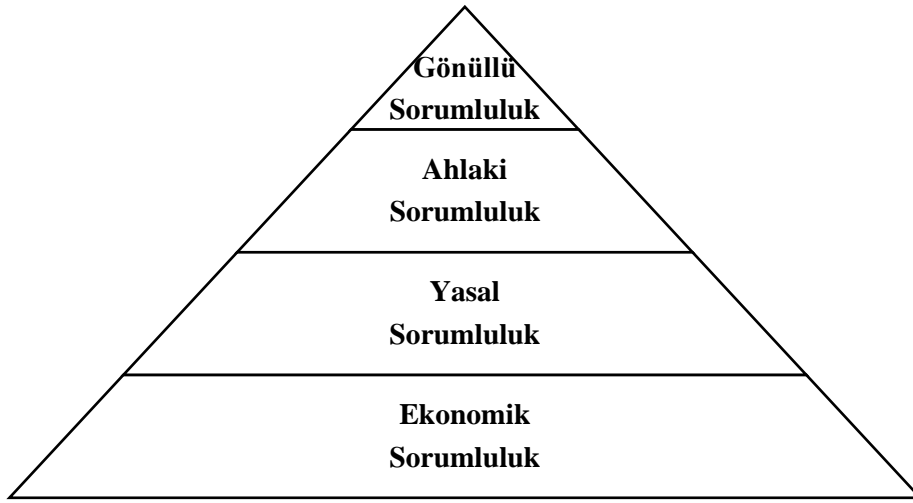
Kurumsal sosyal sorumluluk, bir firmanın, bireyleri, toplumları ve toplumların çevrelerini etkilemeleri gibi davranışlarından dolayı sorumlu bulunması anlamına gelmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, sosyo-kültürel bir faaliyet olarak da görülebilmektedir (Pusak, 2014: 6).

Kurumsal sosyal sorumluluk genel anlamda, işletmelerin iktisadi görevlerinin yanı sıra sosyal anlamda da toplumun refah düzeylerinin korunması ve refah düzeylerinin artırılması yönünde katkı sağlamalarının beklentisidir. Bununla birlikte şirket faaliyetlerinin yapılmasında etkide bulunan bireyler ile şirketin yapmış olduğu faaliyetlerden etkilenen paydaşlar arasında karşılıklı faydaya dayanan ilişkileri açıklayan kurumsal felsefe yaklaşımı olarak görülmektedir (Becan, 2011: 18).

2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Alanları

Kurumsal sosyal sorumluluk, Carroll tarafından oluşturulan sosyal sorumluluk piramidinde belirli boyutlarıyla ele alınmış, gönüllü, ahlaki, yasal ve ekonomik sorumluluklar olmak üzere dört bölüme ayrıştırılmıştır (Sarıkaya, 2009: 74).

Şekil 1. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: Torlak, 2013: 34.

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının literatürde yer almasıyla birlikte, kavrama karşı birçok farklı bakış açısı ortaya çıkmıştır.

2.3.1. Geleneksel (Klasik) Sosyal Sorumluluk Anlayışı

Klasik sosyal sorumluluk anlayışı Friedman Yaklaşımı olarak da bilinmektedir. Friedman'a göre işletmelerin amacı, kar oranının ve pazar payının maksimizasyonu olmalıdır. İşletmede bulunan yöneticinin ise sosyal sorumluluğu, çalışanların veya çevrenin değil, yatırımcılarının çıkarlarına yönelik hareket etmesidir (Alparslan, 2012: 16).

2.3.2. Modern Sosyal Sorumluluk Anlayışı

Modern sosyal sorumluluk anlayışı, "Sosyo-Ekonomik Yaklaşım" olarak da geçmektedir. Bu yaklaşıma göre, işletme yöneticisinin sorumlu olduğu durum, kar etmek dışında, toplumsal refahı korumak ve arttırmaktır (Akhüseyinoğlu, 2010: 13).

3. İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Önemi

İşletmeler açısından topluma karşı sorumlu olmak yalnızca asgari yasal düzenlemelere uyma veya saygılı olma anlamına gelmemekle birlikte yasal koşulların ötesinde, bireye, çevreye ve firmaların mal ve hizmetlerine yatırım yapmak anlamına gelmektedir. İşletmeleri değerli hale getiren veya farklı gösteren yalnızca mal ve hizmetleri değil, topluma kazandırmış oldukları değerler olmaktadır. Bunu sağlayabilmek ise sosyal sorumluluk ruhuna sahip olmakla yapılabilmektedir (Erkman & Şahinoğlu, 2012: 269-170).

4. BIST’de Yer Alan Bankaların Kurumsal Sosyal Sorumluluklarına İlişkin İçerik Analizi

4.1. Amaç ve Yöntem

BIST’de; Akbank, Albaraka Türk Katılım Bankası, Denizbank, ICBC Turkey Bank, QNB Finansbank, Şekerbank, Türkiye Garanti Bankası, Türkiye Halk Bankası, Türkiye İş Bankası, Türkiye Kalkınma Bankası, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası, Yapı ve Kredi Bankası bulunmaktadır. Bu bankaların kurumsal sosyal sorumluluklarına ilişkin içerik analizi yöntemi kullanılmıştır, veri kaynağı olarak bankaların internet siteleri, yıllık faaliyet raporları, sosyal sorumluluk raporları ve sürdürülebilirlik raporları aracılığıyla yapılmış olup, yürütmekte oldukları projelerine değinilmiştir.

4.2. Bulgular

Kurumsal sosyal sorumluluk raporları ve bunların kapsamında yer alan projeler ve sürdürülebilirlik raporları incelendiğinde, bahsi geçen bankalar eğitim, kültür, sanat, spor ve çevre alanlarında birçok çalışma yürütmektedir. Ayrıca, Borsa İstanbul’da kayıtlı olan; Akbank, Albaraka Türk Katılım Bankası, Denizbank, ICBC Turkey Bank, QNB Finansbank, Şekerbank, Türkiye Garanti Bankası, Türkiye Halk Bankası, Türkiye İş Bankası, Türkiye Kalkınma Bankası, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası, Yapı ve Kredi Bankası belirli alanlarda sponsorluklarda bulunmaktadır.

5. Sonuç

Türkiye’de finansal kurumlar arasında en fazla yere sahip olan bankalar, aynı zamanda kurumsal sosyal sorumluluk raporlamasını yapan öncü kurumlardan olmaktadır. Bunun nedeni olarak da finans sektörünün daima güncel ve bütün dünya ile etkileşim halinde olmasını gerektiren bir sektör olmasıdır.

Dördüncü bölümde, Borsa İstanbul’da işlem görmekte olan bankalar seçilmiş ve kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin varlığı araştırılmıştır. Çalışmanın bu kısmında, içerik analizi yöntemi kullanılarak araştırma yapılmıştır ve veri kaynağı olarak da bankaların yıllık faaliyet raporları, internet siteleri, sosyal sorumluluk raporları ve sürdürülebilirlik raporları kullanılmıştır. Buna göre, Borsa İstanbul’da işlem gören bankaların sosyal sorumluluk projelerine bakıldığında, topluma fayda sağlayan, birçok proje hayata geçiren ve birçok sponsorluklarda bulunduğu görülmektedir. Bu açıdan bankalar, sürdürülebilir olmayı sağlamak ve toplumun ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla eğitim, çevre, kültür ve sanat alanlarında faaliyet göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Finans, Bankalar.

JEL Kodları: M14, G20.

Kaynakça

Akhüseyinoğlu, A. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yürütülmesinde Kurumsal İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alparslan, A. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Türk Sermaye Piyasası Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Becan, C. (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Paydaş Teorisi ve İletişim Yaklaşımı Açısından Değerlendirilmesi: Bankaların Basın Bültenlerine Yönelik Bir İçerik Analizi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(1), ss. 16-35.

Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct *Business & Society*. 38, ss. 268-195.

Erkman, T., Şahinoğlu, F. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine İlişkin Çalışan Alguları ile Örgütsel Bağlılığın Hizmet Sektöründe İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(2), ss. 267-294.

Pusak, S. (2014). Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Üzerine Bir Araştırma; Şirketlerin Periyodik Yayınlanan Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporlarının İçerik Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sarıkaya, M. (2009). *Yönetim Yaklaşımlarıyla Kurumsal Sürdürülebilirlik*. İstanbul: Beta Yayınları.

Torlak, Ö. (2013). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Yamak, S. (2007). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi*. İstanbul, Beta Basım.

Sosyal Ağlar ve Modern İnsanın Yalnızlaşması: Coca-Cola Reklam Örneği

Eda SEZERER ALBAYRAK¹³⁶

Giriş

İnternetin ağlar oluşturarak hayatımızın içine girmesi ve son on yıldır milyarlarca kişi tarafından kullanılması, internet ile mobil iletişimin yakınsamasının bir sonucudur. Her teknoloji, toplumların üzerinde toplumsal ve sosyal açıdan dönüşümler ve değişimler sağlamaktadır. Özellikle iletişim teknolojileri ile beraber, toplumların alışkanlıklarından, yıllardır süregelen kültürlerine, yapılarına, iş yaşamlarına kadar değişimler oluşmaktadır. Modernleşen bireyler geleneksel iletişim biçimlerinden ziyade, parmak dokunuşlarıyla dünya çapında birçok kullanıcıya erişme imkânı sağlayan bir ağ iletişimini tercih etmektedirler. Her türlü iletişimin bu ağlar üzerinden yapılması, dijital ağların çok fazla tercih edilmesi yeni bir sosyalleşme süreci olarak görülmeye başlanmıştır. Modernliğin getirmiş olduğu bu dönüşüm, geçmiş zamanlarda olan dönüşümlerden çok daha etkili olmuş, sadece “dijital yerliler” olarak anılan bu çağın içine doğmuş gençler değil onlardan daha eski jenerasyonlar bile bu değişime ayak uydurmuşlardır. Yaşı ne olursa olsun modern çağda yaşayan her insan kendini yenilemesini zorunlu hale getiren teknoloji ve internet geleneksel toplumsal düzenin ortadan kaybolmasına, yeni bir sosyalleşme sürecinin başlamasına neden olmuştur. Bu süreçle beraber, kişilerin ilişkileri, yaşama biçimleri, iletişimleri farklı bir boyut kazanmıştır. Bireylerin, diğer insanlarla kurdukları iletişim, teknolojiyle aracılanmış bir iletişim biçimine dönüşmüş, zaman ve mekan kavramı ortadan kalkmıştır. Bu anlık iletişim beraberinde beden dili (jest, mimik) içermeyen, sanal davranış ve sanal duygular içeren bir süreci kapsamaktadır. Bu bağlamda, sanal ortam üzerinde oluşturulan iletişim, kişileri yalnızlaşma sürecine götürmektedir. Dijital ağlar “manuel” toplumları doğurmuş olup insanların bir araya gelememesine neden olmuştur. Bir araya gelen kişilerin ise belli bir süre sonra arkadaşları ile aynı ortamdayken “sanal” ortamlarına dönmeyi tercih ettikleri gözlenmektedir. Bu çalışmada, hemen hemen her şeyin dijitalleştiği dünyada, kişilerarası iletişimde önemli bir yeri olan yüz yüze iletişimin dahi yerini sanal ilişkilerin almaya başlaması ile ilgili farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır. İlgili çalışma, teknolojinin gelişmesi ile birlikte bireylerin çevrelerine ve hatta kendilerine bile yabancılaşmaları konusunda çalışmalar yapılmasının önemini vurgulamaktadır.

2. Modern Toplumlarda Dijitalleşen Bireyler

İnsanoğlu, geçmişten bugüne kadar çağlar boyunca büyük değişimler yaşamış ve toplum bu değişimlere göre şekillenmiştir. İletişim teknolojilerinin insanların hayatlarında yer alması ile beraber toplumların iş yaşamlarından kültürlerine, eğitim sistemlerinden alışkanlıklarına kadar her ögenin tamamıyla değiştiği vurgulanmaktadır. Özellikle modernizmle beraber alışlagelmiş geleneksel yapıdan uzaklaşmış toplum düzeni modernizme göre değişiklikler göstermiştir. Giddens (2012:12) modernizmin, düşünsel, ekonomik, siyasi, teknolojik ve sosyal

¹³⁶ Dr. Öğr. Üyesi, KTO Karatay Üniversitesi, İletişim Tasarımı ve Yönetimi, eda.albayrak@karatay.edu.tr

alanlar gibi birçok alanda büyük dönüşümlere neden olduğunu, modernliğin getirileri rasyonalite ile düşünsel alanda; kapitalizm ile ekonomik alanda; ulus-devlet ile siyasal alanda; sanayileşme ile teknolojik alanda; kentler ile de sosyal alanda hissedildiğini ve modern olmakla, kendini geçmişin yerine ikame eden bir dünya, günümüz toplumunun tarihini karakterize eden geleneklere, adetlere, alışkanlıklara, rutinlere, beklentilere ve inançlara bağlı olmayan bir toplum olarak sosyal bir düzenlemesi olduğunu söyler. Günümüz dünyası insanların hayal gücünü zorlayacak dijital değişimlere şahit olmakta ve modern insan bu değişimin içinde yaşamaktadır. Yaşanılan dijital dünyada zaman-mekan ve insan ilişkilerinde devrimler olmakta ve bu farklı ve anlaşılmasında güçlük çekilen dijital dünyaya ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. Küreselleşme sürecinin beraberinde getirdiği teknolojik yenilikler, binlerce kilometrelik mesafelerin çok kısa sürelerde aşılmasını, farklı kıtalarda yaşayan insanların aynı anda birbirlerini internet teknolojileri yardımıyla buldukları yerden tele-konferans aracılığıyla görüşebilmelerini ve böylelikle mekanın artık önemini yitirdiği gibi bir izlenim yaratmaktadır (Yılmaz, 2008:155). Mekanın önemi kalmamakla beraber, zaman mekanın önüne geçmekte ve insanlar ışık hızıyla enformasyona ulaşabilmektedirler. Bunun sonucunda, insanlar ekran teknolojilerinin sunduğu dünyayı bir an olsun kaçırmadan takip etmekte ve izlemekte olup kendilerinin olmayan bir sanal dünyada yaşamaktadırlar. İnsanların zorunlu veya serbest tüm zamanları birbirine karışmış durumdadır (Çizmeçi, 2015:84). Bu bağlamda, oluşan bu devrim ve değişiklikler kişilerin yalnızlaşma ve yabancılaşma sürecini yaşamalarına sebep olmaktadır.

3. İnternet ve Sosyal Ağlar Kapsamında Kişilerin Yabancılaşma

David Harvey ise yeni medya teknolojileriyle çevrili günümüz toplumuna “parmak ucu toplumu” adını vermiştir (Harvey, 1999:86-140). Öyle ki, Castell, her şeyin internete bağlı olduğu günümüz toplumunda internete bağlı olmadan yaşamının pek de mümkün olmadığını, kişilerin toplumun dışında kalmamak için internete bağlanmalarının gerektiğini düşünmektedir (akt. Kaya, 2013:162). Turkle (2010:36) ise çevrimiçi yaşamın giderek yaşamın kendisi olarak algılandığına, günde 4-5 saatini sosyal ağlarda olan bir kişinin bulunması gereken bazı yerlerde bulunmadığının göstergesi olduğunu bu ortamların ise genellikle aile ve arkadaşları gibi yüz yüze iletişim kurdukları yerler olduğunu vurgulamıştır.

Çakır’a (2013:79-81) göre, bilgisayar ve internetle yapılan sosyal ağlarda dolaşma, çevrimiçi sohbet etme, bilgi araştırma, müzik dinleme vb tüm aktiviteler eskiden olan televizyon kültürüne göre yalnızlaşmıştır. İnsanların hayatlarını daha fazla kolaylaştırması, yaşam kalitesini arttırması beklenen teknoloji, insanların hayat kalitesini düşürmekte, insanların sözü edilen araçlara sırtlarını dayayarak diğer insanlara kolayca sırt çevirdikleri böylelikle insanlar arasındaki ilişkilerde yabancılaştığı ve bireylerin yalnızlaştığı, çocukların ve gençlerin artık çok daha az sokaklarda olduğu bir yaşam biçimi yarattığını ve bunun adının da “teknolojik yalnızlık” olduğu belirtilmiştir.

4. Amaç ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı reklamlardaki bu konumlandırmanın bireyin dijitalleştikçe yalnızlaştığı düşüncesine etkisinin önemini vurgulamaktır. Bu amaç, yediden yetmişe hitap eden ürün yelpazesıyla küresel bir marka olan Coca Cola’nın yurtdışında yayınlanan reklam filmi üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Göstergibilimsel analiz yöntemi kullanılarak reklam çözümlenmiştir. Çözümleme düz anlam/yan anlam düzeyinde, gösteren-gösterilen ilişkisi içerisinde gerçekleştirilmiştir.

5. Bulgular

Reklam filmi 1:50 saniye süresince devam etmekte ve 50 sahneden oluşmaktadır. Reklam, sosyal medyanın pozitif yönlerinden bahsetmekte ve daha sonrasında da insanları birbirlerinden uzaklaştırarak yalnızlaştırdığından bahsetmektedir. Buna “dur” demek için Coca Cola'nın “sosyal medya koruyucusunu” ön plana çıkardığını ve bunun nasıl çalıştığını anlatır. Reklam, yan anlam ve düz anlam boyutuyla çözümlenmiş ve her bir sahnedeki anlamı açıklanmıştır. (<https://www.youtube.com/watch?v=RiUNAJaeAFc>)

6. Sonuç

Modern batı toplumlarında bireyselleşme ve sosyal parçalanma süreçleri nedeniyle, sosyal temaslar giderek artan bir baskı altına girmiştir. Bireyler arasındaki sosyal ilişkiler bağlamında ele alındığında, giderek sosyal ilişki kurmak ve onu korumak zorlaşmaktadır. Dolayısıyla, giderek daha fazla insan sosyal olarak izole olmakta, yalnızlık duyguları hissetmekte ya da toplumsal hayata karışma noktasında sıkıntı yaşamaktadır. Bu bağlamda, Coca Cola'nın 'başınızı sosyal medyadan kaldırın ve dünyaya bakın' temalı reklam filmi; giderek akıllı telefon, laptop ve tablete bağımlı, sosyal medya figürleri haline gelen insanları reklam filminin içine alarak bireylere dışarıdan nasıl göründüklerini göstermeye çalışmaktadır. Sosyal Medya Temalı” reklam, “kafamızı kaldırıp dünyaya bakma” konusunda mesaj vermekte ve modern dünyanın yalnız insanları arasında farkındalık yaratmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Modern İnsan, Yalnızlık, Reklam

Kaynakça

- Avcı, A. (2017). “Her Zaman Çevrimiçi” Olmak, *Epöke Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Bayraktutan, F. (2005). *Aile içi İlişkiler Açısından İnternet Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Bookchin, M. (1996). *Ekolojik Bir Topluma Doğru*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cabral, J. (2011). “Is Generation Y Addicted to Social Media?”, *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol:2, No:1.
- Cornejo, R. Tentori, M., Favela, J. (2013). “Enriching in-person encounters through social media: A study on family connectedness for the elderly.” *Human Computer Studies*, Vol. 67, No. 10, pp. 1111-1120.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ütopya Yayınevi: Ankara.
- Çakır, M. (2013). *Medya ve Modernlik*. Parşömen Yayıncılık: İstanbul.
- Çizmeçi, E. (2015). *Yeni Medya ve Serbest Zaman*. İletişim Çalışmaları, İstanbul: Derin Yayınları.
- Davutoğlu, A. (1995). “Derinliğini Kaybeden İletişim” *İzlenim Dergisi*, Sayı:30.
- Eldeniz, L. (2010). “İkinci Medya Çağında Etkileşimin Rolü ve Web 2.0”, *İkinci Medya Çağında İnternet*, 2010.
- Ellison, D. (2012). *Sociality Through Social Network Sites*. *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford: Oxford University Press.
- Giddens, Anthony. *Modernliğin Sonuçları*, Çev. Ersin Kuşdil. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012
- Giddens, A; Pierson, C. (2001). *Modernliği Anlamlandırmak*, Çev. Serhat Uyrukulak ve Murat Sağlam. İstanbul: Alfa Kitabevi.

Günay, M. (2008). “Yalnızlık ve Birliktelik Arasında İnsan İlişkileri” *Aratos Dergisi*, 2008 <http://docplayer.biz.tr/61082881-Yalnizlik-ve-birliktelik-arasinda-insan-iliskileri-1-yrd-doc-dr-mustafa-gunay.html>

Harvey, D. (1999). *Postmodernliğin Durumu*. Metis Yayınları, İstanbul

Kart, E. (2014). “Boş Zamanın Çoklu Tüketim Mekanı Olarak İnternet ve Yeni Yaşam Tarzlarının İnşası”. *Global Media Journal*.

Kaya, A. (2013). “Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi bağlamında Facebook”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey İçinde*, Metis Yayınları, İstanbul.

Kuşay, Y. (2010). “Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri”, *İkinci Medya Çağında İnternet*,

Küçüksaraç, B. (2013). *Prosumer Kadınlar ve Kendin Yap Bloglarında Üretim ve Tüketim Pratikleri*, Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Araştırmaları Literatürk Academia: İstanbul.

Livingstone, S. (2010). “From Family Television to Bedroom Culture: Young People’s Media At Home Originally published in Devereux, Eoin, (ed.) Media studies: key issues and debates. London, Sage Publications, 2010.

Lou, L. L. (2009). “Loneliness, Friendship, and Self-Esteem: First-Year College Students’ Experiences of Using Facebook”, (Unpublished Doctoral Thesis), University at Albany, State University of New York.

Pelling, E. L., ve White, K. M. (2009). “The theory o Planned Behaviour Applied to Young People’s Use of Social Networking Web Sites”, *Cyberpsychology&Behaviour*.

Peplau, L. A., Perlman, D. (1982). “Perspectives on Loneliness”, *Loneliness: A Sourcebook of Current Theory, Research and Theraphy*, New York: Wiley.

Torlak, Ö. ve Ay, U. (2014). “Facebook’ta Bulunma Amacı ve Facebook Reklamlarına Duyulan İlgi Arasındaki İlişki”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Eskişehir.

Tutar, Hasan. (2007). “Kati Olan Her İş Sanallaşıyor veya İşgörenin Artan Yalnızlığı Üzerine: Kuramsal Bir Yaklaşım”, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt:9, Sayı:2.

Turkle, S. (2010). *Alone Together*. Basic Books: New York.

Özkan, G. Ş. (2014). “Ağ Tabanlı Sahnede Benliğin Sunumu: İdealize Edilmiş Duygular” *Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Araştırmalar*, Literatürk Academia: İstanbul.

Wallsten, S. What Are We Not Doing When We Are Online. National Bureau of Economic Research Working Paper Series.

Weiss, R. S. (1987). “Reflections on the Present State of Loneliness Research”, *Journal of Social Behaviour&Personality*.

Yengin, Deniz. (2012). *Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum*. Derin Yayınları: İstanbul.

http://scholar.google.com.tr/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.academia.edu%2Fdownload%2F31332059%2FDIJITAL_DUNYADA_ZAMAN_yedek2.docx&hl=tr&sa=T&ei=XBzCWraIJPkIimgHc4KZg&scisig=AAGBfm0dJ6NrecrBaxXWc68AayY0Pnfvhg&noss1=1&ws=1600x752 (23.03.2018).

<http://www.calismatoplum.org/sayi17/yilmaz.pdf> (20.03.2018)

<http://www.comscore.com> (01.04.2018)

https://scholar.google.com.tr/scholar?hl=tr&as_sdt=0%2C5&q=nuray+mercan+dijital+d%3BC3%BCnaya+&btnG= (05.04.2018)

http://www.bilgiyonetimi.org.cm/pages/mkl_gos.php?nt=426 (10.04.2018)

http://www.arem.gov.tr/yayin/internet_ve.pdf (13.04.2018)

<http://optimiseblog.co.uk/a-2013-social-media-report/> (13.04.2018)

<https://www.youtube.com/watch?v=RiUNAJaeAFc> (15.04.2018)

Sanctions and Prohibitions Included in the Act on Procedures of Collection of Public Receivables

Fatih SARAÇOĞLU¹, Öner GÜMÜŞ², Bekir ÖZCAN³

1. Introduction

The state has to determine what public necessities resulted from living as a society are, has to produce goods and services meeting these and has to find necessary public financing resources for these. Public receivables are financial resources which produce public goods and services. However, all public receivables are not included in the act on procedures of collection of public receivables. And the receivables from public law and belonging to the state, the municipalities and provincial special administrations are included in the act on procedures of collection of public receivables.

The following receivables belonging to the state, the municipalities and provincial special administrations are included in the act on procedures of collection of public receivables:

- Essential receivables such as tax, duty, fee, court costs, tax penalties, fines,
- Secondary receivables calculated over essential receivables such as late fee, default interest, interest mark up, repentance mark up,
- The receivables resulted from realizing public services and staying out of the receivables resulted from contract, tortious act and usurpation,
- The receivables indicated that in their special acts it is collected according to the act on procedures of collection of public receivables whatever its nature is,
- The receivables resulted from pursuance expenditures of these receivables.

It is necessary to indicate in their special acts that the receivables out of these will be collected according to the act on the procedures of collection of public receivables to collect them within the scope of the act.

The protection of collection order of public receivables which are financial resources of the public in terms of realizing public services has an importance and for this reason sanctions and prohibitions are placed in the act on procedures of collection of public receivables including the regulations towards protection and compulsory collection of public receivables.

The sanctions and prohibitions placed for the protection of collection order of public receivables within the scope of the act on procedures of collection of public receivables are aimed that they do not enable the collection of public receivables to hinder with the malicious acts.

¹ Associate Professor, Gazi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Public Finance Department, fatihsaracoglu@gazi.edu.tr.

² Research Assistant, Dumlupinar University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Public Finance Department, oner.gumus@dpu.edu.tr.

³ Gazi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Public Finance Department.

The acts in the act on procedures of collection of public receivables ranked below are accepted as crime:

- The revelation of secrets related to public debtor, the persons associated with the public debtor, his jobs, his activities, his calculation and transactions by the officers who are responsible for the application of the act,
- Failing to comply with by whom cannot participate in increases, cannot purchase goods in increases and cannot participate in rating transactions and decisions,
- The transactions made to hinder the collection of public receivables completely or partly or to becloud the collection,
- Misstating the declaration of property,
- Not declared the increases in revenue and income and every kind of goods and obtained goods after declaration of property,
- Not declaring the goods belonging to public debtors they have,
- Not given the information stated in the article 114 of the act on procedures of collection of public receivables within 15 days by public debtors who are not sent the order of payment and who declare the do not have any good.

2. The Revelation of Secret (Explanation)

According to the article 107 of the act on procedures of collection of public receivables, if the officers reveal the secrets related to public debtor, the persons associated with the public debtor, his jobs, his activities, his calculation and transactions, they are punished according to the article 239 of Turkish Criminal Act.

3. The Persons Who Cannot Participate in Increases and Cannot Purchase Goods and Cannot Participate in Rating Transactions and Decisions

In the articles of 108 and 109 of the act on procedures of collection of public receivables, the penalties are regulated to the persons who cannot participate in Increases and cannot purchase goods and cannot participate in rating transactions and decisions.

4. The Persons Who Hinder The Collection of Public Receivables

Various penalties are regulated in article of the act on procedures of the collection of public receivables for the persons who hinder the collection of public receivables.

5. The Persons Whose Declarations of Property Do Not Comply With Their Life Styles and Who Are Understood That Their Declarations of Property Are Contrary To Facts

Accordig to the articles 111 and 115 of the act on procedures of collection of public receivables, legal transactions have to made concerning the persons whose declarations of property do not comply with their life styles and who are understood that their declarations of property are contrary to facts.

6. Conclusion

Within the scope of the subjects told above, the crimes and penalties are regulated in the act on procedures of collection of public receivables are as folllows:

- **The Revelation of Secret:** Imprisonment from 1 year to 3 years and punitive fine until 5000 days,
- **Not Participation in Increases:** Imprisonment from 3 months to 3 years,
- **Not Participation in Rating Transactions and Decisions:** Imprisonment from 3 months to 3 years,

- **Being Obstacle to the Collection of Public Receivables:** Imprisonment from 6 months to 3 years,
- **Unreal Declaration of Property:** Imprisonment 3 months to 1 year,
- **Not Declaring The Increases in Goods And Goods Obtained:** Imprisonment to 1 year,
- **Not Declaring The Goods Belonging to Public Debtor:** Imprisonment to 6 months,
- **Not Giving The Information Wanted:** Punitive Fine to 50 days.

Keywords: The act on procedures of the collection of public receivables, collection, public receivables.

Kamu Alacağı'nın Tahsil Düzenini Korumak Amacıyla AATUHK'da Düzenlenmiş Yasaklar Ve Yaptırımlar

1. Giriş

Devlet toplum halinde yaşamaktan kaynaklanan kamusal ihtiyaçların neler olduğunu tespit etmek, bunları karşılayacak mal ve hizmetleri üretmek ve bunun için gerekli kamusal finansman kaynaklarını bulmak durumundadır. Kamu alacakları, kamusal mal ve hizmetlerin yerine getirilmesinin finansal kaynaklarıdır. Ancak bütün kamu alacakları AATUHK kapsamına girmemekte; devlete, il özel idarelerine ve belediyelere ait olup kamu hukukundan doğan alacaklar AATUHK kapsamına girmektedir.

AATUHK kapsamına devlete, il özel idarelerine ve belediyelere ait;

- Vergi, resim, harç, mahkeme masrafları, vergi cezaları, para cezaları gibi asli alacaklar,
- Gecikme zammı, gecikme faizi, faiz, zam, pişmanlık zammı gibi asli alacaklar üzerinden hesaplanan fer'i alacaklar,
- Akitten, haksız fiilden ve haksız iktisaptan doğanlar dışında kalan ve kamu hizmetlerinin yerine getirilmesinden kaynaklanan alacaklar,
- Mahiyetleri ne olursa olsun, özel kanunlarında AATUHK'ya göre tahsil edileceği belirtilen alacaklar,
- Bu kamu alacaklarının takip masraflarından kaynaklanan alacaklar

girmektedir.

Bunlar dışındaki alacakların AATUHK kapsamında tahsil edilebilmesi için özel kanunlarında AATUHK'ya göre tahsil edileceğinin belirtilmiş olması gerekmektedir.

Kamu hizmetlerinin görülmesi bakımından kamunun finansman kaynakları olan kamu alacaklarının tahsil düzeninin korunması önem taşımaktadır ve bu nedenle kamu alacaklarının korunması ve cebren tahsiline yönelik düzenlemelerin yer aldığı AATUHK'da yasaklara ve yaptırımlara da yer verilmiştir.

AATUHK kapsamında kamu alacağı'nın tahsil düzenini korumak amacıyla yer verilen yasaklar ve yaptırımlar; kamu alacaklarının tahsilinin kötü niyetli eylemlerle engellenmesine olanak tanımamayı hedeflemektedir.

AATUHK'da aşağıda sıralanan eylemler suç olarak sayılmıştır:

- Kanunu uygulamakla görevli kişilerin, bu görevleri dolayısıyla kamu borçlusunun ve onunla ilgili kimselerin şahslarına, mesleklerine, işlerine, işlem ve hesap durumlarına ait öğrendikleri sırlarla, gizli kalması lazım diğer hususları ifşa etmeleri,
- Arttırmalara katılmayacak ve arttırmalarda mal satın alamayacak olanlar ile takdir işlemlerine ve kararlara iştirak edemeyecek olanların yasaklara uymamaları,
- Kamu alacağının tahsiline kısmen veya tamamen tahsile engel olmak veya tahsili zorlaştırmak maksadıyla yapılan işlemler,
- Gerçeğe aykırı mal bildiriminde bulunmak,
- Mal bildiriminde bulunduktan sonra, edinilen mallarla, her türlü mallarında, kazanç ve gelirlerinde olan artmaları bildirmemek,
- Elllerinde bulundurdukları kamu borçlusuna ait malları bildirmemek,
- Kendisine ödeme emri tebliğ olunan ve malı olmadığı yolunda bildirimde bulunan kamu borçlularınının 15 gün içinde AATUHK'nın 114. maddesinde belirtilen bilgileri vermemesi.

2. Sırrın İfşası (Açıklaması)

AATUHK'nın 107. maddesine göre, AATUHK uygulamasında görevli bulunan kimseler, bu görevleri dolayısıyla kamu borçlusunun ve onunla ilgili kimselerin şahslarına, mesleklerine, işlerine, işlem ve hesap durumlarına ait öğrendikleri sırlarla, gizli kalması lazım gelen diğer hususları ifşa ettikleri takdirde Türk Ceza Kanunu'nun 239. maddesine göre cezalandırılır.

3. Arttırmalara Katılmayacak ve Arttırmalardan Mal Satın Alamayacak Olanlar ile Takdir İşlemlerine ve Kararlara İştirak Edemeyecek Olanlar

AATUHK'nın 108. ve 109. maddelerinde arttırmalara katılmayacak ve arttırmalarda mal satın alamayacak olanlar ile takdir işlemlerine ve kararlara iştirak edemeyecek olanlar sayılmış ve belirlenen yasaklara uymayanlara uygulanacak cezalar düzenlenmiştir.

4. Kamu Alacağının Tahsiline Engel Olanlar

AATUHK'nın 110. maddesinde kamu alacağının tahsiline engel olanlar için çeşitli cezalar düzenlenmiştir.

5. Gerçeğe Aykırı Mal Bildiriminde Buldukları Anlaşılanlar veya Yaşayış Tarzları Mal Bildirimlerine Uymayanlar

Gerçeğe aykırı mal bildiriminde buldukları anlaşılanlar veya yaşayış tarzları mal bildirimlerine uymayanlar hakkında AATUHK'nın 111. ve 115. maddeleri gereğince işlem yapılması zorunludur.

6. Sonuç

Yukarıda belirtilen hususlar kapsamında AATUHK'da düzenlenen suçlar ve cezalar şunlardır:

- **Sırrın İfşası:** 1 yıldan 3 yıla kadar hapis ve beş bin güne kadar adli para cezası,
- **Arttırmalara Katılmama:** 3 aydan 3 yıla kadar hapis cezası,

- **Takdir İşlemlerine ve Kararlarına İştirak Etmeme:** 3 aydan 3 yıla kadar hapis cezası,
- **Kamu Alacağıın Tahsiline Engel Olma:** 6 aydan 3 yıla kadar hapis cezası,
- **Gerçeğe Aykırı Bildirimde Bulunma:** 3 aydan 1 yıla kadar hapis cezası,
- **Mal Edinme ve Artmalarını Bildirmeme:** 1 yıla kadar hapis cezası,
- **Kamu Borçlusuna Ait Elinde Bulunan Malları Bildirmeme:** 6 aya kadar hapis cezası,
- **İstenecek Bilgileri Vermeme:** 50 güne kadar adli para cezası.

Anahtar Kelimeler: AATUHK, tahsil, kamu gelirleri.

The Assessment on withholding Application in Value Added Tax

Fatih SARAÇOĞLU*, Öner GÜMÜŞ**

1. Introduction

Turkish tax system is based on principle of statement. In principle of statement, time period between obtaining income and tax payment can quite extend and hence, the preclusion in delay of tax collection is aimed. For this reason, tax withholding has an important function and it has other important functions such as prevention of tax losses, decreasing taxation costs as well as acceleration tax collection¹.

Tax withholding is to cut the tax -just about set off – while the owner of income is realized² or to calculate the tax before tax subject reverts to right owner and to stoppage at source. After tax and necessary discount, the amount left is given to right owner and tax is deposited to tax Office by tax responsible party.

Tax withholding is a tax collection method based on that while taxable event is formed³, a third party -instead of taxpayer- is deposited tax to tax Office by cutting tax. In practice, it is tried to provide security in taxation by regarding a third party as responsible from cutting tax and depositing to tax Office.

Three parties are discussed in withholding application and one of these is taxpayer who is paid for the subject of tax; and taxpayer is a tax responsible as third party added to tax relation between taxpayer and the state as tax claimant⁴.

Tax withholding in Turkey has an important function for wages and income from movable capitals in personal income tax, and it has also an important function in terms of income from agriculture, professional incomes and real property income⁵. In addition, it has an important place in corporate income tax application. Moreover, when examined, withholding application is given place in various tax applications as a whole such as value added tax, special consumption tax, stamp duty, inheritance and transfer tax as well as personal and corporate income tax⁶.

* Associate Professor, Gazi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Public Finance Department, fatihsaracoglu@gazi.edu.tr.

** Research Assistant, Dumlupınar University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Public Finance Department, oner.gumus@dpu.edu.tr.

¹ Tevkifat uygulamasının olumlu ve olumsuz yönleri için bkz. Fatih Saraçoğlu, Türk Vergi Sisteminde Verginin Kaynakta Kesilmesi (Tevkifat) Uygulaması, Gazi Kitabevi, Ankara 2018, s. 9- 21.

² Yılmaz Aliefendioğlu, Türk Vergi Sisteminde Verginin Kaynakta Kesilmesi (Stopaj), Doğu Ltd. Şti. Matbaası, Ankara 1975, s. 2.

³ Billur Yaltı Soydan, Kurum Kazançlarında Tevkifat Üzerine Bir Değerlendirme, Vergi Sorunları Dergisi, <http://www.vergisorunlari.com.tr/makale/kurum-kazanclarinda-tevkifat-uzerine-bir-degerlendirme/3666>, Sayı 79, Nisan 1995, s. 1, Erişim tarihi: 15 Eylül 2017.

⁴ Yaltı Soydan, a.g.m., s. 1.

⁵ Abdurrahman Akdoğan, Vergilerin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi (Yasal Düzenlemelerin İşleyişleri Açısından), Gazi Üniversitesi İİBF Yayın No: 165/54, Ankara 1996, s. 147.

⁶ Bkz. Saraçoğlu, a.g.e., s. 37-127.

2. Withholding Tax Application

Withholding application has been applied as complete withholding within the scope of the tax after Value Added Tax has been entered into force and within the process, the partial withholding application has been used.

According to article 9/1 of value added tax act: Ministry of Finance sees the parties taxable as responsible from the payment of tax to secure tax receivables in the situation of that place of residence, workplace, legal center and work center of taxpayers is not found within Turkey and in other situations seen as necessary.

From the view of the article, the responsibility is brought to provide tax security by withholding application in delivery and service within the scope of self employment activities in Turkey and in the transactions of placing an ad. In this application named as complete withholding application, all af value added tax is deposited to tax office and this is indifferent from service import⁷.

In partial withholding application brought to provide tax security, the regulation towards that a part of value added tax related to delivery and service works is paid by recipient⁸.

3. The Assessments on Value Added Tax and Conclusion

Value added tax is criticized because of these: uncertainties in the application, extension and diversity of its scope, the change occurring in usual process of discount mechanism and especially legality principal.

The partial value added tax application has been spread in time and it has institutionalised because of that its benefits are more than its inconveniences even though it distorts the structure⁹.

Although the persons who have to be responsible for doing value added tax withholding is stated as separately in terms of transaction, there are uncertainties and lacks in whom are doing withholding by this way¹⁰.

In service sector established on labor and not required lots of capital, that a part of value added tax determined by Ministry of Finance is paid by the recipients related to the transaction provides tax security; however, abundances and lacks of the scope of the withholding create underground economy due to the effect of dishonest trading¹¹.

The main aim of partial and complete tax withholding is to provide tax security. But, in complete withholding, there is an indifferent function from service import and in partial withholding, there is a change in usual process of discount mechanism of value added tax.

The persons who are responsible for tax cut included in VAT act can be seen in the article 9 as the parties related to tax transactions. The appointment of tax responsible party among the parties related to tax transactions requires tax administration to make a determination and this determination is dependent on administrative discretion¹². Nevertheless, giving VAT declaration and paying VAT are liability and assignment related to tax. But this situation is

⁷ Ceyhan İnaltong, Katma Değer Vergisi'nde Tevkifatın Nedenleri, Gelişimi ve Uygulama Esasları, Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayını, İstanbul 2013, s. 103.

⁸ İnaltong, a.g.e., s. 103.

⁹ Ayhan Üngörmüş, Katma Değer Vergisi Tevkifatı Uygulaması Artık Derli Toplu, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı 370, Haziran 2012, s. 30.

¹⁰ Nihat Uzunoğlu, KDV Tevkifatı Yapmak Zorunda Olanların Tanımı ve Kapsamı, Vergi Dünyası Dergisi, S. 403, Mart 2015, s. 19.

¹¹ Yusuf Akdağ, 117 Seri Numaralı KDV Genel Tebliği ve Kısmi Tevkifat Uygulanacak Hizmetler, Vergi Raporu Dergisi, Sayı 154, Temmuz 2012, s. 25.

¹² Erdoğan Arslan, KDV'de Sorumluluk ve Tevkifat, Vergi Dünyası Dergisi, <http://www.vergidunyasi.com.tr/Makaleler/4677>, Mayıs 2008, s. 9, Erişim tarihi: 22 Eylül 2017.

contrary to legality principal stated in the 1982 Constitution Act and tax responsible party who will do tax cut in terms of VAT is required to determine by act not by tax administrative¹³.

Katma Değer Vergisinde Tevkifat Uygulamasının Değerlendirilmesi

1. Giriş

Türk vergi sistemi beyan esasına dayanmaktadır. Beyan esasında gelirin elde edilmesi ile vergisinin ödenmesi arasındaki zaman dilimi oldukça uzayabilmekte; dolayısıyla verginin tahsilindeki gecikmenin engellenmesi amaçlanmaktadır. Vergi tevkifatı, bu açıdan önemli bir işleve sahip olup; tahsilatın hızlandırılmasını sağlamanın yanısıra, vergi kaçaklarının önlenmesi, vergilemenin maliyetlerinin azaltılması gibi önemli işlevleri de bulunmaktadır¹⁴.

Vergi tevkifatı (stopajı), verginin sonradan mahsup edilmek üzere gelir sahibine ödeme yapılırken kesilmesi¹⁵ ya da vergi konusunun, hak sahibine intikalinden önce vergisinin hesaplanması ve kaynaktan vergilendirilmesi şeklinde tanımlanabilir. Vergi ve gerekli indirimlerden sonra kalan tutar hak sahibine verilmekte; vergi, sorumlu tarafından vergi dairesine yatırılmaktadır.

Vergi tevkifatı, henüz vergiyi doğuran olay oluşurken mükellefin yerine üçüncü bir kişinin (genellikle gelir ya da kazancı sağlayan kişi) vergiyi keserek vergi dairesine yatırmaya dayanan bir vergi tahsil yöntemidir¹⁶. Uygulamada, yapılacak ödemeden verginin kesilmesi ve vergi dairesine yatırılmasından üçüncü bir kişi sorumlu tutularak vergilemede güvenlik sağlanmaya çalışılmaktadır.

Tevkifat uygulamasında kanundan kaynaklanan üç taraf (üçlü ilişki) söz konusudur ve bunlar kendisine vergi konusu bir ödeme yapılan vergi mükellefi, vergi alacaklısı sıfatı ile devlet ve vergi mükellefi ile devlet arasındaki vergi ilişkisine eklenen üçüncü bir kişi olarak vergi sorumlusudur¹⁷.

Ülkemizde vergi tevkifatı uygulaması, özellikle gelir vergisinde ücretlere ve menkul sermaye iratlarına yönelik fonksiyon görmekte olup, zirai kazançlar, serbest meslek kazançları ve gayrimenkul sermaye iratları açısından da önemli rolü bulunmaktadır¹⁸. Öte yandan kurumlar vergisi uygulamasında da önemli yer tutmaktadır. Ayrıca bir bütün olarak vergi sistemimize bakıldığında gelir ve kurumlar vergisinin yanısıra; katma değer vergisi (KDV), özel tüketim vergisi (ÖTV), damga vergisi, veraset ve intikal vergisi gibi çeşitli vergi uygulamalarında tevkifata yer verilmektedir¹⁹.

¹³ Arslan, a.g.m., s. 10.

¹⁴ Tevkifat uygulamasının olumlu ve olumsuz yönleri için bkz. Fatih Saraçoğlu, Türk Vergi Sisteminde Verginin Kaynaktan Kesilmesi (Tevkifat) Uygulaması, Gazi Kitabevi, Ankara 2018, s. 9- 21.

¹⁵ Yılmaz Aliefendioğlu, Türk Vergi Sisteminde Verginin Kaynaktan Kesilmesi (Stopaj), Doğu Ltd. Şti. Matbaası, Ankara 1975, s. 2.

¹⁶ Billur Yaltı Soydan, Kurum Kazançlarında Tevkifat Üzerine Bir Değerlendirme, Vergi Sorunları Dergisi, <http://www.vergisorunlari.com.tr/makale/kurum-kazanclarinda-tevkifat-uzerine-bir-degerlendirme/3666>, Sayı 79, Nisan 1995, s. 1, Erişim tarihi: 15 Eylül 2017.

¹⁷ Yaltı Soydan, a.g.m., s. 1.

¹⁸ Abdurrahman Akdoğan, Vergilerin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi (Yasal Düzenlemelerin İşleyişleri Açısından), Gazi Üniversitesi İİBF Yayın No: 165/54, Ankara 1996, s. 147.

¹⁹ Bkz. Saraçoğlu, a.g.e., s. 37-127.

2. KDV’de Tevkifat Uygulaması

Tevkifat uygulaması, Katma Değer Vergisi Kanunu (KDVK) yürürlüğe konulduktan kısa bir süre sonra bu vergi kapsamında önce tam tevkifat şeklinde uygulanmaya başlanmış, süreç içinde kısmi tevkifat uygulamasına da geçilmiştir.

KDVK’nın 9/1. maddesinde “Mükellefin Türkiye içinde ikametgahının, işyerinin, kanuni merkezi ve iş merkezinin bulunmaması hallerinde ve gerekli görülen diğer hallerde Maliye Bakanlığı, vergi alacağının emniyet altına alınması amacıyla, vergiye tabi işlemlere taraf olanları verginin ödenmesinden sorumlu tutabilir.” hükmüne yer verilmiştir.

Bu hükümden hareketle yurt içindeki serbest meslek faaliyeti kapsamındaki teslim ve hizmetler ile bazı kiralama ve reklam verme işlemlerinde tevkifat uygulamasına yer verilerek, vergi güvenliğini sağlamak amacıyla sorumluluk getirilmiştir. Tam tevkifat uygulaması olarak adlandırılan bu uygulamada KDV’nin tamamı alıcı tarafından vergi dairesine yatırılmakta olup, işleyiş olarak hizmet ithalindekinden farksızdır²⁰.

Yine vergi güvenliğini sağlamak amacıyla getirilen kısmi tevkifat uygulamasında ise belirli teslim ve hizmet işlerine ait KDV’nin bir kısmının alıcı tarafından ödenmesine yönelik düzenleme yapılmıştır²¹.

3. Kdv Tevkifatı Üzerine Değerlendirmeler ve Sonuç

Katma değer vergisi tevkifatı, uygulamadaki belirsizlikler; kapsamının genişliği ve çeşitliliği; indirim mekanizmasının olağan sürecinde ortaya çıkan değişiklik ve özellikle kanunilik ilkesi açısından eleştirilere konu olmaktadır.

KDV’de özellikle kısmi tevkifat uygulaması zamanla oldukça yaygınlaşmış, normal KDV mimarisini bozmakla birlikte; gerek mükellefler, gerekse devlet açısından faydaları sakıncalarından fazla olduğu düşüncesiyle gittikçe kurumsallaşmıştır²².

Kısmi tevkifat uygulamasına yönelik düzenlemelerde KDV tevkifatı yapmak zorunda olanlar, işlem türleri itibariyle ayrı ayrı belirtilmiş olmasına rağmen, bu şekilde tevkifat yapacak olanların tanım ve mahiyetinde belirsizlik ve eksiklikler bulunmaktadır²³.

Çok fazla girdi gerektirmeyen ve temelde emek üzerine kurulu olan hizmet sektöründe, işleme konu KDV’nin Maliye Bakanlığınca belirlenen kısmının, işleme muhatap olan alıcılar tarafından beyan edilip ödenmesi vergi alacağının güvence altına alınması sağlamakta; ancak tevkifat kapsamının çokluğu ve çeşitliliği haksız rekabetin etkisiyle kayıt dışılığa itmektedir²⁴.

Gerek tam tevkifat, gerekse kısmi tevkifat uygulamasının temel amacı vergi güvenliğinin sağlanmasıdır. Ancak tam tevkifat uygulamasında hizmet ithalindekinden farksız bir işleyiş varken; kısmi tevkifat uygulamasında KDV’de indirim mekanizmasının olağan sürecinde değişiklik söz konusu olmaktadır.

²⁰ Ceyhan İnaltonç, Katma Değer Vergisi’nde Tevkifatın Nedenleri, Gelişimi ve Uygulama Esasları, Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayını, İstanbul 2013, s. 103.

²¹ İnaltonç, a.g.e., s. 103.

²² Ayhan Üngörmüş, Katma Değer Vergisi Tevkifatı Uygulaması Artık Derli Toplu, Vergi Dünyası Dergisi, Sayı 370, Haziran 2012, s. 30.

²³ Nihat Uzunoğlu, KDV Tevkifatı Yapmak Zorunda Olanların Tanımı ve Kapsamı, Vergi Dünyası Dergisi, S. 403, Mart 2015, s. 19.

²⁴ Yusuf Akdağ, 117 Seri Numaralı KDV Genel Tebliği ve Kısmi Tevkifat Uygulanacak Hizmetler, Vergi Raporu Dergisi, Sayı 154, Temmuz 2012, s. 25.

KDVK’da yer alan “vergi kesintisi yapmakla sorumlu tutulanlar”, vergi sorumlusunun düzenlendiği 9. madde hükmünde belirlenen “vergiye tabi işlemlere taraf olanlar” şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Vergiye tabi işlemlere taraf olanlar arasından bir vergi sorumlusunun tayini, vergi idaresinin bir belirleme yapmasını gerektirmekte olup, bu belirleme ise idari takdire bağlıdır²⁵. Ancak bu şekilde sorumlu sıfatıyla KDV beyannamesi verilmesi ve KDV’nin ödenmesi, vergisel bir yükümlülük ve ödev niteliğindedir. Ancak bu durum Anayasada da ifade edilen vergide kanunilik ilkesine aykırıdır ve KDV yönünden vergi kesintisi yapacak vergi sorumlusunun, vergi idaresi tarafından değil, kanunla belirlenmesi gerekir²⁶.

References

- Akdağ, Y. (2012). “117 Seri Numaralı KDV Genel Tebliği ve Kısmi Tevkifat Uygulanacak Hizmetler”, *Vergi Raporu Dergisi*, Temmuz 2012 (154), s. 25.
- Akdoğan, A. (1996). *Vergilerin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi (Yasal Düzenlemelerin İşleyişleri)*, Ankara: Gazi Üniversitesi Yayın No: 165/54.
- Aliefendioğlu, Y. (1975). *Türk Vergi Sisteminde Verginin Kaynakta Kesilmesi (Stopaj)*, Ankara: Doğu Ltd. Şti. Matbaası.
- Arslan, E. (2008). “KDV’de Sorumluluk ve Tevkifat”, *Vergi Dünyası Dergisi*, <http://www.vergidunyasi.com.tr/Makaleler/4677> (Erişim Tarihi: 22 Eylül 2017).
- İnaltong, C. (2013). *Katma Değer Vergisi’nde Tevkifatın Nedenleri, Gelişimi ve Uygulama Esasları*, İstanbul: Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayını.
- Saraçoğlu, F. (2018). *Türk Vergi Sisteminde Verginin Kaynakta Kesilmesi (Tevkifat) Uygulaması*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Uzunoğlu, N. (2015). “KDV Tevkifatı Yapmak Zorunda Olanların Tanımı ve Kapsamı”, *Vergi Dünyası Dergisi*, Mart 2015 (403), s. 19.
- Üngörmüş, A. (2012). “Katma Değer Vergisi Uygulaması Artık Derli Toplu”, *Vergi Dünyası Dergisi*, Nisan 2012 (370), s.30.
- Yaltı Soydan, B. (1995). “Kurum Kazançlarında Tevkifat Üzerine Bir Değerlendirme”, *Vergi Sorunları Dergisi*, Nisan 1995 (1), s.1, <http://www.vergisorunlari.com.tr/makale/kurum-kazanclarinda-tevkifat-uzerine-bir-degerlendirme/3666> (Erişim Tarihi: 15 Eylül 2017).

²⁵ Erdoğan Arslan, KDV’de Sorumluluk ve Tevkifat, *Vergi Dünyası Dergisi*, <http://www.vergidunyasi.com.tr/Makaleler/4677>, Mayıs 2008, s. 9, Erişim tarihi: 22 Eylül 2017.

²⁶ Arslan, a.g.m., s. 10.

Television Reporting in Local Media: The Case of Kanal V, Antalya's Local Television

Murad KARADUMAN¹⁶⁶, Betül SABAHÇI¹⁶⁷

Abstract

Television reporting is one of the most effective news media that draws its strength from picture. Nowadays during which journalism and reporting have experienced transformation with the new media, the effect of television is still undeniable among mass media. Certainly, it is clear that the new media has effects both in television viewing habits and in the context of television reporting. However, Based on the fact that Turkey is one of the countries with the most television viewing in the world, it can be said these effects are somewhat limited at the present moment in our country.

When it is considered from a conceptual point of view, television reporting is a mass media reporting that mostly attracts the attention of people and is more convincing with the combination of sound and video. Television reporting, unlike newspaper reporting, can instantly display the events occurring in a place on the screen, and the event is told by the reporter by stand up presentation technique. So, the event can be looked at from a different perspective (Öztürk, 2004: 97). When it is evaluated in this respect, viewers are made feel the event almost by experience.

In the world, television broadcasting started in the United States. In Turkey, television broadcasts were first started by Istanbul Technical University on July 9, 1952. However, since the institutions outside of TRT were prohibited from making radio and television broadcasts within the boundaries of Turkey along with the entry into force of TRT Law on May 1, 1964, İTÜ TV stopped broadcasting in 1970 and transferred its transmitters to TRT in 1971. TRT made its first television broadcast in black and white from its studio in Ankara at 19.30 on January 31, 1968. (https://tr.wikipedia.org/wiki/Türkiye%27de_televizyon). Star TV, which is the first private television of Turkey, started broadcasting through satellite via Germany in 1990 due to legal barriers.

Nowadays, more than a thousand televisions and radios are broadcasting in Turkey. (<https://www.rtuk.gov.tr/medya-hizmet-saglayicilar/3747/1996/karasal-ortamdan-lisans-basvurusu-olan-kuruluslar-listesi-rd-ve-tv-olarak.html>).

Although the fact that there are great numbers of national television channels in Turkey offers lots of options to the viewer for watching the news, televisions are not too much different from each other in terms of content. In recent years, the increase in the number of viewers using satellite receivers and the direction of political mobility have led to an increase in ideological

¹⁶⁶ Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, mkaraduman@gmail.com

¹⁶⁷ Arş. Gör. Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ak_bulut@hotmail.com

diversity in the media. Magazine newscasting, which was also described as "Television Reporting" at the beginning of the 2000's, has recently begun to give its place to news bulletins in which political news have gained priority, by the effect of polarization in the media (Akyüz, 2010: 25).

Local television channels, as well as national television channels, have been maintaining their development that started in the 1990s. The process that first started with radio broadcasting at the local level progressed with television broadcasting later on. However, local television broadcasting, which started in the early periods without sufficient infrastructure and necessary formation, has continued with many difficulties from that day to this. When existing local televisions in our country are considered, it is seen that they are trying to maintain their broadcast life under the shadow of many problems such as economic problems, legal problems, labour and employment problems, technical and technological problems.

News bulletins are one of the lifeblood of local televisions. It is seen that local, national and international news are included in news bulletins broadcasted in local televisions. However, originality in news bulletins is decreasing day by day. News center structuring are dwindling, dependency on agencies is increasing, and routine reporting is coming to the forefront.

Kanal V Television is the only television channel making local and national broadcasts from the center of Antalya. The aim of this study, which is about the main news bulletins of Antalya' s local television Kanal V, is to examine the news production processes of local televisions based on the local television channel Kanal V and to reveal the problems. For this purpose, two different methods were used in the research design of the study. Firstly, the main news bulletins of VTV were recorded for 7 days (9-15 April 2018) and analyzed by the content analysis method. Then, a semi-structured in-depth interview was performed with the news director of Kanal V, and the problems were revealed.

Based on the case of Kanal V which is the local television channel of Antalya, the aim of the study is to show how news production process of local televisions is conducted and what the main problems are, and to reveal the situation of television news on local televisions.

Keywords: Local televisions, television reporting, local reporting

JEL Codes: Z00, Z10, Z19

Yerel Medyada Televizyon Haberciliği: Antalya Yerel Televizyonu Kanal V Örneği

Televizyon haberciliği gücünü görüntüden alan, en etkili haber mecralarından birisidir. Gazetecilik ve haberciliğin yeni medyayla dönüşüm yaşadığı günümüzde kitle iletişim araçları içinde halen televizyonun etkisi yadsınamaz. Kuşkusuz yeni medyanın televizyon izleme alışkanlıklarında da, televizyon haberciliği bağlamında da etkileri olduğu açıktır. Ancak dünyada en çok televizyon izlenen ülkelerden birisinin Türkiye olduğundan yola çıkarak, şimdilik bu etkilerin ülkemizde bir miktar sınırlı kaldığı söylenebilir.

Kavramsal olarak bakıldığında; televizyon haberciliği, insanların en çok ilgisini çeken, ses ve görüntünün birleşmesiyle inandırıcılığı daha da artan bir kitle iletişim haberciliğidir. Televizyon haberciliği gazete haberciliğinden farklı olarak, bir yerde olan olayları anında ekrana getirebilmekte ve stand up sunuş tekniğiyle olay, muhabir tarafından anlatılmaktadır.

Böylece olaya değişik bir açıdan bakılabilmektedir (Öztürk, 2004: 97). Bu açıdan değerlendirildiğinde olayın, izleyiciye olayın adeta yaşayarak hissettirilmesi söz konusudur.

Dünyada televizyon yayıncılığı Amerika Birleşik Devletleri'nde başlamıştır. Türkiye'de ise televizyon yayınları ilk kez İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından 9 Temmuz 1952 günü başlatıldı. Ancak 1 Mayıs 1964 tarihli TRT Yasası'nın yürürlüğe girmesiyle birlikte, Türkiye sınırları dahilinde TRT dışındaki kurumların radyo ve televizyon yayınları yapması yasaklandığından, İTÜ TV, 1970 yılında yayınına son verdi ve vericilerini 1971 yılında TRT'ye devretti. TRT ise ilk televizyon yayını Ankara'daki stüdyosundan 31 Ocak 1968 günü siyah beyaz olarak saat 19.30'da gerçekleşmiştir. (https://tr.wikipedia.org/wiki/Türkiye%27de_tv). Türkiye'nin ilk özel televizyonu olan Star TV ise yine yasal engeller nedeniyle 1990 yılında Almanya üzerinden uydu aracılığıyla yayın hayatına başlamıştır.

Günümüzde Türkiye'de binin üzerinde televizyon ve radyo yayın yapmaktadır. (<https://www.rtuk.gov.tr/medya-hizmet-saglayicilar/3747/1996/karasal-ortamdan-lisans-basvurusu-olan-kuruluslar-listesi-rd-ve-tv-olarak.html>).

Türkiye'de ulusal televizyon kanallarının sayısının fazla olması haber izleme konusunda izleyiciye çok fazla seçenek sunmasına karşın, içerik olarak televizyonlar birbirinden çok fazla farklılık göstermemektedir. Son yıllarda uydu alıcısı kullanan izleyicilerin sayısının artması ve siyasi hareketliliğin yönü, medyada özellikle ideolojik çeşitliliğin artmasına neden olmuştur. 2000'li yılların başında "Televole Haberciliği" olarak da nitelendirilen magazinsel haber yayıncılığı son dönemde medyadaki kutuplaşmanın da etkisiyle yerini siyasi haberlerin önceliğini artırdığı haber bültenlerine bırakmaya başlamıştır (Akyüz, 2010: 25).

Ulusal televizyon kanallarının yanı sıra yerel televizyon kanalları da 1990'lı yıllarda başlayan gelişimini sürdürmektedir. Yerelde öncelikle radyo yayıncılığıyla başlayan süreç, daha sonra televizyon yayıncılığıyla sürmüştür. Ancak ilk dönemlerde yeterli alt yapı ve gerekli formasyon olmadan başlayan yerel televizyon yayıncılığı, o günden bugüne birçok zorlukla devam etmektedir. Bugün ülkemizdeki yerel televizyonlara bakıldığında; ekonomik sorunlar, yasal sorunlar, çalışma ve istihdam problemleri, teknik ve teknolojik sorunlar gibi birçok sıkıntının gölgesinde yayın hayatlarını sürdürmeye çalıştıkları görülmektedir.

Haber bültenleri, yerel televizyonların can damarlarından birisidir. Yerel televizyonlarda yayınlanan haber bültenlerinde, yerel, ulusal ve uluslararası haberlere yer verildiği görülmektedir. Ancak haber bültenlerinde özgünlük günden güne azalmaktadır. Haber merkezi yapılanmaları giderek küçülmekte, ajanslara bağımlılık artmakta, rutin habercilik ön plana çıkmaktadır.

Kanal V Televizyonu, Antalya merkezden yerel ve ulusal yayın yapan tek televizyon kanalıdır. Antalya yerel televizyonu Kanal V'nin ana haber bültenlerini konu alan bu çalışmanın amacı, Kanal V yerel televizyon kanalı temelinde, yerel televizyonların haber üretim süreçlerini incelemek ve sorunları ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışmanın araştırma tasarımında 2 farklı yöntem kullanılmıştır. Öncelikle VTV ana haber bülteni 7 gün (9-15 Nisan 2018) boyunca kayıt altına alınarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sonrasında Kanal V haber müdürü ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yapılmış ve sorunsallar ortaya konmuştur.

Çalışmanın amacı, Antalya yerel televizyon kanalı olan Kanal V örneğinden hareketle, yerel televizyonların, haber üretim aşamasının nasıl yürüdüğünü, başlıca sorunların neler olduğunu ortaya koymak ve televizyon haberlerinin yerel televizyondaki durumunu ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Yerel televizyonlar, televizyon haberciliği, yerel habercilik.

JEL Kodlar: Z00, Z10, Z19

A Study on Stock Exchange in Istanbul on Internal and External Factors Affecting the Working Capital Management of SMEs

Mehmet APAN¹⁶⁸, İsmail KARATAŞ¹⁶⁹

1. Introduction

The concept of operating capital is also referred to in the literature as working capital. The difference between the current assets and the current liabilities in the operating balance in this framework is defined as working capital. On the other hand, current or working assets represent the gross operating (working) capital. In this context, the difference between current assets and current liabilities is treated as net operating (working) capital (Shim & Siegel, 1984: 256). For this reason, the current assets free of current liabilities are considered as the net value of the operating capital. This value is called net operating capital (NOC) or net working capital (NWC) (Shim & Siegel, 1998: 22).

NWC arising from the difference between the current assets and its short-term liabilities of the enterprise; term cash outflows for the enterprise and the short-term liabilities of the assets to be transferred in the near future (Özerol, 2009: 60). It is clear that such a positive difference will be due, in part, to the current assets financed by long term liabilities and / or equity. Enterprises with high equity capital in business financing will have low firm risk (Apak & Demirel, 2009: 184). Therefore, every positive level of NWC can positively affect the firm's risk of low creditworthiness. In addition, the NWC is considered to be an important indicator for the determination of the lending power and is thus seen as a criterion that is constantly emphasized by Lenders (Özerol, 2009: 61).

In the survey, the impact levels of internal and external factors on working capital management of small and medium-sized enterprises (SMEs) were examined. In this context, it is aimed to determine the significant effects of internal and external factors on the management of working capital by statistical methods. As a result of the empirical analysis, the effect levels of effective factors on the management of working capital were determined.

2. Sample and Model

For the determination of the effects of internal and external factors on the working capital management of SMEs, regression analysis was applied to 16 firms' 2012: Q1-2016: Q4 period data which are traded in Stock Exchange Istanbul. For the analysis of the research, 5120 observations data provided from www.kap.gov.tr were used.

¹⁶⁸ Asst. Prof., Karabuk University, Faculty of Business Administration, Department of Business Administration, mehmetapan@karabuk.edu.tr

¹⁶⁹ Doctoral Student, Karabuk University, Institute of Social Sciences, Department of Business, ismailkrts34@gmail.com

In the research model, the working capital to assets ratio (WCAR) was used as the proxy variable for the working capital management and was used as the variable explained in the model. In order to explain this variant; the age of the enterprise, the current ratio, the liquidity ratio, the cash ratio, the leverage ratio, the receivable turnover, the inventory turnover, the payable turnover, the net trade cycle, the asset turnover, the return on assets, the return on equity, the logarithm of total assets, the interest rate, and the rate of change of GDP (Gross Domestic Product) are used in the model as explanatory variables. In order to determine the effects of the internal and external factors in the model over the WCAR, regression models were developed in the level structure. In this context, multicollinearity and autocorrelation states of variables in regression models are examined. Within this framework, statistical significance levels of the data set were obtained by applying difference processing for variables. With these processes, research model;

$$D(\text{Working Capital to Assets Ratio})_{it} = \beta_1 \times D(\text{Age})_{it} + \beta_2 \times D(\text{Liquidity Ratio})_{it} + \beta_3 \times D(\text{Cash Ratio})_{it} + \beta_4 \times D(\text{Leverage Ratio})_{it} + \beta_5 \times D(\text{Receivable Turnover})_{it} + \beta_6 \times D(\text{Inventory Turnover})_{it} + \beta_7 \times D(\text{Payable Turnover})_{it} + \beta_8 \times D(\text{Net Trade Cycle})_{it} + \beta_9 \times D(\text{Asset Turnover})_{it} + \beta_{10} \times D(\text{Return on Assets})_{it} + \beta_{11} \times D(\text{Return on Equity})_{it} + \beta_{12} \times D(\log(\text{Total Assets}))_{it} + \beta_{13} \times D(\text{Interest Rate})_{it} + \beta_{14} \times D(\text{Rate of Change of GDP})_{it}$$

have been formulated.

3. Empirical Analysis and Findings

Table 1. Results of Regression Analysis on the Effects of Internal and External Factors on the Working Capital Management

Explanatory Variables	B	Std. Error	Beta	t	p	Zero-order r	Partial r	Tolerance	VIF
D(AGE)	-,007	,001	-,211	-5,531	,000	-,271	-,302	,818	1,223
D(LR)	-,005	,003	-,111	-1,652	,099	,305	-,094	,265	3,780
D(CR)	,023	,006	,255	3,836	,000	,222	,215	,270	3,706
D(LR)	-,553	,070	-,404	-7,944	,000	-,679	-,414	,460	2,175
D(RT)	-,001	,002	-,017	-,328	,743	-,005	-,019	,438	2,281
D(IT)	5,826E-7	,000	,086	2,022	,044	,321	,115	,656	1,524
D(PT)	-,001	,001	-,035	-,674	,501	,269	-,039	,434	2,303
D(NTC)	4,458E-7	,000	,006	,178	,859	-,002	,010	,928	1,078
D(AT)	,006	,029	,012	,200	,841	,045	,011	,332	3,013
D(ROA)	,405	,057	,377	7,051	,000	,699	,374	,415	2,408
D(ROE)	-,007	,008	-,033	-,943	,346	,082	-,054	,973	1,028
D(LOG(TA))	,001	,018	,003	,080	,936	-,033	,005	,793	1,261
D(IR)	,005	,004	,046	1,251	,212	,022	,071	,882	1,134
D(RCGDP)	,001	,000	,067	1,656	,099	,041	,094	,716	1,396
Explained Variable: D(Working Capital to Assets Ratio) R=0.799, R²=0.638, F₍₁₄₋₃₀₅₎=38.330, p=0.000, Durbin-Watson (D.W.) Statistic=1.993									

In Table 1; multiple regression analysis was applied to determine the power of the predictive power of the explanatory variables are the age, the liquidity ratio, the cash ratio, the leverage ratio, the receivable turnover, the inventory turnover, the payable turnover, the net trade cycle, the asset turnover, the return on assets, the return on equity, the logarithm of total assets, the interest rate, the rate of change of GDP (Gross Domestic Product) on the WCAR, the explained variable of the research model. It was determined that explanatory variables had

significant explanatory power over WCAR ($R=0,799$; $R^2=0,638$) according to the analyses ($F_{(14-305)}=38,330$; $p<0,05$). This implies that the explained variable in the generated model is clarified by explanatory variables at about 64%. According to the standardized regression coefficients, the leverage ratios from the explanatory variables on the WCAR were found to be significant in the first order ($\beta = -0,404$) and statistically negative, while the logarithm of the total assets in the last order ($\beta = 0.003$) and a statistically insignificant effect. In addition, it was determined that the age, the cash ratio, the leverage ratio, the inventory turnover and return on assets variables of the explanatory variables within the significance tests of the regression coefficients were significant ($p<0,05$). According to the results of the regression analysis, the first level structure that describes WCAR is the regression equation:

$$\Delta(\text{Working Capital to Assets Ratio})_{it} = - 0,007 \times \Delta(\text{Age})_{it} - 0,005 \times \Delta(\text{Liquidity Ratio})_{it} + 0,023 \times \Delta(\text{Cash Ratio})_{it} - 0,553 \times \Delta(\text{Leverage Ratio})_{it} - 0,001 \times \Delta(\text{Receivable Turnover})_{it} + 5,826E-7 \times \Delta(\text{Inventory Turnover})_{it} - 0,001 \times \Delta(\text{Payable Turnover})_{it} + 4,458E-7 \times \Delta(\text{Net Trade Cycle})_{it} + 0,006 \times \Delta(\text{Asset Turnover})_{it} + 0,405 \times \Delta(\text{Return on Assets})_{it} - 0,007 \times \Delta(\text{Return on Equity})_{it} + 0,001 \times \Delta \log(\text{Total Assets})_{it} + 0,005 \times \Delta(\text{Interest Rate})_{it} + 0,001 \times \Delta(\text{Rate of Change of GDP})_{it}$$

have been formulated.

4. Conclusion

In this study, it is aimed to determine the effective internal and external factors on SMEs' working capital management in Stock Exchange Istanbul (BIST). For this purpose, financial data of 16 firms for 2012: Q1-2016: Q4 period have been analysed. The "Working Capital to Assets Ratio" is used as the explained variable in the research model. In the model, the age, the liquidity ratio, the cash ratio, the leverage ratio, the receivable turnover, the inventory turnover, the payable turnover, the net trade cycle, the asset turnover, the return on assets, the return on equity, the logarithm of total assets, the interest rate, the rate of change of GDP (Gross Domestic Product) are determined as explanatory variables.

Regression analysis method was used for empirical analysis. According to the results of this analysis, explanatory variables have a significant effect on the WCAR. It has been determined that the explanatory variables in the model explain about 64% of the WCAR. When the significance tests of regression coefficients are examined, it is seen that the age, the cash ratio, the leverage ratio, the inventory turnover and the return on assets variables are significant predictor variables over the WCAR from between explanatory variables.

Empirical analysis results include a limited number of enterprise data. In order to provide guidance for all enterprises, the variables that are effective on the WCAR can be expanded and similar studies can be done with a wide data set. It is expected that this study will be a guide for enterprises on the SME scale. New studies can reach different conclusions that contribute to the literature.

Anahtar Kelimeler: SME, Working Capital, Multiple Regression Analysis, Borsa Istanbul

JEL Codes: G30, G32

Kobi'lerin İşletme Sermayesi Yönetimini Etkileyen İçsel ve Dışsal Faktörler Üzerine Borsa İstanbul'da Bir Araştırma

1. Giriş

İşletme sermayesi kavramı literatürde çalışma sermayesi (İngilizce “working capital”) olarak da adlandırılmaktadır. Bu çerçevede işletme bilançolarında cari varlıklar ile cari yükümlülükler arasındaki fark çalışma sermayesi olarak tanımlanmaktadır. Diğer yandan cari veya dönen varlıklar ise brüt işletme (çalışma) sermayesini temsil etmektedir. Bu kapsamda cari varlıklar ile cari yükümlülükler arasındaki fark ise net işletme (çalışma) sermayesi şeklinde ele alınmaktadır (Shim & Siegel, 1984: 256). Bu nedenle cari yükümlülüklerden arındırılmış dönen varlıklar ise işletme sermayesinin net değeri olarak kabul edilmektedir. Bu değer, net işletme sermayesi (NİS) ya da net çalışma sermayesi (NÇS) olarak adlandırılmaktadır (Shim & Siegel, 1998: 22).

İşletmenin dönen varlıkları ile kısa vadeli yükümlülükleri arasındaki farktan oluşan NİS; işletme için elindeki nakit ve yakın gelecekte nakde çevirebileceği varlıklarla kısa vadeli olan yükümlülüklerini karşılama sonrası kalan değer olarak da ifade edilmektedir (Özerol, 2009: 60). Böyle bir pozitif farkın kısmen uzun vadeli yabancı kaynak ve / veya öz kaynakla finanse edilen dönen varlıklardan oluşacağı açıktır. İşletme finansmanında özkaynak ağırlığı yüksek olan işletmeler, düşük firma riskine sahip olacaktırlar (Apak & Demirel, 2009: 184). Dolayısıyla NİS'nin her pozitif düzeyi, kredi değerliliği düşük olan firmanın riskini olumlu yönde etkileyebilecektir. Ayrıca NİS, borç ödeme gücünün saptanması bakımından önemli bir gösterge olarak kabul edilmekte ve bu nedenle kredi veren kuruluşlar tarafından sürekli olarak üzerinde durulan bir kriter olarak görülmektedir (Özerol, 2009: 61).

Araştırmada KOBİ(Küçük ve Orta Boy İşletme)'lerin işletme sermayesi yönetimi üzerinde etkili olan içsel ve dışsal faktörlerin etki düzeyleri incelenmiştir. Bu kapsamda içsel ve dışsal faktörlerin işletme sermayesi yönetimi üzerinde istatistiksel yöntemlerle anlamlı etkilerin belirlenmesi hedeflenmiştir. Böylece ampirik analiz sonuçlarına göre işletme sermayesi yönetimi üzerinde etkili faktörlerin etki düzeyleri belirlenmiştir.

2. Örneklem ve Model

İçsel ve dışsal faktörlerin KOBİ'lerin işletme sermayesi yönetimi üzerindeki etkilerinin belirlenmesi için Borsa İstanbul'da hisse senetleri işlem gören 16 firmanın 2012: Q1-2016: Q4 dönem verisine regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırma analizleri için www.kap.gov.tr adresinden sağlanan 5120 adet gözlem verisi kullanılmıştır.

Araştırma modelinde İşletme Sermayesi Yönetimi için vekil değişken olarak İşletme Sermayesi Oranı (İSO) kullanılmış ve modelde açıklanan değişken olarak kullanılmıştır. Bu değişkeni açıklamak için işletme yaşı, cari oran, likidite oranı, nakit oran, kaldıraç oranı, ticari alacak devir hızı, stok devir hızı, ticari borç devir hızı, net ticaret süresi, aktif devir hızı, aktif karlılığı, özkaynak karlılığı, toplam varlıkların logaritması, faiz oranı ve GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla)'daki değişim oranı açıklayıcı değişkenler olarak modelde kullanılmıştır. Modelde yer alan içsel ve dışsal faktörlerin İSO üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla düzey yapıda regresyon modelleri oluşturulmuştur. Bu kapsamda regresyon modellerinde yer alan değişkenlerin çoklu bağlantı ve otokorelasyon durumları incelenmiştir. Bu çerçevede değişkenler için fark işlemi uygulanarak veri setinin istatistiksel anlamlılık seviyeleri elde edilmiştir. Bu işlemler ile araştırma modeli;

$D(\text{İşletme Sermayesi Oranı})_{it} = \beta_1 \times D(\text{Yaş})_{it} + \beta_2 \times D(\text{Likidite Oranı})_{it} + \beta_3 \times D(\text{Nakit Oran})_{it} + \beta_4 \times D(\text{Kaldıraç Oranı})_{it} + \beta_5 \times D(\text{Ticari Alacak Devir Hızı})_{it} + \beta_6 \times D(\text{Stok Devir Hızı})_{it} + \beta_7 \times D(\text{Ticari Borç Devir Hızı})_{it} + \beta_8 \times D(\text{Net Ticaret Süresi})_{it} + \beta_9 \times D(\text{Aktif Devir Hızı})_{it} + \beta_{10} \times D(\text{Aktif Karlılığı})_{it} + \beta_{11} \times D(\text{Özkaynak Karlılığı})_{it} + \beta_{12} \times D(\text{Log(Toplam Varlıklar)})_{it} + \beta_{13} \times D(\text{Faiz Oranı})_{it} + \beta_{14} \times D(\text{GSYİH Değişim Oranı})_{it}$ olarak belirlenmiştir.

3. Ampirik Analizler ve Bulgular

Tablo 1. İçsel ve Dışsal Faktörlerin İşletme Sermayesi Üzerindeki Etkilerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Açıklayıcı Değişkenler	B	Std. Hata	Beta	t	p	İkili r	Kısmi r	Tolerans	VIF
D(YAŞ)	-,007	,001	-,211	-5,531	,000	-,271	-,302	,818	1,223
D(LO)	-,005	,003	-,111	-1,652	,099	,305	-,094	,265	3,780
D(NO)	,023	,006	,255	3,836	,000	,222	,215	,270	3,706
D(KO)	-,553	,070	-,404	-7,944	,000	-,679	-,414	,460	2,175
D(TADH)	-,001	,002	-,017	-,328	,743	-,005	-,019	,438	2,281
D(SDH)	5,826E-7	,000	,086	2,022	,044	,321	,115	,656	1,524
D(TBDH)	-,001	,001	-,035	-,674	,501	,269	-,039	,434	2,303
D(NTS)	4,458E-7	,000	,006	,178	,859	-,002	,010	,928	1,078
D(ADH)	,006	,029	,012	,200	,841	,045	,011	,332	3,013
D(AK)	,405	,057	,377	7,051	,000	,699	,374	,415	2,408
D(OK)	-,007	,008	-,033	-,943	,346	,082	-,054	,973	1,028
D(LOG(TOPVAR))	,001	,018	,003	,080	,936	-,033	,005	,793	1,261
D(FAOR)	,005	,004	,046	1,251	,212	,022	,071	,882	1,134
D(GSYIHDO)	,001	,000	,067	1,656	,099	,041	,094	,716	1,396
Açıklanan Değişken: D(İşletme Sermayesi Oranı)									
R=0.799, R²=0.638, F₍₁₄₋₃₀₅₎=38.330, p=0.000, Durbin-Watson (D.W.) Statistic=1.993									

Tablo 1’de araştırma modelinin açıklanan değişkeni olan İSO üzerinde yaş, likidite oranı, nakit oranı, kaldıraç oranı, ticari alacak devir hızı, stok devir hızı, ticari borç devir hızı, net ticaret süresi, aktif devir hızı, aktif karlılığı, özkaynak karlılığı, toplam varlıkların logaritması, faiz oranı ve GSYİH değişim oranı açıklayıcı değişkenlerinin yordama güçlerinin belirlenmesi amacıyla uygulanan çoklu regresyon analizinin sonuçları yer almaktadır. Analizlere göre açıklayıcı değişkenlerin İSO üzerinde ($R = 0,799$; $R^2 = 0,638$) anlamlı açıklama gücü ($F_{(14-305)} = 38,330$; $p < 0,05$) sergilediği belirlenmiştir. Bu da oluşturulan modelde açıklanan değişkenin, yaklaşık %64 düzeyinde açıklayıcı değişkenler tarafından açıklandığını

göstermektedir. Standartlaştırılmış regresyon katsayılarına göre İSO üzerinde açıklayıcı değişkenlerden kaldıraç oranının birinci sırada görelî önem sırasına ($\beta=-0,404$) ve istatistiksel olarak negatif bir anlamlı etki, toplam varlıkların logaritmasının ise son sırada görelî önem sırasına ($\beta=0,003$) ve istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca regresyon katsayılarının anlamlılık testleri kapsamında açıklayıcı değişkenlerden yaş, nakit oran, kaldıraç oranı, stok devir hızı ve aktif karlılığı değişkenlerinin İSO üzerinde anlamlı ($p<0,05$) yordayıcı oldukları tespit edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına göre İSO'yu açıklayan birinci düzey yapıda regresyon denklemi:

$$\Delta(\text{İşletme Sermayesi Oranı})_{it} = - 0,007 \times \Delta(\text{Yaş})_{it} - 0,005 \times \Delta(\text{Likidite Oranı})_{it} + 0,023 \times \Delta(\text{Nakit Oran})_{it} - 0,553 \times \Delta(\text{Kaldıraç Oranı})_{it} - 0,001 \times \Delta(\text{Ticari Alacak Devir Hızı})_{it} + 5,826E-7 \times \Delta(\text{Stok Devir Hızı})_{it} - 0,001 \times \Delta(\text{Ticari Borç Devir Hızı})_{it} + 4,458E-7 \times \Delta(\text{Net Ticaret Süresi})_{it} + 0,006 \times \Delta(\text{Aktif Devir Hızı})_{it} + 0,405 \times \Delta(\text{Aktif Karlılığı})_{it} - 0,007 \times \Delta(\text{Özkaynak Karlılığı})_{it} + 0,001 \times \Delta \text{Log}(\text{Toplam Varlıklar})_{it} + 0,005 \times \Delta(\text{Faiz Oranı})_{it} + 0,001 \times \Delta(\text{GSYİH Değişim Oranı})_{it}$$
 olarak belirlenmiştir.

4. Sonuç

Bu çalışmada Borsa İstanbul'da (BİST) hisse senetleri işlem gören KOBİ'lerin işletme sermayesi yönetimi üzerindeki etkili olan işletme içi ve dışı faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 2012: Q1-2016: Q4 dönemi için 16 firmanın finansal verileri analiz edilmiştir. Araştırma modelinde açıklanan değişken olarak "işletme sermayesi oranı" kullanılmıştır. Yaş, likidite oranı, nakit oran, kaldıraç oranı, ticari alacak devir hızı, stok devir hızı, ticari borç devir hızı, net ticaret süresi, aktif devir hızı, aktif karlılığı, özkaynak karlılığı, toplam varlıkların logaritması, GSYİH değişim oranı ve faiz oranı ise modelde açıklayıcı değişkenler olarak belirlenmiştir.

Ampirik analizler için regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu analiz sonuçlarına göre açıklayıcı değişkenlerin İSO üzerinde anlamlı bir etki sergilediği tespit edilmiştir. Modeldeki açıklayıcı değişkenlerin İSO'nun yaklaşık % 64'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Regresyon katsayılarının anlamlılık testleri incelendiğinde açıklayıcı değişkenlerden yaş, nakit oran, kaldıraç oranı, stok devir hızı ve aktif karlılığı değişkenlerinin İSO üzerinde anlamlı yordayıcı değişkenler oldukları görülmüştür.

Ampirik analiz sonuçları, sınırlı sayıdaki işletme verisini içermektedir. Bütün işletmelere yol gösterici olması için İSO üzerinde etkili olan değişkenler genişletilerek geniş bir veri seti ile benzer çalışmalar yapılabilir. Bu çalışmada KOBİ ölçeğindeki işletmeler için yol gösterici olması beklenmektedir. Yeni çalışmalar ile literatüre katkı sağlayacak farklı sonuçlara ulaşılabilir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, İşletme Sermayesi, Çoklu Regresyon Analizi, Borsa İstanbul

JEL Kodları: G30, G32

References

Apak, S. & Demirel, E. (2009). Finansal Yönetim: Cilt I, Sermaye Piyasaları, 1. Basım, Bilimsel ve Teknik Kitaplar, Papatya, İstanbul.

Özerol, H. (2009). Finansçı Olmayanlar için Finans, İş ve Yönetim Serisi: 13, 9. Basım, Elma Yayınevi, İstanbul.

Shim, J. K. & Siegel, J. G. (1984). Schaum's Outline of Theory and Problems of Managerial Accounting, Schaum's Outline Series, McGraw – Hill Inc., New York.

Shim, J. K. & Siegel, J. G. (1998). Schaum's Outline of Theory and Problems of Financial Management, Schaum's Outlines, Schaum Outline Series, Second Edition, McGraw – Hill, New York.

Examination of the Effects of Shifting Road Freight Transport to High-Speed Rail to Level of Service

Kadir Berkhan AKALIN¹, Abdulkadir OZDEN², Murat KARACASU³, Ozge YILDIZ⁴, Zeyneb KARALOM⁵

1. Introduction

Freight transport characteristics have changed in response to industrial needs and customer preferences in the last few decades. This change is perceived in different levels from personal cargo to door-to-door containerized/unitized freight. However, the rail industry has not been properly responded this change (Islam & Blinge, 2017). Door-to-door transport has become a preferred element of freight transportation requiring the adoption of better supply-chain approaches. Additionally, rise and success of online shopping services significantly increased the amount of express and light cargo. This change increased the market share of cargo companies with additional challenges to meet the customer needs. High speed trains, on the other hand, can create an opportunity for fast-moving light cargo by offering services faster than road transport and cheaper than air transport. With better planning and integration of proper supply-chain approaches, it is possible to increase the usage and efficiency of the rail freight transport.

There are few examples of high speed freight transport. The most known is the French TGV Postal, where the train cars were directly converted from passenger train cars. Additionally, CargoSprinter and DB Inter-Cargo-Express Container Wagon in Germany, Postal Railcar Class 325 Royal Mail in the UK, and Green Cargo "B-mail" Wagon in Sweden are some of the examples of high speed freight transport (Troche, 2005).

The primary purpose of this study is to evaluate the possibility of shifting some road freight transport to rail freight transport in certain routes where high-speed rail is available. With this approach, it is expected to utilize the idle potential of the high-speed railways at night and increase the level of service on roads by reducing the truck traffic. Ertem and Ozcan (2016) investigated the use of current high speed rail network for small cargo and mail in Turkey with a mathematical model. They concluded that the use of high speed rail can be advantageous for light freight and mail both in separate trains and passenger-cargo combination trains.

Based on the preliminary evaluation, the level of service can be increased in some state roads and highways by shifting some of the heavy vehicles used for freight transport to the high-speed rail. In this way, while safer and more reliable road traffic will be provided, freight

¹ Research Assistant, Eskisehir Osmangazi Uni. Civil Eng. Dept., kbakalin@ogu.edu.tr (corresponding author)

² Research Assistant Dr., Eskisehir Osmangazi Uni. Civil Eng. Dept., aozden@ogu.edu.tr

³ Assoc. Prof. Dr., Eskisehir Osmangazi Uni. Civil Eng. Dept., muratk@ogu.edu.tr

⁴ Undergraduate, Eskisehir Osmangazi Uni. Civil Eng. Dept., ozgeyldz206@gmail.com

⁵ Undergraduate, Eskisehir Osmangazi Uni. Civil Eng. Dept., zeyneb.karalom@gmail.com

transport will become faster. It is also important to emphasize that the utilization of high speed rail in freight transport heavily relies on the current logistics and network structure (Strale, 2016). Therefore, since Turkey is currently establishing its highspeed rail network, the importance of planning the high speed rail compatible with freight transport and current and prospective logistic structures becomes more critical.

2. Method

In a new road design, the choice of features such as width, number of lanes, etc. required to pass under the foreseen conditions of traffic that may be encountered during the service life, how much and in which conditions an existing road will be able to serve against the increase in traffic, or to have an idea of what changes a new regulation may bring in traffic conditions, the traffic volume and capacity that a road can pass must be known. These studies are called highway capacity analysis.

In this context, some definitions need to be made: Lane or highway capacity is the maximum number of vehicles that can pass in one or two directions over a period of time. The number of vehicles passing within one hour from any section of a route considered is the traffic volume (Q) and the unit is vehicle/hour. The traffic flow rate (q) is the hourly value of the number of vehicles passing through a section of the road in less than one hour. Peak hour factor (PHF) is the ratio of traffic volume (Q) to flow rate (q). Annual average daily traffic (AADT) is the value found by dividing the number of vehicles passing by in one year by the number of days in the year. Level of service (LOS) is a quantitative stratification of a performance measure that represents quality of service measured on an A–F scale. LOS-A represents the best operating conditions and LOS-F the worst from the traveler’s point of view (HCM, 2010).

For analysis of capacity and service level in multi-lane roads, the following formula (Eq. 1) is used according to Highway Capacity Manual (HCM, 2010):

$$HH_i = c_j \times \left(\frac{Q}{C}\right)_j \times N \times f_w \times f_{hv} \times f_e \times f_p \tag{1}$$

Where;

HH_i : Service volume for N-lane road (in one direction) at i service level in current condition,

c_j : Lane capacity at j project speed in ideal conditions,

$\left(\frac{Q}{C}\right)_j$: Volume/Capacity ratio for i service level,

N : Number of lines,

f_w : Lane width and lateral clearance correction coefficient,

f_{hv} : Correction coefficient for the effects of vehicles in the traffic flow other than automobiles,

f_e : Coefficient for the settlement style in the region where the road is located,

f_p : Coefficient of the driver's information about the road.

3. Field Work

The main purpose of this study is to evaluate the possibility of shifting some part of the road freight transport to the Turkish State Railways (TCDD) high speed train (HST) line which is closed to the night service and to investigate the effect of freight transport, which will be transferred to the high speed train line which is available between 23:00 – 05:00, to the highway level of service.

For this review, level of service and capacity analysis were carried out at some points where AADT values were measured on the roads where TCDD HST lines serving in Turkey are located. Selected research points are shown in Figure 1. AADT values for selected points are shown in Table 2 and capacity analysis and level of service effect analysis results are shown in Table 3.

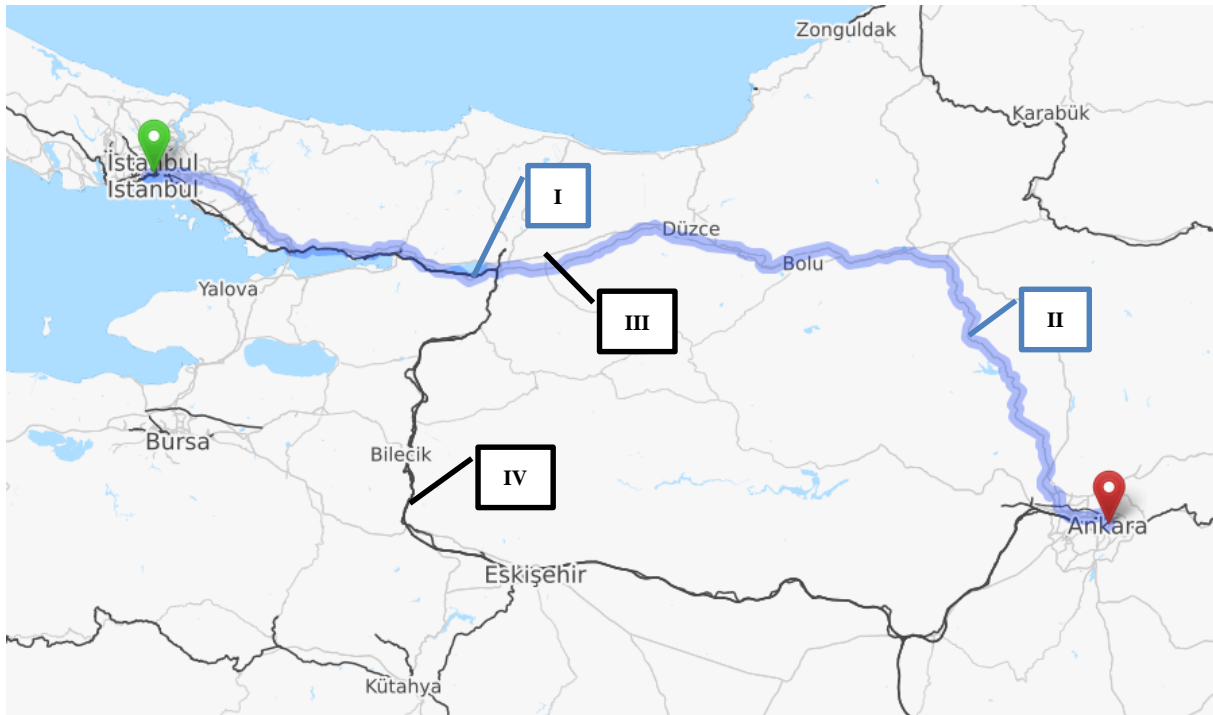


Figure 1. Selected Research Points on Road Map

Table 2. Annual Average Daily Traffic (AADT) Values for Selected Research Points

Research Point		I	II	III	IV
Traffic Volume (veh/day)	Automobile	35583	14770	20829	11670
	Heavy Vehicle	18701	6523	6822	6124
	TOTAL	54284	21293	27651	17794

Source: KGM, 2017.

Table 3. Capacity Analysis and Level of Service Effect Analysis Results for Selected Research Points

Research Point		I	II	III	IV
Current number of line (N)		3	3	2	2
Current LOS		E	B	D	B
Number of line (N) required for	LOS-A	9	4	5	3
	LOS-B	6	3	4	2
	LOS-C	5	2	3	2
	LOS-D	4	2	2	2
	LOS-E	4	2	2	1
Ratio for heavy vehicle to be reduced	LOS-A	Not possible	5.84%	Not possible	50.85%
	LOS-B	87.42%	-	99.43%	-
	LOS-C	52.63%	-	44.41%	-
	LOS-D	23.46%	-	-	-
	LOS-E	1.66%	-	-	-

4. Conclusion

The use of alternative modes of transport to the highway is shown as a solution to increased pollution and congestion in developed and developing countries. Since both the use of clean energy sources and the capacities which are higher than the transportation types, rail systems are increasing their importance in freight transportation day by day.

There are 12 train sets in the TCDD HST fleet. They provide service between Istanbul, Eskisehir, Ankara and Konya Province. When the level of service effect analysis for Istanbul - Ankara is examined on HST lines which are suitable for freight transportation between 23:00 - 05:00 for 6 hours, it is determined that each train set can work for one round trip. The HST freight transport to be operated on Istanbul - Ankara line has been seen to reduce the traffic volume of heavy vehicles of 960 veh/hr.

It is possible to increase the utilization and efficiency of rail freight transport with regular supply chain approaches, properly planned logistics centers, number of HST sets and lines to be increased.

Keywords: Feight Transport, Congestion, Mode Shift, Rail Freight Transport.

JEL Codes: O18, R41, R42.

References

Ertem, M. A., & Keskin Özcan, M. (2016). Freight transportation using high-speed train systems. *Transportation Letters*, 8(5), 250–258.

Highway Capacity Manual. (2010). *HCM 2010*, Transportation Research Board, National Research Council, Washington, DC.

Islam, D. M. Z., & Blinge, M. (2017). The future of European rail freight transport and logistics. *European Transport Research Review*, 9(1), 10–11.

Karayolları Genel Müdürlüğü. (2017). *2017 Yılı Trafik Hacim Haritaları*, <http://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Trafik/TrafikHacimHaritalari2017.aspx>, (08.06.2017).

Strale, M. (2016). High-speed rail for freight: Potential developments and impacts on urban dynamics. *The Open Transportation Journal*, 10(Suppl-1, M6), 57–66.

Troche, G. (2005). *High-speed rail freight - Efficient train systems for freight transport*. Stockholm.

Theme and Rheme as Components of The Actual Division

Сарымбетова А. А.¹

The article describes the basic concepts of the actual division of the sentence the theme and rheme. We give the definition on the theme and rheme discusses the functions of the actual division.

Keywords: Actual Division, Theme Rheme Atterance

Тема И Рема Как Компоненты Актуального Чтения

В статье рассматриваются основные понятия актуального чтения предложения тема и рема. Даются определения темы и ремы, рассматриваются функции актуального чтения.

Ключевые слова: актуальное чтение, тема, рема, высказывания.

Говоря об основных понятиях АЧ (далее актуальное чтение) теме и реме, ученые проводят сравнение либо с синтаксическим, традиционным чтением предложения, либо с логической структурой суждения и логическим субъектом предикатом. В.З. Панфилов и В. С. Юрченко и некоторые другие ученые представляют так называемое логико-грамматическое направление АЧ. Рема в трудах представителей данного направления трактуется как логико-грамматический предикат. Логическое развитие мысли связывается с языково-коммуникативной организацией высказывания. В.З Панфилов отмечает: «Значение членов предложения, включаемых на логико-грамматическом уровне и логико-грамматический субъект и предикат, содержится уже как бы в своем виде, ввиду чего и логический субъект и логический предикат могут быть выражены любым членом предложения».

В. С Юрченко дает трактовку АЧ близкую к вышеизложенному. Рему он называет продуцируемым членом, а отношения предидирования наделяет логической природой. По мнению В. С Юрченко, предложение и фраза «разными путями сводится к формально-логическому суждению предложение через грамматическое членение на

¹ старший преподаватель, КРМУ (Казахстанско-Российский Медицинский Университет), Соискатель АН Таджикистан

состав подлежащего и состав сказуемого, а фраза через актуальное членение на данное и продуцируемый член. Следовательно, предложение и фраза помимо своего речезыкового единства органически связаны и единством выражаемой ими единицы мышления суждения». Употребление терминов «логический (психологический) субъект- предикат» представляется неудовлетворительным из-за явных посторонних ассоциаций, затрудняющих разграничение отношений предикации и отношений, выражаемых АЧ. Поскольку природа АЧ в первую очередь коммуникативная неправомерно приписывать ему логическую или психологическую основу.

Синтаксико-коммуникативное направление АЧ представлено работами И. Г. Крушельницкой, Н. И. Распопова и некоторых других. И. И. Распопов считает АЧ предложения особым соотношением между компонентами его состава, благодаря которому заключающаяся в нем преследующую известную цель, сообщение развертывается в определенном направлении, в определенной коммуникативной перспективе.

Придерживаясь мнения о бинарной АЧ И. П. Распопов использует термины «основа» и «предицируемая часть». Под основой понимается исходное в сообщении: наиболее существенное, ради чего высказывание вообще состоялось, содержится в предицируемой части.

В. Е. Шевякова, характеризуя термины АЧ, подчеркивает, что каждый вариант (данное и новая тема и рема, гемма и основа, основа и ядро) имеет свои преимущества и свои недостатки».

По ее мнению, термины «данное» и «новое» удобны при нахождении субъекта и предиката мысли, когда предикат не выражен ни лексически, ни синтаксически, и его приходится определять с помощью анализа текста. В этом случае сначала находят данное, ибо часто это то, что уже было упомянуто в предыдущем предложении или подразумевается, как ранее упомянутое ситуацией, контекстом, затем методом вычитания определяют новое (ибо, что не данное, то новое). Однако этот метод имеет силу только при двух видах логической связки между предложениями устной контекстной и параллельной.

Термин «новое» также может пониматься слишком буквально, не как новая связь известных понятий, а только как нечто ранее совсем неизвестное, что опять-таки засушивает сущность природы предиката мысли.

На несовершенство терминов «новое» и «данное» указывал В. Матезиус: «ясно, что новизна или известность представления, столь важны для правильного понимания АЧ предложения, являются понятиями несколько ограничительными. Истинное положение вещей станет ясней, если вместо понятий известности представления будем говорить об основе высказывания, а вместо понятия новизны ядре высказывания».

Термины «тема» и «рема» имеют преимущества по линии словообразования, облегчающего их использование в ходе анализа аргумента. От них легко образуются существительные, прилагательные и глаголы (тематичность, тематический, рематичность, рематический и др.). Недостатки же терминологии обусловлены тем, что слово «тема» обычно воспринимается в своем обычном значении, как тематика, а малоизвестный латинский термин «рема» (предикат) ни с чем не ассоциируется и воспринимается почти как бессмыслица.

Термины «тема» и «основа» (по Ф. Бенешу) воспринимались бы как более понятная оппозиция, чем «тема» и «рема», однако существует такая пара как, «основа» и «ядро», встречающиеся в более известных, чем работы Ф. Бенеша, работах И. Магезиуса. У Магезиуса термин «основа» означает не смысловой центр сообщения (логический предикат, рему), как в оппозиции тема основа, а наоборот, исходный пункт сообщения (логический субъект, тему), соответствующей теме Бенеша.

Оппозиция «основа» и «ядро» имеет тот же недостаток, «тема» и «основа», т.е. возможность смещения обеих пар. Термин «основа» никак не ассоциируется с второстепенным компонентом АЧ, а скорее, воспринимается как логический центр (предикат, рема).

Следовательно, можно считать рему лишь одним из информативных центров, наравне с темой. Информация, передаваемая в высказывании, не сводима к реме, она заключается в тех отношениях, которые устанавливаются между аргументами АЧ обусловлено актуальным для отправителя отношением порядка между фиксированной темой и вводимой с ней в отношения ремой.

Сущность фиксирования темы как информативного центра высказывания заключается в указании на актуальную для говорящего область определенности. Неслучайно, что в ряде языков средством оформления темы является определенный артикль, в противоположность неопределенному, сопровождающему имена в позиции ремы. Функция АЧ- это информация об установлении отношения порядка, вектора отношения, т.е. указание на исходное, избранное заранее (фиксированный аргумент) и на вводимое отношение избираемое в данном высказывании (свободный аргумент).

Список литературы

Бахтин М. М. «Высказывание как единица речевого общения». Бахтин М. М. «Эстетика словесного творчества». М., 1979

Виноградов В. В. «Идеалистические основы системы проф. А.М. Нешковского, ее эклектизм и внутренние противоречия». «Вопросы синтаксиса русского языка» М., 1950

Нешевский А.М. «Русский синтаксис в научном освещении» 7 изд. М., 1956

Нешевский А.М. «Интонация и грамматика. Избранные труды» М., 1950

Шведова Ю.И «Очерки по синтаксису русской разговорной речи» М., Из-во АИ СССР 1960

The Role of Nostalgia Proneness in the Effect of Brand Image, Corporate Image, Brand Trust and Involvement on Emotional Attachment: Global vs Local Brand

F. Müge ARSLAN¹, Oylum KORKUT ALTUNA²

1. Introduction

For the past few decades nostalgia has been widely used in marketing in order to evoke positive feelings in consumers (Holak et. al., 2007). Nostalgia is an “individual’s desire for the past or a liking for possessions and activities of days gone by” (Holbrook, 1993, p. 245). Nostalgia proneness on the other hand is the “attitude toward the past” and research shows that the level of nostalgia proneness has an effect on consumer preferences (Schindler and Holbrook, 2003, p.278).

Emotional attachment in psychology is considered as the interpersonal relationship between a parent and an infant (Bowlby, 1979; Bowlby, 1980) or between an individual and a significant other (Thomson et. al., 2005). In marketing, “consumers may develop attachments to gifts, collectibles, places of residence, brands or other types of special or favorite objects” (Thomson et. al., 2005, p.78). Therefore emotional attachment may be defined as the deep emotions involved and the bond formed between a person and a product/brand. When a consumer is emotionally attached to a brand, the bond is made for a long-term and the consumer is willing to stay in the relationship (Thomson et. al., 2005; Reimann et. al., 2012). Emotional attachment to brands has a great impact on purchase intention, product usage and product evaluation (Schultz et al., 1989; Thomson et al., 2005; Hadi and Valenzuela, 2014). Thus, consumers with deep emotional attachments to brands is an effective way of realizing devoted and profitable customers who are highly willing to repurchase (Grisaffe and Nguyen, 2011).

Extant literature focuses on the antecedents of emotional attachment (Grisaffe and Nguyen, 2011); the effect of corporate branding strategy (So et. al., 2013), self-concept connection (Hwang and Kandampully, 2012), store image (Dolbec and Chebat, 2013), brand heritage (Merchant and Rose, 2013) and affectionate gestures (Hadi and Valenzuela, 2014) on emotional attachment. However, no previous study has tested the effect of brand image, corporate image, involvement and brand trust on emotional attachment and the role of nostalgia proneness in these relationships. Hence, this study tries to fill this gap by examining these relations in the context of both a global and a local brand.

¹ Marmara University, Business Administration Faculty, Business Administration Department, Marketing Section, mugearslan@marmara.edu.tr

² Istanbul University, Political Sciences Faculty, Business Administration Department, Production Management and Marketing Section, oaltuna@istanbul.edu.tr

The developed model was tested empirically against consumers of different levels of nostalgia proneness (low/high). Additionally a comparison was made between a global and a local brand. In the quantitative research, convenience sampling was used and data were collected from consumers in Istanbul using face to face interviews. Analyses were conducted on 643 useable questionnaires. Multiple regression analyses were used to test the hypotheses. The results of analyses showed that all of the independent variables had statistically significant effects on emotional attachment for both levels of nostalgia proneness and for the global and the local brands. However, differences exist for the two samples (low/high nostalgia prone) and the two brands (Çamlica and Coca Cola) regarding the most effective variables on emotional attachment.

Keywords: Nostalgia Proneness, Emotional Attachment, Brand Image, Corporate Image, Involvement, Brand Trust.

JEL Kodu: M30, M31, M37

2. Hypotheses and Measurements

For the study the following hypotheses were developed (all were tested for the whole sample and according to nostalgia prone levels and the two brands):

H1: Brand image will have a statistically significant effect on emotional attachment.

H2: Corporate image will have a statistically significant effect on emotional attachment.

H3: Brand trust will have a statistically significant effect on emotional attachment.

H4: Involvement will have a statistically significant effect on emotional attachment.

All scales used in the study were chosen from existing reliable and valid scales in literature. To measure *nostalgia proneness*, the scale of Holbrook (1993); for *general brand image* the scale developed by Martinez and Chernatony (2004); for *brand trust* the scale of Chaudhuri and Holbrook (2001, 2002); for *corporate image* the scale of Nguyen and Leblanc (2001); for *involvement* the scale developed by Bloemer and Kasper (1995); for *emotional attachment* the scale of Read, Robertson and McQuilken (2011) were used. In the study all items were measured using 7-point Likert type scales (1=“totally disagree”; 7= “totally agree”).

3. Methodology

Initially a qualitative research was conducted on two different groups of graduate business students in order to identify the brands that would be used as stimuli for the study where Coca Cola and Çamlica were chosen. For the quantitative research, data were collected from consumers in Istanbul using face to face interviews using convenience sampling. A total of 643 usable questionnaires were achieved.

In order to determine low/high nostalgia prone consumers, the median of Nostalgia Proneness scale was calculated and the sample was split accordingly.

The total sample consisted mainly of males (50,5%), aged between 18-25 (47,4%), high school graduates (47,8%) with a personal income of 1001-2000 TL (25,9%), who spend less than 25% of their monthly spending on beverage (63,6%).

All scales were tested for reliability (Cronbach’s Alpha) and validity (Confirmatory Factor Analysis) and showed acceptable results.

**Table 1: Regression Analyses Results
(Low/High Nostalgia Proneness; for Çamlıca and Coca Cola)**

Independent Variable	Low Nostalgia Pr. (n=345)		High Nostalgia Pr. (n=298)	
	Çamlıca (n=180) Beta (sig.)	Coca Cola (n=165) Beta (sig.)	Çamlıca (n=143) Beta (sig.)	Coca Cola (n=155) Beta (sig.)
Brand Image	0,114 (0,129)	0,173 (0,032)*	0,235 (0,003)*	0,052 (0,441)
Corporate Image	0,428 (0,000)*	0,207 (0,011)*	0,333 (0,000)*	0,247 (0,001)*
Brand Trust	0,210 (0,008)*	0,254 (0,001)*	0,203 (0,006)*	0,386 (0,000)*
Involvement	0,139 (0,011)*	0,297 (0,000)*	0,238 (0,000)*	0,303 (0,000)*
Adj. R ²	0,530	0,487	0,635	0,579
VIF	1,114-2,454	1,159-2,066	1,191-2,402	1,189-1,970

Dependent Variable: Emotional Attachment

*Statistically significant (p≤0,050)

As Table 1 shows, for the low nostalgia prone sample, for Çamlıca, corporate image has the highest effect on emotional attachment; for Coca Cola, involvement has the highest effect. For the high nostalgia prone sample, for Çamlıca, the same variable (corporate image) has the highest effect on emotional attachment; for Coca Cola, brand trust has the highest effect. Hence for Çamlıca, for both levels of nostalgia proneness, corporate image has the highest effect on emotional attachment. For Çamlıca in the low nostalgia proneness sample, the effect of brand image on emotional attachment is insignificant; for Coca Cola brand image is insignificant for the high nostalgia proneness case. Additionally for Coca Cola, for the low nostalgia proneness situation, involvement has the highest effect on emotional attachment whereas for the high nostalgia proneness situation, brand trust has the highest effect on emotional attachment.

4. Conclusion

The aim of the study was to empirically test the effects of brand image, corporate image, brand trust, and involvement in the context of nostalgia proneness by taking into consideration a global and a local brand. All hypotheses (H1-H4) were supported.

Theory states that involvement has an affective component, so it was expected that involvement would have a higher effect on emotional attachment for the high nostalgia prone sample. Surprisingly for Çamlıca the effect decreased for the high nostalgia prone situation and for Coca Cola a slight increase was achieved.

For Çamlıca, corporate image had the highest effect on emotional attachment and this effect did not change according to nostalgia prone levels. For Coca Cola, brand trust had the highest effect on emotional attachment and this effect did not change for the high nostalgia prone sample but differed for the low nostalgia prone sample. In order to increase emotional attachment Çamlıca should conduct activities that would positively affect corporate image. For Coca Cola the trust of the consumers towards the brand must be cultivated in order to increase emotional attachment.

References

- Bloemer, J. M. M. and Kasper, H. D. P. (1995). "The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty", *Journal of Economic Psychology*, 16: 311-329.
- Bowlby, J. (1979). *The Making and Breaking of Affectional Bonds*, London: Tavistock.
- Bowlby, J. (1980). *Loss: Sadness and Depression*, New York: Basic Books.
- Chaudhuri, A. and Holbrook, M. B. (2002). "Product-Class Effects on Brand Commitment and Brand Outcomes: The Role of Brand Trust and Brand Affect", *Brand Management*, 10 (1): 33-58.
- Dolbec, P.Y. and Chebat, J.C. (2013). "The Impact of a Flagship vs. a Brand Store on Brand Attitude, Brand Attachment and Brand Equity", *Journal of Retailing*, 89(4): 460-466.
- Grisaffe, D.B. and Nguyen, H.P. (2011). "Antecedents of Emotional Attachment to Brands", *Journal of Business Research*, 64(10): 1052-1059.
- Hadi, R. and Valenzuela, A. (2014). "A Meaningful Embrace: Contingent Effects of Embodied Cues of Affection", *Journal of Consumer Psychology*, 24(4): 520-532.
- Holak, S.L., Matveev, A.V., Havlena, W.J. (2007). "Nostalgia in Post-Socialist Russia: Exploring Applications to Advertising Strategy", *Journal of Business Research*, 60: 649-655.
- Holbrook, M.B. (1993). "Nostalgia and Consumption Preferences: Some Emerging Patterns of Consumer Tastes", *Journal of Consumer Research*, 20, (September): 245-56.
- Hwang, J. and Kandampully, J. (2012). "The Role of Emotional Aspects in Younger Consumer-Brand Relationships", *Journal of Product and Brand Management*, 21(2): 98-108.
- Martínez, E. and Chernatony, L. (2004). "The Effect of Brand Extension Strategies Upon Brand Image", *Journal of Consumer Marketing*, 21 (1): 39-50.
- Merchant, A. and Rose, G. M. (2013). "Effects of Advertising-Evoked Vicarious Nostalgia on Brand Heritage", *Journal of Business Research*, 66: 2619-2625.
- Nguyen, N. and Leblanc, G. (2001). "Corporate Image and Corporate Reputation in Customers' Retention Decisions in Services", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8: 227-236.
- Nunnally, J. 1978. *Psychometric Theory*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Read, W., Robertson, N., and McQuilken, L., (2011). "Novel Romance: The Technology Acceptance Model with Emotional Attachment", *Australasian Marketing Journal*, 19 (4): 223-229.

Reimann, M., Castaño, R., Zaichkowsky, J.L., and Bechara, A. (2012). “How We Relate to Brands: Psychological and Neurophysiological Insights into Close Consumer-Brand Relationships”, *Journal of Consumer Psychology*, 22(1): 128–142.

Schindler, R.M. and Holbrook, M.B. (2003). “Nostalgia for Early Experience as a Determinant of Consumer Preferences”, *Psychology and Marketing*, 20(4): 275-302.

Schultz, S.E., Kleine, R.E., and Kernan, J.B. (1989). “These are a Few of My Favorite Things: Toward an Explication of Attachment as a Consumer Behavior Construct”, *Advances in Consumer Research*, 16: 359–366.

So, J.T., Parsons, A.G. and Yap, S.F. (2013). “Corporate Branding, Emotional Attachment and Brand Loyalty: the Case of Luxury Fashion Branding”, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(4): 403-423.

Thomson, M., MacInnis, D.J. and Park, C.W. (2005). “The Ties That Bind: Measuring the Strength of Consumers’ Emotional Attachments to Brands”, *Journal of Consumer Psychology*, 15(1):77-91.

Zaichkowsky, J. L. (1986). “Conceptualizing Involvement”, *Journal of Advertising*, 15 (2): 4-34.

Zaichkowsky, J. L. (1994). “The Personal Involvement Inventory: Reduction, Revision and Application to Advertising”, *Journal of Advertising*, 23 (4): 59-70.