



INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS (IASOS)

21-23rd September, 2017

“Applicable Knowledge for a Sustainable Future”



Ramada Hotel Uşak, Turkey
<http://iasoscongress.org>





September 21-23, 2017 Uşak

**INTERNATIONAL APPLIED SOCIAL SCIENCES CONGRESS
(IASOS)**

ABSTRACT BOOK

21-23rd September, 2017, Uşak/TURKEY
Ramada Otel

“Applicable Knowledge for a Sustainable Future”

EDITORS

Ercan ÖZEN Assoc. Prof.Dr.
Hakan BOZ Assist.Prof.Dr.

iasoscongress.org

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

ISBN 978-605-2077-02-3

International Applied Social Sciences Congress. All Rights Reserved.

University of Uşak

**School of Applied Sciences
&**

Banking and Insurance Application and Research Center

Uşak 20.11.2017

Copyright © 2017



September 21-23, 2017 Uşak

CONGRESS ID

Name of Congress

International Applied Social Sciences Congress

Type of Participation

Davetli ve Çağrılı / Keynote and Invited

Date and Place

21-22-23 September 2017 Uşak-Turkey

Honorary Board

Sayın DALKIRAN Prof. Dr. Uşak University Interim Rector

Co-Chairs

- Ercan ÖZEN Doç.Dr. Uşak Üniversitesi
- Hakan BOZ Yrd.Doç.Dr. Uşak Üniversitesi

Executive Committee

- Ercan ÖZEN Doç.Dr. Uşak Üniversitesi
- Hakan BOZ Yrd.Doç.Dr. Uşak Üniversitesi
- Mesut ATASEVER Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Ayтуğ ARSLAN Yrd.Doç.Dr. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
- Özer YILMAZ Yrd.Doç.Dr. Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi
 - Simon GRIMA Dr. University of Malta
- Burçin SÖNMEZ Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
 - Behçet YENER Ramada Otel Müdürü
- Burcu ÇULHAOĞLU Uşak Üniversitesi

Scientific Advisory Committee

- Atila YÜKSEL - Prof.Dr. Adnan Menderes Üniversitesi
- Atilla AKBABA - Prof. Dr. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
- Belkis ÖZKARA - Prof.Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Cemil ERTUĞRUL - Prof.Dr. Uşak Üniversitesi
- C. Coşkun KÜÇÜKÖZMEN - Prof.Dr. İzmir Ekonomi Üniversitesi
- Cevdet AVCIKURT - Prof.Dr. Balıkesir Üniversitesi
- Erdoğan KOÇ Prof.Dr. - Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi
- Halim SÖZBİLİR - Prof.Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Hasan AKBULUT - Prof.Dr. İstanbul Üniversitesi
- Kâmil TÜĞEN Prof.Dr. - Dokuz Eylül Üniversitesi
- Kemalettin CONKAR - Prof.Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Mehmet ERYİĞİT Prof.Dr. - Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Melih ERDOĞAN Prof.Dr. - Anadolu Üniversitesi
- Muammer Zerenler Prof.Dr.- Selçuk Üniversitesi
- Murat ÖNTUĞ - Prof.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Mustafa TEPECİ - Prof.Dr. - Celal Bayar Üniversitesi
- Mustafa GÜLMEZ - Prof.Dr. - Akdeniz Üniversitesi
- Ruziye COP Prof.Dr. - Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Selçuk AKÇAY- Prof.Dr. - Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Semra Ayтуğ, Prof.Dr. - Dokuz Eylül Üniversitesi
- Sima NART Prof.Dr. - Sakarya Üniversitesi
- Suat ŞAHİNLER – Prof.Dr. - Uşak Üniversitesi



September 21-23, 2017 Uşak

- Kenan AYDIN - Prof.Dr. Yıldız Teknik Üniversitesi
- Kerim BANAR Prof.Dr. - Anadolu Üniversitesi
- M. Başaran ÖZTÜRK Prof.Dr. - Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi

- Süleyman YÜKÇÜ Prof.Dr. - Dokuz Eylül Üniversitesi
- Tuğrul KANDEMİR Prof.Dr. - Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Veysel KULA Prof.Dr. - Afyon Kocatepe Üniversitesi

Scientific Committee

- Simon GRIMA Dr. - University of Malta
- Tomoko Oikawa Dr. - Limerick Üniversitesi, İrlanda
- Edgardo SICA Dr. - University of Foggia, Italy
- Mehmet Ali KÖSEOĞLU Dr. - The Hong Kong Polytechnic University - Hong Kong
- Agim MAMUTI- Associate Prof.Dr. - University of New York in Tirana (UNYT) -Albania
- Sanela Šadić Associate Prof. - Faculty of Political Sciences University of Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Ivan HANAFI Prof.Dr. - University of Negeri Jakarta - Endonezya
- Eihab FATHELRAHMAN Assistant Professor. - United Arab Emirates University, BAE
- Barış ERDEM Associate Professor - University of Manas
- Demet TÜZÜNKAN Dr., -Woosong College, South Korea
- Erdoğan EKİZ Associate Professor - King Abdulaziz University
- Frank BEZZINA Prof.Dr. - University of Malta
- Mirela CRISTEA Dr - Universitatea din Craiova – Romania
- Beate SWIECKA Prof.US.Dr.Hab -Szczecin University Poland
- Daniela BAGLIERI Prof.Dr. - University of Messina- Italy
- Simone Domenico SCAGNELLI, Prof.Dr. - University of Torino Italy
- Sel DIBOĞLU Prof.Dr. - University of Missouri St Louis USA
- Rəsmiyyə Sabir qızı ABDULLYEVA, Associate Prof.Dr. - Azerbaijan National Academy of Sciences
- Yaqoob Al-BUSADİ, Professor of Tourism and Interpretation, - Sultan Qaboos University, Umman (Oman)
- Edyta MARCINKIEWICZ, Associate Prof.Dr. - Lodz University of Technology , Poland,
- Iqbal Thonse HAWALDAR, Associate Prof.Dr. - Kingdom University, Bahrain
- Volkan ALTINTAŞ, Associate Prof.Dr. - Woosong University, South Korea
- Funda Rana ADAÇAY Prof.Dr. - Anadolu Üniversitesi
- Metin COŞKUN Prof.Dr. - Anadolu Üniversitesi
- Savaş ARSLAN Prof.Dr. Bahçeşehir Üniversitesi
- Şuayip ÖZDEMİR Prof.Dr. - Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Adalet HAZAR Doç.Dr. - Başkent Üniversitesi
- Bayram ŞAHİN Doç.Dr. - Balıkesir Üniversitesi
- Murat SEZGİN Doç. Dr. - Uşak Üniversitesi
- Mustafa SOBA Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Nezih TAYYAR Doç.Dr. Uşak Üniversitesi
- Onur GÖZBAŞI Doç.Dr. - Nuh Naci Yazgan Üniversitesi
- Şenol BABUŞÇU Doç.Dr. - Başkent Üniversitesi
- Şerife SUBAŞI Doç.Dr. - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
- Serkan ÖZDEMİR- Doç.Dr. - Pamukkale Üniversitesi
- Senay YÜRÜR Doç.Dr. - Yalova Üniversitesi
- Ufuk SELEN Doç.Dr. - Uludağ Üniversitesi
- Abdullah TEKBAŞ Assist.Prof.Dr. Anayasa Mahkemesi
- Ahmet COŞKUN Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Atıl TAŞER Yrd.Doç.Dr. - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
- Ayben KOY Yrd.Doç.Dr. - İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Aysel GÜNDOĞDU Yrd.Doç.Dr. - İstanbul Medipol Üniversitesi
- Aysenur Tarakçıoğlu ALTINAY Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Bekir KÖSE Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Büşra TOSUNOĞLU Yrd.Doç.Dr. - Gümüşhane Üniversitesi
- Cuma ERCAN Yrd.Doç.Dr. - Kilis Üniversitesi
- Derya ALİMAOĞLU YEMİŞÇİ Yrd Doç Dr. - Uşak Üniversitesi
- Erdoğan KOTİL Yrd.Doç.Dr. - Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Eser YEŞİLDAĞ Yrd.Doç.Dr.- Uşak Üniversitesi
- Gonca DİLER- Yrd.Doç.Dr.Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Gönül İpek ALKAN Yrd.Doç.Dr. - Dokuz Eylül Üniversitesi
- İbrahim Murat BİCİL Yrd.Doç.Dr. - Balıkesir Üniversitesi
- İbrahim KAYNAR Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- İsmail AYDEMİR Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Çağatay BAŞARIR Yrd.Doç.Dr. - Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi
- Letife ÖZDEMİR Yrd.Doç.Dr. - Afyon Kocatepe Üniversitesi



September 21-23, 2017 Uşak

- Birol ERKAN Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Cantürk KAYAHAN Doç.Dr. - Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Cafer TOPALOĞLU Doç.Dr. - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
- Çağatan TAŞKIN Doç.Dr. - Uludağ Üniversitesi
- Dilşad ÇOKNAZ Doç. Dr. - Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Duygu KIZILDAĞ Doç.Dr. - Demokrasi Üniversitesi
- Ekrem TUFAN Doç. Dr. - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Erhan DEMİRELİ, Doç. Dr. - Dokuz Eylül Üniversitesi
- Emrah ÖZKUL Doç. Dr. - Kocaeli Üniversitesi
- Ersan ERSOY Doç.Dr. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
- Ferudun KAYA Doç.Dr. - Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Fulya AKYILDIZ Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Hakkı ODABAŞ Associate Prof.Dr. Uşak Üniversitesi
- Hüseyin YILMAZ Doç.Dr. - Adnan Menderes Üniversitesi
- İbrahim GİRİTLİOĞLU- Doç.Dr. - Gaziantep Üniversitesi
- İlhan KÜÇÜKKAPLAN Doç.Dr. - Pamukkale Üniversitesi
- Mehmet Hilmi ÖZKAYA Doç. Dr. - Uşak Üniversitesi
- Murat DOĞDUBAY Doç. Dr. - Balıkesir Üniversitesi
- Mehtap KARAKOÇ Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Mehmet Zahid ÇÖĞENLİ Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Meral GÜNDÜZ Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Mesut ATASEVER Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Murat GÜNDÜZ Yrd Doç Dr. - Uşak Üniversitesi
- Müberra ÇELEBİ Yrd Doç Dr. - Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Necla KUDUZ Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Neşe KAFA Yrd.Doç.Dr. - Adıyaman Üniversitesi
- Osman SİRKECİ Yrd.Doç.Dr. - Giresun Üniversitesi
- Ozan ÖRMECİ Yrd.Doç.Dr. - Beykent Üniversitesi
- Özer YILMAZ- Yrd.Doç.Dr. - Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
- Polat CAN Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Selim ŞANLISOY Yrd.Doç.Dr. - Dokuz Eylül Üniversitesi
- Serap VURUR Yrd.Doç.Dr. - Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Sibel ÖZAFŞARLIOĞLU Yrd.Doç.Dr. - Uşak Üniversitesi
- Tolga TORUN Yrd.Doç.Dr. - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
- Emir ÇETİNKAYA- Ege Finans Derneği
- Utku KÖSE Dr. - Uşak Üniversitesi



CONTENTS

.....	1
Önsöz.....	20
Örgütlerdeki Problemleri Davranışlara Farklı Bir Bakış: Ahlâki Sapma	21
Duygu KIZILDAĞ, Belkıs ÖZKARA	21
Stratejik Yönetimde Misyon ve Vizyon İfadesinin Önemi, Türkiye’de Faaliyet Gösteren İşletmelerin Misyon ve Misyon İfadeleri Üzerine Bir Değerlendirme.....	24
Mesut ATASEVER	24
Üniversite Öğrencilerinin Umutsuzluk ve Kaygı Seviyelerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi .	25
Gültekin BASMACI, Necla TEKTAŞ, Mehmet TEKTAŞ.....	25
Kriz Yönetimi ve Samsung Note 7 Örnekleme	26
Özden ÖZDEMİR	26
Uygulamalı Bilimler Yüksekokullarının Muhasebe Eğitime Etkisi: Muhasebe Bölümleri Ders Programları Üzerine Bir İnceleme.....	27
Mehtap KARAKOÇ	27
Bürolardaki Fiziksel Koşulların Çalışma Performansına Etkileri	28
Cemil DOĞAN	28
Türkiye'deki Ön Lisans ve Lisans Düzeyinde Muhasebe ve Denetim Alanlarının Öğretiminde Yazılımın Yeri ve Elektronikleşen İş Ortamı	30
İlker CALAYOĞLU.....	30
Türkiye’de Kitle Fonlamasının Geliştirilmesine Yönelik Öneriler	35
Mehmet Kemalettin ÇONKAR Muhammet Fatih CANBAZ	35
Yeni Ürün Geliştirme Projelerinde Aşama Eşiği Yöntemi.....	36
Akif EMİROĞLU.....	36
Kriz Yönetimi ve Krize Karşı Alternatif Politikalar	38
Akif EMİROĞLU.....	38
Sosyal Medyada Lokasyon Bazlı Servis Uygulamaları: Isparta İli Örneği	40
Seyhan ÖZDEMİR, Esra APAYDIN	40
Turizm ve Konaklama İşletmeciliği Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Seviyeleri.....	41
Emine KAMBUR, Ayşenur AKYÜZ, Müjde AKSOY, Sercan HATIPOĞLU, Erdoğan KOÇ	41
Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları Kapsamında Muhasebe Eğitiminin Akademisyenler ve Muhasebe Meslek Mensupları Açısından İncelenmesi	45
Büşra TOSUNOĞLU, Selim CENGİZ, Zafer ANADOLU	45



Antecedents of Switching Intention: A Research in Mobile Services.....	47
Çağatan TAŞKIN, Gül Gökay EMEL, Nagihan MEMİŞ	47
Exploring the Relationships among the Antecedents of Continuance Intention of Facebook Users	52
Çağatan TAŞKIN, Hatice Duygu ÖZER.....	52
Examining the Factors of Brand Extension Success: A Research on Female Consumers	55
Onur ÖZTÜRK, Çağatan TAŞKIN, Ahmet Akif KARADAMAR.....	55
Exploring the Influence of Demographic Characteristics on Entrepreneurial Intention	58
Ahmet Akif KARADAMAR, Çağatan TAŞKIN, Onur ÖZTÜRK.....	58
Sağlık Turistleri Sağlık Turizm Destinasyonu Olarak Neden Türkiye’yi Tercih Ediyor?	61
İlhan SAG, Münevver OTUZOĞLU, Hüsrev DİKTAŞ, Mehmet Ali AYDIN	61
BİST Turizm Endeksindeki İşletmelerinin Finansal Başarısızlıklarının Altman Modeli İle Tahmini ...	64
Samuray KARACA, Ercan ÖZEN	64
Türkiye’deki Vakıf Üniversitesi Kütüphaneleri Çalışanlarının Çalışmaya Tutkunluklarının Motivasyonlarına Etkisi.....	65
Özgür POLAT, Mustafa TUYSUZ, Ramazan YENER	65
Kamu Çalışanlarının Örgütsel Değişim Yöntemi Uygulamalarına Yönelik Algısı –Uşak İli Örneği....	71
Mehmet TEKELİ.....	71
Sürdürülebilir Kalkınma Bağlamında İnsan Çevre İlişkisi ve Çevre Korumada Zihniyet Değişimi	77
Hüseyin KOÇAK, Cevdet AKKAYA	77
Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının Umutsuzluk Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma	81
Hale Eda AKDURU, Fatih SEMERCİÖZ	81
Dinsel Şüphe Problemine Verilen Tepkiler.....	84
Nazım BAYRAKDAR Nurullah DENİZER Mahmut AVCI.....	84
Tarihî Perspektifte Uşak Kent Kimliği.....	87
Biray ÇAKMAK	87
19. Yüzyılda Uşak’ta Üretim.....	89
Biray ÇAKMAK	89
The Role of Incentive System in Economic Growth and Development.....	90
Göksel KARAŞ, Ebru KARAŞ.....	90
Üniversite Öğrencilerinin Dinsel Şüphe Problemi Yaşama Sıklıklarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi.....	93
Nurullah DENİZER, Nazım BAYRAKDAR, Serdar SAYGILI.....	93
Üniversite Öğrencilerinin Dinsel Şüphe Problemine Yükladıkları Anlamlar	96
Mahmut AVCI, Serdar SAYGILI, Nazım BAYRAKDAR.....	96



Yığın Kişiselleştirme Yaklaşımı ile Maliyet Minimizasyonu ve Örnek Uygulama	98
Özlem KOÇAKOĞLU, Süleyman YÜKÇÜ	98
Borsa İstanbul'da Bağımsız Denetçi Görüşlerinin Analizi ve Şartlı Denetçi Görüşlerinin Borsa Fiyatına Etkisi	99
Mustafa VURAL Ercan ÖZEN	99
Urban Transformation and Importance of Urban Infrastructure	100
Mahir Serhan TEMİZ, Fatih TAKTAK Faik Ahmet SESLI	100
Current Problems in Urban Transformation Applications.....	101
Mahir Serhan TEMİZ, Fatih TAKTAK and Faik Ahmet SESLI	101
Açık Defter Muhasebesi Üzerine Bir Araştırma	102
Süleyman YÜKÇÜ Özlem KOÇAKOĞLU	102
Metaforlar Ve Sembolik Etkileşimcilik.....	103
Belkıs ÖZKARA , Handan Deniz BÖYÜKASLAN	103
Conflict Resolution as a Way of Managing International Disputes	106
Barış ADIBELLİ, Hazal ARSLAN	106
Input-Output Analizi Yöntemiyle Türkiye'deki Yüksek Teknoloji Yoğun Endüstrilerin Değerlendirilmesi	107
Vildan Saba AKTOP	107
Determination of Factors Affecting Personal Satisfaction in Health institutions Using Hospital Management Information Systems	108
Hasbiye DİZMAN	108
The Measuring The Attitudes And Perceptions Of Consumer Regarding Corporate Social Responsibility Activities Applied By Businesses	109
Necla KUDUZ.....	109
Tersine Lojistikte Homojen Araç Filoları İçin Eş Zamanlı Dağıtım-Toplamalı Araç Rotalama Problemi Uygulaması.....	110
Bilge MEYDAN	110
Kamu Yönetiminde Yönetişim Kavramı ve Irak'ta Bölgesel Yönetimler Alanındaki Uygulama Şekli	112
Mudhaffar M. NOORI.....	112
The Effects Of Financial Inclusion On Poverty	113
Recep YORULMAZ	113
Technology Based Growth: Does R&D Boost Employment In China?.....	115
Antonio CRUPI, Fabrizio CESARONI, Maria Cristina CINICI, Valeria SCHIFILLITI	115
Irak Cumhuriyeti'nde Bölgesel 2008 Kanunu Gereği Yerel Yönetimlerin Oluşturulması ve Yerel Yönetim Reformu	119



Mudhaffar M. NOORI.....	119
Felsefe ve Din Düalizmi Bağlamında İslami İlimler Fakültesi Öğrencilerinde Felsefi Perspektivizm	120
Serdar SAYGILI, Mahmut AVCI, Nurullah DENIZER	120
Havayolu İşletmelerinde Online Reklamlar ve Tüketici Tercihleri	123
Mehmet Tahir DURSUN, Serhat AYDIN, Elif DURSUN	123
Otel İşletmelerinde Personel Güçlendirme Uygulamaları: Akçakoca İlçesi Örneği	124
Arif GÜNGÖR , Canan ÖZGENÇ, Arzu KARAGÖZ.....	124
Organizational Power Sources And Political Behaviour Models In Public Institutions: A Case From Public University	127
Fatih BIYIKLI, Belkıs ÖZKARA	127
Bağımsız Denetim Raporu'nun BIST 30 Şirketlerinin Hisse Senedi Fiyatı Volatilitesine Etkisi	128
Bade EKİM KOCAMAN, Şenol BABUŞCU, Adalet HAZAR.....	128
Türkiye’de Önde Gelen Sigorta Şirketlerinin Finansal Yapılarının Oran Analizi ile Değerlendirilmesi	134
Mazhar DEDE, Pınar PEHLİVAN	134
Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Misyon ve Vizyon Bildirgelerinin Sürdürülebilirlik Kapsamında İncelenmesi.....	137
Fulya MISIRDALI YANGİL,, Meltem DİL ŞAHİN	137
Belediye Zabıta Personellerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerine Yönelik Bir Alan Çalışması	138
Murat SEZGİN, Hüseyin PALA	138
Hizmet Hatası ve Telafisinde Yeni Perspektifler	144
Reyhan BAHAR, Bilge VILLI.....	144
Kamu Yönetimi Kapsamında Gayrimenkul Değerleme Üzerine	148
Sektördeki Ana Kurumlar.....	148
Fatih TAKTAK· Mahir Serhan TEMİZ.....	148
Sürdürülebilirlik ve Kentsel Dönüşüm: Uşak Örneği.....	150
Fatih TAKTAK	150
Yönetim Kurulu Özelliklerinin Finansal Kurumların Firma Değeri Üzerindeki Etkisi	151
Sibel ÇELİK, Burcu ACAR, Elmas DÖNMEZ	151
Otomotiv Sanayiinin Sürdürülebilirliğe Bakışı: Kütahya Örneği	152
Esra YILDIRIM SÖYLEMEZ, Fulya MISIRDALI YANGİL	152
Risk İştahının Belirleyicileri: Türkiye Örneği.....	153
Sibel ÇELİK, Elmas DÖNMEZ, Burcu ACAR	153
Türkiye Borsasının Dünya Borsaları İle Etkileşimi: Kırılgan Beşli Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama.	154
Yasemin Deniz KOÇ, Elmas DÖNMEZ.....	154



September 21-23, 2017 Uşak

Tıbbi Sekreterlerin Verimliliğe İlişkin Tutumları İle İş Becerikliliği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Hastanesinde Uygulama Örneği	155
Aslı KAYA, Nurcan COŞKUN US.....	155
Effect Of Job Insecurity Perception On Intention To Leave Work: Mediating Role Of Self Esteem..	156
Belkıs ÖZKARA, Fatih BIYIKLI	156
İşlevsel Açıdan Türk Modernleşmesinde Din Olgusu.....	158
Sadık ERTAŞ	158
İşletmelerde Kurumsal Girişimciliğin Sürdürülebilir Yatırıma Etkisi	160
Özlem TUNA, İbrahim KILIÇ	160
Son Anayasa Değişikliği Çerçevesinde Cumhurbaşkanlığı Sistemi ve.....	161
Hükümet Sistemleri İçerisindeki Yeri	161
Ahmet Bora TARHAN Belgin BÜYÜKBUĞA.....	161
Identifying the Personality Traits of Employees in Tourism Sector: A Case of Uşak Province	162
Hilal KAVAK, Veli Erdiç ÖREN	162
Yeşil Teori ve Yeşil Lojistik: Keşifsel Bir Analiz	163
Ramazan ERTURGUT, Kadircan OKKAOĞLU, Artuğ Eren COŞKUN.....	163
Kent Lojistiği: Teori Kapsam Ve Uygulamalar	164
Ramazan ERTURGUT, Artuğ Eren COŞKUN, Kadircan OKKAOĞLU.....	164
AB Çerçevesinden Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Kurumsal Mekanizmaların Rolü: Türkiye Örneği	165
Funda Râna ADAÇAY, Hakkı BAĞAN, Özgül KARABACAK	165
A Study Onthe Impact Of The Short Selling Ban On FIBS	166
Simon GRIMA, Stephen SAMMUT	166
Control Considerations Relating To Terrorism Within The Aviation Industry: A Case Study On A Small Island State	167
Simon GRIMA, Lara SCERRI	167
A Study of the Determinants of Sport Participation in a Small Island State	168
Simon GRIMA, Alan GRIMA	168
BİST-30 ve BİST-100 Endekslerinin Getiri Oynaklığının Karşılaştırması.....	169
Veysel KULA, Ender BAYKUT	169
BİST-Mali ve BİST-Sınai Endekslerinin Kaldıraç Etkisinin Sınanması ve Volatilitite Yapılarının Tespit Edilmesi.....	170
Veysel KULA, Ender BAYKUT.....	170
Türkiye’de Döngüsel İşsizliğin Nedeni Talep Daralması Mıdır?.....	171
Huriye Gonca DİLER.....	171



TOPSİS Yöntemine Göre Finansal Performans Değerlemesi: BİST Haberleşme Sektöründe Bir Uygulama	172
Neşegül PARLAK, Habib AKDOĞAN, Ayşe SOY TEMÜR	172
Küresel Finansal Krizlerin Muhasebe Bilgi Sistemi Temelli Nedenleri Bağlamında Kurumsal Yönetim Ve Şeffaflık Kavramının Önemi.....	173
Serkan ÖZDEMİR Çağrı KÖROĞLU	173
Bir Kamu Politikası Olarak Stratejik Planlama ve Süreç Analizi Modeline Göre Analizi	175
Merve BALCIOĞLU.....	175
Örgütsel Yapı Unsuru Olarak Merkezileşme Derecesinin Çalışanların Örgütsel Adalet Algısına Etkisi: Bursa İlinde Bir Araştırma	176
Sevim YAKICI Senay YÜRÜR	176
Shareholder Activism-What Does It Refer?.....	181
Yeşim ŞENDUR.....	181
Formelleşme Daha Adil Örgütler Yaratır mı?: Çalışan Algıları Üzerine Bir Araştırma.....	182
Adnan KURTULUŞ Senay YÜRÜR	182
Dönüşüm Ajanı Olarak Kadın Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma	188
Handan Deniz BÖYÜKASLAN, Duygu KIZILDAĞ.....	188
Ünlü Şeflerin Öğrenciler Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi	193
Göksel Kemal GIRGIN, Bükre ASLAN, Ümmühan ŞEN.....	193
Communities and Casinos Building	194
Marica MAZUREK	194
The Relationships Between Hedonic Consumption and Voluntary Simple Lifestyle Dimensions (Example of Vacation Services).....	196
Bilsen BILGILI, Emrah ÖZKUL, Erdoğan KOÇ	196
Eğitim Alanında Facebook Konulu Ulusal Tezlerin İncelenmesi	205
Murat AKÇAYIR, Gökçe AKÇAYIR.....	205
Sürdürülebilirlik Endeks Performansının Diğer Endekslerle Karşılaştırmalı Analizi: Türkiye Örneği	206
N.Serap VURUR	206
Dini Nitelikli Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerine Yönelik Beklentileri ve Beklentilerinin Gerçekleşme Düzeyi Üzerine Bir Araştırma	207
Hüseyin ÖZDEMİR Ayhan DAĞDEVİREN Saida Nur ÖZDEMİR	207
Healing Garden: Examination of 3 Main Hospitals Garden in Konya Province.....	210
Sertaç GÜNGÖR, Serdar GÜNGÖR.....	210
Evaluation of Patients' Privacy by Patients	213
Sedat BOSTAN, Sevil ASLAN, Gülay GÜNEŞ, Gülbeyaz ÇİFTLİK	213
Sürdürülebilir Ekolojik Kaynaklar İçin Ekolojik Ayak İzi Kavramı.....	216



Ahmet Erkan METİN.....	216
Sürdürülebilir Gelecek İçin Derin Ekoloji Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma.....	220
Ahmet Erkan METİN Abdurrahman KARAMAN.....	220
Entegre Raporlama ve Türkiye’deki Gelişmeler:.....	223
Entegre Rapor Hazırlayan İşletmeler ve BIST Kurumsal Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan İşletmeler Açısından Bir İnceleme	223
Burcu İŞGÜDEN KILIÇ	223
Effects On Domestic Efficiency In Sustainability Index: VZA Malmquist Total Factor Productivity Analysis	229
Letife ÖZDEMİR	229
Yenilenebilir Enerjinin Teşvikinde Portföy Standardı Uygulaması.....	230
Ali ÇELİKKAYA.....	230
Uşak İli Merkez İlçede Kullanımı Süren Eğitim Binaları	233
Elif GÜRİSOY.....	233
Cultural Landscapes Values of Uşak Province.....	234
Sertaç GÜNGÖR, Ahmet Tuğrul POLAT	234
Meslek Yüksekokullarında Teknik Programlarda Eğitim Gören Öğrencilerin İş Sağlığı ve Güvenliği Konusundaki Bilinç Seviyelerinin Belirlenmesi: Uşak Üniversitesi Banaz Meslek Yüksekokulu Örneği	237
Hülya ELMALI GÜLBAŞ, Erten AKBEL, Tolga KARAKUZU.....	237
Uşak’ta Sürdürülebilir Mimarinin İzlerini Aramak.....	239
Türkan ACAR	239
Otel Çalışanlarının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma.....	240
Hüseyin ÖZDEMİR, Ayhan DAĞDEVİREN, Gönül GÖKER,	240
Saida Nur ÖZDEMİR.....	240
Tüketicilerin Genetiği Değiştirilmiş Gıda (GDO) Tercihleri Üzerine Bir Araştırma	243
Hüseyin ÖZDEMİR, Gönül GÖKER, Ayhan DAĞDEVİREN,	243
Saida Nur ÖZDEMİR.....	243
Kültürel Zekanın İhracat Pazar Yönelimine Etkisi: Afyonkarahisar Mermer Sektöründe Bir Araştırma	245
Avşar BAŞ, Belkıs ÖZKARA.....	245
Determination of Optional Lessons with Promethee Ranking Method.....	248
Hakan Murat ARSLAN.....	248
Değişen Bilgi Gereksinimi ve Bağımsız Denetçi Raporundaki Yenilikler	251
Sezen ULUDAĞ.....	251



Termal Konaklama İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi ve Davranışsal Niyet İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Kırşehir İli Örneği	254
Ayhan DAĞDEVİREN Hüseyin ÖZDEMİR Saida Nur ÖZDEMİR.....	254
II. Dünya Savaşı'nın Türkiye'nin Sanayileşme Sürecine Etkileri.....	257
Önder DENİZ	257
Some Questions About Ecological Education Of Students In Kazakhstan	258
Abdimanat A. ZOLDASBEKOV, Yaşar YILMAZ	258
Kazakistan'da Tarih Ve Kültür Turizminin Gelişmesi.....	259
Aktolkyn ABUBAKİROVA, Yaşar YILMAZ, Aizhan ISAYEVA.....	259
Kazakistan Turizm Politikalarının Kavramsal Olarak İncelenmesi	260
Aktolkyn ABUBAKİROVA.....	260
Akıllı Ulaşım Sistemleri(AUS) Uygulamalarının Sektörel Dağılımı ve Analizi	261
Mehmet TEKTAŞ, Necla TEKTAŞ.....	261
Sinemada Kostüm ve Makyaj.....	263
Nuray Hilal TUĞAN	263
Economy from AnArchpoet's, W. B. Yeats, Perspective: Things Fall Apart, Centre Cannot Hold	264
Raşit ÇOLAK	264
Rank Ordering Criteria Weighting Methods and Exponential Usage of Rank Reciprocal: Determination of the Best Method by Simulation.....	265
Nezih TAYYAR.....	265
Determinants of Remittances: Evidence from Egypt	268
Selçuk AKÇAY, AlperKARASOY	268
Vergi Uyuşmazlıkları Bakımından Makul Sürede Yargılanma Hakkı	269
Abdullah TEKBAŞ, Betül HAYRULLAHOĞLU	269
Conscientious Intelligence: DPÜ Faculty of Economics and Administrative Sciences Business Administration students and students of Islamic Science Faculty Example	270
Sema BEHDİOĞLU,Cengiz DURAN, Ceren GİDERLER,	270
Ümit AKTI, Dursun BOZ.....	270
Destinasyon Özelliklerinin Destinasyonu Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Bilecik Örneği.....	271
Burçin BOZ, Hakan BOZ.....	271
Söğüt'ün Marka Kent Olma Potansiyeli: Kavramsal Bir İnceleme.....	272
Merve BİLİR, Burçin BOZ	272
Uygulamalı Bilimler Yüksekokulunda İşbaşı Eğitim Programı: Afyon Kocatepe Üniversitesi BUBYO Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma	273
Mehmet DEMİRTAŞ, Ahmet UYAR	273



September 21-23, 2017 Uşak

Muhasebede İş Etiği ve Sosyal Sorumluluk Kavramı: Afyonkocatepe Üniversitesi Muhasebe Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	274
Kübra UYAR.....	274
Mapping the Structure of International Scholarly Collaboration in Career Literature: A Four Decade Analysis	275
Mehmet YILDIZ, Mehmet Ali KOSEOGLU, İhsan AYTEKİN	275
Vicdani Zekâ Ölçeği Geliştirmek: Kütahya Örneği	277
Cengiz DURAN,Ceren GİDERLER, Ümit AKTI, Sema BEHDİOĞLU,.....	277
Dursun BOZ	277
Türkiye'de Banka Kredileri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi.....	278
Abdullah KESKİN.....	278
Relationship Between Income Distribution and Economic Growth in Developing Countries: A Panel Study.....	279
Abdullah KESKİN, İbrahim YILMAZ	279
BIST İmalat Sektöründe Yer Alan İşletmelerin Kârlılık Düzeylerinin İncelenmesi.....	280
Ömer Faruk GÜLEÇ, Hüseyin TEMİZ	280
2014-2016 Yılları Arasında Türkiye'deki Bilimsel Dergilerde Muhasebe Alanında Yayımlanan Makalelerin Analizi	283
Meral GÜNDÜZ.....	283
Türkiye'de Mobil Bankacılığın Gelişimi	284
Mehmet Ali DEMİR.....	284
Uluslararası Öğrencilerin Akademik Uyum ve Memnuniyet Araştırması: Uşak Üniversitesi Örneğinde Çok Değişkenli Yöntemlerle Bir Analiz	285
Murat GÜNDÜZ Naib ALAKBAROV Meral GÜNDÜZ	285
Suat ŞAHİNLER Cemil ERTUĞRUL	285
Hizmet Atmosferinin Tüketicilere Etkisi: Psikonörobiyokimyasal Perspektif.....	286
Ayşen ACUN, Burçin BOZ.....	286
Örgütsel Bağlılık - İş Tatmini İlişkisi.....	287
Hasan Fikri BİLGİÇ	287
#Rezist. A Case Study on Social Media Fighting Corruption	288
Monica PĂTRUȚ	288
Intelligent methods for representing accounting knowledge.....	289
Bogdan PĂTRUȚ, Simona-Elena VÂRLAN	289
Türk Bankacılık Sisteminde Sermaye Yeterlilik Oranını Belirleyen Faktörler.....	291
Rıdvan ÇABUKEL.....	291
The New Sur/faces of Turkish Television World (Türk Televizyon DünyasınınYeni Yüz/eyleri)	292



Savaş ARSLAN.....	292
Belediyelerde Halka İlişkiler Uygulamaları ve Isparta Belediyesi Örneği.....	294
Hatike KOÇAR	294
Türkiye’deki Suriyeli Çocukların Eğitimi ve ‘Pictes’ Projesi.....	295
Hatike KOÇAR	295
Lojistik Regresyon ile Bulanık Jojistik Regresyonun Karşılaştırılması Üzerine Bir Benzetim Çalışması	297
Cengiz GAZELOĞLU, Sinan SARAÇLI	297
Akademide Etkili Mentörlük İlişkisinin Kariyer Başarısı Üzerindeki Etkisi: Akademik Üretkenliğin Aracı Rolü	299
İhsan AYTEKİN, Mehmet YILDIZ, İsmail Çağrı DOĞAN	299
Liderlik ile Örgütsel Sinizm İlişkisi	302
Hasan Fikri BİLGİÇ	302
Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Optimal Portföy Seçimi: Borsa İstanbul Örneği	303
Esra SÖYLEMEZ , Yasemin Deniz KOÇ.....	303
Koz Numbers İndikatör	304
Fehmi KÖZ Ercan ÖZEN	304
Mobil Bankacılık Uygulamalarını Kullanmaya Yönelik Tutumların Teknoloji Kabul ve Planlı Davranış Teorisiyle İncelenmesi.....	306
Ercan TAŞKIN, Cevat SÖYLEMEZ.....	306
Kişilik Özellikleri İle Müşteri Şikâyetleri Ve Olumsuz Ağızdan Ağıza İletişim ilişkisi: Otomotiv Sektöründe Uygulama	309
Ruziye COP, Hülya ER	309
Yurt Dışı İnşaat Taahhütlerinde Vergi ve Muhasebe Uygulamaları	311
Ahmet COŞKUN.....	311
Genç Seçmenlerin Demografik Özelliklerine Göre Kitle İletişim Araçları ve Davranışsal Niyetler Açısından Farklılıkların İncelenmesi.....	312
Mustafa ALP Mehmet Emin AKKILIÇ	312
Bulanık Tip II Regresyon Tekniklerinin Farklı Dağılımlılar ve Farklı Örneklem Hacimlerinde Performanslarını İnceleyen Bir Benzetim Çalışması.....	317
Cengiz GAZELOĞLU, Sinan SARAÇLI	317
İşletmelerde Kurumsal Yönetimin Oluşmasında Tepe Yönetiminin Rolü Ve Önemi	319
Nihat Onur AŞIKOĞLU Yeşim ŞENDUR	319
McDonalddlaştırma Kavramı Bağlamında McGazetecilik ve Çevrimiçi Gazetecilik.....	320
Taybe TOPSAKAL	320
Modern Bilim Anlayışı ve Yorumlayıcı Yaklaşımlar	323



Muhammet Ali KÖROĞLU, Cemile Zehra KÖROĞLU.....	323
Küresel Ticareti Kolaylaştırma Anlaşması'nın Türkiye Ekonomisine Olası Etkilerinin Analizi.....	326
Nihat DAĞISTAN.....	326
İslami Bir Finans Aracı Olarak Sukuk: Erzurum İli Banka Çalışanları Üzerine Bir Uygulama	327
Turan ÖNDEŞ, Bahattin ERDEN	327
Borsa İstanbul 100 Endeksi ile Makroekonomik Değişkenler Arasındaki Duyarlılık ve Nedensellik Analizi	333
Eser YEŞİLDAĞ	333
Uygulamalı Muhasebe Eğitiminin Öğretim Elemanı ve Yönetici Unsurları Açısından Analizi.....	334
İsmail AYDEMİR	334
Global Sokağın Mikro Girişimleri ve Parafiskal Yaklaşım.....	335
Osman SİRKECİ	335
The Relationship Among Real Effective Exchange Rate, Export and Import: An Econometric Evaluation in Turkey	339
Göksel KARAŞ, Ebru KARAŞ	339
Dinamik Fiyatlandırma: Havayolu İşletmeleri Örneği.....	343
Mücahid YILDIRIM,Şuayip ÖZDEMİR	343
Algılanan Mobil Hizmet Kalitesinin Müşteri Tatmini ve Müşteri Bağlılığına Etkisinin Belirlenmesi: Mobil Bankacılığa Yönelik Bir Ön Çalışma	346
Erdem AKKAN, Alkan ALKAYA	346
Rekabet Avantajı Yaratmada Sosyal Medyanın Müşteri Tatmini, Müşteri Bağlılığı ve Müşteriyi Elde Tutma Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi	350
Alkan ALKAYA, Fatih ŞAHİN	350
Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Kadın Girişimci Adayları Üzerine Etkisi: Afyonkarahisar İlinde Bir Araştırma.....	352
Bedriye TUNÇSİPER, Duygu KIZILDAĞ.....	352
Canada in North America.....	354
Jaroslav MAZÚREK	354
Deri İşleme Sektöründe İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevresel Etkilerin Sektör Gelişimine Etkisi: Uşak ve Avrupa Birliği (AB) Deri İşleme Sektörünün Karşılaştırılması	356
Hülya ELMALI GÜLBAŞ, Serhan KARAKAŞ.....	356
İş Sağlığı ve Güvenliğinde Çalışanlar Açısından Kimyasal Maruziyet ve Biyolojik İzlemenin Önemi: Seramik ve Deri İşleme Sektörü Çalışanları.....	358
Hülya ELMALI GÜLBAŞ, Serhan KARAKAŞ.....	358
Kamu Zararında Sorumluluk: Kamu Görevlileri Üzerindeki Etkisi.....	359
Mustafa TAYTAK, Murat AYDIN	359



Türkiye’de Gerçekleştirilen Belediye Reformlarının Avrupa İdari Alanı İlkeleri Kapsamında Değerlendirmesi	360
Ahmet Hamdi AYDIN Bilal KÜÇÜKKELEPÇE	360
Students’ Perception of Distance Education	363
Raziye DEMİRALAY, İbrahim AKDENİZLİ	363
The Relation Between Agricultural Loan Disbursements and Agricultural Production Value of Provinces in Turkey	365
Emine ARSLAN PAULİ	365
Paramedik Öğrencilerinin Empatik Eğilim ve Aleksitimi Düzeyi İlişkisi	369
Zümra ÜLKER DÖRTTEPE, Sümeyye ÖZMEN	369
Financial Innovation: A Content Analysis of Articles Published in Innovation Journals	372
Zehra Binnur AVUNDUK, Melike TORUN	372
Borsa İstanbul Bankacılık Endeksi’nde İşlem Gören Bankaların Kredi Tayınlaması Uygulamaları ...	373
Tuğrul KANDEMİR, Ender BAYKUT	373
A Scale Adaptation Study to Determine Distance Education Perceptions of Vocational School Students	374
Raziye DEMİRALAY, İbrahim AKDENİZLİ	374
Pazarlama Perspektifinden Oyunlaştırma Ve Tüketici Tutumları	375
Umut GÜLEÇ , Sima NART	375
Girişimciliğin Finansmanında Melek Yatırımcılık ve Melek Yatırım Teşvikleri	377
Elif BOZ ULUTAŞ	377
Tıbbi Laboratuvar Öğrencilerinin Riskli Maruziyet ve Kesici Delici Alet Yaralanmalarının Değerlendirilmesi	378
Sümeyye ÖZMEN, Zümra ÜLKER DÖRTTEPE	378
Nash Pazarlık Çözümü Üzerine Deneysel Bir Uygulama	383
Metin TETİK	383
Futural Problem And German Factors Relating To Turkey And European Union	384
Zafer AKBAŞ, Ahmet Hüsrev ÇELİK, Şahin ÇAYLI, Veysel BABAHANOĞLU	384
Performance Analysis By Using Grey Relational Analysis Method : An Application on BIST Manufacturing Industry Companies	386
Hakan ÇELİKKOL, Fatma KÖSE İÇİGEN	386
The Effect of Organizational Leadership on Organizational Citizenship and Psychological Ownership	387
Rıfat İRAZ, Ersin ESKİLER, Arif DAMAR	387
Sokak Ekonomisinin Medya Algısı ve Lokal Ekonomide Mikro Girişimciliğe Etkisi	389
Osman SİRKECİ, Şengül ŞENOL	389



Bankacılık Sektörü: Gelişimi Ve Gelecek Trendleri.....	392
Cantürk KAYAHAN M.Kemalettin ÇONKAR, Alper KAHRAMAN	392
How to Apply Artificial Intelligence (AI) in Social Sciences?	393
Alice PAVALOIU, Utku KOSE, Hakan BOZ	393
Türk Katılım Bankalarının Risk Derecelendirmesi İçin CAMELS Tabanlı TOPSIS Modeli.....	395
Mehmet Fatih BAYRAMOĞLU, Çağatay BAŞARIR.....	395
Rekabet ve Devletin Piyasa Yapıcılığı Üzerine Bir Değerlendirme	396
Ufuk SELEN	396
Levon Panos Dabağyan'ın II. Abdülhamid Dönemi Ermeni Ayaklanmaları Hakkındaki Görüşleri Üzerine Bir Değerlendirme	400
Hüseyin Vehbi İMAMOĞLU Önder DENİZ.....	400
Alişveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Uşak İlinde Bir Uygulama.....	401
Muhammet ÖZYUZGAT, Nilay CEYLAN	401
İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Başarı Düzeylerinin İncelenmesi.....	402
Çağatay BAŞARIR, Ahmed Yusuf SARIHAN	402
6360 Sayılı Kanun Çerçevesinde Mahalleye Dönüştürülen Köylere İlişkin Bir Araştırma: Balıkesir İli Örneği.....	403
Alper UZUN, Faruk ÇAL.....	403
Sokak Sanatları ve Yerel Kültürel Algı.....	405
Osman SIRKECI, Hilal BAYAR	405
Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Uşak'ta Spor Kulüpleri (Gençlerbirliği, Ergenekon, Turan İdman Yurdu)	408
Barış METİN	408
Gençlerin Ürün Tercihlerinde Marka Güveninin Etkisi: Deneysel Bir Araştırma	409
Gülnil AYDIN, Aybeniz Akdeniz AR, Elif Doğan SAVAŞ.....	409
The Determining Factors of Small and Medium-Sized Enterprises' Electronic Commerce Adoption	410
Mustafa TEPECİ, Ömer KEHRİBAR,	410
Regional Revitalization And Development Policy In Japan – Top-Down And Bottom-Up Approach: Actuality And Issues.....	411
Tomoko OIKAWA.....	411
Tüketicilerin Hedonik ve Rasyonel Marka Algılarının, Marka Bağlılıkları Üzerine Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Uygulama	412
Özer YILMAZ, Burak YAPRAK.....	412
Impact Of Cultural Factors on Female Labour Force Participation Rate -Cross Country Study for Developed & Developing Countries.....	413



September 21-23, 2017 Uşak

Sevi SERTKAYA.....	413
Nature and History of Turkish Patent System	416
Sevi SERTKAYA, Müge GÖKEN, Emre ŞAKAR	416
Bankacılık Sektöründe Toplam Faktör Verimliliği Analizi: 2006 – 2014 Dönemi Türkiye Örneği....	417
Onur ÖZAYDIN, Ahmet AYDIN	417
Türkiye'nin Otobüsçü Aileleri, Yönetimde Nesiller Arası Geçişin Parametreleri: Kronolojik Bir Yaklaşım.....	418
Kemal KARAYORMUK, Mehmet Ali KÖSEOĞLU.....	418
Tüketicinin Duygu Durumunun Takıntılı Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi	420
Bekir KÖSE , İbrahim KAYNAR, Hakan BOZ.....	420
İçsel ve Dışsal Faktörlerin İtkisel (Dürtüsel) Satın Alma Eğilimine Etkisinde Cinsiyetin Rolü.....	421
Hakan BOZ, Erdoğan KOÇ.....	421
Impulsive Buying Behaviour: A Neuromarketing Approach by Using EEG GSR HR and Eye Tracker	422
Hakan BOZ.....	422
Sosyal Medya Reklamları İtkisel Satın Alma Eğilimini Arttırır mı?	423
Merve BAŞEĞMEZ, Dilanur ÖZTÜRK, Gamze ŞAHAN, Hakan BOZ	423
Aynı Lideri Farklı Görmek: Sağlık Çalışanlarının Liderlik Tarzı Algısındaki Farklılıkları Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	424
Özlem TUNA, Duygu KIZILDAĞ	424
Technology Induced Loyalty Schemes for Customer Relationship Management and Positive Purchase Decisions	425
Azizul HASSAN, Masud PARVEZ	425
Turizm Ekonomisinin Çoğaltan Etkisi: Türk Turizm Sektörü	426
Behçet YENER.....	426
Evaluation of the Effect of Unregistered Employment on Budget Deficits in Turkey.....	427
Reyhan LEBA TANSOKER	427



September 21-23, 2017 Uşak

Önsöz

Medeniyetler arasında binlerce yıldır kıyasıya bir rekabet ve varlığını sürdürme mücadelesi yaşanmaktadır. Medeniyetler arasındaki rekabet özellikle içinde yaşadığımız coğrafyada çok daha şiddetli bir şekilde yaşanagelmıştır. Anadolu coğrafyası yüzyıllardır Hititlerden, Frigyalılara, Lidyalılardan Urartulara, Doğu Romalılarından Selçuklulara ve Osmanlıya kadar çok sayıda medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Günümüzde Anadolu topraklarında medeniyet bayrağını ise Türkiye Cumhuriyeti olarak bizler taşımaktayız.

Geçmişte bu coğrafyada başarılı ve önemli medeniyetler kuran toplumlara bakıldığında bu medeniyetlerin ortak yanının teknoloji, sanat ve düşünce hayatında sürdürülebilir bir başarıya sahip olduklarında medeniyetlerinin zirvesine çıktıkları görülmektedir. Bununla birlikte geçmişte ülkeler ve medeniyetler arasında yaşanan rekabetin benzeri günümüzde şirketler arasında da yaşanmaktadır. İçinde bulunduğumuz yüzyılda gerek medeniyetlerin gerekse de şirketlerin başarısında ve varlığını devam ettirebilmesinde “*sürdürülebilirlik*” kavramının hayati öneme sahip olduğu görülmektedir.

Günümüzde tüketicilerin beğenisine sunulan yüz üründen yaklaşık doksan beşinin başarısız olduğu, bununla birlikte yeni açılan yüz şirketten yaklaşık sekseninin çok kısa sürede faaliyetlerine son verdiği görülmektedir. Bu nedenle Uşak Üniversitesi'nin ev sahipliğinde 21-23 Eylül 2017 tarihleri arasında “*Sürdürülebilir Bir Gelecek için Uygulanabilir Bilgi*” teması ile kongre düzenlemiş bulunmaktayız. Düzenlenen kongre ile lokal düzeyde işletmelerin, global düzeyde medeniyetimizin sürdürülebilir başarısına katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Kongre kurullarında yurt dışından İrlanda, Amerika Birleşik Devletleri, Hong Kong, İtalya, Polonya, Romanya, Arnavutluk, Bosna ve Hersek, Endonezya, Malta, Birleşik Arap Emirlikleri, Kırgızistan, Güney Kore, Suudi Arabistan, Azerbaycan, Bahreyn'den 22 bilim insanı yurtiçinden ise 87 bilim insanı katkıda bulunmuştur. Kongre süresince iki yüzden fazla bildirinin sunulduğu kongreye 300'den fazla bilim insanı katılmıştır. Düzenlenen kongrede sosyal bilimleri ilgilendiren ve hemen hemen tüm bilim dallarına ilişkin konular yüksek bilimsel standartlar çerçevesinde ele alınmıştır.

İtalya'nın Università delgi Studi di Firenze Üniversitesi'nden Prof. Dr. Patrizia Zagnoli ve Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi'nden Prof. Dr. Erdoğan KOÇ'un açılış konuşmalarını yaptığı kongre iki gün boyunca bildirilerin sunulduğu oturumlar ile devam etmiştir. Kongrenin son gününde ise son yıllarda Marka şehir olma yolunda önemli adımlar atan Uşak'ın tarihi, kültürel ve turistik güzelliklerini tanıtıcı kültürel gezi ile kongremiz sonlanmıştır.

Yapılan kongre kapsamında ortaya çıkan bilimsel yayınların medeniyetler yarışında öncelikle ülkemize önemli katkılar yapmasını bununla birlikte iş hayatına uygulanabilir bilgiler sağlamasını temenni ederim. Bu kapsamda düzenlediğimiz kongrede bu çabalarımıza katkı sağlayan bilim, sanat ve iş dünyasının temsilcilerine saygı, sevgi ve selamlarımı sunuyorum.

Prof. Dr. Sayın DALKIRAN
Uşak Üniversitesi Rektör V.



Örgütlerdeki Problemleri Davranışlara Farklı Bir Bakış: Ahlâki Sapma

Extended Abstract

Duygu KIZILDAĞ¹, Belkıs ÖZKARA²

1. Giriş

Modern toplumlar yüksek derecede karşılıklı bağımlılık ve etkileşim ilişkisiyle karakterize edilirler. Toplumsal öğelerin karşılıklı bağımlılığı ve etkileşimi, ahlâk olgusunun önemini artırırken, ahlâki sorunların da ön plana çıkmasına neden olmuştur. Örgütler de modern toplumun en yaygın ve önemli öğelerinden biri olarak ahlâki ilişkilerin ve sorunların bir alanını oluştururlar. Örgütlerdeki ahlâki ilişkilerin ve sorunların alanı, iş ahlâkı ve daha yakın zamanlarda da kurumsal ahlâk doğrultusunda kavramlaştırılmaktadır. Ancak iş ahlâkı literatürde, örgütün ilişkili olduğu tüm kesimlerle etkileşimini ahlâki bir temelde açıklarken; kurumsal ahlâk yönetici ve çalışanların etkileşimine özellikle dikkat çeker. Bununla birlikte, çalışanların davranışlarının ahlâki boyutları ve özellikle de problemleri davranışların ahlâki yönden incelenmesine ilişkin çalışmalar yeterli düzeyde değildir. Bu çalışma, çalışanların problemleri davranışlarını ahlâki bir bakış açısından ele alarak ahlâki sapma kavramını tartışmakta ve ahlâki sapmaların önlenmesine ilişkin bir bakış açısı ortaya koymaktadır. Problemleri davranışlar ve ahlâk konularında alan araştırması yapılmasının zorluğu dikkate alındığında, bu çalışma ile alanda bir araştırma çerçevesi ve araştırma önermeleri oluşturularak katkı sağlanması hedeflenmektedir.

2. İş Ahlâkı ve Kurumsal Ahlâk

Ahlâk neyin doğru neyin yanlış olduğuna yönelik inançlar ve davranış kuralları ile ifade edilir (Takala ve Urpilainen, 1999: 183). Bir başka şekilde ahlâk, bir grupta ya da belirli bir çevrede kabul edilen ortak davranışların tümü olarak da açıklanmaktadır. Ahlâk açısından, bu davranışlar insanların, yüz yüze geldiği ya da gelmediği diğer insanlarla, değer sorunlarının söz konusu olduğu bir ilişki ağı içinde anlamlıdır. Ahlâki ilişki, insanların ve türlü etkenlerin oluşturduğu bir olay ya da olaylar örgüsü içinde kurulur ve yaşanır (Kuçuradi, 1996: 176). Ahlâk bütünsel olarak niyet, davranış ve sonuçlar ile ilgilidir. Bu bağlamda teleolojik teori sonuçlar açısından ve deontolojik teori ise niyet ve davranış açısından ahlâki açıklamaya çalışır (Özgener, 2004: 34). Teleolojik kuramlar bir eylemin iyiliğini veya kötülüğünü, doğruluğunu veya yanlışlığını sonuçlarıyla saptar. Etik olarak en iyi eylem, en büyük iyinin üretilmesi olasılığına sahip olan eylemdir (Usta, 2010: 163). Deontolojik teorisinin temellerini atan Kant'a göre ahlâk, duygular yerine akıl ile ilişkilidir ve ahlâki davranış her koşulda ve durumda ortaya konması gereken bir davranıştır (Russell, 2004: 298).

Örgütler bir ilişki ağı olarak ahlâkın alanını oluşturur. Örgütün sahip ve yöneticilerinin, örgütün amaçları için aldıkları kararlar ve yaptıkları faaliyetler, örgütün içindeki ve çevresindeki kesimleri etkiler. İş ahlâkı kavramı da örgütlerin kendi ilişki ağındaki davranışlarına ilişkin temel kurallarla ilgilidir (Demir ve Songür, 1999: 159). Bir örgütün iş ahlâkına ilişkin durumu, örgütün içindeki bireylerin ahlâk yapıları ile örgütün yapısı ve uygulamalarına dayanır. Uygulamalı bir ahlâk bilgisi olan iş ahlâkının inceleme alanı iş hayatında karşılaşılan tüm ahlâki sorunlardır. Bu sorunlar örgüt çalışanları arasında, örgüt çalışanları ile yöneticileri arasında, örgüt ve örgütle alışverişte bulunanlar arasında ya da örgütle çevresel faktörler arasında olabilir

¹ Doç. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, duygu_kizildag@hotmail.com

² Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, bozkara8@gmail.com



(Arslan, 2005: 4). Ancak bir örgütün iş ahlâkına ilişkin durumu, sadece paydaşlar ile olan ilişkilerinde iş ahlâkı kurallarına uygun davranmasıyla şekillenmez. Bunların yanında örgütün içindeki çalışanların ahlâk yapıları da örgütün iş ahlâkına ilişkin duruşunu etkiler. Diğer paydaşlar ile değerlendirildiğinde çalışanların, hem örgütsel hem de bireysel amaçlarını gerçekleştirmek üzere örgütte yer aldıkları söylenebilir. Bu nedenle çalışanlar hem örgütün faaliyetlerinden etkilenir, hem de örgütün faaliyetlerini etkiler. Çalışanlar ve örgütler arasındaki bu etkileşim her zaman olumlu ve destekleyici bir nitelik göstermeyebilir. Örgütlerin yönetimi, yöneticileri, çalışanlara sağlanan ücret ve haklara karşılık onlardan daha fazla sorumluluk ve performans bekleyebilir. Eşit işe eşit ücret ya da eşit performansla eşit ödül uygulamalarından uzaklaşabilir. Çalışanlar buna karşılık dedikodu gibi politik sapma davranışlarından, hırsızlık gibi doğrudan mülkiyetle ilgili sapma davranışlarına uzanan bir yelpazede beklenen davranışlardan sapma gösterebilir (Peterson, 2002: 48-51). Bu davranışların örgütle ilgili hafifletircinedenleri olabileceği gibi, davranışlar ahlâki bir sapmadan da kaynaklanabilir.

3. Örgütlerde Ahlâki Sapma ve Problemler Davranışlar

Toplumdaki yaygın ahlâk anlayışı içerisinde nasıl kötünün ve yanlışın hâkim olduğu bir negatif yön varsa, örgütlerde de negatif bir ahlâk anlayışı ortaya çıkabilmektedir. Bu negatif ahlâk anlayışı, ahlâki sapma kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Ahlâki sapma ise, bir kişi ahlâki olmayan bir karar aldığı zaman ortaya çıkar. Tüm ahlâk dışı uygulamalar ahlâki sapma olarak nitelendirilebilir (Demir ve Songür, 1999: 160). Örgütlerde ahlâki sapma yöneticilerin davranışlarından başlar; yöneticilerin davranışlarından etkilenen çalışanların kararları ve davranışlarıyla tüm örgüte yayılır. Eğer bir yönetici ahlâki olmayan bir şekilde davranır veya ahlâki olmayan bir uygulamanın farkına vararak müdahale etmezse, yöneticinin bu davranışı örgütte ahlâki sapmanın yayılmasına katkıda bulunur (İşcan, 2000: 291).

Pek çok araştırmacı işyerinde adaletsiz davranışlara yönelik tepkilerin işyerinde normalden sapan davranışlar oluşturduğunu ileri sürmektedir. Bu davranışlar ahlâki sapma boyutunda değerlendirilen problemler davranışlardır. Adams (1963, 1965)'a göre çalışanlar örgüte yapmış oldukları katkılarının karşılığında elde ettiklerini, kendileri ile benzer pozisyonlardaki diğer çalışanların elde ettikleriyle kıyaslar. Girdi miktarı ve çıktı miktarı ile diğer çalışanlar arasında farklılık olduğunda haksızlıktan bahsedilebilir. Oluşan haksızlık duygusunu düzeltebilmek için çalışanlar davranışlarını problemler davranışlara dönüştürebilir (Appelbaum vd., 2007: 587). Örneğin kendilerine hak ettiklerinden daha az ücret ödendiğini düşünen çalışanlar üretimin miktarını veya kalitesini düşürebilir (Sweeney, 1990: 330). Çalışanlarda örgüte karşı öfke, kızgınlık ve memnuniyetsizlik duygusu oluşabilir. Bu tutumlar örgütlerde; iş yavaşlatma, devamsızlık, hırsızlık, sabotaj gibi örgüte yönelik veya yıldırma, alay etme, başkalarının önünde utanç verici duruma düşürme gibi örgütteki çalışanlara yönelik çeşitli türde problemler davranışların ortaya çıkmasını tetiklemektedir (Rae ve Subramaniam, 2008).

4. Tartışma ve Sonuç

Pek çok örgüt iş ahlâkına ilişkin ilkeler hazırlayarak yürürlüğe koymaktadır. Ancak örgütlerde yapılan bu düzenlemeler problemler davranışların ortadan kalkmasını tek başına engelleyememekte ancak bu davranışların ortaya çıkma sıklığını ve şiddetini azaltmaktadır. Örgütlerde ahlâki bir ortam yaratmak ve iş ahlâkını kurumsallaştırmak amacıyla yönetim kurulları, komiteler ve kurallar ile örgütlerde ahlâki karar süreçleri kurumsallaştırılmaktadır (Demir ve Songür, 1999). Ayrıca; eğitim programları düzenlenmekte, yazılı ahlâk kuralları, politikalar ve etik kodlar geliştirilmektedir (Svensson ve Wood, 2004: 322).

Örgütlerde kurumsallaştırılmaya çalışılan iş ahlâkı aslında bireysel ahlâka bağlı olarak şekillenmektedir. Bilerek problemler davranışlarda bulunanlar kurumsal ahlâk uygulamaları ile nasıl ayırt edilebilecektir? Hem örgütte ahlâkın kurumsallaşması için çalışan hem de problemler davranış gösteren veya problemler davranışa sebep olan çalışan nasıl kontrol altına alınabilecektir? Yönetim kurulları, komiteler ve kurallar ile çalışanların kontrol altına alınması



sağlanamaz. Yine üst yönetim tarafından hazırlanan yazılı ahlâk kuralları, politikalar ve etik kodlar, çalışanların bu kurumsal uygulamalar arkasından problemleri davranışlarına devam etmesini engelleyemez. Bu nedenle örgütsel çabaların yanında, çalışanların bireysel ahlâki tutumlarının önemi unutulmamalı, çalışanlar da süreçlere dâhil edilmelidir.

Çalışanların süreçlere dâhil edilmesinin bir yöntemi, çalışanla örgütün yönetimi arasındaki yasal sözleşmeye ek olarak problemleri davranışlarının nedenleri ve sonuçları ile ilgili bir ahlâki sözleşme oluşturmaktır. Problemleri davranışlarının nedenlerinden biri yönetimin çalışanlara taahhütlerini yerine getirmemesi ya da adaletsiz davranmasıdır. Bu nedenle sözleşmenin bir tarafında örgütün çalışanlarına ahlâki taahhütleri yer almalıdır. Bu taahhütler bir yanda eşitlik, hakkaniyet gibi performans ve karşılıklar arasındaki dengeyle, diğer yanda da insan hak ve özgürlüklerinin korunmasıyla ilgili olmalıdır. Sözleşmenin diğer tarafında çalışanlar da ister kişisel nedenlerle, ister yönetimin karar ve uygulamalarına bir tepki olarak olsun, örgütün zarar görmesine yol açabilecek tüm davranışlardan kaçınacaklarını taahhüt etmelidir. Bu taahhütlere uymamanın karşılığı da sözleşmede yer almalıdır. Ayrıca, bazı problemleri davranışlara yasalar çerçevesinde yaptırımlar uygulanabileceği gibi, yasalarda tanımlanmayan türdeki problemleri davranışlara da dışlama ve teşhir etme gibi yaptırımlarla da karşılık verilebilir.

Anahtar kelimeler:Ahlâk, İş Ahlâkı, Ahlâki Sapma, Problemleri Davranışlar

Kaynakça

- Adams, J. S. (1963). "Toward an Understanding of Inequity", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67: 422-436.
- Adams, J. S. (1965). "Inequity in Social Exchange", *Advances in Social Experimental Psychology*, (Ed.) Berkowitz, L., New York: Academic Press, 267-299.
- Appelbaum, S. H., Iaconi, G. D., & Matousek, A. (2007). "Positive and Negative Deviant Workplace Behaviors: Causes, Impacts, and Solutions", *Corporate Governance*, 7 (5): 586-598.
- Arslan, M. (2005). *İş ve Meslek Ahlâkı*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Demir, H. & Songür, N. (1999). "Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlâkı", *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3): 150-168.
- İşcan, Ö. F. (2001). "Örgütsel Açıdan Ahlâki Davranış ve Karar Almayı Kolaylaştırıcı Bir Süreç Olarak Ahlâki Yansıma", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(1-2): 286-299.
- Kuçuradi, I. (1996). *Etik*, Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Özgener, Ş. (2004). *İş Ahlâkının Temelleri: Yönetimsel Bir Yaklaşım*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Peterson, D. K. (2002). "Deviant Workplace Behavior and The Organization's Ethical Climate", *Journal of Business and Psychology*, 17 (1):47-61.
- Rae, K., & Subramaniam, N. (2008). "Quality of Internal Control Procedures Antecedents and Moderating Effect on Organisational Justice and Employee Fraud", *Managerial Auditing Journal*, 23 (2): 104-124.
- Russell, B. (2004). *Batı Düşüncesinin Tarihi*, İstanbul: Say Yayıncılık.
- Svensson, G. and Wood, G. (2004). "Corporate Ethics And Trust in Intra-Corporate Relationships: An in-Depth and Longitudinal Case Description", *Employee Relations*, 26 (3): 320-336.
- Sweeney, P. D. (1990). "Distributive Justice and Pay Satisfaction: A Field Test of An Equity Theory Prediction", *Journal of Business and Psychology*, 4 (3): 329-341.
- Takala, T. & Urpilainen, J. (1999). "Managerial Work and Lying: A Conceptual Framework and an Explorative Case Study", *Journal of Business Ethics*, 20: 181-195.
- Usta, A. (2010). "Kamu Görevlisinin Etik Amaç ve Ahlâki Yükümlülüğüne Yönelik Bir Değerlendirme", *Türk İdare Dergisi*, Eylül: 159-181.



September 21-23, 2017 Uşak

Stratejik Yönetimde Misyon ve Vizyon İfadesinin Önemi, Türkiye’de Faaliyet Gösteren İşletmelerin Misyon ve Misyon İfadeleri Üzerine Bir Değerlendirme

Abstract

Mesut ATASEVER³

Özet

Misyon ve Vizyon ifadesi stratejik planlama ve yönetim için vazgeçilmez bileşenlerdir. Bir işletme için misyon ve vizyon ifadesi, nerede ve ne olduğu, bu ifadeye dayalı nerede ve nasıl olmak istediği ile ilgili önemli bir mihenk taşıdır denilebilir. İşletme yöneticileri ve çalışanları işletmenin görevi ile ilgili ifadeyi misyonda, gelecekte olmak istediği yer ile ilgili ifadeyi de vizyonda görmek ve başarılı olmak için gereken motivasyonun somut ifadesinden sürekli yararlanmak isteyecektir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren tanınmış işletmelerin misyon ve vizyon ifadelerini inceleyerek, teknik olarak doğru misyon ve vizyonlarını ifade edip etmediklerini anlamaya çalışmak, bu ifadeleri kategorize edip, özellikle hangi konulara odaklandıklarını tespit etmek, stratejik yönetime katkı ve dayanak olup olmayacaklarını nitel olarak inceleyip yorumlamaktır.

Yöntem olarak bu amacı gerçekleştirmeye yönelik olarak, 80 kişiden Türkiye’de faaliyet gösteren tanınmış işletme isimleri istenmiş, bu isimlerden, web sitesi olup misyon ve misyon ifadesini yayınlayanlar tespit edilerek üzerinde çalışılmış ve değerlendirilmiştir. Elde edilen bilgiler nitel olarak analiz edilip yorumlanmıştır.

Misyon ve vizyonun doğru ifade edilmesi, işletme ile ilgili tüm paydaşların konumunu ve hedefini doğru algılamasında önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmanın stratejik yönetim alanında çalışan akademisyenlere ve stratejik olarak yönetilen işletmelere katkı sağlaması beklenmektedir.



September 21-23, 2017 Uşak

Üniversite Öğrencilerinin Umutsuzluk ve Kaygı Seviyelerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi

Abstract

Gültekin BASMACI⁴, Necla TEKTAŞ⁵, Mehmet TEKTAŞ⁶

Özet

Günümüzde meslek yüksekokulları büyümekte olan endüstrimizin ihtiyaç duyduğu nitelikli ara eleman yetiştirilmesinde büyük öneme sahip olan kurumlardır. Ülkemizin nitelikli ara eleman insan gücüne olan ihtiyacı ise günümüzde yaşanan çeşitli ekonomik sıkıntılara rağmen oldukça yüksektir. Teknolojinin hızla değişmesi bu ara elemanlar için yapılacak iyileştirmelerinde gündemde olmasını gerekli kılmaktadır. Bu amaçla meslek yüksekokulunda yapılan bu çalışmaların yanı sıra burada öğrenim gören gençlerin hayata bakış açıları, mezun olduktan sonra iş bulma endişeleri ve gelecek planları hakkında bilgi sahibi olmak eğitimlerinin yanında onlara mezun olmadan sosyal yönden kişisel gelişimleri için destek olmak önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, meslek yüksekokulu öğrencilerinin umutsuzluk düzeyleri ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesi ve bunlara bağlı olan faktörlerin araştırılmasıdır. Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilerin demografik bilgileri, ikinci bölümde ise Umutsuzluk(Beck) ölçeği ve üçüncü bölümde kaygı ölçeği yer almaktadır.

Anketlerin değerlendirilmesinde betimsel ve çıkarımsal istatistiksel yöntemlere başvurulmuştur. Betimsel istatistiklerin kullanıldığı bölümde ankete katılanların kişisel ve demografik bilgilerine ilişkin özetleyici istatistiklere yer verilmiştir. Çıkarımsal istatistikleri ise, bağımsız örneklem t-testi ve varyans analizi istatistiksel analizler olarak kullanılmışlardır. Verilerin analizi SPSS 17.0 paket programı aracılığıyla yapılmıştır.

Öğrencilerin umutsuzluk ve kaygı düzeylerini etkileyen faktörler üzerine yapılan alan araştırmasından elde edilen bulgular sonucunda, cinsiyet, yaş, bölümden memnuniyet, anne-babanın beraber olması, anne-babanın eğitim düzeyi, anne-baba çalışma durumu, ailenin geliri, ailenin çocuk sayısı, arkadaş ilişkileri ve başarı durumu değişkenleri açısından ele alınmış ve bu değişkenler ile olan ilişkileri gösterilmiştir.

Araştırmanın bulgularına göre bölümden memnun olmayanlar, anne-baba ayrı ve annenin ilköğretim mezunu olması durumlu kaygı düzeyinin yüksek olmasına neden olan değişkenler olarak bulunmuştur. Erkek katılımcılar, bölümden memnun olmayanlar, anne-baba ayrı olan, üniversite mezunu anneleri olanların sürekli kaygı düzeyleri diğer katılımcılardan yüksek olarak bulunmuştur. Umutsuzluk düzeylerine bakıldığında bölümden memnun olmayanlar, anne-baba ayrı, 21-24 yaş aralığında, arkadaş ilişkileri zayıf, başarı düzeyi düşük, umutsuzluk düzeyleri yüksek, 3 ve 4 çocuklu aile yapısında olanlar, anne ilköğretim mezunu ve baba ilköğretim-üniversite mezunu olanların umutsuzluk düzeyleri daha düşük seviye olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler :Kaygı düzeyi, umutsuzluk düzeyi, öğrenci, tutum

⁴ Yrd. Doç.Dr., gasmaci@mehmetakif.edu.tr, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Mühendislik-Mimarlık Fakültesi.

⁵ Yrd. Doç.Dr., ntektas@bandirma.edu.tr, Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü

⁶ Doç.Dr., mtektas@bandirma.edu.tr, Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü



September 21-23, 2017 Uşak

Kriz Yönetimi ve Samsung Note 7 Örnekleme

Abstract

Özden ÖZDEMİR⁷

Özet

Kriz aniden ve beklenmedik bir şekilde gerçekleşen, kötü yönden değerlendirildiğinde çöküş niteliğinde olmasına karşın iyi yönden değerlendirildiğinde özellikle işletmeler için fırsata dönüşebilen bir olgudur. Kriz konusunda literatürde farklı tanımlamalar mevcuttur. Dünya üzerinde hızla yayılan rekabet ortamı başta bireyler olmak üzere tüm ülkeleri etkisi altına almakta ve bu durum zamanla olası kriz ihtimallerinin göz önünde bulundurulması için hazırlıklı olunması gereken bir kriz yönetimi sürecinin önemini ortaya koymaktadır. Samsung ve yaşadığı süreç hakkında bilgi verecek olursak Samsung; “Lee Byung Chull tarafından, 1938 yılında kurulmuş olan Güney Kore merkezli bir şirkettir. Yönetim Kurulu Başkanı Lee Byung Chull’dır. Samsung çeşitli şirketlerden oluşan bir grup olup, bunlardan en önemlisi; Samsung Elektronik’tir.” Samsung uzun yıllardır elektronik eşya üretiminde adından söz ettiren, son zamanlarda da özellikle cep telefonu alanında önemli yeniliklere imza atan bir üretici firmadır. Galaxy Note 7 serisi telefonlara kadar oldukça memnuniyet düzeyi yüksek bir üretim ve satış zinciri söz konusu olan Samsung’da, Note 7 krizi; “telefonlar patlıyor!” ifadesiyle baş gösterdi. İlk aşamada firma sorunun kaynağı “tedarik edilen pil” şeklinde bir savunmaya girse de yapılan incelemelerde pilin tek başına bu etkiyi yaratamayacağı karmaşık yazılımından da kaynaklanabileceği izlenimine ulaşıldı. Firma, olayın sabotaj olma ihtimali üzerinde durup Galaxy Note 7 serisini geri toplama kararı aldı. Özellikle Uçakta alev alan bir telefonun her ne kadar müdahale zamanında yapılmış olsa da oluşturabileceği sonuçlar düşünülerek yaklaşık 2,5 milyon civarında piyasaya sürülmüş ve güvenlik zafiyeti oluşturan Note 7 serisinin tamamı iade edilebilir yönünde karar alındı. Krizi Ücret iadesi, Yeni Note 7 yada başka bir telefonla değişim şeklinde alternatifler sunmak suretiyle oluşan endişe yada memnuniyetsizliği giderme çabası içine girildi. Galaxy Note 7 fiyaskosu, akıllı telefon endüstrisindeki en büyük geri çağırma oldu. Sadece pil seviyesinde daha önce Nokia’nın on milyonlarca pili topladığını biliyoruz ama yekpare bir cihaz ve maliyet anlamında Note 7’nin durumu da ortada. “İnsanların güvenini kaybetmektense para kaybetmeyi tercih ederim” anlayışı, buradan temel figürlerden biri olmalı. Samsung Mobile’ın geleceği, biraz da krizi fırsata dönüştürüp dönüştüremeyeceğiyle ilgili. Samsung’un, seride radikal bir yenilik yapmak suretiyle kaybolan güven kaybını örtecek bir hamle geliştirmeye çalıştığı aşikar. Note 8 serisinin piyasaya sürülmeye başlaması ve bu seri için kullandıkları büyük işler yap sloganı bu yönde atılan adımın en bariz kanıtı olsa gerek. Bu çalışmanın temel amacı, Samsung firmasının Galaxy Note 7 serisi cep telefonlarında yaşadığı kriz sürecinden yola çıkarak, kriz dönemlerine dair stratejilerin önceden belirlenmesi ve mümkün mertebe krizin tehdidinin önüne geçilmesi, hali hazırda baş göstermiş kriz döneminin en az hasarla atlattırılmasının sağlanması ve örgütün itibar ve sahip olduğu değerlerinin korunmaya çalışılmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Kriz yönetimi, rekabet ortamı, firma, kurum değeri, stratejilerin belirlenmesi, Samsung, akıllı telefon, Note serisi, üretim.

⁷ Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ABD, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Tezli Y.L Programı, ozdenozdemir@hotmail.com.



September 21-23, 2017 Uşak

Uygulamalı Bilimler Yüksekokullarının Muhasebe Eğitime Etkisi: Muhasebe Bölümleri Ders Programları Üzerine Bir İnceleme

Abstract

Mehtap KARAKOÇ⁸

Özet

Türkiye’de lisans düzeyinde muhasebe eğitimi üniversitelerin İktisadi ve İdari Bilimler fakülteleri ya da İşletme fakültelerinde ağırlıklı olarak işletme bölümlerinde verilmektedir. Ancak verilen muhasebe eğitimi pratikten uzak olup, teorik şekilde yapılmaktadır. Son yıllarda dünyada yaşanan muhasebe ve denetim alanındaki olumsuz gelişmeler, muhasebe eğitime verilen önemin artmasına neden olmuştur. Muhasebenin kayıt tutan çalışanlardan çok, iyi eğitim görmüş, donanımlı, sektörü tanıyan işgücüne ihtiyaç duyduğu ortaya çıkmıştır.

Henüz genç bir eğitim kurumu olan Uygulamalı Bilimler Yüksekokullarının amacı; spesifik alanlarda derinlemesine öğrenim görmüş, eğitim süresince zorunlu yaz stajlarıyla sektörle işbirliği halinde pratik eğitim almış, yabancı dil yeterliliğine sahip öğrenciler yetiştirmektir. Böylece öğrenciler, aldıkları derinlemesine eğitimin yanında edinilen bilgileri analiz etmekte, yorumlamakta ve diğer işletmecilik bilgileriyle birlikte özümsemiş şekilde mezun olmaktadır. Bu çalışmanın amacı; Uygulamalı Bilimler Yüksekokulları Muhasebe bölümleri ders programları incelenerek, muhasebe derslerinin ders kredisi ve ders sayısı açısından yeterliliğini ölçmek ve muhasebe eğitime katkısını incelemektir.

Anahtar Kelimeler:Muhasebe, Muhasebe Eğitimi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

⁸ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, erdemmehtap@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Bürolardaki Fiziksel Koşulların Çalışma Performansına Etkileri

Abstract

Cemil DOĞAN⁹

Özet

Bürolar, gerek kamu gerekse özel sektörde işlerin büyük bir kısmının yapıldığı yerlerdir. Büro ortamlarında çalışma esnasında sahip olunan fiziksel çevre koşullarının çalışma esnasında sergilen performans ile etkileşimi kaçınılmazdır. Fiziksel çevre koşullarının ortalama standartlara getirilmesiyle çalışma performansına olumlu katkı sağlanmış, çalışan sağlığı ile birlikte işletme menfaatleri de korunmuş olacaktır. Çalışmamızda, koşulların daha iyi hale getirilmesi ile çalışma performansının arttırılabileceğini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Çalışma ortamındaki fiziksel koşullar ile çalışma performansı arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla Kütahya ili Gediz ilçe sınırları içerisindeki kamu ve özel sektör büro çalışanlarına dönük olarak bir ampirik çalışma yapılmış, veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Elde edilen bulgular, her iki sektör bürolarında da fiziksel çevre koşullarının iyi durumda olduğu ancak özel sektör bürolarının kamu bürolarına göre daha iyi koşullara sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanlar, fiziksel çevre koşullarının çalışma performanslarını etkileyeceğini ifade ederken, olumsuzluklar giderilemese de bu yönde iyi niyetli bir çaba sergilenmesinin de performansı arttıracığı yönünde bir yaklaşım sergilemişlerdir.

Büroların konum, yerleşim düzeni, aydınlatma, ısı, gürültü, temizlik, renk ve ergonomik faktörler açısından ideal düzeyde olması, hem çalışanların buldukları ortamlardan mutlu olup daha iyi bir çalışma performansı sergilemesine vesile olacağı, hem de dışarıdan gelen kişilere karşı olumlu izlenim bırakılmasına katkı sağlayacağı tespiti yapılmıştır.

Çalışanların, çalıştıkları ortamlarda sergileyecekleri performansın, işletme verimliliği açısından düzenli olarak ölçülmesi, değerlendirilmesi ve sergilenen performansa göre bir ödüllendirme mekanizması kurulması, çalışanın iş motivasyonuna katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Her işletmenin iş ve iş gören açısından farklılıklarının olduğu ve performans değerlendirme hususunda da bu farklılıkların dikkate alınmasının önemine dikkat çekilmek gerekmektedir. Çalışanın performans düzeyi büyük oranda kişisel özellik, zihinsel yetenek, inanç ve değerlerine bağlıdır. Doğru bir performans değerlendirme sisteminin kurulması, işletmenin genel performansının arttırılmasına katkı sağlayacaktır. Bu sayede, eksik veya aksaklıkların yaşandığı noktalar tespit edilecek, önlemler alınacak ve daha da mükemmel hale getirilmesi için çaba sarf edilecektir.

Büro çalışanlarının sergileyecekleri performansa dönük olarak yapılacak bir performans değerlendirilmede, çalışılan büro ortamlarının da etken olacağı göz ardı edilmemelidir. Aksi halde, yapılacak değerlemenin sonucuna etki edebilecektir. Aynı işletme bünyesinde, benzer işi yapmakta olan farklı büro çalışanlarının, sahip oldukları farklı büro standartları, eşit şartlarda değerlemeye tabi tutulduklarını göstermeyecektir. Çalıştıkları büro ortamının sahip olduğu şartların göz ardı edilmesi de sonuca etki edecektir.

Yapılan araştırmada elde edilen bulgulardan hareketle;

- Fiziksel koşulların çalışma performansını etkilediği,
- Düşük maliyetli bir takım düzenlemeler ile uzun vadeli kazanımların elde edilebileceği,

⁹ Öğr. Gör. Dumlupınar Üniversitesi, Şaphane MYO, cemil.dogan@dpu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

- Özel sektör bürolarının kamu bürolarına nazaran daha modern olduğu, kamu kurumlarında performans artışı için büro ortamlarının tasarımında çalışmalar yapılmasının gerekliliği,
- Açık ton renklerin hakim olmasına çaba gösterilmesi, yerleşim düzeni için gerekirse bir tasarımcıdan yardım alınmasının gerekliliği,
- Kadınların erkeklere nazaran olumsuz fiziksel koşullardan daha fazla etkilendiği,
- Hizmet süresi fazla olan çalışanların fiziksel koşullara daha fazla duyarlılık gösterdiği gözlemlenmiştir.

Bu tespitlerden hareketle, alınacak tedbirler ve yapılacak düzenlemeler ile büro çalışanlarının performansını arttırmak, dolayısıyla kurumsal verimliliği daha etkin hale getirmek mümkün olabilecektir.

Anahtar Kelime: Büro, Performans, Yönetim,



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye'deki Ön Lisans ve Lisans Düzeyinde Muhasebe ve Denetim Alanlarının Öğretiminde Yazılımın Yeri ve Elektronikleşen İş Ortamı

Extended Abstract

İlker CALAYOĞLU¹⁰

1. Giriş

Birleşmiş Milletler Ticareti Kolaylaştırma Merkezi gibi ticari belgeleri standart hale getirmeye çalışan, kamu ve özel sektör kurumları ile uluslararası organizasyonlar bulunmaktadır. Bu topluluk tarafından 63 adet ticari belgenin UBL (Universal Business Language-Evrensel Ticaret Dili) kapsamında standart hale getirilmesi çalışmaları tamamlanmıştır. Türkiye bugün itibarıyla bu belgelerden sadece fatura için belirlenmiş olan standardı kullanmaktadır.(Doğan, 2013: 113)(Doğan, 2016: 13)

Bu gelişmelere endeksli olarak yeni bir VUK Genel Tebliğ Taslağı hazırlandı. Bu taslağın konusu sevk irsaliyesi, müstahsil makbuzu ve serbest meslek makbuzu gibi belgelerin elektronikleşerek düzenlenmesi, iletilmesi, muhafaza ve ibraz edilmesidir. Taslağa göre ilk etapta isteğe bağlı olarak başlayacak olan uygulama önümüzdeki yıllarda zorunlu olacaktır. (Vergi Dosyası, 2017) Söz konusu standartlaşma çalışmaları neticesinde gelecekte diğer ticari belgelerin de sadece elektronik olarak kullanılması muhtemeldir.

e-Muhasebe “*modelinde operasyonların tüm tarafları (çalışan, yönetici, müşteri, kamu kurumları, iş ortakları, tedarikçi) sistemin gerçek zamanlı kullanıcılarıdır ve en güncel bilgiyi anlık paylaşırlar.*”(Hacırüstemoğlu, 2008: 3)(Güney, 2014: 852)

Denetlenecek işletmelerin finansal bilgilerinin elektronik ortamlarda yer alması, Bilgisayar Destekli Denetim Teknikleri (BDDT) adında yeni bir alanı ortaya çıkarmıştır. (Messier, 1996: 247; Elitaş & Karagül, 2010: 151) “*Bilgisayar destekli denetim teknikleri; filtreleme, özetleme, katmanlaştırma gibi teknikleri kullanarak hile belirtilerini tespit etmeye çalışan, muhasebe verilerinin denetlenmesinde faydalanılan paket bilgisayar programlarıdır.*” (Çalış, vd., 2014: 97) Bir diğer tanıma göre “*BDDT, denetimi yapılan işletmenin muhasebe sistemini bilgisayar kullanarak denetleme sürecidir.*” (Teraman & Şenççek, 2014: 119) BDDT ile birlikte, gelecek yıllarda tamamen kâğıtsız denetime geçilmesi beklenmektedir. (Bierstaker vd., 2001: 159) Elektronikleşen muhasebe, denetim tekniklerinin de değişimini sağlamıştır. Gelinen noktada e-muhasebe, e-denetimi gerekli kılmaktadır.

Bu araştırmanın ana kütesini 2017 Lisans Yerleştirme Sınavı tercih kılavuzunda Türkiye’de muhasebe ve denetim alanlarında öğretim yapan lisans ve ön lisans bölümleri oluşturmaktadır. Buna göre ön lisan seviyesindeki 100 farklı üniversitede bulunan 251 bölüm ve lisans seviyesindeki 16 farklı üniversitede bulunan 16 bölüm ile toplamda 104 farklı üniversitede bulunan 267 bölüm olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın amacı, öğretimde mesleki yazılımların kullanım durumunun tespiti ve piyasa ihtiyaçları açısından talepleri karşılayabilme durumunun analizinin yapılmasıdır. Veri toplama yöntemi, üniversite bölümlerinin web sayfalarında yayınladıkları müfredatları ve bölüm başkan ve yardımcılara e-posta yolu ile gönderilen anket sorularıdır. Analiz yöntemi olarak nitel ve nicel istatistikî yöntemler birlikte kullanılmıştır.

¹⁰Yrd. Doç. Dr., Okan Üniversitesi, UBYO, Muhasebe ve Denetim Bölümü, ilkercalayoglu@outlook.com



2. Araştırma Bulguları

Bulgular, sırasıyla anket sonuçları ve müfredat inceleme sonuçları olarak ayrı ayrı verilmiştir.

2.1. Nicel Araştırma Bulguları

Nicel araştırma yöntemi olarak anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket tüm ana kütleye 01.07.2017-31.08.2017 (2 ay) arasında uygulanmıştır. Anketin cevaplanma durumu bölüm bazında tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Anket Sorularının Cevaplanma Durumu

Ön Lisans	Sayı	Oran	Lisans	Sayı	Oran	Toplam	Sayı	Oran
Cevap Veren	13	5,18%	Cevap Veren	7	43,75%	Cevap Veren	20	7,49%
Cevap Vermeyen	238	94,82%	Cevap Vermeyen	9	56,25%	Cevap Vermeyen	247	92,51%
Toplam	251	100,00%	Toplam	16	100,00%	Toplam	267	100,00%

Tablo 2’ e göre ön lisans seviyesindeki bölümlerden %5,18; lisans seviyesindeki bölümlerden ise %43,75 oranında geri bildirim olmuştur.

2017 yılı Lisans Yerleştirme Sınavı tercih kılavuzunda bulunan muhasebe ve denetim ile ilişkili bölüm isimlerinin ve puan türleri tablo 3’teki gibidir.

Tablo 3:Eğitim Seviyelerine Göre Bölüm İsimleri

Ön Lisans	Puan Türü	Sayı
Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	YGS-6	251
Toplam		251
Lisans	Puan Türü	Sayı
Muhasebe	YGS-6	3
Muhasebe Bilgi Sistemleri	YGS-6	1
Muhasebe ve Denetim	YGS-6	2
Muhasebe ve Denetim	TM-1	2
Muhasebe ve Finans Yönetimi	YGS-6	2
Muhasebe ve Finans Yönetimi	TM-1	2
Muhasebe ve Finansal Yönetim	YGS-6	3
Muhasebe ve Finansal Yönetim	TM-1	1
Toplam		16

Tablo 3’te ön lisans seviyesindeki tüm bölümlerin isminin ortak olduğu anlaşılmaktadır. Lisans seviyesinde ise farklı bölüm isimleri ve puan türlerinden bölümler olduğu fark edilmektedir. Ayrıca tüm bölümlerin isimlerinin ortak noktası muhasebedir. Muhasebe eğitime temellenerek 8 adet finansa yönelik, 4 adet denetime yönelik ve 1 adet de bilgi sistemlerine yönelik eğitim verilmektedir.

Muhasebe yazılımı öğretiminin yapılıp yapılmaması durumu tablo 4’deki gibidir.



Tablo 4: Muhasebe Yazılımı Öğretim Durumu

Ön Lisans	Sayı	Oran	Lisans	Sayı	Oran
Evet	13	100,00%	Evet	6	85,71%
Hayır	0	0,00%	Hayır	1	14,29%
Toplam	13	100,00%	Toplam	7	100,00%

Tablo 4'e göre ankete cevap verenlerden ön lisans düzeyinde eğitim verenlerin tamamı; lisans düzeyinde eğitim verenlerin 1 tanesi (%14,29) hariç olmak üzere muhasebe teorik bilgilerinden sonraki yarıyıllarda muhasebe yazılımları öğretimi yapmaktadır.

Öğretimi yapılan muhasebe yazılımlarının isimleri tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5: Öğretimi Yapılan Muhasebe Yazılımları

Program İsmi	Ön Lisans	Lisans
Zirve	6	
ETA	5	4
Luca	5	1
Logo	2	2
GMS.Net	2	
Orca		1
Toplam	20	8

Tablo 5'e göre eğitimi verilen muhasebe yazılımlarının sayısı incelendiğinde ön lisans bölümlerinde $20/13=1,54$; lisans bölümlerinde ise $8/6=1,33$ çıkmaktadır. Böylece ön lisans seviyesinde daha fazla sayıda muhasebe yazılımı öğretildiği söylenebilir. Lisans seviyesinde ise tablo 4'de görüldüğü üzere hiç muhasebe yazılımı öğretimi yapmayan bölüm olduğu gibi genel olarak da eğitimi verilen muhasebe yazılımlarının çeşit sayısı (1,33) daha azdır.

Denetim dersi ile ilgili soru ve cevaplar, tablo 6'daki gibidir.

Tablo 6: Denetim Dersi, BDDT Konusu ve Denetim Yazılımı Öğretimi Sonuçları

Anket Soruları	Ön Lisans				Lisans			
	Evet	Hayır	Cevap Yok	Toplam	Evet	Hayır	Cevap Yok	Toplam
Denetim dersi var mı?	11	2	0	13	6	0	1	7
Derste BDDT konu ediliyor mu?	2	6	5	13	4	1	2	7
Denetim yazılımı öğretiliyor mu?	0	8	5	13	0	5	2	7

Tablo 6'ya göre teorik olarak denetim dersi olmayan ön lisans seviyesinde bölüm olduğu gibi lisans seviyesinde denetim dersi olup da BDDT'den bahsedilmeyen içeriklerin de olduğu anlaşılmaktadır. En çarpıcı sonuç ise hiçbir bölümde denetim yazılımı öğretimi yapılmıyor oluşudur.

2.2. Nitel Araştırma Sonuçları

Anket uygulamasının yanında muhasebe ve denetim eğitimi veren bölümlerin internet sayfalarındaki müfredatları ve ders içerikleri üzerinden yeni ek bilgiler elde edilmeye



September 21-23, 2017 Uşak

çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan taramalar 01.07.2017-31.08.2017 (2 ay) arasında gerçekleştirilmiştir. Tarama sonuçları tablo 7'deki gibidir.

Tablo 7: Müfredat ve Ders İçeriklerine Erişim Sonuçları

Müfredat	Ön Lisans	Sayı	Oran	Lisans	Sayı	Oran	Toplam	Sayı	Oran
	Evet		155	61,75%	Evet	15	93,75%	Evet	170
Hayır		96	38,25%	Hayır	1	6,25%	Hayır	97	36,33%
Toplam		251	100,00%	Toplam	16	100,00%	Toplam	267	100,00%

Ders İçeriği	Ön Lisans	Sayı	Oran	Lisans	Sayı	Oran	Toplam	Sayı	Oran
	Evet		107	42,63%	Evet	13	81,25%	Evet	120
Hayır		144	57,37%	Hayır	3	18,75%	Hayır	147	55,06%
Toplam		251	100,00%	Toplam	16	100,00%	Toplam	267	100,00%

Tablo 7'ye göre müfredata erişimde ön lisans bölümlerinin bilgi sunma noktasında önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Lisans bölümleri nispeten başarılı olmuştur. Derslerin içerik bilgisine ulaşımında her iki eğitim seviyesi de müfredata erişime göre daha kötü performans sergilerken ön lisans bölümleri %50'nin altına dahi düşmüştür.

Ders içeriklerinin analiz edilmesiyle ön lisans ve lisans seviyelerinde eğitim veren bölümlerin eğitim amaçlı öğrettikleri yazılımlar tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8: Ders İçeriklerine Göre Öğretilen Yazılımlar

	Program İsmi	Ön Lisans	Lisans
Muhasebe Yazılımları	ETA	22	7
	Luca	15	2
	Logo	6	5
	Zirve	6	
	Orca	2	1
	Canias ERP		1
	Vega	2	
	GMS.Net	2	
	Mikro	2	
	Toplam	57	16

Tablo 8'e göre lisans seviyesinde önemli bir farklılık olarak bir bölüm Canias ERP yazılımı ile kurumsal kaynak planlaması yazılımı öğretmektedir.

Hiçbir bölümde denetim yazılımının öğretilmesine rastlanmamıştır.

3. Sonuç

Nitel ve nicel yöntemlerle yapılan araştırmalar neticesinde ortak çıkan sonuçlar şunlardır: Ön lisans ve lisans seviyelerindeki bölümlerin müfredatında yeteri kadar muhasebe yazılımı olduğu ve denetim yazılımı öğreniminin ise hiçbir eğitim düzeyinde olmayışıdır. Oysaki e-muhasebeyi denetlemek yine e-denetim araç ve yazılımları kullanılarak gerçekleştirilebilir. Sonuçlara göre BDDT konusunda özellikle bölüm adı *Muhasebe ve Denetim* olan lisans bölümleri sektör ihtiyacının gerisinde eğitim vermektedir.



Anahtar Kelimeler:e-Muhasebe, e-Denetim, Yazılım

Kaynakça

- Bierstaker, J. L., Burnaby, P., & Thibodeau, J. (2001). "The Impact of Information Technology on the Audit Process: An Assessment of the State of The Art and Implications For the Future",*Managerial Auditing Journal*, 16(3): 159-164. <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02686900110385489>
- Çalış, Y. E., Keleş, E., & Engin, A. (2014). "Hilenin Ortaya Çıkarılmasında Bilgi Teknolojilerinin Önemi ve Bir Uygulama",*Muhasebe ve Finansman*(63): 93-108. <http://journal.mufad.org/attachments/article/748/6.pdf>
- Doğan, U. (2013). *550 Sourda e-Fatura ve e-Defter*, 3. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Doğan, U. (2016, Şubat). "Robotik Denetim",*Vergi Sorunları Dergisi*(329): 7-22. <http://www.vergisorunlari.com.tr/makale/robotik-denetim/8083>
- Elitaş, C., & Karagül, A. A. (2010). "Bilgisayar Destekli Denetim Teknikleri",*Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2): 145-160. <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423867085.pdf>
- Güney, A. (2014). "Role of Technology in Accounting and e-Accounting",*Social and Behavioral Sciences*, (152): 852-855. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.333>
- Hacırüstemoğlu, R. (2008). "Bilgi Çağında Muhasebe Eğitimi",*Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 10(3): 1-6.
- Messier, W. F. (1996). *Auditing: A Systematic Approach*. Mcgraw-Hill College.
- Teraman, Ö., & Şenççek, F. T. (2014). "Elektronik Ortamda Denetim ve Yazılımların Kullanımına Yönelik Bir Uygulama",*Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2): 117-136. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/oybd/article/view/5000145446>
- Vergi Dosyası. (2017, Ağustos 28). E-İrsaliye, E-Müstahsil ve E-Serbest Meslek Makbuzu Geliyor: Zorunluluk Ne Zaman Başlıyor? <https://vergidosyasi.com/2017/08/28/e-irsaliye-e-mustahsil-ve-e-serbest-meslek-makbuzu-geliyor-zorunluluk-ne-zaman-basliyor/>



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye’de Kitle Fonlamasının Geliştirilmesine Yönelik Öneriler

Abstract

Mehmet Kemalettin ÇONKAR¹¹ Muhammet Fatih CANBAZ¹²

Özet

Kitle fonlaması günümüzde girişimcilerin kullanabileceği bir finansman seçeneği olarak tanınma ve geliştirilmeyi beklemektedir. Yöntem bir finansman aracı olmakla birlikte yatırımcılar için ise yatırım yapma olanakları sunmaktadır. Özellikle Amerika ve Avrupa’da gelişme gösteren bu yöntem ülkemizde henüz kanunlaşma sürecindedir. Kitle fonlaması fona ihtiyaç duyan girişimcilerin kitle fonlaması sitelerine başvurmaları ile başlar. İlgili internet platformları üzerinden projeler açık çağrı ile potansiyel yatırımcılara sunulur. Nihayetinde ise yatırımcıların finanse etmek istedikleri projeleri fonlaması ile son bulmaktadır.

Kitle fonlaması toplumun tüm kesimlerinin kolaylıkla ulaşabileceği bir finansal araç olarak ayrıca dikkat çekmektedir. Ülkemizde hızlı gelişeceği düşünülebilecek olan sistemin tabana yayılması için atılması gereken bazı adımlar ve alınması gereken bazı tedbirler söz konusudur.

Kitle fonlamasının ülkemizde geliştirilmesi adına öncelikli olarak atılacak adımlar; yöntemin gelişmesine uygun bir ekonomik ve siyasi ortamın tesis edilmesi, girişimcilik kültürünün geliştirilmesi, güvenli bir girişimcilik ekosisteminin oluşturulması, yeni girişimcilerin gelişmesine destek verecek inkübatörlerin (teknopark vs.) atılması, başarısızlık ve iflasa ilişkin kamuoyu algısını daha ılımlı hale getirmek, teknolojinin ve sosyal ağların daha etkin kullanımını sağlamak, kitle fonlaması hususunda hukuki düzenlemelerin yapılması olarak belirlenmiştir. İlgili iyileştirmelerin ve gerekli kültür değişikliklerinin sağlanması halinde söz konusu yöntemin potansiyelinin yüksek olduğu ve finansal piyasalardakine iyi bir yer edineceği kanaatine varılmıştır.

Bu çalışmada kitle fonlamasının ülkemizde geliştirilmesi adına yapılması gerekenler önerilmeye ve değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın uygulamada yapılacak iyileştirmelere ve akademik çalışmalara kaynaklık edeceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kitle Fonlaması, Yatırım, Girişimci, Yatırımcı

¹¹Prof.Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, conkar@aku.edu.tr

¹²Öğr.Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, canbaz@aku.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Yeni Ürün Geliştirme Projelerinde Aşama Eşiği Yöntemi

Abstract

Akif EMİROĞLU¹³

Özet

Tam rekabet koşullarında, rakiplere karşı rekabet avantajı elde etmek amacıyla tüketici istek ve ihtiyaçlarının doğru şekilde belirlenerek üretilecek olan üründe bunları karşılayacak karakteristiklerin bulunması çok önemlidir. Tüketici ihtiyaçları doğrultusunda hızlı bir şekilde ürün / yeni ürün geliştirebilmenin yöntemlerinden biri de **“Aşama Eşiği Yöntemi”**dir. **Ürün, bir ihtiyacı ya da isteği karşılamak amacıyla pazara sürülen tüketim, kullanım vb. işlevleri yerine getiren her şey** olarak tanımlanabilir.

Ürün, bir istek veya gereksinimi tatmin etmek amacıyla tüketim, dikkate alınma, ele geçirme ve kullanımı için pazar sunulan herhangi bir şeydir. Ürün kavramı ‘fiziksel objeler, hizmetler, kişiler, yerler, örgütler ve düşünceler’ gibi pazarlanabilecek her şeyi içerir.

Yeni ürün, pazarada daha önce hiç sunulmamış ticari mal olarak tarif edilse bile, bu tarif günümüzün yeni ürün anlayışını tam olarak yansıtmamaktadır. Bu nedenle;

1. Gerçekten yeni bir ürün,
- ii. İşletme için yeni, Pazar için yeni olmayan ürün,
- iii. Başka ülkelerde üretilmekte olan birmalın uyarlanarak pazara sunulması
- iv. İşletmenin değişiklik yaparak pazara sunduğu ürün şeklinde dört tip yeni ürün tarifi yapılabilir.

Günümüzde tüketici istekleri gün geçtikçe değişmektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte her gün yeni bir ürünün ortaya çıkması veya ürünlerin geliştirilmesi sonucu yeni ürün üretme gereksinimi doğmaktadır. Gelişen rekabet ortamında yeni ürünlerin üretilmemesi, işletmeler için bir risk oluşturmaktadır.

Yeni ürün geliştirme nedenleri olarak; kaynak kullanımı, pazar stratejisi, büyüme isteği, ürünün modasının geçmesi, rekabet ve teknolojik gelişmeler gösterilebilir.

Ürün geliştirme, mevcut ürünlere kıyasla müşteri gereksinimlerine daha uygun ürünlerin pazara sürülmesini amaçlayan bir süreçtir. Pazarın veya müşterinin ürün ile ilgili geri bildirimde bulunmasıyla başlar. Bu bildirimler negatif olabileceği gibi pozitif de olabilir. Bu bildirimlerin ışığı altında da firmalar ürünlerini müşterilerine daha uygun bir duruma getirmeye çalışırlar.

Ürün geliştirmek demek, ürün farklılaştırmak, ürünü yenilemek ve hatta başka bir ürüne dönüştürmek demektir. Başka bir ifadeyle, mevcut ürünü kullanıcı açısından yararlı ve aranır, üretici açısından ise farklı ve kârlı kılan özelliklerin belirlenmesidir.

Yeni bir ürünün geliştirilmesi, daima bilinmeyene, belirsizliğe doğru atılmış bir adımdır. Bu belirsiz adımlar, işletmenin doğru politikalar izlemesi ile birlikte doğru yolda atılabilir. Bu yolda başarıyı sağlamak ise işletmenin becerileri ile ilgilidir.

Yeni ürünlerin geliştirilmesi için her firma kendi koşullarına ve sahip olduğu kaynaklara göre bir yöntem takip etmektedir. Bu yöntemler üründen ürüne olduğu kadar, benzer konularda çalışan firmalar arasında da farklılıklar göstermektedir. Diğer firmalardan daha farklı olabilen

¹³akifemiroglu@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

firmalar ürünlerini piyasaya daha net bir şekilde kabul ettirebilir ve pazarın kaymağında faydalanabilirler. “İlk Olmak” da önemli bir konudur.

Ürün geliştirme çalışmaları çok yönlü bir süreçten oluşur. **Pazar araştırması** ile başlayan bu süreç **ürün tasarımıyla** devam eder. Sonra **süreçlerin tasarlanması ve ürünün fiziksel olarak yapımı** gelir. Fakat burada sonuçlanmaz. **Ürünün pazara sunulup, geri bildirim yapılması ile süreç tamamlanır** ve bu süreç ürünün yaşamı boyunca devam eder.

Yeni ürün geliştirme, ürün fikrinin oluşmasından ürünün pazara sunulmasına kadar devam eden dinamik ve uzun bir süreçtir. Bu nedenle yöneticiler, bu sürecin her bir aşamasında yeni ürünün varlığını ve sürdürülebilirliğini değerlendirmelidirler. Bu sürecin bazı özel aşamalarını dikkate alan **aşama eşiği yöntemi** de yöneticilere ürün geliştirme sürecine devam edip etmeme konusunda yardımcı olan bir yöntemdir. Son 30 yılda yapılan araştırmalar yeni ürün geliştirme sürecinin farklı denetleme kriterleriyle değerlemesi yapılabilen bazı gelişim aşamalarından oluştuğunu göstermiştir. Her bir gelişim aşaması sonunda bir sonraki aşamaya geçerken durulup sürecin değerlendirilmesinin yapıldığı noktalara **“aşama eşiği”** adı verilir.

Aşama eşikleri, yeni ürün geliştirme sürecinde bulunan aşamadan daha ileri bir aşamaya geçilip geçilmemesinde kullanılan bir değerlendirme formudur. Her bir aşama eşiğinde yöneticiler veya ürün ile ilgili grup üyeleri, belirli kriterleri kullanarak aşamadaki durum ve etkinliği gözlerler. Eğer mevcut ürün geliştirme süreci bir sonraki aşamaya geçmeye uygunsa, süreç ilerlemeye devam eder. Aşama eşikleri firmanın yeni ürün geliştirme stratejisi tarafından belirlenir ve yeni ürün geliştirme sürecindeki her bir aşamanın bazı özel gereksinimlerine odaklanır. Aşama eşiği sayesinde yönetsel belirsizlik azalırken, kaynakların kullanımında etkinlik sağlanmış olur.

Ürün geliştirme, başlangıcından sonucuna kadar birçok aşamayı içerir. Aşamalar sürecin kritik bazı göstergelerinin incelenmesi gereken önemli noktalarıdır. Her bir aşamada çapraz fonksiyonel takımlar görev alır ve ekip halinde bir çalışma vardır. Her bir aşama bir önceki aşamadan daha maliyetlidir. Bu yüzden aşamalar, riski yönetecek ve gerekli bilgileri toplayabilecek şekilde dizayn edilmelidir. Aşama eşiklerinde yapılan incelemeler sonucunda elde edilen verilerle de iptal veya devam kararı verilir.

Aşama eşiği yöntemindeki aşamalar ve kullanılan kriterler; fikir sınama, kavram testi, iş analizi, ürün testi, pazar sonuçları, pazara sunma sonrası kısa dönem değerlendirme ve pazara sunma sonrası uzun dönem değerlendirme olarak özetlenebilir. Bu çalışmanın amacı Aşama Eşiği Yönteminin kısaca tanımı, temel özellikleri ve tekniklerinin açıklanmasıdır. Yöntem olarak optimal yeni ürün geliştirme pozisyon seçimi ve Aşama Eşiği Analizinin ortaya konması benimsenmiş, Aşama Eşiği sürecinin faaliyetleri, aşama ve eşik yapıları ayrı ayrı incelenerek sistemin çalışma şekli açıklanmaya çalışılmıştır. Bulgu olarak yöntemin avantaj ve dezavantajları belirtilerek tercih nedenleri vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Ürün, Yeni Ürün Geliştirme, Aşama Eşiği



September 21-23, 2017 Uşak

Kriz Yönetimi ve Krize Karşı Alternatif Politikalar

Abstract

Akif EMİROĞLU¹⁴

Özet

İşletmeler, ekonomik, sektörel ve çevresel belirsizlikler ve değişiklikler nedeniyle sürekli beklenmedik tehlike veya fırsatlarla karşılaşmakta ve yaşamlarını sürdürebilmeleri de bu tehlikelerden korunmaya ve fırsatları değerlendirebilmelerine bağlı olmaktadır. Bu tehlikeler basit olarak “risk”, daha ciddi ve geniş kapsamlı olanları ise “kriz” olarak adlandırılmaktadır. Sürekli değişen ekonomik, sektörel ve çevresel koşullar karşısında bünyesinde stratejik çalışmalara yer vermeyen işletmelerin başarılı oranı oldukça azdır. Kriz yönetimi, stratejik yönetim konuları içinde yer almakta olup, işletmeler ve yöneticiler açısından yaşamsal öneme sahip kararların alınmasını gerektiren konulardan biridir.

Strateji ve politikalar, uygulama kararlarını kanalize ederek izlenecek yol haritasının iskeletini ve yapısını oluştururlar. İşletme kararları, daha önce verilmiş olan kararlarla, bunlara gösterilen tepkilere dayanır ve sonradan verilecek kararlara temel oluşturur. Risk / kriz yönetiminde en önemli konulardan biri de, riske / krize karşı geliştirilecek yöntemin oluşturulması ve yapısıdır. Yöneticiler riske / krize karşı geliştirecekleri yönetim biçimi ve yapısıyla ilgili olarak, firma bünyesinde bir dizi önlem, karar ve uygulamalar yürürlüğe koyarlar. Bu önlem ve kararlar firmanın durumuna, ekonomiye, sektörel ve işkolu bazında piyasa koşullarına, rekabet ortamına vb. bağlı olabilir.

Günlük uygulamalarda verdiğimiz kararlar, her zaman az ya da çok ağırlıkta bir risk taşır. Verilen kararlar genellikle yöneticiler için firma içi ve firma dışı faktörler ve koşullarla ilgilidir. Yönetici genellikle karar verme sürecinde hangi verilerin göz önünde tutulması gerektiğini, bu veriler arasındaki ilişkileri ve birbirleri üzerindeki etkilerini kesinlikle bilemez. Bu durumda yönetici, beklediği bir başarının neden gerçekleşmediğini tam olarak anlayamaz.

Kriz yönetimine işletmenin çeşitli bölümlerinde görev yapan yöneticilerin bir arada katılmalarının sayısız yararları olduğu bir gerçektir. Zira yöneticiler, işlerini sürekli olarak işletmenin / üretimin gereklerine göre ayarlamak zorundadırlar. Yönetime birlikte katılma, işbirliğini güçleştiren ve yavaşlatan önyargıları ve yanlış anlamaları da ortadan kaldıracaktır. Krize ilişkin kararlar içerik, işlevsel ve bütünleştirici kararlar ve kapsam olarak ayrı ayrı ele alınıp tartışılmalıdır. Kriz yöneticilerinin yönetimdeki aktif çalışmaları; hazırlık, uygulama ve sonuçların tartışılması şeklinde özetlenebilir. Krizi azaltma yöntemleri olarak da araştırma, risklerin birleştirilmesi ve risklerin devredilmesi gibi yöntemler uygulanabilir. Kriz, makro açıdan bakıldığında, çoğu kez sektörel bazı olumsuzluklardan çok, ulusal ya da global ekonomik olumsuzluklardan ileri gelebilir.

Krizin belirli belirtileri vardır. Krizin ortaya çıkacağı ve gelişi, bazı ekonomik ve istatistiksel veriler ve göstergelerle önceden belirlenebilir. Profesyonel yöneticiler bu gibi verileri iyi analiz ederek krizi önceden öngörebilirler. Krizin getirdiği zorlukları aşmak için de değişim şarttır. Kriz yönetiminde en önemli başarı, krizi fırsata dönüştürebilmektir. Kriz

¹⁴akifemiroglu@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

dönemlerinde bilinmeyenler artar, rekabet belirsizleşir, doğru yapılanmalar zorlaşır, bu nedenle çok hızlı hareket etmek gerekir. Krizde “bekle gör” politikasına uyanlar çoğunlukla kaybederler. Zira krizde beklerken ara zamanda kaybolunabilir, bilinmeyeni çözmek olanaksızlaşır, kayıp duygusu büyür ve bekleyenler iyice paslanır. Zorlukları aşmak için yeni bir strateji gerekliliği zorunluluk haline gelebilir. Ancak bundan da önemlisi uygulamadır. Uygulamanın buradaki anlamı ise “değişim”dir. Krizde “yükselen değerler” masalına yer yoktur. Kriz için ulusal ve global bazda hükümetlerce öngörülen makro düzeyde ekonomik programlarla büyük bir rehabilitasyon dönemine girilir. Böylece krizden farklı bir düzlem ve düzeyde bir çıkış yolu aranır.

Bu çalışmanın amacı; kriz ve risk kavramlarının kısaca tanımının yapılarak nedenlerinin ve yapısının belirtilmesi ve krize karşı oluşturulabilecek alternatif politikaların ortaya konmaya çalışılmasıdır. Yöntem olarak, krizin nedenleri, kriz yönetimi ve yapısı açıklanmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak, kriz dönemlerinde işletmelerin dikkat etmeleri gereken stratejik karar ve uygulamalara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Risk, Kriz, Kriz Yönetimi



September 21-23, 2017 Uşak

Sosyal Medyada Lokasyon Bazlı Servis Uygulamaları: Isparta İli Örneği¹⁵

Abstract

Seyhan ÖZDEMİR¹⁶, Esra APAYDIN¹⁷

Özet

Sosyal medya Web 2.0 teknolojilerinin kullanıldığı fikir, düşünce ve bilgilerin paylaşıldığı bir iletişim ortamıdır. Sosyal medya ile birlikte iletişim de önemli ölçüde şekil değişerek geleneksel yukarıdan aşağıya ve tek yönlü iletişimin yerini, çok yönlü, etkileşimli ve eş düzeyli iletişim almaktadır. İşletmeler online iletişim tutkunları için sosyal ağ siteleri, sosyal işaretleme siteleri, haber siteleri, forumlar ve oyun siteleri, lokasyon bazlı servisler aracılığıyla sosyal medya üzerinden ürün ve hizmetlerini tanıtarak destek sağlayabilmektedirler. Lokasyon bazlı servisler, sosyal hayatta “check-in, yer bildirimini, yer işaretlemesini” ifade etmektedir

Bu araştırmanın amacı, Isparta ilinde yer alan gençlerin yiyecek ve içecek hizmeti aldıkları kafeterya, pastane ve restoran vb. gibi hizmet işletmelerinin lokasyon bazlı servis yaklaşımı kapsamında gerçekleştirdikleri uygulamalar ve bu yaklaşıma bakış açılarını ortaya koymaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırma amacına uygun olarak yapılan literatür taraması çerçevesinde ‘Sosyal Medyada Lokasyon Bazlı Servis Uygulamaları Anketi’ isimli bir anket geliştirilmiştir. Araştırma evrenini Isparta ili oluşturmaktadır. Örneklemine ise, il merkezinde yer alan, gençlerin yeme içme ihtiyaçlarını karşılayan hizmet işletmeleri arasından, gençlerin yoğunlukla tercih ettiği işletme sahipleri ve işletmedeki üst sorumlu çalışanlardan kolayda örnekleme yöntemiyle 64 kişiye ulaşılmıştır.

Analiz sonuçları çalışanların lokasyon bazlı servislerden en çok Instagram ve Swarm kullandıklarını ve sosyal medyanın insanların tüketim davranışını değiştirdiği görülmüştür. Çalışanların check-in yapma kararlarını en çok mekânın sosyal çevrede popüler olması etkilediği bulunmuştur. Müşteriler check-in yaptıklarında kendilerini aktif ve popüler hissettikleri görülmüştür. Cinsiyet, medeni durum ve yaş değişkenleri açısından gruplar arasında herhangi bir farklılığa rastlanılmamıştır.

¹⁵ 2016 yılındatamamlanmış TÜBİTAK-2209/A projesinden çıkarılmıştır.

¹⁶ Arş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, seyhanozdemir@sdu.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

¹⁷ Öğrenci., Süleyman Demirel Üniversitesi, esrapaydin_94@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Turizm ve Konaklama İşletmeciliği Öğrencilerinin Duygusal Zekâ Seviyeleri

Extended Abstract

Emine KAMBUR¹⁸, Ayşenur AKYÜZ¹⁹, Müjde AKSOY²⁰, Sercan HATIPOĞLU²¹,
Erdoğan KOÇ²²

1. Giriş

Dünyada üçüncül sektör olarak ifade edilen hizmet sektörünün Gayri Safi Milli Hasıla ve istihdam üzerindeki katkısı her geçen gün artmaktadır (Koç, 2017b). Öte yandan, bir hizmet alt sektörü olarak turizm dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen endüstrisidir (Das, 2013). Türkiye dünyada en çok ziyaret edilen altıncı ülkedir (WTO, 2013). Türkiye'ye 2013 yılında gelen 39,2 milyon turist toplam 32.3 milyar dolar gelir bırakmıştır. Gayri Safi Milli Hasıla'nın yaklaşık olarak %4'ünü oluşturan bu gelir ülkenin dış ticaret açığını azaltmada %40'lık bir etkiye sahiptir (TURSAB, 2014). Turizm sektöründe çalışanlar tüm çalışanların yaklaşık olarak %7.8'ini temsil etmektedir (WTTC, 2017). Resmi işsizlik oranının % 12 olduğu Türkiye'de (TÜİK, 2017), %18'lik istihdam oranıyla turizm sektörü işsizliğin azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Koc, 2017a).

Ekonomiye gelir ve istihdam bakımından bu kadar katkı sağlayan turizm, emek yoğunluğunun yüksek olduğu bir sektördür. Ayrıca turizm ve konaklama hizmetlerinde, çalışan ve müşteri etkileşimi oldukça yüksek olduğundan, çalıştırılan insan kaynağının bilgi, yetenek ve özellikleri daha da önem kazanmaktadır (Gropper ve Boily, 1999; Lo, Stalcup ve Lee, 2010). Müşterinin bir hizmet işletmesinden vazgeçip başka bir hizmet işletmesine gitmesinde hizmet ürünlerinden duyulan memnuniyetsizlik %14 oranında etkili olabilirken, hizmet iletişimi ve etkileşiminde yaşanan problemlerden kaynaklanan memnuniyetsizlik %67 oranında etkili olabilmektedir (Doyle, 2008). Hizmetlerde iletişim ve etkileşimin kalitesi o kadar önemlidir ki, iletişim ve etkileşim deneyiminin kaliteli olduğunu düşünen müşteriler çok önemli hizmet hatalarıyla karşılaştıklarında bile hizmet aldıkları işletmeyi değiştirmeyi düşünmeyebilmektedirler (Jones vd., 2007; Kuo vd., 2013). Yani müşterilerin önemli bir kısmı hizmet iletişimi ve etkileşimi dışındaki hatalara çok daha müsamahalı bakabilmektedir. Hizmet deneyimlerinde iletişimin ve etkileşimin kalitesi büyük ölçüde çalışanın özelliklerine bağlıdır (Liang vd., 2010). Bu nedenle çalışanların empati, öz farkındalık, öz disiplin, motivasyon ve sosyal becerileri gibi duygusal zeka bileşenleri müşterilerin hizmet deneyimlerini algılamalarında önemli rol oynayabilir. Türkiye'de seyahat, turizm ve boş zaman faaliyetleri konusunda lisans düzeyinde 27.696 öğrenci, önlisans düzeyinde 15.889 öğrenci eğitim almakta olup, konu dahilinde toplam 166.158 öğrenci bulunmaktadır (YÖK, 2017). Ayrıca, otel, lokanta ve catering hizmetleri konusunda da lisans düzeyinde 55.188 öğrenci, önlisans düzeyinde 67.385 öğrenci eğitim almaktadır. Yukarıdaki açıklamaların ışığında, turizm ve konaklama işletmeciliği alanlarında eğitim gören öğrencilerin duygusal zekâ seviyelerinin araştırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

¹⁸eminekambur_1005@hotmail.com

¹⁹yamanakyuz@hotmail.com

²⁰merihaksoy@gmail.com

²¹Arş. Gör., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, shatipoglu@bandirma.edu.tr

²²Prof. Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, ekoc@bandirma.edu.tr



2. Duygusal Zekâ

Duygusal zekâ, bireylerin kendilerinin ve iletişimde bulunduğu diğer insanların duygularını anlama, düzenleme, kontrol etme ve yönetme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Salovey ve Mayer, 1990). Duygusal zekânın dört temel boyutu bulunmaktadır. Bunlar, duyguları fark etme, kendi duygularını yönetebilme, başkalarının duygularını yönetebilme ve duyguları kullanma yeteneğidir (Schutte vd., 1998).

Duygusal zekâ, hizmetlerin deneyimlenmesi esnasında, çalışanların hem kendi hem de hizmet verdikleri müşterilerin düşüncelerini daha iyi anlamalarını, algılamalarını ve yönetmelerini sağlayabilir. Duygularını yönetebilen hizmet çalışanları, işletmelerinin performansını ve imajını olumlu bir biçimde etkileyebilmekte, müşteri memnuniyeti ve sadakatinin geliştirilmesine destek olabilmektedirler (Härtel vd., 2008; Grandey vd., 2005; Ramachandran, vd., 2011).

3. Yöntem

Bu çalışmada kolayda örnekleme metoduyla 269 öğrenci araştırma kapsamına alınmıştır. Veriler, öğrencilere doldurtulan anketler aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmada öğrencilerin duygusal zekâlarını ölçmek amacıyla Ciarrochi vd. (2001) tarafından dört boyutlu geçerliliği kanıtlanmış Schutte ve diğerleri (1998) tarafından geliştirilen “Duygusal Zeka Ölçeği” kullanılmıştır.

Turizm ve konaklama işletmeciliği alanında öğrenim gören öğrencilerin duygusal zekâlarının ölçülmesiyle ilgili olarak aşağıdaki hipotezler belirlenmektedir:

H₁: Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıf düzeyleri arttıkça duygusal zekâ seviyeleri de artmaktadır.

H₂: Staj yapan öğrencilerin duygusal zekâları daha yüksektir.

H₃: Üniversitede herhangi bir kulübe üye olan öğrencilerin duygusal zekâ seviyeleri daha yüksektir.

4. Bulgular ve Analiz

H₁ hipotezini test etmek için yapılan ki-kare testi sonuçlarına göre turizm ve konaklama meslek yüksek okulunda öğrenim gören birinci sınıf öğrencilerinin yüksek duygusal zekâ sahip olma oranı %41,3 iken bu oran ikinci sınıf öğrencilerinde %52,7'ye yükselmektedir. Buna ek olarak, birinci sınıf fakülte öğrencilerinde düşük duygusal zekâyâ sahip olma oranı %7 iken dördüncü sınıflarda bu oran %0'a düşmektedir.

H₂ hipotezini test etmek için yapılan t testi sonuçlarına göre staj yapan ve yapmayan öğrenciler arasında düşük, orta ve yüksek duygusal zekâ düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle Türkiye’de yapılan staj uygulamalarının gereken etkiyi sağlayamadığı ve staj programlarının amacına ulaşmadığı düşünülmektedir.

H₃ hipotezini test etmek için yapılan ki-kare testi sonuçlarına göre üniversite eğitimlerinde herhangi bir kulübe üye olanlarda düşük duygusal zekâyâ sahip olma oranı %0 iken, bu oran herhangi bir kulübe üye olmayanlarda %8,3 olarak gözlenmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

OECD 2016 verilerine göre Türkiye’de yükseköğretim öğrencileri için kişi başı harcanan miktar 3.327 dolardır. Bu rakam turizm ve konaklama öğrencilerinin toplam sayısı



(166.158 öğrenci) göz önüne alındığında yaklaşık yıllık 553 milyon dolarlık bir miktara (552.807.666 dolar) tekabül etmektedir.

Araştırma sonuçları meslek yüksekokulları açısından incelendiğinde, mezun durumunda olacak ikinci sınıf öğrencilerinin %7,3'ünün düşük duygusal zekâ seviyesine %40'ının ise orta seviyede duygusal zekâyâ sahip olduğu görülmektedir. Bu oran Türkiye'de turizm ve konaklama alanında eğitim gören tüm meslek yüksekokulu öğrencilerine oranlandığında sırasıyla 6.079 öğrenciye ve 33.310 öğrenciye tekabül etmektedir. Toplamda 39.389 öğrenci Turizm sektöründe başarılı olabilmek için gereken yüksek duygusal zekâ seviyesine sahip olamadan mezun olmaktadır. Bu sonuçları destekler nitelikte olarak Koç'un (2017a) çalışmasında Türkiye'deki turizm ve konaklama işletmeciliği alanındaki öğrencilerde sosyal kaygı ve kaçınma düzeylerinin oldukça yüksek olduğu belirtilmiştir. Bu durumda, bu öğrencilerin eğitilmesi için harcanan yaklaşık 131 milyon doların (131.047.203 dolar) tam olarak amacına ulaşamadığı söylenebilir.

Buna ek olarak, staj yapan ve yapmayan öğrenciler arasında düşük, orta ve yüksek duygusal zekâ düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, Grehan, Flanagan ve Malgady (2011); duygusal zekânın, not ortalaması ve staj başarısı ile önemli bir ilişki gösterdiğini belirtmektedir. Maynard (2003) ise yaptığı çalışmada duygusal zekâ seviyeleri yüksek olan bireylerin staj yapmayı düşündüklerini bulmuştur. Mevcut araştırmamızın sonuçları Türkiye'deki staj uygulamalarının turizm ve konaklama sektöründe çalışanlar için son derece önemli olan duygusal zekânın gelişimine kayda değer bir katkı sağlayamadığını göstermektedir. Bu noktadan hareketle turizm ve konaklama alanında eğitim veren kurumların staj programlarının tekrar gözden geçirilmesi önerilmektedir.

Yine araştırma sonuçlarına göre herhangi bir kulübe üye olmayan öğrencilerde düşük duygusal zekâ seviyesine sahip olma oranı %8,3 iken bu oran herhangi bir kulübe üye olanlarda % 0'dır. Benzer şekilde MacMillan ve diğerlerinin (2017) araştırması bu çalışmayı destekler niteliktedir. MacMillan vd. (2017) öğrencilerin, üniversite kulüpleri, kampüste yapılan gönüllü ya da part-time işler, liderlik programları gibi sınıf dışında bir aktiviteye katıldıklarında hem başarılarının hem de zekâ seviyelerinin arttığını bulmuştur. Bu noktadan hareketle, turizm ve konaklama alanında eğitim veren kurumların kulüp faaliyetlerini arttırarak her öğrencinin en azından bir kulüpte etkin bir şekilde görev almasının sağlanması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Turizm Öğrencileri, Turizm

Kaynakça

Ciarrochi, J., Chan, A. Y. ve Bajgar, J. (2001). "Measuring emotional intelligence in adolescents." *Personality and individual differences*, 31(7), 1105-1119.

Das, D. (2013). "Tourism Industry in North-East Indian States: Prospects and Problems." *Global Research Methodology Journal*, 2(7), pp 1-6.

Doyle, P. (2008). *Value - Based Marketing. Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value*. (2nd edition). A John Wiley and Sons, Ltd. Publication.

Grandey, A.A., Fisk, G.M. ve Steiner, D.D. (2005). "Must "service with a smile" be stressful? The moderating role of personal control for American and French employees." *Journal of Applied Psychology*, Vol. 90, No. 5, pp.893-904.

Grehan P. M., Flanagan R. ve Malgady R. G. (2011). "Successful Graduate Students: The Roles of Personality Traits and Emotional Intelligence." *Psychology in the Schools*, 48(4), 317-331.



Gropper, E. I., veBoily, C. A. (1999).“Breathing life into customer satisfaction.” *Nursing management*, 30(11), 64-66.

Härtel, C.E.J., Gough, H. veHärtel, G.F. (2008). “Work-group emotional climate, emotion management skills, and service attitudes and performance.”*Asia Pacific Journal of HumanResources*, Vol. 46, pp.21–37.

Jones M.A., Reynolds, K.E., Mothersbaugh, D.L. ve Beatty, S.E. (2007). “The positive and negative effects of switching costs on relational outcomes.”*Journal of Service Research* 9(4): 335–55.

Koc, E. (2017a) “Turkish Tourism and Hospitality Students’ Social Anxiety and Avoidance, *Journal of Hospitality and Tourism Education*” (Article in Press).

Koç, E. (2017b). *HizmetPazarlamasıveYönetimi*, SeçkinYayıncılık, Ankara.

Kuo, N. T., Chang, K. C., Cheng, Y. S. ve Lai, C. H. (2013). “How service quality affects customer loyalty in the travel agency: The effects of customer satisfaction, service recovery, and perceived value.”*Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(7), 803-822.

Liang, R. D., Tseng, H. C. ve Lee, Y. C. (2010). “Impact of Service Orientation on Frontline Employee Service Performance and Consumer Response.”*International Journal of Marketing Studies*, 2(2): 67-74.

Lo, A. S., Stalcup, L. D. ve Lee, A. (2010). “Customer relationship management for hotels in Hong Kong.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), 139-159.

MacMillan, S. veYue, A.R. (2017).“The Existential Student: Towards a model of Student Success.”*Workplace Review*, 58-69.

Maynard, M.L. (2003). “Emotional Intelligence and Perceived Employability for Internship Curriculum.”*Psychological Reports*, 93, 791-792.

Ramachandran, Y., Jordan, P. J., Troth, A. C. ve Lawrence, S. A. (2011). “Emotional intelligence, emotional labour and organisational citizenship behaviour in service environments.” *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 4(2), 136-157.

Salovey, P. ve Mayer, J.D.(1990). “Emotional intelligence.” *Imagination, cognition and personality*, 9 (3)185-211.

Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T., Golden, C. J. veDornheim, L. (1998). “Development and validation of a measure of emotional intelligence.” *Personality and individual differences*, 25(2), 167-177.

Turkish Statistical Institute (TÜİK), 2017.

TURSAB (Association of Turkish Travel Agencies) (2014). Various tourism statistics.

World Tourism Organization (WTO) (2013), Tourism highlights 2013.

World Travel and Tourism Council (WTTC), 2017.

YÖK, 2017: Statistics.

http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/education/education-at-a-glance-2016/turkey_eag-2016-84-en#.WNOKEjvyiUk#page2 18.05.2017 tarihindeerişildi.



September 21-23, 2017 Uşak

Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları Kapsamında Muhasebe Eğitiminin Akademisyenler ve Muhasebe Meslek Mensupları Açısından İncelenmesi

Abstract

Büşra TOSUNOĞLU²³, Selim CENGİZ²⁴, Zafer ANADOLU²⁵

Özet

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmek, eğitim sisteminin kalitesine bağlıdır. İşletmelerin rekabet koşullarına uyum sağlayarak varlıklarını sürdürebilmeleri kaliteli eğitim almış çalışanlara sahip olmalarıyla mümkündür. Günümüz iş dünyasında değişimi yakından takip etmesi gereken sistemlerden birisi de muhasebe eğitimi olduğu için gerek akademisyenler gerekse meslek mensupları açısından muhasebe eğitimiyle ilgili gelişmeleri yakından takip etmeleri oldukça önem arz etmektedir. Bu kapsamda muhasebe eğitiminin gelişimine yönelik muhasebeci, akademisyen ve kurum temsilcilerinden oluşan Uluslararası Muhasebe Eğitim Standartları Kurulu (IAESB) sekiz standarttan oluşan Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartlarını yayınlamıştır. Bu standartlar; Muhasebe Eğitim Programına Giriş İçin Gereken Şartlar, Muhasebe Eğitimi Programlarının İçeriği, Mesleki Beceriler, Mesleki Değerler, Etik ve Davranışlar, Staj Şartları, Mesleki Yetenek ve Yeterliliğin Ölçülmesi, Sürekli Mesleki Gelişim ve Profesyonel Denetçiler İçin Gerekli Yeterlilik Şartlarından oluşmaktadır.

Yukarıda yapılan açıklamalar kapsamında çalışmanın amacı, Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları kapsamında akademisyenlerin ve muhasebe meslek mensuplarının muhasebe eğitimine bakış açılarını karşılaştırmalı olarak incelemektir. Bu doğrultuda öncelikli olarak söz konusu standartlar doğrultusunda muhasebe eğitime yönelik kriterler (bilgi, yetenek ve tutum) ve söz konusu kriterlerin alt kriterleri belirlenmiştir. Daha sonra ise belirlenen kriterlerin önemine yönelik bir anket formu oluşturulup, akademisyenlere ve muhasebe meslek mensuplarına uygulanarak meslek gruplarının görüşlerinde bir farklılığın olup olmadığı bağımsız örneklem t-testi ile analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde akademisyenlere göre muhasebe eğitiminde temel kriter olarak bilginin, muhasebe meslek mensuplarına göre ise işletmelerin ihtiyaçları doğrultusunda yetenek ve tutumun daha önemli olduğu tespit edilmiştir.

Bilgi, yetenek ve tutumun alt kriterlerine yönelik yapılan değerlendirmeye bakıldığında ise akademisyenler için bilginin alt kriterlerinden finansal muhasebe, finansal raporlama, vergilendirme, iş ve ticari hukuk, denetim ve etik gibi temel konular muhasebe eğitiminde oldukça önem arz etmekte iken muhasebe meslek mensupları için yukarıda açıklanan konular bilgi açısından önemli sayılacak düzeyde olsa da akademisyenlerin görüşleriyle kıyaslandığında düşüktür. Yeteneğin alt kriterlerinin önem düzeyine göre ise özellikle bir kişiden yazılı ve elektronik ortamlardan bilgi alabilme ve anlayabilme, araştırma, mantıksal düşünme, sebep sonuç analizi yapabilme ve olaylara eleştirel gözle bakabilme, düşünce ve mesleki bilgeliği ve liderlik yeteneği kazanabilme, görevleri organize edebilme, stratejik planlama yapabilme, insan kaynakları yönetimi yeteneği akademisyenlere kıyasla muhasebe meslek mensuplarına göre daha

²³Yrd. Doç. Dr., busra.tosunoglu@gumushane.edu.tr, Gümüşhane Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü.

²⁴ Yrd. Doç. Dr., selimcengiz71@hotmail.com, Çankırı Karatekin Üniversitesi, İ.İ.B.F., Bankacılık ve Finans Bölümü.

²⁵ Serbest Muhasebesi Mali Müşavir, zaferanadolu@msn.com.



September 21-23, 2017 Uşak

önemlidir. Son olarak tutuma yönelik temel alınan kamu yararı ve sosyal sorumluluk, duyarlı olma, kendini geliştirme, sürekli öğrenme, güvenilir, sorumlu, zamanında davranma iş aktivitelerinde etik davranış gösterme, teknik standartlara uyumlu davranış sergileme gibi alt kriterlerin muhasebe eğitiminde önem olduğu söylenebilir.

Muhasebe eğitiminde bilgi, yetenek ve tutumun önemini belirlemeye yönelik akademisyen ve muhasebe meslek mensuplarının görüşlerini değerlendirmeyi içeren bu çalışmayla birlikte gelecek çalışmalarda muhasebe eğitime yönelik katılımcılarla röportaj yapılarak müfredatların eksiklikleri belirlenebilir. Ayrıca uluslararası muhasebe eğitimi standartlarının her birinin muhasebe müfredatında uygulanabilirliğinin ölçülmesi de gelecek çalışmalarda öneri niteliği taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları, Muhasebe Eğitimi, Akademisyenler ve Muhasebe Meslek Mensupları.

Antecedents of Switching Intention: A Research in Mobile Services

Extended Abstract

Çağatan TAŞKIN²⁶, Gül Gökay EMEL²⁷, Nagihan MEMİŞ²⁸

Introduction

Switching intention can be defined as customers' decision with regard to cease the contract with mobile service company or current provider (Porrall et al., 2017: 722). These aforementioned decision may result from unsatisfactory services or other reasons (Wu et al., 2014: 95). Switching intention plays an important key role in mobile services industry in terms of affecting market competition (Porrall et al., 2017: 722). Marketing researchers have attached importance to consumer switching intention and they have tried to define factors that affect customer switching intention (Chang et al., 2017: 51). They have examined users' intentions to adopt mobile services (Shin & Kim; 2008; 855). Thus, having information about costumers' satisfaction degree about using their mobile services and their intention to switch are important for both companies and researchers in today's competitive market. The aim of this paper is to explore the structural relationships among customer switching intention, satisfaction and loyalty and propose strategies for mobile service company managers.

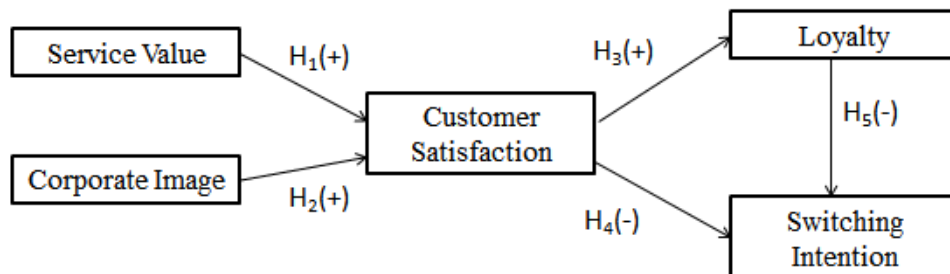
2. Methodology

An online survey was conducted on mobile phone users. Convenience sampling method is used. The scale includes 13 items. The items were adopted from extant literature (Kuo et al., 2009; Bigne et al., 2011; Jones et al., 2000; Burnham et al., 2003 ; Yoo et al., 2000; Bansal et al., 2005).

2.1. Conceptual Model and Research Hypothesis

The conceptual model proposed in this study and hypotheses were shown in Figure 1.

Figure 1. Conceptual Model



²⁶ Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr (corresponding author)

²⁷ Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ggokay@uludag.edu.tr

²⁸ Res. Assist., Uludağ University, nagihanmemis@uludag.edu.tr



As can be seen in Figure 1, research hypotheses are as follows:

H₁ : Service value influences customer satisfaction positively.

H₂ : Corporate image influences customer satisfaction positively.

H₃ : Customer satisfaction influences loyalty positively.

H₄ : Customer satisfaction influences switching intention negatively.

H₅ : Loyalty influences switching intention negatively.

Prior to testing the structural relationships among research constructs, AVE and CR methods were carried out for construct reliability and validity. Table 1 summarizes the construct reliability and validity results.

Table 1. Construct Reliability and Validity

Contract	Item	Outer Loading	Cronbach's Alpha	rho_A	AVE ^a	CR ^b
Corporate Image	IM1	0.910	0.880	0.880	0.807	0.926
	IM2	0.870				
	IM3	0.913				
Loyalty	LOY1	0.946	0.746	0.912	0.787	0.880
	LOY2	0.824				
Satisfaction	SAT1	0.878	0.929	0.931	0.824	0.949
	SAT2	0.908				
	SAT3	0.908				
	SAT4	0.936				
Service Value	SV1	0.947	0.865	0.876	0.881	0.937
	SV2	0.930				
Switching Intention	SW1	0.951	0.858	0.893	0.874	0.933
	SW2	0.919				

^a Average variance extracted (AVE) = (summation of the square of the factor loadings)/{(summation of the square of the factor loadings)+(summation of the error variances)}.

^b Composite reliability (CR) = (square of the summation of the factor loadings)/{(square of the summation of the factor loadings)+(square of the summation of the error variances)}.

The Cronbach's alpha values range from 0.746 to 0.929; Composite reliability (CR) values are higher than 0.70 and average variance extracted (AVE) values are higher than 0.50. These results indicate that all of the dimensions are reliable and valid (Jung et al., 2017: 145).

2.2. Structural Model-Standardized Path Coefficients

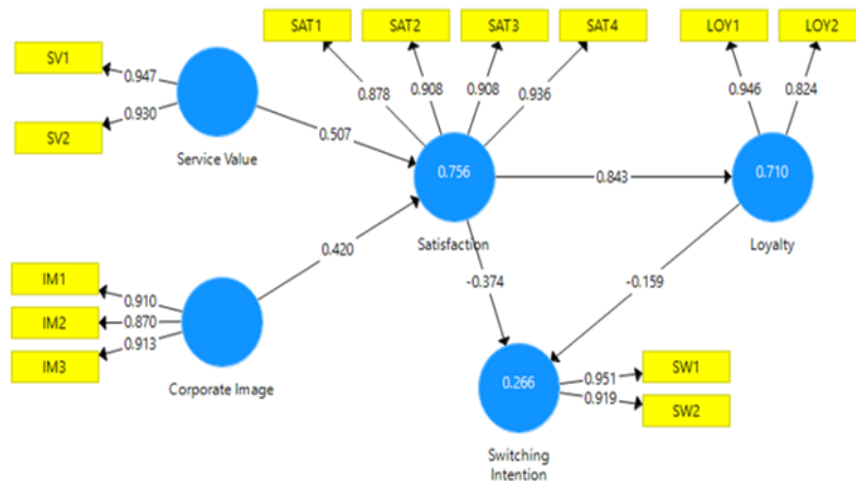
Partial Least Squares is used for testing the research hypotheses. Path coefficients and test results of hypotheses were shown in Table 2. According to the modeling results, four of the paths were found to be statistically significant.

Table 2. Path Coefficients and T Values

Hypothesis	Path	Path Coefficient	t-Statistic ^a	Result
H ₁	Service Value- Satisfaction	0.507	5.973***	Supported
H ₂	Corporate Image- Satisfaction	0.420	4.988***	Supported
H ₃	Satisfaction- Loyalty	0.843	29.533***	Supported
H ₄	Satisfaction- Switching Intention	-0.374	2.717***	Supported
H ₅	Loyalty- Switching Intention	-0.159	1.217	Not Supported
^a t-values for two-tailed test * 1.65 (sig. level 10%) ** 1.96 (sig. level=5%) *** t-value 2.58 (sig. level=1%) (Hair et al., 2011; Rezaei, 2015)				

The structural model with standardized path coefficients were shown in Figure 2.

Figure 2. Path Coefficients



3. Conclusion

In this study, the relationships among customer satisfaction, loyalty and switching intention were examined. Findings indicate that the paths between satisfaction–loyalty, satisfaction–switching intention, service value- satisfaction and corporate image- satisfaction were found to be statistically significant while loyalty-switching intention was not. Thus, mobile service providers should focus on developing satisfaction to decrease consumer’s switching intention. In other words, mobile service providers should position their marketing strategy activities to improve existing services or to increase advantages of their current services. The other important path is between satisfaction and loyalty followed by service value. This finding implies that consumers pay more attention to satisfaction in mobile service sector. The influence of service value and corporate image on satisfaction was also found to be important. Thus, mobile service providers should focus on creating a positive image and offering good service. In order to improve consumers’ satisfaction, mobile service providers should seek to enhance their performance of core mobile services such as device, communication quality, post-purchase services. They should focus on their interaction activities with consumers to create a positive corporate image. In this context, they should extend communication channels. Service value was also found to be important for satisfaction. Thus, managers should develop strategies towards mobile services with higher perceived benefits. In other words, they should focus on researches that measure the perceptions of consumers for making value-added mobile services. In this way, they can increase consumers’ satisfaction and therefore minimise switching intention.

Keywords: Switching intention, Customer satisfaction, Loyalty, Mobile services.

References

- Bansal, H. S., Taylor, S. F, & St. James, Y. (2005). “Migrating to new service providers: Toward a unifying framework of consumers’ switching behaviors”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(1): 96-115.
- Bigné, E., García, I. S., & Pérez, R. C. (2011). “Antecedentes Y Consecuencias Del Arrepentimiento Postcompra: Una Aplicación A Servicios De Telefonía Móvil Antecedents And Consequences Of Post Purchase Regret: An Application To”, *Revista Española de Investigación de Marketing*, 15(1): 7-34.



- Burnham, T. A., Frels, J. K., & Mahajan, V. (2003). "Consumer switching costs: A typology, antecedents, and consequences", *Journal of the Academy of marketing Science*, 31(2): 109-126.
- Calvo-Porrall, C., Faiña-Medín, A., & Nieto-Mengotti, M. (2017). "Satisfaction and switching intention in mobile services: Comparing lock-in and free contracts in the Spanish market", *Telematics and Informatics*, 34(5): 717-729.
- Chang, H. H., Wang, K. H., & Li, S. Y. (2017). "Applying Push-Pull-Mooring to Investigate Channel Switching Behaviors: M-shopping Self-Efficacy and Switching Costs as Moderators", *Electronic Commerce Research and Applications*, 24: 50-67.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). "PLS-SEM: Indeed a silver bullet". *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2): 139-152.
- Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E. (2000). "Switching barriers and repurchase intentions in services", *Journal of retailing*, 76(2): 259-274.
- Jung, J., Han, H., & Oh, M. (2017). "Travelers' switching behavior in the airline industry from the perspective of the push-pull-mooring framework". *Tourism Management*, 59: 139-153.
- Kuo, Y. F., Wu, C. M., & Deng, W. J. (2009). "The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services", *Computers in human behavior*, 25(4): 887-896.
- Rezaei, S. (2015). "Segmenting consumer decision-making styles (CDMS) toward marketing practice: A partial least squares (PLS) path modeling approach", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22: 1-15.
- Shin, D. H., & Kim, W. Y. (2008). "Forecasting customer switching intention in mobile service: An exploratory study of predictive factors in mobile number portability", *Technological Forecasting and Social Change*, 75(6): 854-874.
- Wu, Y. L., Tao, Y. H., Li, C. P., Wang, S. Y., & Chiu, C. Y. (2014). "User-switching behavior in social network sites: A model perspective with drill-down analyses", *Computers in Human Behavior*, 33: 92-103.
- Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). "An examination of selected marketing mix elements and brand equity". *Journal of the academy of marketing science*, 28(2): 195-211.



September 21-23, 2017 Uşak

Exploring the Relationships among the Antecedents of Continuance Intention of Facebook Users

Extended Abstract

Çağatan TAŞKIN²⁹, Hatice Duygu ÖZER³⁰

1. Introduction

In recent years, social networks especially Facebook attracted a great number of people all over the world (Chang et al., 2017:207). Facebook became one of the most popular ways of online social interaction. Many social networking sites like Facebook focus on their market, in other words, users. The users of social networks are so important for the long-term success of them (Mouakket, 2015:102). That's why antecedents of continuance intention of Facebook users should be investigated in order to develop more efficient marketing strategies (Sura et al., 2017). The aim of this study is to explore the relationships among the antecedents (effort expectancy, social influence and trust) of continuance intention of Facebook users.

2. Methodology

The research was conducted on Facebook users. Data were collected via an online questionnaire. Convenience sampling method was used in the research. Data were collected in the months of June and July of 2017. A total of 241 questionnaires were used for the analysis. The antecedents of effort expectancy, social influence, trust and continuance intention were measured by the items based on the related literature (Chang et al., 2017:212; Hajli et al., 2017:140; Mouakket, 2015:109).

2.1. Profile of the Respondents

Demographic characteristics of the respondents were given in Table 1. As seen, 110 of the respondents were male and 131 of the respondents were female. Most of the respondents (44.4%) were between 21-30 ages, 34.0% of the respondents were between 31-40 ages (58.7% and 13.7% of the respondents were between 41-50 ages. Most of the respondents had an undergraduate degree or were more educated (92.6%). Single Facebook users were slightly more than married users. Most of the respondents had a Facebook experience for 4 and more years. 56.4% of the respondents spent 60 minutes or less time on Facebook, while 43.6% spent more than 60 minutes time on Facebook per day.

²⁹ Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr (corresponding author)

³⁰ PhD Student, Uludağ University, duuyguu@gmail.com

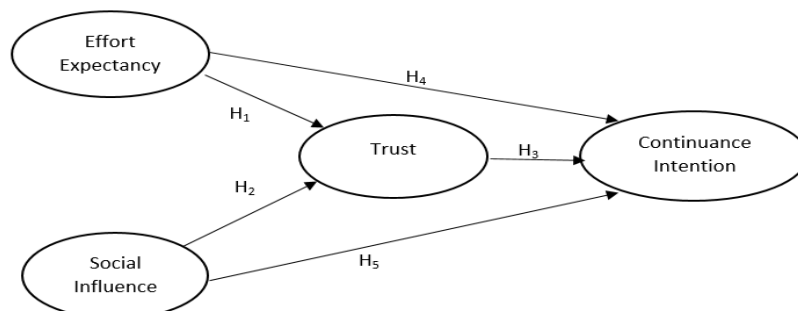
Table 1. Profile of Respondents

GENDER	FREQUENCY	%	EDUCATION	FREQUENCY	%
Male	110	45.6%	Primary School	3	1.2%
Female	131	54.4%	High School	15	6.2%
Total	241	100.0%	Undergraduate	106	44.1%
			Master of Science	97	40.2%
AGE	FREQUENCY	%	PhD	20	8.3%
<=20	2	0.8%	Total	241	100%
21-30	107	44.4%			
31-40	82	34.0%	MARITAL STATUS	FREQUENCY	%
41-50	33	13.7%	Single	133	55.2%
>50	17	7.1%	Married	108	44.8%
Total	241	100%	Total	241	100.0%
FACEBOOK EXPERIENCE	FREQUENCY	%	TIME SPENT ON FACEBOOK PER DAY	FREQUENCY	%
Less than 1 year	5	2.1%	60 minutes or less (per day)	136	56.4%
[1-2) years	2	0.8%	More than 60 minutes (per day)	105	43.6%
[2-3) years	8	3.3%	Total	241	100%
[3-4) years	9	3.7%			
4 and more years	217	90.1%			
Total	241	100.0%			

2.2. Research Model and Analysis Results

The research model was shown in Figure 1. Linear regression was used to test the hypotheses.

Figure 1. Research Model



According to the results of linear regression analysis, all of the hypotheses were accepted. Effort expectancy and social influence antecedents were found to have a statistically significant impact on both trust and continuance intention. Besides, trust antecedent was found to have a statistically significant impact on continuance intention of Facebook users.

Table 1. Summary of Linear Regression Results

	MODEL 1	MODEL 2
Independent Variables	Effort Expectancy, Social Influence, Trust	Effort Expectancy, Social Influence
Dependent Variable	Continuance Intention	Trust
R Square	0.481	0.209
Beta and Sig.(Effort Expectancy)	0.23 / 0.000	0.37 / 0.000
Beta and Sig.(Social Influence)	0.22 / 0.000	0.22 / 0.000
Beta and Sig.(Trust)	0.46

3. Conclusion

This study helps draw useful implications for the managers of Facebook and social networking services as well. It is important for practitioners to know the impacts of antecedents on continuance intention to develop more efficient strategies. In this research, both effort expectancy and social influence significantly affected trust antecedent. Besides, trust antecedent was found to have a statistically significant impact on continuance intention of Facebook users. According to our findings, effort expectancy and social influence also affected continuance intention significantly. These results implicate that user experience in a social networking service (in this case Facebook) is so crucial. Social networking services should focus on designing positive and unique experiences for users and these experiences should be shared by the users voluntarily.

Keywords: Continuance intention, social networking services, trust, Facebook.

References

- Chang, S. E., Liu, A. Y. & Shen, W. C. (2017). “User Trust in Social Networking Services: A Comparison of Facebook and LinkedIn”, *Computers in Human Behavior*, 69, 207-217.
- Hajli, N., Sims, J., Zadeh, A. H., & Richard, M. O. (2017). A social commerce investigation of the role of trust in a social networking site on purchase intentions, *Journal of Business Research*, 71, 133-141.
- Mouakket, S. (2015). Factors influencing continuance intention to use social network sites: The Facebook case, *Computers in Human Behavior*, 53, 102-110.
- Sura, S., Ahn, J., & Lee, O. (2017). Factors influencing intention to donate via social network site (SNS): From Asian’s perspective, *Telematics and Informatics*, 34(1), 164-176.

Examining the Factors of Brand Extension Success: A Research on Female Consumers

Extended Abstract

Onur ÖZTÜRK³¹, Çağatan TAŞKIN³², Ahmet Akif KARADAMAR³³

1. Introduction

Brand extension strategy which can be defined as the use of an existing brand name of a firm for its new products has been a common growth strategy recently for many companies (Baek & King, 2015: 382). The most important advantage of brand extension strategy is the reduction of marketing costs because it is assumed that there is already a synergy between firm and consumers (Ugla, 2015: 36). Thus, it is very important for company managers to have the information about the factors that influence brand extension success. The aim of this paper is to examine the relationships among the factors (consumer innovativeness, consumer knowledge, perceived risk) of the brand extension success by means of structural equation modeling and propose strategies for company managers.

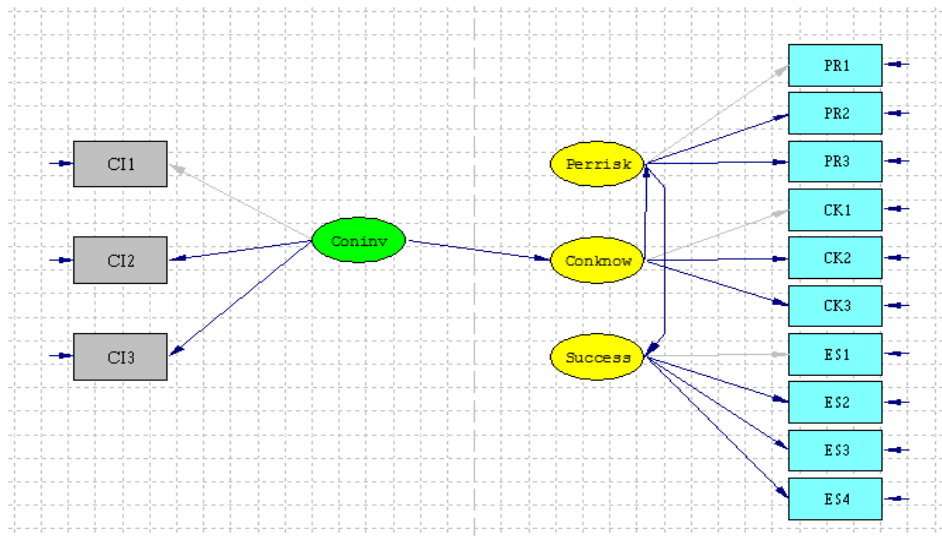
2. Methodology

The research was conducted on female consumers. A popular apparel brand was chosen. A convenience sampling method was used in the research. The questionnaire includes 17 questions. Factors were measured by the items based on the related literature (Salinas & Perez, 2009; Völckner & Sattler, 2006; Paul & Datta, 2013).

2.1. Conceptual Model and Research Hypothesis

A literature survey was done in order to determine the most important factors that influence brand extension success. These factors were perceived risk, consumer knowledge and consumer innovativeness. The research model is given in Figure 1.

Figure 1. Research Model



³¹ Res. Assist., Uludağ University, onurozturk@uludag.edu.tr (corresponding author)

³² Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr

³³ Res. Assist., Uludağ University, aakaradamar@uludag.edu.tr

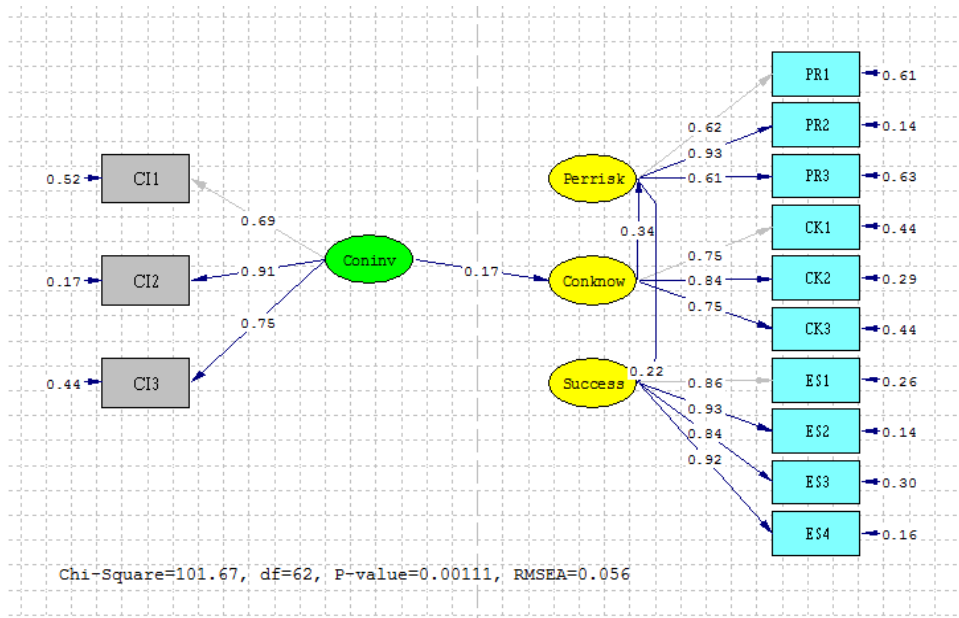
2.2. Structural Model-Standardized Path Coefficients

Path coefficients and t values were shown in Table 1. According to the modeling results, all of the paths were found to be statistically significant. In Figure 2, the structural model is given.

Table 1. Path Coefficients and T Values

PATHS	PATH COEFFICIENTS	T VALUES
Coninv- Conknow	0.17	2.02
Conknow- Perrisk	0.34	3.73
Perrisk- Success	0.22	2.84

Figure 2. Structural Model



3. Conclusion

In this study, the relationships among consumer innovativeness, consumer knowledge and perceived risk were explored. The findings indicated that all of the factors were important for the success of the brand extension strategy. According to the results, it can be said that all of the factors should be taken into consideration for developing marketing strategies such as segmentation, targeting and positioning strategies. Integrated marketing communication strategies should focus on messages for reducing the perceived risk of female consumers. Companies should give information about the products, promotions and new trends. On the other hand, this study has some limitations. The most important limitation is the sampling size. That's why the findings cannot be generalized. There should be more researches concerning the factors that affect brand extension success for female consumers in the apparel industry.



September 21-23, 2017 Uşak

Keywords: Brand Extension, Consumer Innovativeness, Consumer Knowledge, Perceived Risk, Female Consumers.

References

- Baek, T. H. & King, W. K. (2015). "When Comparative Valence Frame Affects Brand Extension Evaluations: The Moderating Role of Parent- Extension Fit", *International Journal of Advertising*, 34(2): 382-401.
- Uggla, H. (2015). "Positioning in the Mind Versus Brand Extension: The Revision of Ries and Trout", *The IUP Journal of Brand Management*, 12(1): 35-44.
- Völckner, F. & Sattler, H. (2006). "Drivers of Brand Extension Success". *Journal of Marketing*, 70: 18-34.
- Salinas, E. M. & Perez, J. M. P. (2009). "Modeling the Brand Extensions' Influence on Brand Image", *Journal of Business Research*, 62: 50-60.
- Paul, S. & Datta, K. S. (2013). "An Empirical Study of the Effects of Consumer Knowledge on Fit Perception in Brand Extension Success", *The IUP Journal of Business Management*, 10(1): 37-50.



September 21-23, 2017 Uşak

Exploring the Influence of Demographic Characteristics on Entrepreneurial Intention

Extended Abstract

Ahmet Akif KARADAMAR³⁴, Çağatan TAŞKIN³⁵, Onur ÖZTÜRK³⁶

1. Introduction

Entrepreneurship is one of the drivers of economic growth and entrepreneurship conditions have become a focus for policy-makers recently (Fietze & Boyd, 2017: 656). Entrepreneurial intention which can be defined as the desire of individuals to take the opportunity and risk to open his/her own business (Utami, 2017: 480), is considered to be the most influential factor on entrepreneurship (Taşkin et al., 2017: 1004). Entrepreneurial intentions signal how intensely one is prepared to carrying out entrepreneurial behavior. Even if people may have significant potential, they will not be entrepreneurs when they lack the intentions (Miranda et al., 2017: 69). Thus, it is an important topic from policy-makers' point of view.

The aim of this paper is to measure the entrepreneurial intention of the graduates of Business Administration Department (Uludağ University, Bursa), then explore the influence of demographic characteristics (gender, whether s/he did internship, whether s/he took an entrepreneurship course, whether there was an entrepreneur among their family/relatives and whether s/he was a community member in University) on entrepreneurial intention.

2. Methodology

The research was conducted on the graduates of Business Administration Department (Faculty of Economics and Administrative Sciences) of Uludağ University, Turkey. A convenience sampling method was used in the research. Data were collected in the months of May and June of 2017. A total of 207 questionnaires were collected and 11 of them were excluded as they were incomplete. Entrepreneurial intention was measured by the items based on the related literature (Çolakoğlu & Gözükar, 2016; Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

2.1. Profile of the Respondents

Demographic characteristics of the respondents are shown in Table 1. As seen, 89 of the respondents were male and 107 of the respondents were female. Most of the respondents were between 23-25 ages (58.7%). 184 of the respondents did not participate in Erasmus. 48% of the respondents did an internship while 52% did not. 52% of the respondents took an entrepreneurship course in university. 56.1% of the respondents mentioned that there was at least one entrepreneur in their family/relatives. Lastly, 108 of the respondents mentioned that they were the members of a university community.

³⁴ Res. Assist., Uludağ University, aakaradamar@uludag.edu.tr (corresponding author)

³⁵ Assoc. Prof. Dr., Uludağ University, ctaskin@uludag.edu.tr

³⁶ Res. Assist., Uludağ University, onurozturk@uludag.edu.tr



Table 1. Profile of Respondents

GENDER	FREQUENCY	%	PARTICIPATED IN ERASMUS	FREQUENCY	%
Male	89	45.4%	Yes	12	6.1%
Female	107	54.6%	No	184	93.9%
Total	196	100.0%	Total	196	100.0%
AGE	FREQUENCY	%	DO INTERNSHIP	FREQUENCY	%
23-25	115	58.7%	Yes	94	48.0%
26 and above	81	41.3%	No	102	52.0%
Total	196	100%	Total	196	100.0%
TAKE AN ENTREPRENEURSHIP COURSE	FREQUENCY	%	ENTREPRENEUR IN FAMILY/RELATIVES	FREQUENCY	%
Yes	102	52.0%	Yes	110	56.1%
No	94	48.0%	No	86	43.9%
Total	196	100.0%	Total	196	100.0%
COMMUNITY MEMBER	FREQUENCY	%			
Yes	108	55.1%			
No	88	44.9%			
Total	196	100.0%			

2.2. Independent-Samples T Test Results

An independent-samples t-test was conducted to compare entrepreneurial intention score means between gender, whether s/he did an internship, whether s/he took an entrepreneurship course, whether there was an entrepreneur in their family/relatives and whether s/he was a community member in the university.

The analysis results indicate that there was a significant difference in the scores of entrepreneurial intention for male ($m=4.09$, $sd=.8472$) and female ($m=3.83$, $sd=.8160$) conditions; $t(194)=2.138$, $p=.03$. There was a significant difference in the scores of entrepreneurial intention for respondents who took an entrepreneurship course ($m=4.08$, $sd=.7648$) and didn't take have an entrepreneurship course ($m=3.65$, $sd=.8798$) conditions; $t(193)=3.513$, $p=.001$. In addition, there was also a significant difference in the scores of entrepreneurial intention for respondents who had an entrepreneur in family/relatives ($m=4.07$, $sd=.7975$) and did not have an entrepreneur in family/relatives ($m=3.65$, $sd=.8425$) conditions; $t(193)=3.427$, $p=.001$.



3. Conclusion

This study has useful implications especially for practitioners in university education system. It is critical for university managers to know the influence of demographic characteristics on entrepreneurial intention. The findings of the study can be used to develop strategies for the local university. According to the research results, male graduates tend to become an entrepreneur more than female graduates. Female graduates should be supported with some incentives. Another finding proved that entrepreneurship courses have an important influence on the entrepreneurial intention of the graduates. In addition, respondents who have an entrepreneur among their family or relatives, have a bigger entrepreneurial intention score. It can be proposed that the number of entrepreneurship lectures and seminars should be increased and local, national and global entrepreneurs should be invited to universities and can be a role model. Finally, this research has some limitations. The most important limitation is the sampling size. That's why the findings cannot be generalized. There should be more researches concerning entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurship, Demographic Characteristics, Entrepreneurial Intention, Turkey.

References

- Çolakoğlu, N., & Gözükar, İ. (2016). "A Comparison Study on Personality Traits Based on the Attitudes of University Students toward Entrepreneurship", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229: 133-140.
- Fietze, S. & Boyd, B. (2017). "Entrepreneurial Intention of Danish Students: A Correspondence Analysis", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(4): 656-672.
- Miranda, F.J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S. & Perez-Mayo, J. (2017). "Academic Entrepreneurial Intention: The Role of Gender", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1): 66-86.
- Ozaralli, N. & Rivenburgh, N.K. (2016). "Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey", *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3): 1-32.
- Taşkın, Ç., Öztürk, O. & Karadamar, A.K. (2017). "Exploring the Influence of Entrepreneurship Personality on Entrepreneurial Intention: A Research in Turkey", *IMES*, 25-26 May 2017, Prague.
- Utami, C.W. (2017). "Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia", *European Research Studies Journal*, XX(2A): 475-495.



September 21-23, 2017 Uşak

Sağlık Turistleri Sağlık Turizm Destinasyonu Olarak Neden Türkiye'yi Tercih Ediyor?

Extended Abstract

İlhan SAG³⁷, Münevver OTUZOĞLU³⁸, Hüsrev DİKTAŞ³⁹, Mehmet Ali AYDIN⁴⁰

1. Giriş

Turizm klasik anlamda ülkemizde ve dünyada Konaklama ve eğlence amacıyla bulunduğu ülkeden başka bir ülkeye seyahat olarak tanımlanmaktadır (Karaküçük, 2014). Sağlık ise Dünya Sağlık Örgütü tarafından sadece hastalık ve sakatlık durumunun olmayışı değil kişinin bedenlen ruhen ve sosyal yönden tam bir iyilik hali olarak ifade edilmektedir (WHO, 2017). Son çeyrekte dünya uluslarının ekonomik gelirlerinin, dünya yaşlı nüfusunun ve bunun paralelinde ulaşım olanakları ve internet pazarlamasının rolünün de artmasıyla Sağlık ve Turizm kavramları bir birini tamamlar nitelik kazanmıştır. Sağlık turizmi, turizmciler ve sağlıkçılar tarafından inovatif bir ürün olarak sunulmaktadır. Sağlık turizmi, turizm hizmetleri (otelcilik, konaklama ulaşım, pazarlama) ile sağlık ve rehabilitasyon hizmetlerinin (tıbbi müdahale, ameliyat, SPA, Wellness, termal ve bitkisel tedavi vb.) birlikte sunulmasıyla oluşan alternatif turizm çeşidi olarak görülmektedir.

Yeni bir ürün olarak sağlık turizmi dünyada ve ülkemizde hızla gelişmektedir. Bu durum sağlık turizmine yatırım yapan ülke ve firmaların hem kendi vatandaşlarına hem de uluslararası sağlık turistlerine daha iyi imkânlar sunmasına neden olmakla beraber sürekli beklentiyi yükseltmesi dolayısıyla güçlü bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Artan rekabet ortamında hizmet sunan ülke ve firmalar sağlık turistinin tüketim davranış ve tercihlerini anlamaya çalışmaktadırlar. Öte yandan medikal turizme katılacak sağlık turistlerinin karar vermede mantıksal davranış gösterdikleri, karar öncesinde sunulan ürün ve hizmetlerin içeriği, karar vermenin aciliyeti, alternatifler, destinasyon kalite ve güven algısı gibi birçok faktörü değerlendirindikleri görülmektedir (Aksu vd., 2016).

Bu bağlamda çalışmanın amacı Türkiye de sağlık turizmi hizmeti alan hastalarının Türkiye destinasyonunu tercih ederken hangi unsurları göz önüne aldığını belirlemek, bu destinasyon unsurlarının demografik yapı ile farklılaşıp farklılaşmadığını saptayarak literatüre ve sektör uygulayıcılarına katkı sağlamaktır.

2. Literatür

Tek bir tanımı olmayan sağlık turizmi genel anlamda insanların yaşadığı yerden tedavi amacıyla başka bir yere gitmesidir (Ross, 2001). Sağlık turizmini Carrera ve Bridges (2006) kişinin ruhsal ve bedensel sağlığını korumak veya iyileştirmek için kendi bulunduğu yerden başka bir yere gerçekleştirdiği organize seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Sağlık turizmi maksadıyla seyahat eden kişilere sağlık turisti denilmektedir. Sadece medikal seyahat gerçekleştiren sağlık turistleri Wongkit ve Mckercher (2013) tarafından özel medikal, tereddütlü medikal, tatilci medikal ve fırsatçı medikal turist olarak dört farklı şekilde tanımlanmaktadır.

Sağlık turizminin başlangıçtaki formu kendini iyi hissetme ve sağlığını artırma şeklinde turizm hizmetlerinin içinde 18. Yüzyılda spa'larda sunulmaya başladı. Sonra terapi, rekreasyon,

³⁷ İlhan SAG, ilhansag@anadolu.edu.tr, Anadolu Üniversitesi Pazarlama Bölümü

³⁸ Münevver OTUZOĞLU, munevver.otuzoglu@hacettepe.edu.tr, Hacettepe Üniversitesi

³⁹ Uzm. Dr., Hüsrev DİKTAŞ, husrev.diktas@saglik.gov.tr, Sağlık Bakanlığı SHGM.

⁴⁰ Uzm. Dr., Mehmet Ali AYDIN, mehmetali.aydin@saglik.gov.tr, Sağlık Bakanlığı SHGM.



yoga ve meditasyon eklendi. Günümüzde ise ilk amacı direk iyileşme ve sağlığına kavuşma için yapılmakta olan seyahatler turizmin niş pazarını oluşturmaktadır (Connell, 2006).

Dünyada hızla gelişen sağlık turizminde en çok tercih edilen ülkeler Hindistan, Küba, Kosta Rika, Tayland, Singapur, Kolombiya, Malezya olmasına rağmen Türkiye son yıllardaki sağlıkta dönüşüm ve yatırım hamleleri, artan uluslararası turizm hareketleri performansı, düşük maliyet, iyi eğitilmiş sağlık personeli, teknolojik altyapısı, iklim çeşitliliği, doğal güzellik ve tarihi zenginlikleri gibi sahip olduğu sağlık turizm potansiyelleriyle dünyada önde gelen sağlık turizmi destinasyonlarından biri olabilme ihtimaline sahiptir (Aksu, vd., 2016).

Sağlık turizmi, bir ülkenin turizm endüstrisini iki yolla etkilemektedir. İlk olarak turistler, kendi geçmiş tecrübelerine dayanarak potansiyel destinasyonu değerlendirirler. Eğer geçmişte basın tarafından duyurulan kazalar, yaralar ve sağlıkla ilgili konularda meydana gelen olaylarla ilgili negatif iletişime maruz bırakılmışlarsa bu durum destinasyon seçiminde turistlerin deneyim veya algılamalarını olumsuz bir şekilde etkilemektedir. İkinci olarak bazı ülkeler turizm endüstrilerini daha da geliştirmek için medikal turizm alanında tanıtım ve yatırım yapmakta, bu çalışmaların hem turist sayısını hem de turist gelirlerini artıracaklarını değerlendirmektedirler (Lee, 2010).

Günümüzde dünya nüfusu ekonomik ve seyahat edebilirlik olarak geçmiş yüzyıllara göre en üst düzeydedir. Tüketici olarak bu nüfus seyahat ve tatil tecrübeleriyle yeni ve farklı deneyimler aramakta olup, fiyattan çok lokasyon, destinasyon, gizlilik, kalite gibi pazarlama karmasının diğer boyutlarına duyarlıdır (Garcia-Altes, 2005).

Fetscherin ve Stephano (2016) ülkeleri sınıflandırmak amacıyla ülkelerin medikal turizm destinasyonlarını değerlendirip, puanlayarak yapmış oldukları çalışmalarında, turizm destinasyonunu ülkelerin medikal turizm amacıyla tercih edilirliliğini açıklayan önemli faktörler arasında göstermektedirler.

3. Tasarım ve Yöntem

Bu araştırmada betimsel (tanımlayıcı) model kullanılacaktır. Araştırma verileri, ölçüm araçlarından anket formu aracılığı ile Türkiye de ki kamu ve özel hastanelerde tedavi olmak amacıyla gelen yabancı uyruklu sağlık turistlerinden (hastalar) elde edilmektedir. Çalışma, Moghimehfar ve Nasr-Esfahani (2011)'nin medikal turizmde turistlerin destinasyon seçim ölçeği, uzman görüşü ve alan yazından faydalanarak araştırmanın amacı doğrultusunda uyarlanmıştır. Orijinal ölçekten 3 soru çalışmanın temel yapısına uymadığından çıkarılmış, 2 soru adapte edilmiştir. İngilizce dilindeki ölçek Türkçe, Almanca, Farsça, Arapça ve Rusça dillerine çevrilmiştir. Hastalardan kendilerine sunulan 7 maddelik 5 li likert ölçeğindeki sorulara "1= hiç katılmıyorum ve 5= tamamen katılıyorum" anlamına gelecek şekilde cevaplandırmaları istenmektedir. Elde edilen bilgiler çalışmaya uygun bir şekilde analiz edilecektir. Sağlık bakanlığından araştırma izni alınmış, anket pilot uygulamasına başlanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile Türkiye genelinde sağlık turizmi yapan hastanelerden yaklaşık 500 sağlık turizmi hastasından veri toplaması amaçlanmaktadır.

4. Sonuç, Öneriler ve Kısıtlar

Bu çalışmada, tecrübe, teknolojik altyapı, uçuş mesafesi, yasal ve ahlaki kısıtlamalar, turistik bölge olması, dini yakınlık, bekleme süresi, fiyat gibi faktörlerin sağlık turistlerinin destinasyon seçimi üzerine etkileri araştırılmaktadır. Türkiye destinasyonu tercih eden hastaların tercih nedenlerini belirlenmekte ve demografik faktörlerle aralarındaki benzerlik ve farklılıkları tespit etmektedir. Ayrıca alan yazında Türkiye'de sağlık turizmi hastaların destinasyon tercihlerine yönelik benzer bir örneklem üzerinde bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda hem ulusal hem de uluslararası pazarlama yazınına katkı sunarak, pazarlama ve sağlık turizmi sunucularına karar verme süreçlerinde yardımcı olması beklenmektedir. Çalışmamızın kısıtları arasında alan yazında sağlık turizmi alanında çok fazla ölçek bulunmaması, zaman ve maddi



September 21-23, 2017 Uşak

yetersizlik, anketör sayısı açısından değerlendirildiğinde Sağlık turizmi hastaların özel hayatlarını düşünerek anket yapmak istememeleri, araştırma sonuçları üzerinde etkili olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Destinasyon, İnovasyon, sahil, ameliyat

Referanslar

- Aksu, A. A., Gürsoy, D., Aksu, G. M. (2016) Türkiye turizm yatırımcıları derneği. Sağlık turizminde keşfedildikçe büyüyen ülke Türkiye: Pazar analizi ve izlenmesi gereken stratejiler
- Carrera, P. M., & Bridges, J. F. (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert review of pharmacoeconomics & outcomes research*, 6(4), 447-454.
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism management*, 27(6), 1093-1100.
- Fetscherin, M., & Stephano, R. M. (2016). The medical tourism index: Scale development and validation. *Tourism Management*, 52, 539-556.
- Garcia-Altes, A. (2005). The development of health tourism services. *Annals of tourism research*, 32(1), 262-266.
- Karaküçük, S. (2014). *Rekreasyon: boş zamanları değerlendirme*. Suat KARAKÜÇÜK.
- Lee, C. G. (2010). Health care and tourism: Evidence from Singapore. *Tourism Management*, 31(4), 486-488.
- Moghimehfar, F., & Nasr-Esfahani, M. H. (2011). Decisive factors in medical tourism destination choice: A case study of Isfahan, Iran and fertility treatments. *Tourism Management*, 32(6), 1431-1434.
- Ross, K. (2001). Health tourism: an overview. *HSMIAI Marketing Review*, 27, 2001.
- www.who.org (Dünya Sağlık Örgütü)
- Wongkit, M., & McKercher, B. (2013). Toward a typology of medical tourists: A case study of Thailand. *Tourism Management*, 38, 4-12.



September 21-23, 2017 Uşak

BİST Turizm Endeksindeki İşletmelerinin Finansal Başarısızlıklarının Altman Modeli İle Tahmini

Abstract

Samuray KARACA⁴¹, Ercan ÖZEN⁴²

Özet

Bu çalışma Türk turizm sektöründe son yıllarda yaşanan olumsuz gelişmelerin Borsa İstanbul turizm endeksinde yer alan firmaların finansal başarısızlıklarına etkilerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Özellikle 2015 yılının Kasım ayında Rus jetinin düşürülmesinden sonra Türkiye ile Rusya arasında ortaya çıkan gerilim, Suriye iç savaşının bölgede yarattığı jeopolitik riskler ile Türkiye'de yaşanan saldırıların ardından güvenlik endişelerinin artması ve AB ülkeleriyle yaşanan siyasal sorunlar turizm sektörünü olumsuz etkilemiştir.

Turizm sektöründe yer alan firmaların 2006-2016 dönemindeki mali tabloları Altman Z skoru Modeli ile analiz edilerek, iflas riski taşıyıp taşımadıkları araştırılacaktır. Ayrıca, hesaplanan Z skorlarıyla hisse senetlerinin borsa fiyatları karşılaştırılarak, iflas olasılıklarının borsada ne ölçüde fiyatlandığı da ölçülmüş olacaktır.

Altman Z skoru Modelinde iflas riskinin ölçümünde kullanılan 5 finansal oran yer almaktadır. Bunlar; Çalışma Sermayesinin Toplam Varlıklara Oranı, Dağıtılmamış Karların Toplam Varlıklara Oranı, Faiz ve Vergi Öncesi Karın Toplam Varlıklara Oranı, Piyasa Değerinin Toplam Borçlara oranı ve Satışların Toplam Varlıklara Oranı şeklindedir. Bu oranlar şirketin karlılığı, likiditesi, ödeme gücü ve etkinliği hakkında bilgi veren oranlardır. Bu çalışmada Borsa İstanbul turizm endeksinde yer alan firmaların 10 yıllık finansal tablolarına Altman Z skoru modelinde yer alan finansal oranlar uygulanarak iflas risklerinin olup olmadıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca elde edilen sonuçlarla şirketlerin hisse senedi fiyatları arasında etkileşim ortaya konulacaktır. Altman tarafından geliştirilen Z skor modeli, özel ve kamu, imalat ve imalat dışı firmalar için iflasın tahmini, ele alınması ve önlem alınması için eşsiz bir rehber niteliği taşır.

İflas riskinin önceden tahmin edilmesi hem firmalar hem de paydaşlar açısından hayati bir önem taşımaktadır. Bulgular, bu sektördeki firmalar için strateji belirlemede önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Diğer taraftan elde edilen sonuçlar yatırımcıların hisse senedi tercihleri üzerinde de yol gösterici olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Altman Z Modeli, İflas Olasılığı, Borsa İstanbul, Turizm Endeksi
Jel Kodları : G32, C53, C26, C82

⁴¹ Öğr.Gör. Samuray KARACA, samuraykaraca@hotmail.com, Pamukkale Ü. Çivril Atasay Kamer Meslek Yüksekokulu, İşletme Bölümü

⁴² Doç.Dr.Ercan ÖZEN, eozenr@hotmail.com, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye’deki Vakıf Üniversitesi Kütüphaneleri Çalışanlarının Çalışmaya Tutkunluklarının Motivasyonlarına Etkisi

Extended Abstract

Özgür POLAT⁴³, Mustafa TUYSUZ⁴⁴, Ramazan YENER⁴⁵

Giriş

Değişimin her geçen gün daha da hız kazandığı günümüzde, kurumlar istihdam ettiği personelin sahip olduğu bilgi, beceri ve yetkinliklerden en üst düzeyde faydalanmak ve eksik kalan yönlerini tamamlamak için birçok yöntem uygulamaktadır. Her kurum için çalışmaya tutkun ve motive olmuş çalışanlara sahip olmak kurumun geleceği açısından avantaj sağlayan unsurların arasındadır. Genel olarak bireylerin çalışmaya tutkunlukları ve kurum içindeki motivasyonları arasında pozitif bir ilişki olduğu kabul edilse de, her kurumda farklı şekillerde kendini göstermektedir. Kamu ve özel kuruluşların farklı kurumsal yapılara sahip olması, çalışanların demografik ve bireysel özellikleri ve kurum kültürü bunlara örnek olarak verilebilir.

Personelin sahip olduğu bilgi ve becerileri çalıştığı kurumun iş yapma süreçlerine istenilen seviyede aktarabilmesi kurumun sektördeki başarısı ve geleceği için önemlidir. Çalışmaya tutkun olmayan bireylerin yer aldığı kurumlarda çalışanların performansı, mesleğe ve üyesi olduğu kuruma hissettiği olumlu duygular tamamen yok olabileceği gibi yerini olumsuz duygulara da bırakabilir. Bu olumsuzluklar kurumların performansında düşüşe neden olurken, çalışanların da sosyal ve psikolojik açıdan sorunlar yaşamasına yol açabilir.

Yapılan araştırmalarda çalışmaya tutkun bireylerin içsel motivasyonlarının yüksek olması beklenmektedir (Gellatly, Meyer, & Luchak, 2006; Meyer & Parfyonova, 2010). Liderlik ile ilgili yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin, otantik liderliğin görüldüğü çalışma ortamlarında çalışmaya tutkunluğun var olduğu ve buna bağlı olarak da içsel motivasyonun yüksek olduğu belirlenmiştir (Shu, 2015).

1. Çalışmaya Tutkunluk

İngilizce akademik yazında “work engagement” olarak ifade edilen bu kavram Türkçe’de birkaç farklı sözcükle ifade edilmektedir. İşe coşku olma (Doğan, 2002; Tuncer, 2002), işe angaje olma (Özkalp & Meydan, 2015), çalışmaya tutkunluk (Turgut, 2011), işe bağlanma (Keser & Yılmaz, 2009), işle bütünleşme (Ardıç & Polatçı, 2015), işe gönülden adanma (Taştan, 2014) gibi ifadeler bunlardan bazılarıdır. Kavramın alt boyutlarının içerdiği yüksek enerji, anlam, şevk, ilham, odaklanma gibi kavramların bir tutkunluk haline işaret etmekte olduğu düşünülmektedir (Turgut, 2011). Bu nedenle, kavramı en iyi ifade ettiği ve başka kavramlarla karışmasının en az olduğu düşünülen “çalışmaya tutkunluk” ifadesi, bu çalışmada “work engagement” kavramına karşılık olarak kullanılmıştır.

Bireyin sosyal ilişkisinden karşılık bulacağına dair bir inancı varsa sosyal bir ilişki kurar, yoksa herhangi bir ilişki kurmaz (Wittmann & Spekman, 2001). Bireyler karşılık bulacaklarına dair bir inanç taşıyorlarsa sosyal bir ilişki kurmaya daha istekli görünürler (Bolat, Seymen, & Bolat, 2009). Birey içinde bulunduğu örgütün kendine sağladıklarını değerlendirir ve kendisine sağladığı imkânlarla göre bir değerlendirme yapar. Bu imkânlarla karşılık olarak kendini işine

⁴³Araştırma Görevlisi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, ozgur.polat@ikc.edu.tr

⁴⁴İşletme Yönetimi Doktora Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, mustafa.tuysuz@marmara.edu.tr

⁴⁵Uzman Kütüphaneci, Yalova Üniversitesi, yenerramazan@gmail.com



daha çok adayarak çalışmaya tutkunluk durumunu gösterir (Saks, 2006). Kahn (1990), çalışmaya tutkunluğu, organizasyonun üyelerinin fiziksel, bilişsel ve duygusal açıdan kendilerini işlerine tamamen vermeleri olarak tanımlanmaktadır. Çalışmaya tutkun olmama durumu ise tam tersi bir şekilde organizasyon üyelerinin fiziksel, bilişsel ve duygusal açıdan kendilerini işlerine vermemeleri olarak tanımlanmaktadır.

Çalışmaya tutkun bir çalışanın, iş esnasında yaptığı işin kalitesi, işine gösterdiği özen ve yaratıcılık gibi durumları tam manasıyla göstermesi beklenmektedir. Birçok araştırmada çalışmaya tutkunluk ile performans arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Bu bağlamda, çalışmaya tutkun çalışanlar çoğunlukla mutluluk, sevinç, coşku gibi pozitif duygulara sahiptirler ve sağlık durumları da iyidir (Bakker & Demerouti, 2008). Yapılan başka araştırmalarda ise, işten ayrılma düşüncesi ile çalışmaya tutkunluk arasında negatif bir ilişki bulunmuştur (Saks, 2006; Schaufeli & Bakker, 2004).

2. Motivasyon

Motivasyon, bireyi bir amaca yönlendiren bir iç durum (Güney, 2011), bireyin bir hedefe ulaşmak için arzusunun başlaması ve yoğun bir şekilde devam etmesi durumu (Dessler & Phillips, 2008), bireylerin belli bir hedefi gerçekleştirmek için kendi isteklerine göre davranış sergilemeleri ve bu yönde gayret etmeleri (Koçel, 2015) olarak farklı şekillerde tanımlanmaktadır.

Motivasyon süreci ihtiyaç, uyarılma, davranış ve tatmin aşamalarından oluşmaktadır. Bireyde ortaya çıkan ihtiyaç bu sürecin ilk aşamasıdır ve bireyde bu ihtiyacı karşılamaya yönelik istek ortaya çıkar. Bu aşamadan sonra birey ihtiyacı karşılamak için bir davranış gösterir (Sabuncuoğlu & Tüz, 2008). Birey sürecin son aşamasında amacına ulaşır ve böylelikle tatmin olur (Özkalp & Kirel, 2001).

Motivasyon konusunda uzun yıllardır birçok kuram geliştirilmiştir. Bu kuramlar iki temel ayrımla ele alınmaktadır. Kimi kuramlar bireyin içsel yeteneklerini, arzularını, duygu ve algı gibi faktörlerini dikkate alırken, kimi kuramlar ise kişinin dışında ortaya çıkan bir takım çevresel faktörleri dikkate almaktadır (Davis, 1987). Yine bu noktadan hareket ile motivasyon kuramları *Kapsam* ve *Süreç Kuramları* olarak iki temel ayrım içinde değerlendirilmektedir. Bireyin sahip olduğu içsel yetenek, tutum, algı gibi unsurları dikkate alarak kişileri motive etmeyi amaçlayan unsurlar *Kapsam Kuramları* olarak isimlendirilmektedir. Motivasyon konusunda geliştirilen Kapsam Kuramları; Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı, Herzberg'in Çift Faktör Kuramı, Alderfer'in ERG Kuramı, McClelland'ın Başarı Kuramı şeklindedir. Kişinin dışında gelişen unsurlara ağırlık veren kuramlar *Süreç Kuramları* olarak isimlendirilmektedir. Vroom'un Beklenti Kuramı, Adams'ın Eşitlik Kuramı ve Locke'un Amaç Kuramı da Süreç kuramlarını oluşturmaktadır (Koçel, 2015).

3. Çalışmaya Tutkunluk ve Motivasyon İlişkisi

Çalışmaya tutkun olan çalışanların, işlerini anlamlı ve değerli bularak içsel motivasyon durumu göstermeleri beklenmektedir (Gellatly, Meyer, & Luchak, 2006; Meyer & Parfyonova, 2010). Cazan (2015) yaptığı araştırmada, motivasyon ile tutkunluk ve tükenmişlik arasında dikkate değer bir ilişki bulmuştur. Yapılan araştırmada, tutkunluk ile motivasyon arasında pozitif yönlü, tutkunluk ile tükenmişlik arasında ise negatif yönlü ilişki olduğu ortaya konmuştur.

Literatürde kütüphane çalışanlarının motivasyonu ve çalışmaya tutkunluğunun incelendiği araştırmalar oldukça azdır. Yapılan bir araştırmada, iş doyumunu ve benzeri unsurların, topluma hizmet eden kuruluşlardan biri olan kütüphanelerin çalışanlarının verimliliğinin artırılmasında önemli bir etkiye sahip olduğu belirtilmiştir (Yılmaz, Korkut & Köse, 2010). Diğer bir araştırmada, profesyonel olmayan kütüphanecilerin birbirleriyle yardımlaşmalarına dayalı



profesyonellik düzeylerinin çalışmaya tutkunluğunun bir boyutu olan adanmışlığı pozitif yönde etkilediği bulunmuştur (Sağsan & Fırtına, 2015). Üstün (1997) tarafından yapılan bir araştırmada ise, kütüphane çalışanlarının kurum içindeki içsel motivasyon ve iletişimlerinin önemine vurgu yapılmıştır.

4. Yöntem

4.1 Araştırma Modeli ve Hipotezi

Bu araştırma açıklayıcı araştırmadır. Yıldırım'a göre (2015) açıklayıcı araştırma, ele alınan konudaki ilişkilerin neden ve nasıl ortaya çıktığını saptamak için kullanılır. Bu araştırma, çalışmaya tutkunluk ile motivasyonun ilişkisini saptamak amacıyla düzenlenmiştir. Buna göre araştırmanın hipotezi aşağıdaki gibidir:

H1: Vakıf üniversitesi çalışanlarının çalışmaya tutkunlukları ile motivasyonları arasında pozitif ilişki vardır.

Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın anakütlesini (evrenini) Türkiye'deki vakıf üniversitesi kütüphane çalışanları oluşturmaktadır. Anket çalışanların bir kısmına doğrudan, diğer bir kısmına ise bağlı oldukları daire başkanlığı aracılığıyla gönderilmiştir. Araştırmaya 116 kişi gönüllü olarak katılmayı kabul etmiştir.

4.2 Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Motivasyon Ölçeği olarak Teck-Hong ve Waheed tarafından motivasyon ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi ölçmek için kullanılan *Motivasyon Anketi* kullanılmıştır (Teck-Hong & Waheed, 2011). Bu ölçekte ilk 14 soru motivasyon faktörlerini ölçmekte, 16 soru da hijyen faktörlerini ölçmektedir. Türkiye'de bu ölçeğin kullanıldığı bir araştırmada ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğinin yüksek olduğu bulunmuş ve bu nedenle bu araştırma için tercih edilmiştir (Tuysuz, 2016). Çalışmaya tutkunluğu ölçmek için ise, Schaufeli ve diğerleri tarafından geliştirilen 17 soruluk *Çalışmaya Tutkunluk Anketi* kullanılmıştır. Bu ölçekteki 6 soru dinçliği, 6 soru adanmışlığı ve 5 soru da yoğunluğu ölçmektedir (Schaufeli, Bakker, & Salanova, 2006). Turgut (2011) tarafından yapılan bir araştırmada bu ölçeğin hem bütün halinde hem de boyutları ile geçerli ve güvenilir olduğunun saptanmış olması nedeniyle bu araştırma için tercih edilmiştir.

5. Bulgular

Çalışmaya Tutkunluk Ölçeği'nin güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alpha hesaplanmış ve genel güvenilirlik 0.872 olarak bulunmuştur. Bartlett Testi sonucunda faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişki tespit edilmiş ve veri setinin faktör analizine uygun olduğu saptanmıştır ($p=0.000<0.05$). Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ile örnek büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu tespit edilmiştir ($KMO=0.870>0,60$). Yapılan faktör analizinde üç faktör elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans %58,76 olarak bulunmuştur. Faktörler sırasıyla Dinçlik, Adanmışlık ve Yoğunluk olarak belirtilmiştir. Faktörlerin içsel tutarlılığının hesaplanmasında Cronbach Alpha değerleri kullanılmıştır. Bu değerler sırasıyla 0,862; 0,770 ve 0,687'dir.

Motivasyon Ölçeği'nin güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alpha hesaplanmış ve genel güvenilirlik 0.968 olarak bulunmuştur. Bartlett Testi sonucunda faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişki tespit edilmiş ve veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur ($p=0.000<0.05$). Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği



testi ile örnek büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu tespit edilmiştir (KMO=0.922>0,60). Yapılan faktör analizinde beş faktör elde edilmiştir. Toplam açıklanan varyans %76,01 olarak bulunmuştur. Faktörler sırasıyla Sosyal Yakınlık ve Gelişme, İçsel Motivasyon, Güvende Hissetme, Çalışma Arkadaşları ile İlişki ve Finansal İhtiyaçlar olarak belirtilmiştir. Faktörlerin içsel tutarlılığının hesaplanmasında Cronbach Alpha değerleri kullanılmıştır. Bu değerler sırasıyla 0,967; 0,935; 0,793; 0,918 ve 0,742'dir.

Korelasyon analizi sonrasında, bütün değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Çalışmaya Tutkunluk'un boyutları olan Dinçlik, Adanmışlık ve Yoğunluk ile Motivasyon boyutları olarak belirlenmiş olan Sosyal Yakınlık ve Gelişme, İçsel Motivasyon, Güvende Hissetme, Çalışma Arkadaşları ile İlişki ve Finansal İhtiyaçlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin var olduğundan söz edilebilir. Buna göre vakıf üniversitesi kütüphaneleri çalışanlarının çalışmaya tutkunlukları ile motivasyonları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=0,666$). Regresyon analizi sonucunda ise, R değeri 0,666 olarak elde edilmiştir. Bu sonuca göre, çalışmaya tutkunluğun motivasyon üzerinde pozitif ve önemli sayılabilecek bir etkisinin olduğu söylenebilir. Böylece araştırmanın hipotezi desteklenmektedir. Araştırmada motivasyon ve çalışmaya tutkunluk değişkenlerinin kadın ve erkekler arasında farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan bağımsız gruplar t-testinde bu değişkenlerin kadın ve erkelere göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Yine yapılan ANOVA Testi sonucunda, çalışanların yaşlarına bağlı olarak motivasyonlarının ve çalışmaya tutkunluklarının farklı olmadığı ortaya çıkmıştır.

6. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırmada elde edilen bulgulara göre, araştırmaya katılan vakıf üniversitesi kütüphanesi çalışanlarının çalışmaya olan tutkunluğunun motivasyonları ile pozitif ilişki içerisinde oldukları belirlenmiştir. Kadın ve erkekler arasında motivasyon ve çalışmaya tutkunluk değişkenleri bakımından anlamlı bir farkın olmadığı bu çalışmanın dikkate değer sonuçlarından biridir. Ayrıca araştırmada, yaş bakımından da bir farklılığın olmadığı bulunmuştur. Ancak farklılıkların olmaması araştırma yapılan işkolu ile ilgili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Ülkemizde sayıları her geçen yıl artış gösteren vakıf üniversiteleri sundukları kütüphane hizmet kalitesini daha yüksek seviyeye taşıma gayreti göstermektedir. Ancak bunu başarabilmenin sadece bilgi teknolojisi altyapısına ve zengin bir koleksiyona sahip olmakla mümkün olmadığı birçok çalışmada ortaya konulmuştur. Çalışanların mesleki bilgi ve becerilerinin yanında çalışmaya olan tutkusu ve motivasyonu önemle ele alınması gereken unsurlar arasındadır.

Anahtar kelimeler: Çalışmaya tutkunluk, Motivasyon, Vakıf üniversiteleri, Kütüphane çalışanları

Kaynakça

- Ardıç, K., & Polatçı, S. (2015). Tükenmişlik Sendromu ve Madalyonun Öbür Yüzü: İşle Bütünleşme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi* 32, 21-46.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Development International*, 13(3), 209-223.
- Bolat, T., Seymen, O. A., c Bolat, O. İ. (2009). Güçlendirici Lider Davranışları ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Sosyal Mübadele Kuramından Hareketle İncelenmesi. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 12(21), 25.



- Cazan, A. M. (2015). Learning motivation, engagement and burnout among university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 187, 413-417.
- Davis, K. (1987). *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*. 6th Ed. New York: McGraw-Hill.
- Dessler G. & Phillips, J. (2008). *Managing Now*. U.S.A: Houghton Mifflin Company.
- Doğan, E. (2002). *Çalışanın İşine Cezbolması: Dönüştürücü Liderlik Tarzının, Lidere Olan Güvenin, Güçlenmenin ve Duygunun Etkileri*. Yayımlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gellatly, I. R., Meyer, J. P., & Luchak, A. A. (2006). Combined effects of the three commitment components on focal and discretionary behaviors: A test of Meyer and Herscovitch's propositions. *Journal of Vocational Behavior*, 69(2), 331-345.
- Güney, S. (2011). *Örgütsel Davranış*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Keser, A., & Yılmaz, G. (2009). İşe Bağlanma. In A. Keser, G. Yılmaz, & S. Yürür (Eds.), *Çalışma Yaşamında Davranış: Güncel yaklaşımlar*. Kocaeli: Umuttepe Kitabevi.
- Koçel, T. (2015). *İşletme Yöneticiliği*. 16. Baskı. İstanbul: Beta Basım.
- Meyer, J. P., & Parfyonova, N. M. (2010). Normative commitment in the workplace: A theoretical analysis and re-conceptualization. *Human Resource Management Review*, 20(4), 283-294.
- Özkalp, E. & Kirel, Ç. (2001). *Örgütsel Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları
- Özkalp, E., & Meydan, B. (2015). Schaufeli ve Bakker Tarafından Geliştirilmiş Olan İşe Angaje Olma Ölçeğinin Türkçe'de Güvenilirlik Ve Geçerliliğinin Analizi. *İş, Güç: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 17(3), 4.
- Sağsan, M., & Fırtına, B. (2015). Bilgi Mesleğine Bağlılık ve Adanmışlık: Platonik Bir İlişkinin Gelgitleri ve Profesyonellikle İmtihanı. *Bilgi Dünyası*, 16(1). doi:10.15612/BD.2015.485
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.
- Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (2006). The measurement of work engagement with a short questionnaire - A cross-national study. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 701-716.
- Shu, C.Y. (2015). The Impact of Intrinsic Motivation on The Effectiveness of Leadership Style towards on Work Engagement. *Contemporary Management Research*, 11(4), 23p.
- Taştan, S. (2014). İş Talepleri-Kaynakları Modeli: İş Taleplerinin, Yönetici Desteğinin ve Otonominin İşe Gönülden Adanma İle İlişkileri Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(4).
- Teck-Hong, T., & Waheed, A. (2011). Herzberg's Motivation-Hygiene Theory and Job Satisfaction in the Malaysian Retail Sector: The Mediating Effect of Love of Money. *Asian Academy of Management Journal*, 16(1), 73-94.



- Tuncer, D. (2002). İşe cezbolma durumu ve şirket içi girişimcilik davranışı üzerine bir araştırma. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*
- Turgut, T. (2011). Çalışmaya tutkunluk: İş yükü, esnek çalışma saatleri yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile ilişkileri. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences, 25(3/4), 155-179.*
- Tuysuz, M. (2016). *Effects of perceived organizational trust on employee motivation: An application on retail store employees.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Üstün, A. (1997). Kütüphanecilik mesleğinde iç iletişim ve motivasyon. *Türk Kütüphaneciliği, 11(1), 20-28.*
- Wittmann, C. M., & Spekman, R. E. (2001). Social Exchange Theory and Research on Business-to-Business Relational Exchange. *Journal of Business-to-Business Marketing, 8(3), 36p.*
- Yıldırım, İ. E. (2015). *İstatistiksel Araştırma Yöntemleri ve Su Tüketim Bilinci Üzerine Bir Kamuoyu Araştırması.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, B., Korkut, Ş., ve Köse, E. (2010). Ankara'daki Üniversite ve Halk Kütüphanelerinde Çalışan Kütüphanecilerin İş Doyumları Üzerine Bir Araştırma. *Bilgi Dünyası, 2010, 11 (1) 49-80.*



September 21-23, 2017 Uşak

Kamu Çalışanlarının Örgütsel Değişim Yöntemi Uygulamalarına Yönelik Algısı –Uşak İli Örneği

Extended Abstract

Mehmet TEKELİ⁴⁶

1. Giriş

Günümüzde gelişen teknoloji ve değişen çevre koşulları ile birlikte örgütler kendilerini yenilemek zorunda kalmıştır. Değişime direnen ya da yeterli uyumu sağlayamayan örgütler ise yoğun rekabet koşullarında yok olmak ile karşı karşıya kalacaktır. Bu yüzden örgütlerin yaşamlarını sürdürebilmeleri çalışan ve yöneticilerin birlikte yapacakları işbirliği ile mümkün olacaktır. Bu da iyi bir değişim yönetimi ile olacaktır.

Bu çalışmada, kamu çalışanlarının örgütsel değişim yönetiminde kullanılan uygulamalara yönelik algısının incelenmesi ve kamu kurumlarındaki değişim süreçleri üzerinde etkisi bulunabilecek uygulamaların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Uşak ilinde kamu sektöründe bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Alan araştırmasında veri toplama aracı olarak kullanılan anket çalışması için, Likert tipi beş seçenekli ve çoktan seçmeli, toplam kırk sorudan oluşan bir anket formu hazırlanarak kullanılmıştır. Veriler SPSS 16 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda, değişim yönetimi uygulamalarının kamudaki insan kaynağının örgütsel değişim algısını etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca, kurumdaki değişime odaklı uygulamalar yanında, bazı demografik özelliklerin, önceki değişim deneyimlerinin ve kurumdaki pozisyonun da bireylerin değişim algısı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Sonuç olarak, örgütsel değişim yönetimi uygulamalarının kamu çalışanlarının örgütsel değişime yönelik algısını etkileyen önemli bir unsur olduğu ve dolayısıyla örgütsel değişimin başarısında önemli rol oynayabileceği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Örgütsel Değişim, Değişim Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Kamu Yönetimi.

2. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada, kamu çalışanlarının örgütsel değişim yönetiminde kullanılan uygulamalara yönelik algısının incelenmesi ve kamu kurumlarındaki değişim süreçleri üzerinde etkisi bulunabilecek uygulamaların belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, Uşak ilinde kamu sektöründe bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir.

Anket: Alan araştırmasında veri toplama aracı olarak Sezai ÖZTOP ve Doç. Dr. Uysal KERMAN (2014) tarafından geliştirilen, Likert tipi beş seçenekli ve çoktan seçmeli, toplam kırk sorudan oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Veriler SPSS 16 istatistik programı ile analiz edilmiştir.

- **Demografik Özellikler:**
- Cinsiyet
- Yaş
- Mezuniyet Durumu

⁴⁶ mtekeli48@gmail.com



- Kurumda Çalışma Süresi
- Kurumdaki Pozisyon
- Gelir Düzeyi

Testler yapılmadan verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Bu amaçla Kolmogorov-Smirnov Z Testi yapılmıştır. Test sonucunda serilerin anlamlılık dereceleri $p=0.00$ olarak ölçülmüştür. Dolayısıyla bu değer 0,05'ten küçük olması serilerin normal dağılıma sahip olmadıklarını göstermiş bu nedenle de nonparametrik testlerin kullanılmasına karar verilmiştir. Nonparametrik testlerden, Kruskal-Wallis H, MannWhitney U ve Çaprazlama (crosstabulation) testleri kullanılmıştır.

3. Araştırmanın Bulguları

3.1. Anket Verilerinin Değerlendirilmesi

Bu bölümde, araştırmanın gerçekleştirildiği Uşak ilinde bulunan 13 kurumda toplam 257 çalışana uygulanan anket sonuçları yer almaktadır. Anketlerden elde edilen verilerin öncelikle demografik değişkenlere göre dağılımı incelenmiş, sonra frekans dağılımları hesaplanmıştır. Gruplar ve kurumlar arasındaki farklılıkları ölçmek amacıyla nonparametrik analizler gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya katılan çalışanların %56,4'ü erkek, %43,6'sı kadındır. Katılımın en fazla olduğu yaş grupları %22,5 ile 31-35; %21,7 ile 26-30 olup en az olduğu yaş grubu %3,5 ile 18 ile 25 yaş arasındakilerden oluşmaktadır. Eğitim düzeyi açısından en büyük grup, %51,7 ile lisans mezunlarıdır. Araştırmaya katılan çalışanların büyük çoğunluğunu %39 ile 5 yıl ve daha az çalışanlar ve %25 ile 6-10 yıl arası çalışanlar oluşturmaktadır. Bunun yanında çalışanları %55,2 ile 1-5 yıl arasında daha önce başka bir kurumda çalıştığı anlaşılmaktadır. Ankete katılım sağlayanlar arasından kurumdaki pozisyon olarak en büyük çoğunluğu %74 ile memurlar oluştururken, gelir düzeyi bakımından 2.001-3.000 TL arası %55,6 ile büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %40,1'i daha önce örgütsel değişim geçirmemiştir. Değişim deneyimine sahip olanlar arasında, yaşadıkları örgütsel değişim alanı sayısına göre bir analiz yapıldığında en büyük oranın (%25,8) faaliyet/görev alanı olduğu görülmektedir. Örgütsel değişim deneyimine sahip çalışanların ancak %70'i örgütsel değişim süreci başarılı olmuştur.

4.2. Çalışmanın Hipotezleri

H1: Değişim algısı, cinsiyete göre farklılık gösterir.

H2: Eğitim düzeyi arttıkça, değişime bakışta olumlu yönde gelişir.

H3: Kurumdaki çalışma süresi ile uygulanacak değişimlere bakış arasında bir ilişki vardır.

H4: Kurumdaki pozisyon/unvan ile uygulanacak değişimlere bakış arasında bir ilişki vardır.

H5: Mevcut çalışma koşullarından memnun olmayanlar, örgütsel değişime daha olumlu tepki verir.

H6: Önceki örgütsel değişim deneyimi ile kurumda uygulanacak değişime bakış arasında bir ilişki vardır.

H7: Örgütsel değişim başlamadan önce, değişimin amaçları ve sürece yönelik bilgiler verilmesi personelin değişime bakışını olumlu etkiler.

H8: Çalışanların, değişim gerçekleştiğinde haklarında bir gerileme olmayacağını bilmeleri örgütsel değişime bakışlarına olumlu etki eder.

Tablo 1. Değişim Algısının “Cinsiyet” Yönünden Karşılaştırılması

Cinsiyet	N	Mean Rank	Mann-Whitney U Testi	Asymp. değeri)	Sig.(p)
Kadın	112	115,25	6.453	0,0035	
Erkek	145	139,62			



Katılımcıların değişim algıları (soru 7 ve 8) açısından cinsiyet grupları arasında fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Mann-Whitney U testine göre, örgütsel değişimin iki boyutu ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmüştür. ($p < 0.05$.) Dolayısıyla, “değişime bakış, cinsiyete göre farklılık gösterir” şeklindeki Hipotez 1 kabul edilmiştir.

Tablo 2. Değişim Algısının “Eğitim” Yönünden Karşılaştırılması

Eğitim Düzeyi	N	Mean Rank	KruskalWallis H	Asymp. Sig
İlköğretim	13	133,05	5	0,713
Lise	40	127,19		
Ön Lisans	48	123,95		
Lisans	133	128,35		
Lisansüstü	20	143,31		
Doktora	3	149,50		

“Eğitim seviyesi yükseldikçe, değişim algısı olumlu yönde gelişir” şeklindeki Hipotez 2 reddedilmiştir. Araştırmaya katılan çalışanların değişim algısı ile eğitim düzeyleri arasında fark bulunup bulunmadığını tespit etmek için yapılan Kruskal-Wallis H testine göre, değişime yönelik genel algı bakımından eğitim seviyesi grupları arasında farklılık ($p = 0,713$) görülmemiştir. Dolayısıyla, “eğitim seviyesi yükseldikçe, değişim algısı olumlu yönde gelişir” şeklindeki Hipotez 2 reddedilmiştir.

Tablo 3. Değişim Algısının “Kurumdaki Çalışma Süresi” Yönünden Karşılaştırılması

Kurumdaki Çalışma Süresi	N	Mean Rank	Kruskal-Wallis H	Asymp. Sig.
5 yıldan az	100	119,38	4	0,305
5-10 yıl	64	129,88		
11-15 yıl	27	149,26		
16-20 yıl	26	120,42		
21 ve üzeri	40	120,42		

Kurumdaki çalışma süresi ile kurumda uygulanacak değişimlere bakış arasında bir ilişki vardır” şeklindeki Hipotez 3 reddedilmiştir. Ankete katılanların kurumlarındaki çalışma süreleri ile kurumlarında uygulanacak değişimlere bakışları arasında fark bulunup bulunmadığını tespit etmek için yapılan Kruskal-Wallis H Testi sonuçlarına göre, çalışma grupları arasında kurumda uygulanacak değişime bakış açısından anlamlı bir farklılık ($p = 0,305$) görülmemiştir. Bu durumda, “kurumdaki çalışma süresi ile kurumda uygulanacak değişimlere bakış arasında bir ilişki vardır” şeklindeki Hipotez 4 reddedilmiştir.

Tablo 4. Değişim Algısının “Kurumdaki Pozisyon” Yönünden Karşılaştırılması

Kurumdaki Pozisyon/Unvan	N	Mean Ranking	Kruskal-Wallis H	Asymp. Sig.
Sözleşmeli İşçi	33	108,85	6	0,352
Kadrolu İşçi	5	130,17		
Uzman/Danışman	10	141,85		
Memur	190	139,25		
Alt Düzey Yönetici	10	169,50		
Orta Düzey Yönetici	6	108,00		
Üst Düzey Yönetici	3	152,58		



Katılımcıların kurumlarındaki pozisyonları ile kurumlarında gerçekleştirilecek değişimlere bakışı arasında fark olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal-Wallis H testi sonuçları, kişinin kurumdaki pozisyonu ile kurumundaki değişime bakışı arasında anlamlı bir farklılık ($p=0,352$) bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla “kurumdaki pozisyon/unvan ile kurumda uygulanacak değişimlere bakış arasında bir ilişki vardır” şeklindeki Hipotez 4 reddedilmiştir.

Tablo 5. Değişim Algısının “Çalışma Koşullarından Memnuniyet” Yönünden Karşılaştırılması

Çalışma Koşullarından Memnuniyet	Değişim Algısı Olumsuz Olanlar		Kararsız		Değişim Algısı Olumlu Olanlar		Toplam
	N	%	N	%	N	%	
Memnun Değil	12	18,75	20	31,25	32	50,00	64
Kararsız	3	11,12	14	51,85	10	37,03	27
Memnun	23	13,86	47	28,31	96	57,83	166
TOPLAM	38	24,9	81	10,5	138	64,6	257

“Kurumdaki çalışma koşullarından memnun olmayanlar örgütsel değişime daha olumlu tepki verir” şeklindeki Hipotez 5 reddedilmiştir.

Tablo 6. Değişim Algısının “Değişim Deneyimi” Yönünden Karşılaştırılması

Değişim Deneyimi	Örgütsel Değişim Algısı Olumsuz		Kararsız		Örgütsel Değişim Algısı Olumlu		Toplam
	N	%	N	%	N	%	
Var	15	14,5	30	29,1	58	56,3	103
Yok	23	24,9	51	33,1	80	51,9	154
TOPLAM	38	14,8	81	31,5	138	53,7	257

Daha önce bir örgütsel değişim yaşamış olanların kurumlarında uygulanacak değişimlere karşı algısını belirlemek için çaprazlama testi uygulanarak sonuçlar Tablo 6’da özetlenmiştir. Değişim deneyimi olanların %56,3’ü örgütsel değişime olumlu bakarken, değişim deneyimi olmayanların ise %51,9’u olumlu bakmaktadır. Dolayısıyla “önceki örgütsel değişim ile kurumda uygulanacak değişimlere bakış arasında bir ilişki vardır” şeklindeki Hipotez 5 reddedilmiştir.

Tablo 7. Değişime Hazırlık Sürecindeki Uygulamaların Etkisini Ölçen Sorulara Yönelik Frekans Dağılımları

Sorular	Ortalama	S. Sapma	Frekans (%)
Kurumumda değişikliğe yol açan nedenleri anlıyor ve onaylıyorsam, değişime bakışım da olumlu olur.	3,97	0,79	82,9
Kurumda değişim başlamadan önce kurum personeline, değişimin hedeflerine ve sürece yönelik bilgi verilmelidir.	4,22	0,90	88,0
Değişim planları yapılırken kurum çalışanlarının da görüşü alınmalıdır.	4,28	0,88	88,2



Örgütsel değişim hazırlığı yapılan kuruluştaki kamu çalışanlarının örgütsel değişime yönelik algısı üzerinde etkili olabilecek uygulamaları belirlemek amacıyla yönelttiğimiz beş seçenekli (Likert tipi) altı soruya verilen yanıtlardan elde edilen frekans dağılımları. Örgütsel değişime hazırlık sürecine yönelik seçilen uygulamanın personel üzerinde olumlu etkisi (ortalama: %82,8) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo.8 Değişim Sürecindeki Uygulamaların Etkilerini Ölçen Sorulara Yönelik Frekans Dağılımları

Sorular	Ortalama	S. Sapma	Frekans (%)
Kurum tarafından sağlanan meslek içi eğitimler değişimi kolaylaştırır.	4,07	0,87	83,6
Başarılı birimleri/kişileri ödüllendirmek değişime olumlu katkı sağlar.	4,10	0,99	81,6
Örgütsel değişimle birlikte kazanılacak haklar/menfaatler birimler/pozisyonlar arasında eşit dağıtılmalıdır.	4,14	0,81	86,4
Yeni dönemde çalışma koşullarının daha iyi olacağını bilmek değişime yönelik katkımı artırır.	4,21	0,81	87,2

Örgütsel değişim sürecinin uygulama sürecinde kamu çalışanlarının örgütsel değişime yönelik algısı üzerinde etkili olabilecek uygulamaları belirlemek amacıyla yönelttiğimiz beş seçenekli (Likert tipi) altı soruya verilen yanıtlardan elde edilen frekans dağılımları. Örgütsel değişimin uygulama sürecinde seçilen uygulamanın personel üzerinde olumlu etkisi) olduğu tespit edilmiştir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Kurum çalışanların demografik özelliklerinden cinsiyetin değişime yönelik genel algı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunduğu, çalışma süresi, pozisyon, eğitim düzeyi, örgütsel değişim algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı anlaşılmıştır.

Kurumda uygulanacak değişimlere yönelik algı üzerinde, kişinin önceden yaşadığı örgütsel değişim tecrübelerinin de etkili olduğu belirlenmiştir. Özellikle başarısız sonuçlananlar olmak üzere, bireylerin önceki örgütsel değişim süreçlerinde karşılaştıkları sorunların, kurumlarındaki değişimlere bakışlarını olumsuz etkilediği görülmüştür. Hipotez 5 bunu destekler durumdadır.

Kurumdaki değişimin nedenleri ve hedefleri kurum çalışanları ile mutlaka paylaşılmalıdır. Zira değişim gereğine inanan bireyler, kurumlarındaki değişimlere karşı daha olumlu yaklaşmaktadır. Değişimin tehdit olarak değil, fırsat olarak algılanması sağlanmalıdır. Zira değişim karşısında bireylerin tepkisini belirleyen şey, değişime yönelik algıları olmaktadır. Hipotez 7 bunu destekler durumdadır.

Kurumda çalışılan pozisyonun ve çalışma koşullarından duyulan memnuniyetin de kurumdaki değişimlere bakış üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Personelin kurumdaki pozisyonu ve çalışma koşullarından memnuniyeti yükseldikçe, kurumdaki değişimlere yönelik algısı da olumlu yönde şekillenmektedir.

Elde edilen bu sonuç, kamu çalışanlarının örgütsel değişim yönetiminde kullanılan uygulamalara yönelik algısının inceleyen diğer çalışma sonuçlarıyla da uyumludur. (ÖZTOP 2014)



September 21-23, 2017 Uşak

Örgütsel değişim direnci üzerinde en etkili uygulamaların ise; kurum personelinin görüşlerini almak için çeşitli yöntemler geliştirilmesi, değişim sürecinde personelin önerilerinin dikkate alınması, belli aralıklarla bilgilendirme toplantıları düzenlenmesi olduğu görülmüştür. Hipotez 7 ve 8 bunu destekler niteliktedir.

Gerçekleşecek değişim kurum içinden bir değişim ekibi tarafından yönetilmelidir.

Örgütsel değişim yönetimi uygulamalarının kamu çalışanlarının değişime yönelik algısını etkileme açısından önemli bir unsur olduğu ve örgütsel değişimin başarılmasında önemli rol oynayabileceği görülmektedir. Örgütsel değişimin amacı sadece tesisler, mobilyalar ve teknik donanımların değiştirilmesi veya yeni bir organizasyon yapısına geçilmesi değildir. Başarılı ve kalıcı bir değişim hedefleyen kurumların, insan kaynaklarının algısını dikkate alması ve bu algıyı yönetmesi gereklidir.

Kaynakça

- ÖZTOP, Sezai (2014), Kamu Çalışanlarının Örgütsel Değişim Yönetimi Uygulamalarına Yönelik Algısı, Isparta (Doktora Tezi)
- ÖZTOP, Sezai (2007) Stratejik Planlamanın Belediyelerde Uygulanması, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilimleri ABD (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- TOKAT, Bülent (2012), Örgütlerde Değişim ve Değişimin Yönetimi, Ankara
- SAYLI, Halil (2002), “Örgütsel Değişimde Psikolojik Sözleşme İhlalleri ve Bir Uygulama Örneği”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi)



September 21-23, 2017 Uşak

Sürdürülebilir Kalkınma Bağlamında İnsan Çevre İlişkisi ve Çevre Korumada Zihniyet Değişimi

Extended Abstract

Hüseyin KOÇAK⁴⁷, Cevdet AKKAYA⁴⁸

GİRİŞ

Bu yazımızın temel amacı, bugün insanlığın en önemli problemlerinden olan çevre sorunlarını ortaya çıkaran zihinsel yapının, söz konusu problemin çözümünde başarılı olamayacağını, çözüm için bir zihniyet değişiminin gerekliliğini vurgulamaktır. Bugün karşı karşıya kalınan çevre sorunlarının boyutları, yeryüzünde canlı yaşamını etkileyecek dereceye gelmiştir. Bu çevre sorunlarının büyük bir bölümünün son elli yılda ortaya çıktığı bilinmektedir. Sorunların tespiti ve çözüm yolları konusunda farklı yaklaşım ve görüşler bulunmaktadır. Şu bir gerçek ki, sınırsız ekonomik büyüme isteği ve kaynakların sınırsızca tüketimi gezegenimizi yakın bir gelecekte yaşanamaz hale getirecektir.

2. Kavramsal Çerçeve Ve Tarihçe

2.1. Çevre

Çevre kavramıyla insanın içinde yaşadığı doğal ortam yani diğer bütün canlı ve cansız varlığıyla insanı kuşatan tabiat yapısı akla gelir. Bu doğal ortama doğal çevre de diyebiliriz. Çevre aynı zamanda, insanın içinde yaşadığı mesken ve şehirlerden tutunuzda, orada ilişkide bulunduğu fabrikalar ve işyerleri; yollar, sokaklar, ulaşım araçları gibi nesnelere hatta diğer insanların hayat tarzlarına varıncaya kadar bütün ortamlardır(Keleş,2012: 52).

Ekolojik yapının tahribi yavaş da olsa insanın doğayı kullanmaya başladığı tarih öncesi devirlere kadar gitmektedir. Tarihin her devrinde insanlar ekolojik dengenin tahrip edilmesine belirli oranda etkide bulunmuştur. Dolayısıyla insanın tabiatla ilişkisi çerçevesinde ekolojik dengenin sürekli bir şekilde insan tarafından tahrip edildiği gözden ırak tutulmamalıdır.

2.2. Ekolojik Denge

Ekolojik denge evrende bir düzenin var olduğunu, varlıklar arasında bir ahenk ve insicam olduğunu, her şeyin doğada belli bir ölçüde ve miktarda bulunduğunu ifade eder. (Bayraktar,1997: 20).İnsan müdahalesinin olmadığı durumlarda doğa kendini yenileme ve düzeltme imkânına sahiptir(Moore,1997:217). İnsanoğlunun ayak basmadığı doğa ortamlarında ekosistemlerin düzenli bir gelişim gösterdiği gözlenmiştir(Geliday& Kocataş, 1975: 281).

Birçok kişiye göre böylesine kapsamlı çevre krizi sadece belirli ekonomik siyasal kültürel toplumsal etkenlerin sonucu değildir. Aynı zamanda bir manevi ve ahlaki kriz söz konusudur. Bundan dolayı dinlerin çevre krizi konusunda nasıl bir anlayış ortaya koyduklarına bakmak gerekir(Grim&Tucker,2007:18-19). Dini değerlerde problemin sadece sebebi değil çözümü de bulunmaktadır(Moore,1997:212). İslam dininin on dört yüzyıl önce ortaya çıkışından itibaren ekolojik bir anlayış ve doğal korumacılık temeli ortaya koyduğu açıktır(Foltz,2007:34).

⁴⁷Doç. Dr. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyoloji,kocak@aku.edu.tr

⁴⁸ Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyoloji, cakaya@hotmail.com



3. ZİHNİYET DEĞİŞİMİNDE TEMEL KAVRAMLAR

Kuranı Kerim; tabiat ve tabiatla insan arasındaki ilişki bağlamında ilgili olarak yaklaşık 750 ayet içermektedir. Genel olarak tabiatla uyum ve tabiatla bir çatışmanın olmadığı insanında tabiatla uyum içinde yaşaması vurgulanır (İzzetbegoviç, 2008:296).

O, yeri sizin için döşek, göğü de bina yapan, gökten su indirip onunla size rızık olarak çeşitli ürünler çıkarandır. Öyleyse siz de bile bile Allah'a ortaklar koşmayın. (Bakara, 22)

3.1. Emanet

Özellikle son yüzyıllarda dünyada görülen bilimsel ve teknolojik yaşam biçimi bütün insanların ortak malı olan ve onlara emanet edilen dünyayı yaşanamaz hale getirmiş, elindeki teknolojik imkânlarla orayı tahrip etmiştir(Ökten,1997:112).

Kutsal kitap, mükemmel bir ölçü ve dengede yaratılmış evreni; bu mükemmelliği ve dengeyi bozmadan sürdürmek görevini insana vermiş, bu görevi de “emanet” kavramıyla ifade etmiştir. İnsan akıl sahibi olduğu için kâinattaki her şey ona emanet edilmiştir. İnsan dünyanın hâkimi değildir. Bütün davranışlarından sorumludur. O sadece yeryüzünde geçici bir yöneticidir.

Şüphesiz biz emaneti göklere, yere ve dağlara teklif ettik de onlar onu yüklenmek istemediler, ondan çekindiler. Onu insan yükledi. Çünkü o çok zalimdir, çok cahildir.(Ahzab, 72)

3.2. Fesat

Çevreyi kirletmek doğal dengeyi bozmak ve tahrip etmek Kuran'ı tabirle “fesad”dır. Nitekim “nesilleri bozan” zihniyet “ekinleri de tahrip” etmektedir. Ekinleri bozmak bozgunculuğun (fesat) ve azgınlığın (tuğyan) sonucu olarak görülmektedir(Bakara, 205)

Kuran dünyada meydana gelen bütün bozulmaların insanın eseri olduğunu belirtmektedir. Kuran bunu “fesat” kavramıyla ifade etmiştir(Kutluer, 1995:29).

3.3. İmar

Allah insana yeryüzünü imar etme görevini yüklemiştir.Semûd kavmine de kardeşleri Salih'i peygamber gönderdik. Dedi ki: "Ey kavmim! Allah'a kulluk edin. Sizin ondan başka hiçbir ilahınız yok. O sizi yeryüzünden (topraktan) yarattı ve sizi oranın imarında görevli (ve buna donanımlı) kıldı. Öyle ise ondan bağışlanma dileyin; sonra da ona tövbe edin. Şüphesiz Rabbim yakındır ve dualara cevap verendir.(Hud, 61)

Bizim cansız olarak gördüğümüz pek çok varlık (toprak, dağlar, nehirler)ilahi hitaba muhatap olmuştur. Bütün varlık âlemi Allah'ı tespih eder Ona ibadet ederler.

Yedi gök, yer ve bunların içinde bulunanlar Allah'ı tespih ederler. Her şey O'nu hamd ile tespih eder. Ancak, siz onların tespihlerini anlamazsınız. O, halîm'dir (hemen cezalandırmaz, mühlet verir), çok bağışlayandır. (İsra, 44)

İnsanla tabiatı birbirinden büsbütün ayırmamakla; İslam bütüncül bir kâinat görüşünü muhafaza etmiş, doğadaki düzenin damarlarında ilahi barışın bereketinin aktığına dikkat çekmiştir. İnsan aşkın ve tabiatüstü olanın peşindedir Dindışı bir tabiatı söz konusu değildir. (Nasr, 1998: 122).Birçok âyette Allah, hem kendi varlığıyla hem de insan varlığıyla ilişkili olarak çevreye dikkat çekmektedir. *Doğu da batı da Allah'ındır. Nereye dönerseniz Allah'ın yüzü oradadır'(Bakara, 115)*Dolayısıyla yeryüzü Allah'ın mülkü ve tasarrufu konumundadır.



3.4. İsrâf, İhtiyaç Kadar Tüketme

Bu ölçü ve denge unsurunun diğer boyutunu İslâm'daki "israf" kavramıyla ele alabiliriz. Çünkü çevre problemlerinin en önemli sebeplerinden birisi de çevredeki kaynakların sorumsuzca tüketilmesinden kaynaklanmaktadır. Sınırlı bir dünyada sınırsızca tüketme olgusuna çözüm bulmadan çevre sorunlarına çözüm bulmakta mümkün görünmemektedir. *Allah her şey için bir ölçü koymuştur* (Talak, 3) Ayet bizi tabiat konusundaki ölçü ve dengeyi her surette koruma bilincine davet etmektedir. (Özdemir, 2016:140).

İnsanlık tüketim olgusuyla israfa yarışıyor, çevreyi tahrip ediyor, doğanın dengesi bozuluyor. İnsanlara ve çevreye zarar vermemek ve verilen zararı tazmin etmek İslam'ın temel prensiplerindedir(Armağan, 2005:20).

Doğayla işbirliği içinde yaşamak yerine, durmadan onunla çatışan modern medeniyetlerin her haliyle gösterdiği üzere modern insanla tabiat arasında top yekun bir dengesizlik vardır. Arasındaki dengenin bozulduğunu pek çok kimse kabul etmektedir. Ama bu dengesizliğin insanla tanrı arasındaki uyumun bozulmasından kaynaklandığını herkes fark etmiş değildir (Nasr, 1998: 18).

4. Sonuç

Çevre sorunlarının temelinde bugünkü dünya sisteminin işleyişi yatmaktadır. Temeli ilerleme ve gelişme ideolojisi üzerine kurulan(Halid,1997:114) hakim zihniyet yapısının çevrecilik konusunda ürettiği fikirlerde yeni bir program yoktur. Var olan soruna çözüm olamayacaktır. Çevre korumacılığı bu günkü haliyle bir şeyleri değiştirmek için değil bir şeyleri sağlamlaştırmak için sistemin beyni tarafından icat edilmiştir. Bazı meseleleri çözmek için değil bazı meseleleri bahane ederek yürürlükte olan ve dünyaya hiç bir şey vermeyen sistemi tehlikeden kurtarmak içindir. Nihai planda çevrecilik işleyen sistemi sağlamlaştırmak için sistem sahipleri tarafından ortaya atılmış bir ideolojidir (Özel,1995:27).Batı tarafından bozulan dengenin yine aynı paradigmayla ıslahı mümkün görünmemektedir (Kaplan,1995: 11), (Moore,1997:213). Bundan dolayıdır ki, insanın çevreyle ilişkisi ve çevre korumacılığında temel bir zihniyet değişimi şarttır. Dünyayı kirleten ve yaşanamaz hale getiren bir anlayışla çevre korunamaz.

Anahtar Kelimeler: İnsan, Çevre, Çevrenin Korunması, Zihniyet, Değişim

Kaynakça

- Armağan, S. (2005) , İslam ve Çevre, İstanbul: Gündönümü Yayınları
- Bayrakdar, M. (1997), İslam ve Ekoloji, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Foltz, R. C.(2007),”İslami Çevrecilik: Bir Yorum Konusu” İslam ve Ekoloji Bahşedilmiş Bir Emanet (Haz.)Richard C. Foltz, Frederik. M, Denny, AzizanBaharuddin,(çev.)Nurettin Elhüseyni, Ankara: Oğlak Yayıncılık.
- Halid, F.(1997),”Kuran, Yaratılış ve Çevrenin Korunması”,Uluslararası Sempozyum Çevre ve Toplum 12-13 Nisan, İstanbul,114-118.
- İzzetbegoviç, A. (2008),Doğu ve Batı Arasında İslam, İstanbul: Nehir Yayınları.
- Kaplan, Y.(1995), “Doğal sınırları aşmak” , İzlenim, Sayı:26, 9-12.
- Keleş, R .(1997), İnsan Çevre Toplum, Ankara: İmge Kitabevi.
- Keleş. R.Hamamcı, C.-Çoban, A. (2012),Çevre Politikası, Ankara: İmge Kitabevi.
- Kutluer,İ.(1995), ”Çevre, bilinç ve değer”, İzlenim, Sayı:26, 28-29.



September 21-23, 2017 Uşak

Moore, T.(1997), “Dini Değerler ve Çevre Krizi”,Uluslararası Sempozyum Çevre ve Toplum 12-13 Nisan, İstanbul,212-218.

Nasr, S. H.(1988), İnsan ve Tabiat, İstanbul: İşaret yayınları.

Ökten, S. (1997), “Tasavvuf Geleneğinde Çevre”,Uluslararası Sempozyum Çevre ve Toplum 12-13 Nisan, İstanbul,108-114.

Özdemir,F. (2016), “Çevre-Merkezli ve insan-Merkezli Yaklaşımlar Ekseninde İslam’ın Çevreye Bakışı”, İASSS Sayı:43, 133-148.

Özdemir, İ.(2007), “Kuran Perspektifiyle Bir Çevre Etiği Anlayışına Doğru” İslam ve Ekoloji Bahşedilmiş Bir Emanet (Haz.)Richard C. Foltz, FrederikM.Denny, AzizanBaharuddin,(çev.)Nurettin Elhüseyni, Ankara: Oğalak Yayıncılık

Özel, İ.(1995), “Sistem ve çevre korumacılığı” , İzlenim, Sayı:26, 26-27.

Özel, İ. (1984),Üç Mesele Teknik Medeniyet Yabancılaşma, İstanbul: Dergâh Yayınları.

Özel, M.(1995), “Üç Çevre Düşmanı” , İzlenim, Sayı:26, 5-8.



September 21-23, 2017 Uşak

Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının Umutsuzluk Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma

Extended Abstract

Hale Eda AKDURU⁴⁹, Fatih SEMERCİÖZ⁵⁰

1. Giriş

İster kamu kurumu ister özel sektör işletmesi olsun bireylerin bir arada başarıya ulaşabilecekleri işler gerçekleştirebilmesi tek tek her çalışanın amaçlara ulaşabilmeye yönelik istek göstermesine ve geleceğe yönelik beklentilerine bağlıdır.

Kötümser ve çalkantılı ruh hali çalışanın iş ortamına uyumunu zorlaştırmaktadır. Bu durum yapılan işe konsantre olunmasını engelleyerek kendisini iş tatminsizliği, verim düşüklüğü, iş kazalarında ve iş devamsızlığında artış gibi neticelerle belli eder.

Her yönetici işgörenlerini anlamaya çalışmalı ve çalışanın yaşadığı psikolojik ve sosyolojik değişiklikleri göz önünde bulundurarak onu motive etmeyi başarmalıdır. Bu bağlamda çalışmamız kamu ve özel sektörden seçilerek oluşturulan gruplara uygulanan bir anket aracılığıyla umutsuzluk düzeylerini ölçmeyi, grupların hangi demografik ve istihdam özelliklerine göre farklılaştıklarını ve hangi grupların daha umutsuz olduklarını tespit etmeyi, buradan hareket ederek yöneticilere yön gösterici bilgiler sağlamak amacıyla yapılmıştır.

2. Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada kamu ve özel sektör çalışanlarının umutsuzluk düzeylerinin bazı demografik ve istihdam özellikleri açısından anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığının araştırılması amaçlanmıştır.

3.2. Örneklem ve Veri Toplama

Çalışma örneklemimiz formül aracılığıyla 241 olarak belirlenmiş, 250 adet anket dağıtılmıştır. Kamu sektörünü temsilen Uşak Valiliği çalışanlarından 125 kişi ile özel sektörü temsilen Uşak'ta hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışan 125 personel katılmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama araçları olarak Beck Umutsuzluk Ölçeği (Beck vd.,1974) ile kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Beck Umutsuzluk Ölçeği, 20 maddelik bir ölçektir. Ölçeğin Türkçe'ye adaptasyon ve güvenilirlik-geçerlik çalışmaları daha önce Seber (1993) ve Durak (1994) tarafından yapılmıştır (Şahin, 2002).

3.4. Kullanılan Ölçeğe İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Beck Umutsuzluk Ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucu bulunan değer 0,770 'tir. Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterlilik ölçütü 0,700 ve veri tabanından anlamlı faktör çıkarılabileceğini ifade eden küresellik testi oranı 0,000'dır ($p < ,000$).

⁴⁹ Doktora Öğr., İstanbul Üniversitesi SBE, Yönetim ve Organizasyon ABD, geceeda@gmail.com

⁵⁰ Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yönetim ve Organizasyon ABD, fsemerci@istanbul.edu.tr

4. Analiz ve Bulgular

Araştırma kapsamında toplanan veriler SPSS 20.00 programı yardımıyla çözümlenmiştir. Beck Umutsuzluk Ölçeğine ilişkin puanların öncelikle betimsel istatistikleri yapılmış, daha sonra da t-testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi ile hiyerarşik regresyon analizleri uygulanmıştır. Varyans analizinde anlamlı fark çıkan değişkenlerde farkın kaynağını bulmak için Post-Hoc testlerinden ve Kruskal Wallis H testinden yararlanılmıştır. Analizler yapılmadan önce homojenlik testi uygulanmıştır.

Tablo 1. Hiyerarşik Regresyon Analizi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,435	,186		7,720	,000
Yaşınız	-,091	,025	-,230	-3,633	,000
1 Eğitim Durumunuz	,082	,040	,126	2,049	,042
Medeni Durumunuz	-,006	,050	-,007	-,118	,906
Cinsiyet	,090	,065	,086	1,371	,172

a. Dependent Variable: Sektör

5. Sonuç

Yapılan analizler neticesinde özetle;

Çalışanların umutsuzluk düzeylerinde *cinsiyetin, medeni durumun, kurumda çalışma süresi ve toplam çalışma süresinin* anlamlılık düzeyinde bir farklılık yaratmadığı, Çalışanların umutsuzluk düzeylerinde *yaşın* umutsuzluk anlamlılık düzeyinde bir farklılık yaratmakta olduğu, kamu sektöründe en umutsuz grubun 34-41 yaş aralığı (ort.:28,8), özel sektörde ise en umutsuz grubun 26-33 yaş grubu (ort.:45,6) olduğu; *eğitim düzeyinin* anlamlılık düzeyinde bir farklılık yaratmakta olduğu, kamu sektöründe en umutsuz grubun (ort.:42,4) Lisans Mezunları, özel sektörde en umutsuz grubun (ort.:58,9) ile Lisans Mezunları olduğu görülmüştür.

Buna göre yöneticilerin görev aldığı sektöre göre ilgili yaş gruplarında ve lisans mezunu olan çalışanlarını geleceğe yönelik daha umutlu bireyler haline getirerek kurumun başarısını artırmaya yönelik personel güçlendirme, yetki devri, katılımcı yaklaşımlar, dolaşarak yönetim, mesai dışı aktiviteler, psikolojik destek, prim, unvan vs. gibi bazı uygulamalar gerçekleştirmeleri yerinde olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Umutsuzluk Düzeyi, Kamu Sektörü, Özel Sektör

Referanslar

- Beck, A. T., Lester, D., Trexler, L. (1974). "The Measurement of Pessimism, Beck Hopelessness Scale.", *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42 (6), p. 42-50.
- Durak, A., Palabıyıkoglu R. (1994). "Beck Umutsuzluk Ölçeği Geçerlik Çalışması.", *Türk Psikoloji Dergisi*, 2 (2), p. 311-319.



September 21-23, 2017 Uşak

- Seber, G., Dilbaz N., Kaptanoğlu C., Tekin D. (1993). “Umutsuzluk Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik”, *Kriz Dergisi*, 1 (3), p.139-142.
- Şahin, A. (2002). “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Umutsuzluk Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma.”, *Necmettin Erbakan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13 (1), p.143-159.



September 21-23, 2017 Uşak

Dinsel Şüphe Problemine Verilen Tepkiler

Extended Abstract

Nazım BAYRAKDAR⁵¹ Nurullah DENİZER⁵² Mahmut AVCI⁵³

1. Giriş

Dünyaya geldiği ilk günden itibaren merak duygusuyla çevresine yönelen insanoğlu, varlıkların anlamını keşfetme çabası içerisine girmektedir. Ket vurulmadığı sürece bu anlamlandırma çabası, hayat boyu devam etmektedir. Anlam arayışı süreci, hayatın ilk yıllarında en yakında bulunan varlıkları tanımaya çalışmakla başlamaktadır. İlk dönemdeki bu sürecin sağlıklı şekilde ilerlemesi durumunda birey, zihinsel gelişim düzeyine bağlı olarak soyut konulara da ilgi duymaya başlamaktadır. Zira hayata ve varoluşa dair kapsayıcı bir anlam yüklenmedikten sonra, tek tek somut varlıkların ne olduklarını ve ne işe yaradıklarını keşfetmenin pek bir ehemmiyeti kalmamaktadır. İşte din, bu noktada devreye girmekte; hayatın anlamı, değeri ve amacı konusunda bilgiler vererek insanoğluna hem kapsamlı bir bakış açısı kazandırmakta hem de onun ruhsal doyuma ulaşmasına katkı sağlamaktadır.

İnsan, sürekli tatmin arayışında olan bir varlıktır. Bu özelliği sebebiyledir ki o, mevcutla yetinmek istemez; sürekli daha fazlasını ister. Bu durum onun kalbindeki dini inançlar için de geçerlidir. Zira iman bakımından onun önünde oldukça geniş bir terakki sahası bulunmaktadır.

İmanın tekâmülü, sorunsuz şekilde gerçekleşmez. Müminler söz konusu süreçte çeşitli zorluklarla karşılaşabilirler. Bu engeller, inanç esasları ile ilgili zihinlerde birtakım soru işaretleri oluşmasına sebebiyet verebilir. Meseleye din perspektifinden bakıldığında bunlar birer imtihan sebebi ve kalbin sürekli tetikte olmasına hizmet eden unsurlar olarak görülebilir. Ancak problemin bilimsel perspektiften ele alınmasında da zaruret vardır. Zira imana taalluk eden meselelere dair zihinlerde beliren soru işaretlerinin mahiyeti, sebepleri ve sonuçları bakımından doğru anlamlandırılması, ancak böyle bir yaklaşımla mümkün olacaktır.

Kimi çevreler, inançların en temel özelliğinin ‘sorgulanamazlık’ olduğunu iddia etseler de bu iddianın pratikte pek bir karşılığının olmadığı açıktır. Zira günümüz bilgi çağında insanlar, bilginin her çeşidine çeşitli kaynaklardan kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Ulaşılan her yeni bilgi, önceki bilgilerle karşılaştırılmak suretiyle ya onaylanarak yahut reddedilerek belleğe yerleştirilmektedir. Bilgi elde etme ya da üretme sürecinde bireyler, içlerinde oluşturdukları mevcut inanç sistemi ile çelişen ancak oldukça mantıklı görünen bilgilerle de karşı karşıya kalabilmektedirler. İşte konumuz açısından problem tam da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Acaba bu tür bilgilere muhatap olduklarında, inançlı insanların nasıl bir tepki vermeleri gerekmektedir? Onlar söz konusu bilgiyi daha ilk bakışta üzerinde düşünmeye bile değer bulmaksızın reddetmeli midirler? Yoksa onunla yüzleşmeye ve bu şekilde meselenin hakikatini kavramaya mı çalışmalıdırlar?

İnsanların, kendi inanç sistemleri ile çelişen ancak oldukça mantıklı görünen yorumlara vereceği tepki, kendi dindarlıklarını sağlıklı şekilde oluşturabilme durumları ve dindarlıklarının niteliği konusunda ciddi ipuçları verebilir. Zira inançlı bir insanın, kendi inançları ile çelişen bilgileri, üzerinde düşünme zahmetine bile katlanmaksızın reddetmesinin işaret ettiği bazı hususlar vardır. Bunlar, şu önermelerle ifade edilebilir:

⁵¹ Yrd. Doç. Dr. Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, nazim.bayrakdar@usak.edu.tr

⁵² Yrd. Doç. Dr. Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, nurullah.denizer@usak.edu.tr

⁵³ Yrd. Doç. Dr. Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, mahmut.avci@usak.edu.tr



I. Demek ki bu insan, aklın fonksiyonları ile iman arasındaki ilişkiye dair sağlıklı kanaatlere sahip değildir.

II. Demek ki bu insan, kendi inanç sistemini oluştururken zihnini yeterince yormamış, inanç esaslarının hakikati üzerinde yeterince düşünmemiştir.

III. Demek ki bu insan, kendi inanç sistemi ile uyuşmayan düşünceleri, tahkiki imana ulaşma yolunda değerlendirilmesi gereken bir fırsat olarak görememektedir.

O halde; bu insan, kendi inançlarını paylaşmayan kimselerle sağlıklı iletişim kurmakta ve onlarla dini inançlar hususunda müzakere yapmakta zorlanacaktır.

Görüldüğü üzere mesele oldukça ciddi ve bir o kadar da hassastır. Bununla birlikte bu önemli mesele üzerinde bugüne kadar kapsamlı bir araştırma henüz yapılmamıştır. Gençlerimizin kalplerinde var olan dini inançlar, popüler kültür rüzgârının önünde bir yaprak gibi savrulmalarına engel olamamaktadır. Oysa imanın en temel işlevlerinden birisi, bireyin iç dünyasını aydınlatmak ve böylelikle duygu, düşünce ve davranışlarına istikamet kazandırmaktır. Bireyi söz konusu savrulmalara karşı korumakta yetersiz kalan imanda, bir nitelik problemi olduğu açıktır. Bu nitelik problemi ancak inanç esasları ile ilgili zihinlerde oluşan şüphelerin doğru şekilde anlamlandırılması ve onlarla mertçe yüzleşerek kalpte bir hastalık haline dönüşmesine izin verilmemesi ile giderilebilecektir.

Bildirimize kaynak teşkil eden araştırmamızda, *dinsel şüphe problemine verilen / verilmesi gereken tepkiler konusunda üniversite öğrencilerinin görüşleri nelerdir?* sorusuna cevap aranmıştır.

2. Yöntem

Araştırma tarama modellerinden biri olan ilişki tarama modeli esas alınarak hazırlanmıştır. Bu çerçevede, dinsel şüphe problemine verilen / verilmesi gereken tepkilere ilişkin görüşlerin çeşitli değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı yoklanmıştır. Araştırmada veriler, anket tekniği ile toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS 21 paket programına yüklenmiştir. Anket maddelerine verilen cevaplar arasında istatistikî açıdan anlamlı ilişki bulunup bulunmadığı, ki-kare bağımsızlık testi ile hesaplanmıştır.

3. Sonuç

Araştırma sonucunda, dinsel şüphe problemine verilen / verilmesi gereken tepkilerle ilgili olarak öğrencilerin en çok katılma yönünde görüş belirttikleri anket maddesinin *dinsel şüphe problemi yaşamama yol açan meseleler hakkında tatmin edici bilgilere ulaşabilmek için basılı materyallerde ya da internet sitelerinde araştırmalar yaparım / yapardım* olduğu; en az katılma yönünde görüş belirttikleri maddenin ise *dinsel şüphe problemi yaşamama yol açtığını düşündüğüm kitaplardan uzak durmaya çalışırım / çalışırdım* olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada ulaşılan bir diğer önemli sonuç, dinsel şüphe problemi yaşanmasına yol açtığı düşünülen sosyal ortamlardan ve kitaplardan uzak durulması gerektiği görüşüne, İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin katılma durumlarının, diğer fakültelerde okumakta olan öğrencilerden oldukça yüksek olmasıdır. Sonucun bu şekilde çıkması, İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin, imana verdikleri değer bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Ancak bu sonucun oldukça düşündürücü bir yönü daha vardır. O da, topluma dinî konularda rehberlik yapacak kişilerin, din alanı ile sağlıklı ilişkiler kurmayı henüz başaramamış kişilerden kendilerini soyutlama yolunu bir çıkış kapısı olarak görebilmeleridir. Bunda elbette onların kişilik yapıları ya da yetiştikleri sosyal ortamın da etkisi olabilir. Ancak sebebi her ne olursa olsun, İslami İlimler Fakültesinde okumakta olan öğrencilerden, dini inançlarına muhalefet eden kişilerden



September 21-23, 2017 Uşak

uzak durmak yerine onlara yakın olmayı, onları anlamayı vedin ile alakalı meselelerde onlara yol göstermeyi tercih etmeleri beklenirdi.

Anahtar Kelimeler: Dinsel şüphe, tepki, öğrenci, üniversite.

Kaynakça

Ak, K. (2002).*17-25 Yaş Gençlerde Görülen Bazı Dini Şüpheler ve Din Eğitimi Açısından Değerlendirmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alper, H. (2007). *İmanın Psikolojik Yapısı*, İstanbul: Rağbet Yayınları.

Bahadır, A. (1994). *Ergenlik Döneminde Dini Şüphe ve Tereddütler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çayır, Celal (2014). “Ergenlerin Dini İnanç, Şüphe ve Dini Tutumları Üzerine Bir Araştırma”, *Bilimname*, 27, s. 59-88.

Kasapoğlu, A. (2005). “Dinsel Şüphe”, *Kelam Araştırmaları*3:2, s. 65-82.

Kayıklık, H. (2005).“Psikolojik Açıdan İnanç, İman ve Şüphe”, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 46:1, s. 133-155.



September 21-23, 2017 Uşak

Tarihî Perspektifte Uşak Kent Kimliği

Abstract

Biray ÇAKMAK^{54*}

Özet

Kimlik, emsaller arasındaki özgünlükleri ve farklılıkları ifade eden bir kavramdır. Kent kimliği, kısaca kenti, emsallerinden ayıran nitelikler toplamıdır. Kimlik, kenti emsalsiz yapan ve tarihî süreçte oluşan belirleyici unsurlara vurgu yapar. Bu unsurlar; kent sakinleri, yaşam tarzları ve kentin çevresi ile olan ilişkiler bütünüdür. Kent kimliği, mekânları, sakinleri için anlamlı/anlamsız hale getiren bir unsur niteliği de taşımaktadır.

Çalışmada, Uşak kent kimliği 19. yüzyıl bağlamında ele alınacaktır. Uşak şehrini özgün, diğer şehirlerden farklı kılan bazı önemli özellikler vardır. Uşak şehir kimliği ile ilgili olarak belirtilmesi gereken ilk özgünlük/farklılık, yeniliklere açık olmasıdır. Bu hususta birçok örnek vermek mümkündür. Bu özellik Uşak şehri ile adeta bütünleşmektedir. İlkler şehri nitelemesi bu noktada gündeme gelmektedir. Bu bağlamda devlet katkısı olmaksızın şehir sokaklarının 1907 yılında elektrik ile aydınlatılması, 19. yüzyıl sonlarında ilk halı ipliği fabrikalarının kurulması, Osmanlı Ülkesindeki halıcılık sektöründeki ilk anonim şirketin 1907 yılında kurulması, Kütahya sancağında ilk Müslüman-Türk özel okulu olan Nümune-i Edeb Mektebi'nin Hüseyin Remzi tarafından kurulması ve ilk makine kırıcılığı olayının 1908 yılında yaşanması, modern ulaşım ve iletişim aralarının Batı'dan transferine yönelik ahalinin talepkar tutumu Uşak şehrinde yaşanan ilk akla gelen *ilkleri* oluşturmaktadır. Bu bağlamda Uşak şehrinin benzer nitelikte başka özellikleri de söz konusudur. İkinci olarak Uşak şehri, şikâyet kültürünün yoğun ve yönetilme kaygılarının fazla olması bakımından diğer şehirlerden farklılık taşımaktadır. Osmanlı Dönemi'nde arşiv belgelerindeki ifadelerle göre Uşak, *müşkilü'l-idâre, su'bü'l-idâre, sızıldının eksik olmadığı bir mahaldir*. Bir başka ifade ile yönetilme kaygılarının gelişmiş olduğu bir şehirdir. Bu hususta da çeşitli örnekler vermek mümkündür. Nitekim 1907 yılında Uşak'a bağlı Karahallı köyü ahalisi, köylerinde nahiye teşkilatı kurulmasını talep etmiş, malî imkânsızlıklar gerekçe gösterilerek, talepleri Osmanlı Devleti tarafından reddedilmiştir. Buna karşılık Karahallı ve çevre köyler ahalisi, her türlü masrafı karşılamayı senetle taahhüt ederek, taleplerinin yerine getirilmesini istemişlerdir. Neticede 1907 yılında Karahallı mülkî nahiyesi kurulmuş ve ahali her türlü memur ve sair masrafları karşılamıştır. İki yıl sonra da nahiyelerin kaza yapılmasını talep etmişlerdir. Uşak ahalisi, 1870'li yıllardan itibaren mütemadiyen Kütahya livasına bağlı olan Uşak kazasında mutasarrıflık teşkilatı kurulmasını talep etmiştir. Ancak Osmanlı merkez ve taşra bürokrasisi olumsuz bir tutum takınmıştır. Bu iki temel özellik Uşak şehrini, diğer şehirlerden ilk etapta farklı kılmaktadır.

Çalışmada Uşak kent kimliği, söz konusu iki temel özellik çerçevesinde ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Çalışmada son on yılda Osmanlı Arşivlerindeki belgelere dayalı olarak gerçekleştirilen bilimsel araştırmalar neticesinde ulaşılan sonuçlar ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kent Kimliği, Uşak, Modernleşme, Yönetilme Kaygıları, Şikâyet Kültürü

⁵⁴ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü
e-mail: biray.cakmak@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak



September 21-23, 2017 Uşak

19. Yüzyılda Uşak'ta Üretim

Abstract

Biray ÇAKMAK⁵⁵

Özet

Çalışma, 19. yüzyılda Uşak'ta üretimi değişim ve dönüşüm bağlamında sektör bazında ele almaktadır. 19. yüzyılda Uşak'ta üretim tarım, hayvancılık, dericilik, ormancılık, madencilik ve halıcılık sektörlerinde gerçekleştirildi. Tarım ve hayvancılık, kırsal üretimin esasını oluşturdu. Nüfusun yaklaşık %80'i tarım ve hayvancılıkta istihdam edildi. Bu iki sektör, daha ziyade geleneksel üretimi oluşturdu. Tarım ve hayvancılık, iç ve dış dinamiklerin etkisi ile kısmî bir değişim yaşamakla birlikte, geleneksel yapısını muhafaza etti. 19. yüzyılın sonlarına doğru Uşak'ta iki yeni üretim sektörü doğdu: madencilik ve ormancılık. Madencilik ve ormancılık sektörlerinde istihdam imkânları sınırlı kaldı. Bu iki sektör, gelişen altyapı imkânlarına (demiryolu) ve uluslararası ticarete bağlı olarak doğdu. Halıcılık sektörü, geleneksel bir üretim sektörü olmakla birlikte, uluslararası ticarete bağlı olarak 19. yüzyılda büyük önem kazandı. Nitel ve nicel önemli değişiklikler geçirdi. Artan dış talep, sektördeki değişimin temel motivasyonunu oluşturdu. Çalışma, belirtilen üretim sektörleri üzerinden nitel ve nicel analizler ile değerlendirmelerde bulunmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Uşak, iktisadî yapı, üretim, tarım, hayvancılık, madencilik, ormancılık, halıcılık, dericilik

⁵⁵ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü
e-mail: biray.cakmak@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

The Role of Incentive System in Economic Growth and Development

Extended Abstract

Göksel KARAŞ⁵⁶, Ebru KARAŞ⁵⁷

1. Introduction

The fiscal policy that gained importance with the intervention of the economic life of the state is a scientific discipline that examines how the various financial instruments that the state possesses should be used in the direction of the determined various targets. The fiscal policy makes the allocation of available resources to achieve economic growth and development and maximize national welfare by using expenditure policy, income policy, tax policy and borrowing policy, which are financial policy instruments. Incentive policies are seen as one of the most effective instruments of fiscal policy in which the state is interfering with economic life. States set up incentive policies in accordance with their existing socio-economic and social structures. In order to achieve economic development and reach the aimed level of welfare of the society, incentive policies are implemented by governments as a means of fiscal policy. The aim of the study is to set out the effects of the incentives used as instruments of fiscal policy on economic growth and development as theoretical.

2. Economic Growth And Development

As a concept, while economic growth refers to the increase in national income over time in the narrow sense, it means a massive change and development of the economic structure in terms of quality and quantity in the broad sense (Demircan, 2003: 97).

Development is a dynamic concept that suggests the changing by moving from the current position or the previous position (Oakley & Garforth, 1985). Development means to change the economic and socio-cultural structure, along with the increase of production and per capita national income (Savaş, 1979).

In this context, the level of economic development of a country is measured by the national income per capita in the country. The GNP of the country should be increased in order to increase the national income per capita. States are using of a number of fiscal policy instruments to achieve this goal. One of the most important of these instruments is incentive policies.

3. Incentive System

The world economy is in the tendency of globalization, liberalization and economic integration since the 1980s. Within this trend, it is observed that the use of incentives is also increasing. In general, the term of incentives is a package of cash or non-cash aids provided through public or private sectors in order to encourage whether certain activities are making or not, depending on development strategies of countries and existing socio-economic and social structures (Bahtiyar, 2010: 29).

⁵⁶ Research Assistant, Dumlupınar University, goksel.karas@dpu.edu.tr

⁵⁷ Research Assistant, Uşak University, ebru.cilli@usak.edu.tr



The aim of the incentives can be described as eliminated the imbalances between the regions, spread the capital to the base, provided the use of advanced and appropriate technologies which have high value added and supported of the investments by public with the conditions of took into account the international obligations to increase international competitiveness.

4. Incentive Policies According To Economic Theories

The theoretical foundations of the reasons for the incentive practices are considered together with whether the state exists in the economy. While the minimization of the area of governmental interventions like incentives is defended in liberal opinion, the function of the state to regulate the economic field when necessary can positively approve in Keynesian opinion (Kuru, 2012: 35). According to classical economists, there are basic assumptions such as the validity of perfect competition conditions in all the markets in the economy, creating its own demand of each supply, the flexibility of prices, prices and interest rates, and the validity of quantity theory. These assumptions lead them to some important conclusions in the field of state and political economy (Atac, 2002: 5). Therefore, in this system kept in the foreground of minimum level of government intervention, understanding of objective taxation and fiscal aim of tax, the belief that fiscal policies and incentive policies should be minimized is dominated.

However, the 1929 Great Depression has seriously shaken the belief in the market system. Events such as increasing unemployment and bankruptcies, the decline of production levels in high quantities and the contraction of foreign trade volume have been influential in the emergence of an interventionist state. Between the years 1930 and 1950, intervening the economy of state has been intensively. In fact, these years have been the times when the incentive policies were applied predominantly. (Dürüş, 2005: 10).

5. Incentive Policies In Terms Of Development Strategies

5.1. Economic Planning and Incentive Policies

In the most general sense, economic planning can be defined as rational intervention of the state to the economy with some worries. The planning process is the process of reaching the desired results in the direction of predetermined goals and strategies. Interventions may be sometimes necessary in order to achieve desired results.

Compared to the aims of the incentive policy and the aims of economic planning, it is generally parallel and also, the incentive policy instruments are included in the public instruments that are directed towards economic planning objectives (Hopal, 2006: 11).

5.2. Balanced - Unbalanced Growth Strategy and Incentive Policies

Balanced growth is a development strategy for ensuring a harmonious growth of all sectors in the economy. For this purpose, it is necessary for the state to transfer resources to areas such as reorganization of income of state, education, health, justice, transportation, environment and infrastructure (Hopal, 2006: 12). Incentives are used to create a favorable economic environment by providing to all sectors. No sector is prioritized.

Unbalanced growth can be defined as a growth strategy intended for ensuring that they play a role as leading sectors or regions in development by recognizing priorities in favor of certain sub-regions or sectors and taking into account sectoral or regional priorities.



5.3. Inward – Outward Growth Strategy and Incentive Policies

The inward industrialization strategy (import substitution) is a development strategy that aims to meet with the domestic production to the domestic market demand which is prevailed with imports by applying preservative and incentive measures (Seyidođlu, 2003: 591). While imports are subject to considerable restrictions, domestic manufacturing industry is being protected with intense incentives (Hopál, 2006: 14).

In the ourward industrialization strategy (export-oriented industrialization model), countries are encouraging exporting units in order to produce goods that can compete in international markets and to increase their exports.

6. Conclusion

Today, the need for integration with the world economy brought about by the globalization process and coming forward of organizations such as World Bank, IMF and WTO require to be flexible strategic plans. In order for incentive policies to be complementary to the requirements of this strategic planning, it is necessary that these plans are based on strategic means that can serve the needs of those plans. A fiscal policy to be implemented through incentives can be effective in making the workforce more efficient and encouraging private sector investments. Hence, incentive policies are seen as appropriate instruments in terms of providing economic development and distribution of resources in accordance with the development strategy of the economy.

Key Words: Economic Growth, Development, Incentive System

References

- Ataç, B. (2002). *Maliye Politikası Gelişimi, Amaçları, Araçları Ve Uygulama Sonuçları*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık Ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, No: 118.
- Bahtiyar, M. E. (2010). *Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelere Sağlanan Devlet Teşvik Belgelerinin Üretim Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi-Türkiye Uygulaması*, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Demircan, E. S. (2003). "Vergilendirmenin Ekonomik Büyüme ve Kalkınmaya Etkisi", *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 97-116.
- Dürüş, İ. (2005). *Türkiye'de Vergi Teşvik Önlemleri, Mahiyeti Ve Etkinliği*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,
- Hopál, M. H. (2006). *Uluslararası Kuruluşların Teşviklere Bakışı Ve Türk Teşvik Sisteminin Bu Çerçeve Analizi*, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,
- Kuru, E. (2012). *Bölgesel Kalkınmada Yatırım Teşviklerinin Shift-Share Analizi*, Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,
- Oakley, P., Garforth, C. (1985). *Guide to Extension Training*, Rome: FAO Training Series, No: 11.
- Savaş, F.V. (1979). *Kalkınma Ekonomisi*, İstanbul: İ. İ. T. İ. A. Nihad Sayar Yardım Vakfı Yayınları, No: 315/547.
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat*, İstanbul: Güzem Can Yayınları.



Üniversite Öğrencilerinin Dinsel Şüphe Problemi Yaşama Sıklıklarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi

Extended Abstract

Nurullah DENİZER⁵⁸, Nazım BAYRAKDAR⁵⁹, Serdar SAYGILI⁶⁰

1. Giriş

Doğası gereği insan sürekli bir arayış içerisinde olan ve tatmin olma ihtiyacı hisseden bir varlıktır. Bu, onun sahip olduğu / olmadığı inançlar için de geçerli bir durumdur. Yaşam süreci içerisinde karşılaştığı çeşitli olumlu ve olumsuz durumlar karşısında insan rûhî olarak huzur bulabilmek için inançlarına sarılmakta yahut karşılaştığı olumsuz durumlar karşısında mevcut inançlarını sorgulayabilmekte ve bu inançlar hakkında çeşitli şüphelere düşebilmektedir.

Dinsel şüphe olarak tanımlanan bu şüphe, insan üzerinde farklı şekillerde tezahür edebilir. İnanç alanındaki konuların ekseriyetle metafizik alana dahil olması ve insanın mevcut imkânlarıyla bu konuların hakikatine yahut ikna edici cevaplarına ulaşabilme imkânının zorluğu, onun inancını sağlamlaştırması ya da kaybetmesi şeklinde iki türlü sonuçlanabilir. Bu nedenle inanç alanındaki şüphe, üzerinde dikkatle durulması gereken bir konudur.

Araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin, Allah'ın varlığına dair zihinlerinde beliren şüphelerle hangi sıklıkta karşı karşıya kaldıkları ve çeşitli değişkenlerin, dinsel şüphenin ortaya çıkması üzerindeki etkisini tespit etmektir.

Üniversite öğrencilerinin dinsel şüphe problemi yaşama sıklıklarının çeşitli değişkenler açısından inceleneceği bu araştırma, var olan durumu ya da gerçekliği kendi koşulları içinde, olduğu gibi araştırıp açıklamak esasına dayanan (Karasar, 1995:77) tarama modeline göre yapılmıştır. Araştırmada, tarama modellerinden birisi olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modelinde amaç, iki ya da daha fazla değişken arasında birlikte değişim olup olmadığını ortaya koymaktır. (Karasar, 1995:81)

Araştırmanın evrenini 2016-2017 öğretim yılında Uşak Üniversitesi'nin beş farklı fakültesinde (İslami İlimler Fakültesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi) okumakta olan öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrenciler tesadüfi örnekleme yoluyla seçilmişlerdir.

2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Allah'ın Varlığı Konusunda Dinsel Şüphe Problemi Yaşama Sıklıklarına Göre Dağılımları

Araştırmaya katılan öğrencilerin Allah'ın varlığı konusunda dinsel şüphe problemi yaşama sıklıklarına bakıldığında, % 3,9'nun 'Her zaman', % 10,2'sinin 'Çoğu zaman', % 22,8'inin 'Bazen', % 24,6'sının 'Çok nadir' seçeneğini işaretledikleri; % 38,5'inin ise söz konusu şüpheyi mevcut durumda hiç yaşamadıklarını belirttikleri görülmektedir.

⁵⁸ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, nurullah.denizer@usak.edu.tr

⁵⁹ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, nazim.bayrakdar@usak.edu.tr

⁶⁰ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, serdar.saygili@usak.edu.tr



2.1. Cinsiyet Değişkenine Göre Dinsel Şüphe Probleminin Yaşanma Sıklığı

Allah'ın varlığı konusunda dinsel şüphe yaşamadığını belirten öğrenciler arasında, erkeklerin oranının (% 41,9) kadınlardan (% 36,6) yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Öğrencilerin, ilgili anket maddesine verdikleri cevaplar ile cinsiyetleri arasında istatistikî açıdan anlamlı ilişki olup olmadığını belirlemek üzere ki-kare testi yapılmıştır. Test sonucunda, değişkenler arasında anlamlı ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir. Osmani tarafından yapılan araştırmada da cinsiyet değişkeni ile dinsel şüphe problemi yaşama durumu arasında anlamlı ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir. (Osmani, 2014:113)

2.2. Okunmakta Olan Fakülte Türü Değişkenine Göre Dinsel Şüphe Probleminin Yaşanma Sıklığı

Allah'ın varlığına dair dinsel şüphe problemini 'Her zaman' ve 'Çoğu zaman' yaşadığını belirten öğrencilerden, Fen Edebiyat Fakültesinde okumakta olanların oranının (%24,7) diğer fakültelerde okumakta olanlardan yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Öğrencilerin, ilgili anket maddesine verdikleri cevaplar ile okumakta olan fakülte türü arasında istatistikî açıdan anlamlı ilişki olup olmadığını belirlemek üzere ki-kare testi yapılmıştır. Test sonucunda değişkenler arasında anlamlı ilişki bulunduğu tespit edilmiştir.

2.3. Mezun Olunan Lise Türü Değişkenine Göre Dinsel Şüphe Probleminin Yaşanma Sıklığı

Yapılan araştırmada, İHL mezunu öğrencilerden, Allah'ın varlığı hususunda dinsel şüphe problemini 'Her zaman' ve 'Çoğu zaman' yaşadığını belirtenlerin oranının (%4,2), diğer liselerden mezun olanlara göre oldukça düşük olduğu görülmektedir. Öğrencilerin, ilgili anket maddesine verdikleri cevaplar ile mezun oldukları lise türü arasında istatistikî açıdan anlamlı ilişki olup olmadığını belirlemek üzere ki-kare testi yapılmıştır. Test sonucunda değişkenler arasında anlamlı ilişki bulunduğu tespit edilmiştir.

2.4. Algılanan Dindarlık Düzeyine Göre Dinsel Şüphe Probleminin Yaşanma Sıklığı

Yapılan araştırmada, kendilerini 'dindarlık düzeyi yüksek' olarak algılayan öğrenciler ile 'dindarlık düzeyi düşük' ya da 'dindar değil' şeklinde algılayan öğrenciler arasında, Allah'ın varlığı hususunda dinsel şüphe problemi yaşama sıklığı bakımından oransal olarak ciddi farklar olduğu görülmektedir. Algılanan dindarlık düzeyi ile dinsel şüphe problemi yaşama sıklığı arasında istatistikî açıdan anlamlı ilişki olup olmadığını belirlemek üzere ki-kare testi yapılmıştır. Test sonucunda değişkenler arasında anlamlı ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, kendilerini 'dindarlık düzeyi yüksek' olarak algılayan öğrencilerin, 'dindarlık düzeyi düşük' ya da 'dindar değil' şeklinde algılayan öğrencilere göre dinsel şüphe problemini daha az yaşadıklarını göstermektedir. Buradan hareketle dinsel şüphenin, din ile sağlıklı ilişki kurmayı henüz başaramamış kişilerin daha çok yaşadığı bir problem olduğu söylenebilir.

3. Sonuç

1.Araştırmaya katılan öğrencilerin dinsel şüphe yaşama sıklıklarına dair tespit edilen bulgular, dinsel şüphenin üniversite gençliği arasında yaygın bir problem olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Üniversite öğrencilerinin dinsel şüphe problemi yaşamaları, dine yönelik ilgilerinin devam ettiğine bir işaret olarak da yorumlanabilir.

2.Yapılan araştırma, dinsel şüphe yaşama sıklığının cinsiyet ile doğrudan bir ilişkisi bulunmadığı sonucunu vermiştir.



3. İHL mezunlarının, diğer liselerden mezun olan öğrencilere göre dinsel şüphe problemini daha az yaşamalarında, lise düzeyinde din alanı ile ilgili derslerle daha çok muhatap olmalarının etkisi olabilir.

4. Kendilerini ‘dindarlık düzeyi yüksek’ olarak algılayan öğrencilerin, ‘dindarlık düzeyi düşük’ ya da ‘dindar değil’ şeklinde algılayan öğrencilere göre dinsel şüphe problemini daha az yaşadıkları görülmektedir. Buradan hareketle dinsel şüphenin, din ile sağlıklı ilişki kurmayı henüz başaramamış kişilerin daha çok yaşadığı bir problem olduğu söylenebilir.

Anahtar kelimeler: Şüphe, Dinsel Şüphe, Üniversite Öğrencileri

Kaynakça

Ak, K. (2002). *17-25 Yaş Gençlerde Görülen Bazı Dini Şüpheler ve Din Eğitimi Açısından Değerlendirmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bahadır, A. (1994). *Ergenlik Döneminde Dini Şüphe ve Tereddütler*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karasar, N. (1995). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd. Şti.

Kasapoğlu, A. (2005) “Dinsel Şüphe”, *Kelam Araştırmaları* 3 (2): 65-82.

Ok, Ü. (2005). “Dini Düşüncede Yaşanan Stresin (Şüphe, Uyumsuzluk, Çelişki v.b.) Boyutları”, *Dini Araştırmalar Dergisi*, 8 (22): 11-40.

Osmani, M. (2014). *Makedonya’da Yaşayan Gençlerde Dini Şüphenin Kaynakları ve Etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



September 21-23, 2017 Uşak

Üniversite Öğrencilerinin Dinsel Şüphe Problemine Yükledikleri Anlamlar

Extended Abstract

Mahmut AVCI⁶¹, Serdar SAYGILI⁶², Nazım BAYRAKDAR⁶³

1. Giriş

Dinsel şüphe, oldukça farklı formları / türleri olan bir problemdir. Hayatının herhangi bir döneminde bu problem ile bir şekilde yüzleşmek durumunda kalmayan insan neredeyse yoktur. Zira dinin ortaya koyduğu ve konusunu daha ziyade metafizik alanın oluşturduğu bilgilerin, kapasitesi sınırlı olan bir akıl tarafından tam manasıyla anlaşılması kolay değildir. Dini bilginin anlaşılması sürecinde akla sürekli yeni sorular takılabilmektedir. Sahip olunan imkânlarla bu soruların tatmin edici cevaplarına ulaşmak bazı kimseler için oldukça zor olabilmektedir.

Bu çalışma, zihinsel olarak sağlıklı bireylerin sağlıklı toplumu oluşturacağı savı dikkate alınarak hazırlanmıştır. Çünkü zihni karışık bireylerin topluma yapacağı katkı veya vereceği zarar herkesi ilgilendirmektedir. Bu problemi tespit etmek ve çözüm önerileri geliştirmek için Uşak Üniversitesi genelinde anket uygulanmış ve sonuçları disiplinler arası yaklaşımla değerlendirilmiştir.

2. Dinsel Şüphenin Niteliği

Dinsel şüphenin, birey açısından arzu edilir bir durum olmadığı açıktır. Çünkü dinsel şüphe, çeşitli konularda iç çatışması yaşandığını gösterir. Bu çatışmalar zihin dünyasında var olan bilgiler ile dini inançlar arasında olabileceği gibi arzular / hayaller ile dini inançlar arasında da olabilir. Dinsel şüphe probleminin uzun sürmesinin, gerginlik ve huzursuzluğun artmasına neden olacağından ruh sağlığı açısından tehdit edici bir durum olabileceğini de göz ardı etmemek gerekir (Kasapoğlu, 2004: 66). Bu bakımdan dinsel şüphe, bir an önce üstesinden gelinmesi gereken bir problemdir (Çayır, 2014: 65).

Dinsel şüphe probleminin üstesinden gelinmesi için atılacak adımlar ve başvurulacak kaynaklar bireyi şu üç sonuçtan biri ile karşı karşıya getirebilir: Birincisi dinsel şüphe probleminin üstesinden gelmesi ve böylelikle dini inançlarına yeniden güçlü bir şekilde sarılmasıdır. İkinci seçenek, dinsel şüphe probleminin üstesinden gelememesine bağlı olarak dini inançları ile arasındaki bağları zayıflatmasıdır. Üçüncü seçenek ise dini inkâr etmesidir (Strizenec, 2010: 283).

3. Dinsel Şüpheyeye Yüklenen Anlam

Yapılan çalışmada en dikkat çekici sonuçlardan biri akıl şüphe ilişkisine dairdir. Araştırmaya katılan öğrencilerin “*Dinsel Şüphenin, Akıl Sahibi Varlıklar Olmamızın Doğal Bir Sonucu Olarak Yaşandığı*” görüşüne öğrencilerin % 27,4’ünün tamamen, % 26,4’ünün büyük ölçüde, % 29,3’ünün ise kısmen katıldıklarını belirttikleri görülmektedir. Söz konusu anket maddesinde belirtilen görüşe kesinlikle katılmayanların oranı % 7,5, büyük ölçüde katılmadıklarını belirtenlerin oranı ise % 9,4’dir.

Düşünen, araştıran, sorgulayan, tatmin edici bilgi arayışı içerisinde olan bir varlık olmasaydı, insanoğlunun hayatında dinsel şüphe diye bir problem asla olmayacaktı. Çünkü dinsel şüphe, inanç konusu olan bilgilerin anlamlandırılması sürecinde yaşanan güçlüklerin bir

⁶¹ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, mahmut.avci@usak.edu.tr

⁶² Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, serdar.saygili@usak.edu.tr

⁶³ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, nazim.bayrakdar@usak.edu.tr



sonucu olarak yaşanmaktadır. Aklın sınırlılığına, akıl tarafından işlenecek mevcut bilgilerin sınırlılığı da eklenince, şüphe bireyin hayatında olağan bir durum haline gelmektedir.

4. Sonuç

Dinsel şüphe, üniversite öğrencilerinin önemli bir bölümünün hayatında halen önemli bir yer işgal etmeye devam etmektedir. Dinsel şüphenin ortaya çıkması doğal olsa da, devamlılık kesb edip hayatın bir parçası haline dönüşmesi doğal bir durum olarak görülemez. Zira dinsel şüphe probleminden rahatsızlık duyup onun üstesinden gelmek için mücadele içerisinde bulunmak, insan doğasının bir gereğidir.

Dinsel şüphenin, bastırılmasına / hasıraltı edilmesine bağlı olarak dışa kapalı ve reaksiyoner bir dindarlık geliştirilmesine sebebiyet vermesi de söz konusu olabilir. Çünkü inanç sahibi her birey, dinsel şüphe problemiyle yüzleşmeyi göze alamayabilir. Bu tür şüpheler nedeniyle yaşadığı günahkârlık hissi ve kâfir olma endişesi bireyi dinsel şüpheye yol açabilecek sorulardan ve bu tür sorularla karşı karşıya kalmasına sebep olacağını düşündüğü sosyal ortamlardan kaçmaya yöneltebilir. Günümüz koşulları dikkate alındığında bunun hiç de sağlıklı bir tercih olmadığı rahatlıkla söylenebilir. Bireyin problemi görmezden gelmesi ne kadar sağlıklı bir durum ise, problem nedeniyle kendini dış dünyadan soyutlaması da o kadar sağlıklıdır.

Anahtar kelimeler: Din, Şüphe, Akıl

Kaynakça

- Çayır, C. (2014). “Ergenlerin Dini İnanç, Şüphe ve Dini Tutumları Üzerine Bir Araştırma”, *Bilimname*, 27, ss. 59-88.
- Kasapoğlu, A. (2004). “Şüphe İnkâr İlişkisi”, *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 4:1, s. 66.
- Ok, Ü. (2005). “Dini Düşüncede Yaşanan Stresin (Şüphe, Uyumsuzluk, Çelişki v.b.) Boyutları”, *Dini Araştırmalar Dergisi*, 8:22, ss. 11-40.
- Saygılı, S. & Avcı, M. & Bayraktar, N. & Denizler, N. (2016). *Felsefeye Yönelik Yaklaşımlar*, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Strizenec, M. (2010).“Dindarlık ve Bilişsel Süreçler”, (Çev.: Abdulvahid Sezen), *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*10:3, s. 283.
- Şahin, A. (2006). “Din Kaynaklı Stres Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 21, ss. 147-180.



Yığın Kişiselleştirme Yaklaşımı ile Maliyet Minimizasyonu ve Örnek Uygulama

Abstract

Özlem KOÇAKOĞLU⁶⁴, Süleyman YÜKÇÜ⁶⁵

Özet

Yığın üretim standartlaştırılmış ürünlerin, talep çeşitliliği bakımından homojen bir pazara sunulduğu, ürün yaşam dönemlerinin uzun olduğu, maliyet etkinliği ve verimliliği yüksek bir üretim biçimini ifade etmektedir.

Yığın Kişiselleştirme ise ilk defa StanDavis“Future Perfect” adlı kitabında kullanılmıştır. Son 20 yıldır akademisyenler tarafından yoğun bir biçimde ilgi görmekte birçok şirketinde başarı hikayesinin bir parçasını oluşturmaktadır. Yığın kişiselleştirme müşterinin ihtiyaçlarına uygun ürünlerin kısa teslim süreleri içinde yığın üretim maliyetlerine yakın bir biçimde üretilmesidir. Özellikle son yıllarda internet altyapısının gelişmesi, üretim teknolojilerinin esnek hatta çevik üretim biçimlerine olanak tanınması yığın kişiselleştirmeyi mümkün kılmıştır. Gelişen iletişim teknolojileri, müşterilerin geliştirme,dizayn, üretim, montaj veya dağıtım değer zincirinin herhangi bir noktasında sürece dahil olarak ihtiyaçlarına uygun ürünü seçmesine yada yaratmasına olanak tanımaktadır. Yığın kişiselleştirmenin maliyet etkinliği ise standartlaştırılmış yığın biçimde üretilen ürünlerin ve/veya yığın üretim altyapısının kişiselleştirmeyi kolaylaştırması sayesinde başarılabilir. Örneğin Android yada IOS işletim sistemine sahip akıllı telefonlar yığın üretim tekniklerine uygun biçimde üretilmekte, müşterinin ihtiyaçlarını karşılayan uygulamaların telefona yüklenmesiyle kişiselleştirilmiş olmaktadır. Apple 2014 Dünya Web Geliştiricileri Konferansında AppStore’ nin 1,2 milyon uygulamaya ulaştığını ve yılda %33 büyüdüğünü kaydetmiştir (FormbyandCrandall, 2015: 30) ***.⁶⁶

Bu çalışmanın amacı yığın kişiselleştirme konusunda literatür taraması yapmak, yığın kişiselleştirme yaklaşımı ile maliyet minimizasyonun sağlanması konusunda örnek bir uygulama ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Yığın Üretim, Yığın Kişiselleştirme, Maliyet, Maliyet Minimizasyonu

⁶⁴ Harran Üniversitesi Öğretim Görevlisi, ozlem.kocakoglu@harran.edu.tr

⁶⁵ Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Öğretim Üyesi, suleyman.yukcu@deu.edu.tr

⁶⁶ Formby S., Crandall E.R., Is Mass Customization Nearing Its Tipping Point? Industrial Engineer E- Magazine



September 21-23, 2017 Uşak

Borsa İstanbul'da Bağımsız Denetçi Görüşlerinin Analizi ve Şartlı Denetçi Görüşlerinin Borsa Fiyatına Etkisi

Abstract

Mustafa VURAL⁶⁷ Ercan ÖZEN⁶⁸

Özet

Bağımsız denetim borsalarda şeffaflığın sağlanması, çıkar ilişkilerinin korunması ve paydaşlar arasındaki güven ortamının sağlanması bakımından önemli işlevlere sahiptir. Bu çalışmanın amacı 2012-2016 yılları arasında Borsa İstanbul Ana Pazar ve BİST100 endeksinde yer alan şirketlerin almış oldukları bağımsız denetçi görüşlerini analiz etmek ve olumlu olmayan bağımsız denetçi görüşlerinin borsadaki hisse senedi fiyatlarına etkisinin olup olmadığını incelemektir.

Buna göre çalışmada, beş yıllık dönemde Borsa İstanbul'da işlem gören rassal olarak seçilmiş olan her iki pazardan yüzer adet şirketinin almış oldukları denetçi görüşleri analiz edilmiştir. Olumlu olmayan denetçi görüşleri içinde en büyük grubu “şartlı görüş” oluşturmaktadır. Şartlı denetçi görüşlerinin nedenleri incelenmiş ve bankacılık sektörü dışında bu görüşü ortaya koyan nedenler sınıflandırılmamıştır. Bankaların şartlı denetçi görüş almasına neden olan en önemli faktörün “serbest karşılıklar” olduğu görülmüştür.

Şartlı denetçi görüşlerinin şirket pay senetlerinin borsa fiyatlarına etkisi, denetçi raporunun yayınlanmasından önceki on gün ve denetçi görüşünün açıklanmasından sonraki on günlük dönemdeki ortalama fiyatlar alınarak incelenmiştir. Buna göre, bazı hisse senetlerinin borsa fiyatı şartlı görüş tarihinden sonra artarken bazılarının fiyatı da azalmıştır.

Şartlı denetçi görüşleri, hisse senetlerinin borsa fiyatlarında denetçi raporu açıklama tarihi öncesine göre anlamlı bir farklılığa yol açmamıştır.

Anahtar Kelimeler : Bağımsız Denetim, Denetçi Görüşleri, Borsa Fiyatları, Mali Tablolar.

⁶⁷ mustafa.vural92@hotmail.com, Uşak Üniversitesi SBE İşletme Yüksek Lisans Öğrencisi

⁶⁸ cozentr@hotmail.com, Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans Bölümü



September 21-23, 2017 Uşak

Urban Transformation and Importance of Urban Infrastructure

Abstract

Mahir Serhan TEMİZ⁶⁹, Fatih TAKTAK⁷⁰ Faik Ahmet SESLİ⁷¹

Abstract

Urban places are complicated and dynamic structures. They are living and getting older with time like us. Inevitably urban transformation is necessary, because of increasing population, natural disasters, old constructions and squatter houses.

According to data of Turkish Statistical Institute, there are 20 million structures in the Turkey and again according to this data sixty percent of these buildings are older than 30 years old and they are not earthquake-proof. Meaning of this, approximately 12 million buildings are in danger. Also according to this data 76 percent of population is living urban places. Population is in the urban places growing six times more according to rural population. Urban transformation is very necessary, but most important subject of urban transformation is urban infrastructure. But governments generally disregards infrastructure because of high cost. One of the purposes of the urban transformation is provide public well being. If infrastructure is disregarded in urban transformation projects this cause some undesirable results. Some of this traffic jams, natural disasters like water floods. There are a lot of bad samples in the past. In this study we investigated the positive and negative sides of the urban infrastructure in the urban transformation projects and tried to make some suggestions.

Key words: Urban transformations, Urban infrastructure, Transformation projects

⁶⁹Department of Geomatic Engineering, Usak University, 1 Eylul Campus, Usak, Turkey mahir.temiz@usak.edu.tr

⁷⁰Department of Geomatic Engineering, Usak University, 1 Eylul Campus, Usak, Turkey. fatih.taktak@usak.edu.tr

⁷¹ Department of Geomatic Engineering, Ondokuz Mayıs University, Samsun, Turkey fasesli@omu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Current Problems in Urban Transformation Applications

Abstract

Mahir Serhan TEMİZ⁷², Fatih TAKTAK⁷³ and Faik Ahmet SESLİ⁷⁴

Abstract

Urban transformation is the one of the most popular subject up to date. It is a multidisciplinary subject. It concerns many disciplines like, City and Regional Planning, Geomatic Engineering, Civil Engineering, Law, Geology, Mining Engineering, Sociology, Public Administration and etc. Nowadays, the many of the studies in the literature mention the same subject about that urban place are living and getting older with time like us and urban transformation is inevitably necessary. Against this situation, with date 2012 and number of 6306, law for “Transformation of Disaster Risk Areas” in response to urban areas municipalities, has been turned into an effective force in urban transformation. Urban transformation applications started to accelerate with this law.

Due to the size of the problems experienced during the urban transformation process, its some of clauses are changed in 2016 with a new regulation. These changes accelerated the urban transformation process and solved many of the existing problems. But this new regulation could not solve the all problems and still there are a lot of problems and handicaps in urban transformation applications.

In this study we investigated the positive and negative sides of the new regulation in the urban transformation applications and tried to make some suggestions to solve current problems.

Key words: Urban transformations, Urban transformation regulation, Transformation applications.

⁷² Department of Geomatic Engineering, Usak University, 1 Eylul Campus, Usak, Turkey mahir.temiz@usak.edu.tr

⁷³ Department of Geomatic Engineering, Usak University, 1 Eylul Campus, Usak, Turkey. fatih.taktak@usak.edu.tr

⁷⁴ Department of Geomatic Engineering, Ondokuz Mayıs University, Samsun, Turkey fasesli@omu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Açık Defter Muhasebesi Üzerine Bir Araştırma

Abstract

Süleyman YÜKÇÜ⁷⁵ Özlem KOÇAKOĞLU⁷⁶

Özet

Organizasyonlar arası maliyet yönetimi yaklaşımlarından biri olan açık defter muhasebesi (open book accounting) tedarikçi işletmenin maliyetlerini oluşturan muhasebe verilerini alıcı işletme ile paylaşmasıdır. Özellikle açık defter muhasebesi (open book accounting) son yıllarda maliyet geri ödemeli sözleşmelerde hedef maliyet veya hedef fiyat belirlenerek maliyet etkinliğini yönetmekte bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Oluşacak maliyetlerin tahminlere dayandığı büyük çaplı tedarik anlaşmalarında bu tip sözleşmelerin (AR-GE projeleri, IT projeleri, savunma sanayii projeleri, silah alım projeleri gibi) başarıya ulaşması açık defter muhasebesi (open book accounting) uygulamalarının başarısına bağlı olmaktadır. Maliyet geri ödemeli kontratlar yüklenicinin maliyetleri karşılayıp karşılamamasına yada maliyet artı kar(ücret) belirlenmesine göre birçok kategoriye ayrılmış olsada literatürde sıklıkla 3 tip olarak tanımlanmaktadır. Bunlar;

- Maliyet Artı Sabit Ücretli (Kar) Sözleşmeler (Cost Plus FixedFee (CPFF) Contract)
- Maliyet Artı Teşvik Ücretli (Kar) Sözleşmeler (Cost Plus IncentiveFee (CPIF) Contract)
- Maliyet Artı Ödül Ücretli Sözleşmeler (Cost Plus AwardFee (CPAF) Contract)

Bu çalışmada bu tip kontratların başarısında açık defter muhasebesi (openbookaccounting) kullanımının önemi ve tedarik kapsamının genişliğinden bağımsız olarak genel olarak uygulamanın başarıya ulaşabilmesi için genel gereklilikler irdelenmiştir.

Açık defter muhasebesi (open book accounting) uygulamasının ülkemiz muhasebe düzeni açısından değerlendirilmesi ise Vergi Usul Kanunu ve Türkiye Muhasebe Standartları göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Bilgi alışverişine konu olan verinin hangi maliyetleme düzeni kullanılarak elde edileceği ve sunulacağı ise açık defter muhasebesi (open book accounting) uygulamasının sınırlarını çizmektedir.

Son bölümde ülkemizde açık defter muhasebesinin (open book accounting) uygulanabilirliği tartışılmış ve Ege Bölgesinde Organize Sanayi Bölgesinde metalürji sektöründe faaliyet gösteren bir işletme ile sürdürmekte oldukları açık defter muhasebesi (open book accounting) uygulaması konusunda bir mülakat gerçekleştirilmiştir. İşletmeotomobil ve benzeri taşıt araçlarının önemli bir parçasını üretmekte ve dünyadaki önemli markalara satış yapmaktadır.

Bu çalışmanın amacı organizasyonlar arası maliyet yönetim araçlarından biri olan açık defter muhasebesi (open book accounting) konusunda literatür çalışması yapmak, günümüzde önem kazanan “maliyet artı” sözleşmelerinde hedef maliyet ile OBA uygulamaları arasındaki bağlantıları göstermek ve ülkemiz muhasebe düzeni açısından bir değerlendirmede bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Organizasyonlar Arası Maliyet Yönetimi, Açık Defter Muhasebesi, Hedef Maliyetleme, Tedarik Zinciri Yönetimi, Maliyet Artı Sözleşmeler,

⁷⁵ Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Öğretim Üyesi, suleyman.yukcu@deu.edu.tr

⁷⁶Harran Üniversitesi Öğretim Görevlisi, ozlem.kocakoglu@harran.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Metaforlar Ve Sembolik Etkileşimcilik

Extended Abstract

Belkıs ÖZKARA⁷⁷, Handan Deniz BÖYÜKASLAN⁷⁸

1.Giriş

Metafor, söylemi süslemeye yönelik bir söz sanatı olarak görülse de bundan çok daha fazlasıdır. Metaforlar dış dünyayı anlamlandırmamıza katkı sağlayan zihinsel süreçler olarak yeni görme biçimleri üretmektedir ve yeni boyutlar ortaya çıkararak zengin bakış açıları geliştirmektedir. Günümüzde örgütleri anlamak için yapılan analizlerde metaforlardan yararlanmak yönetim alanında oldukça kabul gören bir tekniktir.

Metaforlarla analiz genellikle örgüt kültürü ve iklimi gibi kısmen çok açık ve görünür kriterleri olmayan, çoğunlukla çalışanların algılamalarına göre ölçülen örgütsel olguları açıklamak için kullanılmaktadır. Metaforlar, her biri gerçekliğin bir yönünü temsil eden, anlam yükleyen semboller olduğu için, metaforlarla analiz sosyal psikolojideki sembolik etkileşimcilik kuramıyla da bağlantılıdır. Kuram, “İnsanlar arası karşılıklı etkileşimde hangi semboller ve anlamlar oluşmaktadır?” sorusuna cevap arar (Morva, 2017: 142).

Bu çalışmanın temel amacı, bir kamu üniversitesinin bir fakültesindeki araştırma görevlilerinin çalıştıkları ortama(fakülte) ilişkin algılarının metaforlar yardımıyla ortaya çıkarmak ve açıklamaktır.

2.Metafor Kavramı

“Bir yerden bir yere taşımak” anlamına gelen Yunanca metapherein(meta: öte, üst; pherein: taşımak) kelimesinden türemiştir. Metafor, sözlüklerde, bir kelime, kavram veya deyim, farklı ama benzer bir nesne veya eyleme dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır (Kararımak ve Güloğlu, 2012: 122). Yaptıkları çalışmalarla metafor tartışmalarını gündeme getiren Lakoff ve Johnson’a göre ise metafor, “bir şeyi başka bir şeyin bakış açısıyla anlamak ve tecrübe etmek, bir düşünce malzemesini, insan kavrayışının bir şekli ile ifade etme sürecidir. Metafor sadece bir söz figürü değil aynı zamanda bir düşünce figürüdür.” (Erarslan, 2011: 4).

Metaforlar düşünce biçimimiz, dilimiz ve bilim üzerinde olduğu kadar, kendimizi günlük temelde ifade edişimiz üzerinde de biçimlendirici bir etki yaratmaktadır (Morgan, 1997: 14). İnsanı anlamının ve yaşantının ayrılmaz bir parçası olarak görülen kavramsal metaforlar düşünme, mantıksal çıkarsama, yorumlama, hayal etme, akıl yürütme gibi bilişsel etkinliklerle yakından ilgilidir (Kararımak ve Güloğlu, 2012: 124). Ricoeur’a göre metaforlar, insanları, bir şeyin içerisinden başka bir şeyi görmeye ve yeni boyutları fark etmeye, böylece insan düşüncesini canlı tutmaya ve çalıştırmaya devam etmektedirler (Tsoukas ve Chia, 2013: 192).

Metafor kullanılarak düşünce üretme sürecine “metaforik düşünce” denir. Metaforik düşünme süreci çeşitli aşamalardan meydana gelmektedir. Bu süreç şöyle ifade edilmektedir (Erarslan, 2011: 4); 1) Açıklanmak ya da anlamlandırılmak istenen soyut bir olgu (durum, olay, kavram), 2) Bu olguyu açıklamak için kullandığımız somut (belirgin) bir olgu ve bu olgunun dilsel ifadesi, 3) Bu iki olgu arasında kurulan (kurgulanan) özel denklikler (benzeşmeler).

⁷⁷Prof.Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi İşletme, bozkara@aku.edu.tr

⁷⁸Arş.Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi İşletme, yumusakipek@aku.edu.tr (yazışma yapılacak yazar)



Morgan (1998) örgütü tanımlama, anlama ve kavramlaştırma şeklimizin, örgütün özelliklerinin ve temel resminin zihnimizdeki görüntüsüne bağlı olduğunu iddia etmiştir. Morgan örgütün birçok tanımının ve örgüt teorilerinin belirli bir örgüt metaforuyla ilişkili olduğunu ifade etmiştir (Jaffee, 2000: 16). Bununla birlikte Morgan, örgüt kuramlarıyla ilgili bir paradigma modeli oluşturmuştur. Örgüt alanında yapılan kuramsal çalışmaları dört temel paradigma içine yerleştirmiştir. Bu paradigmlar; yapısalcı, yorumsamacı, radikal insancıl ve radikal yapısalcı paradigmalardır. Yapısalcı paradigma, toplumda var olan düzeni üretmeye dönük sistematik özelliklere sahip somut ve gerçek yapıların mevcut olduğu varsayımına dayanmaktadır. Yorumsamacı paradigma, sosyal dünyada gerçekliğin somut ve objektif olamayacağı, gerçekliğin bireylerin sübjektif deneyimlerinin bir ürünü olduğu ve böylece olgunun dışarıdan gözlemleyen değil içinde yer alanın bakışaışısından daha iyi anlaşılacağı varsayımına dayanmaktadır. Radikal insancıl paradigma, gerçeğin sosyal olarak sübjektif temelde inşa edildiğini savunmakta, insanın kendi yarattığı gerçekliğin mahkumu olduğunu ve bu yönden bilincin toplumdaki hakim güçler tarafından insanın kendi doğal potansiyellerine yabancılaştıran hastalıklı bir hale getirildiğini varsaymaktadır. Son olarak radikal yapısalcı paradigma ise, toplumdaki hakim güçlerin insan üzerindeki olumsuz etkilerini eleştiren ancak radikal insancıl paradigmadan farklı olarak somut ve gerçek yapıların mevcudiyetini esas almaktadır (Morgan, 1998: 607-609).

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın amacı çalışanlardaki kurum imajını metaforlar aracılığı ile ortaya çıkarmaktır. Araştırma nitel olarak desenlenmiştir. Araştırmanın örneklemini bir kamu üniversitesinin bir fakültesindeki araştırma görevlileri oluşturmaktadır. Veriler yarı yapılandırılmış, “Çalıştığım ortam..... gibidir, çünkü.....” soru formu ile elde edilmiştir. Elde edilen veriler Burrell ve Morgan’ın kurduğu paradigma modeli içerisinde yer alan yorumlayıcı yaklaşım ve sembolik etkileşim çerçevesinde değerlendirilmiştir.

4. Araştırmanın Bulguları

11 erkek, 6 kadın araştırma görevlisi tarafından kurum imajları hakkında elde edilen metaforlardan 12’si olumsuz, 11’i olumlu, 8’i ise hem olumlu hem de olumsuz anlam içermektedir.

Tablo 1: Metaforlar

Olumlu Metaforlar	Olumsuz Metaforlar	Hem Olumlu Hem Olumsuz Metaforlar
Yolculuk	Bukalemun	Bahçe
Okyanus	Kölelik	Hayvanat bahçesi
F1 Yarışı	Monarşik sistem	Gül
Metropol	Askeriye	Elma ağacı
Büyük bir restoranın mutfağı	Cadı kazanı	Mum
Para	Çöp	Tiyatro sahnesi
Futbol maçı	Kaos	Lunapark
Otobüs	Belediye otobüsü	Çiçek
Enerji Santrali	Sonbahardaki ağaç	
At	Arı Kovanı	
İstanbul	Kristal	
	Oyun küpü	



5. Sonuç

Araştırma görevlilerinin çalıştıkları kuruma ilişkin zihinlerindeki imajları ortaya çıkarmak için elde edilen olumsuz metaforlardan bazıları mekanik/hiyerarşik bir örgüt yapısı algısını işaret ederken, bazı metaforlar ise örgüt içi politik ilişkiler ve güç mücadelelerine işaret etmektedir. Bu durumun eleştirel düşünceye açık olmayan bir sistem oluşturduğu ve yaratılan korku ikliminin çalışanların sessiz kalmalarına neden olduğu vurgulanmaktadır.

Çalışanların zihinlerindeki kurum imajları ile ilgili olumlu metaforlar ise insan ilişkileri ve davranışlarını etkileyen motivasyon, takım çalışması, bilgi paylaşımı, çeşitlilik ve gelişme gibi örgütsel özellikleri işaret etmektedir. Bu bağlamda, çalışanların birbirleriyle kurdukları iletişim ve etkileşim sayesinde daha etkili ve verimli performans sergiledikleri vurgulanmaktadır.

Bir kamu üniversitesinin bir fakültesindeki araştırma görevlileri ile yapılan bu çalışma, aynı fakültenin öğretim üyeleri de dahil edilerek, araştırma görevlileri ile öğretim üyelerinin kurum imajları ile ilgili algıları arasında benzerlik ya da farklılıkların ortaya çıkarılacağı bir çalışma yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Metafor, Sembolik etkileşimcilik, Kurum imajı, Yorumlayıcı Paradigma

Kaynakça

- Erarslan, L. (2011). "Sosyolojik Metaforlar", *Akademik Bakış Dergisi*, 27: 1-22.
- Jaffee, D. (2000). *Organization Theory: Tension and Change*, Boston: McGraw-Hill.
- Kararırmak, Ö. & Güloğlu, B. (2012). "Metafor: Danışan ve Psikolojik Danışman Arasında Bir Köprü", *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (37): 122-135.
- Morgan, G. (1997). *Yönetim ve Örgüt Teorilerinde Metafor*. (Çev: Gündüz Bulut). İstanbul: MESS Yayınları.
- Morgan, G. (1998). "Paradigms, Metaphors and Puzzle Solving in Organization Theory", *Administrative Science Quarterly*, 25 (4): 605-622.
- Morva, O. (2017). "Chicago Sosyoloji Okulu'nun Etnografik Mirasını Yeniden Okumak: Dijital Etnografi Çağında Sembolik Etkileşimcilik", *Moment Dergi*, 4(1): 135-154.
- Tsoukas, H&Chia, R. (2013). Felsefe ve Örgüt Teorisi. *Research in the Sociology of Organizations*, Vol:32.



September 21-23, 2017 Uşak

Conflict Resolution as a Way of Managing International Disputes

Abstract

Barış ADIBELLİ⁷⁹, Hazal ARSLAN⁸⁰

Abstract

Conflict is a universal feature of society. It can arise from economic differentiation, cultural differences, political disputes, social challenges and psychological or sociological diversities. These underlying issues create two or more parties with mutually incompatible goals. The attitudes and behaviors of these parties set the intensity of the dispute as it escalates and de-escalates. There was a need for new ideas to protect peace around the world, after the destruction of two world wars and the emergence of the Cold War. Therefore studies of war, peace and national security became more common during the 1950s. As a defined field of study, Conflict Resolution was established during the 1950s and 1960s as an interdisciplinary field that has ties to international relations, political science, sociology, psychology and economics.

This paper presents the motives and needs behind the establishment of Conflict Resolution as a discipline and its applications as a tool for managing international disputes. National and international conflicts, regardless of their extensiveness, started to have outcomes and repercussions that reach beyond the conflicting parties with the globalization of the world. Hence the use of conflict resolution as a tool for solving or managing conflicts became a widespread practice in international politics. In this context, applications of arbitration, mediation and negotiation, as the key methods of conflict resolution, will be discussed and the efficiency of these methods in international conflicts will be examined.

Key words: Conflict, Conflict Resolution, Peace Studies, International Disputes, International Relations

⁷⁹ Assist.Prof.Dr., badibelli@yahoo.com, Dumlupınar University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and International Relations.

⁸⁰ Res. Assist., hazal-arslan@hotmail.com, Dumlupınar University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and International Relations.



September 21-23, 2017 Uşak

Input-Output Analizi Yöntemiyle Türkiye’deki Yüksek Teknoloji Yoğun Endüstrilerin Değerlendirilmesi

Abstract

Vildan Saba AKTOP⁸¹

Özet

Küresel rekabet ortamında üretimin ve katma değerın yüksek ve orta-yüksek teknolojinin daha yoğun kullanıldığı endüstrilerde gerçekleşmesi ülkelerin rekabet avantajı kazanmasında ve bu avantajı sürdürmesinde hayati bir öneme sahiptir. Ancak Türkiye düşük ve orta-düşük yoğun teknoloji ürün üretimine yoğunlaşmakta ve istihdamının büyük bir kısmı bu alanda sağlanmaktadır. Yüksek ve orta-yüksek teknoloji malların üretiminin sınırlı olması nedeniyle yurtiçi talep, ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Bu durum ülkenin dışa bağımlılığını artırmaktadır. Dolayısıyla Türkiye’nin teknolojik yapısının bir değişim sürecine girmesi gerekmektedir. Bu yapısal dönüşümü sağlamak için sektörler arası ilişkilerin ve ekonomik yapının ortaya konularak ekonominin bu yönde planlanması gerekmektedir.

Girdi-çıkıtı(input-output) analizi, sektörlerin birbirleriyle olan ilişkilerinin incelenmesi ve ekonomik yapının ortaya konulmasını anlamında tutarlı bir çerçeve sunmaktadır. Girdi-çıkıtı analizi kapsamında ileri ve geri bağlantı etkileri araştırılarak endüstriler arası ilişkilerin büyüklüğünün saptanması ve sektörel olarak yatırım ve teşvik stratejileri belirlenmesi mümkün olmaktadır. Girdi-çıkıtı analizi, her bir sektörün üretimlerini gerçekleştirmeleri için diğer sektörlerden ara girdi temin ettiği ve ürettikleri mal ve hizmetlerin diğer sektörler tarafından satın alındığı, yani endüstriler arasında dolaylı ve doğrudan bağlantıların olduğu mantığına dayanır. Bu çalışmada yüksek teknoloji yoğun endüstrilerde gerçekleşen üretimin ve katma değerın rekabet avantajı yaratmadaki önemli rolünden yola çıkılarak TÜİK’ten elde edilen 2012 yılına ait girdi-çıkıtı tablosu kullanılarak yüksek teknoloji sınıflandırmasına giren endüstrilerdeki üretim, diğer sektörlerle olan ilişkiler, istihdam yaratma kapasiteleri girdi-çıkıtı(input-output) analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girdi-Çıkıtı Analizi, Sektörel Planlama, Yüksek teknoloji Yoğun Endüstriler

⁸¹ Araştırma Görevlisi, saktop@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Teorisi Anabilim Dalı



September 21-23, 2017 Uşak

Determination of Factors Affecting Personal Satisfaction in Health institutions Using Hospital Management Information Systems

Abstract

Hasbiye DİZMAN⁸²

Abstract

Different health policies have been determined in the health sector in our country since the republican period, but some of them have been put into practice and others have not been put into practice. In 2003, the Ministry of Health initiated new applications with the project of health transformation. When these applications are expressed in two chapters, the use of Management Information systems in health institutions and the reorganization of health services can be expressed.

The use of technology and software products in health institutions, that is, the use of Hospital Management Information Systems, can be said to be very important in terms of quality of work, in terms of patient satisfaction and staff satisfaction. The hospital management information system can be defined as the fulfillment of services by using computers (software and hardware) and internet technology during the financial, administrative and medical separation of tasks during the presentation of products and services.

It is important to determine the factors affecting employee satisfaction in healthcare institutions using hospital management information systems. Because staff satisfaction in the presentation of health services will directly affect the efficiency and efficiency of the staff. For this purpose, 140 face-to-face surveys were conducted with health personnel working in different illnesses in Turkey. In this study, data analysis was carried out using SPSS v.24 according to a two-step methodology. The first step is to test the reliability of the scales used. The second step was to determine the structural model and factors by performing factor and correlation analysis. Cronbach alpha, a common method used to measure the reliability and internal consistency of the scale, was used. According to this, Cronbach alpha is 0,960 and the 24 questions on the scale show that they express a whole with a homogeneous structure at a good level. The Kaiser Meyer Olkin test was used to determine if the data set was appropriate for factor analysis. Kaiser Meyer Olkin test value greater than 0,636 > 0.50 showed that the set was suitable for factor analysis.

Four factors were reached in the results of the factor analysis. These factors; Education, motivation and satisfaction, saving and communication.

This study will be evaluated in the model of structural equilibrium.

Key Words: Hospital Management Information Systems, Hospital Management Information System Modules, Factors Affecting Staff Satisfaction.

⁸² Lecturer, Dumlupınar University Gediz Vocational school of higher education, hasbiye.dizman@dpu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

The Measuring The Attitudes And Perceptions Of Consumer Regarding Corporate Social Responsibility Activities Applied By Businesses

Abstract

Necla KUDUZ⁸³

Abstract

The concept of Institutional Social Responsibility, which emerges in 1990s', and begins to be widely used in OECD countries, or responsibility of business is that, in its the most general state, a business carries out the activities of production, marketing, and all other activities toward all stakeholders it is in relationship with in compatible with ethical values and with responsibility conscious. Especially environmental problems, upon that social problems expecting solution such as unemployment and poverty gradually grow, the responsibilities of government as well as businesses have also increased. Although concept has different meanings for different sectors and different groups, the point made consensus on is that in global economy, large duties, beside creating employment, fall to businesses and that they support the sustainable development with institutional social responsibility activities. In general, it is known that the final aim of business to make profit; that their responsibilities have toward shareholders; and that the aim of financial management is to maximize the value of shareholder. However, beside these aims, it is gradually accepted that the only aims of businesses are not to make profit in both academic and business world. In short, the aim of businesses, beyond only making profit, is to provide high quality goods and services for consumers; wage for employees, and income for shareholders; and to produce solutions to the social and environmental problems to protect values.

With this study aiming at attracting attention to institutional social responsibility activities, it was attempted to make an examination on consumer attitudes and behaviors toward social responsibility campaigns and businesses carrying out these campaigns. In the research section of the study, in order to measure the attitudes and behaviors of consumers related to institutional social responsibility campaigns, survey questions, prepared by utilizing the studies previously carried out on the questionnaire, were applied to the consumers living in the center of the province Uşak and the consumer attitudes and perceptions were discussed, dealing with in the light of literature. In the study, population is the consumers in the centrum of the province Uşak. In order to be able to reach the sample that is suitable for population, method of judgment sampling and it was applied to the consumers living the centrum of the province Uşak and the result of the study was evaluated.

Keywords: Social Responsibility, Corporate Social Responsibility, Consumer Behavior.

⁸³Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, necla.kuduz@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Tersine Lojistikte Homojen Araç Filoları İçin Eş Zamanlı Dağıtım-Toplamalı Araç Rotalama Problemi Uygulaması

Abstract

Bilge MEYDAN⁸⁴

Özet

Gelişen dünyada küreselleşmeye bağlı olarak teknolojik ve ekonomik gelişmeler, rekabet ortamını daha zorlu bir hale getirmiştir. Bu sebeple ürettiği mal ve hizmeti müşterilerine ulaştırmak isteyen işletmelerin tedarik zinciri yönetimi rekabet ortamında eskisinden de önemli bir hal almıştır. İyi bir tedarik zinciri yönetimi ile işletmeler, ürünlerinin dağıtımında kullandığı araçları etkin kullanmayı ve dağıtım sürecinde kat edilen yoldan tasarruf etmeyi hedeflemektedir. Tedarik zincirini iyi yöneten işletmeler, lojistik maliyetlerinden kazanılan para ve zamanın yanı sıra müşteri memnuniyetini de katma değer olarak kazanmış olacaktır.

Tedarik zinciri yönetiminde rotalama ile ilgili sorunlar; Araç Rotalama Problemleri (ARP veya Vehicle Routing Problem: VRP) kapsamına girmektedir. Bu problemlerde; belirli bir veya birden fazla bölgeye konumlandırılmış depodan başlayarak; araç kapasite kısıtını aşmayacak şekilde müşterilerin taleplerini karşıladıktan sonra tekrar başladığı depoya geri dönen araçların kat ettikleri toplam yolun minimize edilmesi ile ilgili problemlerdir. Bu problemlerde amaç; eldeki araç sayısını etkin kullanarak, müşteri taleplerini en uygun şekilde ve düşük maliyetle karşılamaktır.

ARP'nin işletmelerin yapısına ve faaliyetlerine göre, farklı ihtiyaçlar için kullanılan özgün türlerivardır. ARP'nin diğer türlerinde (Kapasite Kısıtlı ARP, Bölünmüş Dağıtımli ARP, Zaman Pencereci ARP, Çok Depolu ARP) araçlar bir depodan başlayarak, belirli olan noktalar arası yayda, maliyeti minimize edecek bir rota boyunca, yaydaki noktalara talep miktarınca teslimat yapıp tekrar depoya dönmektedir. Ancak araç rotalama probleminde mal teslim edilecek noktalardan gönderim de yapılabilmesini kapsayan tersine lojistik kavramı; Dağıtım-Toplamalı Araç Rotalama Problemleri (VRPDP) modelinin geliştirilmesini zorunlu kılmıştır.

Dağıtım-Toplamalı Araç Rotalama Problemleri modeline; geri dönüşümlü ürünlerin dağıtımının ve toplamasının yapılmasında (depozitolu plastik ve cam ürünleri) veya hem yüklemenin hem dağıtımın ulaşılan her noktada yapılması gerektiği durumlarda (kargo taşımacılığı, yolcu taşımacılığı) ihtiyaç duyulmaktadır. Burada tedarik zincirindeki noktaların teslimat ve toplama olması durumu ortaya çıkmaktadır. Eğer müşteriler sadece iade ya da sadece teslimat isterse *tek talep*, müşteriler hem iade hem teslimat işlemini aynı noktadan eş zamanlı olarak gerçekleştirmek isterse *kombine talep* doğmaktadır. Tek talep olduğu durumda mutlaka tüm teslimatlar bir rota doğrultusunda yapıp, ardından iadeler ayrı bir turda toplanmalıdır. Kombine talepte ise teslimat ve iade sevkiyatı aynı nokta için aynı araçta, eş zamanlı gerçekleşmektedir.

Bu çalışmada, 12 şehri kapsayan tersine lojistik ağına sahip bir işletme için, hem dağıtım hem toplamanın aynı anda gerçekleştirilmesinden doğan kombine talep doğrultusunda eş zamanlı dağıtım ve toplama sevkiyatı yapan araç filosu için en uygun rota çizilmek istenmiştir. Bu sayede uğranan her şehirde araçların kapasitesini aşmayacak şekilde dağıtım ve toplama işlemini en etkin şekilde yapabilmesi hedeflenmiştir. Çizilen bu rota ile alınan toplam yolun minimizasyonu sağlanmıştır. Bu çalışma için Eş Zamanlı Dağıtım-Toplamalı Araç Rotalama Problemleri modeli kullanılmıştır. Matematiksel model Python programlama dilinde kodlanarak, Gurobi çözücüsü ile çözülmüştür. Yapılan bu çalışma, küçük bir uygulama ile tersine lojistik

⁸⁴ Araştırma Görevlisi, Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, bilgem@hacettepe.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

ağına sahip kargo Şirketleri, depozitolu plastik ve cam ũrũnleri dağıtıcıları, yolcu taşıma firmaları işin etkin araş kullanımının ve en uygun rotalamanın nasıl yapılacağını gŕsteren bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tersine tedarik zinciri yŕnetimi, Araş Rotalama Problemleri, EŞ Zamanlı Dağıtım-Toplamalı ARP.



September 21-23, 2017 Uşak

Kamu Yönetiminde Yönetişim Kavramı ve Irak'ta Bölgesel Yönetimler Alanındaki Uygulama Şekli

Abstract

Mudhaffar M. NOORI⁸⁵

Özet

Irak'ta 2003'ten bu yana yeni dönem başlamıştır. Uzun süredir Irak, yeni anayasasında değişiklikler yapmayı planlayarak merkezi ve yerel yönetimler konusunu tartışmaya sunmuştur. Tartışmaların büyük bölümü insan haklarının geliştirilmesi, demokrasinin ve hukuk devletinin güçlendirilmesi konularına odaklanmıştır. Demokrasi, en genel tanımı ile halkın kendi kendini yönetmesidir anlayışı üzerinde durmuştur. Ancak tüm toplum fertlerinin yönetime katılması nüfus ölçeği göz önüne alındığında mümkün olamamaktadır. Bu nedenle “temsili demokrasi” denilen ve halkın yönetim hakkını seçtikleri temsilciler eli ile kullandıkları yöntem genel uygulama olarak benimsenmiştir. Bu tartışmalarda, insan haklarının somutlaştırılmasında hukuk devletinin güçlendirilmesinde devlet mekanizmasının yürütme ayağı göz ardı edilmemesi için, yürütme erkinin en önemli aracı olan kamu yönetiminin yapısı, görev ve sorumlulukları konuları gündeme getirilmiştir.

Bir süredir Kuzey Irak Kürt bölgesinin Anayasa gereği uygulamaya koyduğu bölge yerel yönetim uygulanması, ile birlikte bölgede yerinden yönetim hakkı ortaya konulmuştur. İnsan haklarına dayalı, demokratik bir hukuk devletinin hayata geçirilmesi için kamu yönetiminin nasıl yapılması gerektiği konusunun tartışılması gündeme getirilmiştir. Ancak Kuzey Irak Bölge Yönetiminin idari bağımsızlık uygulamaları, kamu yönetiminin bütünün yeniden yapılandırılması tartışmasını bölgesel bağımsız yönetim odağına çekmesi gerçeğini de beraberinde getiriyor Kanunun bölgesel bağımsızlık söylemi ile gündeme gelmesinin bir başka sakıncası da, bu alanın rasyonel bir tartışma yerine ideolojik spekülasyonlar içinde yozlaştırılması olasılığıdır. Bu kadar sınırlı bir irade beyanının demokratik kültürün gelişimi ve kurumların bu kültür çerçevesinde şekillenmesinde yetersiz kalması sebebi ile bu sefer yeni açılımlar aranmış ve adına “katılımcı demokrasi” denilen kavram geliştirilmiştir

Anahtar Kelimeler: Bölgesel Yönetim, Kamu Yönetimi, Yerel Yönetim.



September 21-23, 2017 Uşak

The Effects Of Financial Inclusion On Poverty

Abstract

Recep YORULMAZ⁸⁶

Abstract

There were 1.2 billion people living on less than \$400 per year around the world in 1998. The poorest share of the population in an average economy was receiving less than 6% of the GDP in the 1990s. Meanwhile, more than half of the world was living on less than \$2 a day. Hence, approximately, one billion people lived on less than \$1 a day in 2001. However, the poverty gap is decreasing each year. Evidence shows that the income growth of the poorest segments was greater than the average GDP growth in countries with well-developed financial systems, between the periods from 1980 to 2000 (Beck, Demirguc-Kunt, and Levine, 2004). For the past three decades, there have been four billion people considered as financially excluded. In other words, four billion people live without an account at formal financial services and they do not even have access to these services (Chibba, 2008c). The common reasons for financial exclusion are lack of enough money to use for the expenses of banks and accounts, as well as the physical distance of bank branches. Financial and social exclusion are considered among the several causes of poverty. Lack of access to financial services, such as not having a bank account or credit, or not saving, which in turn leads to lack of investment in physical capital and finally, low or no investment, reduces the productivity and eventually leads to lack of welfare in an economy (Honohan, 2006; Claessens, 2005).

Microfinance is politically considered as redistribution and emergence of a new self-investment opportunity tool to reduce poverty. Furthermore, leading MFIs in the world such as Grameen Bank of Bangladesh and the BKKs of Indonesia have financially better outcomes than general mainstream banks in terms of credit recovery rates in the same country (Christen et al., 1994; Robinson, 1996). However, unlike to all evidences on the positive impacts of microfinance for participants, the total benefit on general poverty levels in the economies tend to be small. This is because the scales of transactions of microfinance institutions are not big enough to improve aggregate poverty in the economy. Moreover, since these institutions are in common low-income economies, where low economic growth exists, increase the rates of borrowing cause only incomes redistribution among people rather than further economic growth for the economy (R. Khandker, 2005).

Despite numerous studies that both empirically and theoretically examine the association between financial development and poverty, the studies investigating the effect of financial inclusion and poverty reduction are rare in the literature. Thus, this study aims to fill this gap by examining the association between financial inclusion as access from both commercial banks and other financial institutions separately and poverty reduction. Adopting Beck et al. (2004)'s specifications, this paper empirically assesses the association between financial inclusion and poverty reduction, using the constructed indices as a proxy of financial inclusion with a panel data from 143 developing and developed countries using IV estimation model for the period 2004 to 2011. Unlike previous studies, it examines access indicators from other financial institutions such as micro finance institutions, cooperatives and post offices as the second proxy of financial inclusion in the models to assess their impact on poverty. The results suggest that broader access to financial services, from conventional banks to other financial institutions such

⁸⁶Assistant Prof. Dr., AfyonKocatepe University (rcpyrlmz@gmail.com)



September 21-23, 2017 Uşak

as microfinance institutions, have significant effects on poverty reduction. It provides evidence that the constructed financial inclusion index is a good source to measure the extent of financial access while examining the impact of financial access outreach on specific poverty measures to eliminate involuntary financial exclusion. All these results are robust to controlling for reverse causality and simultaneity bias⁸⁷.

Key Words: Financial Inclusion, Microfinance, Poverty, IV Estimation Model, and Panel Data.

⁸⁷Portions of this work were presented and published in thesis form in fulfillment of the requirements for the PhD for Recep Yorulmaz from the University of Sheffield.



Technology Based Growth: Does R&D Boost Employment In China?

Extended Abstract

Antonio CRUPI⁸⁸, Fabrizio CESARONI⁸⁹, Maria Cristina CINICI⁹⁰, Valeria SCHIFILLITI⁹¹

1. Overview

Since decades innovation has been gaining a more relevant role in regional studies where it is conceived as a way to enhance economic development at national and regional levels (Freeman, 2002; Lundvall, 1992; Nelson, 1993). The combination of geographical spatiality and innovation has been discussed from many points of view but its effect on employment are still controversial (Buerger et al., 2012). In this study we offer a contribution in this direction.

2. Literature and The Rationale of The Study

Regional innovation systems (RIS) have established themselves as one of the most common instruments for the investigation of innovation activities within a specific geographic context (Chung, 2002; Cooke, 2001). According to Fritsch (2002), RIS are characterized by the combination of different actors at institutional and private levels. The knowledge flows through the system according to the capacity of these actors to interact with each other (Baglieri et al., 2014). On the ground of these premises, the aim of this paper is to investigate the relationship between innovation, R&D expenditure and employment within regional innovation systems.

Prior studies have investigated the interdependencies between innovation and employment at the firm level (Coad and Rao, 2007; Greenan and Guellec, 2000; Smolny, 2003) as well as at the industry level (Antonucci and Pianta, 2002; Evangelista and Savona, 2003). However, so far the effects of innovation on employment at the regional level have been largely ignored by prior literature.

From a policy perspective, following the regional innovation system approach and investigating the interactions between the different categories, the most remarkable relationship, in order to conduct a research study, is undoubtedly that between employment and innovation.

Thus this paper tests the relationships between innovation and employment in the Chinese context, which is characterized by a few peculiarities that make it different from other advanced economies. Mainly, from the technology development point of view, in the last decades China has experienced an exceptional increase of patent applications. Indeed, such an increment is the result of unique interactions between national and regional governments, universities, and domestic and foreign firms (Liu and White, 2001). Moreover, the Chinese system can also be considered unique in terms of connections between the private and the public sectors.

⁸⁸Ph.D. student, crupi.antonio@unime.it, University of Messina, Department of Economics, Italy, **Primary presenter & Contact Person.**

⁸⁹Associate professor, fcesaroni@unime.it, University of Messina, Department of Economics, Italy.

⁹⁰Assistant professor, mcinici@unime.it, University of Messina, Department of Economics, Italy.

⁹¹Ph.D. student, vschifilliti@unime.it, University of Messina, Department of Economics, Italy.

3. Methodology

Empirical evidence of the relationship between innovation, private R&D expenditure and employment in Chinese regional innovation systems is based on data collected from the Chinese National Statistical Bureau and organized in a balanced panel data base. The unit of observation is a single Chinese region. Data cover a time range from 1996 to 2015.

The empirical estimation has been performed by means of a two stage least square model. The regressions have been run adopting alternatively, as dependent variable, the number of the employees per region and the average wage of employees in the urban areas inside the region. We considered as instrumental variable the number of patents accepted by the regional patent offices. In our model, the number of patents is influenced by the number of higher institutions within the region, the level of public R&D expenditure financed by the local government, and the level of private firms' R&D expenditure.

As reported in Table 1, results of the first stage regression prove that the level of private and public R&D expenditures heavily influence the number of patents registered at the regional level. The second stage regression (Table 2) highlights the direct influence of patents on the regional level of employment (model 1) as well as the increase in the level of regional monthly wages (model 2). Overall, both models confirm the direct influence of both private and public R&D expenditures on employment and retribution growth.

4. Conclusions

The findings of this study contribute to the research field on regional development by analyzing the singular relationship between public and private sectors and the impact of the innovation activity of Chinese organizations on local economic development. It offers clear policy suggestions by emphasizing the relevant role that technology development has on regional wealth. Furthermore, it suggests that private investments are key in this direction, especially if complemented with public investments in Science and Technology. Further investigation is needed to explore the complementary effect between private and public intervention.

Tables

Table 1

First Stage Least Square		
Variable	(1) Patents	(2) Patents
lnGRP	1.31 (0.193)	1.31 (0.193)
FDI	1.64 (0.104)	1.64 (0.104)
R&Dpriv	7.48*** (0.000)	7.48*** (0.000)
Hedu	-1.05 (0.297)	-1.05 (0.297)
S&Texp	3.93*** (0.000)	3.93*** (0.000)
Obs.	217	217
F	(5,181) 136.30	(5,181) 136.30

* p<0.10; ** p<0.05; *** p<0.01

Table 2

Second Stage Least Square		
Variable	(1) Empl	(2) Wage
Patents	7.95*** (0.000)	8.11*** (0.000)
lnGRP	0.82 (0.414)	3.30*** (0.001)
FDI	-0.53 (0.596)	3.25*** (0.001)
Obs.	217	217
F	(30,183) 32.41	(30,183) 16.02

* p<0.10; ** p<0.05; *** p<0.01



References

- Antonucci, T., Pianta, M., 2002. Employment Effects of Product and Process Innovation in Europe. *Int. Rev. Appl. Econ.* 16, 295–307. doi:10.1080/02692170210136127
- Baglieri, D., Cesaroni, F., Orsi, L., 2014. Does the nano-patent “Gold rush” lead to entrepreneurial-driven growth? Some policy lessons from China and Japan. *Technovation* 34, 746–761. doi:10.1016/j.technovation.2014.07.009
- Buerger, M., Broekel, T., Coad, A., 2012. Regional Dynamics of Innovation: Investigating the Co-evolution of Patents, Research and Development (R&D), and Employment. *Reg. Stud.* 46, 565–582. doi:10.1080/00343404.2010.520693
- Chung, S., 2002. Building a national innovation system through regional innovation systems. *Technovation* 22, 485–491. doi:10.1016/S0166-4972(01)00035-9
- Coad, A., Rao, R., 2007. The employment effects of innovations in high-tech industries. *Ind. Corp. Chang.* 10, 945–974. doi:10.1093/icc/10.4.945
- Evangelista, R., Savona, M., 2003. Innovation, employment and skills in services. Firm and sectoral evidence. *Struct. Chang. Econ. Dyn.* 14, 449–474. doi:10.1016/S0954-349X(03)00030-4
- Freeman, C., 2002. Continental, national and sub-national innovation systems—complementarity and economic growth. *Res. Policy* 31, 191–211. doi:10.1016/S0048-7333(01)00136-6
- Fritsch, M., 2002. Measuring the Quality of Regional Innovation Systems: A Knowledge Production Function Approach. *Int. Reg. Sci. Rev.* 25, 86–101. doi:10.1177/016001702762039394
- Greenan, N., Guellec, D., 2000. Technological Innovation and Employment Reallocation. *Labour* 14, 547–590. doi:10.1111/1467-9914.00146
- Liu, X., White, S., 2001. Comparing innovation systems: a framework and application to China’s transitional context. *Res. Policy.*
- Lundvall, B., 1992. *National Systems of Innovation* (London: Pinter).
- Links. Nelson, R., 1993. *National innovation systems: a comparative analysis.*



September 21-23, 2017 Uşak

Smolny, W., 2003. Innovations, Prices and Employment: A Theoretical Model and an Empirical Application for West German Manufacturing Firms. *J. Ind. Econ.* 46, 359– 381. doi:10.1111/1467-6451.00076



September 21-23, 2017 Uşak

Irak Cumhuriyeti'nde Bölgesel 2008 Kanunu Gereği Yerel Yönetimlerin Oluşturulması ve Yerel Yönetim Reformu

Abstract

Mudhaffar M. NOORI⁹²

Özet

Bu çalışma, Irak'taki küçük ölçekli yerel yönetim sorunu ve bu sorunun çözümü ile ilgili son zamanlarda yapılan 2008 yasal ve idari düzenlemelerin analizine odaklanmaktadır. Avrupa'daki çeşitli ülkelerde özellikle 1960'lı yıllarından sonra yapılan yerel yönetim ve belediyeleri birleştirme reformları sonucu, 5.000 nüfusun altındaki yerel meclis ve belediye sayılarında radikal düşüşler sağlanmıştır. Irak'ta ise küçük ölçekli yerleşim birimlerinde ayrı bir yerel yönetim birimi olan köy yönetimi bulunmasına rağmen, yerel yönetimlerin büyük çoğunluğunun nüfusu 5.000'in altındadır. Kırsal alandaki dağınık yerleşme ve bunun idari yapıya doğrudan doğruya yansımaları nedeniyle, 35.000'in üzerindeki yerleşmede köy yerel yönetimi vardır. Yaklaşık 2.000 yönetim meclisinin nüfusu ise 5.000'in altındadır. Çalışmada Irak'taki yerel yönetimlerin büyüklüğü ve parçalanmışlığı çeşitli veriler yardımıyla sorgulanmakta ve yerel meclislerin kuruluş süreci analiz edilmektedir. Çalışmada küçük ölçekli meclisler sorununun çözümüne yönelik yapılan yasal düzenlemeler ve bu düzenlemelerin etkileri ele alınmaktadır.

Anahtar kelimeler: Yerel meclislerin büyüklüğü, parçalanma endeksi, yönetim reform

⁹²University of Duhok / Faculty of Administration and Economics Science, E-mail: mmkervanci@yahoo.com



September 21-23, 2017 Uşak

Felsefe ve Din Düalizmi Bağlamında İslami İlimler Fakültesi Öğrencilerinde Felsefi Perspektivizm

Extended Abstract

Serdar SAYGILI⁹³, Mahmut AVCI⁹⁴, Nurullah DENIZER⁹⁵

1.Giriş

İnsan, kendi varlığının/varoluşunun farkındalığını anlamaya çalıştığı günden günümüze kadar geçen uzun zaman süreci içerisinde kendi neliğini kendisi için bir araştırma konusuna dönüştürmüştür. İnsan kendi neliğini anlama, açıklama ve yorumlama sürecinde kendine dönük olarak ‘İnsan olmak ne anlama gelmektedir?’, ‘İnsan sadece biyolojik bir canlı mıdır?’, ‘İnsanın transandantal amacı var mıdır?’, ‘İnsan diğer canlılardan üstün canlı mıdır?’, ‘İnsan neden ölümlü canlıdır?’, ‘Ölümden sonra hayat var mıdır?’, ‘Ölüm insan için bir son mudur?’, ve ‘İnsan için yaratıcı var mıdır?’ gibi sürekli sorular sorma eğiliminde olmuştur. İnsan, kendine ve yaşadığı kâinata dönük olarak sorduğu sorular çerçevesinde kendi varlığının özünü ortaya çıkarmaya ve kendi neliğini bir bütün olarak anlamaya çalışmıştır. İnsan anlama sürecinde bilim, sanat, felsefe, din gibi birbirinden farklı disiplinler/bilgi türleri meydana getirmiştir. Bu bilgi türlerinden/disiplinlerden özellikle felsefi bilgi ve dini bilgi diğer bilgi türleri/disiplinlere kıyasla insan/toplum yaşamında daha merkezi bir konumda olmuşlardır.

İnsan/toplum yaşamında önemli konumda olan felsefi bilgi ve dini bilgilerin gelecek nesillere aktarıldığı kurumlardan birisi İslami İlimler Fakülteleri olarak adlandırılmaktadır. İslami İlimler Fakültelerinde okutulmakta olan felsefe dersleri günümüze kadar tartışma konusu olagelmıştır. Oysa İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin dinkonusunda sadece ezbere dayalı yüzeysel bilgilere sahip olmaları doğru değildir. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin bireysel ve toplumsal ihtiyaçlaracevap verebilmeleri kendi alanları ile ilgili konularaplüralist bir paradigmadanbakabilmelerini gerektirmektedir. Böylece felsefe, İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin kendini, toplumu ve dünyayı doğru biçimde anlayarak, yaşadığı topluma doğru biçimde aktarmalarına önemli bir imkânsağlayabilir.

İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin felsefe öğrenmenin değerine ilişkin yaklaşımlarınıdeğerlendirmek amacıyla yapılan bu çalışma yapılmıştır. Araştırma sürecinde elde edilen verilerin, felsefe alanı ile ilgili derslerin önemi noktasındaki tartışmaların tutarlı bir platformda yapılmasına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin felsefeye yönelik yaklaşımlarını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada nicel araştırma tekniklerinden biri olan anket kullanılmıştır. Anketten elde edilen veriler yorumlanırken, öğrencilerle bire bir ya da toplu halde yapılan görüşmelerde edinilen izlenimlere de yer verilmiştir.

2.Yöntem

⁹³ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü, Sistematiik Felsefe ve Mantık Anabilim Dalı, serdar.saygili@usak.edu.tr

⁹⁴ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Felsefe ve Din Bilimleri Bölümü, İslam Felsefesi Anabilim Dalı, mahmut.avci@usak.edu.tr

⁹⁵ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, Temel İslam Bilimleri Bölümü, Hadis Anabilim Dalı, nurullah.denizer@usak.edu.tr



İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin felsefe alanına yönelik yaklaşımlarına ortaya koymayı amaçlayan bu araştırma tarama modeline göre yapılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin, felsefenin değeri ve felsefe öğrenmenin bireye sağlayacağı katkı alanları ile ilgili görüşlerini ortaya koymak üzere bizzat araştırmada görev alan bilim adamları tarafından anket formu hazırlanmıştır. Anket formu beşli likert tipi ölçeğe göre hazırlanmıştır. Anket formundaki veriler SPSS 21.0 paket programında analiz edilmiştir.

Bu araştırmanın temel problemini, “İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin felsefe alanına yönelik yaklaşımları nedir?” sorusu oluşturmaktadır. Bu temel problem bağlamında şu sorulara cevap aranmıştır:

1. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin felsefenin değerine ilişkin yaklaşımları nedir?
2. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin Felsefe öğrenmenin bireye sağlayacağı katkıya ilişkin algıları nedir?
3. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin Felsefe alanına yönelik yaklaşımları cinsiyet değişkenine göre anlamlı ölçüde farklılaşmakta mıdır?
4. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin Felsefe alanına yönelik yaklaşımları okumakta oldukları sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı ölçüde farklılaşmakta mıdır?
5. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin Felsefe alanına yönelik yaklaşımları mezun oldukları lise türü değişkenine göre anlamlı ölçüde farklılaşmakta mıdır?
6. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin Felsefe alanına yönelik yaklaşımları okumakta oldukları bölüm değişkenine göre anlamlı ölçüde farklılaşmakta mıdır?
7. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin Felsefe alanına yönelik yaklaşımları fakülte not ortalamalarına göre anlamlı ölçüde farklılaşmakta mıdır?
8. İslami İlimler Fakültesi öğrencilerinin Felsefe alanına yönelik yaklaşımları İslami İlimler Fakültesi programında felsefe alanı ile ilgili dersleri gerekli görme durumlarına göre anlamlı ölçüde farklılaşmakta mıdır?

3.Sonuç

Yapılan araştırmada, İslami İlimler fakültesi öğrencilerinin büyük bir bölümünün (% 65) felsefenin değeri ve felsefe öğrenmenin bireye yapacağı katkı konusunda olumlu bir yaklaşıma sahip olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin yaklaşık % 10'luk bir kesiminin felsefeye yönelik yaklaşımlarının oldukça olumsuz olduğu, % 20-25 arası bir kesiminin ise söz konusu alanda kararsız bir tutum sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Felsefeye yönelik çok olumsuz yaklaşıma sahip öğrencilerin tamamına yakınının birinci sınıfta okumakta olan erkek öğrencilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Bu öğrencilerle yapılan görüşmelerde felsefe karşıtlıklarını temellendirirken daha çok dini gerekçelere başvurdukları gözlemlenmiştir. Ayrıca bu öğrencilerin genel olarak benzer özelliklere sahip yerleşim bölgelerinde doğup büyüdüğüleri tespit edilmiştir. Buradan hareketle onların, felsefeye yönelik olumsuz tutum geliştirmelerinde doğup büyüdüğüleri ortamın sosyo-kültürel özelliklerinin de etkili olduğu sonucuna varılabilir.

Anahtar Kelimeler: Felsefe, Din, Toplum, Eğitim, Hakikat



September 21-23, 2017 Uşak

Kaynakça

- Aristoteles.(2010).*Metafizik*. (Çev.) Arslan, A., İstanbul: Sosyal Yayıncılık.
- Aydın, H. (2002). “İslam Dünyasında Bilim ve Felsefe: Yükseliş ve Duraklama”. *Bilim ve Ütopya Dergisi*, 94-95.
- Bayraktar, M. (2001).*İslâm Felsefesine Giriş*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Bingöl, A. (2011). “Milli Kültürümüz Açısından Hayatımızın Üç Temel Olgusu: Din, Felsefe ve Bilim Geleneğimiz”,*Türk Yurdu Dergisi*, 31 (283): 93-100.
- Gündoğan, A, O.(1993).“Filozof ve Felsefe Hakkında”, *Felsefe Dünyası Dergisi*, 10: 40-45.
- Keklik, N. (1987). *Felsefenin İlkeleri*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Küyel, M, T. (1976).*Türkiye’de Cumhuriyet Döneminde Felsefe Eylemi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları.
- Öner, N. (1999).*Felsefe Yolunda Düşünceler*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Topçu, N. (2008).*İslam ve İnsan, Mevlana ve Tasavvuf*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Türer, C. (2003). “Whitehead’in Tabiatçı Teizmi:Din ve Bilimin Uzlaştırılması”,*Felsefe Dünyası Dergisi*, 37: 43-62.
- Ural, Ş. (2014). “Akıl ve İnanç”. *Akademide Felsefe Hikmet ve Din*, (Ed.) Çetinkaya, A., Zonguldak: Bülent Ecevit Üniversitesi Yayınları, ss. 21-28.



September 21-23, 2017 Uşak

Havayolu İşletmelerinde Online Reklamlar ve Tüketici Tercihleri

Extended Abstract

Mehmet Tahir DURSUN⁹⁶, Serhat AYDIN⁹⁷, Elif DURSUN⁹⁸

1. Özet

Havayolu şirketlerinin satış geliştirme ve reklam çalışmaları, tutundurma stratejileri arasında yer almaktadır. Havayolu işletmeleri tarafından yapılan reklam çalışmalarını tüketiciler tarafından nasıl algılandığı ve tüketicilerin marka tercihlerinde önemli olduğu kabul edilmektedir. Tüketiciler havayolu işletmelerini tercih ederken, seyahat amaçlarına göre destinasyon, uçuş planı ve seyahat rotası belirlemektedirler.

2. Amaç: Bu çalışmanın amacı tüketicilerin reklam algısının seyahat amacına ve havayolu işletmelerinin sağladığı ürün ve hizmetler hakkında bilgi edinme kaynağına göre farklılaşmasını ortaya koymaktır.

3. Yöntem: Çalışma kapsamında havayolu kullanıcılarına ulaşmak için internet üzerinden anket tasarlanmış ve veri toplanmıştır. Araştırmada nicel yöntemler ve anket tekniği kullanılmıştır. Bu doğrultuda, soru formu, üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılara seyahat amacı ve bilgi edinme kaynaklarına yönelik sorular, ikinci bölümde reklamlara ve satış geliştirmeye yönelik tüketici algısını ölçen ve üçüncü bölümde ise demografik sorular yer almaktadır. Soru formunda yer alan ifadeler için katılım düzeyleri 5'li Likert tipi (1=kesinlikle katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=Orta düzeyde katılıyorum, 4=katılıyorum ve 5=kesinlikle katılıyorum) ölçek ile derecelendirilmiştir. Soru formunun geçerlilik ve güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla ilgili örneklem üzerinde pilot çalışma yapılmıştır. Veri toplama süreci Haziran 2017'de başlamış olup devam etmektedir. Araştırma sürecinde pilot çalışma kapsamında toplam 30 kullanılabilir anket toplanmıştır.

4. Bulgu ve Yorum: Bu çalışmada, havayolu işletmelerinin yaptıkları reklam ve satış promosyonları üzerinde tüketicilerin algı düzeyleri ortaya konmuştur. Tüketicilerin en çok seyahat, eğlence ve rekreasyon amacıyla havayolunu tercih etmekte oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, en fazla havayolu işletmelerinin internet sitelerinde ve sosyal medya reklamlarından bilgi edindikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin reklam algı faktörlerinin havayolu tercihinde etkili olup olmadığına ilişkin farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Çalışmanın hem turizm işletmeleri için reklam ve satış geliştirmede pazarlama stratejilerine hem de tüketicilerin bilinçlenmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: Reklam, Havayolu, Pazarlama, Satış Geliştirme, Tüketici Tercihleri.

⁹⁶ Araştırma Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi tahir.dursun@bilecik.edu.tr (Sorumlu Yazar)

⁹⁷ Araştırma Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi serhat.aydin@bilecik.edu.tr

⁹⁸ Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, elif.dursun@yandex.com



September 21-23, 2017 Uşak

Otel İşletmelerinde Personel Güçlendirme Uygulamaları: Akçakoca İlçesi Örneği

Extended Abstract

Arif GÜNGÖR⁹⁹, Canan ÖZGENÇ¹⁰⁰, Arzu KARAGÖZ¹⁰¹

Genişletilmiş Özet

Değişimin hızla ilerlediği iş dünyasında sürdürülebilirliği devam ettirebilmek amacıyla personel güçlendirme önem arz ederken, hizmet sektörünün faaliyette bulunan işletmeleri açısından da büyük önem kazanmaktadır. Hizmet sektörünün genel olarak insan emeğinden oluşması, çalışanın ön planda tutulması, personel üzerinde güçlendirme uygulamalarını gerekli kılmaktadır. Aniden gelişen sorunlara çalışan tarafından anında getirilen çözümün sorun üzerindeki etki derecesi, işletmelerin izledikleri personel güçlendirme uygulamalarına bağlı olarak ölçülmektedir.

Personel güçlendirme, çalışanlarda sorumluluk bilincini oluştururken bireysel olarak karar vermeyi amaçlayarak motivasyon artışını sağlar. Bunun yanında, personelin gelişimini sağlayarak karar yetkisine sahip olmasına katkı sağlar. Buna göre personel güçlendirme uygulamalarının personel üzerindeki etkisi önemli olmakla birlikte insan faktörünü önemli kılan turizm sektörüne de büyük katkılar sağlamaktadır. Personel üzerinde yapılacak uygulama koşullarının etkin ve doğru bir şekilde sağlanması gruplar için güçlü bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Personel güçlendirmeyi etkin uygulamanın yolu ise, uygulamayı sağlayan otel yöneticilerinin kendi gelişimlerini ve üzerine düşen görevleri yerine getirmeleridir.

Bu çalışmanın amacı, Akçakoca ilçesindeki otel yöneticilerinin personel güçlendirme uygulamaları üzerine odaklanılarak, güçlendirme kavramına ilişkin görüşlerini ve uygulamalarını açıklamaktır.

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Otel yöneticilerinin personel güçlendirme kavramına ilişkin görüş ve uygulamaları üzerine yapılan literatür incelemesinde Akçakoca ilçesindeki otellere ilişkin yapılmış bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu amaçla bu alandaki literatüre katkı sağlamak açısından nitel bir araştırmayapılmıştır.

Akçakoca'da personel güçlendirme uygulamaları kapsamında ele alınan 3 otel işletmesinin yöneticileri ile görüşme yapılmıştır. 4 yönetici ile yapılan görüşme sonucunda elde edilen bulgularda, otel yöneticilerinin personel güçlendirmeden anladıkları; eğitim, personeli cesaretlendirme, karar almada serbestlik tanıma, ekonomik olarak personeli tatmin etme, yönetici ve personel arasındaki işletme disiplini sağlamak olmuştur. Personel güçlendirme faaliyet ve uygulamalarına verdikleri cevap genellikle, fiyat politikasında karar verme yetkileri, müşteriye memnun edecek ölçüde inisiyatif verme yetkisi, ödül sistemi

⁹⁹Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu arifgungor@duzce.edu.tr

¹⁰⁰Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı cananozgenic94@hotmail.com

¹⁰¹Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı harzukaragoz93@hotmail.com



olmuştur. Bu bağlamda otel yöneticilerinin personel güçlendirmeye yönelik görüşlerinin ve personel güçlendirme uygulamalarının farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak; otel yöneticilerinin personel güçlendirme konusunda daha fazla bilinçlendirilip, eğitimlerle desteklenmesi gerekmektedir. Otel yöneticileri, yetenekli personelleri seçerek bu personeller üzerinde gerekli güçlendirme uygulamalarını uygulayıp bu süreci takım ruhu oluşturmaya kadar götürmelidir. Otel yöneticilerinin personel güçlendirme uygulamalarını sadece eğitim olarak görmeyerek, farklı faaliyet ve uygulamalara da yer vermesi gerekmektedir. Otel yöneticileri personel güçlendirme uygulamalarını, ilk olarak küçük takımlar halinde kurmasıyla birlikte, personeli küçük görevlerle cesaretlendirmesi şeklinde uygulamalıdır.

Anahtar kelimeler: Otel İşletmeleri, Personel Güçlendirme, Akçakoca.

Kaynakça

Aras, G. (2013), *Personel Güçlendirme Yönetiminde Güçlendirici Liderlik Davranışları Uygulaması: Kemer Bölgesi Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.

Akın, M. (2010). “Personeli Güçlendirme Algılaması, Örgüt İklimi Algılaması ve Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgüt Düzeyinde Yaratıcı Çıktılar Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29:211-238.

Akgün, E.Y. (2015), *Örgütlerde Algılanan Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık İle İlişkisi: Bir Kamu Kurumunda Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.

Bedük, A. & Tambay, A. (2014). “Personel Güçlendirme ve İtibar Yönetimi İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Alan Çalışması”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8:319-338.

Çavuş, F. M. (2008). “Personel Güçlendirme: İmalat Sanayii İşletmelerinde Bir Araştırma”, *Journal of Yaşar University*, 3(10):1287-1300.

Demirbilek, S & Türkan, U. Ö. (2008). “Çalışma Yaşamı Kalitesinin Arttırılmasında Personel Güçlendirmenin Rolü”, 10(1):47-67.

Doğan, S. & Demiral, Ö. (2007). “İşletmelerde Personel Güçlendirme Kültürünün Yaratılmasıyla Müşteri Memnuniyetinin Sağlanması”, *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12:282-303.

Ergeneli, A. & Arı, G.S. (2005), “Krizde İşten Çıkarılmaların Banka Yöneticileri Üzerine Etkileri: Örgütsel Bağlılık, Güven ve Güçlendirme Algıları”, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 60(1):121-146.

Güney, S. (2014). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayıncılık.

Seçgin, Y. & Özeyer, K. (2016). “Kontrol Odağının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü: Ankara İl Merkezindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 7(22):249-277.

Karakaş, A. (2014). “İşletmelerde Personeli Güçlü Kılma Yollarından Personel Güçlendirme”, *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11:79-105.



September 21-23, 2017 Uşak

- Küçükylmaz, A. & Duban, N. (2006). “Sınıf Öğretmeni Adaylarının Fen Öğretimi Öz-Yeterlilik İnançlarının Arttırılabilmesi İçin Alınacak Önlemlere İlişkin Görüşleri”, *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3:1-23.
- Mete, M. & Zincirkıran, M. & Tiftik, H. & Yalçınsoy, A. & Pekcan, A. (2015). “Personel Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık ve İş Memnuniyeti İlişkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi: Turizm Sektöründe Bir Araştırma”, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (12):137-156.
- Özgen, H & Türk, M. (1997). “Hizmet Sektöründe Rekabette Başarının Anahtarı: Personel Güçlendirme”, *Amme İdaresi Dergisi*, 30(4):75-86.
- Pelit, E. (2011). “Güçlendirmede Yönetici ve İş gören Algılamalarının Karşılaştırılması”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25:209-225.
- Tetik, N. (2015). “Turist Rehberlerinin Davranışsal Personel Güçlendirme Algıları Perceptions of Tourist Guides on Employee Empowerment: Behavioral Approach”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(3):407-431.
- Tekin, Y. & Köksal, D. C. (2012). Otel İşletmelerinde Personeli Güçlendirme Uygulamaları: Antalya’da Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, *Journal of Yasar University*, 25(7):4241-4267.



September 21-23, 2017 Uşak

Organizational Power Sources And Political Behaviour Models In Public Institutions: A Case From Public University

Abstract

Fatih BIYIKLI¹⁰², Belkıs ÖZKARA¹⁰³

Abstract

More or less every organization has political structure and almost all members of the organizations somehow takes place in organizational politics. On the contrary to rational view which suggest that employees perform consistent behavior to achieve common goals of the organizations, political view suggest that organizations are political arena because of its nature and its members behaves politically in a way that can not be explained by rational approaches. Because each employee make an effort to influence others at different levels and take advantage of limited sources. These efforts constructs organizational politics in which employees enter into power struggle. Organizational politics arise from the behaviors that employees desire to influence each other for different purposes. In other words at an organization in which the sources are limited, employees want to gain power and use it in order to be effective. Therefore it can be interpreted that all behaviors are politics. In this context, in the study political analysis of a public university will be made and political behaviors will be revealed based on the Morgan's (1997) Power Sources model. Data will be gathered through observation and in depth interview with organization members.

Keywords: Organizational Politics, Power Sources, Political Behavior

¹⁰²Research Asst., fbiyikli@aku.edu.tr Afyon Kocatepe University, Bolvadin School of Applied Sciences, Department of Accounting, **Primary Presenter**

¹⁰³Prof. Dr., bozkara@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe University, Faculty of Business and Administrative Sciences, Department of Business Administration, **Contact Person**



September 21-23, 2017 Uşak

Bağımsız Denetim Raporu'nun BİST 30 Şirketlerinin Hisse Senedi Fiyatı Volatilitesine Etkisi

Extended Abstract

Bade EKİM KOCAMAN¹⁰⁴, Şenol BABUŞCU¹⁰⁵, Adalet HAZAR¹⁰⁶

1.Giriş

Pay piyasasında karar verilirken en fazla dikkat edilen ve göz önüne alınan husus hisse senetlerinin fiyatlarıdır. Bu kapsamda, hisse senetlerinin fiyatlarını etkileyen unsurlar yatırımcıların bilgi sahibi olmak istediği konuların başında gelmektedir. Zira, hisse senetleri risk içeren yatırım araçları oldukları için riskten korunma ve daha fazla getiri elde edebilme noktasında hisse senedinin değerini etkileyen değişkenler önem arz etmektedir. Firmalar ile ilgili elde edilen bilginin türü ve bilginin hisse senedinin fiyatına etkisine bağlı olarak kazanç ve kayıp miktarları değişmekte olduğundan, bilginin önemi bu noktada daha da artmaktadır (Ayaydın ve Dağlı, 2012: 46).

Sermaye piyasalarında birikimlerini değerlendiren yatırımcılar karar aşamasında çeşitli veri kaynaklarını dikkate almaktadır. Halka açık şirketlerin şeffaflık ve kamuyu aydınlatma temel ilkeleri çerçevesinde gerçekleştirdikleri etkinliklerden birisi bağımsız denetim uygulamasıdır. Halka açık şirketlerin hisselerinin satın alım kararında şirketlere ilişkin geçmiş, güncel bilgilerin yanısıra gelecek beklentileri de etkili olmaktadır.

Bağımsız denetim hem firmalar, hem de firmalarla ilişkide bulunan taraflar açısından büyük önem taşımaktadır. Denetim raporları profesyonel taraflarca standart formatlarla firmanın geçmiş faaliyetleri hakkında bilgi sunarken, gelecek stratejilerinin gözden geçirilmesi açısından da önemli veri kaynağı oluşturmaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, BİST 30'da faaliyet gösteren işletmelerin bağımsız denetim raporlarının yayınlanması ile hisse senedi fiyatları arasında ilişki olup olmadığını tespit etmektir.

2.Literatür

Halka açık şirketlere ilişkin kamuya açıklanan bilgilerle hisse senedi fiyat ilişkisine ilişkin çeşitli çalışmalar bulunmaktadır.

Ball ve Brown (1968) çalışmalarında açıklanan gelir rakamlarının etkisini içerdiği bilgi ve açıklanma zamanı yönünden ölçmeye çalışmışlardır. Bu kapsamda, gelir açıklamalarının yapıldığı tarihte beklenen kâr ile gerçekleşen kâr arasındaki farkın hisse senetlerinin değerine olan etkisini ölçen çalışma yapmışlardır. Sonuçta iyi haberlerin şirket

¹⁰⁴ Arş. Gör., Başkent Üniversitesi TBF Bankacılık ve Finans Bölümü, badeekim@baskent.edu.tr

¹⁰⁵ Doç. Dr., Başkent Üniversitesi TBF Bankacılık ve Finans Bölümü, babusc@baskent.edu.tr

¹⁰⁶ Doç. Dr., Başkent Üniversitesi TBF Bankacılık ve Finans Bölümü, ahazar@baskent.edu.tr



hisselerinin piyasa fiyatını artırmakta olduğunu, buna karşılık kötü haberlerin (negatif kazançlar) ise şirket hisse senetlerinin piyasa fiyatını düşürdüğünü ortaya koymuşlardır.

Aharony ve Swary (1980) 3 aylık dönemler itibariyle yapılan kâr payı açıklamalarının firma değerini nasıl etkilediğini belirlemeye çalışmışlardır. Bu kapsamda, kar payı açıklamasından önce ve açıklama anında şirketlerin hisse senetleri değerlerini incelemişlerdir. Bir grup hisse senedi değerinin azaldığını, diğer bir grup şirketin hisse senedi değerinin yükseldiğini gözlemlemişlerdir.

Kothari ve Warner (2006) çalışmalarında toplam gelir açıklamalarına hisse senedi piyasasının verdiği tepkileri araştırmışlardır. Literatürde geçmiş çalışmalarda elde edilen bulguların aksine, toplam gelir açıklamalarına hisse senedi fiyatları belirgin (anlamlı) bir tepki vermiştir.

Efecik (2006) İMKB’de işlem gören seçilmiş Türk firmalarının kamuyu aydınlatma düzeyi ile firma değeri arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmıştır. Bu kapsamda, öncelikle İMKB’de işlem gören seçilmiş Türk firmalarının kamuyu aydınlatma düzeyleri, oluşturulan kamuyu aydınlatma endeksi kullanılarak ölçülmüştür. Kamuyu aydınlatma düzeyinin tespitinde firmaların yıllık olarak açıklamış oldukları faaliyet raporlarından, firma değerleri için ise göreceli değerlendirme yöntemi ile seçilen bazı oranlardan faydalanılmıştır. Doğrusal regresyon modeli ile yapılan analizde, firmaların kamuyu aydınlatma düzeyi ile firma değeri arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Tespit edilen pozitif ilişki, firmaların fiyat kazanç oranı, kurumsal yatırımcı oranı ve halka açık kısım piyasa değerleri ile kamuyu aydınlatma düzeyi arasında ortaya çıkmıştır.

Louhichi (2008) çalışmasında gün-içi hisse senedi verilerini kullanarak Paris Borsası'nda kazanç açıklamalarının hisse fiyatlarını nasıl etkilediğini araştırmıştır. İyi haberlere yatırımcının olumlu, kötü haberlere yatırımcının olumsuz tepki verdiğini ve etkinin 15 dakika kadar sürdüğünü ve 15 dakika içinde ortadan kalktığını tespit etmiştir. Ayrıca, iyi haberler için hisse senedi fiyatları denge noktasına kötü haberlere nazaran daha çabuk gelmektedir.

Ege ve Bayrakdaroğlu (2009) çalışmalarında İMKB 30 endeksinde işlem gören firmaların hisse senedi getirilerinin finansal oranlar ile açıklanma gücünü ve hisse senedi seçiminde finansal oranların bir seçim kriteri olup olamayacağını tespit etmeye çalışmışlardır. Bu kapsamda, firmaların 2004 yılına ait 20 farklı finansal oranı (likidite oranları, faaliyet oranları, kârlılık oranları, finansal yapı oranları, borsa performans oranları) bağımsız değişken ve nominal getirileri bağımlı değişken olarak modelde yer almıştır. Analiz sonuçlarına göre, hisse senedi getirilerini açıklamada fiyat/kazanç oranı, nakit oranı ve toplam varlıkların devir hızı oranı önemli birer bağımsız değişken olarak görülürken, literatürde büyük ağırlığı olan PD/DD (piyasa değeri/defter değeri) oranı, tahmini yapılan logit modele göre önemli bir bağımsız değişken olarak görülmemiştir. Elde edilen sonuç, firmalar ile ilgili açıklanan her türlü bilginin hisse senedi fiyatlarını etkileyebileceğini ortaya koymuştur.

Taliyev (2011) tarafından yapılan çalışmada, hisseleri halka arz edilmiş olan Rus şirketlerinin şeffaflık düzeylerini ölçmek ve kamuya açıkladıkları bilgi düzeyleri ile firma değeri/firma değişkenleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Söz konusu ilişki çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. 2009 yılı için



September 21-23, 2017 Uşak

yapılan analiz sonucuna göre şirketlerin Kamuyu Aydınlatma Endeksiyle, şirketlerin Fiyat, Piyasa Değeri, Piyasa Değeri/Defter Değeri ve Toplam Aktifler değişkenleri arasında ilişki gözlemlenmiştir. 2008 yılı için ise şirket değişkenlerinden sadece Piyasa Değeri ve Piyasa Değeri/Defter Değeri değişkenleriyle Kamuyu Aydınlatma Endeksi arasında ilişki tespit edilmiştir. Diğer değişkenler için anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Güzeldere (2014) tarafından yapılan çalışmada, hisse senetleri BİST30'da işlem gören firmaların kamuya açıklamaları ve şeffaflık uygulamaları temel alınarak, S&P şeffaflık ve kamuya açıklama metodolojisi takip edilip, kurumsal şeffaflık endeksi oluşturulmuştur. Elde edilen endeks skorları ile firma değeri temsilcisi olarak; Tobin's Q oranı, piyasa değeri/defter değeri oranı, fiyat kazanç oranı, fiyat nakit akımı oranı, fiyat satış oranı, finansal performans göstergesi olarak; hisse senetlerinin normalüstü getirisi ve faaliyet performans göstergeleri olarak; aktif karlılığı ve özsermaye karlılığı arasındaki ilişkinin varlığı araştırılmıştır. Panel veri analizinin kullanıldığı bu çalışmada, oluşturulan şeffaflık endeksi ile piyasa değeri defter değeri, aktif karlılığı ve özsermaye karlılığı arasında istatistiki olarak anlamlı ilişkiler elde edilmiştir.

Güvercin ve Demir (2015) yaptığı çalışmada kazanç açıklamaları ve şirket değeri ilişkisini BİST 100 şirketleri üzerinde 2009-2013 dönemini kapsayan zaman diliminde 78 şirket üzerinde analiz etmiştir. Çalışmada, kazanç açıklamalarının şirket değeri üzerindeki kısa dönem etkileri olay analizi yöntemiyle incelenmiştir. Beklentilerin aksine kazanç açıklaması sonrası şirket değerinin düştüğü sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda elde edilen bir diğer bulgu da negatif kazanç sürprizlerinin yatırımcı için daha önemli olduğu yönündedir.

Kaya ve Öztürk (2015) tarafından yapılan çalışmada firmaların muhasebe kârları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaçla, 2000-2013 arasındaki dönem için BİST Gıda, İçki ve Tütün Sektöründe faaliyet gösteren firmaların muhasebe kârları ile hisse senedi fiyatları arasında ilişki ele alınmıştır. Bu kapsamda, panel eşbütünleşme ve Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda muhasebe kârları ile hisse senedi fiyatlarının eşbütünleşik olduğu ve muhasebe kârlarını temsil eden aktif kârlılığı ve net kâr marjı değişkenlerinden hisse senedi fiyatı değişkenine doğru tek yönlü, esas faaliyet kârlılığı değişkeni ile hisse senedi fiyatı değişkeni arasında iki yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Bu çalışmada BİST 30 kapsamında yer alan şirketlerin bağımsız denetim raporlarının yayınlanma dönemleri ile hisse senedi fiyatı(değeri) arasında bir ilişkinin varlığının olup olmadığının incelenmesi hedeflenmektedir. Bu çalışmanın diğer çalışmalardan farkı sadece bağımsız denetim raporundaki bilgilerin BİST 30 endeksine ait hisse senedi yatırımcısının kararlarına etkisinin analiz edilmesidir.

BIST 30 endeksi, BİST 100 endeksine yön veren ana hisselerin yer aldığı 30 tane hisse senedinden oluşur. BİST 30 Endeksi kapsamında yer alan firmaların faaliyet gösterdikleri sektörlerin endeks içindeki dağılımına bakıldığında aşağıda görünüm ortaya çıkmaktadır:



Tablo 1: BİST 30 Endeksi Kapsamındaki Firmaların Sektörel Dağılımı

Sektör	Ağırlık %
Bankacılık	36,37
Holding	14,19
Telekomünikasyon	9,99
Petrokimya	8,85
Demir Çelik	7,96
Perakende Ticaret	6,97
Ulaştırma	4,79
Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı	3,15
Dayanıklı Tüketim	2,37
Otomotiv	2,31
İnşaat	1,59
Gıda	1,45

Kaynak: <http://www.ist30.com/sayfa/ist30-bist-30-endeks-kapsami>

Endeks kapsamında yer alan firmalardan en büyük ağırlığa bankacılık sektörü sahip iken, bunu 2. sıradaholdingler, 3. sırada da telekomünikasyon şirketleri izlemektedir.

Borsa İstanbul Pay Endeksleri Yönetmeliği'ne göre BİST 30 Endeksi Ulusal Pazar'da işlem gören şirketlerle, Kurumsal Ürünler Pazarı'nda işlem gören gayrimenkul yatırım ortaklıkları ve girişim sermayesi yatırım ortaklıkları arasından seçilen otuz paydan oluşmaktadır (Akbalık ve Özkan, 2016: 6).

İlgili pazarlarda yer alan menkul kıymetlerin BİST 30 endeksine dâhil edilmesi aşağıdaki şartlar çerçevesinde gerçekleşmektedir (Kendirli ve Çankaya, 2016: 309) ;

- Hisse senetleri fiili dolaşımda bulunan kısımları değerlendirme dönemi itibarı ile, piyasa değeri açısından en yüksek değerliden en küçük değerliye doğru sıralanır.
- Hisse senetleri, değerlendirme yapılan dönem içerisinde elde edilen günlük ortalama işlem hacimlerine göre büyükten küçüğe doğru sıralanır.

Bu işlemler yapıldıktan sonra; düzenlenen her iki sıralama listesine göre hisse senetleri sıralanır. Sıralamalar yapıldıktan sonra sıralama şartlarında hisse senetleri BIST 30'a kayıt edilirler. Aynı süreç içerisinde hisse senetlerinin BIST 30'a girme koşulları ve endeksten çıkarılma koşulları belirlenmiş olur.

Çalışmamızın konusu dahilinde firmaların bağımsız denetim raporlarının yayınlanma tarihinden önceki 5 işgününe ilişkin hisse senedi fiyat ortalamaları ile denetim raporunun ilan edildiği gün ve onu takip eden 4 iş günündeki fiyat hareketleri incelenerek finansal yapıya ilişkin bilgi açıklamalarının BİST 30 endeksindeki hisselerin fiyat oynaklığına etkisi araştırılmıştır. İncelenecek gün sayısının uzun seçilmemesinin nedeni, uzun aralıkların istatistiksel olarak çalışmanın gücünü azaltabilmesi ve olayın anlamlılığı hakkında yanlış değerlendirmelere neden olabilmesidir (Kothari ve Warner, 2007: 8). Bu kapsamda veri setinde standart sapma analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda, bağımsız denetim raporunun hisse senetlerinin volatilitesi üzerine çift yönlü etkisi bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak,



volatilitenin artışı yönündeki etkisinin, azalışı yönündeki etkiden daha fazla olduğu ve bu doğrultuda, yatırımcıların rapor açıklama dönemi sonrasında daha fazla fiyat farkı ile alım-satım işlemi yaptığı sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak, BİST 30 şirketlerine yatırım yapan yatırımcıların yatırım kararlarının şirketlere ait detaylı finansal bilgilere ulaşabildikleri ve geleceğe yönelik tahmin yapmalarını kolaylaştıran bağımsız denetim raporundaki bilgilerden etkilendiği ifade edilebilir.

Kaynakça

Aharony, J. & Swary, I. (1980). "Quarterly Dividend and Earnings Announcements and Stockholders Return: An Empirical Analysis" , *The Journal of Finance*, 35 (1).

Akbalık, M. ve Özkan, N. (2016). "Haftanın Günü Etkisi: Bıst 30 Endeksi Payları Üzerine Bir Araştırma", *Finansal Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi*, 8(14), 1-16.

Altan, M. ve Arkan, F. (2011). "Relationship Between Firm Value And Financial Structure: A Study On firms in ISE İndustrial İndex", *Journal of Business and Economics Research*, 9, pp. 61-65.

Ayaydın, H. ve Dağlı, H. (2012), "Gelişen Piyasalarda Hisse Senedi Getirisini Etkileyen Makroekonomik Değişkenler Üzerine Bir İnceleme: Panel Veri Analizi", *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 26 (3-4): 45-65.

Ball, R. & Brown, P. (1968). "An Empirical Evaluation of Accounting Income Numbers", *Journal of Accounting Research*, 6 (2), pp. 159-178.

Düzer, M. (2008). "*Finansal Analizde Kullanılan Oranlar ve Firma Değeri İlişkisi, İMKB'de Bir Uygulama*".Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Efecik, G. (2006). "*Firma Değeri ve Kamuyu Aydınlatma İlişkisi: İMKB'de bir Uygulama*". Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ege, İ. ve Bayrakdaroğlu, A. (2012). "İMKB Şirketlerinin Hisse Senedi Getiri Başarılarının Lojistik Regresyon Tekniği İle Analizi". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(10), 139-158.

Güvercin, A. ve Demir, Y. (2015). "Kazanç Açıklamaları ve Şirket Değeri İlişkisi:BIST100 Şirketleri Üzerine Bir Olay Analizi", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Aralık 2015, 10(3)), 233-253.

Güzeldere, H. (2014). "Kurumsal Şeffaflık, Firma Değeri ve Firma Performansları İlişkisi:BİST İncelemesi", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı FinansBilim Dalı, Doktora Tezi.

Jansen, G. (2004). "Public Information Arrival and Volatility Persistence in Financial Markets", *The European Journal of Finance*, Volume. 10, 177-197.

Kaya, A. ve Öztürk, M. (2015). "Muhasebe Kârları İle Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki İlişki: BİST Firmaları Üzerine Bir Uygulama", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Temmuz 2015, ss:37-54.

Kendirli, S. ve Çankaya, M. (2016). "Dolar Kuru'nun Borsa İstanbul-30 Endeksi Üzerindeki Etkisi Ve Aralarındaki Nedensellik İlişkisinin İncelenmesi". *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2).

Kothari, S. P & Warner. J., B. (2006). "Stock Returns, Aggregate Earnings Surprises, and Behavioral Finance", *Journal of Financial Economics*, 79.



September 21-23, 2017 Uşak

Kothari, S.P. & Warner, J.B. (2007). "Econometrics Of Event Studies". *Handbook Of Corporate Finance: Empirical Corporate Finance*, 1(1), Elsevier/North-Holland, Handbooks in Finance Series.

Louhichi, W. (2008). "Adjustment of Stock Prices to Earnings Announcements: Evidence From Euronext Paris" , *Review of Accounting and Finance*, 7(1), pp. 102-115.

Özaltın, O. (2006). "Sermaye Yapısı ve Firma Değeri İlişkisi: İMKB'de Bir Uygulaması, Süleyman Demirel Üniversitesi", SBE, Yüksek Lisans Tezi.

Louhichi, W. (2008). "Adjustment of stock prices to earnings announcements: evidence from Euronext Paris". *Review of Accounting and Finance*, 7(1), pp. 102-115.

Mitchell, M. L. ve Mulherin, J. H. (1994). "The Impact of Public Information on Stock Market", *Journal of Finance*, 49(3), 923-950.

Pekkaya, M. (2006). "Kâr Payı Dağıtımının Şirket Değeri Üzerine Etkisi: İMKB 30 Endeks Hisselerine bir Analiz", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4). Zonguldak, 183-209.

Taliyev, R. (2011). "Kamuyu Aydınlatma ve Firma Değeri; Rusya Menkul Kıymetler Borsasında Bir Uygulama", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yücel, E. (2012). "Firma Çeşitlendirmesinin Firma Değeri, Riski ve Performansına Etkileri: Türkiye Uygulaması", Yayınlanmış Doktora Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

[http://www.ist30.com/sayfa/ist30-bist-30-endeks-kapsami\(19.07.2017\)](http://www.ist30.com/sayfa/ist30-bist-30-endeks-kapsami(19.07.2017))



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye’de Önde Gelen Sigorta Şirketlerinin Finansal Yapılarının Oran Analizi ile Değerlendirilmesi

Extended Abstract

Mazhar DEDE¹⁰⁷, Pınar PEHLİVAN¹⁰⁸

1. Giriş

Günümüzde gelişen koşullar ile sigorta yaşamın her alanına girmiştir. Sigorta, sosyal yaşamda ve iş hayatında güven unsurunu oluşturmuş, işletme ve ekonomi açısından fon yaratan ve ekonomiye yön veren bir sektör haline almıştır. En temel önemi ise; hayattaki belirsizlik arz eden rizikoların ekonomik sonuçlarını ortadan kaldırmak veya hafifletmek amacıyla girişimlerde bulunmaktır. Sektör içerisinde yer alan sigorta şirketleri rekabet ortamında ürün satış hedeflerini başarıyla gerçekleştirmek, belirledikleri ekonomik hedeflere ulaşmanın yollarını aramaktadırlar. Sigorta sektörü finansal hizmet sektöründe yer almasına karşın yapı itibarıyla finans kuruluşlarından farklı özellikler arz etmektedir. Bu farklılıklar sigorta işletmelerinin muhasebe yapısında öne çıkmaktadır. Sigorta işletmelerinin mali yapılarındaki farklılıklar nedeniyle finansal tablolardan elde edilen oranların hesaplanması ve yorumlanması diğer işletmelerden farklılık arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de elementer, hayat ve emeklilik branşlarında faaliyet gösteren ve 2016 yılı yıllık prim üretimi en fazla olan beş sigorta şirketinin mali tablolarını çeşitli oranlar yardımı ile analiz etmektir. Çalışmaya sektördeki sigorta şirketlerinden Allianz Sigorta, Anadolu Sigorta, Axa Sigorta, Sompo Japan Sigorta ve Ziraat Sigorta dahildir. Çalışma kapsamında ilgili şirketlerin bilanço ve gelir tablolarından yararlanarak çeşitli oranlar vasıtasıyla sigorta şirketlerinin mali bünyeleri 2016 yılı için analiz edilmiştir. Veriler için analize konu olan sigorta şirketlerinin web sayfalarından edinilen finansal tablolarında yararlanılmıştır.

2. Yöntem

Çalışmada, 2016 yılında ilk beş sırada bulunan sigorta şirketlerinin mali yapıları oran analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda sektörün performansının gelişiminin izlenmesi amacıyla genel kabul görmüş rasyolardan yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan oranlar dört bölümde ele alınmış ve aşağıda Tablo 1’de özetlenmiştir. Çalışmada kullanılan veriler için analize konu olan sigorta şirketlerinin web sayfalarından edinilen finansal tablolarında yararlanılmıştır.

Tablo 1. Analizde Kullanılan Oranlar

Likidite Oranları	I-Cari Oran=Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar II-Nakit Oranı=Hazır Değerler/Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar
Faaliyet (Varlık Kullanım) Oranları	I-Esas Faaliyetlerden Alacaklar/Aktif Toplamı II-Alacak Devir Hızı=Net Satışlar/Ortalama Ticari Alacaklar III-Aktif Devir Hızı=Net Satışlar/Aktif Toplamı
Finansal Yapı (Kaldıraç) Oranları	I-Yabancı Kaynak Oranı=Yabancı Kaynaklar/Pasif Toplamı II-Özkaynak Oranı=Özkaynak/Pasif Toplamı
Kârlılık Oranları	I-Özkaynak Kârlılığı=Net Kâr/Özkaynak II-Aktif Kârlılığı = Net Kâr / Aktif Toplamı

¹⁰⁷ Öğr.Gör.Mazhar DEDE, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, dedem45@hotmail.com

¹⁰⁸ Yrd.Doç.Dr.Pınar PEHLİVAN, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, pinarpehlivan1974@yahoo.com



September 21-23, 2017 Uşak

3.Bulgular

Analize dahil edilen sigorta şirketlerinin mali verileri, kullanılan analiz yöntemiyle değerlendirilmiş ve aşağıda Tablo 2’deki bulgulara ulaşılmıştır.

Tablo 2. Analizde Hesaplanan Oranlar

	Allianz	Anadolu	Axa	Sompo Japan	Ziraat
Cari Oran	1,33	1,16	1,18	1,21	1,48
Nakit Oranı	0,46	0,69	0,24	0,98	1,12
Esas Faaliyetlerden Alacaklar / Aktif Toplamı	0,06	0,18	0,10	0,11	0,14
Alacak Devir Hızı	4,69	3,40	6,05	5,09	4,21
Aktif Devir Hızı	4,69	3,40	6,05	5,09	4,21
Yabancı Kaynak Oranı	0,87	0,83	0,83	0,83	0,68
Özkaynak Oranı	0,12	0,17	0,17	0,17	0,31
Özkaynak Kârlılığı	0,23	0,11	0,11	0,33	0,48
Aktif Kârlılığı	0,03	0,02	0,02	0,06	0,16

Hesaplanan oranların yorumlanmasından edinilen sonuçlar şöyledir:

-Cari Oran: En yüksek cari orana sahip olan Ziraat Sigorta, en düşük orana sahip olan Anadolu Sigorta’dır. Genel olarak tüm şirketlerin kısa vadeli borç ödeme kapasiteleri istenen düzeydedir.

-Nakit Oran: Nakit oranı en yüksek olan şirket 1,12 ile Ziraat Sigorta’dır. Diğer şirketlerde nakit oranı istenen düzeydedir. Şirketler mevcut hazır değerleri ile meydana gelebilecek beklenmedik tazminat ödeme tutarlarını karşılamada güçlük çekmeyecektir.

-Esas Faaliyetlerden Alacaklar: Sigorta şirketlerinin ortalama oranlara sahip olması aktif toplamları içerisinde esas faaliyet alacaklarını dengeleme başarısının göstergesidir.

-Alacak Devir Hızı: Axa Sigorta şirketinin alacaklarını tahsil etmede yüksek oranlara sahip olduğu ve diğer şirketlere göre likiditesinin fazla olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

-Aktif Devir Hızı: Şirketlerin aktif devir hızlarının ortalama düzeyde olduğu ve beklenen satış hedeflerine ulaşıldığı görülmektedir. Axa Sigorta 6,05 oran ile aktif devir hızı en yüksek şirkettir.

-Yabancı Kaynak Oranı: Sigorta şirketlerinin yabancı kaynak kullanımlarını doğru planlayamadıkları görülmektedir. Ortalama değerlerin üzerinde sonuçlara sahip olan şirketler gelecekte yabancı kaynak ödeme sıkıntısı yaşayabilirler. Yabancı kaynak kullanımında en yüksek ortalama sahip olan şirket Allianz Sigorta, en düşük ortalama sahip şirket ise Ziraat Sigortadır.

-Özkaynak Yeterlilik Oranı: Şirketlerin özkaynak oranlarının ortalamanın altında olduğu görülmektedir. Sermaye yapılarındaki zayıflık ve yetersiz özkaynak sorununun, işletmelerin gelecek yıllarda büyüme ve hedeflerine ulaşabilme yönünde olumsuz bir etkisi olacaktır.

-Özkaynak Karlılığı: Şirketlerin özkaynak ve aktif karlılıklarının ortalama düzeyde olduğu görülmektedir. En yüksek özkaynak ve aktif karlılığına Ziraat Sigorta sahiptir.



4.Sonuç

Çalışmada Türk sigorta sektöründe yer alan ve 2016 yılında elementer, hayat ve emeklilik branşları prim üretiminde ilk beşte bulunan şirketler ele alınmış, bu şirketlerin mali yapıları finansal oranlar kullanılarak değerlendirilmiştir.

Sonuç olarak, Türk sigorta sektöründe yer alan ve 2016 yılında elementer, hayat ve emeklilik branşları prim üretiminde ilk beşte bulunan şirketlerin mali yapılarının oran analizi kullanılarak yapılan analizde; sigorta şirketlerinin likidite ve faaliyet oranları bakımından ortalama düzeylerde olduğu, yabancı kaynak oranının yüksek, özkaynak oranının düşük olduğu, özkaynak ve aktif karlılığı bakımından ise normal düzeylerde bulunduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler : Oran Analizi, Muhasebe, Sigorta, Mali Yapı

Kaynakça

- Akın, Faruk Ve Nalan Ece (2013). “İmkb’de İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin 2006-2010 Dönemi Finansal Performanslarının Analizi”, *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, Ocak 2013, S. 89-106.
- Akyüz, Yılmaz Ve Zübeyde Kaya (2013). “Türkiye’de Hayat Dışı Ve Hayat/Emeklilik Sigorta Sektörünün Finansal Performans Analiz Ve Değerlendirilmesi”, *Selçuk Üniversitesi İibf Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 13, Sayı: 26, S. 355-371.
- Başpınar, Ahmet (2006). “Finansal Analiz Tekniklerinin Sigorta Şirketi Mali Tablolarına Uygulanması”, *Maliye Dergisi*, Sayı 149.
- Çabuk, Adem Ve Diğerleri. (2013). *Finansal Tablolar Analizi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı, Eskişehir.
- Çakır, Süleyman (2016). “Türk Sigortacılık Sektöründe Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri İle Performans Ölçümü: Bist Uygulaması”, *Çukurova Üniversitesi İibf Dergisi*, Cilt:20, Sayı:1, S.127-147.
- Dalkılıç, Nilüfer (2012). “Türkiye’de Hayat Dışı Sigortacılık Sektöründe Etkinlik Analizi”, *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, Temmuz 2012, S.71-90
- Dönmez, Elmas (2008). “Sigorta Şirketlerinde Muhasebe Uygulamaları Ve Finansal Oranlarının Yıllar İtibariyle Karşılaştırmalı Analizi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya*.
- Kayalı, Cevdet (2007). “2000-2006 Döneminde Türkiye’de Faaliyet Gösteren Sigorta Şirketlerinin Etkinlik Değerlendirmesi”, *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 2, S.103-115.
- Kılıçkaplan, Serdar Ve Feride H. Baştürk. (2005). “Tobit Modeli Kullanılarak Türk Sigorta Sektöründe Etkinlik Değişmesinin Ölçülmesi”, *Mevzuat Dergisi*, Yıl:8, Sayı:88.
- Köse, Ali (2010). “Türk Sigorta Sektörü Hayat Ve Emeklilik Şirketlerinin Etkinlik Analizi”, *Akademik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:44, S.85-100.
- Peker, İskender Ve Birdoğan Baki (2011). “Gri İlişkisel Analiz Yöntemiyle Türk Sigortacılık Sektöründe Performans Ölçümü”, *International Journal Of Economicandadministrativestudies*, Yıl:4, Sayı:7, S.1-18.
- Turanlı, Münevver Ve Ali Köse (2005). “Doğrusal Hedef Programlama Yöntemi İle Türkiye’deki Sigorta Şirketlerinin Performanslarının Değerlendirilmesi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, Yıl:4, Sayı:7, S.19-39.



September 21-23, 2017 Uşak

Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Misyon ve Vizyon Bildirgelerinin Sürdürülebilirlik Kapsamında İncelenmesi

Abstract

Fulya MISIRDALI YANGİL,¹⁰⁹, Meltem DİL ŞAHİN¹¹⁰

Özet

Sürdürülebilirlik kavramının ilk kez geniş bir katılımı ile tartışılması ile yazılan Bruntland Raporu'ndan (WCED, 1987) günümüze çok zaman geçmiştir. Bu süre içerisinde, Raporda yer aldığı şekliyle genel sürdürülebilirlik tanımının, politik kararların alınması sırasında uygulanması ve işlerlik kazanması için çok çaba sarf edilmiştir. Kısa ve öz tanımıyla sürdürülebilirlik; sosyoekonomik sistemin (SES) günümüz gereksinimlerinin (taleplerinin), gelecek kuşakların gereksinimlerinin karşılanmasını tehlikeye atmayacak, önlemeyecek veya engellemeyecek şekilde, bugünden karşılanması demektir (Gönen, Wolflin, 2007). Sürdürülebilirlik kavramının gelişime bakıldığında 90'lı yıllardan itibaren işletmeleri de kapsayacak şekilde kararların alındığı ve 2000'li yıllarda işletme alanında sürdürülebilirlik çalışmalarına ağırlık verildiği görülmektedir. Bu kapsamda işletmelerin sürdürülebilirliğe ilişkin yapmış oldukları çalışmalar için standartlar ortaya konulmaya başlanmış ve bu standartlar paydaşlar tarafından da ulaşılabilir kılınmıştır. Bu doğrultuda günümüz işletmeleri sürdürülebilirlik çalışmaları hakkında bilgi vermek, hedeflerini doğrultusunda eylemlerini gerçekleştirmek, çalışanlarının moral ve motivasyonunu sağlamak gibi birçok amaçla sürdürülebilirlik raporlarını yayınlamaktadırlar. Küresel Raporlama Girişimi (GRI), sürdürülebilirlik raporlamasını küresel ölçekte karşılaştırılabilir, güvenilir ve tutarlı hale getirmek için belirlenmiş standartlarla raporlamayı yapmayı sağlamakta (REC Türkiye, 2013) ve böylelikle raporlama için gereken prensip ve göstergeleri ortaya koymaktadır.

Bu çalışmayla, Türkiye'de faaliyet gösteren ve BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan Küresel Raporlama Girişimi ilkelerine uygun olarak sürdürülebilirlik raporlarını hazırlayan işletmelerin misyon ve vizyon bildirileri incelenerek, bu işletmelerin sürdürülebilirlik düşüncesini bir değer olarak bildirilere ne derece yansıttığının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Amaca uygun olarak çalışmada, BİST Sürdürülebilirlik endeksinde yer alan ve GRI raporaorlama çerçevesinde sürdürülebilirlik raporlarını yayınlayan işletmeler belirlenmiş olup, bu işletmelerin misyon ve vizyon bildirilerinde yer alan ifadeler sürdürülebilirlik kapsamında içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda sadece sürdürülebilirlik raporlarının yayınlanması değil, sürdürülebilirlik düşüncesinin bir değer olarak işletmeler tarafından içselleştirilip içselleştirilmediği ve işletme faaliyetlerinde hangi sürdürülebilirlik göstergelerinin ne kadar ön plana çıkıp kurumsallaşabildiği değerlendirilmiş olup bunlara ilişkin öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Vizyon, Misyon

¹⁰⁹Yrd. Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, fulya.myangil@dpu.edu.tr

¹¹⁰Arş. Grv. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, meltem.sahin@dpu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Belediye Zabıta Personellerinin Örgütsel Bağlılık Düzeylerine Yönelik Bir Alan Çalışması

Extended Abstract

Murat SEZGİN¹¹¹, Hüseyin PALA¹¹²

1. Giriş

Bu çalışmada Manisa ili içinde kamusal hizmetleri gerçekleştiren 17 ilçe belediyesi ve Manisa Büyükşehir Belediyesi bünyelerinde görev yapan zabıta personellerinin bağlı oldukları belediye ile ilişkileri ile görevleri sırasındaki karşılıklarına çıkan olay, tartışma, stres ve baskı ve bununla beraber görevleri sonucu elde ettikleri sosyal hakların örgütsel bağlılığı ne düzeyde etkilediği, diğer değişkenlerin örgütsel bağlılıkla ilişkisi bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, kişisel özelliklerin (yaş, cinsiyet, eğitim, çalışılan bölüm, çalışma süresi, gelir, medeni durum), örgütsel güven boyutlarının ve iş tatmin boyutlarının örgütsel bağlılık boyutları üzerine etkisi incelenmiştir. Ayrıca bazı kişisel özelliklerin, örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel güven boyutlarında farklı gösterip göstermediği incelenmiştir.

Çalışmada ölçüm tekniği olarak anket kullanılmıştır. 5'li Likert ölçeği kullanılarak yapılan ankette, cevaplayıcıların samimi cevap vermeleri ve cevap oranının artması için yüz yüze bir çalışma yapılmıştır. Anket formu 4 bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde Allen ve Mayer tarafından geliştirilen örgütsel bağlılık araştırmalarında kullanılan Örgütsel Bağlılık ölçeği kullanılmıştır. İkinci bölümde iş tatmini ölçeği kullanılmıştır. Üçüncü bölümde Bromiley ve Cummings tarafından geliştirilen Örgütsel Güven Envanteri kullanılmıştır. Son bölümde ise, katılımcıların kişisel özellikleri üzerine çalışılmıştır.

2. Literatür

2.1. Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Örgütsel Güven

Örgütsel bağlılık örgütün, işletmenin veya bir topluluğun her bir üyesinin o kuruma karşı hissettiği sahiplenme ve bir arada bulunma arzusudur. Özellikle 1950'lerden sonra ortaya çıkan bu kavram, işletmelerin personel yönetimi açısından yeni ve farklı uygulamaları da beraberinde getirmiştir.

Örgütsel bağlılık, bireyin içinde bulunduğu örgütün amaç ve değerlerini kabul etmesi, bu doğrultuda çaba sarf etmesi ve örgütte kalma arzusu duymasıdır (Porter vd., 1979:604). Böyle bir durumda işletme, gidecek personelin kalmasıyla birlikte, işten ayrılacak personel yerine alınacak yeni personelin eğitimi, oryantasyonu, işe alışıp öğrenmesi gibi bir dizi maliyet, iş gücü ve zaman kaybından kurtulacaktır.

Örgütsel bağlılığı etkileyen üç temel faktör; kişisel faktörler, örgütsel faktörler, örgüt dışı faktörlerdir.

¹¹¹Doç.Dr, Uşak Üniversitesi, murat.sezgin@usak.edu.tr

¹¹²Uşak Üniversitesi Sos.Bil.Enst.,pala177@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

İş tatmini etkileyen 5 faktör bulunmaktadır. Bunlar; örgütsel faktörler, grup faktörleri, bireysel faktörler, kültürel faktörler, çevre faktörleridir. Örgütsel Faktörler: İşletmeden kaynaklı konulardır. Bunlar; maaş, yükselme imkanı, çalışma şartları, sosyal haklar, işletmenin organizasyon yapısı, işletmenin kültürü gibi konular işletmeden kaynaklı olup, iş tatminini etkileyen konulardır. Grup Faktörleri: Bu konu işletmeden ziyade, işletme içindeki çalışanın diğer çalışanlarla olan ilişkilerinden kaynaklı veya yöneticilerinden kaynaklı iş tatminini etkileyen bir konudur. Bireysel Faktörler: Çalışanın örgüt içindeki konumu ve bu konuma ulaşmayla alakalı bir konudur. Yani, çalışan işletmedeki beklentilerinin karşılanmasıyla alakalıdır. Eğer çalışan işletme içinde istediği konuma ulaşırsa iş tatmin düzeyi en yükseğe çıkacaktır. Aksi bir durumda, çalışan işletmeden arzu ettiği makama ulaşamıyorsa iş tatmini düşük olacaktır. Kültürel Faktörler: Bireyin sahip olduğu inançlar, değerler ve tutumlardır. Örneğin bir iste hemen yükselbileceğine inanan bir kişi isinde bu amacını gerçekleştiremez ise iş tatmini azalacak ve işletmeye karşı olumsuz tutumlar takınacaktır. Çevre Faktörleri: Bireyi etkileyen ekonomik, sosyal ve devlete ait tüm faktörlerdir. Örneğin, iş yoğunluğundan dolayı ailesine zaman ayıramayan bir kişinin bu durumu işine yansiyabilir ve iş doyumunu etkileyebilir (Ergülen & Gürbüz 2006:41).

2.2. Zabıtalık ve Zabıta Teşkilatı

Zabıta Teşkilatı 5393 Sayılı Belediye Kanunu dayanarak görevlerini ifa etmektedir. Bu kanundan aldığı yetki ile de İçişleri Bakanlığı tarafından 11 Nisan 2007 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan 26490 Sayılı Zabıta Yönetmeliği çerçevesinde yetki, görev ve sorumluluklarını yerine getirmektedir. Zabıta Yönetmeliği'nin Yetki, Görev ve Sorumlulukları başlıklı bölümünde görevleri açıkça belirlenmiştir; Zabıtanın yetki, görev ve sorumlulukları başlık olarak, belde ve şehrin düzenini sağlamak, belediye emir veya saklarını yerine getirmek, belediye meclisi ve encümeninin koymuş olduğu yasaklara aykırı hareket edenler hakkında gerekli işlemleri yapmak, imar, sağlık, trafik ve yardımla ilgili görevlerini yerine getirmektedir.

Zabıta personeline baktığımız zaman, istihdam olarak, 657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu'na tabi Memur, Sözleşmeli Personel, Kadrolu İşçi, Hizmet Alım personeli çalıştırılmaktadır. Ancak zabıta hizmetlerin yürütülmesinde asli görevli ve yetkilisi Devlet Memurları Kanunu'na tabii Zabıta Memuru kadrosundaki Devlet Memuru'dur. Ancak personel ihtiyacı ve personel teminindeki prosedürler nedeniyle belediye idaresi tarafından diğer statüdeki personeller de çalıştırılmaktadır.

3. Metodoloji

3.1. Araştırmanın Modeli

Aşağıdaki şekilde araştırmanın modeli ortaya konmuştur. Buna göre araştırmanın bağımlı değişkeni çalışanların örgütsel bağlılık boyutları (duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık), bağımsız değişkenleri de örgütsel güven boyutları, iş tatmin boyutları ve kişisel değişkenlerdir.

3.2. Hipotezler

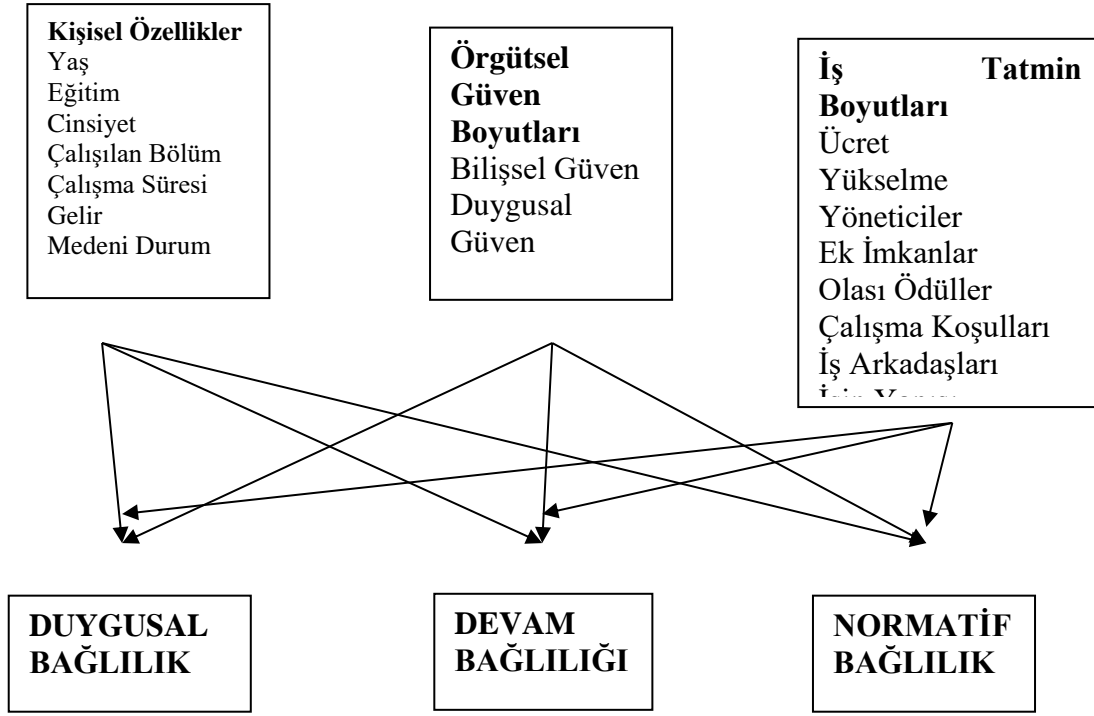
Araştırmanın birinci ve ikinci bölümleri ile araştırma modellerine bakılarak, çalışmada şu hipotezler ortaya konmuştur.

Hipotez 1: Duygusal bağlılığı, kişisel özellikler, örgütsel güven boyutları ve iş tatmin boyutları etkilemektedir.

Hipotez 2: Devam bağlılığını, kişisel özellikler, örgütsel güven boyutları ve iş tatmin boyutları etkilemektedir.

Hipotez 3: Normatif bağlılığı, kişisel özellikler, örgütsel güven boyutları ve iş tatmin boyutları etkilemektedir

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



3.3.Araştırmanın Evreni

Araştırmanın evreni, 1 Nisan 2017 – 31 Mayıs 2017 tarihleri arasında Manisa ilindeki 17 ilçe belediye zabıtasından oluşmaktadır. Çalışmaya 374 personel katılmıştır. Manisa ilinde daha fazla zabıta personeli olmasına rağmen 374 kişinin çalışmaya katılmasının sebebi; izinler, dış görevler, sürekli saha görevleri ve çalışmaya katılmayı reddetmesi gibi nedenlerden kaynaklanmaktadır.

3.4.Veri Toplama Aracı, Yöntemi ve Analizi

Bu çalışmada ölçüm tekniği olarak 5’li Likert ölçekli anket kullanılmıştır. Anket formu 4 bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde Örgütsel Bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte; duygusal, normatif ve devam boyutları yer almıştır. Bu bölümde 6 duygusal bağlılık, 6 normatif bağlılık, 6 da devam bağlılığı olmak üzere toplam 18 ifade kullanılmıştır. Ayrıca bu ifadelerden 3,4, 6 ve 13 numaralı ifadeler olumsuz tutum ifadeleridir. İkinci bölümde iş tatmini ölçeği(Paul E. Spector) kullanılmıştır. Bu bölümde 36 soru sorulmuştur. Bu sorulardan 2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 19, 21, 23, 24, 26, 29, 31, 32, 34 ve 36. Sorularda olumsuz tutum ifade sorulmuştur.Üçüncü bölümde Bromiley ve Cummings tarafından geliştirilen Örgütsel Güven Envanteri kullanılmıştır. Bu bölümde 11 soru sorulmuş, bunlardan 4, 5, 9 ve 11. Sorular olumsuz tutum ifadesi olarak sorulmuştur.Dördüncü ve son bölümde ise,cevaplayıcıların kişisel özelliklerine yönelik 9 soru sorulmuştur.



3.5.Bulgular

Tablo 1. Çalışmaya katılan kişisel özelliklere göre frekans ve yüzde dağılımları

Değişken		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	31	8,3
	Erkek	343	91,7
Medeni Durum	Evli	292	78,1
	Bekar	82	21,9
Yaş	25 Yaş ve Altı	25	6,7
	26 – 30	106	28,3
	31 – 35	128	34,2
	36 – 45	77	20,6
	46 Yaş ve Üstü	38	10,2
Eğitim Durumu	İlköğretim	22	5,9
	Lise	147	39,3
	Önlisans	121	32,4
	Lisans	81	21,7
	Yüksek Lisans/Doktora	3	,8
İstihdam Şekli	Memur	212	56,7
	İşçi	11	2,9
	Hizmet Alımı	151	40,4

Çalışmanın Güvenirliğinin Analizi (Cronbach's Alpha Analizi)kullanılarak yapılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler neticesinde her bir ölçek kendi içinde güvenilirlik analizi yapılmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeği ve iş tatmini ölçeğinde en az 0,700 değerinde veya bu değer üzerinde olması sebebiyle güvenilir olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo2. Örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel güven ölçeklerinin eğitim durumuna göre karşılaştırılması

	EĞİTİM DURUMU										F	P
	İlköğretim (N=22)		Lise (N=147)		Önlisans (N=121)		Lisans (N=81)		Yüksek Lisans/Doktora (N=3)			
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma		
Örgütsel Bağlılık	3,418	0,643	3,47	-	3,381	0,5	3,205	0,651	3	0,433	3,377	0,583
İş Tatmini	3,209	0,461	3,315	-	3,268	0,374	3,205	0,308	3,285	0,082	3,268	0,355
Örgütsel Güven	3,258	0,783	3,242	-	3,191	0,525	3,016	0,457	3,393	0,052	3,17	0,537
Genel Ortalama :											3,271	0,491



Tablo2’de görüldüğü gibi çalışmaya katılan katılımcılardan, 22’si ilköğretim, 147’si lise, 121’i önlisans, 81’i lisans ve 3’ü de yüksek lisans veya doktora mezunudur.

Çalışmada kullanılan Anova testine göre $p>0,05$ ’den olması, değişkenlerin birbiriyle anlamlı ilişki içinde olmadığını ifade etmektedir. Tablo2’ye baktığımızda, eğitim seviyesi lise olanların hiç birine standart sapma vermemiştir. Bunun yanında bütün ölçekler ile ilköğretim, lise, önlisans, lisans, yüksek lisans/doktora arasında anlamlı bir ilişki $p>0,05$ ’den büyük olduğunu için aralarında anlamlı bir ilişki yoktur.

Tablo3. Örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel güven ölçeklerinin istihdam şekline göre karşılaştırılması

	İstihdam Şekli						F	P
	Memur (212)		İşçi (11)		Hizmet Alım (151)			
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma		
Örgütsel Bağlılık	3,365	0,603	3,315		3,398	0,57	3,377	0,583
İş Tatmini	3,282	0,377	3,168		3,325	0,323	3,269	0,355
Örgütsel Güven	3,161	0,579	3,239		3,198	0,488	3,178	0,537
	Genel Toplam :						3,274	0,486

Tablo3’de görüldüğü, çalışmaya katılan katılımcılardan, 212’si Memur, 11’i İşçi, 151’i de Hizmet Alımıdır. Şekil 18’ye baktığımızda, istihdam şekli işçi olanların hiç birine standart sapma vermemiştir. Bunun yanında bütün ölçekler ile memur, işçi ve hizmet alımı arasında anlamlı bir ilişki $p>0,05$ ’den büyük olduğunu için aralarında anlamlı bir ilişki yoktur.

4. Sonuç

Çalışmada, Manisa ilinde çalışan zabıtalının Örgütsel Bağlılık, ölçeğinde eğitim durumunda, eğitim durumu arttıkça frekans değeri azalmaktadır. İş tatmini ölçeğinde de lisans eğitimi hariç, diğerlerinde eğitim arttıkça frekans değerleri yükselmiştir. Örgütsel güven olarak da, lisans eğitimine sahip bireylerin frekans değerlerinin ortalamasının altında kaldığı anlaşılmaktadır.

Çalışan personelin istihdam durumu olarak baktığımızda örgütsel bağlılık ölçeğinde hizmet alımı ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir. Diğerleri bu ortalamasının altında kalmıştır. İş tatmini olarak, işçi ortalamasının genel ortalamadan düşük olduğu, diğerlerinin ortalamasının üzerinde ortalama değerine sahip olduğu görülmektedir. Örgütsel güvende de, memurun ortalama değerinin genel ortalama değerine göre düşük olduğu tablolarda görülmektedir.

Yapılan çalışmaya bakarak hipotezler değerlendirdiğimizde;

Hipotez 1:Duygusal bağlılığı, kişisel özellikler, örgütsel güven boyutları ve iş tatmin boyutları etkilemektedir hipotezi doğrulanmamıştır.

Hipotez 2:Devam bağlılığını, kişisel özellikler, örgütsel güven boyutları ve iş tatmin boyutları etkilemektedir hipotezi doğrulanmamıştır.

Hipotez 3:Normatif bağlılığı, kişisel özellikler, örgütsel güven boyutları ve iş tatmin boyutları etkilememektedir.

Manisa Büyükşehir Belediyesi bünyesinde bulunan Zabıta hizmetlerinde çalışanlar için örgütsel bağlılık artırıcı stratejiler geliştirilmelidir. Özellikle halkla ilişkiler



September 21-23, 2017 Uşak

departmanındaki (varsa) uzman kişilerden faydalanılması gerekmektedir. Kurum içi halkla ilişkiler faaliyeti olarak yetkililerin kişilerin en kısa zamanda örgütsel bağlılığı geliştirici kurumsal kültür anlayışının temellerinin atılması için üst yönetimle ortaklaşa çalışmalar yapılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Zabıta, Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini, Örgütsel Güven, Belediye, kurum içi halkla ilişkiler

Kaynakça

Brown, T.J., Churchill, G.A. ve Peter, J.P. (1993). Improving the Measurement of Service Quality. *Journal of Retailing*, 69(1):127-139

Gürbüz, E. ve Ergülen, A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 35(Ekim Sayısı):173-190

Porter L.W., R.M. Steers, R.T. Mowday ve P. V. Boulian (1979), "Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover Among Psychiatric Technicians", *Journal of Applied Psychology*, 59 (5), 603-609

Taşkın, F.Dilek, R, "Örgütsel Güven Ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Bir Alan Araştırması", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 2, sayı 1, ss.37-46, 2010

https://www.kecioren.bel.tr/ZABITANIN_TARİHCESI-123-faliyet-icerik.html
Erişim: 08/06/2017 10:21

www.manisa.bel.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Hizmet Hatası ve Telifisinde Yeni Perspektifler

Extended Abstract

Reyhan BAHAR¹¹³, Bilge VILLI¹¹⁴

1. Giriş

Günümüzde bireylerin refah düzeylerinin yükselmesi, işletmeler arası yaşanan yoğun rekabetin artması ve kişiler arası iletişimin yaygınlaşması, bilgiye kolay erişim gibi nedenlerin etkisiyle, tüketicilerin satın alma kararları, aldıkları üründen tatmin olma düzeyleri ve sadakat düzeyleri önemli ölçüde değişmiştir.

Soyutluk özelliğinden dolayı, hizmetleri satın almadan önce araştırma ürünleri gibi niteliklerine bakarak karar vermek mümkün olmadığı için geçmiş müşteri referansları hizmetlerle ilgili satın alma karar sürecinde son derece önemlidir. Bu nedenle hizmet işletmelerinde müşteri memnuniyeti ayrıca önem taşımaktadır. Yapılan çalışmalarda memnuniyetsiz bir müşterinin hizmet sağlayıcı ile yaşadığı kötü deneyimini 10-20 kişiye aktardığı ortaya konmuştur. Bu durum, hizmet işletmesine potansiyel müşterileri açısından zarar vermektedir(Zemke, 1999:280).

Hizmetlerin sunumu sırasında hataların oluşumu tüm hizmet işletmelerinde hizmetlerin doğası gereği olasıdır(Boshoff, 1997:111; Patterson vd., 2006:264). Hizmetlerin,soyut oluşu, üretimi ile tüketiminin eş zamanlı olması, üretim sürecine insanın çok fazla dahil olması gibi özellikleri hizmet hatalarını kaçınılmaz hale getirmektedir (Weun vd, 2004:134).Bu nedenle, hizmet işletmelerinin hizmet hatalarını azaltıp kaliteyi artırıcı önlemler almalarının yanı sıra ortaya çıkan hatayı telafi ederek müşteriyi kaybetmemek ve olumsuz ağızdan ağıza pazarlamayı önlemek için sarf ettiği hizmet telifisi çabaları önem kazanmaktadır. Bu durum, hizmetlerin telifisine ilişkin tüketicilerin nasıl davrandığına ilişkin çalışmaların yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Telafi konusunda tüketicilerin adalet algısını inceleyen teorilerden biri de adalet teorisidir(Blodgett vd., 1997:187; Ha ve Jang, 2009:320; Chang vd., 2010: 340).

Bu çalışmada, hizmet hatalarının telifisinin müşteri memnuniyeti açısından önemini adalet teorisi çerçevesinde kavramsal olarak açıklanmak amaçlanmaktadır.

2. Hizmet Hatası Telifisi

Hizmet telifisi, hizmet hatası sonrasında hizmet sağlayıcının yeniden müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla gösterdiği çabalar olarak tanımlanmaktadır (Chang & Chung, 2012: 819).Grönroos(1988:11), hizmet telifisini, hizmet sağlayıcısı tarafından algılanan hizmet hatası ile ilgili müşteri şikayetine yönelik yapılan faaliyetler olarak tanımlamaktadır.

Lewis ve Spyropoulos'a göre (2001:) ise hizmet telifisi, şikayetlerin ele alınmasından çok daha fazlasıdır ve memnuniyetsiz müşterinin, memnun bir müşteriye dönüştürülmesi sürecindeki hizmet sağlayıcı ile müşteri arasındaki etkileşimi içerir.

¹¹³ Öğretim Görevlisi., Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, reyhanbahari@gmail.com

¹¹⁴ Öğretim Görevlisi., Balıkesir Üniversitesi, bilgevilli@hotmail.com



Hizmetlerin telafisinde kullanılan yöntemlere ilişkin çeşitli sınıflandırmalar mevcuttur. Bell & Zemke (1987) telafide; özür dileme, problemin acilen giderilmesi, empati kurma, gönül alma ve çözüm sonrasında da konunun izlenmeye devam edilmesi şeklinde beş yöntemden bahsetmiştir. Boshoff (1997) ise, özür dileme, adil çözüm sunma ve hatayı düzeltme ve tazminat sunma şeklinde bir sınıflamaya gitmiştir.

3. Hizmet Hatası Telafisi ve Adalet Teorisi

Hizmet hataları ve telafisi sürecinde müşteri davranışlarının nedenini açıklamak için birçok teoriden yararlanılmıştır. Hizmet telafisinin değerlendirilmesinde en çok başvurulan teorilerden biri de, tüketicilerin işletmeler tarafından yapılan iyileştirmelere ilişkin adalet algısını üç boyutta (dağıtımsal adalet, prosedürel adalet ve etkileşimsel adalet) inceleyen adalet teorisidir (Mattila ve Patterson, 2004).

Müşteriler genellikle hizmet telafisi çabalarını değerlendirmek için eşitlik teorisini kullanır (Adams, 1965:277). Adams (1965:278) sosyal değiş tokuş ilişkisinde insanların kendi ekonomik sonuçlarının, girdiye oranla dengede olduğunu algıladıklarında sosyal değiş tokuş ilişkisinde kendilerine adil davranılmış hissettiklerini söylemiştir. Aksine, eğer değiş tokuş ilişkisinde algılanan girdiler ve sonuçlar adil ve eşit olarak değerlendirilmiyorsa tarafsızlığın olmadığı söylenir.

Adalet teorisine göre müşteriler hizmet telafilerini üç boyutta değerlendirirler. Bunlar; dağıtımsal adalet, prosedürel adalet ve etkileşimsel adalettir (Goodwin & Ross, 1992:150; Tax vd., 1998:61; Smith vd., 1999:358).

Literatürde, hizmet telafisinde adalet teorisini inceleyen birçok çalışma mevcuttur (Oliver ve Swan, 1989; de Ruyter ve Wetzels, 2000; McColl-Kennedy ve Sparks, 2003; Saxby vd, 2000; Blodgett vd, 2001).

Literatürde telafide dağıtımsal adalet boyutu (Blodgett vd., 1997; Smith vd., 1999; Zeithaml & Bitner, 2003; Mattila & Patterson, 2004; Ok vd., 2005; Kuo & Wu, 2012) tarafından, prosedürel adalet boyutu (Kwortnik & Xiaoyun, 2011; Hoffman & Bateson, 2006; Blodgett vd., 1997; Tax vd., 1998; Smith vd., 1999; Laventhal vd. 1980; Kelley vd. 1993), etkileşimsel adalet boyutu ise (Clemmer, 1988; Goodwin & Roos, 1992; Mohr & Bitner, 1995; Heskett vd., 1997; McCollough, 2000; Mattila & Patterson, 2004; Kau & Loh, 2006) çeşitli yazarlar tarafından çalışılmıştır.

4. Sonuç

Hizmet işletmelerinde hizmet hataları kaçınılmaz olmasına, müşteri memnuniyetsizliğini ortaya çıkarmasına ve müşteriler arasında negatif ağızdan ağıza pazarlama iletişimine neden olmasına rağmen, etkili bir şekilde telafi edildiğinde müşteri memnuniyetini ve müşterinin işletmeye olan güvenini artırma etkisine sahiptir.

Bu nedenle, hizmet pazarlamacılarının hizmet telafisinde müşterilerin değerlendirmelerini etkileyecek adalet beklentisi gibi süreçleri doğru tanımlaması başarı açısından son derece önemlidir.



Kaynakça

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in experimental social psychology*, 2, 267-299.
- Bell, C. R., & Zemke, R. E. (1987). Service breakdown: the road to recovery. *Management review*, 76(10), 32.
- Blodgett J. G., Hill D. J. & Tax S. S. (1997), "The Effects of Distributive, Procedural and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior", *Journal of Retailing*, 73(2), 185–210.
- Blodgett, J. G., Lu, L. C., Rose, G. M., & Vitell, S. J. (2001). Ethical sensitivity to stakeholder interests: A cross-cultural comparison. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29(2), 190-202.
- Boshaff, C. (1997), "An experimental study of service recovery options", *International Journal of Service Industry Management*, 8(2), 110-130.
- Chang, Y. W. & Chang, Y. H. (2010), "Does Service Recovery Affect Satisfaction and Customer Loyalty? An Empirical Study of Airline Services", *Journal of Air Transport Management* 16, 340-342.
- Chang, D. S., Chung, J.-H. (2012). Risk Evaluation of Group Package Tour Service Failures That Result in Third-Party Complaints. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(8), 817-834.
- Clemmer, E.C. (1988); "The Role of Fairness in Customer Satisfaction with Services", Doctoral Dissertation, Psychology Department, University of Maryland, College Park, MD.
- De Ruyter, K., & Wetzels, M. (2000). Customer equity considerations in service recovery: a cross-industry perspective. *International Journal of Service Industry Management*, 11(1), 91-108.
- Goodwin, C., & Ross, I. (1992). Consumer responses to service failures: Influence of procedural and interactional fairness perceptions. *Journal of Business research*, 25(2), 149-163.
- Grönroos, C. (1988). Service quality: The six criteria of good perceived service. *Review of business*, 9(3), 10.
- Ha, J., & Jang, S. S. (2009). Perceived justice in service recovery and behavioral intentions: The role of relationship quality. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 319-327.
- Heskett, J.L., Sasser, W.E. Jr, Schlesinger, L.A. (1997); "Putting The Service- Profit Chain to Work: How Leading Companies Link Profit to Loyalty, Satisfaction and Value", *Harvard Business Review*, March-April, 1994, New York, NY.
- Hofmann, K.D. & Bateson, J.E.G. (2006), "Services Marketing: Concepts, Strategies and Cases", 3th Edition, Thomson/South Western.
- Kau, A. K., & Wan-Yiun Loh, E. (2006). The effects of service recovery on consumer satisfaction: a comparison between complainants and non-complainants. *Journal of Services Marketing*, 20(2), 101-111.
- Kelley, S.W., Hoffman, K.D., Davis, M.A. (1993); "A Typology of Retail Failures and Recoveries", *Journal of Retailing*, Vol. 69 No. 4, pp. 429-52.



- Kuo, Y. F., & Wu, C. M. (2012). Satisfaction and post-purchase intentions with service recovery of online shopping websites: Perspectives on perceived justice and emotions. *International Journal of Information Management*, 32(2), 127-138.
- Kwortnik, R. & Xiaoyun, H. (2011), "The Influence of Guest Perceptions of Service Fairness on Lodging Loyalty in China", *Cornell Hospitality Quarterly*, 52, 321-332. [SEP]
- Leventhal, G. S., Karuza, J., & Fry, W. R. (1980). Beyond fairness: A theory of allocation preferences. *Justice and social interaction*, 3(1), 167-218.
- Lewis, B. R., & Spyropoulos, S. (2001). Service failures and recovery in retail banking: the customers' perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 19(1), 37-48.
- Mattila, A. S. & Patterson, P. G. (2004), "Service Recovery and Fairness Perceptions in Collectivist and Individualist Contexts", *Journal of Service Research*, 6(4), 336-346.
- McCull-Kennedy, J. R., & Sparks, B. A. (2003). Application of fairness theory to service failures and service recovery. *Journal of service research*, 5(3), 251-266.
- Mohr, L., Bitner, M.J. (1995); "The Role of Employee Effort in Satisfaction with Service Transactions", *Journal of Business Research*, Vol. 32 No. 3, pp. 239-53
- Ok, C., Back, K. J., & Shanklin, C. W. (2005). Modeling roles of service recovery strategy: a relationship-focused view. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(4), 484-507.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1989). Equity and disconfirmation perceptions as influences on merchant and product satisfaction. *Journal of consumer research*, 16(3), 372-383.
- Patterson, P. G., Elizabeth, C., & Kriengsin, P. (2006), "Service Failure Recovery: The Moderating Impact of Individual-Level Cultural Value Orientation on Perceptions of Justice", *International Journal of Research in Marketing*, 23, s. 263-277.
- Smith, A. K., Bolton, R. N., & Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of marketing research*, 356-372.
- Tax, S. S., & Brown, S. W. (1998). Recovering and learning from service failure. *MIT Sloan Management Review*, 40(1), 75.
- Weun, S., Beatty, S. E., & Jones, M. A. (2004). The impact of service failure severity on service recovery evaluations and post-recovery relationships. *Journal of Services Marketing*, 18(2), 133-146
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2003), "Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm", 3th. Edition, Boston: McGraw-Hill.
- Zemke, R. (1999). Service recovery: Turning oops into opportunity. *Best practices in customer service*, 279-288.



September 21-23, 2017 Uşak

Kamu Yönetimi Kapsamında Gayrimenkul Değerleme Üzerine Sektördeki Ana Kurumlar¹¹⁵

Abstract

Fatih TAKTAK¹¹⁶, Mahir Serhan TEMİZ¹¹⁷

Özet

Gayrimenkullerin bilimsel ve teknik yöntemlerle güncel ve güvenilir verilere dayalı olarak belirlenen değerleri, vergi hesaplamaları, kamulaştırma, sermaye piyasası uygulamaları, kentsel dönüşüm ve imar uygulamaları, aynı hak tesisi gibi pek çok etkinliğin dayanağını oluşturmaktadır. Bu sebeple gayrimenkul değerlerinin tarafsız, doğru ve güvenli biçimde belirlenmesi, güncel tutulması, kamu yönetimi, toplumsal sorunlar, kamu ekonomisi ve ülkemizin planlı kalkınması için büyük önem arz etmektedir. Gayrimenkul değerlendirme çalışmaları, farklı uygulamalarda birçok farklı kurumun bünyesinde yürütülmektedir. Değerle ilgili anlaşmazlıkların yargıya taşınması durumunda, değerlendirme görevini bilirkişiler üstlenmektedir. Kamusal alanda değerlendirme yapan kurum dışında, sermaye piyasasına yönelik değerlendirme faaliyetleri de, gayrimenkul değerlendirme şirketleri tarafından yapılmaktadır. Mevcut uygulamalar için gerekli yapılanmalar, bütünsel yaklaşımla olmayıp, dönemsel gereksinimleri karşılamak için çok parçalı boyutta oluşturulmuştur. Gayrimenkul değerlendirme ile ilgili yaşanan sorunları üstlenme ve çözümlendirme, değerlendirme için gerekli olan verileri eksiksiz sağlama ve kurumsal yapılanmayı tek bir çatı altında toplama görevlerini üstlenen bir yönlendirici ve sorumlu kurumun olmayışının temelinde, gayrimenkul değerlendirme sürecinin bir bütün olarak ele alınmaması yatmaktadır. Bu nedenle, kamu kaynaklarının etkin ve verimli değerlendirilmesini sağlayacak, öncül bir kuruma ihtiyaç bulunmaktadır. Kurumlar arası etkileşim için istikrarlı bir yapının kurulmasını sağlayarak toplumda ve piyasada var olan belirsizliğin azaltılması gereklidir. Farklı kurumlar arası iletişim kanallarının gelişmediği, birlikte iş yapabilme kültürünün yerleşmediği ve genel anlamda güvenin hâkim olmadığı durumlarda başarılı kurumların tesis edilmesi güçleşmektedir. Kurumlar arası ilişkiler, bu açıdan sosyal sermaye düzeyini göstermektedir. Günümüzde sosyal sermaye, kalkınmayı etkileyen önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye’de çok başlı örgütsel yapıda gerçekleşen kamu yönetimi kapsamında hem kamu hem de özel sektör tarafından oldukça yoğun bir biçimde sonuçlarından yararlanan gayrimenkul değerlemesi, kamu kurumları ve özel sektör arasındaki gözle görülemeyen bu alanda gerçekleştirdikleri ilişki ağının sosyal ağ analiz yöntemiyle somutlaştırılmasıyla incelenmiştir. Yapılan sayısal ve görsel analizlerle “Kurumsal yapılanmayı tek bir çatı altında toplama görevini üstlenecek bir yönlendirici ve sorumlu kurum hangisidir?, Gayrimenkul değerlendirme sonuçlarını çalışmalarında en çok kullanan kurum hangisidir?, Gayrimenkul değerlendirme ile ilgili verilerin elde ediminde en çok hangi kurumla işbirliği yapılmaktadır?, Gayrimenkul değerlendirme yapan kurumlardan en çok hangisibilinmektedir?, Gayrimenkul değerlendirme yapan kurumlardan en çok hangisine güvenilmektedir?” gibi sorulara elde edilen veriler ışığında yanıt bulunmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak Gayrimenkul değerlendirme yapan kurumlar arasındaki ilişkiler sosyal ağ analizi

¹¹⁵Uşak Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) koordinatörlüğü tarafından (2016 / MF012) numaralı proje ile desteklenmiştir.

¹¹⁶Yrd. Doç. Dr., fatih.taktak@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Geomatik Müh. Böl.

¹¹⁷Yrd. Doç. Dr., mahir.temiz@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Geomatik Müh. Böl.



September 21-23, 2017 Uşak

ile değerlendirilerek gözle görülmeyen ve birlikte işlerliği olan sosyal farkındalık ağı ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: Gayrimenkul Değerleme, Sosyal Ağ Analizi, Farkındalık, Birlikte İşlerlik



September 21-23, 2017 Uşak

Sürdürülebilirlik ve Kentsel Dönüşüm: Uşak Örneği

Abstract

Fatih TAKTAK¹¹⁸

Özet

Güncel kentsel dönüşüm faaliyetleri; ülkede ekonomik gelişim amaçlı olarak sadece fiziksel mekan üzerinden ele alınmakta, sosyal ve ekolojik boyutları gereken önem verilmemektedir. Harabe alanlarının kamu yararı gözetilerek temizlenip, yenilenerek kente katılması ve yaşam kalitesinin artırılması düşüncesiyle başlayan kentsel yenileme projeleri, bu alanlardan daha çok ekonomik getiri elde etmeye yönelik birer rantal projelere dönüşmüştür. Stratejiler ve politikalarla sürdürülebilir olmaktan çıkıp, sonuçların baştaki hedeflenenden uzak olduğu görülmeye başlanmıştır. Dünyada ve Türkiye’de günümüz koşulları, kentsel dönüşüm faaliyetlerinde küresel ısınma ve iklim değişikliklerinin olumsuz yan etkileri karşısında tedbir alma zorunluluğunu getirmektedir. Sürdürülebilir kentsel dönüşüm kavramı ekonomik kalkınma, toplumsal adalet, çevrenin korunması temel hedeflerini birlikte ele alırken başarıya ulaşabilmesi büyük ölçüde orada yaşayan halkın ve ileri gelenlerinin; planlama vesağlıklaştırma sürecinde katılımlarının sağlanabilmesine bağlıdır. Bu sağlıklaştırma sürecinde konumsal, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik bir arada gerçekleştirilmelidir. Teknolojik gelişmeler ile gelecekteki hedefin elde edilmesinde yeni tedbirler öngörülse dahi “ekolojik yerleşim” bugün su konusunda; su tüketiminin azaltılmasını sağlayacak önlemler alan, atık su yönetimi ile dairelerin ve yağmur sularını ayırık sistemde toplayan, daire atık suyu arıtan, atık suyu ve yağmur suyunu geri dönüşümle kazanan ve yeniden kullanan, enerji konusunda; kendi enerjisini yenilenebilir kaynaklarla üreten, depolayan, kullanan, doğru akım kullanan gereçler için de tesisat durumunu oluşturan, mahallese ölçekli ısıtma ve soğutmayı bu yolla sağlayan, yeşil etikete sahip binaları teşvik eden, ulaşım konusunda; fosil yakıtlı bireysel araç kullanımını sınırlayan, donatılara, ticaret ve iş yerlerine yaya ve bisiklet yolları ve toplu taşıma ile erişebilen, ulaşım taleplerinin yönetimini sağlayan, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik konusunda; toplu yapı yönetimini teşvik eden, sosyal etüt programlarıyla ile dönüşümün sosyal etkilerini araştıran, dönüşüme toplumsal katılımı sağlayan, malzeme ve kaynaklar konusunda; kaynakların sürdürülebilir kullanımını destekleyen, katı atık yönetimi ile atık dönüşümleri sağlayan, yerleşme yaşam döngüsünü sağlayan, arazi kullanımı ve kentsel tasarım konusunda; türlerin korunması yönünde çaba gösteren, karbon yutağını artıracak yeşil alan ve tarım alanı temin eden, su ve toprağın korunmasını değerlendiren uygulamaları gibi daha sayılabilecek bir çok uygulamanın için olmak gerekliliği günümüzde olmazsa olmaz durumlardandır.

Bu amaçla çalışmada, Uşak’ın mevcut kentsel dönüşüm projesi ile günümüz ihtiyaçlarını karşılamayan, altyapısı yetersiz ve fonksiyonunu yitirmiş derici esnaflarının imalathanelerinin bulunduğu Tabakhane bölgesi; Uşak ilinin yeni ticaret ve yaşam merkezi haline getirilmeye çalışılmış ve merkezi konumu güçlendirmiş konutlar, alışveriş alanları, restoranlar, kamu kurumları, eğlence alanları, parklar, yürüyüş alanları ve kapalı otoparklar ile bir bütün olarak şehrin yeni merkezi imajıyla sürdürülebilirliğin neresinde ve gelecekteki çalışmalarıyla neresinde olacağı araştırılmıştır.

Anahtar kelimeler: Kentsel Dönüşüm, Uşak, Sürdürülebilirlik, Arazi Kullanımı, KentselTasarım

¹¹⁸Yrd. Doç. Dr., fatih.taktak@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Geomatik Müh. Böl.



September 21-23, 2017 Uşak

Yönetim Kurulu Özelliklerinin Finansal Kurumların Firma Değeri Üzerindeki Etkisi

Abstract

Sibel ÇELİK¹¹⁹, Burcu ACAR¹²⁰, Elmas DÖNMEZ¹²¹

Özet

Kurumsal yönetim mekanizmaları işletmelerde stratejik kararlar üzerinde etkilidir. Literatürde, özellikle 2007 küresel krizi sonrası, yönetim kurulu özelliklerinin ya da yetersiz performanslarının önemi vurgulanmış ve bu özellikler küresel krizin sebeplerinden biri olarak gösterilmiştir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren finansal kurumların yönetim kurulu yapılarının, bu kurumların firma değeri üzerindeki etkisini araştırmaktır. Çalışmada regresyon analizi kullanılacaktır. Bağımlı değişken olarak Tobin Q ölçüsü, bağımsız değişkenler olarak ise yönetim kurulu üyesi sayıları, yönetim kurulu üyelerinin cinsiyeti, bağımsız yönetim kurulu üyesi sayısı gibi değişkenler kullanılacaktır. Kontrol değişkenleri olarak ise şirket büyüklüğü, şirket yaşı gibi değişkenlerin kullanılması planlanmaktadır. Çalışmanın bulguları işletmelerde kurumsal yönetim mekanizmalarının etkileri açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim Kurulu, Firma Değeri, Regresyon Analizi

¹¹⁹Dumlupınar Üniversitesi, Sigortacılık ve Risk Yönetimi Bölümü

¹²⁰Dumlupınar Üniversitesi, Sigortacılık ve Risk Yönetimi Bölümü

¹²¹Dumlupınar Üniversitesi



September 21-23, 2017 Uşak

Otomotiv Sanayiinin Sürdürülebilirliğe Bakışı: Kütahya Örneği

Abstract

Esra YILDIRIM SÖYLEMEZ¹²², Fulya MISIRDALI YANGİL¹²³

Özet

Günümüzde ekonomik ve sosyal alanlarla birlikte özellikle çevre biliminde önemli ve ortak kavramlardan biri haline gelen sürdürülebilirlik kavramı; Brundtland Raporunda (1987) gelecek kuşakların gereksinimlerinin karşılanmasını tehlikeye atmayacak şekilde günümüz gereksinimlerinin karşılanması olarak tanımlanmaktadır (Nuong vd.,2011:43). Son yıllarda profesyonel işletme faaliyetleri arasında sayılmakta olan sürdürülebilirlik, dünyada lider olan ve bu hedefe ulaşmaya çalışan işletmelerin stratejilerinde sıklıkla yer bulmaktadır. Bu doğrultuda ülkemizde de işletmelerin yeni yeni gündeminde yer alan sürdürülebilirlik, çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Ülke ekonomisinde hayati önem taşıyan otomotiv sektörü temel alınarak Kütahya'da bu sektörde faaliyet gösteren üretim işletmelerinin sürdürülebilirliğe bakış açısının incelenmesi ve işletmelerdeki sürdürülebilirlik algısının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Sürdürülebilirliğin, literatürde yer alan ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları ve bu boyutların alt bileşenleri, Salvado vd. (2015)'nin geliştirdiği sürdürülebilirlik modeli temel alınarak çok kriterli karar verme yöntemlerinden Analitik Hiyerarşi Süreci yöntemi ile analiz edilmektedir.

Küresel ve yerel rekabet üzerinde büyük etkisi olan bunun yanında işletmelerin topluma ve çevreye karşı sorumluluklarının yerine getirilmesinde önemli ve öncelikli olan sürdürülebilirliğin farkındalığının artırılması; ülkemizde de benimsenip uygulamalarının hayata geçirilmesi ve yaygınlaştırılması anlamında bu çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Ülke ekonomisine katkısı ve diğer sektörlerle yoğun ilişkisi açısından otomotiv sektöründeki bu uygulama çalışmasının faaliyet koluna ve işletmelere de katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilirlik Göstergeleri, Analitik Hiyerarşi Süreci, Otomotiv Sektörü

¹²² Yrd.Doç.Dr.,Dumlupınar Üniversitesi, esra.yildirim@dpu.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

¹²³ Yrd.Doç.Dr.,Dumlupınar Üniversitesi, fulya.myangil@dpu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Risk İştahının Belirleyicileri: Türkiye Örneği

Abstract

Sibel ÇELİK¹²⁴, Elmas DÖNMEZ¹²⁵, Burcu ACAR¹²⁶

Özet

Risk iştahı, yatırımcıların risk taşıma istekliliği olarak tanımlanmakta ve uluslararası finans piyasalarının performansında belirleyici bir faktör olarak görülmektedir. Risk iştahı temelde iki ana faktör tarafından etkilenmektedir. Bunlardan ilki makroekonomik koşullar tarafından çizilen belirsizlik düzeyi, ikincisi ise riskten kaçınma eğilimidir. Riskten kaçınma tercihinin yatırımcının fayda fonksiyonu tarafından belirlendiği ve çok değişmediği düşünüldüğünde, makroekonomik koşullar risk iştahının en önemli belirleyicisi durumunda olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de yatırımcıların risk iştahını etkileyen faktörleri regresyon analizi yardımı ile analiz etmektir. Bu kapsamda yatırımcıların risk iştahını temsilen Merkezi Kayıt Kuruluşu (MKK) tarafından hesaplanan “Risk İştahı Endeksi” kullanılacaktır. Bağımsız değişkenler olarak ise enflasyon, döviz kuru, faiz oranı, ekonomik büyüme gibi değişkenler kullanılacaktır. Risk iştahı, finansal istikrarın bir ölçüsü olarak kabul edilmektedir; bu nedenle risk iştahını belirleyen faktörler özellikle politika yapıcılar açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Risk iştahı, makroekonomik faktörler, regresyon analizi

¹²⁴Dumlupınar Üniversitesi, Sigortacılık ve Risk Yönetimi Bölümü

¹²⁵Dumlupınar Üniversitesi

¹²⁶Dumlupınar Üniversitesi



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye Borsasının Dünya Borsaları İle Etkileşimi: Kırılgan Beşli Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama

Abstract

Yasemin Deniz KOÇ, Elmas DÖNMEZ

Özet

Uluslararası yatırımcılar için yatırım yapılabilecek ülkelerin borsalarının ne yönde hareket edeceği portföy çeşitlendirmesi yapılabilmesi açısından önemlidir. Bu çalışmada, Türkiye hisse senedi piyasasının Kırılgan beşli olarak adlandırılan Hindistan, Brezilya, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika hisse senedi piyasaları arasındaki uzun dönemli ilişkisi test edilecektir. Bu ülkeler ABD'nin para politikalarından en çok etkilenen ülkeler olup cari açık oranı, enflasyon oranı, bütçe dengesi, dış borç yükü ve büyüme performansı gibi özellikleri dikkate alınarak bu gruba dahil edilmişlerdir. Makro ekonomik açıdan benzer özelliklere sahip bu ülkelerin hisse senedi piyasalarının işleyişi ve birlikte hareket edip etmediği önemli bir konu olup çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada kırılgan olarak kabul eden beş ülke borsasının uzun vadeli ilişkisi eşbütünleşme analizi ile test edilecektir. Elde edilen bulgular piyasa katılımcıları, yatırımcılar uluslararası portföy çeşitlendirmesi kararları ve politika yapıcılar açısından anlamlıdır.

Anahtar Kelimeler: Hisse Senedi Piyasaları, Kırılgan Beşli Ülkeleri, Eşbütünleşme Analizi



September 21-23, 2017 Uşak

Tıbbi Sekreterlerin Verimliliğe İlişkin Tutumları İle İş Becerikliliği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Hastanesinde Uygulama Örneği

Abstract

Aslı KAYA¹²⁷, Nurcan COŞKUN US¹²⁸

Özet

Tüm işletmelerin kuruluş amaçlarından biri verimliliktir. Sağlık hizmetleri de bir işletme olarak düşünüldüğünde sağlık sunucularının verimli çalışıp çalışmadığı da önem taşımaktadır. Verimlilik girdi/çıkıtı olarak ifade edilmesine rağmen bir birimden maksimum çıktının elde edilmesi anlayışına dayanan kurallar bütünüdür. Sağlık hizmet sunucularında çalışan tıbbi sekreterlerin verimli olabilmesi çalışanın motivasyonu, iş tatmini, iş becerikliliği, kişisel karakteri, eğitim düzeyi gibi birçok faktöre bağlıdır. Sağlık hizmet sunucularında çalışan bireylerin işe dair bilgili, becerili ve işinden memnun olması yaptığı işteki başarısını olumlu yönde etkilemektedir. Sağlık hizmeti vermek hataya imkan tanımayan, dikkat ve önem gerektiren bir meslek olup, sağlık hizmeti sunucularının belirli iş olgunluğuna, iş yetkinliğine, tecrübesine ve bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır. Sağlık hizmetleri bünyesinde çalışan tıbbi sekreterlerin işlerindeki verimliliğin artırılmasında çalışmalar yapılması kurumun yararına olacaktır. Özellikle günümüzde yeni yeni gündeme gelen ve her geçen gün sağlık sunucuları tarafından önemi artan tıbbi sekreterlik mesleğine sahip bireylerin yeterli bilgi, donanım sahibi olması önem kazanmıştır. Sağlık hizmetleri hata kabul etmeyeceği gibi, işin gerektirdiği bilgi donanımının yanı sıra bilgisizlik, dikkatsizlik, yetkinsizliği de kabul etmeyecek bir hizmet sektörü oluşudur. Çalışmanın önemi, tıbbi sekreterlerin çalışma süreçleri içerisinde iş becerikliliği, iş oluşturma ve iş gelişimini ölçen bir çalışma olarak ilk kez uygulanmasıdır. Çalışmanın amacı, üniversite hastanesinde çalışan tıbbi sekreterlerin iş verimliliği ile iş becerikliliği arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Çalışmanın yöntemi, 2 bölümden oluşan anketler tıbbi sekreterlere uygulanarak sonuçları incelenmiştir. Anketin birinci kısmı 7 sorudan oluşan demografik bilgilerden oluşmaktadır. Demografik bilgiler içerisinde yaş, doğum tarihi, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni durum, görev, kadro durumu ve çalışma süresi olmak üzere 7 soru yönetilmiştir. Anketin ikinci kısmında 39 ifadeden oluşan verimliliğe ilişkin tutumları ölçeği ve 21 ifadeden oluşan (JOB Crafting Scale) iş becerikliliği ölçeği bulunmaktadır. Çalışmada, çalışanların ifadelerine vermiş olduğu skorlar 5’li likert yöntemi (“1”, “hiçbir zaman katılmıyorum”-“5”, “her zaman katılıyorum”) ile değerlendirilmiştir. Verilerin analizi örneklem grubundan elde edilen verilerin analizi, SPSS 19 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Çalışmada araştırılan hipotezler test edildiğinde çalışanların verimliliğe ilişkin tutumları ve iş becerikliliği hakkındaki düşünceleri cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaşlarına, eğitim durumlarına, kurum kıdem sürelerine göre anlamlı farklılıklar bulunmuş olup, kadro durumlarına göre anlamlı fark bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Hastane, tıbbi sekreter, verimlilik, iş becerikliliği.

¹²⁷Uzman., aslikaya16@yahoo.com, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sağlık Yönetimi ABD, Sağlık Kurumları Yönetimi BD.

¹²⁸Dr., nurcan_coskun@yahoo.com, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sağlık Yönetimi ABD, Sağlık Kurumları Yönetimi BD.



September 21-23, 2017 Uşak

Effect Of Job Insecurity Perception On Intention To Leave Work: Mediating Role Of Self Esteem

Extended Abstract

Belkıs ÖZKARA¹²⁹, Fatih BIYIKLI¹³⁰

1. General Overview

Together with the technological improvement, working environment and labour market has changed drastically within last two decades. Core competencies of the workers have increased and the unemployment has become one of the key problems of the economies. As the competition in many markets is increased, new regulations for employment arised and job markets have become more flexible. While this flexibility brought advantage to the companies, on the other hand it created some difficulties for the workers as well. As the contracts become more temporarily and part-time basis, the turnover rates are increased overall and this creates either psychological or mental pressure on workers. Even though in some countries like Finland, Norway and Sweden this negative effect of the flexibility is trying to be reduced by employment and income security (Vulkan et. al., 2015), it still remains major problem in many other labour markets like Turkey. According to the current surveys on this topic showed that roughly %20 of European workforce doubtful about the keeping their current job within next twelve months and half of those are not confident to find a new job in case of being laid off (Eurobarometer, 2011).

2. Literature Review

Job Insecurity has many definitions in the literature but one of the most comprehensive and widely accepted definition is made by Greenhalgh and Rosenblatt. According to them the job insecurity is a feeling of powerlessness in maintaining the desired continuity of the work situation (Greenhalgh and Rosenblatt 1984). Based on this definition, it can be understood that job insecurity is subjective as there is a perception in the statement.

There are a few aspect of the job insecurity exist. According to Hellgren et al. (1999) there are two forms of job insecurity exist. The first one is qualitative insecurity which is described as perceived threats against valued job features such as working conditions, salary cuts, career development and promotional opportunities Sverke et al., 2002). The second one is the quantitative insecurity which concerns the perceived threat of actual job loss (Richter et al., 2014). On the other hand Borg and Elizur (1992) disperse job insecurity as cognitive and affective. Cognitive insecurity is related with the possibility of losing the job while affective insecurity is related with the fear of losing job.

In the field of job insecurity many scholar seek for the outcome of the job insecurity and used many variables. For example Otterbach & Sousa-Poza (2016) looked for an

¹²⁹Prof. Dr., bozkara@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe University, Faculty of Business and Administrative Sciences, Department of Business Administration, **Contact Person**

¹³⁰Research Asst., fbiyikli@aku.edu.tr Afyon Kocatepe University, Bolvadin School of Applied Sciences, Department of Accounting, **Primary Presenter**



influence of job security on the employability and the health and they have found that there is a negative correlation between job insecurity and overall health of workers and employability. In another research which is conducted by Chirumbolo (2015), the effect of job insecurity on counterproductive work behaviors is analysed and it is found that job insecurity causes counterproductive work behaviours among the workers and personality factor which is called Honesty-Humility is an important tool to reduce CWBs at work. Vulkan et al. (2015) are tried to find a relationship between job insecurity and mental well-being in Nordic countries. In their study they searched for the mediating role of employment and income security on the reducing the adverse effect of job insecurity and they found that government regulations on labour market is vital factor to reducing the inevitable negative effect of flexible labour markets and they claim that when the employment opportunities are high and income of the workers are secured by laws the negative effect of job insecurity can be decreased. Dunja et al. (2014) searched for the correlation between job insecurity on job satisfaction and organizational commitment at tourism sector and they also examined the relationship between contract type and job insecurity. In their study they have also found that workers who feels insecure to keep his/her job are not satisfied at work and don't have a commitment about their work because of the possible lose of their job in near future. Also workers who have temporary or part time contracts feel more insecured in comparison with the ones who have permanent contracts.

3. Methodology

The aim of the study is to find out the effect of job insecurity perception on intention to leave work and seek for the mediating role of self esteem.

In the study 3 different scales are used which are measuring job insecurity, intention to leave work and self esteem. Sample group of the study is employees of five star hotel businesses in Afyonkarahisar. The reason why the sample group is selected in the study is the high employee turnover rate of the sector and temporary and short term contracts offered to the employees as a nature of seasonal fluctuations in the sector. In this context 135 surveys gathered from five star hotel businesses with random sampling method. Collected data is analyzed with SPSS packaged programme.

In the study dependent variable is taken as job insecurity perception, independent variable is taken as intention to leave work and mediating variable is taken as self esteem. Accordingly hypothesis are constituted as follows:

Hypothesis 1a: High Self Esteem of Employee results voluntary employee withdrawal

Hypothesis 1b: Low Self Esteem of Employee results Reluctant Employee withdrawal

4. Conclusion

Job insecurity is inevitable in today's working environment. Temporary contracts and high competition in labor markets increased the pressure on employee. Therefore their self esteem become crucial to predict their intention to leave work.

It is seen from the literature that self-esteem is having a mediating role to predict employee withdrawal. Employee who has high self esteem are eager to leave work voluntarily on the other hand employee who has low self esteem are reluctant to leave work intentionally.

Keywords: Job Insecurity, Self Esteem, Employee Withdrawal



September 21-23, 2017 Uşak

İşlevsel Açıdan Türk Modernleşmesinde Din Olgusu

Abstract

Sadık ERTAŞ¹³¹

Özet

Bu çalışmada öncelikle Türk modernleşmesinde din olgusunun yeri ve önemi tespit edilecek ve sonrasında da temel olarak bu olgunun modernleşme sürecinde işlevsel açıdan nasıl, kimler tarafından ve ne şekillerde kullanıldığı ele alınacaktır.

Çalışmanın temel amacı, din-siyaset ilişkisinin oldukça önem kazandığı günümüzden geçmişe bir pencere açarak bu ilişkinin Türk modernleşmesi sürecinde hangi safhalarda ne şekilde ön plana çıktığını tespit edip Türk modernleşmesinde dinin olumlu ya da olumsuz işlevselliğini ortaya koyarak geçmişten günümüze ışık tutmak ve bununla birlikte Türk modernleşmesinde dinin işlevsel olarak kullanılması durumunu Türk modernleşmesinde dinin araçsallaştırılması olarak kavramsallaştırıp bu durumun hangi aktörler eliyle ne şekillerde ortaya çıktığını tespit etmektir.

Tarih boyunca din olgusunun toplumda var olduğu tüm zamanlarda bu olgu doğrudan ya da dolaylı bir biçimde mutlaka siyasetle iç içe olmuştur. Kimi zamanlar din, siyaseti önemli ölçüde etkilerken kimi zamanlarda da siyaset dinin üzerinde bir baskı unsuru olarak yer almıştır. Moderniteyle birlikte ulus-devletlere geçiş sürecinde oldukça önemli bir kavram haline gelen laisizm ve sekülerizm kavramları çeşitli yer ve zamanlarda farklı biçimlerde algılanıp uygulanmıştır. Türk modernleşmesini şayet tanzimatın ilanıyla başlatırsak aradan geçen yaklaşık iki asırlık zaman dilimi boyunca bu konunun hem siyasi çevrelerce hem de akademik çevrelerce sürekli gündemde tutulduğunu ve günümüzde de halen gündemdeki yerini koruduğunu söylemek mümkündür. İşte bu çalışmada daha önceleri de farklı yönleriyle ele alınmış olan ve çalışmanın ele aldığı konuyla doğrudan ilgisi bulunan dinin meşrulaştırma işlevinin Türk modernleşmesindeki yeri, önemi ve uygulama alanları ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Aydınlanma ve Rönesansla başlayıp sanayi devrimine giden süreç sonunda İslam dünyası Batı'nın her alandaki üstünlüğünü kabul ettikten sonra tekrar eski kudret ve kuvvetini kazanabilmek için birtakım arayışlar içine girmiştir. Batının İslam dünyası üzerindeki etkisi yalnızca askeri, ekonomik ve siyasi alanlarla sınırlı kalmamış ve bu etki müslüman toplumlar üzerinde dini, sosyal ve kültürel açılardan da kendisini göstermiştir. Bu etkiyi en yoğun ve doğrudan yaşayan ülkelerin başında elbette dağılma sürecine giren Osmanlı İmparatorluğu gelmektedir. Tüm bu süreçler sonucu modernleşmeyle birlikte insanlık bir modern ulus-devletlerin ortaya çıkmasına şahit olmuştur. Bu alanda gözlenen gelişmeler başta siyaset bilimciler ve sosyologlar olmak üzere sosyal bilimlerle iştil eden bir çok araştırmacının oldukça ilgisini çekmiş ve bu konu üzerinde çok sayıda çalışmalar yapılmıştır. İşte bu çalışmada ABD'li sosyolog Robert N. Bellah'ın Japon modernleşmesinde dinin rolünü incelediği Tokugawa Dini adlı çalışma ile Max Weber Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhunu adlı çalışmalardan esinle ayrıca yine Weber'in Sekülerleşme ve Modernleşme tezi ile Louis Althusser'in Devletin İdeolojik Aygıtları adlı çalışmaları da göz önünde bulundurularak dinî

¹³¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, sadikertas2006@gmail.com, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Siyaset ve Sosyal Bilimler Bilim Dalı



September 21-23, 2017 Uşak

meşrulaştırma temelinde geleneksel bir düzen çerçevesinde hüküm süren Osmanlı İmparatorluğu'ndan Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuna giden yolda modern bir ulus devlet oluşturma çabası içerisinde bulunulan süreç irdelenerek modernleşme sürecinde dinin işlevselliği olgusu yani dinin araçsallaştırılması durumu ele alınacaktır.

Çalışma sonucunda Türk modernleşmesinde din olgusunun modernleşme taraftarı kesimlerce tamamen yadsınmadığı ve modernleşmeye geçiş sürecinde dinin bir imkan olarak kullanıldığı görülecektir. Dinin işlevsel olarak kullanımının başlıca devlet ve kurumları eliyle olmak üzere entelektüeller, yazarlar ve siyasetçiler eliyle de gerçekleştiği söylenebilir. Ayrıca bunların dışında din adamları ve alimlerin modernleşmeye geçiş sürecinde çeşitli ayet ve hadisleri nasıl araçsallaştırdıkları da ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler : Türk Modernleşmesi, Dinin Araçsallığı, Dinin İşlevselliği, İktidar ve Din, Dinin Meşrulaştırma İşlevi.



September 21-23, 2017 Uşak

İşletmelerde Kurumsal Girişimciliğin Sürdürülebilir Yatırıma Etkisi

Abstract

Özlem TUNA¹³², İbrahim KILIÇ¹³³

Özet

Son 20 yılda işletmeler, sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için çevre koruma, sosyal adalet, eşitlik ve ekonomik kalkınma gibi toplumsal hedeflerin gerçekleşmesi yönünde çabalar sarf etmektedir. Bu durum işletmelerin stratejilerini, yönetim yaklaşımlarını ve vaatlerini değiştirmelerini gerektirmektedir. Kurumsal girişimcilik işletmeler için gerekli olan bu değişimi yeni iş girişimleri, yeni ürün ve hizmet, teknoloji, yönetim teknikleri ve stratejileri geliştirerek sağlarken aynı zamanda inovatif faaliyetlerle de desteklemektedir. İşletmelerde yaşanan değişim, yatırım kararlarını da doğrudan etkilemekte ve işletme yöneticilerini belirli bir yatırımın yapılması, bu yatırıma devam edilmesi veya yatırımdan vazgeçilmesine ilişkin kararlar alınırken geleneksel finansal kriterlerin yanı sıra, sosyal ve çevresel performansa yönelik hedefleri veya sınırlamaları da düşünmeye zorlamaktadır. İşletmeler, üretim güvenliği ve yararlı ürünler; olumsuz çevresel etkilerin en aza indirilmesi; çalışanların mutluluğu için çalışma yerlerinin rehabilitasyonu; uluslararası faaliyetlerde iş standartlarının belirlenmesi ve faaliyette buldukları bölge halkına olumlu katkılar sağlanması yönündeki uygulamaları gerçekleştirdiklerinde sosyal ve çevresel performansın gelişmesine katkıda bulunmuş olacaktırlar. Kısaca işletmeler, yatırım analizi ve karar verme süreçlerinde çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim faktörlerini bütünleştirerek sürdürülebilir yatırım yaklaşımını benimsemiş olacaktırlar.

Bu çalışmayla işletmelerin, çevresel değişim karşısında faaliyetlerinde sergileyecekleri stratejik yaklaşımlar olarak tanımlanabilen kurumsal girişimciliğin, sürdürülebilir yatırıma etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, İstanbul Sanayi Odası'nın 2015 yılı Türkiye'nin ilk 500 işletmesi sınıflamasında yer alan 300 işletme ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde, aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon analizi ile basit ve çoklu doğrusal regresyon analizi gibi istatistiksel teknikler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda kurumsal girişimcilik ve sürdürülebilir yatırım arasında pozitif kuvvetli bir korelasyon (0.677) bulunmuştur. Ayrıca, sürdürülebilir yatırım üzerinde kurumsal girişimciliğin yenilikçilik ve örgütsel yenilenme boyutlarının diğer boyutlara göre daha fazla etkisi olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Kurumsal Girişimcilik, sürdürülebilir yatırım, sürdürülebilirlik, İSO 500.

¹³² Öğr. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon Sağlık Yüksek Okulu, ozltuna@hotmail.com

¹³³ Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Veteriner Fakültesi, kilicibrahim@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Son Anayasa Değişikliği Çerçevesinde Cumhurbaşkanlığı Sistemi ve Hükümet Sistemleri İçerisindeki Yeri

Abstract

Ahmet Bora TARHAN¹³⁴ Belgin BÜYÜKBUĞA¹³⁵

Özet

Devletin içerisinde yer alan siyasal kurumların birbirleriyle ilişkili olarak düzenleniş biçimleri o ülkenin siyasal sistemini oluşturur. Siyasal sistem, toplumun genelini ilgilendiren siyasal mekanizmanın tümünü kapsadığı için önemlidir. Anayasa ile ortaya konan siyasal sistem, o ülkenin yönetimi biçiminin de belirleyicisidir. Ancak siyasal sistem kavramı sadece anayasa kavramına indirgenemez. Çünkü siyasal sistem siyasal kurumlar ve devlet aygıtının düzenlenme biçiminin ötesinde siyasal partiler ve seçim sistemleri ile de ilgilidir.

Konuyu anayasal çerçevede sınırlandırmak adına siyasal sistem yerine hükümet sistemleri kavramı tercih edilmiştir. Pozitif hukuk, hükümet sistemlerini dar bir çerçevede kuvvetler birliği ve kuvvetler ayrılığı ana ekseninde parlamenter sistem, başkanlık sistemi, meclis hükümeti sistemi ve monarşik devlet düzeni şeklinde bir ayrıma tabi tutmuştur. Her ülke gelişme düzeyine, sosyo-ekonomik yapısına, kültürüne ve ideolojisine uygun bir biçimde farklılıklar göstermekle birlikte temelde bu sınıflandırma içerisinde yer alan bir hükümet sistemi içerisinde yer almaktadır.

Türkiye’de 10 Aralık 2016 tarihinde meclise sunulan ve 16 Nisan 2017 tarihinde halkoyuna sunulmuş kabul edilen anayasa değişikliğinin bazı düzenlemeleri referandumdan sonra yürürlüğe girerken, hükümet sistemi değişikliği ile ilgili temel düzenlemeler ise yapılacak genel seçimlerin hemen ardından hayata geçecektir. Daha önce 18 kez değiştirilen 1982 Anayasası, yapılan bu son değişiklikle, yasama, yürütme ve yargı organlarının içeriğinde ve birbiriyle olan ilişkilerde köklü değişikliklere yol açarak, yeni bir hükümet sistemi anlayışını ortaya koymaktadır. Temel hükümet sistemleri içerisinde yer almamakla birlikte “Cumhurbaşkanlığı Sistemi” olarak adlandırılan bu modelin konumu, tartışmaya açıktır.

Bu çalışmanın amacı 1982 Anayasasında yapılan son değişiklikle gündeme gelen “Cumhurbaşkanlığı Sistemi”nin kuvvetler birliği ve kuvvetler ayrılığı bağlamında yer alan hükümet sistemleri içerisindeki yerini karşılaştırmalı bir perspektifle ele almaktır. Öngörülen sistemin mevcut hükümet sistemleri içerisinde yeri, 1924 Anayasasında da karşımıza çıkan karma hükümet sistemi modeli etrafında incelenecektir. Bu kapsamda modelin hükümet sistemlerinin işleyiş biçimlerini tek bir çatı altında birleştirdiği çıkarımı yapılacaktır. Araştırmada esas olarak literatür taraması ile birlikte yeni anayasa çalışmalarına dair güncel makale ve internet kaynaklarına yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: 1982 Anayasası, Cumhurbaşkanlığı Sistemi, Parlamenter Sistem, Başkanlık Sistemi, Karma Hükümet Sistemi

¹³⁴ Adnan Menderes Üniversitesi Söke İşletme Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi

¹³⁵ Adnan Menderes Üniversitesi Söke İşletme Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi



September 21-23, 2017 Uşak

Identifying the Personality Traits of Employees in Tourism Sector: A Case of Uşak Province

Abstract

Hilal KAVAK¹³⁶, Veli Erdinç ÖREN¹³⁷

Abstract

There are many factors affecting customer satisfaction in businesses. Employees' attitudes are an important factor affecting customer satisfaction because of employees is directly involved in the face-to-face relationship with customers in the tourism sector, which is a labor-intensive sector. Job satisfaction and satisfaction of the employees will ensure satisfied customers, since it is thought that employees satisfaction directly affect the customer satisfaction. Particularly in the tourism sector, it is thought that it is extremely important for the employees to have suitable personality traits in their work to provide quality service. In this context, identifying the personality traits of employees in tourism enterprises in Uşak province by the Five Factor Model of Personality and evaluating the business harmony is the aim of the study. Target population of the study is 400 employees working in tourism enterprises, travel agencies and food and beverage enterprises in Uşak. Data were collected from 155 employees using the face-to-face survey method. The data obtained were analyzed by using SPSS (Statistical Package of Social Sciences). As a result of the analysis on the reliability of the study, the Cronbach Alpha value was calculated as 0,76 ($0,70 < \alpha < 1$). According to the findings it has been seen that the personality traits of the employees in the tourism sector in Uşak Province are not collected under a personality group. In other words, It has been determined that employees in the tourism sector have extroversive, agreeable, conscientious, neuroticism and openness personality traits.

Keywords:Personality, Tourism Sector, Five Factor Model of Personality

¹³⁶GraduateStudent, Uşak UniversityInstitute of Social Sciences , hilalguney905@gmail.com

¹³⁷Assist. Prof., Uşak University, erdinc.oren@usak.edu.tr (correspondingauthor)



September 21-23, 2017 Uşak

Yeşil Teori ve Yeşil Lojistik: Keşifsel Bir Analiz

Abstract

Ramazan ERTURGUT¹³⁸, Kadircan OKKAOĞLU, Artuğ Eren COŞKUN

Özet

Globalleşmenin uluslararası ticaret üzerinde yarattığı çok yönlü dinamikler, şirketler arasındaki rekabetin klasik rekabetten, Tedarik Zinciri bazlı bir rekabete doğru evrildiğini göstermektedir. Diğer taraftan, her geçen gün; hem iş yaşantımıza, hem gündelik uğraşlarımıza daha fazla yön veren "sürdürülebilirlik" olgusu, lojistik pratiklerinde de; çevreye duyarlı, enerji etkin ve sürdürülebilir başarının sağlanmasını gerekli kılmakta, bu gereklerin bileşkesi de, yeşil lojistik uygulamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeşil Teori fikri ise; Uluslararası İlişkiler Teorileri kapsamında, çevresel duyarlıkların artırılmasını, çevre kirliliği ve karbon salınımı gibi ekolojiyi tehdit eden konulara karşı uluslararası organizasyonlar eliyle düzenlemeler yapılması gereğini ortaya koyan eleştirel bir teoridir.

Bu çalışmanın amacı, bir uluslararası ilişkiler teorisi olan Yeşil Teori ile Yeşil Lojistik uygulamaları arasındaki ilişkileri, nitel araştırmaya dayalı keşifsel bir zeminde inceleyerek, hem uluslararası ilişkiler, hem de lojistik yönetimi literatürüne disiplinler arası bir katkı sunmaya yöneliktir. Araştırmanın beklenen sonuçları, Yeşil Lojistik uygulamalarının, uluslararası ilişkilerde Yeşil Teori olarak bilinen görüş ve uygulamaların hayata geçirilmesinde önemli bir araç olabileceğini göstermektedir. İki yaklaşımın da amaçsal temellerinin benzerlik gösterdiği dikkate alındığında, Yeşil Teorinin öngörülleri ve Yeşil Lojistik pratikleri, sürdürülebilir uluslararası ticaret ve sürdürülebilir işletmecilik açısından stratejik ve küresel bir işbirliği alanı olmaya oldukça elverişlidir. Ayrıca, bu tür bir ilişki, sürdürülebilir lojistik standartların ortaya konulması ve bunların Birleşmiş Milletler, NATO ve AB gibi uluslararası organizasyonlar tarafından yapılacak düzenlemeler ile kurumsal düzeyde garanti altına alınmasına uygun bir zemin yaratmaktadır. Araştırmada ayrıca, mevcut düzenlemelerden yola çıkılarak bu stratejik ve işbirliğinin alan ve çerçevesine ilişkin bir model önerisi sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Teori, Yeşil Lojistik, Sürdürülebilirlik, Uluslararası ilişkiler, Lojistik Yönetimi,

¹³⁸ erturgut@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Kent Lojistiği: Teori Kapsam Ve Uygulamalar

Abstract

Ramazan ERTURGUT¹³⁹, Artuğ Eren COŞKUN, Kadircan OKKAOĞLU

Özet

Sanayi Devrimini izleyen süreç, köyden kentlere göçü hızlandırmış, özellikle 2000'li yıllardan sonra; bireysel gelirin nispi artışı ile birlikte kentler, bireylerin kurumlarla etkileşimini artıran, bireylere farklı tüketim ve yaşam konforu sağlayan toplumsal alanlar olarak cazibe merkezleri haline gelmiştir. Bunun sonucu olarak halen bir çoğumuzun da içinde bulunduğu kent yaşamı, insan medeniyetinin önemli bir parçası olarak, mal ve hizmet sektörlerini aynı ortamda barındıran, vazgeçilmez ama bir çok yönden de sorunsallar içeren, birçoğu devasa büyüklükte kamusal alanları tanımlamaktadır. Trafik yoğunluğu, Karbondioksit salınımı, hava ve gürültü kirliliği, yeşil alanların azalması ve bunun gibi birçok sorun kent yaşamını ve ekonomik faaliyetlerini sürdürmeye çalışan işletmeleri olumsuz etkilemektedir. Diğer taraftan, şehirlerde demografik ve ekonomik büyümeye ayak uyduramayan, çarpık yapılaşmanın yarattığı ulaşım ve taşımacılık merkezli problemler, kent lojistiği yaklaşım ve uygulamalarının diğer lojistik uygulamalardan ayrı ve entegre bir lojistik yaklaşımı olarak incelenmesi ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Birincil amacı zaman ve maliyet faydası yaratarak lojistik optimizasyonu sağlamak olan kent lojistiği araştırma ve uygulamaları; gelişime ve yeniliğe oldukça açık bir zeminde yol alımını sürdürmektedir. Bu bağlamda; yeraltı ve yerüstü otoparklar, akıllı ulaşım sistemleri, kullanıcıya anlık bilgi sağlayan iletişim teknolojileri, kent trafiğini rahatlatmak ya da en uygun rotaları belirlemek amacıyla geliştirilen modelleme çalışmaları, kent çevrelerinde kurulan konsolidasyon merkezleri, bisiklet yollarının ve park alanlarının oluşturulması ve daha birçok konu kent lojistiğinin kapsamına girmektedir.

Bu çalışmanın amacı; mevcut literatürden yola çıkarak, kent lojistiğinin teori, kapsam ve uygulamalar bazında derinlemesine bir analizini yapmak, kent lojistiğinin sınırlarını çizerek gelecekteki araştırmalara ilham verici nitelikte bir perspektif ortaya koymak ve kent lojistiğinin, Dünyadaki başat uygulamalarına değinerek ülkemizde bulunan işletme ve kurumların konu ile ilgili farkındalığını artırmak temeline dayanmaktadır. Kent lojistiği okumasının sonuçları, bu yaklaşım ve uygulamaların gittikçe daha fazla sürdürülebilirlik yönelimli olduğunu, kent lojistiği ile ilgili inovasyon temalı projelerin diğer lojistik alanlara göre daha artış gösterdiğini, işletmelerin ve bireylerin kent lojistiği konusunda filantropik ilgi düzeylerinin arttığını, Dünya Bankası Lojistik Performans indeksine göre lojistik performansı en yüksek ülkelerin kent lojistiği konusunda katma değer yaratan uygulamaları olduğunu göstermekte, ayrıca kent lojistiği uygulamalarının disiplinler arası bir zeminde yol alımını sürdürdüğü anlaşılmaktadır.

Keywords: Kent Lojistiği, kentsel yük taşımacılığı, kent lojistiği uygulamaları, akıllı ulaşım sistemleri

¹³⁹ erturgut@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

AB Çerçevesinden Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Kurumsal Mekanizmaların Rolü: Türkiye Örneği¹⁴⁰

Abstract

Funda Râna ADAÇAY¹⁴¹, Hakkı BAĞAN, Özgül KARABACAK

Özet

Çalışmanın amacı, AB kriterleri ve mevzuatı çerçevesinde Türkiye’de son yirmi yılda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği konusunda atılan adımların ne denli başarılı olduğunu tespit etmek ve gelecek için öngörü ve önerilerde bulunmaktır. Bu amaçla bu alanda görev alan kurum ve kuruluşların yapıları faaliyetleri proje kapsamında analiz edilecek ve AB üyesi ülke modelleri ile karşılaştırılacaktır.

Bu kapsamda Türkiye’nin Toplumsal Cinsiyet eşitliğini sağlayabilmek amacıyla, geniş kapsamlı disiplinlerarası, işbirliği gerektiren ve uzun dönemli stratejilere ihtiyacı olduğunu ortaya koyabilmektedir. Bu yeni çalışma alanında gerçekleştirilecek bilimsel çalışmalara ve alanla ilgili genel yazına katkı sağlayabilmektedir.

Anahtar kelimeler: Kalkınma, Kadın, Toplumsal Cinsiyet, Cinsiyetlerarası Eşitsizlik

¹⁴⁰ Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Komisyonu tarafından desteklenmiş olan 1605E513 nolu proje kapsamında hazırlanmıştır.

¹⁴¹ Prof. Dr., frozbey@anadolu.edu.tr, Anadolu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi



September 21-23, 2017 Uşak

A Study On the Impact Of The Short Selling Ban On FIBS

Abstract

Simon GRIMA¹⁴², Stephen SAMMUT¹⁴³

Abstract

The following study investigates how the short selling ban affected stock markets in France, Italy, Belgium and Spain and whether the required response was really achieved and reflected in the market. Although some argue that the short selling ban was needed for the market to get back on its feet, others argue that short selling is a tool that improves market efficiency and banning such trading strategy might lead to detrimental effects on the market.

Therefore, the purpose of this study was to show whether the short selling ban had a positive or negative effect, both in the short-term and long-term, on the financial markets. Moreover, to determine whether short selling is an effective tool and whether it really drives the stock prices down when the financial markets are going through bad moments. Consequently, uncover whether the short selling ban has had a permanent impact on the financial markets and whether it really had an effect on the FIBS.

To do this the author used market data and a selection of stock returns, which included banned stocks in the FIBS financial markets and non-banned financial stocks from non-FIBS before, during and after the short-selling ban in August 2011.

It was found that the short selling ban led to higher volatility in the FIBS countries and also had a spill over effect on non-FIBS countries. Furthermore, the impact of the short selling ban on volatility was only deemed to be for a short-term period, with the exception of Spain. Also, the short selling ban slowed down price discovery in Belgium, France and non-FIBS countries, whereas the short selling ban did not affect Spain and Italy. Furthermore, all countries including the non-FIBS countries illustrated a better price discovery position after the ban was lifted; therefore the short selling ban only had a short-term impact on price discovery. Moreover, there was a long-term positive effect on prices with improvement in stock market prices for all FIBS countries with a positive impact on non-FIBS countries. However, liquidity in all FIBS and non-FIBS countries suffered a short-term negative impact.

Keywords: Short Selling Ban, FIBS, Non-FIBS, Price Discovery, Volatility, Liquidity, Financial Stock Prices, Pre-Ban Period, Ban Period, Post-Ban Period.

¹⁴²simon.grima@um.edu.mt, University of Malta, Head Insurance Department, *Contact Person*

¹⁴³ssammut.vfs@bov.com, University of Malta, Department of Banking and Finance,



September 21-23, 2017 Uşak

Control Considerations Relating To Terrorism Within The Aviation Industry: A Case Study On A Small Island State

Abstract

Simon GRIMA¹⁴⁴, Lara SCERRI¹⁴⁵

Abstract

With this study the authors' aim to identify the control consideration required after determining the impact of terrorism on the aviation industry within a small Island state. This study analyses how an International Airport within a small island state reacts to the threat of terrorism, and to what extent the industry and client confidence are affected.

The study was mainly based on semi-structured interviews with the Aviation Security within the small island state (the regulator of the aviation industry), officials within security controls and risk management departments and a number of local travel agents. Questionnaires were also distributed both online and in person to the general public.

Results indicate that several security controls are in place, despite the general public's doubts about their actual effectiveness and efficiency, particularly in less sensitive areas. However, there needs to be the right balance between cost constraints and safety. Here, training is found to play a very important role in the implementation of controls and cost cutting exercises. Moreover, the risk management and business continuity functions operate optimally and are regular test and simulations are carried out.

The Island state, has substantially benefitted from the shift of destinations struck by terrorism. Therefore, travel agents had to adapt and find innovative ways to maintain or diversify their portfolios in order to survive and gain opportunities derived from disrupters in the industry.

Participants in the interviews and surveys proposed the enhancement of security controls not only at the airport but also on a more national level. They were unanimous about the need for more open communication and transparency between the regulator and the industry in general.

Finally, they strongly advocated more proactive measures to reinforce the Island's preparedness in case of acts of terror.

Owing to the very sensitive nature of the topic, there is a dearth of authoritative literature available. However, the study, sheds more light on the subject especially in small island states and the findings though not exhaustive are revealing and should stimulate further discussion and studies.

Keywords : Controls, Terrorism, Aviation Industry, Risk Management, Small Island State

¹⁴⁴Dr., simon.grima@um.edu.mt, University of Malta, Head Insurance Department, *Contact Person*

¹⁴⁵Ms., scerrilara@hotmail.com, eozentr@hotmail.com, University of Malta, Accountancy Department



September 21-23, 2017 Uşak

A Study of the Determinants of Sport Participation in a Small Island State

Abstract

Simon GRIMA¹⁴⁶, Alan GRIMA¹⁴⁷

Abstract

Recent studies reveal that Malta has an overweight and obesity problem that is extremely unhealthy. In addition, there are huge concerns that the Maltese population is not meeting the recommended levels of health-enhancing physical activity. This study examines demographic, economic, sport-specific, lifestyle, psychological, sociological and sport supply factors, and aims to identify which of these determinants impact sport participation in three different competitive sports in Malta, namely badminton, handball and wrestling. Face-to-face structured interviews were administered, obtaining an overall sample of $n = 381$ which was divided as follows: badminton (47), handball (315) and wrestling (19). A mixed-method approach was adopted to collect and analyse data. Descriptive analysis and hypothesis testing were used to examine data statistically.

The main findings suggest that there is a dependency between gender and sport and certain gender may opt either to participate or not participate in a sport. There is also a dependency between age and sport, and participation in sport for certain age groups varies from one sport to another. Both educational background and income are not significant factors which influence a person's decision in which sport of the three to participate in.

Enjoyment, competition and challenge were the main motivational factors for participation. Friends significantly influence the decision to play these sport and injury was considered as the major cause for quitting. Based on findings, the profile of a typical player in badminton, handball or wrestling was presented.

Finally, this study puts forward a number of recommendations to the Maltese Government, SportMalta, as well as to sport associations and their member clubs, to enhance sport participation providing first time evidence of sport participation in Malta.

Keywords: Sport Participation, Determinants, Malta, Badminton, Handball, Wrestling

¹⁴⁶simon.grima@um.edu.mt, University of Malta, Head Insurance Department, *Contact Person*

¹⁴⁷alan_grima4@hotmail.com, University of Malta, Department of Insurance,



September 21-23, 2017 Uşak

BİST-30 ve BİST-100 Endekslerinin Getiri Oynaklığının Karşılaştırması

Abstract

Veysel KULA¹⁴⁸, Ender BAYKUT¹⁴⁹

Özet

Bu çalışmanın amacı, Borsa İstanbul pay endeksleri içerisinde yer alan ve işlem hacmi en yüksek endeksler olan BİST-30 ve BİST-100 endeksleri getiri volatilitesi yapılarının ortaya çıkarılmasıdır. 2007-2016 arası döneme ilişkin toplam 2200 günlük gözlem değerinin kullanıldığı çalışmada, herbir endeksin volatilitesi yapısının belirlenmesi amacıyla çeşitli istatistiksel analizlere başvurulmuştur. ARCH etkisi taşıdığı belirlenen her iki endeks için en uygun volatilitesi modelinin tespit edilmesi amacıyla ARCH, GARCH, EGARCH, PARARCH ve TGARCH modellerinin üçüncü gecikmeye kadar olan model sınamaları yapılmıştır. Endekslerin kaldıraç etkilerinin de araştırıldığı çalışmada, volatilitesi yapı tespiti için her endekse ait toplam 39, çalışma genelinde ise toplam 117 farklı model analiz kapsamında değerlendirilmiştir. ARCH/GARCH modellerinin sahip olması gereken kısıtların kontrol edilmesinden sonra geriye kalan uygun modeller, Theil, RMSE ve MAE katsayıları baz alınarak model karşılaştırmalarına tabi tutulmuştur. Theil, RMSE ve MAE hesaplamaları sonucunda herbir endeks için elde edilen en uygun modelin katsayıları kullanılarak, volatilitesi hesaplamaları aşamasına geçilmiştir. Volatilitesi ısrarcılığının tespiti için yapılan analizler neticesinde, BİST-30 endeksinin volatilitesi ısrarcılığı, BİST-100 endeksine nazaran nispeten daha düşük olarak belirlenmiştir. BİST-30 endeksinin volatilitesi ısrarcılığı gün bazında 17.15 gün olarak hesaplanırken, BİST-100 endeksinin volatilitesi ısrarcılığı 17.27 gün olarak hesaplanmıştır. Günlük yüzdesel volatilitenin tespiti için yapılan analizler neticesinde ortaya çıkan sonuç ise volatilitesi ısrarcılığında ortaya çıkan sonucun tam zıddı yönündedir. Buna göre, yüzdelik volatilitesi bakımından BİST-100 endeksinin volatilitesi, BİST-30 endeksine nazaran daha düşük tespit edilmiştir. BİST-100 endeksinin günlük volatilitesi %1.72 iken; BİST-30 endeksinin günlük volatilitesi %1.76 olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Ekonometri, BİST-100 Endeksi (XU100), Volatilitesi ısrarcılığı, Günlük Volatilitesi.

¹⁴⁸Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, kula@aku.edu.tr

¹⁴⁹Arş. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İngilizce İşletme Bölümü, ebaykut@aku.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)



September 21-23, 2017 Uşak

BİST-Mali ve BİST-Sınai Endekslerinin Kaldıraç Etkisinin Sınanması ve Volatilitite Yapılarının Tespit Edilmesi

Abstract

Veysel KULA¹⁵⁰, Ender BAYKUT¹⁵¹

Özet

Borsa İstanbul bünyesinde işlem gören 423 şirketin genel yapısına bakıldığında sektörel olarak iki endekste yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Bu endeksler, sınai ve mali endeksleridir. Bu endekslerdeki şirket sayısına bakıldığında, sınai endeksinde 151, mali endekste ise toplam 89 şirketin yer aldığı tespit edilmiştir. Her iki endeksin şirket sayıları toplandığında BİST bünyesinde işlem gören şirket sayısına oranla %50'den daha fazla bir orana tekâmül etmektedir. Bu açıdan, ilgili endekslerin volatilitite yapılarının belirlenerek yatırımcılara öneriler sunulması çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. İşlem hacmi bakımında da ilgili endekslerin, en yoğun işlem gören endeksler arasında yer alması çalışmanın önemini bir kez daha vurgulamaktadır. Bu çalışmada, üretim ve imalat işletmelerinin yer aldığı BİST-Sınai endeksi ile finans şirketlerinin yer aldığı BİST-Mali endeksinin volatilitite yapıları tespit edilecek olup, hangi endeksin volatilititeye daha fazla maruz kaldığı belirlenmiştir. Ayrıca ilgili endekslerin olumsuz haberlerden etkilenme düzeyleri asimetrik modeller yardımıyla açıklanmıştır. Bu amaçla, ilgili endekslerin 2007-2016 arası döneme ilişkin doğal logaritması alınan serilerin ARCH-LM testi sonucunda değişen varyansa sahip olduğunun belirlenmesinden sonra otoregresif koşullu değişen varyans modellerinden ARCH ve türevi modeller yardımıyla endekslerin en uygun volatilitite yapıları belirlenmiştir. Çalışma kapsamında endekslerin kaldıraç etkisinin de sınanması dolayısıyla EGARCH, TGARCH ve PARARCH modelleri de analiz kapsamına alınmıştır. Theil katsayısı baz alınarak yapılan hesaplamalar neticesinde hem BİST-Sınai endeksi için hem de BİST-Mali endeksi için en uygun volatilitite modeli olarak GARCH (1,1) modeli elde edilmiştir. Çalışmanın bulgularına göre, her iki endeks de kaldıraç etkisine sahip değildir. Endeksler üzerine gelen olumsuz bir haber, herhangi bir farklılaşma yaratmamakta ve her iki endeksi de aynı doğrultuda etkilemektedir. Fakat volatilitite hesaplamaları neticesinde ortaya çıkan sonuçlara göre, BİST-Mali endeksi, BİST-Sınai endeksine oranla daha volatil yapıdadır. Volatilitite ısrarcılığına göre, endeksler üzerine gelen bir şokun etkisi Sınai endeksinde 11.60 günde etkisini kaybederken, Mali endekste bu etki ancak 20.55 gün sonra kaybolmaktadır. Ortaya çıkan bu sonucu teyit eden bir diğer bulgu, endekslerin günlük volatilitesine ilişkindir. BİST-Sınai endeksinin günlük volatilitesi %1.46 olarak hesaplanırken, BİST-Mali endeksinin günlük volatilitesi %2.02 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre, Sınai endeksinde yer alan şirketlerin getirileri daha stabil seyir izlemektedirken, mali endekste yer alan şirketler daha volatil bir yapıdadır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Ekonometri, BİST-100 Endeksi (XU100), Volatilitite Israrcılığı, Günlük Volatilitite.

¹⁵⁰Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, kula@aku.edu.tr

¹⁵¹Arş. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İngilizce İşletme Bölümü, ebaykut@aku.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye’de Döngüsel İşsizliğin Nedeni Talep Daralması Mıdır?

Abstract

Huriye Gonca DİLER¹⁵²

Özet

Döngüsel işsizlik, genellikle ülkelerde yaşanan yüksek işsizliğin temel nedeni olarak görülmektedir. Döngüsel işsizliğin temelinde ise talep daralması yatmaktadır. Talep daralması, üretim hasılatlarını aşağı çeker. Kar marjlarının korunması için işçilerden vazgeçilir.

Literatür incelemesi sırasında döngüsel işsizlik ve toplam talep arasında ilişkiyi araştıran çalışmaların olmadığı kanaatine varılmıştır. Bu çalışma ile literatüre önemli bir katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Çalışmada 2005-2017 dönemi için 3 aylık işgücü, yerleşik hanehalklarının ve hanehalkına hizmet eden kar amacı olmayan kuruluşların tüketimi,devletin nihai tüketim harcamaları, gayrisafi sabit sermaye oluşumu verileri değişkenleri oluşturmaktadır. 3 aylık döngüsel işsizlik verisi, aylık işgücü rakamlarının %8’i alınarak hesaplanmış ve 3 aylığa dönüştürülmüştür. Her değişkenin logaritmaları alınmış, mevsimsellikten arındırılmıştır. Yerleşik hanehalklarının ve hanehalkına hizmet eden kar amacı olmayan kuruluşların tüketimi rakamları, toplam talebi oluşturan tüketimi, devletin nihai tüketim harcamaları kamu harcamalarını, gayrisafi sabit sermaye oluşumu ise yatırım harcamalarını temsil etmektedir.

Değişkenler, ADF birim kök testine tabi tutulmuştur. Bu test sonucunda, döngüsel işsizlik ve yatırım harcamaları değişkenlerinin ikinci farkında durağan olduğu ortaya çıkmıştır. Değişkenlerin ikinci farkında durağan olması koentegrasyona bakmadan nedensellik analizi yapmayı gerektirmiştir. Nedensellik, Toda-Yamamoto analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonucunda ise belirtilen dönemde döngüsel işsizlik, kamu ve yatırım harcamalarından tüketim harcamalarına doğru nedensellik bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Döngüsel İşsizlik, Talep Daralması, Toda-Yamamoto Nedensellik

¹⁵²Yrd. Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, hgdiler@aku.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

TOPSİS Yöntemine Göre Finansal Performans Değerlemesi: BİST Haberleşme Sektöründe Bir Uygulama

Abstract

Neşegül PARLAK¹⁵³, Habib AKDOĞAN¹⁵⁴, Ayşe SOY TEMÜR¹⁵⁵

Özet

Günümüzde, küresel ve teknolojik değişime bağlı olarak, haberleşme sektöründe yaşanan hızlı gelişmeler, sektörde faaliyet gösteren şirketlerin performanslarının ölçülmesi, söz konusu şirketlerin varlıklarını sürdürmesi ve karlılığının artması açısından önemlidir. Menkul kıymetlerin finansal performanslarının ölçülmesinde kullanılan çok sayıda analiz yöntemi bulunmaktadır. Ancak bu yöntemlerin büyük bir çoğunlu tek amaçlı optimizasyon tekniklerine dayanmakta ve nihai bilgi sağlamada yetersiz kalmaktadır. Bu durumda sahip olunan tüm bilgileri eşzamanlı olarak kullanarak nihai sonuca ulaştıracak yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışmada, Hisse Senetleri Borsa İstanbul (BİST)'da işlem gören ve Haberleşme sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin 2013-2016 yılları arası finansal tablolarını kullanarak, bu şirketlerin finansal performansları, farklı finansal performans ölçütlerinden yararlanarak incelenmiştir. Çalışmada, bütünsel bir değerlendirme yapabilmek için çok kriterli karar verme yöntemi olarak yaygın olarak kullanılan ve finansal performansların ölçümü amacıyla da başvurulan TOPSİS yöntemi tercih edilmiştir. TOPSİS yöntemi tüm kriterleri (performans göstergelerini) çözüme dahil edip tek bir sonuç çıkarmaktadır. Ayrıca TOPSİS yöntemi sayesinde şirketler arasındaki karşılaştırmalarda kullanılacak tek bir değer elde etmek ve performanslar yönünden bir sıralama yapabilmek mümkün olmaktadır.

Çalışmada ilk olarak, şirketlerin, son dört yıllık finansal performans analizlerinde kullanılacak finansal oranlar belirlenmiş (Likidite Oranları (DV/KVYK, (DV-Stoklar)/KVYK, Nakit ve Benzerleri/KVYK), Mali Yapı Oranları (YK Toplamı/Aktif Toplamı, Özkaynaklar/Toplam Aktifler, Özkaynaklar/Toplam YK, KVYK/Toplam Pasifler, Duran Varlıklar/Özkaynaklar), Faaliyet Oranları (Net Satışlar/Toplam Aktifler, Net Satışlar/Özkaynaklar) ve Karlılık Oranları (Net Kar/Net Satışlar, Net Kar/Özkaynak, Net Kar/Toplam Aktifler)) ve bu oranlar her bir şirket için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda 2013-2016 yılları arasında şirketlerin finansal performans sıralaması yapılmıştır. Ayrıca, TOPSİS Yöntemine göre hesaplanan değerler yardımıyla yapılan finansal performans sıralamasının, finansal oranlar analizinde yapılan yorumlarla da tutarlı olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Haberleşme Sektörü, Finansal Performans, TOPSİS,

¹⁵³ Öğr. Gör., nparlak@odu.edu.tr, Ordu Üniversitesi, Fatsa Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulama

¹⁵⁴ Doç. Dr., habibakdogan@hitit.edu.tr, Hitit Üniversitesi, İİBF, İşletme

¹⁵⁵ Öğr. Gör., aysesoy@duzce.edu.tr, Düzce Üniversitesi, Kaynaşlı Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret



September 21-23, 2017 Uşak

Küresel Finansal Krizlerin Muhasebe Bilgi Sistemi Temelli Nedenleri Bağlamında Kurumsal Yönetim Ve Şeffaflık Kavramının Önemi

Abstract

Serkan ÖZDEMİR¹⁵⁶ Çağrı KÖROĞLU¹⁵⁷

Özet

Kriz, “içinden çıkılması zor durum” veya “birdenbire ortaya çıkan kötüye gidiş yönündeki gelişmeler ve tehlikeli an” olarak tanımlanabilmektedir. Ekonomik kriz ise, ekonomide beklenmedik şekilde aniden ortaya çıkan olayların makro açıdan ülke ekonomilerini mikro açıdan ise işletmeleri ciddi şekilde etkileyecek sonuçlar ortaya çıkarması olarak tanımlanabilir.

Ekonomik krizler, finansal krizler ve reel sektör krizleri olmak üzere temelde ikiye ayrılmaktadır. Reel sektör krizleri; enflasyon krizleri, resesyon krizleri ve işsizlik krizleri olarak tasnif edilebilir. Finansal krizler ise ana hatlarıyla; bankacılık, para, dış borç ve sistemik finansal krizler olarak sınıflandırılabilir.

Kapitalizm, üretim araçları mülkiyetinin özel kişilerin ellerinde olduğu, pazara dayalı kaynak dağılımı ve hiyerarşik işbölümü üzerine kurulu bir ekonomik sistemdir. Kapitalizm mülkü, gücü ve sınırlı bir ölçüde de ürüne yapılan katkıyı ödüllendirir. Bunun sonucu olarak, tarihte görülen en büyük gelir ve servet eşitsizliğini üretmiştir.

Günümüz koşullarında kapitalizmin en yüksek aşaması ise küreselleşmesidir. Dünyada kapitalizmin küreselleşmesinin önünü açan iki temel olgu olduğu söylenebilir. Bunlardan ilki, bilgi teknolojisindeki ve finansal araçlardaki hızlı gelişim ve sermaye hareketlerinin serbestleşmesidir. Kapitalizmin küreselleşmesi, piyasa sisteminin özünde yer alan kriz yaratıcı mekanizmayı bütün dünyaya yaymaktadır. Krizler, kapitalizmin verimsiz yatırımlarla baş etme mekanizmasıdır. Başka bir ifadeyle krizlerin aslında kapitalizmin temelini sarsacak kadar sert olmadıkları sürece ekonomiyi daha da güçlendirecekleri söylenebilir.

Küreselleşmenin en yoğun şekilde yaşanmaya başladığı 1990’lı yıllar ile birlikte, dünyada genellikle yerel veya bölgesel etkiler yaratan birçok ekonomik kriz meydana gelmiştir. Bu ekonomik krizlerin dünya ekonomisine etkileri nispeten sınırlı kalmıştır. Fakat kapitalizmin merkezi kabul edilen ABD’de 2007’de ortaya çıkan ve tüm dünyaya hızla yayılan küresel finansal krizde, özellikle gelişmiş ülkelerdeki bankacılık sektörü, yaşanan iflaslarla büyük yara almıştır.

2007 yılında Amerika Birleşik Devletleri konut piyasasında ortaya çıkan, kısa sürede önce tüm ABD finansal sistemini ve sonra da diğer ülke ekonomilerini olumsuz etkileyen ve dünya finans tarihinin en büyük krizlerinden biri olarak kabul edilen kriz, 21. yüzyılın küresel ölçekte yaşanan ilk finansal krizidir.

Küresel finansal kriz veya daha önce yaşanan finansal krizler düşünüldüğünde krizleri doğuran birçok neden bulunmaktadır. Son finansal krizin nedenleri, likidite bolluğu sonucu bankaların yüksek riskli gruplara sağlıklı mali analiz yapmadan konut kredisi vermesi,

¹⁵⁶ Doç.Dr., Pamukkale Üniversitesi, Buldan MYO, Muhasebe ve Vergi Bölümü, sozdemir15041976@gmail.com (Yazışma yapılacak yazar)

¹⁵⁷ Doç.Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İİBF, İşletme Bölümü, cagrikoroglu@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

değişken faiz oranlarıyla dağıtılan konut kredilerinin faiz oranlarının yükselmesi sonucu ödenemez duruma gelmesi, verilen kredi dosyaları dayanak gösterilerek yapılan menkul kıymetleştirme işlemleri, kredi derecelendirme kuruluşlarının krizi öngörememesinden dolayı tehlike arz eden işletmelerin notunu düşürmemesi ve son zamanlarda çıkan türev ürün ve hedge fon tarzı finansal araçların şeffaflık sorunu oluşturması olarak sayılabilir.

Yaşanan finansal krizlerin dünya ekonomisinde yaratmış olduğu tahribat, finansal krizlerin önlenmesi veya etkilerinin azaltılması hususunda; finansal bilginin kurumsal yönetim anlayışı çerçevesinde üretilmesini önemli hale getirmiştir. Kurumsal yönetim anlayışının temel öğelerinden biri olan şeffaflık kavramı, işletmelerce muhasebe bilgi sistemlerinde üretilen finansal bilginin analiz etkinliğini ve inandırıcılığını arttırmaktadır. Böylece özelde işletmelerin veya toplamda ülke ekonomilerinin finansal krizlerdeki direncinin artacağı beklenmektedir. Ayrıca finansal krizlerin tüm paydaşlar tarafından öngörülmesi ve gerekli önlemlerin alınabilmesi için, kurumsal şeffaflık ortamında üretilen finansal bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmada, özellikle son yaşanan küresel finansal krizin muhasebe bilgi sistemi temelli nedenleri bağlamında, kurumsal yönetim ve şeffaflık kavramının finansal krizleri önlemedeki rolü üzerinde durulmuştur.

Muhasebe bilgi sistemi tarafından üretilen finansal bilgilerin şeffaflık derecelerinin artırılması da mümkündür. Bu amaçla aşağıda belirtilen unsura dikkat edilmesi gerekmektedir:

- Finansal bilgi herkese açık olmalı ve erişimi kolay gerçekleşmelidir. İnternet bu konuda en önemli iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Üretilen finansal bilgi, tüm paydaşların ihtiyaçları karşılayacak derecede ilgili olmalıdır.
- Finansal bilgi nitelikli, güvenilir ve anlaşılabilir olmalıdır. Finansal bilginin özellikle anlaşılabilirlik düzeyinin artırılabilmesi için, paydaşların finansal okur-yazarlık düzeyinin de artırılması gerekmektedir.
- Finansal bilgi periyodik olarak ve zamanında yayınlanmalıdır.
- Ülkeler kurumsal şeffaflık kavramının yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla, çeşitli teşvik önlemleri ele almalı ve bu konuda politikalar geliştirmelidir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Kriz, Muhasebe Bilgi Sistemi, Kurumsal Yönetim, Şeffaflık



September 21-23, 2017 Uşak

Bir Kamu Politikası Olarak Stratejik Planlama ve Süreç Analizi Modeline Göre Analizi

Abstract

Merve BALCIOĞLU¹⁵⁸

Özet

Kamu politikası oluşturma, bir kamu yönetimi konusu olarak bazı gelişmiş ülkelerde son 30-40 yıldır inceleme konusu kapsamındadır. 1970'lerden günümüze kamu politikası ayrı bir inceleme alanı olarak gündeme gelmektedir. Fakat Türkiye'de kamu politikası ve analizine ilişkin çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu açıdan söz konusu çalışma bir kamu politikası analizi çalışması olup amacı, literatüre katkıda bulunmaktır. Çalışma kapsamında stratejik planlama bir kamu politikası olarak ele alınıp kamu politikası analiz modellerinden süreç modeline göre değerlendirilecektir.

Bilindiği üzere stratejik planlama, 1990'ların sonları 2000'lerin başlarından itibaren Türk Kamu yönetiminde gündeme gelmiştir. Bu gündeme geliş, içsel taleplerden daha çok dışsal destek ve öneriler neticesinde gerçekleşmiştir. O yıllarda gündeme gelen stratejik planlama, bugün kamu kurumlarında hazırlanması zorunlu hale getirilmiştir. Bu çalışmada, 10 yıllık bir geçmişe sahip politikanın süreç modeline göre analizi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamu politikası, süreç analizi, stratejik planlama, Türkiye.

¹⁵⁸ Arş. Gör., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü, merve. onder@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Örgütsel Yapı Unsuru Olarak Merkezileşme Derecesinin Çalışanların Örgütsel Adalet Algısına Etkisi: Bursa İlinde Bir Araştırma¹⁵⁹

Extended Abstract

Sevim YAKICI¹⁶⁰ Senay YÜRÜR¹⁶¹

1. Giriş

Bireylerin çalıştıkları örgütte adil muamele görüp görmediklerine ilişkin algısı olarak tanımlanan örgütsel adalet (Folger ve Cropanzano, 1998) çalışanlarda pek çok olumlu ve olumsuz tutum ve davranışa neden olduğu için (Örn: Örgütsel vatandaşlık davranışı, Moorman, 1991; iş tatmini, McFarlin ve Sweeney, 1992; hırsızlık, Greenberg, 1990) örgütsel davranış yazını için önemli bir konudur. Bu nedenle de çalışanların örgütlerini ve yöneticilerini hangi koşullarda adil ya da adaletsiz algıladıklarının anlaşılması ve açıklanması önemlidir. Ancak hem uluslararası yazında (Bkz. Mayer vd., 2007) hem de ulusal yazında konuyla ilgili araştırmaların daha çok örgütsel adaletin sonuçlarına odaklandığı ifade edilmektedir (Yürür, 2015). Çalışanların örgütsel adalet algılarını şekillendiren bireysel ya da örgütsel öncüllerin neler olduğunun anlaşılması, örgütsel adalet kavramının daha etraflıca anlaşılmasına önemli katkılar sağlayabilecektir. Bunun da ötesinde Türkiye’de yapılan araştırmalarla ilgili olarak, örgütsel adalet öncülü olarak daha çok bireysel değişkenlerin daha da spesifik olarak çalışanların demografik özelliklerinin ele alındığı ifade edilmektedir (Yürür, 2015). Oysaki örgütsel adalet, çalışanların örgütsel yapı ve uygulamalarla ilgili algısını ifade etmektedir. Bu durumda örgüte ilişkin yapısal özellikler ya da yönetsel uygulamaların bu algıyı nasıl şekillendirdiğinin araştırılması ilgili yazına önemli katkılar sağlayacaktır. Bu nedenlerle bu araştırmanın amacı örgütlerin merkezileşme derecesinin çalışanların adalet algısı üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmek, eğer etkisi varsa bu etkinin hangi boyutlarda ortaya çıktığını anlamak ve açıklamaya çalışmaktır.

2. Örgüt ve Örgütsel Yapı Unsurları ve Örgütsel Adalet ile İlişkisi

Örgütleri karakterize eden iki boyut yapısal ve bağlamsal boyuttur (Daft, 2014). Bir örgütün formelleşme derecesi, uzmanlaşma düzeyi, merkezileşme derecesi bu yapısal boyutlardan bazılarıdır. Merkezileşme derecesi bir örgütte kararların hangi hiyerarşik düzeyde alındığı ile ilgilidir. Şayet karar verme yetkisi üst yönetimde toplanmışsa bu örgütün merkezileşme derecesinin yüksek olduğu söylenebilir (Daft, 2014). Merkezileşme düzeyi yüksek örgütlerde örgütsel hiyerarşide alt kademelerde yer alan yöneticilere karar verme ya da verilen kararlarda söz hakkı tanınmaz. Örgütsel adalet yazınında genellikle ifade edilen konu, kararlarda söz hakkı verilmesinin çalışanların adalet algısını güçlendirdiğidir (Tyler, 2000; Greenberg ve Baron, 2000). Alınan kararlarda söz hakkına sahip olan bireyler kendilerini bu kararlarda kontrol sahibi hissetmektedirler ve bu nedenle de süreci daha adil algılamaktadırlar (Thibaut ve Walker, 1978). Çünkü kontrol sahibi olmak, kararların alınması sürecinde çalışanların kendi çıkarlarını daha iyi temsil edebilmeleri anlamına gelmektedir.

¹⁵⁹Bu bildiri Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında tamamlanmış olan MBA projesinden üretilmiştir.

¹⁶⁰Bahçeşehir Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, MBA Programı Mezunu, sevimecakici@gmail.com

¹⁶¹ Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, senay.yurur@yalova.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Aynı zamanda süreç üzerinde kendini kontrol sahibi hisseden bireyler, bu süreçler sonucunda ortaya çıkan sonucu da adil algılamaktadırlar (Thibaut ve Walker, 1978).

Örgütsel adalet yazınında çalışanların adalet algılarının, dağıtım, prosedür ve etkileşim adaleti olmak üzere üç boyutta ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Cropanzano, Preharve Chen, 2002). Buna göre dağıtım adaleti, çalışanların örgütlerinde elde ettikleri kazanımlara ilişkin adalet algılarıdır. Bu kazanımlara yol açan prosedürlere ilişkin adalet algısı ise prosedür adaleti olarak tanımlanmaktadır (Leventhal, 1980). Diğer boyutlara göre daha sonraları ortaya atılan etkileşim adaleti boyutu ise, örgüt içindeki ilişkilerin niteliği ile ilgilidir ve yöneticilerin astlarına karşı davranışlarına yönelik değerlendirmedir (Bies ve Moag, 1986).

Bu durumda bir örgütte merkezileşme düzeyinin azalmasıyla çalışanların her üç adalet algısının da artacağı düşünülebilir. Örgütün merkezileşme düzeyinin düşük olması sonucunda çalışanların kararlara katılma ve söz sahibi olma hakkı onlarda süreç üzerinde kontrol sahibi olduğu hissi yaratacak bu da prosedür adaleti algısını artıracaktır. Ayrıca Thibaut ve Walker'ın (1978) ifade ettiği gibi bireyler kontrol sahibi oldukları bu süreçler sonucunda ortaya çıkan sonucu da (dağıtım adaleti) adil algılayacaklardır. Daha da ötesinde bireylerin karar sürecinde görüşlerini söyleyebilmeleri, sonuç kendileri için olumsuz olsa bile bunu kabullenme eğilimlerini artırmaktadır (Greenberg, 1987). Buna ek olarak bir çalışanın kendisine kararlarda söz hakkı tanıyan ve bunu dikkate alan yöneticisini de adil algılamasını beklemek olağandır. Bu beklentiyle tutarlı olarak yapılan bir araştırmada merkezileşme derecesinin çalışanların prosedür adaleti algılarını negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir (Schminke, Ambrose ve Cropanzano, 2000).

Bu açıklamalar ışığında araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

H1: Merkezileşme derecesinin çalışanların prosedüradaleti algıları üzerindenegatif yönde bir etkisi vardır.

H2: Merkezileşme derecesinin çalışanların dağıtım adaleti algıları üzerinde negatif yönde bir etkisi vardır.

H3: Merkezileşme derecesinin çalışanların etkileşim adaleti algıları üzerinde negatif yönde bir etkisi vardır.

3. Araştırmanın Yöntemi

3.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örnekleme kolayda örnekleme yöntemi ile Bursa'daki bir devlet üniversitesinin akademik ve idari personeli arasından seçilen 115 kişiden oluşmaktadır.

Araştırma örnekleminin %40,9'u erkek, %59,1'i kadındır. Medeni durumlarına göre dağılıma bakıldığında %26'sınınbekar, %73,9'unun ise evli olduğu görülmektedir. Eğitim durumları açısından örneklemin %1,7'sinin ilk öğretim mezunu, %24,3'ünün lise mezunu, %26'sının iki yıllık üniversite mezunu, %30,4'ünün lisans mezunu ve %17,4'ünün ise lisans üstü eğitim mezunu olduğu görülmüştür. Örneklem grubunun yaş aralığı 26-55 arasındadır ve en büyük oranı %10,4'lük oranla 35 yaşındakiler oluşturmaktadır. Kıdem açısından incelendiğinde ise örneklemin %10,4'ü 35yıllık bir kıdeme sahiptir.



3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada Colquitt (2001) tarafından geliştirilen Örgütsel Adalet Ölçeği kullanılmıştır. Çalışanların örgütlerindeki merkezileşme algısını ölçmek için HageandAiken'in (1967) ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler beşli likert formatında yanıt istenmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının istenen düzeyde olduğu görülmüştür: Prosedür Adaleti ($\alpha=0,86$). Dağıtım Adaleti ($\alpha=0,886$), Etkileşim Adaleti ($\alpha=0,943$) Merkezileşme Düzeyi ($\alpha=0,878$).

3.3. Bulgular

3.3.1. Merkezileşme Derecesinin Adalet Türleri Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Regresyon Analizleri

Merkezileşme Derecesinin Prosedür Adaleti Üzerindeki Etkisi

Tablo 2. Prosedür adaletinin bağımlı, merkezileşme düzeyinin bağımsız değişken olduğu tek değişkenli regresyon analizi.

Bağımlı Değişken	Düzeltilmiş R ²	ANOVA		Coefficients	
		F	sig	B	Sig.
Prosedür Adaleti	,283	46,018	,000	-,428	,000
Bağımsız Değişken: Merkezileşme Derecesi					

Tablo 2’de görülebileceği gibi modelin genel olarak anlamlılığına işaret eden ANOVA tablosundaki anlamlılık değeri 0,05’in altındadır. Merkezileşme düzeyi, çalışanların prosedür adaleti algılarındaki değişimin %28’ini açıklamaktadır (Düzeltilmiş R²=,283). Son olarak Beta katsayısının negatif işaretli olması da bu etkinin negatif yönlü olduğuna işaret etmektedir. 1. Hipotezin doğrulandığı söylenebilir.

Merkezileşme Düzeyinin Dağıtım Adaleti Üzerindeki Etkisi

Tablo 3. Dağıtım adaletinin bağımlı, merkezileşme düzeyinin bağımsız değişken olduğu tek değişkenli regresyon analizi.

Bağımlı Değişken	Düzeltilmiş R ²	ANOVA		Coefficients	
		F	sig	B	Sig.
Dağıtım Adaleti	,111	15,252	,000	-,303	,000
Bağımsız Değişken: Merkezileşme Derecesi					

Merkezileşme düzeyi çalışanların dağıtım adaleti algılarındaki değişimin %11’ini açıklamaktadır. Çalışanların merkezileşme algıları, dağıtım adaleti algılarını negatif yönde etkilemektedir. Bu durumda araştırmanın 2. Hipotezinin de doğrulandığı söylenebilir.



September 21-23, 2017 Uşak

Merkezileşme Düzeyinin Etkileşim Adaleti Üzerindeki Etkisi

Tablo 4. Etkileşim adaletinin bağımlı, merkezileşme düzeyinin bağımsız değişken olduğu tek değişkenli regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Düzeltilmiş R ²	ANOVA		Coefficients	
		F	sig	B	Sig.
Etkileşim Adaleti	,224	33,939	,000	-,434	,000
Bağımsız Değişken: Merkezileşme Derecesi					

Tablo 4’de görüldüğü gibi merkezileşme düzeyi çalışanların etkileşim adaleti algılarındaki değişimin %22’sini açıklamaktadır. Beta katsayıları bu etkinin negatif yönlü olduğunu göstermektedir. H3 kabul edilmiştir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırma sonuçlarına göre çalışanların örgütlerindeki merkeziyetçilik algısı adalet algılarını etkilemektedir. Karar verme yetkisinin örgütsel hiyerarşide üst yönetimde toplanması, çalışanların örgütlerini daha az adil algılamalarına neden olmaktadır. Örgütsel adalet yazınıyla tutarlı olarak (Thibaut ve Walker, 1978; Tyler, 2000; Greenberg ve Baron, 2000) bu araştırmada da görülmüştür ki karar süreçlerine çalışanların katılması adalet algılarını artırmaktadır.

Araştırmada merkezileşmenin en fazla “prosedür adaleti” algısı üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Hage ve Aiken (1967) merkezileşmenin iki bileşeninden bahsetmektedir: kararlara katılım ve yetki hiyerarşisi. Kararlara katılım örgütteki işleyiş ile ilgili kararlara çalışanların katılım düzeyi ile ilgiliyken, yetki hiyerarşisi çalışanların işlerini yaparken ne düzeyde otonomi sahibi oldukları ile ilgilidir. Merkezileşmenin en çok çalışanların prosedür adaleti algısını etkilemesi bu açıdan doğal görülebilir çünkü her iki bileşeni de belirleyen örgütsel prosedürlerdir. Yani çalışanların kararlara ne düzeyde katılacaklarına ya da işlerini nasıl yapacaklarını belirleyen o örgütteki prosedürlerdir. Bu sonuçla tutarlı olarak Schminke, Ambrose ve Cropanzano (2000) merkezileşmenin her iki bileşeninin prosedür adaletini etkilediğini tespit etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Merkezileşme Derecesi, Prosedür Adaleti, Dağıtım Adaleti, Etkileşim Adaleti.

Kaynakça

- Bies, R. J., & Moag, J. F. (1986). Interactional Justice: Communication Criteria of Fairness. In R. J. Lewicki, B. H. Sheppard, & M. H. Bazerman (Eds.), *Research on Negotiations in Organizations* (Vol. 1, pp. 43-55). Greenwich, CT: JAI Press.
- Colquitt, J. A. (2001), On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of A Measure, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 86, No: 3, s. 386-400.
- Cropanzano, R., Prehar, C. A., Chen, P. Y. (2002), “Using Social Exchange Theory to Distinguish Procedural From Interactional Justice”, *Group & Organization Management*, 27, 3, 324-352.



September 21-23, 2017 Uşak

- Daft.R.L., 2015, *Örgüt kuramları ve tasarımını anlamak*. Ö.N.T. Özmen (Çev.Edt), Ankara: Nobel Akademik yayıncılık
- Folger, R., Cropanzano, R., (1998), *Organizational Justice and Human Resource Management*, Sage Publications Inc., USA.
- Greenberg, J. (1987), “Reactions To Procedural Injustice in Payment Distributions: Do The Means Justify The Ends?”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 72, No. 1, 55-61.
- Greenberg, J. (1990), “Employee Theft as a Reaction to Underpayment Inequity: The Hidden Cost of Pay Cuts”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 75, No. 5, 561-568.
- Greenberg, J. ve Baron R. A. (2000), *Behavior in Organizations*, PrenticeHallInc., New Jersey, USA.
- Hage, J.,&Aiken, M. (1967). Relationship of central ization toot her structural properties. *AdministrativeScienceQuarterly*, 12, 72-92.
- Leventhal, G. S. (1980), What should be done with equity theory?,Edt: K. J. Gergen, M. S. Greenberg, & R. H. Willis, *Socialexchange: Advances in theoryandresearch*, Plenum, New York, s. 27-55.
- Mayer, D.,Nishii, L., Schneider, B., Goldstein, H. (2007). The Precursors And Products Of Justice Climates: GroupLeaderAntecedents and Employee Attitudinal Consequences, *PersonnelPsychology*, Vol. 60, s. 929–963.
- McFarlin, D. B., Sweeney, P. D. (1992), “Distributive and Procedural Justice as Predictors of Satisfaction With Personal And Organizational Outcomes”, *Academy Of Management Journal*, Vol. 35, Iss. 3, 626-638.
- Moorman, R. H. (1991), “Realtionship Between Organizational Justice andOrganizational Citizen ship Behaviors: Do Fair ness Perception Influence Employee Citizen ship?”, *Journal of AppliedPsychology*, Vol. 76, No: 6, s. 845-855.
- Schminke, M.,Ambrose, M. L., &Cropanzano, R. S. (2000). Theeffect of organizationalstructure on perceptions of proceduralfairness. *Journal of AppliedPsychology*, 85(2), 294-304.
- Thibaut, J. ve Walker, L. (1978). A Theory of Procedure,*California LawReview*, Vol. 66, No. 3, pp. 541-566.
- Tyler, T. R. (2000).SocialJustice: Outcomeand Procedure, *International Journal of Psychology*, Vol. 35, No: 2, s. 117-125.
- Yürür, S. (2015). Türkiye’de Örgütsel Adalet Konusunda Yapılan Çalışmalara İlişkin Bir Derleme (içinde) Edt. Rana Özen Kutanis, *Türkiye’de Örgütsel Davranış Çalışmaları-I*, Gazi Kitabevi, Ankara.



September 21-23, 2017 Uşak

Shareholder Activism-What Does It Refer?

Abstract

Yeşim ŞENDUR¹⁶²

Abstract

The purpose of this literature review research study is to explore the concept of shareholder activism. Shareholder activism comprises a range of activities by public companies shareholders who desire some change in the corporation and intervene in the management's decisions. The goals of activists are various. They may seek for to change the company's strategy, financial structure, management, or board in general. More specifically they may seek for to change the capital allocation strategy (stock buybacks, dividends or company's acquisitions policies), the board composition, the company's executive compensation plans, or the company's certain functions (risk management, audit). Sometimes activists may seek for a change in the area of social responsibility, environmental practices, climate change or resource scarcity or employees' rights.

The way of activism differs according to the severity of desired change. The activist investors can change the management by lobbying. Furthermore they can give rise to dividend payments or acquisition of another company. According to a point of view these activist actions stimulate better corporate governance practice in the companies, and ultimately lead to an increase at company's stock price in the short term. The others claim that activism increases the company's share price volatility in the long term.

In the near future the impact of shareholder activism will continue to rise and the ways how the companies respond to it is gaining importance. This study aims to shed light to the types of shareholder activism, when are they likely to approach a company and which tactics do they most likely to use?

Keywords : Shareholder Activism, Corporate Governance, Board of Directors, Ownership Structure, Hedge Funds

¹⁶²Adana Science and Technology University, ysendur@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Formelleşme Daha Adil Örgütler Yaratır mı?: Çalışan Algıları Üzerine Bir Araştırma¹⁶³

Extended Abstract

Adnan KURTULUŞ¹⁶⁴ Senay YÜRÜR¹⁶⁵

1. Giriş

Bu araştırmanın amacı örgütsel yapı unsurlarından biri olan formelleşme düzeyinin çalışanların örgütsel adalet algılarına etkisini analiz etmektir. Örgütsel adalet çalışanlarda örgütleri tarafından istenen pek çok tutum ve davranışa yol açtığı gibi (Örn: Örgütsel vatandaşlık davranışı, Moorman, 1991; örgütsel bağlılık, McFarlinandSweeney, 1992; performans, Cohen-Charash ve Spector, 2001) aksi durumda oldukça negatif sonuçlar yaratan bir örgütsel algıdır (örn: hırsızlık, Greenberg, 1990; üretkenlik karşıtı iş davranışı, Fox, Spector ve Miles, 2001). Örgütsel davranış yazınında ele alınan pek çok çalışan tutum ve davranışının bir öncülü olması nedeniyle de uzun yıllardır ilgi gören bir araştırma konusu olagelmıştır. Ancak gerek ulusal (Yürür, 2015) gerekse de uluslararası yazında (Mayer vd., 2007) adalet algısını şekillendiren öncüllerden çok, sonuçlarına odaklanıldığı ifade edilmektedir. Kavramın öncüllerine yönelik araştırmaların ise daha çok bireysel öncüller olduğu, daha makro düzeyde öncüllerin ihmal edildiği ifade edilmektedir (Schminke, Ambrose ve Cropanzano, 2000; Yürür, 2015). Oysaki örgütsel adalet çalışanın örgütsel kazanımlar, bu kazanımlara yol açan prosedürler ve yöneticileriyle ilişkilerinin kalitesine ilişkin adalet algısıdır (Folger ve Cropanzano, 1998). Bu tanım aynı zamanda dağıtım, prosedür ve etkileşim adaleti olmak üzere ilgili yazında kabul edilen üç adalet boyutunu da içermektedir (Cropanzano, Preharve Chen, 2002). Bu boyutlara bakıldığında, bireysel ve sübjektif bir değerlendirme olsa bile (Folger ve Cropanzano, 1998)örgütsel adaletin içinde şekillendiği makro unsurlardan etkilenmemesi beklenemez. Bunlardan belki de en önemlisi de örgütsel yapı unsurları olabilir. Örgütsel kazanımların dağılımı ve bu kararların hangi prosedürler izlenerek verileceğini ve hatta bireyler arası ilişkilerin niteliğini belirleyebilecek yapısal unsurların adalet algısı üzerindeki etkisinin anlaşılması ilgili alan yazına katkı sağlayacaktır. Bu nedenlerle bu araştırmanın motivasyonu, örgütsel yapı unsurlarından biri olan formelleşmenin çalışanların örgütsel adalet algılarına etkisini analiz etmek olmuştur.

2. Örgütün Formelleşme Düzeyi ile Örgütsel Adalet Arasındaki İlişki

Formelleşme düzeyi bir örgütün çalışan davranışlarını belirlemek için ne derecede yazılı kural ve prosedür kullandığı ile ilgilidir (HageandAiken, 1967). Bu yazılı kural ve prosedürler çalışanların davranışlarını ve faaliyetlerini nasıl yürüteceklerini açıkça tanımlamaktadırlar (Daft, 2015). Bu nedenle de formelleşme çalışanların neyi, nasıl, hangi sürede ve nerede yapacakları açıkça tanımlar. Böylelikle rol belirsizliklerini en aza indirir ve karar almada esnekliği de sınırlandırır (Fredrickson, 1986).

¹⁶³ Bu bildiri Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında tamamlanmış olan MBA projesinden üretilmiştir.

¹⁶⁴Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı MBA Programı Mezunlu, akurtulus51@hotmail.com

¹⁶⁵ Doç. Dr., Yalova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, senay.yurur@yalova.edu.tr



Bu durumda yüksek düzeyde formelleşmiş örgütlerde çalışanlar aynı koşullar altında herkese eşit muamele yapılacağına güvenirlir çünkü hangi koşullarda hangi ödüllerin ya da cezaların uygulanacağı kurallarla net bir şekilde belirlenmiştir. Leventhal'ın (1980) adil prosedürlerin taşınması gerektiğini ifade ettiği altı özellikten biri de tutarlılıktır. Tutarlılık, örgütsel prosedürlerin uygulanışı sırasında kişiler arasında ya da zamana göre ayrımcılık yapılmamasını ve tutarlı olunmasını ifade etmektedir. Dolayısıyla da birey çalıştığı örgütte ne kadar formelleşme algılsa o kadar adil muamele algılayacaktır. Çünkü böyle bir örgütte herkes aynı kurallara tabi olmakta ve aynı koşullarda aynı muameleyi görmektedir. Bu düşünceden yola çıkarak da yüksek düzeyde formelleşmenin yüksek düzeyde adalet algısına yol açacağı beklenebilir. Bu beklentinin aksine Schminke, Ambrose ve Cropanzano (2000) araştırmalarında formelleşme düzeyi ile prosedür adaleti arasında herhangi bir ilişki olmadığını tespit etmişlerdir. Ancak daha sonra Schminke, Cropanzano ve Rupp (2002) bu ilişkiye çalışanın hiyerarşik düzeyinin etkisini dahil ettiklerinde formelleşmenin hem prosedür hem de etkileşim adaletini yordadığını görmüşlerdir. Daha yakın tarihli bir çalışmada da genel olarak örgütsel yapının örgütsel adalet algısı için önemli bir belirleyici olduğunu ifade edilmektedir (Ambrose ve Schminke, 2003). Türkiye'de yapılan benzer bir çalışmada ise formelleşmenin prosedür adaleti algısını pozitif yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır (Altıntaş, 2007).

Bu açıklamalardan yola çıkılarak araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

H1: Örgütteki formelleşme derecesinin çalışanların prosedür adaleti algıları üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

H2: Örgütteki formelleşme derecesinin çalışanların dağıtım adaleti algıları üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

H3: Örgütteki formelleşme derecesinin çalışanların etkileşim adaleti algıları üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

3. Araştırmanın Yöntemi

3.1. Araştırmanın Örneklemi

Bu araştırma Bursa'da bir kamu üniversitesinde, kolayda örnekleme yöntemine göre seçilen 101 idari personel üzerinde yürütülmüştür. Araştırmaya katılan çalışanların %35'i 20-30 yaş aralığında olup en yüksek yaş grubunu oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra 101 katılımcının 54'ü erkek ve büyük çoğunluğu evlidir (%81,2). Örnekleme yer alan çalışanların yarısından fazlası fakülte mezunu olup (%51,7), lise mezunu oranı ise %22,8'dir. Bunun yanı sıra %17'sinin de yüksek lisans mezunu olduğu görülmüştür. Kıdemlerine göre bakıldığında ise %63'lük bir çoğunluğun 1 ile 15 yıllık bir kıdem aralığında olduğu görülmüştür.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde yer alan demografik bilgilere ek olarak örgütsel adalet algılarını ölçmek için ve formelleşme algılarını ölçmek için olmak üzere iki ölçek kullanılmıştır. Örgütsel adalet algısı Colquitt (2001) tarafından geliştirilen Örgütsel Adalet Ölçeği ile ölçülmüş. Çalışanların örgütlerindeki formelleşme düzeyine ilişkin algısını ölçmek için Khandwalla'nın (1977) ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler beşli likert formatında yanıt istenmiştir. Buna göre 1(hiç katılmıyorum), 2(Katılmıyorum), 3(Kararsızım), 4(Katılıyorum) ve 5(Kesinlikle



Katılıyorum) olarak derecelendirme yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının istenen düzeyde olduğu görülmüştür: Prosedür Adaleti ($\alpha=0,891$). Dağıtım Adaleti ($\alpha=0,925$), Etkileşim Adaleti ($\alpha=0.889$) Formelleşme Düzeyi ($\alpha=0,782$).

3.3. Bulgular

Araştırmanın temel sorusuna yanıt bulmak amacıyla tek değişkenli regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda sunulmaktadır.

3.3.1. Formelleşme Derecesinin Prosedür Adaleti Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Yapılan Regresyon Analizi

Tablo 1. Prosedür adaletinin bağımlı, formelleşme düzeyinin bağımsız değişken olduğu regresyon analizi.

Bağımlı Değişken	Düzeltilmiş R ²	ANOVA		Coefficients	
		F	sig	B	Sig.
Prosedür Adaleti	,460	86,357	,000	,759	,000
Bağımsız Değişken: Formelleşme Derecesi					

Tablo 1'deki ANOVA değerlerine bakıldığında modelin genel olarak anlamlılığına işaret eden p değerinin 0,05'in altında olduğu görülmektedir. Formelleşme düzeyi, çalışanların prosedür adaleti algılarındaki değişimin %46'sını açıklamaktadır (Düzeltilmiş R²=,460). Son olarak Beta katsayısının pozitif işaretli olması da bu etkinin pozitif yönlü olduğuna işaret etmektedir. Bu durumda araştırmanın 1. Hipotezin doğrulandığı söylenebilir.

3.3.2. Formelleşme Derecesinin Dağıtım Adaleti Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Yapılan Regresyon Analizi

Tablo 2: Dağıtım adaletinin bağımlı, formelleşme düzeyinin bağımsız değişken olduğu regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Düzeltilmiş R ²	ANOVA		Coefficients	
		F	sig	B	Sig.
Dağıtım Adaleti	,274	38,717	,000	,765	,000
Bağımsız Değişken: Formelleşme Derecesi					

Tablo 2'deki sonuçlar incelendiğinde çalışanların formelleşme düzeyine ilişkin algılarının dağıtım adaleti algılarını etkilediği söylenebilir. Buna göre formelleşme düzeyi, çalışanların dağıtım adaleti algılarındaki değişimin %27'sini açıklamaktadır (Düzeltilmiş R²=,274).

3.3.3. Formelleşme Derecesinin Etkileşim Adaleti Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Yapılan Regresyon Analizi

Tablo3: Etkileşim adaletinin bağımlı, formelleşme düzeyinin bağımsız değişken olduğu regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Düzeltilmiş R ²	ANOVA		Coefficients	
		F	sig	B	Sig.
Etkileşim Adaleti	,298	43,395	,000	,717	,000
Bağımsız Değişken: Formelleşme Derecesi					



Tablo 3'te görüldüğü gibi formalleşme düzeyi çalışanların etkileşim adaleti algısını etkilemektedir. Formalleşme düzeyi çalışanların etkileşim adaleti algılarındaki değişimiyaklaşık %30'unu açıklamaktadır. Yani araştırma kapsamındaki çalışanların formalleşme algısı, kurumlarında yöneticileriyle ilişkilerini de daha adil algılamaları sonucunu doğurmaktadır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada elde edilen genel sonuç, makro düzeyde ele alınabilecek örgütsel yapı unsurlarının, çalışanların örgütsel adalet algılarını açıklamada önemli bir rol oynayabileceğidir. Daha spesifik olarak ise bu çalışmada bir örgütsel yapı unsuru olan formelleşmenin, çalışanların örgütsel adalet algıları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi çalışanların formelleşme düzeyi yüksek bir örgütte herkese aynı kuralların uygulandığına dair düşüncesi örgütlerini daha adil algılamaları sonucunu doğurmaktadır. Kuralların kişiden kişiye ya da zaman göre değişmeyeceğine inanması, adalet algısını güçlendirmektedir. Çünkü yüksek düzeyde formelleşmiş örgütlerde kimin neyi nasıl yapacağını gösteren açık kural ve düzenlemeler vardır. Bu araştırmanın sonucunun bu düşünceleri doğruladığını söylemek mümkündür.

Örgütsel yapı ile örgütsel adalet arasındaki ilişkileri sorgulayan daha önceki kısıtlı sayıdaki araştırmayla çelişkili bulgular elde edildiği görülmektedir. Schminke vd.(2000) örgütsel yapı unsurlarından merkezleşmenin prosedür adaleti üzerindeki etkisini doğrularken, formelleşmenin doğrudan etkisinin olmadığını vurgulamaktadır. Ancak daha sonra yapılan bir başka araştırmalarında Schminke vd. (2002) bu çalışmada elde edilen sonuçlarla tutarlı olarak formelleşmenin her üç adalet türü üzerinde anlamlı etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Mevcut çalışmada elde edilen sonuç, daha önce Türkiye bağlamında yapılan araştırma bulgularıyla da tutarlılık göstermektedir (Altıntaş, 2007). Bu çalışmada formelleşmenin prosedür adaletini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Formelleşme düzeyinin örgütsel adalet türleri üzerindeki görece etkisine bakıldığında en yüksek etki katsayısının prosedür adaleti ile olan ilişkisinde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuç Leventhal'ın (1980) adil prosedürlerin taşınması gereken özelliklerden tutarlılık ilkesini desteklemektedir. Yüksek düzeyde formelleşmiş örgütler tutarlı uygulamalara sahip örgütlerdir aynı zamanda. Özellikle de Türkiye gibi yönetsel kararlarda şahsi uygulamalarla karşılaşılabilen ülkelerde bireylerin formelleşmeyi önemsemesi ve adalet algılarını buna göre şekillendirmesi doğaldır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Formelleşme, Prosedür Adaleti, Dağıtım Adaleti, Etkileşim Adaleti.

Kaynakça

- Altıntaş, F. Ç. (2007). Örgüt yapısının örgütsel politika ve işlem adaleti üzerine etkisinin yapısal denklem modellemesi yardımıyla analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt/Vol.:7- Sayı/No: 2 : 151-168.
- Ambrose, M. L., & Schminke, M. (2003). Organization structure as a moderator of the relationship between procedural justice, interactional justice, perceived organizational support, and supervisory trust. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 295-305.



- Cohen-Charash, Y., & Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86, 278–321.
- Colquitt, J. A. (2001), On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of A Measure, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 86, No: 3, s. 386-400.
- Cropanzano, R., Prehar, C. A., Chen, P. Y. (2002), “Using Social Exchange Theory to Distinguish Procedural From Interactional Justice”, *Group & Organization Management*, 27, 3, 324-352.
- Daft. R. L., 2015, *Örgüt kuramları ve tasarımını anlamak*. Ö.N.T. Özmen (Çev. Edt), Ankara: Nobel Akademik yayıncılık
- Folger, R., Cropanzano, R., (1998), *Organizational Justice and Human Resource Management*, Sage Publications Inc., USA.
- Fox, S., Spector, P. E., ve Miles, D. (2001). Counter productive Work Behavior (CWB) in Response to Job Stressors and Organizational Justice: Some Mediator and Moderator Tests for Autonomy and Emotions. *Journal of Vocational Behavior*, 59, 1–19.
- Fredrickson, J. W. (1986). The strategic decision process and organizational structure. *Academy of management review*, 11(2), pp. 280-297.
- Greenberg, J. (1990), “Employee Theft as a Reaction to Underpayment Inequity: The Hidden Cost of Pay Cuts”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 75, No. 5, 561-568.
- Hage, J., & Aiken, M. (1967). Relationship of centralization to other structural properties. *Administrative Science Quarterly*, 12, 72-92.
- Khandwalla, P., (1977) *The Design of Organizations*, New York: Harcourt, Brace & Jovanovich.
- Leventhal, G. S. (1980), What should be done with equity theory?, Edt: K. J. Gergen, M. S. Greenberg, & R. H. Willis, *Social exchange: Advances in theory and research*, Plenum, New York, s. 27-55.
- Mayer, D., Nishii, L., Schneider, B., Goldstein, H. (2007). The Precursors And Products Of Justice Climates: Group Leader Antecedents and Employee Attitudinal Consequences, *Personnel Psychology*, Vol. 60, s. 929–963.
- McFarlin, D. B., Sweeney, P. D. (1992), “Distributive and Procedural Justice as Predictors of Satisfaction With Personal And Organizational Outcomes”, *Academy Of Management Journal*, Vol. 35, Iss. 3, 626-638.
- Moorman, R. H. (1991), “Relationship Between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behaviors: Do Fairness Perception Influence Employee Citizenship?”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 76, No: 6, s. 845-855.
- Schminke, M., Ambrose, M. L., & Cropanzano, R. S. (2000). The effect of organizational structure on perceptions of procedural fairness. *Journal of Applied Psychology*, 85(2), 294-304.
- Schminke, M., Cropanzano, R., & Rupp, D. E. (2002). Organization structure and fairness perceptions: The moderating effects of organizational level. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89(1), 881-905.



September 21-23, 2017 Uşak

Yürür, S. (2015). Türkiye’de Örgütsel Adalet Konusunda Yapılan Çalışmalara İlişkin Bir Derleme (içinde) Edt. Rana Özen Kutanis, *Türkiye’de Örgütsel Davranış Çalışmaları-I*, Gazi Kitabevi, Ankara.



September 21-23, 2017 Uşak

Dönüşüm Ajanı Olarak Kadın Sosyal Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma

Extended Abstract

Handan Deniz BÖYÜKASLAN¹⁶⁶, Duygu KIZILDAĞ¹⁶⁷

1. Giriş

Sosyal problemleri çözmeye ile ilişkilendirilen sosyal girişimciler toplumdaki pek çok farklı soruna sürdürülebilir çözümler bulmakta ve dönüşüm ajanı olarak etki yaratmaktadır. Ticari girişimcilere benzerlik gösterecek de sosyal girişimciler sosyal sorunları çözmek için girişimcilik kapasitelerini kullanan, sosyal sorumluluk duygusuna sahip kişiler olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanında sosyal girişimciler geçmişte olumsuz olaylar yaşamış ve zorluk çekmiş kişiler olarak da nitelendirilmektedir. Toplumsal dönüşüm sağlama açısından önemli bir potansiyele sahip olan sosyal girişimcilerin özelliklerinin belirlenmesi önemlidir. Bu motivasyondan hareketle çalışmada sosyal girişimcilik olgusu kadın girişimciler açısından ele alınarak kadın sosyal girişimcilerin profilleri incelenmekte ve profillerin literatürde sosyal girişimciler ile ilişkilendirilen özelliklerle benzerlik gösterip göstermediği belirlenmektedir.

2. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimci, sosyal değer yaratmak amacıyla fırsatları keşfeden, canlandıran, değerlendiren ve fırsatlardan istifade eden kişilerdir (Marshall, 2010: 185). Sosyal girişimci, eğitim, sağlık, çevre, insan hakları, kalkınma girişimleri vb. alanlarda katma değere sahip yenilikler ortaya çıkararak, sosyal dönüşümü sağlamaktadır (Sobhani ve Gasnier, 2012: 1). Bu nedenle sosyal girişimciler, sosyal sektörlerdeki sosyal misyona sahip, yeni fırsatların peşinde koşan, sürekli yenilik yapan, cesaretle hareket eden ve sorumluluk duygusuna sahip olan dönüşüm ajanları olarak da nitelendirilmektedir (Dees, 1998: 4).

Ticari girişimcilerin temel amacını ekonomik değer yaratarak elde ettiği getirideki başarı oluştururken, sosyal girişimlerin asıl ilgi alanı, sosyal misyon ve hizmeti vurgulayarak sosyal değer yaratmak ve toplumsal katkı sağlamaktır (Sharir ve Lerner, 2006: 7). Sosyal girişimciler kendilerini temel insan ihtiyaçlarını karşılamaya adanarak, toplumun yaşam kalitesinin en etkili şekilde gelişmesine yardım etmektedir (KoeHweeNga ve Shamuganathan, 2010: 263). Ekonomik değer yaratma sosyal girişimciler için ekonomik yeterlilik ve finansal sürdürülebilirliği başarmak için gerekli olan ikincil bir unsur olmaktadır (Seelos ve Mair, 2005: 244). Ayrıca sosyal girişimciler "çevrelerini değiştirme" görevini üstlenmekte ve hedefledikleri sosyal değeri yaratmak için bir dönüşüm ajanı olarak davranmaktadırlar (Prabhu, 1999: 142, Sharir ve Lerner, 2006: 7).

3. Sosyal Girişimciler ve Özellikleri

Araştırmacılar, sosyal girişimcilik olgusunun doğasında bulunan girişimcilik yapısını vurgulamak ve sosyal girişimciliği diğer girişimcilik fenomenlerinden ayırt etmek için, sosyal girişimcilerin kişiliğine, sosyal girişimci davranış ve sürecine veya sosyal fırsatlara odaklanmışlardır. Bu yaklaşımı izleyen çalışmalarda sosyal girişimciler; özel liderlik yeteneği

¹⁶⁶ Arş.Gör., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, yumusakipek@aku.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

¹⁶⁷ Doç.Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, duygu_kizildag@hotmail.com



(Thompson, vd. 2000: 331), vizyonlarını gerçeğe dönüştürme tutkusu (Bornstein, 1998), güçlü bir etik yapı (Drayton, 2002: 123:124) ve toplumsal dönüşüm yaratma (Mair ve Marti, 2006: 41) gibi özel davranışlar ile karakterize edilmektedir (Mair ve Marti, 2006: 38).

Sosyal girişimciler, sosyal dönüşüm sağlayana kadar çalışmayı sürdürebilecek vizyon ve kararlılığa sahip, değişimin önünü açmak için girişimde bulunan, sorunları çözmek için fikir yaratan, çözüm yollarını çevresindekilerle paylaşıp onlarla birlikte de hareket eden, toplumu yeni adımlar atmaya ikna etmede ısrarcı olan kişilerdir (Denizalp, 2009: 8, Betil, 2010: 24, Sarıkaya, 2010: 39). Sosyal girişimciler salt ekonomik terimler yerine önemli sosyal değerler açısından çerçevelenen projelere öncülük ettikleri için, takipçilerinin desteklerini ve bağlılıklarını sağlama yeteneği ve güvenilir olma gibi belirli liderlik özelliklerine de sahiptir (Mort vd., 2002: 79).

Kendini gerçekleştirme, mesleki bağımsızlık ve fırsat yaratma gibi ticari girişimcileri motive eden faktörler, sosyal girişimcileri de motive etmekle birlikte, sosyal girişimcileri motive eden başka faktörler de bulunmaktadır. Sosyal girişimcilere özgü olan bu faktörler, kişiye özel rehabilitasyon, bireysel sıkıntıya çözüm arama, kişisel problemlerin paylaşıldığı bir topluluğa bağlanma yükümlülüğü olarak ifade edilmektedir (Sharir ve Lerner, 2006: 16). Barendsen ve Gardner (2004: 45) yaptıkları bir çalışmada sosyal girişimcilerin hayat tecrübelerinin de sosyal girişimcileri motive eden bir faktör olarak ifade etmişlerdir. Sosyal girişimcilerin yaklaşık yarısının, geçmiş yaşamlarında zorluk çekmiş, çocukluk dönemlerinde travmatik ve derin bir şekilde hayatlarını değiştirecek bir tecrübe yaşamış, toplumsal eylemlere katılmış, topluma karşı duyarlılıkları daha fazla olan kişiler olduğunu belirtmişlerdir.

4. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Girişimci yaklaşımların sosyal problemlere yönelmelerinde girişimcilerin, hükümetlerin ve hayırseverlerin gerçekleştirdikleri çabaların çoğu beklentilerin altında kalmaktadır. Bu noktada, sosyal girişimciler yeni bir model geliştirerek sosyal misyon tutkusu ile sosyal değer ve dönüşüm yaratmaktadır (Dees, 1998: 1). Sosyal değer yaratmak söz konusu olduğunda bir toplumu değiştirici unsurlar arasında kadınlar da yer almaktadır (Okandan ve Sönmez, 2012: 117). Dünyada ve ülkemizde giderek artan sosyal girişimcilerin önemli bir kısmının kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Kadınların özel sektör girişimciliğinden çok sosyal girişimci olma eğilimi gösterdikleri de bilinmektedir (Haugh, 2005:3). İnsan hakları, çevre, eğitim, yoksulluğu azaltma, sağlık ve yardım gibi konulara odaklanansosyal girişimcilik faaliyetlerinde kadın sosyal girişimcilerin hem kadınların problemlerine çözüm üretecekleri hem de hemcinslerine rol model olacakları düşünülmektedir.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı hemcinsleri olan kadınların durumunu iyileştirmek adına çalışmalar yapankadın sosyal girişimcilerin profillerini incelemek ve bu profillerin literatürdeki sosyal girişimci profili ile benzerlik/farklılıklarını belirlemektir. Araştırmanın örneklemini Dünya'nın ilk ve en geniş sosyal girişimci ağı olan ve Dünya'daki sosyal girişimcilere yardım etmek amacıyla kurulan ASHOKA'ya üye sosyal girişimci kadınlar oluşturmaktadır. Veriler ASHOKA web sitesi başta olmak üzere, bu site ile ilişkili diğer internetkaynaklarından elde edilmiştir. Elde edilen verileri analiz etmek için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

5. Araştırmanın Bulguları

ASHOKA bünyesinde kadınların haklarını iyileştirmek için faaliyet gösteren 8 sosyal girişimci kadın tespit edilmiştir. Bu sayı, toplam üye sayısının %20'sini oluşturmaktadır.



September 21-23, 2017 Uşak

Tablo 1: ASHOKA Türkiye Üye Sayıları

ASHOKA Türkiye Üyeler	N	%
Kadın	19	%47.5
Erkek	21	%52.5
TOPLAM	40	%100

Tablo 2: Sosyal Girişimci Kadınların Bireysel Özellikleri

Sosyal Girişimci Kadınlar	Doğum Yeri	Eğitimi	Mesleği
Şengül AKÇAR	İstanbul	Doktora	İnşaat Mühendisi, Genel Direktör
Nebahat AKKOÇ	Diyarbakır	Ön Lisans	Öğretmen
Halime GÜNER	İstanbul	Lisans	Sosyal Hizmet Uzmanı
Naşide BULUTTEKİN	Diyarbakır	Lise	Halk Eğitim Öğretmenliği
Senem GÜL	Kahramanmaraş	Ortaokul	Ev Hanımı
Selma DEMİRELLİ	Düzce	Lisans	Sanat Öğretmeni
Berna YAĞCI	Mardin	Lise	Ev Hanımı
Bedriye HÜLYA	İzmir	Lisans	Girişimci

Sosyal girişimci kadınlar arasında doğum yerleri, eğitim düzeyleri ve meslekleri açısından farklılıklar olduğu görülmektedir. İncelenen kadın sosyal girişimcilerin yarısı Türkiye'nin doğu illerinde dünyaya gelmiştir. Örneklemin tamamı okur-yazardır ve 8 kadından 7'si lise ve üzeri eğitim almıştır. Sosyal girişimci kadınların yarısının öğretmenlik ve sosyal hizmet uzmanlığı gibi mesleklerle ilgili eğitim aldıkları görülmektedir.

İncelenen sosyal girişimci kadınların ortak özellikleri kararlılık, kolektif liderlik, farkındalık, sebatkarlık, sosyal sorumluluk, enerjik, yenilikçi, yaratıcılık, mücadeleci, bilinç, kendine güven, empati kurma olarak ifade edilebilir. Bununla birlikte kadınların durumlarını iyileştirmek adına çalışmalar gerçekleştiren bu sosyal girişimci kadınların, aileleri ile ilgili farklı travmalar yaşadığı görülmüştür. Örneğin Selma Demirelli Düzce'de yaşanan depremde ailesini kaybetmiş, Halime Güner ise daha küçük yaşlarda babası tarafından annesine uygulanan şiddete maruz kalmıştır.

ASHOKA'ya üye seçilmeden önce de kadınların haklarını iyileştirmeye yönelik faaliyetlerde bulunan bu sosyal girişimci kadınların ASHOKA'ya katıldıkları yıllar ise; 2000-2012 arasında değişmektedir. Ayrıca bu sosyal girişimci kadınların çoğu yaptıkları işler dolayısıyla ödül almışlardır. Örneğin Şengül Akçar 2017'de Geleceğe İz Bırakan Kadınlar Ödülü'ne, Nebahat Akkoç 2015'de Anne-Klein Ödülü, 2008 Sosyal Girişimci Ödülü'ne, Bedriye Hülya ise 2014'de Sosyal Girişimci Ödülü'ne layık görülmüşlerdir.

6. Sonuç

Araştırmanın örneklemini oluşturan kadın sosyal girişimcilerin profilleri incelendiğinde, doğum yeri, eğitim ve meslek gibi alanlarda sınıflandırmanın zor olduğu görülmektedir. Kadın sosyal girişimciler literatürde belirtilen ortak sosyal girişimcilik özelliklerine sahiptir. Geçmişlerinde benzer olumsuzluklar ve travmalar yaşamış olsalar da kadın sosyal girişimcilerin kariyer aşamaları aynı değildir. Ancak örneklemini oluşturan kadın sosyal girişimcilerin yaşamları boyunca literatürde de vurgulandığı gibi, benzer olumsuz kişisel deneyimler yaşadıkları söylenebilir. Araştırma kısıtlı bir örneklem üzerinde yapıldığı için elde edilen bilgiler sadece örneklem ile sınırlıdır. Kadın sosyal girişimcilerin profillerini



ve özellikle de yaşadıkları kişisel deneyimleri belirlemeye yönelik daha kapsamlı çalışmalar yapılarak, farklı sonuçlar elde edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimci, Kadın Sosyal Girişimci

Kaynakça

Betil, İ. (2010). “Sivil Toplum, Sosyal Sermaye, Sosyal Girişimcilik”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*,5 (1): 21-25.

Bornstein, D. (1998). “Changing The World on a Shoestring”, *AtlanticMonthly*, 281 (1): 34-39.<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1998/01/changing-the-world-on-a-shoestring/377042/>, (16.07.2017).

Dees, G.J. (1998). “The Meaning of Social Entrepreneurship” , *Entrepreneurship in Residence Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership Ewing Marion Kauffman Foundation and Miriam and Peter Haas Centennial Professor in Public Service Graduate School of Business Stanford University*, 1-6.

Denizalp, H. (2009). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi*, 2.Baskı, Ankara: Fersa Matbaacılık.

Drayton, W. (2002). “The Citizen Sector: Becoming As Entrepreneurial And Competitive As Business”, *California Management Review*, 44 (3): 120-132.

Haugh H. (2005). “A Research Agenda for Social Entrepreneurship”, *Social Enterprise Journal*, 1(1): 1-12.

<http://bianet.org/bianet/kadin/160655-2015-anne-klein-kadin-odulu-nebahat-akkoc-a>, (10/07/2017).

<http://bianet.org/bianet/toplumsal-cinsiyet/105150-yilin-sosyal-girisimcisi-odulu-iki-kadina>, (10/07/2017).

<http://turkey.ashoka.org/fark-yaratan-sosyal-giri%C5%9Fimler-kad%C4%B1nlar%C4%B1-g%C3%BC%C3%A7lendiriyor-1>, (10/07/2017).

<http://www.birgun.net/haber-detay/ucan-supurge-uluslararası-kadın-filmeleri-festivali-20-nci-yilinda-158896.html>, (10/07/2017).

<http://www.dw.com/tr/u%C3%A7an-s%C3%BCp%C3%BCrge-kad%C4%B1nlar-dayan%C4%B1n%C5%9Ft%C4%B1k%C3%A7a-g%C3%BC%C3%A7l%C3%BC/a-38914883>, (10/07/2017).

http://www.farkyaratanlar.org/site/tr/fark_yaratanlar/55/Senem-G%C3%BCI.html, (10/07/2017).

http://www.farkyaratanlar.org/site/tr/fark_yaratanlar/9/Na%C5%9Fide-Buluttekin.html, (10/07/2017).

<http://www.farukbildirici.com/index.php?Did=287>, (10/07/2017).

<http://www.hurriyet.com.tr/felc--oldu--kanser--oldu---ama--en--sonunda---28391653>, (10/07/2017).

<http://www.radikal.com.tr/hayat/mahalleden-dunyaya-867080/>, (10/07/2017).

<http://www.sabancivakfi.org/tr/sosyal-degisim/sengul-akcar>, (10/07/2016).

<http://www.ucansupurge.org/yazdir????F679E9D981DD444FB40098EFCEA7EFB5>, (10/07/2017).

<https://medium.com/@AshokaTurkiye/kad%C4%B1nlar%C4%B1n-g%C3%BCc%C3%BCne-g%C3%BC%C3%A7-katan-ashokal%C4%B1-sosyal-giri%C5%9Fimciler-1354ad7fd3d8>, (10/07/2017).

<https://www.ashoka.org/en/fellow/bedriye-hulya>, (10/07/2017).



September 21-23, 2017 Uşak

- <https://www.ashoka.org/en/fellow/berna-yagci>, (10/07/2017).
<https://www.ashoka.org/en/fellow/halime-g%C3%BCner>, (10/07/2017).
<https://www.ashoka.org/en/fellow/nebahat-akkoc>, (10/07/2017).
<https://www.ashoka.org/en/fellow/selma-demirelli>, (10/07/2017).
<https://www.ashoka.org/en/fellow/senem-gul>, (10/07/2017).
<https://www.ashoka.org/en/fellow/seng%C3%BCI-akcar>, (10/07/2017).
<https://www.haberler.com/duzce-de-2-geleneksel-yilin-enleri-odul-toreni-4262759-haberi/>, (10/07/2017).
<https://www.istekadinlar.com/kadin-akademisi/sabancida-son-dersi-nebahat----akkoc-verecek-h648.html>, (10/07/2017).
- KoeHweeNga J. &Shamuganathan G.(2010). “TheInfluence of Personality Traitsand Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start UpIntentions”,*Journal of Business Ethics*, 95:259-282.
- Mair, J. &Marti, I. (2006). “Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Predictionand Delight”, *Journal of World Business*, 41: 36-44.
- Marshall, R.S. (2010). “Conceptualizing the International For-profitSocial Entrepreneur”, *Journal of Business Ethics*, 98: 183-198.
- Mort S.G.,Weerawardena J. &Carnegie K. (2002). “Social Entrepreneurship: TowardsConceptualisation”,*International Journal of NonprofitandVoluntarySector Marketing*, 8(1): 76-88.
- Okandan, G.D. ve Sönmez, O. (2012). “Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)”, *Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 117-148.
- Prabhu, G.N. (1999). “Social Entrepreneurship Leadership”, *Career Development International*. 4(3): 140-145.
- Sarıkaya, M. (2010). “Kâr Amacı Gütmeyen Örgütlerde Sosyal Girişimcilik”, *Sosyal Girişimcilik* (Ed.) Besler, S., İstanbul: Beta Yayıncılık, 31-52.
- Seelos, C. &Mair, J. (2005). “Social Entrepreneurship: Creating New Business Modelsto Servet thePoor”, *Business Horizons*, 48: 241-246.
- Sharir, M. &Lerner, M. (2006). “Gaugingthe Success of Social Ventures Initiated by Individual Socail Entrepreneurs”, *Journal of World Business*, 41: 6-20.
- Sobhani, A. ve Gasnier, A. (2012). “Sosyal Girişimcilikten Kapsayıcı Piyasalara”, *Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1-7.
- Thompson, J., Alvy, G. &Less, A. (2000). “Social Entrepreneurship- A New Look at the People and the Potential”, *Management Decision*, 38 (5): 328-338.



September 21-23, 2017 Uşak

Ünlü Şeflerin Öğrenciler Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi

Abstract

Göksel Kemal GIRGIN¹⁶⁸, Bükre ASLAN¹⁶⁹, Ümmühan ŞEN¹⁷⁰

Özet

Küreselleşmeyle birlikte toplumların kültürel ve siyasi pratikleri güncellenmekte ve bu güncellemede kitle iletişim araçları büyük önem taşımaya başlamıştır. Kültürlerin kendi sınırlarını aşarak başka coğrafyalara ulaşmasıyla birlikte modernleşme süreci tamamlanmıştır. Bu süreçte televizyonun önemi kendini tekrar göstermiştir. Televizyonda yayınlanan programlarla mesleğinde uzmanlaşmış kişiler tanınır hale gelerek kitlelerin, özellikle de bu araştırmanın konusu olan gençlerin idolü haline dönüşmüştür. Bu büyüyen ünlülük kültürünün doğurduğu bir olguda 'Ünlü Şefler' olgusudur. Bu araştırmanın amacı, gastronomi öğrencilerinin izlediği televizyon programlarında ki ünlü şeflerin öğrenciler üzerindeki etkilerini ve bu programların öğrenciler tarafından nasıl algılandığını araştırmaktır. Belirlenen bu amaca ulaşmak için Lane ve Fisher (2015) tarafından oluşturulan ölçek kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Ünlü Şefler, Öğrenciler, Medya, Etki

¹⁶⁸ Yrd.Doç.Dr., Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi, girgin@balikesir.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

¹⁶⁹ Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, aslanbukre@gmail.com

¹⁷⁰ Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ummu1993han@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Communities and Casinos Building

Extended Abstract

Marica MAZUREK¹⁷¹

1. Overview

The interaction of goals and common respect of each perceptions and intents is complicated relationship and co-operation of participants. Mutual interests, goals and benefits or negatives are always the main issue.

Our interest is the topic of tourism development and its interaction with community development. The study will discuss the impact of casino building on communities, especially the interaction of tourism and community development. The principles of tourism development (focused at building of tourism attraction – casinos) will be discussed in the coherence to the concepts of community development – empowerment, participation, partnerships, community capacity building and community change.

2. Literature and The Rationale of the Study

Community development can be defined as “a process of economic and social progress based on local initiatives. Its success depends on the full participation of the community, the development of community awareness of its needs and their possible solutions (Smith 1990, 56). Economic development means creation of incentives at macro and especially micro-economic level for the development of economy, growth of business, improvement of employment opportunities in communities.

There is a difference between economic development and community development (Reid, Taylor, Mair 2000, 4). Based on these authors both have impact on the quality of life, but there are fundamental differences in the process, ownership and the outcome of development. In community development the priority areas of development are identified by the community and profits are reinvested or disposed for community development.

The impact of tourism on the economic development of countries as well as social development has been a topic of many academic discussions and articles. There have been developed the main paradigms influenced the tourism development during the last 50 years, which are “modernization, dependency, economic neo-liberalism and alternative development” (Telfer 1996, 2002a). These factors have had an impact at tourism development in the recent period and its influence can be discussed also in the connection to the development of tourism in communities, not only in the development of tourism generally.

We will focus at the concept of modernization of communities through tourism development can be explained the development of new entrepreneurship opportunities, building of modern infrastructure in communities, improvement of services and consequently improvement of economic and social environment in communities. However, sometimes the uncontrolled and extensive development through tourism can bear also many negative factors

¹⁷¹Assistant Professor, MSc. and PhD. candidate at Zilina University, marica0011@yahoo.ca, Department of Humanities, Slovakia, Europe



September 21-23, 2017 Uşak

and not always are beneficial for a community. In many cases “economic growth is often associated with modernization in terms of tourism development it is important to understand whether the economic benefits reach the local community and help build community capacity” (Telfer 1996, 158) The tourism development in majority cases is a factor of creation of positive impact on communities especially as a factor of increase of employment in a community. One controversial activity in tourism, which is still risky, but could be economically beneficial are casinos. Especially in western societies they are very common, though the risk for a society exists in a tandem with benefits. Creation of casinos and gambling is a controversial topic, however the economic impact on the tourism growth, tax collection and employment improvement in the communities, where casinos have been built, is evident. The most crucial are from the standpoint of community attitudes against gambling the social impacts based on the quality and availability of public services, infrastructure, its congestion, occurrence of negative externalities in a community (crime, drug dealership etc.).

3. Methodology

Methods applied in the exploratory and empirically based study were used in the framework of the secondary research. There have been used examples and secondary research cases from the U.S.A., Canada (a place of principal research), particularly from Europe. This study acknowledges the merits of qualitative research as it provides a pragmatic response for an in-depth understanding for this exploratory research. One of the key strengths of case study is the flexibility of method and the potential for practical application to use varied evidence, multiple sources and techniques in the data gathering process, for instance: interviews, observations, documents, arte-facts (Yin, 2003; Vissak, 2010). In our study, we will only use the secondary existing materials from literature, studied journals and research studies and from materials existing on website. The interviews and observations as a primary research tools have not been used in this stage of research, but might be a possible tool for further in-depth research.

4. Conclusion

Community attitudes to tourism developments can be negative, if there is not planning and development of tourism in a framework of their attitudes as well. In the case of casinos the main entrepreneur is the state and the economic benefits prevail, moreover casinos enrich the portfolio of attractions in tourism business. This is unquestionable issue, even though there will be always benefits and negatives as in every economic or social decision. Casino building is one example of coherence of different interests which can be “smoothly” managed in communities for mutual benefits of stakeholders (state, partnerships) and community. In this case the development and decisions are based not only on economic conditions, community, government, but culture and religion play an important role, which could be another great opportunity for further discussion and research.

Keywords: community, economic development, casino building, tourism, partnerships, co-operation



September 21-23, 2017 Uşak

The Relationships Between Hedonic Consumption and Voluntary Simple Lifestyle Dimensions (Example of Vacation Services)

Extended Abstract

Bilsen BILGILI¹⁷², Emrah ÖZKUL¹⁷³, Erdoğan KOÇ¹⁷⁴

1. Introduction

Demographic, economic and personal characteristics as well as motives and values are influential on consumers' behaviors towards products or services. Consumers' values, interests, ideas and consumption behaviors form their lifestyles as a whole. Lifestyle includes almost all aspects of everyday life, such as the values of individuals, where they live, what they do and what they eat. This determines the relationships of individuals with each other and the form of the relationship. Businesses follow the trends in the lifestyle of the target market and reflect these lifestyles on their own products and advertisements (Madran & Kabakçı, 2002:83). Consumers' consumption of goods and services and consumption behaviors are based on two main reasons as "Hedonic" and "Utilitarian". Hedonic value is related to the satisfaction of the senses, entertainment and imagination, while utilitarian value focuses on the satisfaction of needs. Constructs such as monetary savings and convenience contribute to the utilitarian value, whereas hedonic value is defined by concepts such as entertainment and exploring (Adomaviciute, 2013: 756).

In the studies conducted, it was determined that there is a relationship between hedonic consumption behaviors and lifestyles (Özgül, 2011:36). The fact that consumers also have hedonist behaviors while satisfying their needs has been stated to be related to consumer happiness. The doctrine of hedonism belongs to Aristippus (435-355 BC) of Cyrene, namely, Socrates' student. According to Aristippus, the reason for every behavior is the desire to be happy, and pleasure is expressed as the necessity of life (Fettahlioğlu, et al., 2014). Tourism services are one of the services that the consumer purchases to achieve happiness (Chen, Huang & Cheng, 2009; Tse, 2014; Sarı & Özdemir, 2014, Demirbulat & Avcıkurt, 2015:92). Although there are research findings claiming that happiness from tourism services is temporary and only brings short-term happiness (Nawjin et al., 2010), it is possible to say that tourism services are an important influence on happiness.

The concept of consumption that can be defined as the expenditure of products and services in order to meet the needs of individuals (Başfıncı, 2011: 91), gave rise to the consumer society as the means of achieving happiness after the industrial revolution (Özgül, 2011:27). However, on determining that the effect of more consumption on happiness was limited (Myer, 2003), a lifestyle named as Voluntary Simplicity by Richard Gregg, a student of Gandhi emerged in 1936 (Elgin and Mitchell, 1977; Elgin, 1981, 1993). Voluntary simplicity is a lifestyle that intends to reduce consumption and consumption dependence by maximizing individual's control in everyday activities (Barton, 1981). It can be argued that the essence of simplicity is a lifestyle that is as simple and plain as possible in the outer world, while rich and deep in the inner world of the individual (Elgin 1993; Odabaşı, 2006).

¹⁷² Assist.Prof.Dr., Bilsen Bilgili., Kocaeli University, Tourism Business and Hospitality High School, bilsenbilgili@hotmail.com (Correspond Author)

¹⁷³ Assoc.Prof.Dr., Emrah Özkul, Kocaeli University, Tourism Business and Hospitality High School, emrahozkul@hotmail.com

¹⁷⁴ Prof. Dr. Erdoğan Koç, Bandırma University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, erdogankoc@yahoo.com



Tourism has been claimed to be an area where a variety of personalized products / services are present, where the limits of mind and pleasure are pushed, and which is criticized in different circles as an area where hedonic consumption has reached to the top (İpekli, 2010; Yasankul, 2012). In this regard, it is thought that examining the relationship between the voluntary simple lifestyle trends and hedonic consumption behaviors is significant both in terms of tourism service enterprises and consumers. In this study, a questionnaire was conducted on 404 people who are vacation service consumers living in the province of İstanbul. The analysis of the primary data obtained from the questionnaires and the recommendations of the strategy developed according to the results are given below.

2. A Field Study in The Province of İstanbul

In this section, a questionnaire was conducted on 404 vacation product consumers who are over 18 living in the province of İstanbul. According to the analysis results of the data obtained from the questionnaire, it was tried to determine the hedonic consumption behaviors of vacation consumers. The relationship between consumer's voluntary simple lifestyle tendencies and hedonic consumption behaviors has been investigated.

2.1. The Purpose of The Research

In the study, it was aimed to determine the dimensions of hedonic consumption behavior and voluntary simple lifestyle tendencies, and whether there is a relationship between hedonic consumption dimensions and voluntary simple lifestyle dimensions for consumers who buy vacation services. In line with the results obtained from the research, it was aimed to develop a strategy proposal for the enterprises providing vacation services and to offer suggestions for the researchers who will work on this issue in the future.

2.2. The Research Method

In the theoretical part of the study, secondary data were used, and a questionnaire method was used to collect primary data. The universe of the research consisted of consumers who are 18 and over receiving vacation service and the study was limited to İstanbul province boundaries. In total, the research sample included 404 participants whom were applied a face-to-face questionnaire. To ensure the reliability of the study, the questionnaire was implemented in September, 2016 with the aim of reaching consumers who had just received vacation services. The data obtained from the questionnaires were analyzed in SPSS and LISREL statistical programs, the frequencies of the data were examined, confirmatory factor analysis was performed for the scales; and to determine the relationships between the dimensions of the scales, a canonical correlation analysis was conducted.

2.3. The Research Model and Hypothesis

In the research model, hedonic consumption scale (Arnold and Reynold, 2003) and voluntary simple lifestyle scale (Özgül, 2008) were used. The hedonic consumption scale consists of six dimensions as shopping for adventure, shopping for social purposes, shopping to feel relieved, shopping to have an idea, shopping for making others happy and shopping to gain value. On the other hand, the voluntary simple lifestyle scale consists of four dimensions; planned shopping, self-sufficiency, intangible life and simplicity in the product. The questions were adapted to vacation services. The research model is shown in Figure 1.

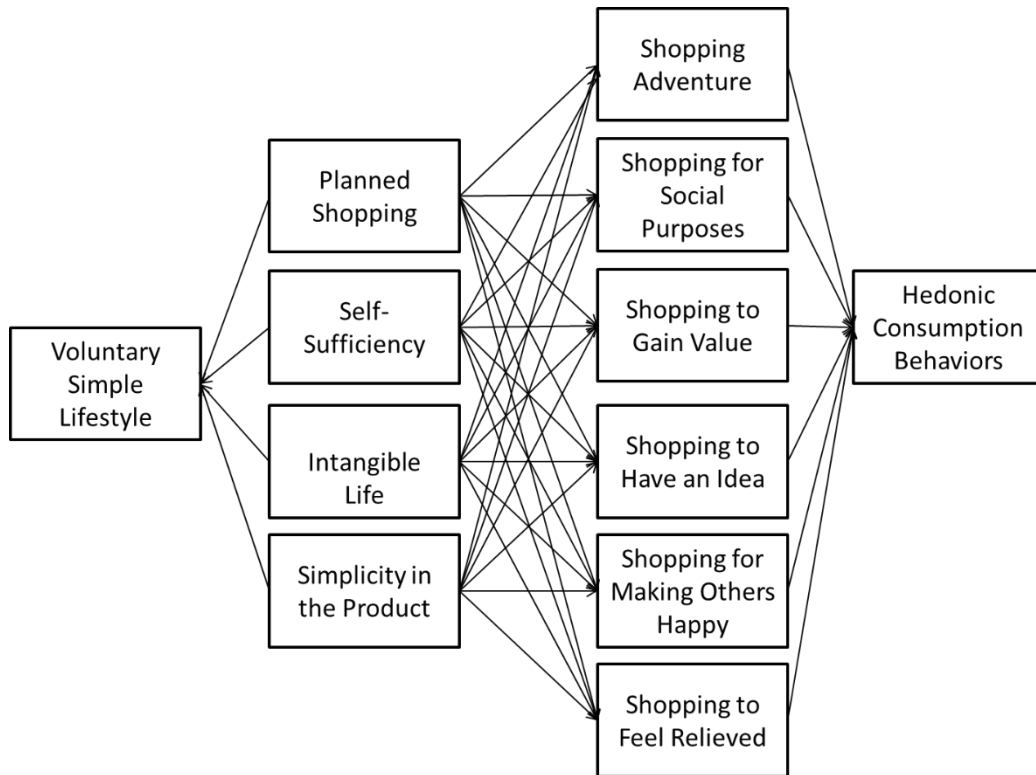


Figure.1. Research Model.

The hypothesis developed in accordance with the research model is as follows:

H₁: There is a relationship between voluntary simple lifestyle dimensions and hedonic consumption behavior dimensions.

2.4. Findings and Discussion

Of all the respondents, 47,3% were female and 52,7% were male. 29,5% were 18-27, 34,9% were 28-37, 16,3% were 38-47, 10,6% were 48-57 and 8,7% were 57 are and over. In terms of the income level, 22% were below 2000TL income group, 42,1% earned 2001-4000TL, 25,7% 4001-6000TL, 9,7% 6001-8000TL and 0,5% 8001TL. The analysis results of the research are as follows.

2.4.1. The Test of The Scales

In the study, a confirmatory factor analysis was conducted to test each dimension of hedonic lifestyle and voluntary simple lifestyle scales separately (Hair et al., 1998:610), and inappropriate variables were eliminated. The results of the analysis are shown in the tables below.

Table 1. Fit Values of Hedonic Consumption Scale

Fit Index	Before Modification	After Modification	Acceptable Fit
Absolute Fit Value			
Chi-square (X ²)	361.57	327.04	
Degrees of Freedom	164	146	
Chi-square/fd	2,20	2.24	1-5



GFI	0.92	0.92	0,90≤GFI≤0,95
AGFI	0.89	0.90	0,85≤AGFI≤0,90
RMSR	0.078	0.065	0,05≤RMSR≤0,08
RMSEA	0.055	0.079	0,05≤RMSEA≤0,08
Increasing Fit Value			
CFI	0.84	0.95	0,95≤CFI≤0,97
NNFI	0.82	0.95	0,95≤NNFI≤0,97
NFI	0.75	0.95	0,95≤NFI≤0,97

According to the hedonic consumption scale test, a variable from the “vacation for social purposes” dimension was eliminated, and the model fit values were realized at an acceptable level.

Table 2. Fit Values of Voluntary Simply Lifestyle Scale

Fit Index	Fit Values	Acceptable Fit
Absolute Fit Value		
Chi-square (X^2)	56.71	
Degrees of Freedom	16	
Chi-square/fd	3.54	1-5
GFI	0.94	0,90≤GFI≤0,95
AGFI	0.92	0,85≤AGFI≤0,90
RMSR	0.078	0,05≤RMSR≤0,08
RMSEA	0.079	0,05≤RMSEA≤0,08
Increasing Fit Value		
CFI	0.95	0,95≤CFI≤0,97
NNFI	0.95	0,95≤NNFI≤0,97
NFI	0.95	0,95≤NFI≤0,97

According to the results of the confirmatory factor analysis carried out for 4 dimensions of voluntary simple lifestyle, it was found that the variables are appropriate for the model fit values. The values of the variables of both scales are shown in Table 3.

Table 3. The Values of The Scales in The Research Model

Variables	Standard Value	R ²	Error Variance	t Value	Cronbach's Alfa
HEDONIC CONSUMPTION BEHAVIORS					
Shopping for Adventure	0.31	0.10	0.90	3.82	75.1
Shopping for Social Purposes	0.31	0.10	0.90	1.99	70.2
Shopping to Gain Value	0.47	0.22	0.78	4.01	70.0
Shopping to Have an Idea	0.71	0.50	0.50	6.18	77.3
Shopping for Making Others Happy	0.87	0.75	0.25	6.57	72.2
Shopping to Feel Relieved	0.86	0.74	0.26	5.07	70.8
VOLUNTARY SIMPLE LIFESTYLE					
Planned Shopping	0.78	0.61	0.39	7.23	73.7
Self-sufficiency	0.90	0.16	0.85	10.02	71.4
Intangible Life	0.89	0.21	0.79	10.00	72.7
Simplicity in the Product	0.56	0.68	0.32	5.16	77.6

2.4.2. The Relationship between Voluntary Simple Lifestyle and Hedonic Consumption Behavior Dimensions

The relationship between voluntary simple lifestyle and hedonic consumption behavior dimensions was tried to be determined through canonical correlation analysis. The results are shown in the following tables.

Tablo 4. Functions of Voluntary Simple Lifestyle and Hedonic Consumption Behavior Dimensions

Canonical Function	Canonical Correlation Coefficient(Rc)	Canonical Root	Wilks's Lambda	Chi-square	Degrees of Freedom	Statistical Significance
1	0,396	0,157	0,791	93,219	24	0,000
2	0,194	0,038	0,938	25,334	15	0,046
3	0,143	0,020	0,975	10,069	8	0,260
4	0,069	0,005	0,995	1,887	3	0,596

From the data sets of voluntary simple lifestyle and hedonic consumption dimensions, function numbers 1 and 2 are significant ($p < 0.01$; $p < 0.05$).

Table 5. The Correlation Matrix between the Dependent and Independent Data Sets

	Shopping for Adventure	Shopping for Social Purposes	Shopping to Gain Value	Shopping to Have an Idea	Shopping for Making Others Happy	Shopping to Feel Relieved
Planned Shopping	0,1074	0,0370	0,0902	0,1472	0,1456	0,3029
Self-Sufficiency	0,2366	0,0812	0,0654	0,1124	0,1717	0,3067
Intangible Life	0,1450	0,0342	0,0518	0,0038	0,1074	0,1499
Simplicity in the Product	0,1416	0,0647	0,1008	0,0100	-0,0813	-0,0061

The significance of the functions which have correlation was analyzed in terms of weight (Sayın et al., 2012:215; Oktay and Kaynak, 2010:426; Özer and Altun, 2011:53). According to the results; the most significant relationships are between “self-sufficiency lifestyle dimension and shopping to feel relieved” (0,31)", and “planned shopping lifestyle dimension and shopping to feel relieved (0,30)" data sets.

Tablo 6. Canonical and Cross Loadings of Voluntary Simple Lifestyle Dimensions

Voluntary Simple Lifestyles	Canonical Loadings		Cross Loadings	
	1 st Function	2 nd Function	1 st Function	2 nd Function
Planned Shopping	-0,769	0,092	-0,305	0,018
Self-Sufficiency	-0,894	-0,299	-0,354	-0,058
Intangible Life	-0,469	-0,226	-0,186	-0,044
Simplicity in the Product	-0,069	-0,945	-0,027	-0,183



The highest value in the cross-correlations was in the "self-sufficiency" in the first function and "simplicity in the product" in the second function.

Table 7. Canonical and Cross Loadings of Hedonic Consumption Dimensions

Hedonic Consumption Dimensions	Canonical Loadings		Cross Loadings	
	2 nd Function	1 st Function	2 nd Function	1 st Function
Shopping for Adventure	-0,503	-0,756	-0,199	-0,147
Shopping for Social Purposes	-0,159	-0,355	-0,063	-0,069
Shopping to Gain Value	-0,180	-0,416	-0,071	-0,081
Shopping to Have an Idea	-0,355	0,020	-0,141	0,004
Shopping for Making Others Happy	-0,536	0,492	-0,212	0,095
Shopping to Feel Relieved	-0,921	0,202	-0,365	0,039

The highest value in the cross-correlations was in "shopping to feel relieved" in the first function and "shopping for adventure" in the second function.

Table 8. The Relationship between the First Dependent Canonical Variable and the First Independent Canonical Variable Sets

The First Dependent Canonical Variable Set		The First Independent Canonical Variable Set	
Shopping to Feel Relieved	-0,921	Self-sufficiency	-0,894
Shopping for Making Others Happy	-0,536	Planned Shopping	-0,769
Shopping for Adventure	-0,503	Intangible Life	-0,469
Shopping to Have an Idea	-0,355	Simplicity in the Product	-0,069
Shopping to Gain Value	-0,180		
Shopping for Social Purposes	-0,159		

Factor loading over 0.40 were taken into consideration (Yaşın, 2007:139). In the first canonical function, there is a negative relationship between the "self-sufficiency, planned shopping and intangible life" dimensions of the voluntary simple lifestyle of the respondents, and the "vacation to relax, vacation for making others happy and vacation for adventure" hedonism. As the tendency towards voluntary simple lifestyle dimensions increase, hedonic consumption behavior tendency decreases.

The cross-canonical loadings in the first function are significant, and the first function accounts for more than 16% of the total variance. Therefore, the main findings of the study are based on the first function.

Table 9. The Relationship between the Second Dependent Canonical Variable Set and the First Independent Canonical Variable Set

The Second Dependent Canonical Variable Set		The Second Independent Canonical Variable Set	
Shopping for Adventure	-0,756	Simplicity in the Product	-0,945
Shopping for Making Others Happy	0,492	Self-sufficiency	-0,299
Shopping to Gain Value	-0,416	Intangible Life	-0,226
Shopping for Social Purposes	-0,355	Planned Shopping	0,092
Shopping to Feel Relieved	0,202		
Shopping to Have an Idea	0,020		



In the second canonical function, it was seen that “vacation for adventure”, “vacation for making others happy” and “vacation to gain value” of hedonic consumption dimensions are influenced by “simplicity in the product” of voluntary simple lifestyle dimension. When the direction of the relationship was examined, it was seen that as the tendency towards the dimension of “simplicity in the product” increases, hedonism for “adventure” and “value” decrease; on the other hand, hedonism for “vacation for making others” happy increases. Thus, we can conclude that there is enough evidence to support the claim that there is a relationship between voluntary simple lifestyle dimensions and hedonic consumption behavior dimensions in vacation services. H₁ hypothesis was accepted.

3. Conclusion

According to the results of the research, it was determined that the voluntary simple lifestyle tendencies of vacation service consumers consist of 4 dimensions (Özgül, 2008), and hedonic consumption scale consist of 6 dimensions (Arnold & Reynold, 2003).

The results showed that voluntary simple lifestyle tendency in vacation services is effective on hedonic consumption behavior. Main findings of significant relationships between voluntary simple lifestyle dimensions and hedonic consumption behavior dimensions were realized in the first function. As the tendency towards the dimensions of "Self-sufficiency" - which is concerned with caring about the balance of income expenditure; "Planned vacation" - which is related to making plans according to whether vacation service is needed; "intangible life" - which is about making abstract gains out of the vacation service like personal development rather than materialistic ones - increase; hedonism for "Vacation to relax, vacation for making others happy and vacation for adventure” decrease. It can be said that the hedonic vacation purchasing behaviors of consumers, particularly the ones who do not have economical sensitivity, yet purchase such services by getting into debt, is related to their lifestyles. From this point of view, consumers with low voluntary simple lifestyle tendencies may demonstrate hedonic consumption behaviors not only in vacation services, but also in any other purchase as well.

Keywords: Hedonic Consumption, Voluntary Simple Lifestyle, Vacation Service.

References

Journals/Periodicals;

Adomaviciute, Karina, (2013), “Relationship Between Utilitarian and Hedonic Consumer Behavior and Socially Responsible Consumption”, *Journal of Economics and Managment*, 18 (4), pp. 754-760.

Barton, L. (1981) “Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation”, *Journal of Consumer Research*, 8: 223-234.

Başfıncı, Ç., (2011). “Sembolik Tüketim ve Tüketim Öykülerinin Hermeneutik Yaklaşımla Yorumlanmasına İlişkin Bir Uygulama”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 4(7): 184-209.

Çağan, N. (1980). “Demokratik Sosyal Hukuk Devletinde Vergilendirme”, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 37(1-4): 129-151.

Chen, J. S., Huang, Y. ve Cheng, J. (2009). “Vacation Lifestyle and Travel Behaviors”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26, pp. 494-506.



Demirbulat, Ö.G. & Avcıkurt, C. (2015). “Turizm ve Mutluluk Arasındaki İlişki Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme”, *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Instute*, 18 (34): 79-97.

Elgin, D. & Mitchell, Arnold (1977), "Voluntary Simplicity", *The Co-Evolution Quarterly*, Summer: 5-18.

Fettahlıoğlu, H.S., Yıldız, A. & Birin, C. (2014). “Hedonik Tüketim Davranışları: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Adıyaman Üniversitesi Öğrencilerinin Hedonik Alışveriş Davranışlarında Demografik Faktörlerin Etkisinin Karşılaştırmalı Olarak Analizi”, *International Journal of Social Science*, Doi number: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2461>, 27: 307-331.

Kirchler, E., Kogler, C. & Muehlbacher, S. (2014). “Cooperative tax compliance: From deterrence to deference”, *Current Directions in Psychological Science*, 23 (2), pp. 87-92.

Madran, C. & Kabakçı, Ş., (2002). “Tüketici Davranışını Etkileyen Bir Faktör Olarak Yaşam Tarzı: Çukurova Üniversitesinde Okuyan Kız Öğrencilerin Yaşam Tarzı Tiplerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (1), 81-94.

Nawijn, J. (2010). “The Holiday Happiness Curve: A Preliminary Investigation Into Mood During a Holiday Abroad”, *International Journal of Tourism Research*, 12 (3), pp. 281-290.

Özgül, E., (2011). “Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi”, *Ege Akademik Bakış*, 11 (1): 25-38.

Tse, T. S. M. (2014). “Does Tourism Change Our Lives?”, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19 (9), pp. 989-1008.

Books;

Elgin, D. (1981) . *Voluntary Simplicity*, New York: William Morrow and Co., Inc.

Elgin, D. (1993) *Voluntary Simplicity: Toward a Way of Life that is Outwardly Simple, Inwardly Rich*, New York, William Morrow and Company Inc.

Myer, D. (2003). *Wealth and Happiness: A Limited Relationship*, Doherty et al.(eds.) *Voluntary Simplicity: Responding the Consumer Culture*, Maryland, Rowman and Littlefield Puplicers Inc.

Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim Kültürü – Yetinen Toplumun TüketenTopluma Dönüşümü*, İstanbul, Sistem Yayıncılık.

Conference Papers;

Sarı, Y. & Özdemir, C. (2014). “Turizm Gelişiminin Eskişehir Odunpazarı Sakinlerinin Yaşam Kalitesi Üzerindeki Etkisi”. *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 13-16 Kasım, 241-253, Ankara.

Internet Sources;

İpekli, Y., (2010). Turizm Hedonizm'in Hizmetinde.

<http://www.halklailiskiler.com.tr/yazi.php?id=5014>, (25.05.2017).



September 21-23, 2017 Uşak

Yasankul, B., (2012). Hedonizm ve Turizm.

<https://batikanyasankul.wordpress.com/2012/12/26/hedonizm-ve-turizm/>, (25.05.2017).



September 21-23, 2017 Uşak

Eğitim Alanında Facebook Konulu Ulusal Tezlerin İncelenmesi

Abstract

Murat AKÇAYIR¹⁷⁵, Gökçe AKÇAYIR¹⁷⁶

Özet

Son yıllarda Facebook'un eğitim amaçlı kullanımı yaygınlaşmış ve Facebook'un eğitimde kullanımını konu alan bilimsel çalışmalarda bir artış yaşanmıştır. Bu nedenle bu çalışmada eğitim alanında Facebook kullanımını konu alan ulusal tezlerin ayrıntılı incelenmesi ile bu teknolojinin eğitimde kullanımı hakkında fikir vermek ve bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yararlı bilgiler sunmaktır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda ulusal tezlere ulaşabilmek için YÖK'ün ulusal tez veri tabanı web sayfası kullanılmıştır. Arama terimi olarak sadece "Facebook" kullanılmıştır. Veri tabanında konu sınıflaması olarak "Eğitim ve Öğretim", tez türü yüksek lisans ve doktora, izin durumu izinli olanlar seçilmiş ve herhangi bir yayımlanma yıl aralığı seçilmemiştir. İlk aramada toplam 27 teze ulaşılmış olup bu tezler elektronik olarak indirilmiştir. İndirilen tezler iki araştırmacı tarafından araştırmanın amacına uygunluğu açısından incelenmiş ve sonuçta 26 tez bu çalışmaya dahil edilmiştir. Tezler yıl, tür (yüksek lisans/doktora), üniversite, bilim dalı, araştırma sorusu/bağımlı değişken, örneklem ve kullanılan yöntem açılarından incelenmiştir.

Elde edilen analiz sonuçlarına göre en çok 2012 ve 2013 yıllarında yapılan çalışmalarda artış olduğu, 11 tez ile en fazla bilgisayar ve öğretim teknolojileri bilim dalından Facebook konulu tez çalışmalarının yapıldığı görülmektedir. Tezlerde en çok betimsel yöntemlerin (tarama, ilişkisel tarama, vb.) kullanıldığı ve çalışmaların çoğunun (n=19) yükseköğretim seviyesinde yapıldığı görülmektedir. Araştırmacıların tezlerinde akademik başarı, siber zorbalık, öğrencilerin Facebook kullanım durumları gibi konulara odaklandıkları görülmektedir.

Sonuç olarak elde edilen verilere göre araştırmacıların genellikle basit betimsel istatistik yöntemlerini kullandığı bu nedenle ilgili alanda deneysel çalışmalarla ulaşılabilecek neden-sonuç ilişkilerini belirleyici nitelikte çalışmalara ihtiyaç olduğu görülmektedir. Tezlerde öğrencilerin Facebook kullanım durumlarına odaklanılırken motivasyon, bağlılık (engagement) ve etkileşim gibi eğitim için büyük önem arz eden çıktıların yeterince araştırılmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca yükseköğretimin yanı sıra ilköğretim ve yetişkin eğitiminde daha fazla çalışma yapıldığı takdirde bu teknolojinin eğitimsel potansiyeli hakkında daha kapsamlı bilgi edinilmesi de sağlanabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Facebook, Sosyal Ağlar, Eğitim Amaçlı Facebook Kullanımı.

¹⁷⁵ Yrd. Doç. Dr., muratakayir@gmail.com, Kırıkkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Bölümü, Kırıkkale/Türkiye.

¹⁷⁶ Arş. Gör., gokceakayir@gmail.com, Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Bölümü, Ankara/Türkiye.



September 21-23, 2017 Uşak

Sürdürülebilirlik Endeks Performansının Diğer Endekslerle Karşılaştırmalı Analizi: Türkiye Örneği

Abstract

N.Serap VURUR¹⁷⁷

Özet

Kurumsal sürdürülebilirlik ekonomik ve sosyal kalkınma ile çevrenin korunması temalarını içerisinde barındıran geniş kapsamlı bir kavramdır. Aynı zamanda şirketlerde uzun vadeli değer yaratmak amacıyla, ekonomik, çevresel ve sosyal faktörlerin kurumsal yönetim ilkeleri ile birlikte şirket faaliyetlerine ve karar mekanizmalarına uyarlanması ve bu konulardan kaynaklanabilecek risklerin yönetilmesi anlamına da gelmektedir. Borsa İstanbul ile Ethical Investment Research Services Limited (EIRIS) arasında şirketlerin kamuya açık bilgileri kullanılarak çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim konularındaki performanslarını baz alan BIST Sürdürülebilirlik Endeksinin hesaplanması amacıyla bir işbirliği anlaşması imzalanarak, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi 4 Kasım 2014 tarihinden itibaren XUSRD koduyla fiyat ve getiri olarak hesaplanmaya ve yayınlanmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, 2014 Kasım – 2016 Haziran dönemi Türkiye’deki sürdürülebilirlik endeksini risk-getiri açısından değerlendirmektir. Elde edilen bulgulara göre Bist 100, Bist 50, Bist 30, Bist Tüm ve Sürdürülebilirlik endekslerinin ilgili dönemde yatırımcılara risksiz faiz oranının üzerinde bir getiri sağlayamadıkları tespit edilmiştir. Beta katsayıları açısından değerlendirildiğinde sürdürülebilirlik endeksinin diğer endekslerin beta değeriyle benzerlik gösterdiği söylenebilir. Belirlilik katsayılarına bakıldığında ise çeşitlendirmenin en iyi Bist 100 endeksi ve sürdürülebilirlik endeksinde yapıldığı görülmektedir. Kullanılan Sharpe, Treynor ve Jensen performans ölçütlerine göre benzer sonuçlar elde edilmiştir. En yüksek performansı Bist 30 endeksi elde ederken sürdürülebilirlik endeksi ikinci sırada yer almıştır. Bu endeksleri Bist 50 ve Bist 100 endeksi takip etmiştir. Bu çalışmaya dahil edilen endeksler kapsamında yer alan işletmelerin yatırımcılarına ek bir gelir sağlamadığı, ilgili portföylerin iyi yönetilmediği ve endekslerde tam bir çeşitlendirme yapılamadığı sonucuna ulaşılabilir.

Anahtar Sözcükler: Kurumsal sürdürülebilirlik, Sürdürülebilirlik endeksi, portföy performans endeksleri

¹⁷⁷Yrd.Doç.Dr.N.Serap VURUR Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Muhasebe Bölümü, Afyonkarahisar-Türkiye, serapvurur@aku.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Dini Nitelikli Otel Müşterilerinin Otel İşletmelerine Yönelik Beklentileri ve Beklentilerinin Gerçekleşme Düzeyi Üzerine Bir Araştırma

Extended Abstract

Hüseyin ÖZDEMİR¹⁷⁸

Ayhan DAĞDEVİREN¹⁷⁹

Saida Nur ÖZDEMİR¹⁸⁰

1. Giriş

Araştırmada, dini nitelikli otel müşterilerinin otel işletmelerine yönelik beklentilerinin demografik özelliklere (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir durumu) göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilerek ortaya konması ve bu beklentilerinin ne düzeyde gerçekleştiğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Türkiye’ de son yıllarda hem sayı hem de yatak kapasitesi olarak artış gösteren dini nitelikli otel işletmelerini tercih edenlere yönelik yapılan çalışmalardan elde edilecek veriler ışığında yapılan değerlendirmeler, hem sektörde faaliyet gösteren işletmelerin ürün planlaması ve çeşitlendirmesinde doğru kararlar alabilmesini hem de tüketici davranışı literatürüne değerli katkılar sağlayacağından yürütülen çalışma bu anlamda önemlidir.

Müşterilerin demografik özellikleri değişkeni, müşterilerin beklenti değişkeni ve müşterilerin algı değişkenleri arasındaki ilişki düzeyinin varlığının ve derecesinin var olan şekli ile belirlenmesinin amaçlandığı araştırmada betimsel tarama modelinde ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma, veri toplama aracı bakımından bir anket çalışmasıdır. Araştırmada, Özdemir & Yaylı tarafından (2015) muhafazakâr otel işletmelerine yönelik hizmet ve kalite standartlarının belirlenmesi için oluşturulan hizmet kalite ölçeği kullanılmıştır. Anket formu, üç ana bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular ile müşterilerin seyahat davranışlarının özelliklerini belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde müşterilerin dini nitelikli otel işletmelerinde sunulan ürünlere yönelik beklentilerinin belirlenmesine yönelik ifadeler, üçüncü bölümde ise tüketicilerin dini nitelikli otel işletmelerinde sunulan ürünlere yönelik algı düzeylerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almıştır. İfadeler, beşli likert ölçeği kullanılarak olumsuzdan (Kesinlikle Katılmıyorum) olumluya (Kesinlikle Katılıyorum) doğru derecelendirilmiştir.

2. İslami Turizm ve Dini Nitelikli Otel Kavramı

İslami turizm kavramı; turizm eyleminin İslam’ın emir ve yasakları çerçevesinde gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Henderson, 2010: 247; Battour vd., 2011: 527-528; Tekin, 2014: 755; Zamani-Farahani & Henderson, 2010: 79). Burada önemli olan gidilen yer veya turistik motivasyon değil, bireylerin turistik tüketim davranışlarının, eğlence anlayışlarının ve yaşam biçimlerinin İslami esaslara göre şekillendirilmiş olmasıdır. İslami

¹⁷⁸ Yrd. Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, huseyinozdemir@karatekin.edu.tr (Yazışma yapılıcak yazar)

¹⁷⁹ Yrd. Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr (Sunumları yapacak yazar)

¹⁸⁰ Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, saidanur_13@hotmail.com



turizme katılan turistler hangi motivasyonla turizm eylemine katılırlarsa katılınsınlar, hangi turistik alana seyahat ederlerse etsinler, seyahatleri boyunca tüm yaşam biçimlerini, eğlence anlayışlarını, turistik motivasyonlarını, tüketim anlayışlarını İslam dininin esaslarına göre şekillendirmeye çalışmaktadırlar (Bhuiyan vd., 2011: 1333-1334; Tsalikis & Lassar, 2009: 91; Jafari & Süerdem, 2012: 66; Eum, 2009: 4; Essoo & Dibb, 2004: 690; Din, 1989: 552; Adnan, 2011: 160; Ghadami, 2012: 11204; Tajzadeh, 2013: 1253; Sandıkcı & Jafari, 2013: 416; Mohani vd., 2011: 125; Schneider vd., 2011: 320-321). Bu özellikleri nedeniyle; bu kimselerin turistik profilleri, ürün beklentileri, tatil-seyahat anlayışları diğer bireylerden çeşitli farklılıklar arz edebilmektedir. Bu turistlere hizmet veren konaklama işletmelerinde, azami oranda İslami kurallara uyulmaya çalışılarak; misafirlerin aile olma şartı aranmakta, yüzme havuzları, plajlar, fitness ve SPA hizmetlerinde kadın ve erkekler için ayrı ayrı hizmet alanları oluşturulmakta, misafirlerin ibadetlerini gerçekleştirebilecekleri mescid hizmeti sunulmakta, namaz vakitlerinde ezan yayınları yapılmakta, odalarda seccade, Kur-an'ı Kerim ve kıbleyi gösteren işaretler bulunmakta, tesisin hiçbir ünitesinde alkol ürünleri, kumar türü eğlenceler ve İslam ahlakı kurallarına uymayan etkinlikler sunulmamakta, yiyecek-içeceklerin satın alınması ve hazırlanmasında helal sertifikalı firmaların ürünleri tercih edilmektedir (Tekin, 2014: 756; Henderson, 2010: 248; Duman, 2011: 11; Sahida vd., 2011: 140; Mansouri, 2014: 20-21; Salleh vd., 2014: 26- 27).

Konaklama, turizm olayının temel bileşenlerinden biridir. Bu özelliği ile de dünyanın en hızlı büyüyen sektörü olan turizm içerisinde aynı oranda büyüyen bir sektör konumundadır (Kahraman & Türkay, 2006: 123). Yapılan çalışmalarda İslami nitelikli ürün ve hizmet sunan bu tür konaklama tesislerine, **Şeriat Uyumlu Otel** (Henderson, 2010; Battour vd., 2011; Sahida vd., 2011; Samori & Sabtu, 2012; Samori & Abd Rahman, 2013; Mansouri, 2014; Salleh vd., 2014; Juratanasan & Jaroenwisana, 2014; Saad, Ali & Abdel-ati, 2014), **İslami Otel** (Yeşiltaş vd., 2012; Özdemir & Met, 2012; Razalli vd., 2012), **Müslüman Dostu Otel** (Zailani, 2011), **Helal Otel** (Duman, 2011; Samori & Sabtu, 2012; Razalli vd., 2013; Akyol & Kılınc, 2014; Mansouri, 2014; Sriprasert vd., 2014; Chookaew vd., 2015), **İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmeleri** (Tekin, 2014), **Muhafazakar Otel** (Özdemir & Yaylı, 2015) isimlerinin verildiği görülmektedir. Türkiye’de pratikte yaygın olarak konaklama işletmelerinin “**İslami Otel**”, “**Alternatif Otel**”, “**Tesettür Otel**”, “**Muhafazakâr Otel**” kavramlarını kullandıkları görülmektedir. Bu çalışmada da ilgili konaklama işletmeleri için “**Dini Nitelikli Otel**” kavramı kullanılacaktır.

3. Araştırma Yöntemi ve Bulguların Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik (Cronbach Alpha) ve geçerlilik (Kaiser-Meyer-Olkin-KMO/Bartlett Küresellik Testi-Bartlett’s Test of Sphericity) analizleri yapılmıştır. 22 ifade 5 boyuttan oluşan beklenti ölçeğinin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,914 ve yine benzer şekilde 22 ifade 5 boyuttan oluşan algı ölçeğinin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,858 bulunmuştur. Bu da ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek ($0,80 \leq \alpha < 1,00$) olduğunu göstermektedir (Ural & Kılıç, 2013: 280; Can, 2013: 343) Çalışmada örneklem yeterliliğini temsil eden KMO oranı 0,879 olarak belirlenmiştir. KMO, örneklem yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup, örneklem yeterliliğini göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucunda ise anlamlılık değeri $p=0,000 < 0,05$ olarak belirlenmiştir. Test sonucunun anlamlı olması, veriler arasında ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bartlett testi ile aynı zamanda verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği de test edilebilmektedir. Bartlett testi sonucu ne kadar yüksek ise, anlamlılık da o kadar yüksektir. Dini nitelikli otel müşterilerinin demografik özellikleri ile beklenti ve algı ölçekleri arasında istatistiksel anlamlı



September 21-23, 2017 Uşak

farklılıkların tespiti için İlişkisiz İki Örneklem T Testleri ile Tek Yönlü Anova Testleri, beklenti ve algı ölçekleri arasında istatistiksel anlamlı farklılıkların tespiti için İlişki İki Örneklem T Testleri yapılarak elde edilen sonuçlar tablolatırılmıştır.

Araştırmanın evreni, İzmir - Çeşme bölgesinde faaliyet gösteren dini nitelikli otelde konaklayan 20 yaş ve üzeri 400 müşteridir. Araştırmanın örneklemini araştırmaya katılmayı kabul eden 20 yaş ve üzeri 317 tatil köyü müşterisidir. Araştırma evreninin % 79' una ulaşılmıştır. Araştırmanın anket uygulaması Haziran (Ramazan ayı) ayının ilk haftası araştırmaya katılmayı kabul eden 20 yaş ve üzeri tüketicilerle yüz yüze görüşme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, tanımlayıcı istatistiksel analizler, T testi ve tek yönlü anova testleri yapılarak analiz edilmiş ve buna göre yorumlanarak öneriler getirilmiştir.

4. Sonuç

Dini nitelikli otel müşterilerinin otel işletmelerine yönelik beklentileri ile otel müşterilerinin beklentilerinin ne düzeyde gerçekleştiğinin araştırıldığı bu çalışmada istatistiksel olarak anlamlı farklılığın bulunduğu tüm boyutlarda otel müşterilerinin beklenti puanlarının ortalamalarının otel müşterilerinin kendilerine sunulan mal ve hizmetlere yönelik algılama puan ortalamalarından daha yüksek olduğu, müşteri beklentilerinin karşılanmadığı görülmektedir. Konaklama işletmeleri açısından müşteri memnuniyeti büyük önem taşımaktadır. Konaklama işletmesinin sunduğu ürün ve hizmetlerden memnun olmayan müşteri, gelecekte aynı konaklama işletmesini tekrar tercih etmeyeceği gibi oluşan memnuniyetsizliği çevresi ile paylaşmaktadır (Hui vd., 2007; Khan vd., 2013). Bu çalışmada benzer çalışmaların aksine beklentisi karşılanamayan otel müşterilerinin yaklaşık %75'i gelecekte aynı otel işletmesinde tekrar konaklamak istediklerini belirtmişlerdir. Hizmet işletmelerinde müşteri memnuniyetinin önemli bir verimlilik ölçütü olarak kabul edilmesi, müşterilerin otel işletmesine yönelik beklentilerini karşılayacak faaliyetlere önem verilmesini ve işletmede çalışan herkesin müşteri beklentilerinin karşılanmasına yönelik faaliyetlerde bulunmalarını zorunlu kılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Dini nitelikli otel, Beklenti, Algı



September 21-23, 2017 Uşak

Healing Garden: Examination of 3 Main Hospitals Garden in Konya Province

Abstract

Sertaç GÜNGÖR¹⁸¹, Serdar GÜNGÖR¹⁸²

Abstract

The therapeutic effects of nature to improve patients recovery has been, for the first time, precisely written and published by Florence Nightingale in Notes on Nursing in 1860. She believes that visual connections to nature, such as natural scenes through window and bedside flowers, aid the recovery of patients (Jiang 2014).

Most research on the benefits of nature in hospital settings has focused on window views and simulations. In a “healing garden,” patients experience nature directly. A healing garden is a natural space where physical symptom relief, stress reduction, and/or improvement in one's sense of well-being can occur through passive or quasi-passive activities, such as observing, listening, strolling, sitting, or exploring in that space (Sandra et all. 2005)

The first recorded data of the incidence of ‘horticultural therapy’ was around 1600 after Christ. This happened when poor people who weren’t able to pay their hospital bills so they were made to work in the gardens to pay it off. Due to their working in garden it was noticed that the patients who were working in the garden as well as those who had a view of the gardens recovered quicker than other patients who had no contact with the gardens (Aslam et all. 2016)

Community gardens, “single pieces of land gardened collectively,” have demonstrated multifaceted public health benefits. Recent meta-analyses and empirical studies have shown that community gardens are capable of increasing fruit and vegetable intake, providing a venue for increased physical activity, lowering Body Mass Index and blood pressure in adults and children and treating chronic diseases. Community gardens have also improved neighborhood social capital by fostering intergenerational and cross-cultural interactions, enabling the sharing of food production knowledge, improving neighborhood aesthetics, decreasing crime, and increasing property values. Given these diverse benefits, gardens would appear to be infrastructural assets for hospitals and Academic Health Centers, which are evolving within a changing healthcare system (George et all. 2015).

Hospitals outer space features and designs have not only a positive effect on patients, but also have a key role in the process of healing patients in spiritual, physical and social ways (Karakaya and Kipper 2011).

According to Ulrich (1999), the positive effect of hospital gardens -which are designed professionally- on patients, companions, and personally can be asserted in the following way;

A) The patients who look at the scenery and walk around well-organized gardens feel less pain than the groups who take strong painkillers such as analgesic. In addition, when

¹⁸¹ Asist.Prof.Dr., Selçuk University, sertac@selcuk.edu.tr (corresponding author)

¹⁸² Asist.Prof.Dr, Uşak University, serdar.gungor@usak.edu.tr



patients who stay in rooms with a view of nature are compared to the patients who stay in rooms looking at four walls, it was seen that the former group was discharged from hospitals sooner, and the possible complications (headaches, and nausea) that may emerge after surgery were reduced.

B) Recovery gardens provide a significant economic contribution considering the decrease in the drug usage among patients, the increased efficiency of personnel, and the pleasure of patient and companion.

C) The recovery gardens turn the institutions, which involve intense competition, into a positive outdoor market situation by increasing both the communication between personnel and patient and also the business quality of people who are always exposed to intense pressure, such as directors, personnel, and nurses.

D) Furthermore, a lot of research that has been carried out on this subject has proved that gardens and nature support the increase in the satisfaction of both patients and their families. Those studies that are based on observations also show that hospital gardens increase the satisfaction of medical officers, and this may become an advantage in recruiting qualified personnel (Bulut and Göktuğ 2006).

The research material consisted of the 3 main hospitals (Selçuk University Medical Faculty Hospital, Mevlana University Medical Faculty Hospital and Beyhekim City Hospital) which is located in Konya province. A survey was conducted relating to the patients Hospital gardens through visiting 3 hospitals. Three hospitals pros and cons in terms of healing garden and also the level of consumer satisfaction concerning this garden were examined and revealed through the use of surveys. The conclusions and solutions were made accordingly. Furthermore, the gardens were visited, and photographs were taken of the places that were thought necessary for the study.

According to Güngör (2016) method of study;

The operation mode generally consisted of 4 stages. Those stages are as follows:

Literature research and data collection: In this stage, the data within the scope of the hospital gardens and the criteria of the landscape design of those gardens was collected.

Detection of research area's current situation (Findings): All Hospital garden was visited and the necessary photographs were taken. The survey questions were organized accordingly.

Survey study: The patients who were staying at the 3 main Hospitals, the patient relatives and medical personnel, completed a surveyed about the healing garden on different days of both weekdays and weekends. General evaluation – bringing forward a solution: Appropriate conclusions and solutions according to the criteria of the healing garden and survey study for the hospital garden are put forward.

Comparing the gardens based on design scores, quality of physical activity and survey data showed that the gardens are related to their landscape characteristics. In this study, gardens were similar regarding accessibility, urban furniture, plant material and availability

The factors that were most liked by participants about the hospitals garden were the entrance area, width of the garden and the closed pergola sitting areas on the edges. The factors that were least liked by participants were neglect, the majority of coniferous plants, simplicity. If they had the chance to design the hospitals garden, they would add a pharmacy, indoor sitting areas, a playground, a decorative pool and entrance for disabled people. One of



the most wanted things in the 3 hospital garden was a still water surface (for sound and cooling effect).

References

Aslam, A., Shaheen, I., Afzal, N., 2016. Effect of Hospital Landscaping on the Health and Recovery of Patients. *Advance in Agriculture and Biology*. 5 (4), 2016: 86-88 DOI: 10.15192/PSCP.AAB.2016.5.4.8688.

Bulut, Y., Göktuğ, T. H., 2006, Sağlık Bulma Yönünde Çevresel Bir Etken Olarak İyileştirme Bahçeleri, *GOÜ. Ziraat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 23 (2), 9-14.

George, D. R. , Rovniak, L. S., Kraschnewski, J. L, Hanson, R., Sciamanna, C, N. 2015. A growing opportunity: Community gardens affiliated with US hospitals and academic health centers. *Preventive Medicine Reports* 2 (2015) 35–39.

Güngör, S. 2016. Examination Of Landscape Design Criteria Of Hospital Gardens With The Example Of Selcuk University Medical Faculty Hospital. *Journal Of International Academic Research For Multidisciplinary*. ISSN: 2320-5083, Volume 4, Issue 11, December 2016.

Jiang,S. Therapeutic landscapes and healing gardens: A review of Chinese literature in relation to the studies in western countries, *Frontiers of Architectural Research*, Volume 3, Issue 2, 2014, Pages 141-153, ISSN 2095-2635, <http://dx.doi.org/10.1016/j.foar.2013.12.002>.

Karakaya, B., Kiper, T., 2011. “Hastane Dış Mekân Tasarımlarının Edirne İli Örneğinde İrdelenmesi” *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi/ Journal of Tekirdag Agricultural Faculty*, 8(2): 49-63.

Pasha, S., M. Shepley., M. 2013. Research note: Physical activity in pediatric healing gardens. *Landscape and Urban Planning* 118 (2013) 53– 58.

Sandra A. Sherman, James W. Varni, Roger S. Ulrich, Vanessa L. Malcarne, Post-occupancy evaluation of healing gardens in a pediatric cancer center, *Landscape and Urban Planning*, Volume 73, Issue 2, 2005, Pages 167-183, ISSN 0169-2046, <http://dx.doi.org/10.1016/j.landurbplan.2004.11.013>.



September 21-23, 2017 Uşak

Evaluation of Patients' Privacy by Patients

Extended Abstract

Sedat BOSTAN¹⁸³, Sevil ASLAN¹⁸⁴, Gülay GÜNEŞ¹⁸⁵, Gülbeyaz ÇİFTLİK¹⁸⁶

1. Introduction

Respecting the private life and the privacy of the patients, which are guaranteed by legal regulations, is ethical and sometimes it is necessary to create social consciousness as social responsibility. Physicians also regard patient privacy as part of their professional responsibility. The purpose of this study is to assess patients' attitudes and information about patient privacy. The Turkish Standards Association and the Medical Deontology Regulation Patients' Rights Directive have been examined in connection with the obligation to preserve the information of the physician's patient and the necessity of keeping the medical records. Problems related to the legal nature of the relationship between the patient and the physician or health worker related to patient confidentiality. Within the scope of the study, the attitudes and information of the society towards privacy were measured by the "Society's View of Patient Privacy" questionnaire.

2. Patient Privacy

Privacy implies an "inaccessible" area and means that someone is restricted from entering the body, feelings, thoughts, knowledge, or special relationships. Confidentiality begins when the individual hinders access to the material and spiritual assets of his or her own situation and to other people's information about him / her (Yüksel, 2003: 182-183). Article 21 of the Patients' Rights Directive broadly regulates "patient privacy" in a wide range. Today, with the help of new technological tools and facilities, especially information and technological developments, recording, listening, storing, changing, sharing and spreading to a very wide area has become much easier by reaching the information at a distance.

3. Material and Method

In this study, it is aimed to measure the knowledge and attitudes of people towards patient privacy. For this purpose, a survey was conducted on a total of 400 individuals living in Iğdır and Aksaray provinces. The questionnaire used in the research consists of six parts; the demographic characteristics of the participants, the definitions of confidentiality, information about privacy, confidentiality during medical intervention, attitudes towards hospitals, health workers and patients' privacy. A 5-point Likert-type scaling method (1-I definitely don't agree, 5-I fully agree) was used to evaluate the scale consisting of five components and 36 questions. The data obtained within the scope of the study have been tested through the IBM SPSS Statistics 21 program.

In the reliability and validity analyzes of the scale, the Cronboch Alpha coefficient was found to be 0.80. The total variance of society's view of patient privacy is 51,529%. The subscales of the scale determined as a result of factor analysis are: definition of privacy,

¹⁸³ Doç. Dr., Gumushane University\ Department of Health Care Management, sbostan29@gmail.com

¹⁸⁴ Öğr. Gör., Gumushane University\ Department of Health Care Management, sevilaslan716@gmail.com

¹⁸⁵ Graduate, Gumushane University\ Department of Health Care Management

¹⁸⁶ Graduate, Gumushane University\ Department of Health Care Management



information about privacy, individual experience in privacy and privacy in medical intervention.

3.1. Findings

Participants who were admitted to the hospital as patients or patient's relatives in the last year 50% of women (200 people), 50% of men (200 people) and 60% of them live in province center (240 people) and 54% of them are between 20-34 years old (216 people). When the educational status of the participants is examined, it is seen that 24% (96 persons) have primary and secondary education level. When the communication unit was grouped according to the application level, it was determined that only 17.5% (70 people) of the participants had applied for the complaint and 82.5% (330 people) did not.

The most common representations of individuals; "Privacy is to prevent my information from being learned by unauthorized people at the hospital", and "It is a violation of my privacy when the pharmaceutical representative are in the same environment as me during examination, diagnosis, examination and treatment" and the participation rates were determined as 4.02 and 3.29, respectively. On the other hand, it has been determined that the individuals have the lowest participation rates is "While the doctor is talking to another patient, entering the examination room to show my results is not considered an infringement of privacy" 2,32 and "Information about the patient should be given to those who wish to receive information about the patient" 2,64.

Findings related to the differences according to occupational groups were obtained by one way analysis of variance and there was a significant difference in the result of analysis as a factor of "definition of privacy" (0.001). The definition of confidentiality of individuals without any profession (unemployed) is insufficient in comparison with other professions. There is a statistically significant difference between education and "attitudes towards privacy", according to the analysis of the participants' differences according to the educational variable (0.030). It was observed that individuals with a postgraduate education level had a more correct attitude toward privacy than other groups. There is also a statistically significant difference between education and the definition of "privacy" (0.035). As the level of education increases, it can be said that the level of information of the people increases and therefore they define the privacy more accurately.

4. Results

Patient privacy is a model that facilitates and measures the determination of confidential information, attitudes, and privacy perceptions. More realistic thoughts and attitudes can be created in struggle with breaches of privacy by determining what individuals think of as privacy, how health workers, relatives and their attitudes, medical treatment and knowledge about where privacy begins and ends. As a result of this study, it can be said that the participants had a level of knowledge about the medical intervention, what happened during and after the treatment, what is the confidentiality and where it ended, and that the doctors took care of privacy. Compared to state hospitals and private hospitals, we can say that private hospitals are more careful about privacy than state hospitals. Özata and Özer (2016) have concluded that private hospitals are more sensitive to patient confidentiality than state hospitals and show the necessary care in their work. At the same time, it was determined that patients could define the privacy and the level of knowledge about privacy was high. When the sample group is examined from a professional point of view, it is seen that retired



September 21-23, 2017 Uşak

individuals are more knowledgeable about defining privacy. When the unemployed are evaluated according to the average of other occupational groups, it is seen that the definition of privacy is very inadequate. One of the most common problems with privacy violations is that when a patient is in the examination room, other patients or unrelated health care workers enter the room. Doctors, patients and their relatives need to be more sensitive in this regard. In order to prevent uncontrolled access to patient rooms, it may be a solution to prevent the door from opening out from the outside during examination. In addition, health workers need to be informed more about privacy. For the patient to have more right of privacy and to develop applicable policies, supporting individuals who have the necessary research and informational privacy problem for expressing this, privacy violation areas must be identified and these violations must be prevented. In this way, it may be possible to increase patient satisfaction by encouraging patients to receive health services in a more relaxed environment.

Reference

Yüksel, M. (2003), Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi

Key words:Health care, patient rights, patient privacy



September 21-23, 2017 Uşak

Sürdürülebilir Ekolojik Kaynaklar İçin Ekolojik Ayak İzi Kavramı

Extended Abstract

Ahmet Erkan METİN¹⁸⁷

1. Giriş

Dünyada doğal kaynaklara olan ihtiyaç her geçen gün artarak devam etmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki sanayileşme, hızlı nüfus artışı, kentleşme oranındaki yoğunluk doğal kaynakların tüketilmesini hızlandırmakta ve buna bağlı olarak çeşitli çevre sorunlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. İnsanın doğa üzerindeki baskılarının giderek artıyor olması ve bunun sonucunda ekolojik dengenin bozulmaya başlaması, önemli bir sorun olarak kendisini fazlasıyla hissettirmeye başlamıştır(Özer, 2001: 61). Bu çalışma, ekolojik kaynaklara olan ihtiyaçların karşılanabilmesinin sürdürülebilirliğinde "Ekolojik Ayak İzi" Kavramının irdelenmesine yöneliktir.

2. Ekolojik Sürdürülebilirlik

"Ekolojik Sürdürülebilirlik" gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama kapasitelerine zarar vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılamak olarak tanımlanır. Bununla birlikte, bazı kaynaklarda ekolojik sürdürülebilirlik, dünyadaki yenilenebilir kaynakların ve biyolojik sistemlerin üretkenliğinin muhafaza edilmesi olarak geçer. (Anonim 2012a).

2.1. Ekolojik Ayak İzi

Ekolojik Ayak İzi kavramı temelini "Gezegenin Taşıma Kapasitesi" kavramından almaktadır. Herhangi bir ekosistemin varlıklarını sağlıklı olarak ve hiç bir güçlükle karşılaşmadan sürdürebildiği canlı sayısının en üst sayısal sınırı ile ya da barındırdığı canlılara sağlayabildiği yaşama olanaklarının üst sınırı ile tanımlanabilen yaşatma gücü, gezegenin taşıma kapasitesi olarak tanımlanır. İnsanoğlu doğanın bir parçası olarak ihtiyaçlarını doğadan karşılamaktadır. Ancak bu ihtiyaçlar karşılanırken doğa üzerindeki etki, yaratılan baskı ve ekolojik taşıma kapasitesinin ne kadar aşıldığı fark edilememektedir. Ekolojik Ayak İzi, bunu ölçmek üzere geliştirilmiş bir yöntemdir (Anonim, 2012b)

Ekolojik Ayak İzi, 1990'lı yılların başında Mathis Wackernagel ve William Rees tarafından geliştirilmiş bir ekolojik muhasebe ölçütüdür. Bu ölçüt, mevcut teknoloji ve kaynak yönetimiyle, tüketilen kaynakların üretimi ve bu sırada yaratılan atığın bertarafı için gereken biyolojik olarak verimli toprak ve su alanını "küresel hektar" (kha) cinsinden ifade ediyor. Ekolojik Ayak İzi, altyapı ve atık karbondioksitin emilimini sağlayacak bitki örtüsü için gerekli alanları da içeriyor(Koru, 2012: 14). Sürdürülebilir yaşamla birlikte gündeme gelen bir kavram olan ekolojik ayak izi; yaşamımızı sürdürürken hayatımızın sonuna kadar kaynak tüketmekte ve atık üretmekteyiz. Tüketilen her bir madde ve üretilen her bir atık belli bir miktar verimli toprak ve su gerektirmektedir. Tükettiğimiz kaynakların üretimini sağlamak ve oluşturduğumuz atıkların absorbe edilmesi için gereken verimli toprak ve su alanı ekolojik

¹⁸⁷Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Banaz MYO Uşak, erkan.metin@usak.edu.tr



ayak izi olarak ifade edilmektedir(Keleş vd., 2008: 4). Kaypak (2013)' e göre doğanın bir parçası olarak insan, temel gereksinimlerini doğadan karşılamaktadır. Ancak, şu anda insanlar gereksinimlerini karşılarken doğayı ne denli etkilediklerini fark etmezler. Oysa, herkesin dünya üzerinde güçlü bir etkisi vardır ve üretim ve tüketimleri sonucunda oluşan bu etkilerin toplamı ekolojik ayak izlerini oluşturmaktadır(Tosunoğlu, 2014:138).

Marin (2004)' e göre ekolojik ayak izi, belirli bir yaşam kalitesi ve tüketim alışkanlıklarına sahip insanın veya ekolojik topluluğun gereksinim duyduğu kaynakların üretildiği ve ortaya çıkan atıkların da zararsız hâle dönüştürüldüğü, sınırları belli ekolojik yönden üretken bir alan (sulanabilir arazi, ormanlık, otlak, deniz) ve karbondioksitin emildiği alan şeklinde de tanımlanabilir(Keleş vd., 2008: 4).

Ekolojik ayak izi ile aslında "günde 1 lt su tüketen kişinin, yılda içeceği 365 ltsu ne kadar alandan temin edilmelidir, kullandığımız kıyafetlerimizdeki pamuk için ne kadar alana pamuk ekilmelidir, yemeklerimizde tükettiğimiz her bir sebze ve meyve için ne kadar tarım alanı ayrılmalıdır, tüketimimiz sonucu ortaya çıkardığımız çöplerinin bertaraf edilmesi için ne kadar alan kullanılmaktadır?" vb. sorulara cevap aranmaktadır. En basit şekliyle aşağıdaki formülle hesaplanır (Eren vd., 2016: 649).

Ekolojik ayak izi = Tüketim x Gereken üretim alanı

2.2 Ekolojik Ayak İzi Bileşenleri

Ekolojik ayak izi farklı bileşenlerden oluşmaktadır

1. Karbon tutma ayak izi: Okyanuslar tarafından tutulan CO2 emisyonunun yanı sıra, fosil yakıt tüketimi, arazi kullanımı değişiklikleri ve kimyasal süreçlerden kaynaklanan emisyonların tutulması için gereken orman alanının hesaplanmasıdır.

2. Tarım arazisi ayak izi: İnsan tüketimi için gerekli gıda ve lif, hayvan yemi, yağ bitkileri ve kauçuk üretimi için kullanılan alanın hesaplanmasıdır.

3. Orman Ayak İzi: Tüketilen tomruk/kereste, kâğıt hamuru, odun ürünleri ve yamacak odun miktarını karşılamak için gereken orman alanının hesaplanmasıdır

4. Otlak ayak izi: Et, süt, deri ve yün ürünleri için hayvancılık yapılan alanın hesaplanmasıdır.

5. Yapılaşmış alan ayak izi:Konut, ulaşım, endüstriyel yapılar ve enerji santralleri dahil insan ihtiyaçlarının karşılanmasıyla ilgili altyapı ve üstyapı ile kaplı alanın hesaplanmasıdır.

6. Balıkçılık sahası ayak izi: Tüketilen balık ve deniz ürünlerini temin etmek için gereken deniz ve tatlı su alanının hesaplanmasıdır (Anonim, 2012b)

3. Sonuç

Ekolojik ayak izi belirli bir nüfusun doğaya yükünün hesaplanması olduğu gibi bir kişinin de doğaya olan yükünü hesaplayabilmektedir. Bu yük bir kişinin beslenmesini, barınmasını, ısınmasını sağlayan ve oluşan atıkları etkisiz hale getirmek için gerekli deniz ve kara alanlarının miktarıdır. Doğal kaynakların ve çevrenin sürdürülebilir olması bakımından, insanların üretim ve tüketiminde kullandıkları doğal kaynak miktarının, ve atıklarının doğaya verdiği zararının ölçülerek kontrol alınması için bu hesaplama önemlidir



Aslında, Ekolojik Ayak İzi ölçümlerinin sürdürülebilir kalkınma açısından en önemli katkısı ekosisteme yapılan baskının boyutlarını gözler önüne sermesi ve ekolojik farkındalık yaratarak ekolojik bilincin geliştirilmesi açısından önemli role sahip olmasıdır. Ekolojik Ayak İzi konusunda yapılan araştırmalar, dünyanın kaynaklarını hızla tüketen ve taşıma kapasitesini zorlayan liberal ekonomi politikalarının yok edici ve yoksullaştırıcı etkilerinin farkına varılmasını sağlamaktadır. Bu açıdan, Ekolojik Ayak İzi ölçümü dünyanın taşıma kapasitesine dikkati çekme çabalarına yeni bir katkı anlamını taşımaktadır(Akıllı vd, 2008:4).

Küresel ölçekte 2007 yılında, tüketimin Ekolojik Ayak İzi, toplam 18 milyar küresel hektar (kha), kişi başına ise 2,7 kha düzeyindeydi. Aynı yılda, toplam biyolojik kapasite ise 11,9 milyar kha ve kişi başına 1,8 kha olarak hesaplanmıştır. Bu da 0,9 kha'lık ekolojik açığa işaret eder. Türkiye' de 2007 yılında 2,7 kha olan tüketimin Ekolojik Ayak İzi dünya ortalamasına eşit, Akdeniz ülkelerinin ortalamasından daha düşüktür. Türkiye' de tüketimin Ekolojik Ayak İzi, kişi başına küresel biyolojik kapasitenin %50 üzerindedir. Bir başka ifadeyle; dünyadaki herkes ortalama bir Türkiye vatandaşı kadar tüketseydi, 1,5 gezegene ihtiyacımız olacaktı. (Anonim, 2012b).

Ağaçları olgunlaşmadan keserek, denizlerin üretebildiğinden daha fazla balık tükettiğimiz ve atmosfere, ormanlarla okyanusların tutabileceğinden daha fazla karbon salarak "limit aşımı"yla varlığımızı sürdürmemiz mümkün. Bu durumun doğal kaynak stoklarının azalması, atmosferdeki karbon yoğunluğunun artması ve dönüştürülemeyen atıkların birikmesi gibi sonuçları var(Anonim, 2014b)

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik., Ekoloji, Ekolojik Ayak İzi.

Kaynaklar

- Akıllı, H., Kemahlı, F., Okudan, K., Polat, F., (2008). "Ekolojik Ayak İzinin Kavramsal İçeriği Ve Akdeniz Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Bireysel Ekolojik Ayak İzi Hesaplaması." Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Sayı 15..ss. 4-25
- Anonim, (2012a). Türkiye' nin Ekolojik Ayak izi Raporu http://www.footprintnetwork.org/content/images/article_uploads/Turkey_Ecological_Footprint_Report_Turkish.pdf
- Anonim, (2012b). <http://www.wwf.org.tr/?1412> (Dünya Doğayı Koruma Vakfı (World Wide Fund for Nature) Türkiye'nin Ayak İzi Raporu)
- Anonim, 2014b. http://www.wwf.org.tr/basin_bultenleri/raporlar/yaayan_gezegen_raporu/yasa_yangezegenraporu2014/ekolojikayakizi/
- Eren, B., Aygün, A., Chabanov, D., Akman, N., (2016). Mühendislik Öğrencileri Ekolojik Ayak İzinin Belirlenmesi. ISEM 2016 3rd International Symposium on Environment and Morality, 4-6 November, 2016. pdf ss. 648-657.
- Keleş, Ö., Uzun, N., Özsoy, S., (2008). "Öğretmen Adaylarının Ekolojik Ayak İzlerinin Hesaplanması ve Değerlendirilmesi". Ege Eğitim Dergisi Sayı 9. ss. 1-14
- Koru, A.T., (2012). "Tüketimin Ayak İzleri: Dünyaya Bakış." İktisat ve Toplum Dergisi Sayı 24. ss. 13-19.
- Özer, M.A., (2001). Derin Ekoloji, Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt 10, Sayı 4. ss 61



September 21-23, 2017 Uşak

Tosunoğlu, BT., (2014). "Sürdürülebilir Küresel Refah Göstergesi olarak Ekolojik Ayak İzi"
Hak-İş Uluslar arası Emek ve Toplum Dergisi Cilt 3, Sayı 5. ss. 133-149.



September 21-23, 2017 Uşak

Sürdürülebilir Gelecek İçin Derin Ekoloji Yaklaşımı Üzerine Bir Araştırma

Extended Abstract

Ahmet Erkan METİN¹⁸⁸ Abdurrahman KARAMAN¹⁸⁹

1. Giriş

Günümüzde hızla artan sanayileşme, kentleşmedeki yoğunluk ve hızlı nüfus artışı beraberinde çevre sorunlarını çağdaş toplumların ön sırada yer alan sorunlarından biri haline getirmiştir. İnsanın doğa üzerindeki baskılarının giderek artıyor olması ve bunun sonucunda ekolojik dengenin bozulmaya başlaması, önemli bir sorun olarak kendisini fazlasıyla hissettirmeye başlamıştır(Özer, 2001: 61). Doğadaki dengenin bozulması olarak tanımlanan çevre sorunları, günümüz dünyasının en önemli sorunlarından biridir(Yaylı vd.,2011:369). İnsanın doğa üzerindeki baskılarının giderek artıyor olması ekolojik dengenin bozulmasını kaçınılmaz hale getirmiştir.

Özellikle sanayi devrimi ile birlikte, insanın doğaya hakim olmaya başlaması çevre sorunlarını gündeme getirmiştir. Başta sanayileşmiş ülkelerde görülen çevre sorunları zamanla tüm dünyaya yayılmış, hatta günümüzde tüm evreni tehdit eder bir hale bürünmüştür. Bu durum çevrenin ulusal düzeyde olduğu kadar, uluslararası düzeyde de yeni yaklaşımlarla ele alınması gereğini ortaya çıkarmıştır(Demirbaş vd.,2009:196).

İnsanın doğayla iç içe, doğayla bütüncül bir yaşam sürdürdüğü dünyada doğaya zarar vermesinin aslında kendisine zarar vermesi olduğunu farketmesi uzun sürmemiştir. Doğanın sunduğu imkanlardan yararlanırken bir taraftan da bu imkanların sürdürülebilir olmasında insanlara düşen görevlerin azımsanmayacak derecede olduğu görülmüştür. Bu bakış açısından hareketle çevre problemlerinin çözümü için çeşitli alternatif yaklaşımlar ortaya atılmıştır. Bu alternatif yaklaşımlardan biri ‘Derin Ekoloji’ hareketi olarak ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmada sürdürülebilir çevre için önemli bir kavram olan "Derin Ekoloji" kavramının kuramsal temelleri ve ilkeleri belirtilmeye çalışılmıştır.

2. Derin Ekoloji

Derin Ekoloji, insandan başka her şeyin insanın kullanımında olduğu görüşünü reddederek, insan merkezci bir anlayışın aksine insanı da doğanın parçası kabul eden daha bütüncül bir algı ile doğa merkezci anlayışı savunur (Ayaz, 2014:278). Derin ekoloji hareketi çağdaş bir hareket olmasına rağmen, düşünsel kökleri 18 ve 19. yüzyıl Avrupa Romantizmi ve Amerikan Aşkincılığına dayanır. Avrupada bu dönemde, toplumsal yapıda meydana gelen maddi değişimlere tepki olarak doğmuştur. Maddi dönüşüm sırasında kentlerde nüfus yoğunlaşması, romantikler tarafında kırsal kesimin ürünlerinin fütursuzca tüketilmesi olarak değerlendirildi. Amerikan Aşkincılığı yeryüzünde Cennet Bahçesi restorasyonu adına vahşi doğanın tahrip edilmesine karşı çıkıyordu(Anonim, 2009a). Bu yaklaşımla çevre problemlerinin çözümü için önerilen alternatif yaklaşımlarda biri Derin Ekoloji hareketidir.

"Derin Ekoloj" kendisini “doğa merkezli” bir düşünüş olarak “insan merkezli” çevreciliğin tam tersi olarak tanımlar (Tamkoç, 1994 ss: 87). Norveçli felsefeci Arne Neass’ın ileri sürdüğü derin ekoloji kavramı 8 temel ilke üzerine kurulmuştur:

¹⁸⁸ Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Banaz MYO Uşak, erkan.metin@usak.edu.tr

¹⁸⁹ Yrd.Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, Banaz MYO Uşak, abdurrahman.karaman@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

1. Yeryüzündeki her şey değerlidir ve insan merkezci düşünceden uzaklaşmaya davet etmek.
2. Ekosistemin tümüyle değerli olduğunu kabul edip, türlerin devamını sürdürmek.
3. İnsanların yaşamaları için gerekli ihtiyaçlarını, çevreyi yok etmeden, sade bir biçimde doğadan alması gerekeni almaya davet etmek.
4. Ekosistemdeki tüm yaşamın dengeli olması.
5. İnsanların çevrelerine olan etkilerinin aşırı olduğu ilkesine karşı çıkabilecek çok az kişi olmasına rağmen, pek çok kişinin bu müdahaleyi vicdanları rahatsız olmadan yaptıkları inancı.
6. Yapılacak değişimler, ekonomik ve ideolojik kurumları mutlaka etkileyecektir.
7. Yaşamın niteliği her şeyden önemlidir.
8. İnsanların derin ekoloji ilkelerini kabul etmeleriyle çok büyük değişikliklerin yaşanacak olması. Buna gerekçe olarak; mekanistik dünya görüşü ile gelişen endüstri toplumunun gereklerine göre yaşam felsefesinin maddeci, faydacı ve insanı birbirinin kurdu olarak gören rekabet içinde görmesidir (Gökdayı, 1996: 12).

Naess, konuyu daha sağlam temellere oturtmak adına derin ve sığ ekoloji ayrımı yapmıştır. Naess sığ ekolojiyi, gelişmiş ülkelerde insanların sağlığı ve refahı için geliştirilen korumacı- çevreci hareket olarak görmekte, sığ ekoloji kavramı altında kirliliğe ve kaynakların tükenmesine karşı mücadele verildiğini düşünmektedir. Derin ve Sığ Ekoloji arasındaki fark Tablo 1' de verilmiştir (Tamkoç, 1994: 87).

Tablo 1. Derin Ekoloji ve Sığ Ekoloji Formülasyonları

SIĞ EKOLOJİ FORMÜLASYONU	DERİN EKOLOJİ FORMÜLASYONU
1. Doğadaki çeşitlilik bizim için değerli bir kaynaktır.	1. Doğadaki çeşitlilik kendi kendisi için değerli bir kaynaktır.
2. İnsan için olmayan değerlerden söz etmek saçmadır.	2. Değeri insan değeri olarak görmek, ırkçı bir önyargı ifadesidir.
3. Bitki türleri insanların yararına tarım ve tıpta kullanıldığı için değerlidir.	3. Bitki türleri korunmalıdır, çünkü onların değerleri özlerindedir.
4. Kirlenme, eğer ekonomik büyümeyi etkiliyorsa durdurulmalıdır.	4. Kirlenmeyi durdurmak, ekonomik gelişmeden daha önce gelmelidir.
5. Gelişen toplumlardaki nüfus artışı, ekolojik dengeyi tehlikeye düşürmektedir.	5. Dünya nüfusundaki artış, ekosistemi tehdit etmektedir, ama endüstriyel ve gelişmiş devletlerin nüfusu ve davranışları daha tehlikelidir.
6. “ Kaynak “ demek, insan için yararlı kaynak demektir.	6. “ Kaynak “ tüm yaşam için kaynaktır.
7. İnsanlar, yaşam standartlarında geniş çaplı bir gerilemeye razı olamazlar.	7. İnsanlar, aşırı gelişmiş milletlerin yaşam standartlarının düşmesine değil, genel yaşam niteliğinin düşmesine razı olmamalıdır.
8. Doğa zalimdir ve böyle olması da gereklidir.	8. İnsan zalimdir ama böyle olması gerekmez.

Kaynak: (Tamkoç, 1994)

Tamkoç (1994)' a göre derin ekolojik düşüncenin artık günümüzde ‘‘kendimizin dışındakileri düşünmeyi ve ona göre davranmayı’’ gerektiren kurallar bütünü olduğu belirtilmektedir.



September 21-23, 2017 Uşak

Sonuç

Yapılan çalışmada Derin Ekolojinin temelinde, çevresel sorunların temel kaynağı olarak görülen insan faktörünün doğayla ilişkisinde insanmerkezci yaklaşımına karşın doğamerkezci yaklaşımı daha fazla öngördüğü görülmüştür.

Derin Ekoloji kavramında insan - doğa arasındaki karşılıklı ilişki üzerinde durulmuştur. İnsanın doğaya üstünlüğünü reddeden bu kavram bireylerin doğaya saygı duymalarını istemiştir. Derin Ekoloji kavramı insanın doğanın bir parçası olduğunu, doğa ile birlikte var olduğunu, insanın doğa ile birlikte uyum içerisinde yaşaması gerektiğini öğretmeyi amaçlamıştır. İnsanın yaşanabilir bir çevre için ağırlıklı olarak doğamerkezli bir yaklaşımla, doğaya saygı göstererek eylemlerini gerçekleştirmesi gerektiğini belirtmiştir. İnsanların doğadaki kaynakların sadece kendileri için olmadığını, doğanın kendisi için de kaynakların gerekli olduğunun farkında olmalarını vurgulamıştır. Çevre sorunlarının kaynağı insan olmakla birlikte çözümün de kaynağının da insan olduğu belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Gelecek, Derin Ekoloji, Doğa Merkezilik

Kaynaklar

- Anonim, (2009a). <https://ecotopianetwork.wordpress.com/2009/12/21/derin-ekoloji-hareketi-ve-cevre-etigi/> (06.08.2017).
- Ayaz, H. (2014). Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi Sayı: 3/1 2014 s. 278-292, TÜRKİYE
- Demirbaş, M., Pektaş, HM., (2009). İlköğretim Öğrencilerinin Çevre Sorunu İle İlişkili Temel Kavramları Gerçekleştirme Düzeyleri. Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitim Dergisi, Cilt 3, Sayı 2. ss. 196. Kırıkkale.
- Gökdayı, İ. (1996) Çevrenin Geleceği Yaklaşımlar ve Politikalar, Ankara: Türkiye Çevre Vakfı Yayını, ss. 12-13
- Özer, M.A., (2001). Derin Ekoloji, Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt 10, Sayı 4. ss 61-79.
- Tamkoç, G. (1994). "Derin Ekolojinin Genel Çizgileri". Birikim Dergisi Sayı 57-58 ss. 87.
- Yaylı, H., Çelik, V., (2011). Çevre Sorunlarının Çözümü İçin Radikal Bir Öneri: Derin Ekoloji. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı 26. ss. 369 Konya



September 21-23, 2017 Uşak

Entegre Raporlama ve Türkiye’deki Gelişmeler:

Entegre Rapor Hazırlayan İşletmeler ve BIST Kurumsal Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan İşletmeler Açısından Bir İnceleme

Extended Abstract

Burcu İŞGÜDEN KILIÇ¹⁹⁰

1. Giriş

Günümüzde yatırımcılar karar süreçlerinde finansal bilgiler kadar finansal olmayan bilgileri de kullanarak işletmelerin karşı kaşıya oldukları çevresel, sosyal ve yönetim kaynaklı riskleri irdeler hale gelmiştir. Finansal ve finansal olmayan bilgiyi üretme sürecinin entegre bir şekilde yönetilmesi entegre raporlama sistemini ortaya çıkarmıştır. Entegre raporlama, bir işletmenin kısa, orta ve uzun vadede değer yaratma becerisini, yönetim stratejisini, yönetim yaklaşımını ve performansını yansıtmaktadır. İşletmeler; finansal raporlar, faaliyet raporları, sürdürülebilirlik raporları gibi araçlarla faaliyetlerine dair çeşitli veri ve bilgiyi paydaşlarına aktarırken, entegre raporlama bütün bu gerekli veri ve bilgiyi bütüncül şekilde tek bir raporda sunma imkanı sağlamıştır. Sayfalar dolusu faaliyet raporları, sürdürülebilirlik raporları nedeniyle paydaşların bilgiye doğrudan ulaşmaları ve okuyup anlamaya çalışmaları bilgiye odaklanmalarının zorlaştırmıştır. Entegre raporlar hem finansal hem de finansal olmayan bilgiyi bilgi kullanıcılarına özü itibarıyla sunmaktadır.

Çalışmanın amacı, entegre raporlamanın ülkemizdeki gelişim sürecini göz önünde bulundurarak, entegre rapor hazırlayan işletmelerin entegre raporlama performansını ve entegre raporlamaya henüz geçmemiş işletmelerin yıllık faaliyet raporlarının entegre rapor bileşenlerini ne ölçüde kapsadığını içerik analizi ile değerlendirmektir.

Çalışmanın doğrultusunda 2016 yılında entegre rapor yayınlayan işletmelerin raporları ile BIST sürdürülebilirlik endeksinde kayıtlı işletmelerin 01.12.2016-31.12.2016 dönemine ait yıllık faaliyet raporları ve entegre rapor yayınlayan işletmelerin raporları Uluslararası Entegre Raporlama Çerçevesi açısından incelenmiştir. 2016 yılında beş işletme tarafından kendi web adreslerinde 2016 yılı entegre raporu yayınlanmıştır. Bu işletmelerden biri mali kuruluşlar/bankalar ve özel finans kurumları sektöründe, üç tanesi imalat sanayi sektöründe faaliyet göstermektedir. Bir diğeri de Sivil toplum kuruluşudur.

2. Entegre raporlama hakkında temel bilgiler

Uluslararası alanda faaliyet gösteren ve kurumsal raporlamada entegre yaklaşımı geliştirme çabalarını üstlenen Uluslararası Entegre Raporlama Konseyi (International Integrated Reporting Council-IIRC)’nin tanımına göre entegre raporlama, entegre bir yapı ile şekillenmiş ve bir işletmenin belli bir zaman sürecinde yaratacağı değer ve bu değerlerin yaratılma sürecindeki unsurlar hakkında raporlama yapan bir sistemdir. Entegre rapor, işletmenin yönetim stratejisi, kurumsal yönetim süreçleri, performansı ve paydaşların beklentileri açısından kısa, orta ve uzun vadede yarattığı değeri ortaya koyan öz ve anlaşılır bir rapordur (IIRC, 2013: 33). Entegre rapor işletmenin hem finansal ve hem de finansal olmayan bilgilerini kapsayan, çevresel-sosyal-yönetim performansı hakkında bilgiler içeren açıklayıcı bir kaynaktır (Eccles & Saltzman, 2011:57).

¹⁹⁰ Yrd. Doç. Dr., Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, bkilic@bandirma.edu.tr



Entegre raporlama, işletmenin iş modeli, işletmenin kullandığı sermayeler ve zamanindeki değer oluşumu olmak üzere 3 temel ana bileşene sahiptir (Gökten, 2016: 745). IIRC tarafından yayınlanan Uluslararası çerçevede kurumsal genel görünüm ve dış çevre, iş modeli, riskler ve fırsatlar, strateji ve kaynak aktarımı, performans, genel görünüş, hazırlık ve sunum temeli olmak üzere sekiz adet içerik ögesi görülmektedir (Köse & Çetinel, 2017: 169; IIRC, 2013: 25):

3. Entegre Raporlamanın Dünyada Gelişimi

aEntegre raporlama ile ilgili gelişmelerin ön plana çıkmasında da Küresel Raporlama Girişimi (Global Reporting Initiative, GRI) ile birlikte Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (International Federation of Accountants, IFAC) ve bu kurumların öncülüğünde oluşturulan Uluslararası Entegre Raporlama Kurulu (IIRC)'nin önemli bir rolü vardır (Karğın, vd., 2013: 33)

IIRC'nin kurulmasıyla birlikte özel sektör, sivil toplum, yatırımcılar ve uluslararası kuruluşlardan oluşan geniş bir katılımcı ile Uluslararası Entegre Raporlama Çerçevesi hazırlanmıştır ve böylelikle 2010 yılı itibariyle ilk entegre rapor deneyimleri gözlemlenmeye başlamıştır. Güney Afrika Cumhuriyeti entegre raporu payları borsada işlem göre şirketleri için zorunlu kılan ilk ülke olmuştur. IIRC'nin 2011 yılında bir tartışma dokümanı hazırlaması üzerine çok sayıda ülkenin özel sektör, kamu, sivil toplum temsilcilerinin ve akademisyenlerin katılımıyla 2013 yılında Uluslararası Entegre Raporlama Çerçevesi son haline getirilmiştir. Böylece entegre raporlamaya başlayan kurumlar raporlamalarında bu çerçeveyi esas almaktadır (Büdeyri & Kısa, 2016: 183; Aras & Sarıoğlu, 2015: 16).

4. Entegre Raporlamanın Türkiye'deki Gelişimi

Türkiye'de entegre raporlama hakkında ilk çalışma, 2011 yılında Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD) ve İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği (SKD Türkiye) tarafından kurulan bir çalışma grubuyla başlatıldı. TKYD, bu süreçte IIRC'nin Türkiye'deki iletişim noktası olarak görev aldı. 2013 yılında Türkiye'den Garanti Bankası ve Çimsa, entegre rapor hazırlamak amacıyla IIRC pilot programına katılan ilk şirketler oldular. 2015 yılında TÜSİAD tarafından Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Koordinasyon Kurulu-YOİKK, 2014-2015 eylem planı kapsamında 'Kurumsal Raporlamada Yeni Dönem: Entegre Raporlama' rehberi yayımlandı. Ülkemizde Güney Afrika ve Brezilya örneklerindeki gibi bir entegre raporlama ağının kurulması, entegre raporlama yaklaşımı hakkında farkındalık oluşturulması ve şirketlerin bu alandaki uygulamalarına destek olmak amacıyla IIRC'nin de katkılarıyla Entegre Raporlama Türkiye Ağı (ERTA)'nın kuruluşu Şubat 2017 itibariyle Borsa İstanbul'da çalınan gong töreni ile duyuruldu ¹⁹¹.

5. Entegre Raporları ve Yıllık Faaliyet Raporlarını Temel Alan Bir İçerik Analizi

Bu kısımda çalışmanın amacından, kullanılan yöntemden, ana kütle ve veri toplama şekliinden bahsedilerek yapılan analiz sonuçları değerlendirilecektir.

5.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, entegre raporlamanın ülkemizdeki gelişim sürecini göz önünde bulundurarak, entegre rapor hazırlayan işletmelerin entegre raporlama performansını ve entegre raporlamaya henüz geçmemiş işletmelerin yıllık faaliyet raporlarının entegre rapor bileşenlerini ne ölçüde kapsadığını içerik analizi ile değerlendirmektir.

¹⁹¹<http://www.borsaistanbul.com/duyurular/2017/02/16/borsa-istanbul-da-gong-entegre-raporlama-turkiye-agi-icin-caldi> (31.07.2017).



5.2. Araştırmanın Kapsamı

Çalışmada BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Kasım 2016- Ekim 2017 dönemi için dahil olan firmaların 2016 yılı faaliyet raporları ve BIST Tüm endeksinde yer alıp entegre rapor yayınlamış olan işletmelerin 2016 yılı entegre raporları Uluslararası Entegre Raporlama Çerçevesi entegre rapor içerik öğeleri ve açıklama ölçütleri açısından incelenmiştir.

Yayınlanan entegre raporlar sadece 2016 yılına ait olduklarından çalışmamızda faaliyet raporlarının incelenmesinde yıllara yaygın bir karşılaştırma yapılmamış, entegre raporlarla paralellik taşıması açısından 2016 yılı faaliyet raporları incelenmiştir.

2016 yılında entegre rapor yayınlayan 5 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden 1 tanesi Kar amacı gütmeyen kuruluştur ve herhangi bir BIST endeksinde yer almamaktadır. Entegre rapor hazırlayan işletmelerden sadece 1 tanesi BIST Sürdürülebilirlik endeksinde yer almaktadır, diğer 3 işletme ise BIST Tüm endeksinde bulunmaktadır. BIST Sürdürülebilirlik endeksinde ise 42 şirket yer almaktadır.

5.3. Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmada kullanılan içerik analizi, belgelerin, mülakat belgelerinin veya kayıtlarının karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir yöntemdir (Altunışık vd, 2004: 234). Literatürdeki çeşitli tanımlamalar incelendiğinde içerik analizinin sosyal sorumluluk raporlarının, çevresel raporların, sürdürülebilirlik raporlarının ve faaliyet raporlarının içeriğinin nesnel ve sistematik olarak analizine uygun olan bir teknik olduğu belirtilmektedir (Kavut, 2010).

Çalışmada IIRC tarafından yayınlanan Uluslararası Entegre Raporlama Çerçevesi kullanılarak içerik analizi yönteminin kullanılması gereği kategoriler (içerik öğeleri) ve bu kategorilerin kapsamına girecek bilgi türleri (açıklama ölçütlerinin) oluşturulmuştur. Faaliyet raporlarında ve entegre raporlarda içerik öğelerinin ve açıklama ölçütlerinin verilmiş şekli değerlendirilirken SPSS programına; (1) Bilgi yok, (2) Genel açıklama, (3) Niteliksel detaylı bilgi, (4) Niceliksel detaylı bilgi ve (5) Hem niteliksel hem de niceliksel detaylı bilgi olarak kodlanmıştır.

5.4. Araştırmanın Bulguları

Çalışmada incelenen faaliyet raporlarına ilişkin bulgular şu şekilde sıralanabilir:

- Faaliyet raporları, kurumsal görünüm ve dış çevre içerik öğesini ve açıklama ölçütlerini detaylandırarak bilgiyi tamamıyla olmasa da çoğunlukla kapsamaktadır. Misyonu, vizyonu, kurum kültürü, etik değerleri, rekabet yapısı, pazar konumu çoğunlukla ayrıntılı bir şekilde raporlanmıştır, fakat değer zinciri gibi işletmede katma değer oluşturan olayları (pazarlama, üretim, teslimat, hazırlık, vs) anlatmaya yönelik bir çaba görülmemiştir. Bununla birlikte dış çevre unsurları açısından da rekabet, pazardaki konum, toplumsal konular, teknolojik değişim ve siyasi ortam hakkında verilen bilgilerin çok genel olduğu görülmüştür.

- Faaliyet raporları kurumsal yönetim içerik öğesini ve açıklama ölçütlerini tamamıyla kapsamakta, bu ölçütlere ilişkin detaylı bilgi raporlarda yer almaktadır. Kurumsal yönetim sürecinin eksiksiz uygulanma gayretinin paydaşlara duyurulmak istenmesiyle bu içerik öğesi hakkında faaliyet raporlarında ayrıntılı niteliksel bilgiler yer almıştır. Böylelikle entegre raporlarda yer alması gereken konular olarak özellikle işletmenin liderlik yapısı, yasal



gerekliliklerin kurumsal yönetim sürecini nasıl etkilediği, kurumsal risk yönetimi yaklaşımının ortaya konulması adına gerçekleştirilen faaliyetler detaylı olarak anlatılmıştır. Kurumsal yönetim içerik ögesinin açıklama ölçütü olan ücret unsuruna ilişkin faaliyet raporlarında çoğunlukla genel açıklamalar bulunmaktadır.

- Faaliyet raporlarında iş modeli öğelerini vurgulayacak ve şema ile gösterecek şekilde açıklamalar bulunmamaktadır. Fakat çok genel ifadelerle de olsa işletme faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere kullanılacak girdiler, temel faaliyet süreci, bu sürecin sonunda oluşan çıktılar ve işletme içi ve dışı tarafları etkileyen sonuçlar raporlanmıştır.

- Risk ve fırsatlar faaliyet raporlarında risk yönetimi başlıkları altında ele alınmaktadır. İşletmenin risk yönetimi anlayışı, özellikle hata-hile risklerini tespit etmek ve azaltmak adına işletme içinde gerçekleştirilen iç denetim çalışmaları, risk önceliklendirme çalışmaları, risk yönetimi sorumluları risk ve fırsat içerik ögesinin kapsamına girecek bilgilerden bazıları olarak faaliyet raporlarında yer almaktadır.

- Faaliyet raporlarında strateji ve kaynak planlama içeriğine dönük genel açıklamalar olmakla birlikte içeriğin açıklama ölçütlerini ifade etmek için yeterli değildir. Kaynak aktarım planları ve amaçları gerçekleştirmeye yönelik stratejiler ise çoğunlukla faaliyet raporlarında açıklanmamıştır.

- Performans entegre raporlamanın en önemli içerik öğelerinden birisidir. Fakat bu içerik ögesinin kapsayacağı açıklamalara dair bir görüş birliği yoktur. Faaliyet raporlarında sadece finansal performans üzerinde durulmakla birlikte aslında entegre raporlarda da henüz bu içerik ögesinin başarılı bir şekilde açıklandığı görülmemektedir.

- Genel görünüş içerik ögesinin faaliyet raporlarındaki kapsamı yeterli değildir. Özellikle olası belirsizlik ve zorluk karşısından işletme içinde örgütlenme hakkında faaliyet raporlarında bilgi bulunmamaktadır.

- Hazırlık ve sunum temeli de yine faaliyet raporlarında hiç bahsedilemeyen bir içerik ögesidir. Faaliyet raporlarında bu ögenin temelinde yer alan kurumsal yönetim sorumlularının ve üst düzey personelin maddi konuları belirleme ve bunları öncelik sırasına koyma noktasında bir çalışma faaliyet raporlarında yer almamaktadır. Entegre raporlarda bu içerik ögesine ilişkin açıklamalar risklerin, fırsatların ve sonuçların değerlendirilmesi açısından önem arz etmektedir.

Çalışmada incelenen entegre raporlara ilişkin değerlendirmeler şu şekilde sıralanabilir:

- 2016 yılında yayınlanan entegre raporlar, IIRC çerçevesi ile uyumlu hazırlanmakla birlikte bu raporların içeriğinde GRI G4 sürdürülebilirlik raporlaması kılavuzuna da paralellik sağlanarak sürdürülebilirlik raporlamasını kapsar şekilde hazırlanmıştır. Ayrıca bazı entegre raporların finansal durum açıklamalarını, bağımsız denetim raporlarını ve özet bir şekilde de olsa sürdürülebilirlik raporlarını kapsadığı görülmüştür. Bu durumda açık, anlaşılır ve öz bilgiyi paydaşlara aktarması istenen entegre raporlar yüzlerce sayfadan oluşan faaliyet raporu benzerine dönüşmüştür.

- Hazırlanan entegre raporlardan anlaşılmaktadır ki değer yaratma ve performans kavramı açısından ortak bir anlayış henüz oluşturulamamıştır. Değer yaratma bazı işletmelerce iş modeli, sermaye öğeleri, müşteri memnuniyeti, çalışanların işletmeye bağlılığı, Ar-Ge çalışmaları ile açıklanmaya çalışılırken, bazı işletmelerce çevresel ve sosyal kazanımlar ile açıklanmıştır. Aynı şekilde performans kavramı üzerinde de ortak bir anlayış yoktur. Performans ögesini açıklamak üzere bazı işletmelerce finansal performans bilgileri



kullanılmış, bazı işletmelerde ise alternatif kaynak kullanımı, emisyon azaltımı, atık ve su yönetimi, biyo-çeşitlilik gibi çevresel göstergeler veya eğitim, istihdam ve kültür alanındaki kazanımlar gibi sosyal göstergelerden bahsedilmiştir.

• İncelenen entegre raporlarla ilgili bir diğer dikkat çekici husus birbirlerine benzerlikler taşımalarıdır. Özellikle aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerin entegre rapor içerik öğelerinin dizilişi, rapor kapsamında ele alınan başlıklar, yönetim anlayışı, stratejik amaçlar, performans, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik uygulamaları oldukça benzerlik göstermektedir.

6.Sonuç

Entegre rapor hazırlamaktaki en temel ilke; sürdürülebilirlik performans göstergelerinin şirketin en üst kademesinde izlenip yönetilmesi, risk ve fırsatlara yönelik stratejilerin belirlenip hayata geçirilmiş olması gerekliliğidir. Ülkemizde bu konuda çalışmalara başlamış şirketler olmakla birlikte önümüzdeki birkaç yıl içinde entegre rapor sunacak daha çok işletme olacağı söylenebilir. Ülkemizde 2016 yılı için hazırlanan entegre raporlar içerik öğelerine ilişkin eksiklikler barındırmakla birlikte entegre raporlamanın geleceği açısından umut vericidir.

Çalışmada incelenen faaliyet raporları iş modeli çerçevesinde kuruluşun sermaye öğelerini objektif kriterlere göre paydaşlara iletebilecek ve gelecekteki değer oluşumunu hem finansal hem de finansal olmayan bilgi aracılığıyla sunabilecek yeterlilikte görünmemektedir. Fakat yıllık faaliyet raporları sürdürülebilirlik göstergeleri açısından bilgi içerdiği için yıllık faaliyet raporu hazırlayan işletmelerin sürdürülebilirlik vizyonu sayesinde finansal raporlamaya ilişkin sahip oldukları disiplin, raporlama yeteneği ve bilgi üretme mekanizmaları onları entegre raporlamaya hazırlamakta yardımcı olacaktır.

Anahtar kelimeler: Entegre raporlama, Kurumsal sosyal sorumluluk, Sürdürülebilirlik raporlaması, Finansal raporlama.

Kaynakça

Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Geliştirilmiş 3. Baskı, Sakarya: Sakarya Kitabevi.

Aras, G. & Sarioğlu, G.U. (2015). *Kurumsal Raporlamada Yeni Dönem: Entegre Raporlama*, TÜSİAD Yayın No: T/2015, 10-567, Ekim 2015, İstanbul.

Büdeyri, T. & Kısa, A. (2016). “Entegre Raporlama (ER): Literatür Araştırması”, *3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities (SOCIOINT 2016)*, 23-26 May 2016, İstanbul.

Eccles, R. G. & Saltzman, D. (2011). “Achieving Sustainability Through Integrated Reporting”, *Stanford Social Innovation Review*, Summer 2011:56-61.

Gökten, S. (2016). “Entegre Raporlama Yaklaşımı İçin Uygulamaya Yönelik Sistemik Bir Öneri”, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18 (4): 741-765.

IIRC (2013). *International Integrated Reporting Framework*, December 2013, 1-35, <https://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf> (30.07.2017).

Karğın, S., Aracı, H. & Aktaş, H. (2013). Entegre Raporlama: Yeni bir Raporlama Perspektifi, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 6(1). 27-46.



September 21-23, 2017 Uşak

Kavut, L. (2010). Kurumsal Yönetim, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Çevresel Raporlama: İMKB 100 Şirketlerinin Çevresel Açıklamalarının İncelenmesi, İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitü Dergisi, 66.

Köse, E. & Çetinel, T. (2017). “Kurumsal ve Entegre Raporlama: Bir Araştırma”, *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8: 155-181.

_____. <http://www.borsaistanbul.com/duyurular/2017/02/16/borsa-istanbul-da-gong-entegre-raporlama-turkiye-agi-icin-caldi> (31.07.2017).



September 21-23, 2017 Uşak

Effects On Domestic Efficiency In Sustainability Index: VZA Malmquist Total Factor Productivity Analysis

Abstract

Letife ÖZDEMİR¹⁹²

Abstract

In the study, it is examined whether the efficiency of the companies that are traded in the sustainability index, which are started to be calculated as of November 2014 in our country, have changed their efficiency according to previous periods before entering into the scope of the index. For this purpose, the efficiency values of the periods of 2013-2016 were calculated by using Data Envelopment Analysis (VZA) method considering the 13 manufacturing companies included in the sustainability index in the period of November 2015 - October 2016. The change in efficiency values of companies over the period was measured by Malmquist Total Factor Productivity (TFV) index. As a result of Data Envelopment Analysis, it was determined that 7 companies of the 13 were effective both before listing period and after listing period in sustainability index. 4 companies were effective in the previous periods but they were not effective after entry process of sustainability index. Also 2 companies were not effective neither their non-listing period nor listing period of sustainability index.

According to Malmquist TFV index, productivity of 7 companies increased over the period of 2015-2016. If the Malmquist TFV index of these 7 companies was examined, an increase in productivity of 6 companies in the period of 2014-2015 and 3 companies in the period of 2013-2014 had been determined. When the two main elements of Malmquist TFV index, technological efficiency and technical efficiency, were examined, it was shown that the productivity of companies increased during the period of 2015-2016 caused by technological efficiency. If we made business-based assessments, the first three companies with a high increase in productivity were VESTEL (43%), TOFAŞ (37%) and Petkim (16%) as of 2015-2016. As a result, it was seen that whether or not the companies take place in the sustainability index didn't make a difference in productivity.

Key Words: Sustainability Index, Efficiency Data Envelopment Analysis (VZA), Malmquist Total Factor Productivity Index (TFV)

¹⁹²Assist. Prof.Dr. Afyon Kocatepe University, letifeozdemir@aku.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Yenilenebilir Enerjinin Teşvikinde Portföy Standardı Uygulaması¹⁹³

Extended Abstract

Ali ÇELİKKAYA¹⁹⁴

1. Giriş

Yenilenebilir Enerji (YEN) kaynakları; arz güvenliğini sağlamak ve iklim değişikliği ile mücadele etmek için iyi bir alternatiftir (Norden, 2013: 9). Yakın geçmişte petrol fiyatlarında gözlenen dalgalanma ve Fukushima’da yaşanan nükleer kaza; YEN kullanımını, yeniden gündeme taşımıştır. AB, 2020 için bağlayıcı %20 YEN hedefi ortaya koymuş, Kopenhagen İklim Zirvesinde 2050 için %100 YEN hedefi belirlenmiştir (Zhang vd., 2012: 24). Bu iddialı hedeflere ulaşabilmek için tercih edilen alternatif politikalardan biri; Yenilenebilir Portföy Standardıdır (YPS).

2. Yenilenebilir Enerjinin Tanımı

Yenilenebilir enerjiyi; “doğal olarak var olan ve insan kullanımı ile tükenmeyen enerji kaynağı” olarak tanımlamak mümkündür. YEN kaynakları; i) sınırsız bir rezerve sahiptir, ii) karbondioksit seviyesinde doğrudan artışa yol açmazlar, iii) yerli olmaları sayesinde, arz güvenliğine katkı sağlarlar (Winkler, 2005: 28).

3. Yen Yatırımlarının Gelişimi

Son on yıllık süreçte, YEN yatırımları dörde katlanarak 2014 yılında 301 milyar dolara ulaşmıştır (UNEP, 2015: 15). YEN yatırımlarında dünya lideri olan Çin’in yatırımları 2004-14 döneminde 3 milyardan dolardan 83,3 milyar dolara (Dünya toplamının %46’sı) yükselmiştir. Aynı yılda ABD, 38,3; Japonya 35,7, Hindistan 7,4 ve Brezilya 7,6 milyar dolarlık yatırım yapmıştır. Avrupa’da yatırım miktarı 57.65 milyar dolar civarında kalmıştır (KPMG, 2012: 2). Türkiye ise 2014 yılında, bir milyar dolar üstü yatırım yapanlar kulübüne dahil olmuştur. Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler arasındaki yatırım boşluğu oldukça daralmıştır (REN, 2015: 80). YEN’in payı 2014 yılında %19,1’e kadar yükselmiştir (BNEF. 2015: 11).

4. Yenilenebilir Portföy Standardı

4.1. Temel Özellikleri

YPS, nispeten çok yenidir. Enerjinin belli bir yüzdesinin YEN kaynaklardan üretilmesi için belli hedef/kotalar öngörmektedir (Abolhosseini ve Heshmati, 2014: 14). Temel sorunu enerji fiyatının piyasa tarafından belirlenmesidir. Bu durum gelecekteki elektrik fiyatları konusunda bir endişeye yol açmaktadır¹⁹⁵. Bir diğer sorun da farklı YEN teknolojileri için fiyat farklılaştırmasına izin vermemesidir. Bu durum henüz başlangıç aşamasındaki yüksek maliyetli teknolojilerin geliştirilmesini engellemektedir.

4.2. Dünya’daki Uygulaması

4.2.1. Amerika Birleşik Devletleri

¹⁹³ Bu çalışma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) Komisyonu tarafından 201517051 No’lu Proje olarak desteklenmiştir

¹⁹⁴ Prof. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, acelikka@ogu.edu.tr

¹⁹⁵ Çözüm için fiyatlara alt ve üst limitler konmaktadır.



YPS, 1990'ların başlarından beri, ABD'de yaygındır. İlk kez 1991'de Iowa, kullanmıştır. 1998-2014 döneminde YPS uygulayan eyalet sayısı 3'ten 29'a yükselmiştir. Teksas'ta yapılan bir araştırma YPS'nin iyi tasarlanması halinde YEN'in gelişimini pozitif etkileyebileceğini göstermiştir (Dong, 2012: 478).

4.2.2. Avrupa Birliği Ülkeleri

Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerde henüz bir Portföy Standardı bulunmamaktadır. AB Komisyonu tarafından ciddi olarak desteklenmesine karşın, Almanya ve İspanya tecrübeleri, Avrupa'da baskın olarak uygulanmasını engellemiştir. İlk olarak Hollanda 1998 yılında YPS uygulamasına geçmiştir. Ayrıca az sayıda da olsa Birlik üyesi bazı ülkelerde (İngiltere, Belçika ve Polonya gibi) YEN'in teşvik edilmesinde temel seçenek olarak YPS'nin kullanıldığı görülmektedir (BerryandJaccard, 2011: 269). Hollanda'da, Hükümet, 1990'ların başlarında enerji dağıtım sektörü ile YEN'in elektrik satışı içerisindeki payının; %3,2 ve gaz satışı içindeki payının; %0,7 olması yönünde, gönüllü kota anlaşmaları yapmıştır. Ancak gönüllü hedeflere hiçbir zaman ulaşamaması üzerine 1998 yılında zorunlu yeşil sertifika sistemine geçilmiştir (RooijenandWees, 2006: 61-63). İsveç ve Norveç arasında ortak bir yeşil sertifika pazarı kurmuştur. Amaç iki ülke arasında oluşacak fiyat risklerini minimize etmektir. Belirlenen kota miktarına uymayan üreticiler, % 150 oranında cezaya tabi tutulmaktadır. İngiltere'de Nisan 2002'de yürürlüğe giren YEN zorunluluğu %3 ile başlamış ve her yıl aşamalı olarak artırılması kararlaştırılmıştır (KPMG, 2015: 71-72).

4.2.3. Diğer Bazı Ülkeler

Kanada'da benzinde %5 ve dizelde %2 YEN katkısı zorunluluğu bulunmaktadır (IEA, 2016: 215). Hindistan, enerji talebinin %2 ila %14'ü arasında değişen oranlarda YEN zorunluluğu bulunmaktadır. Bunun için Sertifikası Piyasası kurulmuş ve 1 Şubat 2011'de ticari faaliyete başlamıştır (Sangroya ve Nayak, 2015: 7). Endonezya'da akaryakıtın %1'inin biyodizel ve biyoetanol olması zorunluluğu vardır. Bu oranın 2025 yılında %25'e çıkartılması hedeflenmektedir. Ayrıca madencilikte biyo yakıt zorunluluğu getirilmiştir. Biyodizelin litresinde 3,000 ve biyoetanolün litresinde 3,500 Rp fiyat desteği sağlanmaktadır (DamuriandAtje, 2012: 17). Arjantin'de fosil yakıtların en az %10 oranında biyoyakıt ile karıştırılması zorunluluğu bulunmaktadır. Avustralya'da 2020'ye kadar %20 kota zorunluluğu vardır. Brezilya'da, asgari %5 biyodizel zorunluluğu vardır (KPMG, 2015: 9-80). Türkiye'de benzin türlerinin biyoetanol içeriğinin en az %3 olma zorunluluğu bulunmaktadır. YPS26 ülke ve 72 eyalette uygulanmaktadır¹⁹⁶.

5. Sonuç

1990'lı yıllardan itibaren, özellikle büyük kirleticilerin YEN sektörüne çekilmesinde nispeten yeni bir mekanizma olan YPS uygulanmaya başlamıştır. Özellikle ABD'de yaygındır, ancak AB'de henüz bir standarda kavuşmamıştır. Diğer yandan gelişmekte olan ülkelerde de uygulamasının arttığı görülmektedir. Tarife garantisine kıyasla uygulaması oldukça basittir. Araştırmalar, iyi tasarlanması halinde YEN'in gelişimini pozitif etkileyebileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yenilenebilir Enerji, Portföy Standardı, Yeşil Sertifika

¹⁹⁶(Tam liste için bkz., REN, 2015: 99-101).



Kaynakça

- Abolhosseini, S.&Almas, H. (2014). “The Main Support Mechanisms to Finance Renewable Energy Development”, *IZA Discussion Paper*, No. 8182, May 2014.
- Berry, T.&Mark, J. (2001). “There new able portfolio standard: design consideration sand an implementation survey”, *Energy Policy*, 29, pp. 263-277.
- BNEF, (2015). *Global Trends in Renewable Energy Investment 2015*, <http://www.fs-unep-centre.org>, (14.05.2016).
- Damuri, Y. R. &Raymond, A. (2012). *Investment Incentives for Renewable Energy: Case study of Indonesia*, www.iisd.org/tkn, (06.09.2013).
- Dong C.G., (2012). “Feed-in tariff vs. renewable portfolio standard: An empirical test of their relative effectiveness in promoting wind capacity development”, *Energy Policy*, 42, pp. 476–485.
- IEA (2016). “*Energy Policies of IEA Countries, Canada, 2015 Review*”, <http://www.iea.org/t&c>, (25.05.2016).
- KPMG, (2015). “*Taxes and Incentives For Renewable Energy*”, September, 2015.
- KPMG, (2012). “*Taxes and Incentives For Renewable Energy*”, June 2012.
- Norden, (2013). “*Efficient strategy to support renewable energy*”, Nordic Council of Ministers 2013, <http://dx.doi.org/10.6027/TN2013-545>.
- REN, (2015). “*Renewables 2015 Global Status Report*”. http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2015/07/REN12-GSR2015_Onlinebook_low1.pdf, (30.12.2016).
- Rooijen, S.N.M. van & Mark T. van W. (2006). “Green electricity policies in the Netherlands: an analysis of policy decisions”, *Energy Policy*, 34, pp. 60–71.
- Sangroya, D. & Jogendra, K. N. (2015). “Development of Wind Energy in India”, *International journal of renewable energy research*, 5(1): 1-13.
- UNEP, (2015). “*Global Trends in Renewable Energy Investment 2015*”, <http://www.fs-unep-centre.org>, (10.02.2016).
- Winkler, H. (2005). “Renewable energy policy in South Africa: policy options for renewable electricity”, *Energy Policy*, 33, pp. 27–38.
- Zhang, X., Liyin, S. & Sum, Y. C. (2012). “The Diffusion of Solar Energy Use in HK: What are the Barriers?”, *Energy Policy*, 41, pp. 241–249.



September 21-23, 2017 Uşak

Uşak İli Merkez İlçede Kullanımı Süren Eğitim Binaları

Abstract

Elif GÜRSOY¹⁹⁷

Özet

Uşak ili ve ilçelerinde 15. yüzyıldan itibaren şekillenen mimaride 1894 yılı yangını önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle gerek il merkezi gerek ilçeler ve bağlı köyler söz konusu olduğunda özellikle 19. yüzyılda şekillenmiş mimari faaliyet sonucu, zengin bir kültürel mirası barındıran Uşak ili, dini ve sivil mimari örnekleri içerisinde, halen kullanımı devam eden okul binaları ile de önem göstermektedir.

Osmanlı İmparatorluğu'nda 19. Yüzyılın ikinci yarısına kadar ağırlıklı olarak sıbyan mektepleri ve medreselerde sürdürülen eğitim, daha sonrasında iptidai mektebi, rüşdiye mektebi ve idadilerle devam ettirilmiştir. Erken Cumhuriyet Döneminde de eğitim konusu öncelikli bir yere sahip olmuştur. Bu öncelik inşa faaliyetleri üzerinde de özellikle etkili olmakla birlikte, diğer kamu yapılarındaki gibi, sıbyan mektebi ve medrese mimarisinden farklı düzenlemeler ile, belirleyici özellikleri ile karşımıza çıkmıştır.

19. yüzyıl ikinci yarısı ile 20. yüzyıl ilk çeyreği arasında tarihlendirilen, Uşak ili Merkez İlçesinde yer alan tarihi okul binaları benzer mimari düzenlemesi ile dikkati çekmektedir. Okul binalarında, çok katlı düzenleme, simetrik cephe, giriş cephesinin diğer cephelere göre daha özenli tutuluşu, alt kat ve üst katların aynı tasarıma sahip oluşu, kırma çatı örtüsü gibi özellikler, dönemin üslubunun yansımaları şeklinde görülmektedir. Halen kullanımı sürmekte olan yapılar, tarihi konutların yoğunlukta bulunduğu bölgede yer alması ile de dikkati çekmektedir. Uşak İli Merkez İlçede kullanımı devam eden, Gazi Mustafa Kemal İlkokulu, Halit Ziya Uşaklıgil Ortaokulu, Hasan Hilmi İlkokulu, Zafer İlköğretim Okulu örnekleri bilinmektedir. Mevcut durumda ve kullanımda bulunan bu eğitim binalarının yerinde tespiti, belgelenmesi ve mimari açıdan değerlendirilmesinin amaçlandığı çalışma ildeki diğer tarihi yapılar gibi, yaşadığımız çevrede bizimle bir bütün içerisinde bulunması nedeniyle önem arz etmektedir. If necessary, more main headings can be used.

¹⁹⁷Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, elif.gursoy@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Cultural Landscapes Values of Uşak Province

Abstract

Sertaç GÜNGÖR¹⁹⁸, Ahmet Tuğrul POLAT¹⁹⁹

Abstract

The term "cultural landscape" embraces a diversity of manifestations of the interaction between humankind and its natural environment. Cultural landscapes often reflect specific techniques of sustainable land-use, considering the characteristics and limits of the natural environment they are established in, and a specific spiritual relation to nature. Protection of cultural landscapes can contribute to modern techniques of sustainable land-use and can maintain or enhance natural values in the landscape. The continued existence of traditional forms of land-use supports biological diversity in many regions of the world. The protection of traditional cultural landscapes is therefore helpful in maintaining biological diversity (UNESCO 2017).

Cultural landscapes are poorly inventoried and evaluated in protected natural areas. Cultural landscapes are defined as land areas that have been sculpted by traditional human land-use. Moreover, they are considered as an interface between nature and culture, tangible and intangible heritage, cultural and biological diversity (Vlami et al. 2017).

Primary land uses and biodiversity have coevolved over long periods to create a cultural landscape that is valued for its financial returns as well as for its aesthetic, biodiversity, and historical values (Hodge et al. 2015).

Uşak is a province in western Turkey. Its adjacent provinces are Manisa to the west, Denizli to the south, Afyon to the east, and Kütahya to the north. The province covers an area of 5,341 km.

Uşak city is situated at a distance of 210 km (130 mi) from the region's principal metropolitan center and the port city of İzmir. Pulling advantage from its location at the crossroads of Central Anatolian plateau and the coastal Aegean Region, and a climate and an agricultural production which comports elements determined by both of these spheres. The first known organized states to have ruled over the region of Uşak were the Phrygians for the eastern portion and the Lydians in the west during the 7th century BC. Karun Treasure, discovered by clandestine treasure hunters in Uşak in 1965, and whose smuggling outside Turkey and subsequent retrieval after decades from New York City's Metropolitan Museum of Art made international headlines, provides a perception of the high degree of civilization attained by these Anatolian states. The region of Lydia was later taken over by the Persian Empire in the 6th century BC and by Alexander the Great and his successor states as of the 4th century. Roman Empire, Byzantine Empire, the Beylik of Germiyan and finally the Ottoman Empire as of 1429 had established their rule over Uşak. (Anonymous 2017b)

Uşak, is at the region which connects Western and Central Anatolia within Internal Aegean Region. At Uşak, where settlement has reached till ancient Bronze Age, Frig, Lydia, Persia, Roman, Eastern Roman, Seljukian, Byzantium and Ottomans were reigned. Pieces of

¹⁹⁸ Asist.Prof.Dr., Selçuk University, sertac@selcuk.edu.tr (corresponding author)

¹⁹⁹ Assoc..Prof.Dr., Selçuk University, atpolat@selcuk.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

arts, which belong to this periods, are composing the tourism potential of the city (Anonymous 2017c).

The research material consisted of the city vultural landscape values. A research was conducted relating to the city on internet. The conclusions and solutions were made accordingly.

The operation mode generally consisted of 2 stages. Those stages are as follows:

Literature research and data collection: In this stage, the data within the scope of the cultural landscape was collected.

General evaluation: Appropriate conclusions and solutions according to the criteria of the cultural landscape and research study for the Uşak historical place.

Documentation, analysis and evaluation of cultural landscapes require a comprehensive, multidisciplinary approach but subjective evaluation was made in this research.

Cultural landscape values of Uşak province are;

Sebaste (Selcikler) Ancient Citie: Sebaste city, is founded by Roman Emperor, Augustus on 20 B. C. with Sebaste name. It is one of the most important 12 cities during Roman period. It become bishop center of surrounding cities during 9th century A. D. The city had lived its marvelous times during Byzantium period, and there are two churches, which are known as small and big.

Blaundos (Sülümenli) Ancient Cities: It is founded by the residents of Macedonia after Anatolia expedition of Alexander the Great, near Sülümenli village of Ulubey province. Most important structures are castle, temples, theater, stadium and rock tombs.

Alaudda (Hacimköy), Mesotimolos (Düzköy), Akmonia (Ahatköy) are among the ruins that should be visited in Uşak.

Karun Treasuries: In the middle of the 1960s, they are taken to America with taken from monuments near to Güre village of Uşak, and taken back by means of court decision on 1993, is 6th century B. C. Lydia period pieces of arts. Small and big 450 pieces composed this treasure is being exhibited in Archeology Museum since 1996.

Burma Mosque: It is one of the 14th century Ottoman Period structures. Its construction date is not certainly known. It is burned on 1862 and 1922, and repaired two times on 1988.

Paşa Inn: Paşa Inn, which is constructed by a French architecture on 19th century, is used as an Inn, and after restoration it turned into a hotel.

Bedesten: It is constructed as two storey and 30 roomed of cut rock on 1901 by an Italian Architect. First storey is used as dealers bazaar, and upper layer is used for various business branches.

Cilandiras Bridge The bridge, which is at Karahalli province, on Banaz Stream, is constructed on king road by Lydians. Stones of the arch, adorned with chisel are clamped into each other (Anonymous 2017c).

Why are cultural landscapes important: Cultural landscapes are a legacy for everyone. These special sites reveal aspects of our country's origins and development as well as our evolving relationships with the natural world. They provide scenic, economic,



September 21-23, 2017 Uşak

ecological, social, recreational, and educational opportunities helping communities to better understand themselves (Anonymous 2017).

Why is it important to protect cultural landscapes: Neglect and inappropriate development put our irreplaceable landscape legacy increasingly at risk. Too often today's short-sighted decisions threaten the survival and continuity of our shared heritage. It is everyone's responsibility to safeguard our nation's cultural landscapes. The ongoing care and interpretation of these sites improves our quality of life and deepens a sense of place and identity for future generations (Anonymous 2017).

Only a few of the above mentioned cultural landscape values, clearly show the importance of tourism potential of Uşak province.

The case studies have showed that landscape values not limited to only the physical availabilities. Connections between the past and the future enabled by a landscape play a significant role in determining the values. In this study, the transformation of the cultural landscape and landscape values that were formed in the past essentially, continue today, and that will continue in the future, and the relationship between them mentioned. Findings of the case studies have demonstrated that the power of the values of a landscape is about the fact that the landscape shows the multicultural structure it bears and makes this structure reachable by the individuals (Türkyılmaz 2016).

Conserving cultural landscapes with high biodiversity values can be expensive, given current property rights arrangements, and it reduces agricultural output. Payment for ecosystem services schemes offer some prospects for applying the beneficiary pays principle and drawing in funding from a broader range of sources (Hodge et al. 2015).

References

Anonymous 2017. About Cultural Landscape. The Cultural Landscape Foundation (TCLF) web page: <https://tclf.org/places/about-cultural-landscapes> Access date:08/08/2017

Anonymous 2017b. web page: <http://www.ozcanbortepe.com/ana-sayfa/usak-province-introduction-to-english-paper-usak-usak-history-and-tourist-facilities-country-turkey-city-usak.html> Access date:08/08/2017

Anonymous 2017c. web page: <https://www.deepbilgi.com/usakin-ingilizce-tanitimi.html> Access date:08/08/2017

Hodge, I., Hauck, J., Bonn, A. The alignment of agricultural and nature conservation policies in the European Union. *Conserv. Biol.*, 29 (4) (2015), pp. 996-1005

UNESCO 2017. Cultural Landscapes. web page: <http://whc.unesco.org/en/culturallandscape/#1> Access date:08/08/2017

Türkyılmaz, Ç., C. Interrelated Values of Cultural Landscapes of Human Settlements: Case of Istanbul, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 222, 2016, Pages 502-509, ISSN 1877-0428, <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.141>.

Vlami, V., Kokkoris, I. P., Zogaris, S., Cartalis, C., Kehayias, G., Dimopoulos, P. Cultural landscapes and attributes of "culturalness" in protected areas: An exploratory assessment in Greece, *Science of The Total Environment*, Volume 595, 2017, Pages 229-243, ISSN 0048-9697, <http://dx.doi.org/10.1016/j.scitotenv.2017.03.211>.



September 21-23, 2017 Uşak

Meslek Yüksekokullarında Teknik Programlarda Eğitim Gören Öğrencilerin İş Sağlığı ve Güvenliği Konusundaki Bilinç Seviyelerinin Belirlenmesi: Uşak Üniversitesi Banaz Meslek Yüksekokulu Örneği

Abstract

Hülya ELMALI GÜLBAŞ²⁰⁰, Erten AKBEL²⁰¹, Tolga KARAKUZU²⁰²

Özet

İş sağlığı, bütün meslek gruplarında çalışanların bedensel, ruhsal, sosyal yönden sağlıklı olması için yapılan çalışmalar bütünüdür. Bunlar işe giriş muayeneleri, periyodik sağlık kontrolleri şeklindedir. İş güvenliği ise çalışma ortamlarında işçilerin hayatlarını tehlikeye atacak fiziksel, kimyasal, biyolojik vb. risklerin azaltılması veya ortadan kaldırılması için alınan tedbirler bütünüdür ifade etmektedir. Kişisel koruyucu kullanımı, makine koruyucuları, topraklama yapılması vb. tüm önlemler iş güvenliği kapsamına girmektedir. Türkiye’de 2012 yılından itibaren yürürlüğe giren iş sağlığı ve güvenliği kanunu konuyla ilgili çalışanlara, işverenlere, devlete bazı görev ve yükümlülükler getirmiştir. Kanun kapsamının geçen her yılda kademeli olarak uygulama alanının genişletilmesiyle konuyla ilgili olarak bilinç seviyeleri giderek artmaktadır. Sanayileşmeye bağlı olarak hizmet sektöründe ihtiyaç duyulan kalifiyeli ara eleman ihtiyacı giderek artmaktadır. Ülkemizde teknik konularda istenilen seviyelerde yeterli ara eleman sayısına ulaşmak için meslek yüksekokulları her yıl mezun vermektedir. Bu okullardan mezun olan kişilerin uzman sınıflar ve işçiler arası iletişimin sağlanmasında yeri ve önemi büyüktür. Bu kişilerin teknik bilgi birikimlerinin yanında iş sağlığı ve güvenliği konusunda çevresine örnek olması gerekmektedir. İş sağlığı ve güvenliği kültürünün alışkanlık haline getirilmesinde, eğitimin aracı olarak kullanılması sonradan meydana gelebilecek maddi ve manevi birçok tehlikelerin önlenmesinde büyük yere sahiptir.

Bu araştırmada iş hayatı içerisinde kendilerine direk olarak yer bulan meslek yüksek okulu öğrencilerinin iş sağlığı ve güvenliği konusundaki bilinç seviyelerinin belirlenmesi, mevcut durumun değerlendirilmesi, çözüm önerilerini içeren yeni bir çalışma hedeflenmiştir.

Bu amaç doğrultusunda daha önce İnönü Üniversitesinde yapılan anket soruları Uşak Üniversitesi Banaz Meslek Yüksekokulu bünyesinde yer alan teknik programlar genel evren olarak belirlenmiştir. Fakat bazı teknik programlarda öğrencisi sayısını az olması, öğrencilerin okula devam etmemesi ya da ankete katılmamak istememesi gibi durumlar nedeniyle çalışma evreni Kimya Teknolojisi, Ormancılık ve Orman Ürünleri (N.Ö+İ.Ö), Mimari Dekoratif Sanatlar (N.Ö+İ.Ö), İç Mekan Tasarımı, Laboratuvar Teknolojisi olarak seçilmiştir. Olasılıklı örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme stratejisi uygulanarak toplam 348 kişi ile yüz yüze anket gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasının güvenilirlik test sonuçlarının güvenilirlik aralıkta olduğu gözlemlenmiştir. Anket çalışmasında kullanılan ölçekli soruların güvenilirlik analizi Cronbach’s Alpha değeri $\alpha = 0,762$ olarak bulunmuştur. Anket soruları

²⁰⁰Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, hulya.elmali@usak.edu.tr

²⁰¹Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, erten.akbel@usak.edu.tr

²⁰²Öğrenci, Uşak Üniversitesi, tolgakarakuzu01@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) programında frekans ve yüzde analizi kullanılarak yapılmıştır.

Yapılan çalışmada elde edilen veriler sonucunda öğrencilerin çoğunluğunun iş sağlığı ve güvenliğinin iş hayatını etkilediğini fakat 6331 sayılı İş sağlığı ve güvenliği kanunu hakkında bilgi sahibi olmadığı gözlemlenmiştir. Buna sebep olarak ‘Eğitim hayatınız boyunca İSG hakkında bilgilendirildiniz mi?’, ‘Öğretim elemanları tarafından iş güvenliğiyle ilgili düzenli olarak uyarılıyor musunuz?’ ve ‘Eğitiminizde uzman kişiler tarafından bilgilendirilme toplantıları yapılıyor mu?’ sorularına büyük oranda olumsuz cevap verilmesi gösterilebilir. Bunun yanı sıra eğitim hayatı boyunca öğrencilerim büyük oranda iş kazalarına maruz kalmadığı ve önleyici tedbirlerin yeterli düzeyde alındığı saptanmıştır. Öğrencilerin çoğunluğunun İSG hakkında ders görmediği ve görmek istediği belirtilmiştir. Yine öğrencilerin çoğu İSG’ye dikkat edilmesi durumunda iş verimliliğinin artacağını düşünmektedir. Buna karşın atölyelerde tehlike ve risk belirlememesinin yapılmaması, yeterli uyarı levhalarının bulunmaması, kişisel koruyucu donanım kullanılmaması konusunda çoğunluğun hemfikir olduğu gözlemlenmiştir. Öğrenciler herhangi bir iş kazasıyla karşılaşma durumundaki kanuni haklarını ve iş kaynaklı meslek hastalığı durumunda sahip olduğu hakları yüksek oranda bilmemektedir. Dolayısıyla ‘İş kazaları konusunda Avrupa’da 1. Dünyada 3.sırada olduğumuzu biliyor musunuz?’ sorusuna büyük oranda olumsuz cevap verilmiştir. Sonuç olarak Banaz meslek yüksek okulu öğrencileri iş sağlığı ve güvenliği konusunda genellikle bilgilendirilmek istemekte fakat bilgilendirme ve önleyici tedbirler yetersiz kalmaktadır. İş kazalarının önlenmesi adına eğitim hayatında verilecek iş sağlığı ve güvenliği büyük önem taşımaktadır. Gerek atölyelerde gerek iş yerlerinde başta uyarı levhaları olmak üzere kişisel koruyucu donanımlara gösterilen özenin bir kültür haline getirilmesi bu sorunu büyük ölçüde çözüme kavuşturacaktır.

Anahtar Kelimeler: Meslek Yüksekokulları, İş Sağlığı ve Güvenliği,



September 21-23, 2017 Uşak

Uşak'ta Sürdürülebilir Mimarinin İzlerini Aramak

Abstract

Türkan ACAR²⁰³

Özet

Anadolu Türk sivil mimarisinin örneklerini günümüze dek sağlıklı bir şekilde koruyabilen kentlerimizin sayıları giderek azalmaktadır. Özellikle Uşak gibi gelişmekte olan şehirlerde sosyo-ekonomik gelişmenin, büyümenin hızı yaşantıda büyük farklılıkları beraberinde getirmektedir. Bu durum, kent içindeki kültürel öğelerin bilinçli ya da bilinçsizce ortadan kalkmasına neden olmaktadır. Birçok ülke bilinçli ve bilimsel önlemler alarak tarihi çevrenin örnek bazı kesimlerde de olsa ayakta tutulmasını sağlamakta ve geçmişle olan bağın/köprülerin tümüyle ortadan silinmesinin önüne geçmektedirler.

Uşak, arkeolojik, kentsel, doğal sit alanları ve Türk döneminin izlerini günümüze taşıyabilen yapıları ile Ege Bölgesi'nin önemli kentlerinden biridir. Miras niteliğindeki birçok esere sahip olan Uşak'ın, bu gelişmelere paralel olarak, korumacılık açısından önemli işlere imza atması gerekmektedir. Uşak'taki cami, çeşme, köprü, çamaşırhane, değirmen gibi pek çok eser, birer özgün kentsel veya kırsal mimari öge olarak karşımıza çıkmaktadır. Eserlerin bazıları, doğal ya da beşeri yollarla tahribatlara uğramıştır. Lokal ya da tamamen yok olmaya başlayan yapıların sürdürülebilmesi için miras kavramı ile koruma bilincinin bu eksende gelişmesi, Uşak'ın Türkiye'deki kültürel miras merkezlerinden biri olmasının devamını sağlayacaktır.

Bu çalışmada, Uşak kentindeki geleneksel toplu kullanım yapıları seçilerek sürdürülebilir mimarlığın izleri araştırılmıştır. Alan çalışması Uşak kent merkezi, merkez köyler ile kente bağlı ilçelerdeki yapıları kapsamaktadır. Bu bağlamda bugün varlığını sürdüren yapıların kullanılan yapım teknikleri ve malzemeleri incelenerek binalardaki sürdürülebilir tasarım yaklaşımları ve korunma durumları değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uşak, kentsel koruma, kırsal mimari, çeşme, köprü, hamam.

²⁰³Yrd. Doç. Dr., turkan.acar@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Uşak/Türkiye.



September 21-23, 2017 Uşak

Otel Çalışanlarının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma

Extended Abstract

Hüseyin ÖZDEMİR²⁰⁴, Ayhan DAĞDEVİREN²⁰⁵, Gönül GÖKER²⁰⁶,

Saida Nur ÖZDEMİR²⁰⁷

1. Giriş

Araştırmada, otel çalışanlarının iş tatmini (içsel ve dışsal tatmin) ve örgütsel bağlılık(duygusal, devam ve normatif bağlılık) düzeylerinin demografik özelliklere(cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durum ve çalışma yılı) göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilerek ortaya konması amaçlanmıştır. Ayrıca araştırmada otel çalışanlarının iş tatmini (içsel ve dışsal tatmin) ve örgütsel bağlılık(duygusal, devam ve normatif bağlılık) boyutları arasındaki ilişki düzeyinin varlığının ve derecesinin var olan şekli ile belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Otel çalışanlarının hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerinde oynadıkları belirleyici rol sebebiyle diğer işletmelere oranla konaklama işletmelerinde iş tatmini ve örgütsel bağlılık unsurlarına daha fazla önem gösterilmesi gerekmektedir. Örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanların işletmeye ve üretime katılımları da yüksek olmakta ve örgüt içerisinde daha iyi bir performans gösterdikleri görülmektedir. Ayrıca; örgütsel bağlılığı yüksek olan çalışanlar, işletmenin diğer üyeleri ile iyi ilişkiler kurmakta ve işte tatmin düzeyleri daha yüksek olmaktadır. Araştırma, hem otel çalışanlarının iş tatmin ve örgütsel bağlılık düzeylerinin tespit edilmesi hem de insan kaynakları yönetimi literatürüne sağlayacağı katkılar bakımından önemlidir.

Betimsel tarama modelinde ilişkisel tarama yönteminin kullanıldığı araştırma, veri toplama aracı bakımından bir anket çalışmasıdır. Anket formu, üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde otel çalışanlarının demografik özelliklerini belirlemeye çalışan sorular yer almıştır. İkinci bölümde otel çalışanlarının iş tatmini düzeylerini belirlemek için iştatmininin ölçülmesi için geliştirilen ve genellikle bu konuda yapılan çalışmalarda çoğunlukla kullanılan Minnesota İş Doyum Ölçeği kullanılmıştır. Minnesota İş Doyum Ölçeği içsel, dışsal ve genel doyum düzeyini belirleyici özelliklere sahip 20 maddeden oluşmaktadır. İçsel tatmini; faaliyet, serbestlik, değişiklik, sosyal statü, ahlaki değer, tanınma, kendi kendine başkaları için bir şeyler yapabilme, otorite, yeteneklerini kullanma, sorumluluk, yaratıcılık, işin takdiri ve başarı (1, 2, 3, 4, 7, 9, 10, 11, 15, 16, 19 ve 20.) maddeleri; dışsal iş tatmini ilerleme, şirket politikası ve uygulaması, çalışma arkadaşları, çalışma şartları, güvence, ücret, yönetimsel tarzı, yönetici ve teknik (5, 6, 8, 12, 13, 14, 17 ve 18.) maddeleri, genel iştatminini ise maddelerin tamamı oluşturmaktadır.

Anket formunun üçüncü bölümünde otel çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeylerini belirlemek amacıyla Allen & Meyer'in üç boyutlu Örgütsel Bağlılık Ölçeği kullanılmıştır. Bu

²⁰⁴ Yrd.Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, huseyinozdemir@karatekin.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

²⁰⁵ Yrd.Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, ayhandagdeviren @karatekin.edu.tr

²⁰⁶ Öğretim Görevlisi Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, gonulgoker@karatekin.edu.tr (Sunumu yapacak yazar)

²⁰⁷ Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, saidanur_13@hotmail.com



ölçek ile otel çalışanlarının duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları ayrı ayrı belirlenmiştir. İfadeler, beşli likert ölçeği kullanılarak olumsuzdan (Kesinlikle Katılmıyorum) olumluya (Kesinlikle Katılıyorum) doğru derecelendirilmiştir.

2. İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık

İş tatmini bireyin, iş ortamında işine karşı oluşan bir duygu olarak değerlendirilmektedir. İş tatmininin düşük düzeyde olması çalışanların işinden soğumasına, işten ayrılmalara, dikkat eksikliğine, işte hata yapma ihtimalinin yükselmesine, iş gücü devir hızının yükselmesine sebep olmaktadır.

Allen&Mayer (1990), örgütsel bağlılığı duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olmak üzere üç boyutlu olarak ele almışlardır. Duygusal bağlılık, çalışanların örgütleri ile özdeşleşmelerini, örgütün üyesi olmaktan mutluluk duyduklarını ve örgüte güçlü bir biçimde bağlı olduklarını göstergesidir. Duygusal bağlılığı yüksek çalışanların örgüt çıkarlarının gerçekleşmesi için daha fazla çaba göstermesi duygusal bağlılığı yüksek çalışanların daha fazla tercih edilmesini sağlamıştır. Devam bağlılığı, çalışanların örgüte devam ettiği süre içerisinde harcadığı, emek, zaman karşılığında elde ettiği ya da gelecekte elde edeceği para, işe ait yetenekler, kıdem, sosyal güvence, emeklilik hakkı gibi kazanımların örgütten ayrılmasıyla kaybedeceği düşüncesiyle oluşan bağlılıktır. Normatif (ahlaki) bağlılık, çalışanların örgütte kalma ile ilgili yükümlülük duygularının bir göstergesidir. Çalışanın işe alım sürecinden itibaren çalışanın eğitimi ve geleceğine yönelik yapılan tüm harcamaların karşılığı olarak çalışanın örgüte bağlı kalma yükümlülüğüdür.

3. Araştırma Yöntemi ve Bulguların Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik (Cronbach Alpha)ve geçerlilik (Kaiser-Meyer-Olkin-KMO/Bartlett Küresellik Testi-Bartlett's Test of Sphericity) analizleri yapılmıştır. 20 ifade 2 boyuttan oluşan iş tatmini ölçeğinin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,932ve 18 ifade 3 boyuttan oluşan örgütsel bağlılık ölçeğinin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,923 bulunmuştur. Bu da ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek ($0,80 \leq \alpha < 1,00$) olduğunu göstermektedir (Ural & Kılıç, 2013: 280; Can, 2013: 343) Çalışmada örneklem yeterliliğini temsil eden KMO oranı örgütsel bağlılık ölçeği için 0,902 ve iş tatmin ölçeği için 0,916olarakbelirlenmiştir. KMO, örneklem yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup, örneklem yeterliliğini göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucunda ise anlamlılık değeri $p=0,000 < 0,05$ olarak belirlenmiştir. Test sonucunun anlamlı olması, veriler arasında ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bartlett Küresellik Testi ile aynı zamanda verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği de test edilebilmektedir. Bartlett testi sonucu ne kadar yüksek ise, anlamlılık da o kadar yüksektir.

Araştırmanın evreni, Ankara'da faaliyet gösteren beş yıldızlı konaklama işletmesinde çalışan 175 otel çalışanıdır. Araştırmanın örnekleme, araştırmaya katılmayı kabul eden 137 otel çalışanıdır. Araştırma evreninin % 78' ine ulaşılmıştır. Otel çalışanlarının demografik özellikleri ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık ölçekleri arasında istatistiksel anlamlı farklılıkların tespiti için ilişkisiz iki örneklem t testleri ile tek yönlü anova testleri, iş tatmini ve örgütsel bağlılık ölçekleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin tespiti için



korelasyon analizleri yapılarak elde edilen sonuçlar tablolaştırılmıştır ve bu tablolar yorumlanarak öneriler getirilmiştir.

4. Sonuç

Otel çalışanlarının demografik özelliklerinden eğitim durumları ile iştatmini ölçeğinin içsel tatmin boyutu ile iştatmin ölçeğinin genel tatmin boyutu arasında ve otel çalışanlarının çalışma süreleri ile iştatmini ölçeğinin içsel iştatmini ve dışsal iştatmini boyutları ile genel iş tatmin boyutu ile örgütsel bağlılık ölçeğinin devam bağlılık boyutu ile normative bağlılık boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Otel çalışanlarının örgütsel bağlılık ölçeğinin duygusal devam ve normative bağlılık boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur($p=0,00$; $p<0,01$), değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) orta bir ilişki ($r=68$, $r=58$, $r=68$) vardır.

Ayrıca otel çalışanlarının iş tatmini ölçeği içsel iş tatmini boyutu ile örgütsel bağlılık ölçeğinin duygusal, devam ve normative bağlılık boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur($p=0,00$; $p<0,01$), değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) yüksek bir ilişki ($r=85$, $r=89$, $r=80$) vardır. Otel çalışanlarının iş tatmini ölçeği dışsal iş tatmini boyutu ile örgütsel bağlılık ölçeğinin duygusal devam ve normative bağlılık boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=0,00$; $p<0,01$). Değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) yüksek ve çok yüksek bir ilişki ($r=74$, $r=82$, $r=91$) vardır, otel çalışanlarının iş tatmini ölçeği genel iş tatmini boyutu ile örgütsel bağlılık ölçeğinin duygusal devam ve normative bağlılık boyutları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur($p=0,00$; $p<0,01$). Değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) yüksek bir ilişki ($r=83$, $r=89$, $r=88$) vardır.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık, Otel Çalışanları.



September 21-23, 2017 Uşak

Tüketicilerin Genetiği Değiştirilmiş Gıda (GDO) Tercihleri Üzerine Bir Araştırma

Extended Abstract

Hüseyin ÖZDEMİR²⁰⁸, Gönül GÖKER²⁰⁹, Ayhan DAĞDEVİREN²¹⁰,

Saida Nur ÖZDEMİR²¹¹

1. Giriş

Araştırmada, tüketicilerin demografik özellikleri ile genetiği değiştirilmiş gıda tercihleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Tüketici davranışlarının incelenmesi, özellikle pazar fırsatlarının değerlendirilmesi açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Tüketici istek ve ihtiyaçlarının doğru bir şekilde ortaya konması, hedef kitlenin belirlenmesi ve bu hedef kitleye yönelik olarak gerçekleştirilecek pazarlama faaliyetlerinin başarısında büyük rol oynamaktadır (Aracıoğlu & Tatlıdil, 2009: 437). Araştırma hem genetiği değiştirilmiş gıdalara yönelik tüketici tercihlerinin belirlenmesi açısından hem de tüketici davranışı literatürüne sağlayacağı katkıları bakımından önemini ortaya koymaktadır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Söz konusu anket; Miles vd., (2005) “Public attitudes to wards genetically – modified food” isimli makalesinde kullanmış olduğu ölçeğin Türkçeye çevrilmesi ve araştırmaya uyarlanmasıyla hazırlanmıştır. Hazırlanan anket formu, dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, adayların demografik özelliklerini belirlemeye yarayan üç soru sorulmuştur. İkinci bölüm, altı sorudan oluşmuştur. Bu bölümde adaylara genetiği değiştirilmiş gıda kavramını bilip bilmedikleri ve ürün etiketlerinde genetiği değiştirilmiş gıda bilgilerinin yer almasına ilişkin ifadeler ve genetiği değiştirilmiş gıdaları satın alma niyetleri sorulmuştur. Anketin üçüncü bölümünde adaylara sekiz farklı soru sorularak genetiği değiştirilmiş gıdaların yararları, riskleri, bu ürünlerin kontrolü ve bu ürünlerle ilgili düzenleme yapanlara güven konularına ilişkin adayların algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Dördüncü ve son bölümde ise adaylardan kendilerine verilen 10 farklı ifadeden kendilerini genetiği değiştirilmiş gıdalarla ilgili daha güvende hissettirecek 5 farklı ifadeyi seçerek bunları önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir.

2. Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO)

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)’nın (2013) tanımına göre; “Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO), genetik yapısının doğal olmayan yollarla değiştirildiği organizmalar olarak tanımlanmaktadır. Modern biyoteknoloji, gen teknolojisi, yeniden birleştirici gen teknolojisi veya genetik mühendisliği olarak adlandırılan bu teknoloji bir organizmadan başka bir organizmaya hatta birbirleriyle ilişkisi olmayan organizmalar arasında bile gen transferini olanaklı kılmaktadır. Gen transferi üç şekilde uygulanmaktadır:

- Türde var olan gen diziliminin değiştirilmesi,

²⁰⁸Yrd.Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, huseyinozdemir@karatekin.edu.tr

²⁰⁹Öğretim Görevlisi Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, gonulgoker@karatekin.edu.tr

²¹⁰Yrd.Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr

²¹¹Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, saidanur_13@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

- Tür içinde gen aktarımı,
- Türler arası gen aktarımı.

Dünya nüfusunun hızla artmasına karşılık tarım alanlarının sınırlı olması tarımsal üretimde verim artışını zorunlu kılmaktadır. Açlıkla mücadele ve daha ekonomik ve çevreci tarımsal üretim olduğu öne sürülerek üretimine başlanan GDO' lu ürünlerin, 1996 yılında Calgene firması tarafından ilk ticari GDO'lu ürün olan uzun raf ömürlü FlavrSavr domatesin Amerika Birleşik Devletleri'nde piyasaya sürülmesinden 2013 yılında beta karoten/A vitamini içeriği yükseltilmiş altın pirinç' in Filipinlerde ekimine başlanmasına kadar geçen 17 yıllık sürede ekim alanı ISAAA (International Service for the Acquisition of Agri-Biotechnology Applications) verilerine göre, 1.7 milyon hektardan 170,3 milyon hektara ve GDO' lu ürün üreten ülke sayısı 30 a ulaşmıştır.

3. Araştırma Yöntemi ve Bulguların Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik (Cronbach Alpha) ve geçerlilik (Kaiser-Meyer-Olkin- KMO/Bartlett Küresellik Testi-Bartlett's Test of Sphericity) analizleri yapılmıştır. Cronbach Alpha katsayısı ,669 ve KMO oranı ,739 bulunmuştur. Bulunan bu değerler araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın evreni, Türkiye Adalet Akademisinde eğitim gören 8., 10. ve 11. Dönem 395 erkek, 314 kadın ve 6. Dönem 43 erkek, 9 kadın toplam 761 Adli Yargı Hakim ve Savcı adaydır. Araştırmada tamsayım yöntemi ile evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmış, anket uygulamasının yapıldığı mayıs ayının ilk haftası idari izinli adaylar ile araştırmaya katılmayı kabul etmeyen adaylar neden ile evrenin yüzde 68,99 una ulaşılabilmiştir. Araştırmanın örnekleme, 525 kişidir.

Araştırmanın örneklemini oluşturan 525 tüketici tarafından cevaplandırılan anketin istatistiksel analizi SPSS paketprogramiyle gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı istatistiksel analizler, T testi, tek yönlü anova testleri yapılarak elde edilen sonuçlar tablolaştırılmıştır ve bu tablolar yorumlanarak öneriler getirilmiştir.

4. Sonuç

İncelenen demografik değişkenlerden cinsiyet ile genetiği değiştirilmiş gıda satın alma niyeti ve genetiği değiştirilmiş gıda etiket tercihi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Tüketicilerin genetiği değiştirilmiş gıdaların yararlarına, risklerine ilişkin algıları ile tüketicilerin cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Tüketicilerin genetiği değiştirilmiş gıdalara ilişkin düzenleme yapanlara duyulan güven algısı ile tüketicilerin yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Tüketici davranışı, Genetiği değiştirilmiş gıda, Gıda güvenliği



September 21-23, 2017 Uşak

Kültürel Zekanın İhracat Pazar Yönelimine Etkisi: Afyonkarahisar Mermer Sektöründe Bir Araştırma

Extended Abstract

Avşar BAŞ²¹², Belkis ÖZKARA²¹³

Özet

Kültürel zeka insanların farklı kültürel ortamlara uyum sağlama yeteneği olarak tanımlanır. Aynı zamanda farklı kültürlerdeki diğer bireyleri anlama ve onlarla etkin bir şekilde çalışabilmeyi de ifade eder. Uluslararasılaşma stratejilerini seçen ve uygulayan işletme yöneticilerinin hem uluslararası pazar tercihleri hem de bu pazarlardaki işletmelerle ve işletme yöneticileriyle etkili ilişkiler kurmaları kültürel zekalarına bağlıdır. Bu çalışma kültürel zeka ile uluslararası pazar yönelimi arasındaki ilişkiyi açığa çıkarmayı amaçlamaktadır.

1.Giriş

Günümüzde işletmelerin başarısında, uluslararası pazarlarda etkin olmanın önemi oldukça fazladır. İhracat uluslararası olmanın en temel stratejilerinden birisidir. Bununla birlikte, yöneticiler işletmelerini uluslararası pazarlarda etkin kılmak için ülkeler arasındaki kültürel farklılıkların farkında olmak ve bu farkındalığın uluslararasılaşma sürecine etkisini dikkate almak durumundadırlar. Bu farkındalık kültürel zeka ile kavramlaştırılmaktadır. Yöneticilerin ihracat yapacakları pazarların seçiminde, sahip oldukları kültürel zekanın pazara yönelim sürecini ve sonuçlarını etkilediği düşünülmektedir. Bu çalışma kültürel zekanın ihracat pazar yönelimindeki etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla ihracatın önemli bir stratejik seçenek olarak görüldüğü Afyonkarahisar mermer sektöründeki firma yöneticilerinin kültürel zekaları ile ihracat yapmak üzere seçtikleri pazar arasındaki ilişkiye bakılarak kültürel zekanın Pazar yönelimine etkisi ortaya çıkarılacaktır.

2.Literatür

Kültürel zekanın literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Ang vd. (2007, 337), kültürel zekâyı, farklı kültürel ortamlarda etkin bir şekilde çalışabilme yeteneği olarak tanımlamışlardır. Thomas vd. (2008, 136)'e göre ise, kültürel zeka kişilerin, çevrelerindeki kültürel koşullara uyum sağlamasını ve bu koşulları şekillendirmesini mümkün hale getiren kültürel üstbiliş ile bağlantılı bilgi ve beceriler sistemi olarak tanımlanmaktadır.

Earley & Mosakowski (2004, 151), kültürel olarak anlaşılmanın bireysel anlamda kendini geliştirmekle mümkün olacağını düşünmüşlerdir. Farklı davranışlar sergileyen, farklı altyapıya sahip insanları anlama fikri ile, onların birbirlerine nasıl davrandıklarını ve birbirleriyle ilişkilerini anlamayı kolaylaştırdığına inanılmıştır. Bu, bir nevi problem çözme olarak adlandırılmaktadır. Bu olgu psikoloji ile alakalıdır ve insan zekası, ya da bir insanın problem çözme ve değişik durumlara uyum gösterebilmesi de insanın düşünce gücünün önemli bir ögesi olarak düşünülmektedir.

Early & Mosakowski, (2004, 140) kültürel zekâyı zihinsel, fiziksel ve duygusal olarak üç boyutta incelerken, Earley & Ang, (2003'ten aktaran Çetin, 2014, 137) çalışmasında kültürel zekâyı; meta-bilişsel, bilişsel, teşvik edici (motivasyon) ve davranış bağlantılı

²¹² Uzman, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Uluslar arası İlişkiler Uygulama ve Araştırma Merkezi, avsarbas@aku.edu.tr

²¹³ Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, bozkara@gmail.com



kültürel zekâ olarak dört boyutta incelemiştir. Bu çalışmada da, kültürel zekanın bilişsel, üstbilişsel, teşvik edici ve davranışsal boyutlarının incelenmesi düşünülmektedir.

İhracat pazar yönelimi ise, ihracat zekasının oluşumu, yayılımı ve cevaplanması olarak tanımlanmaktadır. İhracat zekasının oluşumu, ihracat pazar zekasının oluşumunda kullanılan aktiviteleri kapsamaktadır (Racela vd., 2007). Bunlar, trendler hakkındaki bilgileri, ihracat çevresindeki değişimleri, ihracat müşterisinin ihtiyaçlarını ve isteklerini etkileyen güçleri ve ihracat müşterisinin tatmininin ölçümünü kapsamaktadır. İhracat zekasının yayılımı, rakipler ve müşterilerle alakalı olan ihracat pazar zekasının paylaşımını kapsayan aktiviteleri göstermektedir. İhracat pazar zekasının cevaplanması ise, ihracatçı firma içerisinde toplanan, oluşan ve yayılan zekaya karşı verilen cevapların oluşması ve uygulanmasını temsil eder. Bu cevaplar, ihracat müşterisine, rakiplere ve firmayı etkileyen çevresel değişmelere, firmanın müşterilerine ve rakiplerine yönlendirilmektedir (Cadogan vd., 1999: 691).

Kohli & Jaworski (1993), pazar yönelimini pazarlama kavramının uygulaması olarak ele alırken, Narver & Slater (1990), kavramı alıcılar için üstün değer yaratmada gerekli davranışları oluşturan en etkili ve verimli bir örgüt kültürü boyutu olarak görmektedir. Kohli & Jaworski (1993) pazar yönelimini, mevcut ve potansiyel müşteri ihtiyaçları ile ilgili pazar bilgisinin örgüt genelindeki üretimi, söz konusu bilginin bölümler arasında yayılması ve firmanın buna yönelik cevabı şeklinde ifade ederek pazarlama felsefesi ve kavramının uygulaması şeklinde değerlendirmektedir.

İhracat pazar yönelimi ise, ihracat zekasının oluşumu, yayılımı ve cevaplanması olarak tanımlanmaktadır. İhracat zekasının oluşumu, ihracat pazar zekasının oluşumunda kullanılan aktiviteleri kapsamaktadır (Racela vd., 2007). Bunlar, trendler hakkındaki bilgileri, ihracat çevresindeki değişimleri, ihracat müşterisinin ihtiyaçlarını ve isteklerini etkileyen güçleri ve ihracat müşterisinin tatmininin ölçümünü kapsamaktadır. İhracat zekasının yayılımı, rakipler ve müşterilerle alakalı olan ihracat pazar zekasının paylaşımını kapsayan aktiviteleri göstermektedir. İhracat pazar zekasının cevaplanması ise, ihracatçı firma içerisinde toplanan, oluşan ve yayılan zekaya karşı verilen cevapların oluşması ve uygulanmasını temsil eder. Bu cevaplar, ihracat müşterisine, rakiplere ve firmayı etkileyen çevresel değişmelere, firmanın müşterilerine ve rakiplerine yönlendirilmektedir (Cadogan vd., 1999: 691).

3. Metodoloji

Bu çalışmanın amacı, ihracat pazar yöneliminde etkisi olduğu düşünülen yöneticilerin sahip olduğu kültürel zekanın önemini ortaya koymaktır. Bu araştırmanın, Afyonkarahisar'da mermer ve doğal taş sektöründe ihracat yapan işletmelerde yönetici pozisyonundaki kişilere uygulanması planlanmaktadır. Bu bağlamda, nicel araştırma yöntemi kullanılarak yöneticilere kültürel zeka ve ihracat pazar yönelimi yapılarak en az 170 örnekleme ulaşılması hedeflenmektedir. Araştırmada kullanılması planlanan Kültürel Zeka ölçeği Ang vd. (2007) 'den uyarlanmış, 5'li likert ölçeği olarak 20 sorudan oluşmaktadır. İhracat Pazar Yönelimi ölçeği ise Cadogan (2009)'dan uyarlanmış ve 5'li likert ölçeği olarak 14 sorudan oluşmaktadır. Araştırmanın hipotezleri;

Ho: Kültürel zekanın ihracat pazar yönelimine etkisi yoktur.

H1: Kültürel zeka ihracat pazar yönelimini etkilemektedir.

Bu bağlamda, bu araştırma için uyarlanan anket soruları doğrultusunda yapılacak araştırmadan elde edilecek sonuçlara göre; yöneticilerin sahip olduğu kültürel zeka düzeylerinin, ihracat pazar yönelimine etkilerinin incelenmesi hedeflenmektedir.



4.Sonuç

Birtakım çalışmalara göre pazar yöneliminin firma içinde kendiliğinden ortaya çıkmadığı ve pazar yöneliminin müşterilere yönelik değerlerin firma yönetimi ve çalışanlarca benimsenmesini gerektirdiği saptanmıştır. Burada ele alınan kavramlarda genellikle müşteri odaklılık ve rakipler üzerinde yoğunlaşmıştır. Ancak yapılacak çalışmada, ihracat pazar yönelimi için, Afyonkarahisar ilindeki mermer ihracatı yapan işletmelerdeki yöneticilerin sahip olduğu kültürel zekanın da ele alınması gereken bir kavram olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada ihracat pazar yöneliminde yöneticilerin sahip olduğu kültürel zekanın da etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmada elde edilecek mermer sektöründeki araştırmanın sonuçlarının ihracat yapan işletmelere ilave olarak, sektörde yer alan temsilcilere ve akademisyenlere de önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: İhracat, Kültürel Zeka, Pazar Yönelimi

Kaynakça

- Ang, S.; Dyne, L. V.; Koh, C.; Ng, K. Y.; Templer, K. J.; Tay, C. ve Chandrasekar, N. A. (2007). “Cultural intelligence: its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance”, *Management and Organization Review*, 3(3): 335–371.
- Cadogan, J.W., Diamantopoulos, A. ve De Mortanges, C.P. (1999). “A measure of export market orientation: scale development and cross-cultural validation”, *Journal of International Business Studies*, 30(4): 689-707.
- Çetin, Ç. K. (2014). “Kültürel zeka: uzakyol kaptanları ve uzakyol birinci zabıtları üzerinde bir araştırma.” *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 134-155.
- Earley, P. C. ve Mosakowski, E. (2004). “Toward cultural intelligence: turning cultural differences into a workplace”. *Academy of Management Executive*, 18(3), 151-157.
- Kohli, Ajay K. , Jaworski, Bernard J. ve Kumar, Ajith (1993). “MARKOR: A measure of market orientation”. *Journal of Marketing Research*, xxx, 467-477.
- Narver, John C. ve Slater, Stanley F. (1990), “The effect of a market orientation on business profitability”. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Racela, O.C., Chaikittishilpa, C. ve Thourunroje, A. (2007). “Market orientation, international business relationships and perceived export performance”. *International Marketing Review*. 24(2), 144-63.
- Thomas, D. C.; Elron, E.; Stahl, G.; Ekelund, B. Z.; Ravlin, E. C.; Cerdin, J. L.; Poelmans, S.; Brislin, R.; Pekerti, A.; Aycan, Z.; Maznevski, M.; Au, K. ve Lazarova, M. B. (2008). “Cultural intelligence: domain and assessment”. *International Journal of Cross Cultural Management*, 8(2), 123-143.



Determination of Optional Lessons with Promethee Ranking Method

Extended Abstract

Hakan Murat ARSLAN²¹⁴

1. Introduction

The purpose of this study is to help students determine their optional lessons by using Multi Criteria Decision Making (MCDM) Methods. For this, PROMETHEE method is used as a multi criterion decision making method. Criteria and weights were determined according to the results of the survey applied to a certain number of students. The validity of the method has been expressed by an application that took place in Düzce University Business Administration Department.

2. Literature Review

In 2008, the Yetim' s work was carried out on Gazi University Mathematics Education Program first grade students. Factors and related alternatives are considered in the study. These alternatives and criteria have been analyzed and evaluated by AHP method from multi-criteria decision making methods.

In 2012, Kutlu and others have implemented solutions in Kırıkkale University by using AHP and TOPSIS methods to the course selection problems of the students studying in 3rd and 4th grade of Industrial Engineering Department.

3. Method

Within the scope of the study, optional lessons selection of 4th grade students studying at Düzce University Business Administration Department was discussed. Firstly, the criteria that will be effective in this selection are determined by the survey applied to the 30 students in the 4th section of the business. The number of criteria was determined by taking the first five criteria, which are most preferred according to the survey result. Students are required to take the appropriate number of lessons from the optional lesson pool. In order to select the most suitable optional lessons, the weights of the criteria were found with the PROMETHEE method and the result was reached by using the solution steps of the same method. Criteria, weights and alternatives used in the study are shown below.

Alternatives

- A1.** Enterprise Resource Planning (ERP)
- A2.** Brand Management (BM)
- A3.** Statistical Quality Control (SQC)
- A4.** EU and Turkey (EU)
- A5.** Selected Topics in Mathematics (STM)

Criteria and Weight

- K1:** Compliance with the schedule (0.2)
- K2:** Lecturer factor (0.3)
- K3:** Friend factor (0.1)
- K4:** Lesson evaluation form (0.2)
- K5:** Attendance to lesson (0.2)

²¹⁴ Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi



4. Findings

Table 1. Superiorities Table

<i>Alternatives</i>	<i>Positive Superior value (Φ^+)</i>	<i>Negative Superior value (Φ^-)</i>
A1 (ERP)	0.425	0.475
A2 (BM)	0.425	0.55
A3 (IQC)	0.45	0.5
A4 (EU)	0.55	0.35
A5 (STM)	0.475	0.45

Table 2. Full Ranking Table

<i>Ranking</i>	<i>Full Superiority</i>	<i>Full Superiority Value</i>
	(Φ) A1	-0.05
5.	(Φ) A2	-0.125
	(Φ) A3	-0.05
1.	(Φ) A4	2.0
2.	(Φ) A5	0.025

The results of Table 2 were obtained by applying the analysis steps of the PROMETHEE method from the data of Table 1.

5. Result

In the study, the problem of university students choosing lessons in the optional lesson pool within the framework of certain criteria has been discussed. Then PROMETHEE decision analysis was carried out according to the criteria determined according to the survey results. As a result of the analysis, out of five alternative optional lessons, A4 and A5 students especially came out as optional lessons. There are not any distinguishing between A3 and A1 optional lessons. However, as a 3. optional lesson, one of the two can be selected depending on the student.

Thus, according to the mentioned criteria, it has been shown that the most appropriate lesson choice can be made by using (MCDM) methods.

Key words: Multiple Criteria Decision Making, Optional Lesson Selection, Promethee

References

Yetim S. (2008). "The Analysis of Privileged Factors Affective in Selecting Mathematics Teaching Department Through Analytic Hierarchy Process Method of Freshmen



September 21-23, 2017 Uşak

in Gazi University, Gazi Faculty Of Education, Primary Mathematics Teaching Department”,
Kastamonu Eğitim Dergisi, 16 (2), 589-606.

Kutlu B. S., Abalı Y. A., Eren T. (2012). “Elective Course Selection with Multi-Criteria Decision Making Methods”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol. 2, Num. 2



September 21-23, 2017 Uşak

Değişen Bilgi Gereksinimi ve Bağımsız Denetçi Raporundaki Yenilikler

Extended Abstract

Sezen ULUDAĞ

1. Giriş

Denetçi, denetim sürecinin sonunda, finansal tabloların işletmenin gerçek durumunu yansıtmayı yansıtmadığına ilişkin görüşünü denetçi raporu ile açıklamaktadır. Böylece denetçi, raporu aracılığıyla finansal tablo kullanıcılarına bilgi aktarmaktadır. Finansal tablo kullanıcıları da denetçi raporundan elde ettikleri görüşe göre karar alma süreçlerini yönetmektedirler. Bu durumda denetçi raporu, denetçi ile finansal tablo kullanıcıları arasındaki, son derece önemli bir iletişim aracı olmaktadır.

Küreselleşme, bilgi teknolojilerinin gelişimi, rekabet artışı gibi koşullar, işletmelerin faaliyet ortamını değiştirirken, buna bağlı olarak finansal tablo kullanıcılarının bilgi gereksinimleri de farklılaşmaktadır. Finansal tablo kullanıcıları artık denetçinin yalnızca alışılmış şekilde olumlu, olumsuz, şartlı görüş bildirme ya da görüş bildirmekten kaçınma şeklinde düzenlediği raporlarda yer alan bilgilerden daha fazlasına gereksinim duymaktadırlar. Bu amaçla gerçekleştirilen Uluslararası düzenlemelere paralel olarak ülkemizde de önemli düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) tarafından yapılan düzenlemelerle de denetçi raporunun daha açıklayıcı ve finansal tablo kullanıcılarının gereksinimlerine uygun bilgi sunması amaçlanmıştır. Bu önemli gelişmenin amacına ulaşabilmesi için değişimin nedenlerinin ve değişikliklerin şekilsel bir ifadeden çok daha farklı bir amacı taşıdığına anlaşılması gerekmektedir. Bu amaçla, çalışmada bağımsız denetçi raporundaki yenilikler kavramsal olarak açıklanmış ve bu yenilikler, değişen bilgi gereksinimi açısından değerlendirilmiştir.

2. Değişen Bilgi Gereksinimi

Değişen çevrede, işletmelerin sürekliliğinin sağlanabilmesi amacıyla, yeni ortamın koşullarının çok iyi anlaşılması ve uyum sağlanabilmesi için bazı değişikliklerin yapılması gerekmektedir. Koşulların anlaşılabilmesi için ilgili faktörlerdeki değişimlerin ve işletme ile ilgili üçüncü kişilerin gereksinimlerinin sürekli izlenmesi gerekmektedir. Finansal tablo kullanıcıları, daha doğru karar alabilmek için, işletme ile ilgili niceliksel olarak daha fazla ve çok daha açıklayıcı ve güvenilir nitelikte bilgiye ulaşmak istemektedirler. Öte yandan mevcut gelişmeler finansal raporlamanın ötesinde, finansal olmayan bilgilere de gereksinim yaratmaktadır. İşte bu gereksinim, finansal raporlamanın finansal olmayan raporlarla bütünleşmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu nedenle finansal raporlamanın yanı sıra “*entegre raporlama*” konusu gündeme gelirken, denetçi raporunda sunulan bilgilerin de çok daha açıklayıcı olması gerekmektedir.

Bu gelişmelere paralel olarak değerlendirildiğinde, denetçi raporundaki bilgilerin söz konusu gereksinimlere daha uyumlu hale getirilmesi, yalnızca denetim süreci sonunda ulaşılan nihai görüşü sunmaktansa sürece de açıklık getiren bir yapıya kavuşması denetim alanında önemli bir değişikliği ifade etmektedir. (Biçer ve Erol, 2017: 72) Bu şekilde denetçi



raporları, denetçinin yargısının oluşum sürecini nedenselliğe dayanarak aydınlayabilecek ve belirttiğimiz gibi daha açıklayıcı bir hale getirebilecektir.

3. Bağımsız Denetçi Raporundaki Yenilikler

Denetim sürecinin sonunda, denetçi işletme ile ilgili edindiği tüm izlenimleri ve oluşturduğu yargıyı, tüm belgelemeyle birlikte değerlendirecek, ardından görüşünü, denetçi raporuyla iletacaktır. KGK tarafından Bağımsız Denetim Standardı (BDS)-700 Finansal Tablolara İlişkin Görüş Oluşturma ve Raporlama standardı 01/01/2017 sonrasında uygulanmak üzere güncellenmiştir. Ayrıca BDS-701 Kilit Denetim Konularının Bağımsız Denetçi Raporunda Bildirilmesi standardı en önemli yenilikleri düzenleyen standartlardandır.

Bu standartlarda yer alan en önemli yeniliklerden birisi, bölümlerin sıralaması ile ilgilidir. Bir diğeri ise yeni bir bölüm olarak yer alan “Kilit Denetim Konularının (KDK)” yer almasıdır.

Yeni formata göre hazırlanan denetçi raporunda “Görüş” ilk sırada yer almaktadır. Böylelikle denetimin en önemli çıktısı olan görüşün, standart açıklamaların arasında kalması engellenmekte ve daha ön plana çıkartılmaktadır. (Sayar ve Ergüden, 2016: 96) Dolayısıyla finansal tablo kullanıcısının öncelikli ve en temel gereksinimi olan görüş, ilk açıklanan bilgi olmaktadır. Bunun ardından “görüşün dayanağı” açıklanmaktadır. Daha sonra gelen bölüm ise Borsada işlem gören işletmeler için zorunlu olan KDK’ların açıklanmasıdır. Bu bölüm denetçi raporundaki yeniliklerin en önemlisidir. KDK’lar “Denetçinin mesleki muhakemesine göre, cari döneme ait finansal tabloların denetiminde en çok önem arz eden konulardır.” (www.kgk.org.tr) Bu belirlemede denetçinin göz önünde bulundurması gereken konular şunlardır: (www.kgk.org.tr)

“Önemli yanlışlık” riski daha yüksek olarak değerlendirilen veya ciddi riskli olduğu belirlenen alanlar.

Yüksek tahmin belirsizliğine sahip olduğu belirlenen muhasebe tahminleri dâhil yönetimin önemli yargılarını içeren finansal tablo alanlarına ilişkin önemli denetçi yargıları.

Dönem içinde gerçekleşen önemli olay veya işlemlerin denetime olan etkileri.”

KDK’lar, denetçinin yargısını ortaya koyduğu görece konulardır. Bu bölüm, denetim sürecinde denetçinin yargısının önemini vurgulamaktadır. Bunlar dışında, rapor formatlarındaki bazı esneklikler, işletme sürekliliğine verilen öneme bağlı düzenlemeler gibi çeşitli yenilikler söz konusudur.

4. Sonuç

Başta bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler olmak üzere, çeşitli faktörlerin etkisiyle değişen işletme çevresinde, finansal tablo kullanıcılarının bilgi gereksinimi de değişmektedir. Söz konusu gereksinim raporlama süreçlerinin değişimini gerektiren en önemli etken haline gelmektedir. Bu döngü içindeki iletişim araçları olan, finansal raporlar ve denetçi raporları yeniden şekillenmektedir. Artık denetçi raporunda daha açıklayıcı ve sürecin tamamını ifade edebilecek nitelikte bilgi sunulması gerekmektedir. Denetçi raporunda tündengelim yaklaşımıyla öncelikli olarak görüş, hedefe uygun bir şekilde ortaya koyulmalı ve ardından görüşe ilişkin önemli dayanaklar açıklanmalıdır. Bu kapsamda ele alınan KDK’lar denetçinin yargısını, finansal tablo kullanıcılarına açıklamasını sağlamaktadırlar. KDK’larda ifade edilen en önemli konular, finansal tablo kullanıcılarının ve karar alma süreçlerini daha etkin bir şekilde yönetebilmek için gereksinim duydukları bilgileri sağlamak



September 21-23, 2017 Uşak

amacı taşımaktadır. Bunu gerçekleştirebilmek için denetçinin yargısını oluştururken ve yargısına dayalı KDK'ları belirleyip açıklarken; mesleki deneyimini, algısını, sezgisini, içgörüsünü ve şüpheciliğini ön planda tutarak mesleki dikkat ve özen çerçevesinde bu süreci yönetmesi büyük önem taşımaktadır.

Anahtar kelimeler: Denetçi raporu, Kilit Denetim Konuları, Entegre raporlama

Kaynakça

Biçer, A.A., Erol, S. (2017). “UDS 701 Kapsamında Denetimde Tespit Edilen Kilit Bulguların Finansal Bilgi Kullanıcılarına Sunulması”, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12 (47), ss. 71-84.

Sayar, A. R. Z, Ergüden, A. E. (2016). “Son Düzenleme ve Gelişmeler Kapsamında Değişecek ve Yenilenecek Bağımsız Denetçi Raporları”, *Muhasebe ve Denetime Bakış*,16 (48), pp. 85-98.

Bağımsız Denetim Standartları www.kgk.org.tr (06.08.2017)



September 21-23, 2017 Uşak

Termal Konaklama İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi ve Davranışsal Niyet İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Kırşehir İli Örneği

Extended Abstract

Ayhan DAĞDEVİREN²¹⁵ Hüseyin ÖZDEMİR²¹⁶ Saida Nur ÖZDEMİR²¹⁷

1. Giriş

Bu çalışmanın temel amacı, termal konaklama işletmelerinde kalan müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile davranışsal niyetleri arasındaki ilişkiyi saptamaktır. Ayrıca; termal konaklama işletmelerinde kalan müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile müşterilerin aynı termal işletmelerine gelecekte tekrar gelip gelmeyeceklerinin göstergesi olan davranışsal niyetlerinin demografik özelliklere(cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim ve mesleki durum) göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Günümüzde işletmelerin başarıyı yakalayabilmek için ürün ve üretim merkezli yaklaşımdan çok, müşteri merkezli yaklaşımın önemini kavramaları gerekmektedir. Araştırma sonucunda elde edilecek veriler, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yöneticileri ile işletmelerin insan kaynakları yönetimi bölümü yöneticilerinin, çalışanların seçimi, yetiştirilmesi ve eğitim ihtiyacının belirlenmesinde yol gösterici olacaktır. Müşteriler açısından ise sektörde faaliyet gösteren tüm işletmelerin ürün ve hizmet planlamasında ve çeşitlendirmesinde doğru kararlar verebilmesi açısından yol gösterici olacaktır. Araştırma, insan kaynakları yönetimi ile tüketici davranışı literatürüne sağlayacağı katkı ve Kırşehir termal turizminin etkililiği açısından önemlidir.

Araştırmada, veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu, üç bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, termal konaklama işletmesinde kalan müşterilerin demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadeler ile seyahat tercihlerinin belirlenmesine yönelik ifadeler yer almıştır. İkinci bölümde, hizmet kalite ölçeği olarak “Servqual Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçekteki 22 ifade fiziksel boyut (1, 2, 3 ve 4. ifadeler), güvenilirlik boyutu (5, 6, 7, 8 ve 9. ifadeler), zamanında hizmet boyutu (10, 11, 12 ve 13. ifadeler), güven boyutu (14, 15, 16 ve 17. ifadeler) ile empati boyutu (18, 19, 20, 21 ve 22. ifadeler) arasında 4, 5, 4, 4 ve 5 ifade şeklinde sıralanmıştır. Anket formunun üçüncü bölümünde ise müşterilerin davranışsal niyetinin belirlenmesi için Zeithamlıd., tarafından geliştirilen ölçekten yararlanılmıştır (23, 24, 25, 26, 27, 28 ve 29. ifadeler).İfadeler, beşli likert ölçeği kullanılarak olumsuzdan (Kesinlikle Katılmıyorum) olumluya (Kesinlikle Katılıyorum) doğru derecelendirilmiştir.

2. Türkiye’de Termal Turizm

Günümüzde turizm türleri amaca, talebe ve insanların zevk ve hobilerine göre çok çeşitli ve değişken alanlardaki yeniliklerle giderek zenginleşirken sağlık turizmi, zinde

²¹⁵Yrd.Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, ayhandagdeviren@karatekin.edu.tr

²¹⁶Yrd.Doç. Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, huseyinozdemir@karatekin.edu.tr

²¹⁷Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, saidanur_13@hotmail.com



kalmayı bir yaşam biçimi haline getirmiş, ruh ve beden güzelliğine önem veren çağdaş insanlara hizmet vermeye başlamıştır (İçöz, 2009:2260).

Termal turizm, sağlık turizmi kapsamındadır ve önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu turizm türünün diğer turizm türlerine göre 12 ay boyunca turizm yapma imkânı sunması, tesislerde yüksek doluluk oranı ve yüksek istihdam oluşturması, diğer alternatif turizm türleri ile kolay bütünleşerek bölgesel dengeli turizmin gelişmesini sağlaması, termal tesislerde insan sağlığını iyileştirici aktivitelerin yanı sıra sağlıklı-zinde insan yaratma, eğlence ve dinlenme olanaklarını tanıması, kür merkezi (tedavi) bütünleşmesine sahip tesislerin maliyetini çabuk geri ödeyen kârlı ve rekabet gücüne sahip yatırımları sağlaması gibi avantajları bulunmaktadır. Türkiye, jeotermalkaynaklara açısından dünyada bir potansiyel sahne olup, Avrupa'da ise kaynak potansiyeli açısından birinci, kaplıca uygulamaları konusunda ise üçüncü sırada bulunmaktadır. Sıcaklıkları 20 - 110 °C arasında, debileri ise 2 – 500 lt / sonarasında değişebilen 1500'den fazla kaynağa sahip bulunan Türkiye, kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından dünyada ilk yedi ülke arasında değerlendirilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

3. Araştırma Yöntemi ve Bulguların Analizi

Elde edilen verilerin analizi, SPSS 16 istatistik paket programı ile yapılmıştır. Verilerin analizinden önce araştırmaya katılan müşterilerin demografik özelliklerine göre gruplandırılmalarında grup sayısı 30'un altında olan gruplar, diğer gruplarla birleştirilerek grup sayıları en az 30 olacak şekilde ayarlanmıştır. Cohen & Manion (2010 dan aktaran Can, 2013), örneklem büyüklüğü için bir alt sınır olarak 30 sayısı önermektedir. Örneklem sayısının 30'un üzerine çıkması ile bu örneklemden elde edilen verilerin normal dağılım özelliği başta olmak üzere parametrik test koşulları için gereken koşulları sağlayacağı kabul edilmektedir. Araştırmada, müşterilerin demografik özellikleri ile seyahat davranışlarına yönelik frekans, yüzde, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanarak tablolandırılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik (Cronbach Alpha) ve geçerlilik (Kaiser-Meyer-Olkin-KMO/Bartlett Küresellik Testi-Bartlett's Test of Sphericity) analizleri yapılmıştır.

Müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile demografik özellikler (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim ve mesleki durum) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin saptanması için ilişkisiz iki örneklem t testleri ile tek yönlü anova testleri; davranışsal niyet ölçeği ile hizmet kalite ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin tespiti için korelasyon analizleri yapılarak elde edilen sonuçlar tablolandırılmıştır. 22 ifade 5 boyuttan oluşan Servqual Ölçeğinin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,933 ve 7 ifadeden oluşan davranışsal niyet ölçeğinin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,729 bulunmuştur. Bu da ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek ($0,80 \leq \alpha < 1,00$) olduğunu göstermektedir (Ural & Kılıç, 2013: 280; Can, 2013: 343). Çalışmada örneklem yeterliliğini temsil eden KMO oranı 0,884 olarak belirlenmiştir. KMO, örneklem yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup, örneklem yeterliliğini göstermektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucunda ise anlamlılık değeri $p=0,000 < 0,05$ olarak belirlenmiştir. Test sonucunun anlamlı olması, veriler arasında ilişki olduğunu ifade etmektedir. Bartlett Küresellik Testi ile aynı zamanda verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği de test edilebilmektedir. Bartlett Küresellik Testi sonucu ne kadar yüksek ise anlamlılık da o kadar yüksektir.

Araştırmanın evreni, Kırşehir bölgesinde faaliyet gösteren 160 yataklı termal konaklama işletmesinde kalan 20 yaş ve üzeri 150 müşteridir. Araştırmanın örnekleme,



September 21-23, 2017 Uşak

araştırmaya katılmayı kabul eden 20 yaş ve üzeri 125 müşteridir. Araştırma evreninin % 83'üne ulaşılmıştır. Araştırmanın anket uygulaması araştırmaya katılmayı kabul eden 20 yaş ve üzeri tüketicilerle yüz yüze görüşme yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

4. Sonuç

Termal konaklama işletmesinde kalan müşterilerin demografik özelliklerinden cinsiyet değişkeni ile davranışsal niyet ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ayrıca; hizmet kalite ölçeği fiziksel, güvenilirlik, zamanında hizmet, güven ve empati boyutları ile davranışsal niyet ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=0,00$; $p<0,01$). Değişkenler arasında doğru yönlü (pozitif) orta düzeyde bir ilişki ($r=56$, $r=51$, $r=52$, $r=62$, $r=58$) tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet kalitesi, Davranışsal niyet, Termal turizm.



September 21-23, 2017 Uşak

II. Dünya Savaşı'nın Türkiye'nin Sanayileşme Sürecine Etkileri

Abstract

Önder DENİZ²¹⁸

Özet

II. Dünya Savaşı, dünya tarihinin en büyük yıkımı olarak tarih sayfalarında yerini almıştır. Avrupa'dan Asya'ya Amerika'dan Afrika'ya kadar dünyanın her köşesi, bu savaştan büyük ölçüde etkilenmiştir. 1939-1945 yılları arası tüm ekonomik, sivil ve askeri kaynakların savaş için seferber edilmesi, yıkımın boyutunu artırmıştır. Büyük ekonomik buhrandan sadece 10 yıl sonra gerçekleşen küresel boyuttaki çatışma, savaşa girsin veya girmesin dünya üzerinde bulunan her ülkenin ekonomik yapısına büyük zarar vermiştir.

Türkiye savaşa girmeyen ve tarafsız kalan bir ülke olmasına rağmen ekonomisi II. Dünya Savaşından çok fazla zarar görmüştür. İkinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı, tam anlamıyla uygulanmaya konulamamış ve dış ticaret dengeleri bozulmuştur. Ülkede temel gıda maddelerinin temininde sorunlar yaşanmıştır. Devletçilik politikaları ile sanayileşme süreci durma noktasına gelmiştir. Devletin işletme açarak ekonomik hayata yön verme anlayışı, büyük ölçüde durmuştur.

Türkiye, 30'lu yılların başında Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı ile başlattığı ekonomik değişimi, II. Dünya Savaşı yıllarında neden sürdüremediği, araştırmamızın ana yapısını oluşturmaktadır. Savaş yıllarında ekonomiye yön veren kadroların, izlediği politikalarda araştırmamızın kapsamı içinde yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: II. Dünya Savaşı, Sanayileşme, Türkiye Tarihi, Ekonomi Politikası.

²¹⁸Yrd. Doç. Dr., onder.deniz@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi.



September 21-23, 2017 Uşak

Some Questions About Ecological Education Of Students In Kazakhstan

Abstract

Abdimanat A. ZOLDASBEKOV²¹⁹, Yaşar YILMAZ²²⁰

Abstract

Some problems of ecological education of students in Republic Kazakhstan are considered in this article. Nowadays when there is the deep influence of a society on environment, huge value gets ecological education of rising generation. Ecology must be developed simultaneously with ecological education intersupplementing each other. Key role in achieving the aim takes new qualitative ecological education in Kazakhstan, which will be focused on training specialists of new time.

During the investigation of theoretical and pedagogical bases of students' ecological education it was found out the necessity of organizing ecological education of students in high school. It was defined the main reason of negatively influencing for the organization of students' ecological education. The analysis of a condition of a problem of the organisation of ecological education has allowed to reveal existing tendencies in a direction of development of the given problem in the pedagogical theory and practice.

Specificity of the organisation of ecological education is caused by achievement of the purpose of formation of ecological outlook of rising generation which is a link between a scientific picture of the world and ecological formation. A modern scientific picture the world performs as the theoretical-pedagogical basis of ecological education. Researches on problems of organizing ecological education of students show that students who got ecological education in the process of using offered methods and pedagogical conditions are more informative and adapted for environment.

Key Words: Ecological Education, Kazakhstan, Qualitative Education

²¹⁹ Prof. Dr., M. Auezov South Kazakhstan state university, Shymkent, Kazakhstan

²²⁰ Yrd. Doç. Dr. Balıkesir Üniversitesi, M.Y.O, yyilmaz@balikesir.edu.tr (yazışma yapılacak yazar)



September 21-23, 2017 Uşak

Kazakistan'da Tarih Ve Kültür Turizminin Gelişmesi

Abstract

Aktolkyn ABUBAKİROVA²²¹, Yaşar YILMAZ²²², Aizhan ISAYEVA²²³

Özet

Son yıllarda tüketicilerin turistik ürünlere yönelik tercihleri değişim göstermeye başlamıştır. Deniz-kum-güneş turizmi olarak isimlendirilen konvansiyonel turizmin yerini artık farklı ilgi alanlarına yönelik gerçekleştirilen alternatif turizm faaliyetleri almaya başlamaktadır. Bu alternatif turizm faaliyetlerinden bir tanesi de Kültür Turizmidir.

Kültür turizmi, alternatif turizm faaliyetleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Kazakistan çok eski zamanlara dayanan tarihi yapısı ve farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış olması sebebi ile çeşitli tarihi ve kültürel zenginliğe sahiptir. Son yıllarda hızla büyüyen alternatif turizm faaliyetlerinden Kazakistan'ın gereken payı alamadığı bir gerçektir. 2011 yılında Kazakistan'ın turizm geliri 1 milyar 209 milyon dolardır. Aynı yılda Kazak vatandaşlarının yurt dışı turizm harcamaları ise 1 milyar 630 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Dolayısı ile sadece turizm sektörü değerlendirildiğinde bile 400 milyon dolardan fazla bir açık söz konusudur. Ayrıca Kazakistan'a gelen turistlerin ortalama harcamaları 300 doların altındadır. Ayrıca Kazakistan'da faaliyette bulunan konaklama tesisleri noktasında bir standardizasyon bulunmaması, mevcut 58.000 yatak kapasitesinin 20.000'e yakınının Almata ve Astana Şehirlerinde toplanması ve diğer destinasyonlara yayılmaması ve Kazakistan'da alternatif turizmi canlandırmaya yönelik politikaların geliştirilmesinde geç kalınmış olması gibi sebeplerden dolayı mevcut kültür turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi de zorlaşmaktadır.

2012 yılında Kazakistan'ın UNESCO Dünya Mirası Komitesinin üyesi seçilmesi ile birlikte, ülkede yer alan kültürel değerlerin, dünya mirası listelerine alınması noktasındaki çalışmalar arttırılmış olmasında karşın, bu çalışmalar şu ana kadar istenilen düzeye getirilememiştir.

Bu çalışmada Kazakistan'ın tarih ve kültür turizminin gelişimini engelleyen etkenlerin tespit edilmesi ve çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kültür Turizmi, Kazakistan

²²¹ Dr., Ahmed Yasawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan /Kazakhstan

²²² Yrd. Doç. Dr. Balıkesir Üniversitesi, M.Y.O, yyilmaz@balikesir.edu.tr (yazışma yapılacak yazar)

²²³ Magistr Öğretmen, Ahmed Yasawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan./Kazakhstan



September 21-23, 2017 Uşak

Kazakistan Turizm Politikalarının Kavramsal Olarak İncelenmesi

Abstract

Aktolkyn ABUBAKİROVA²²⁴

Özet

Kazakistan'ın SSCB'den ayrılması ile birlikte, tarihi ve kültürel destinasyonların turizm faaliyetlerinde kullanılması için önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. Devletin kalkınma politikalarında turizm sektörü öncelikli bir sektör olarak belirlenmiş ve yirmi yılı aşkın süredir ülkedeki turizm faaliyetlerini geliştirmeye yönelik politikalar hız kesmeden uygulanmaya devam edilmiştir. Ancak bu uygulamalar sonucunda ülkedeki turizm faaliyetlerinin genellikle eko turizm ve doğa turizmi faaliyetlerinde yoğunlaştığı, diğer alternatif turizm alanlarında ise sahip olunan potansiyelin istenilen düzeyde kullanılmadığı görülmektedir.

Turizm sektöründe istenen ivmelenmenin sağlanabilmesi için hükümet tarafından son yıllarda Kazakistan turizminin geliştirilmesine yönelik bir proje devreye sokulmuştur. Bu projenin temel amacı, ülke içinde rekabetçi, modern ve yüksek kaliteli hizmet sunacak turizm tesislerinin oluşturulmasıdır. Bu proje kapsamında Kazakistan'ın turistik imajının oluşturulması ve güçlendirilmesi de hedeflenmektedir. Projenin doğru şekilde uygulanması, Kazakistan'ın gelişen turizm pazarında hak ettiği yeri bulabilmesi açısından önem arz etmektedir. Ayrıca bundan sonra yapılacak turizm politikalarında turizm sektörünün ekonomik özellikleri yanında sosyo-politik özelliğinin de olduğuna dikkat edilmelidir. Turizm faaliyetleri ülkelere önemli bir döviz geliri sağlamasının yanında, hükümetler arası bağları geliştirme, kültürler arası bilgi alışverişinin yapılmasına katkı sağlama ve bölgeler arası iletişimi artırma noktasında önemli katkılar sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm politikaları, Kazakistan

²²⁴Dr., Ahmed Yasaw International Kazakh-Turkish University, Turkestan /Kazakhstan



September 21-23, 2017 Uşak

Akıllı Ulaşım Sistemleri(AUS) Uygulamalarının Sektörel Dağılımı ve Analizi

Abstract

Mehmet TEKTAŞ²²⁵, Necla TEKTAŞ²²⁶

Özet

Seyahat sürelerinin azaltılması, trafik güvenliğinin artırılması, mevcut yol kapasitelerinin optimum kullanımı, mobilitenin artırılması, enerji verimliliği sağlanarak ülke ekonomisine katkısı ve çevreye verilen zararın azaltılması gibi amaçlar doğrultusunda geliştirilen kullanıcı-araç-altyapı-yolcu arasında çok yönlü veri alışverişi ile, izleme, ölçme, analiz ve kontrol içeren sistemler olarak tanımlanan Akıllı Ulaşım Sistemleri (AUS) otomotiv sektöründen ulaştırma sektörüne, sağlıktan çevreye ve haberleşmeden bilişim-yazılım sektörüne pek çok sektörü ilgilendiren ve bu sektör ya da sektörlerle katkı sağlayan yapısıyla disiplinler arası bir kavram olarak karşımıza çıkar.

Dünyada bu döneme kadar kullanılan ve gelecek yıllarda kullanılacak olan AUS uygulamaları şunlardır. Sürücü Destek Sistemleri(Akıllı Navigasyon, 360 Derece Çevre Görüşü, Otomatik Park), Tüm Ulaşım Modlarının Entegrasyonu(Tüm Ulaşım İçin Tek Ödeme Biçimi, Erişilebilir Ulaşım),İleri Trafik Yönetim Sistemleri(Acil Durum Yönetimi, Toplu Ulaşım, Filo Yönetimi, EDS, VMS, HGS, OGS, LCS, ACC, Yeşil Dalga, Kameralar, Akıllı Otoparklar, Akıllı Kavşaklar, Ulaşım Kontrol Merkezi), Akıllı Enerji Sistemleri, Elektrikli Araçlar, Otonom Araçlar ve Trafik Verisi Yönetim Sistemleri (Tüm Ulaşım Verisi, Big Data (Büyük Veri), Siber Güvenlik, Veri Güvenliği ve Paylaşımı). Bu AUS uygulamalarının sektörel dağılımı ve faydalarının bir kısmı aşağıdaki gibidir.

- Trafik kazalarını azaltan ve buna bağlı ölüm ve yaralanmaları azaltması pek çok çalışmada ortaya konulmuştur. Bu nedenle, ülke ekonomisine, toplumsal moral değerlere ve sağlık sektörüne fayda sağlar.
- Ulaşım zamanının azalmasından dolayı yakıt tasarrufu sağlandığı, karbon salınımının azaldığı, araç yıpranma süresinin kısaldığı pek çok çalışmada ortaya konulmuştur. Bu nedenle, hem ulaştırma hem enerji hem de otomotiv sektörüne fayda sağlar.
- Çevre kirliliğini azaltması nedeniyle hem çevre hem de sağlık sektörüne fayda sağlar.
- Acil yönetim sistemleri ile sağlık sektörüne fayda sağlar.
- Araç-araç, araç-altyapı, araç-yaya haberleşme sistemleri ile seyahat süresini azaltıp ulaşım kolaylığı sağlayan ve bu itibarla hem ulaştırma hem bilişim-yazılım hem otomotiv hem de haberleşme sektörüne fayda sağlar.
- Trafik güvenliğine katkı sağlayan yazılımlar içeren Web-mobil uygulamalar ile bilişim-yazılım sektörüne fayda sağlar.
- Kameralar ve benzeri uygulamalardan elde edilen big data analizi ile ulaşım kolaylığı sağlanması nedeniyle ulaştırma sektörüne ve bu verinin güvenliği için milli siber güvenlik sisteminin oluşumuna katkı sağlar.
- Mobilitayı arttırması ve toplum psikolojisine katkı sağlaması pek çok çalışmada ortaya konulmuştur. Bu nedenle, hem ulaştırma hem de sağlık sektörüne fayda sağlar.

²²⁵ Doç.Dr., mtektas@bandirma.edu.tr, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü

²²⁶ Yrd. Doç.Dr., ntektas@bandirma.edu.tr, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü



September 21-23, 2017 Uşak

Sonuç olarak, AUS kapsamı ve uygulamaları itibarıyla hem disiplinler arası hem de sektörler arası bir kavramdır. AUS bu geniş kapsamlı yapısıyla, günümüzün ve geleceğin dünyasında tüm ülkeler için en önemli rekabet unsurlarından biri olmuştur.

Bu nedenle çalışmamızın giriş bölümünde AUS tanımı ve önemi vurgulanmıştır. Çalışmamızın ikinci bölümünde AUS tarihçesi ve literatür detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Çalışmamızın üçüncü bölümünde ise AUS uygulamalarının sektörler göre dağılımı ve analizi yapılmıştır. Bu bölümde bazı sektörler için AUS uygulamalarının sağladığı faydalar Dünya ve Türkiye örnekleri için verilerle açıklanmıştır.

Sonuç bölümünde AUS uygulamalarının ülkemizde yaygınlaşması için yapılması gereken stratejiler ve eylem planları önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Ulaşım Sistemleri(AUS), AUS Uygulamaları, AUS Sektörel Dağılımı ve Analizi



September 21-23, 2017 Uşak

Sinemada Kostüm ve Makyaj

Abstract

Nuray Hilal TUĞAN²²⁷

Özet

Filmler temelde izleyiciye bir öykü anlatır. Ancak hangi öyküyü anlatırsa anlatsın kostüm ve makyaj atmosfer yaratan en önemli anlatım araçları olarak sinematografi içerisinde yer almaktadır. Bu anlamda kostüm filmin bütünü içerisinde özel işlevlere sahiptir. Film anlatısında önemli bir motif olarak yer alabilir ya da nedensel bir işleve sahip olabilir. Filmlerde kullanılan kostümler anlatı içindeki toplumsal cinsiyet rollerinin ve beklentilerinin inşa edildiği, anlatımın geçtiği tarihsel dönemi belirten, ırksal ya da sınıfsal özellikleri ortaya koyan önemli öğeler olarak yer almaktadır. Kostüm aynı zamanda karakteri, bir filmi ya da bir türü tanımlayan temel sinemasal özelliklerden biridir. Kostüm tasarımında dikkat edilen en önemli husus, kostümlerin ve setlerin yarattıkları his ve görünüm açısından birbirleriyle uyumlu olmasını sağlamaktadır. Bu amaçla set tasarımcısıyla kostüm tasarımcısı beraber çalışır. Sinematografik açıdan tercih edilen belirli bir renk paleti varsa set ve kostümler buna göre hazırlanmalıdır. Filmde kullanılacak kostümlerle ilgili yapılan çalışmaların birçoğu aynı zamanda mizansenin de bir parçası olan makyaja da eşit derecede uygulanır. Temelde sinemanın başlangıcından günümüze kadar oyuncuların perdedeki görünüşlerini güçlendirmek ve fotojenik özelliklerini ön plana çıkarmak amacıyla kullanılan makyaj, özellikle tarihsel yapımlarda oyuncuların canlandırdıkları tarihsel kişiliğe benzerliklerini artırmak amacıyla kullanılan yaygın bir uygulamadır. Bu çalışmada kostüm ve makyajın filmin görsel dili ve anlatısı içerisindeki hayati öneminden yola çıkarak, son dönem popüler Hollywood sinemasının seçilen örneklerinden birinde kostüm ve makyajın nasıl kullandığı, hangi işlevlere sahip olduğunun ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda 2016 tarihli *Fantastic Beasts and Where to Find Them* filmi kostüm ve makyaj kullanımını açısından çözümlenmiştir. Fantastik türde bir yapım olan *Fantastic Beasts and Where to Find Them* filminde kostüm filmin genel atmosferini ve öyküsünü destekleyen en önemli unsurlardan biri olarak filmin görsel stilinde yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: İkonografi, Kostüm ve Makyaj, Fantastik Sinema, Tür Sineması

²²⁷ Yrd. Doç. Dr., Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, nhtugan@baskent.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Economy from AnArchpoet's, W. B. Yeats, Perspective: Things Fall Apart, Centre Cannot Hold

Abstract

Raşit ÇOLAK²²⁸

Abstract

Influence of William Butler Yeats who won the Nobel prize in literature in 1923, wrote many works in different fields is seen in various areas. He is world famous, playwright, and accepted as the arch poet in English literature. He was so prolific writer that he wrote plays, poems, tales, etc. His poems were mostly referred by wide range of people including economists, politicians, experts, journalist, scientists, educationists, etc. Things fall apart; / centre cannot hold is one of the most quoted ones. It is originally from the poem *The Second Coming*. It was used as subtitle by John Authers in his column whose title is Asia's contagion takes a firmer hold: Wall Street: The ailment has advanced and symptoms have changed, writes John Authers: [London edition]. It can be inferred that he quoted the couplet to shed light on economy crisis boomed in South Asia between 1997 and 1998. In this paper, it is tried to be explained what the quotation really tells and the aim of the columnist who quoted the couplet and whether it has positive or negative effects on Yeats and economy. In order to make an analysis epitextuality being one side of paratextuality whose other side is peritextuality is used. Epitextual Analysis was developed by French Gérard Genette. The paper reflects how world famous literary man Yeats gave inspiration to economists, commentators, analysts, etc. The study revealed Yeats is read not only by the people dealing with literature but also people from different branches. It is possible to say that he died in 1939, but he is still popular.

Key Words: William Butler Yeats, economy, Gérard Genette, epitextuality, paratextuality, peritextuality.



September 21-23, 2017 Uşak

Rank Ordering Criteria Weighting Methods and Exponential Usage of Rank Reciprocal: Determination of the Best Method by Simulation

Extended Abstract

Nezih TAYYAR²²⁹

Introduction

Rank ordering criteria weighting methods convert ranks of several criteria into weights. The input for these methods is ranks of criteria which are supplied by Decision Makers. These methods include Equal Weights (EW), Rank Sum Weights (RS), Rank Exponent Weights (RE), Rank Reciprocal Weights (RR), Rank Order Centroid Weights (ROC), Geometric Weights (GW), and Variable Slope Linear Weights (VSL). In this study Rank Ordering Criteria Weighting Methods are compared with the true weights by simulation.

2. Literature Research

Two simulation studies have been found in which Rank Ordering Criteria Weighting Methods are compared with true weights. Barron & Barrett (1996) compared EW, RS, RR and ROC methods where true weights fit Uniform and Normal distributions. 10,000 simulation runs were made for each combination with the number of criteria (3, 6, 9, 12, 15). As a result, ROC is found to be superior to other methods. Alfares & Duffuaa (2016) compared RS, RR, ROC, GW and VSL methods to true weights fit Uniform, Exponential and Normal distributions. 10,000 simulation runs were made for each combination of the number of criteria (5, 10, 15, 20). It is stated that none of the methods always give the best results, as it depends on the number of criteria and the distribution of true weights. On average, RS is the best method for uniform distributed true weights, VSL is the best method for normal distributed true weights while ROC is the best method for exponential distributed true weights.

This study uses a similar approach of the two studies described above with a novel contribution. Although, RR method was used in previous studies without exponents, its usage with exponents borne out by this study. 18 different numbers of criteria used in this study while previous studies used four or five. Additionally, simulations are running 100,000 times instead of 10,000 times.

3. Method

Similar parameters used by Alfares & Duffuaa (2016) were used when simulating. True weights for uniform, exponential and normal distribution were derived by running simulations 100,000 times for 18 sets of criteria where numbers are starting from 3 and up to 20. At the end of this process, derived values are between 0.1 and 9.9 and the average is 5. True weights were obtained by applying Max100 and Sum100 normalization to the derived values. The exponents were taken from 0.0 to 20.0 increased by 0.1 for RE and RR methods. Therefore, 201 different weight sets were calculated for each method while the number of criteria ranges from 3 to 20. By adding other methods, 407 weight sets were obtained. The

²²⁹ Assoc. Prof. Dr., Usak University, Department of Business Administration, TURKEY, nezih.tayyar@usak.edu.tr



true weights were compared with the weights obtained by 407 weight sets. Mean Absolute Percentage Error (MAPE) was used for comparison.

4. Results

Simulation results of two methods that give the lowest MAPE values as a result of the simulations are shown in Table 1. It can be seen from Table 1 that there are 9 VSL and 207 RE results. Other methods have never been able to give the lowest MAPE value in any case. Also, when VSL delivers the best results, the difference between the RE and VSL values is very small. Therefore, these findings suggest that RE can be used in every situation with different exponents.

Table 1. The two methods that give the lowest MAPE value

NO Criteria	Uniform m100		Uniform s100		Exponential m100		Exponential s100		Normal m100		Normal s100	
	1.	2.	1.	2.	1.	2.	1.	2.	1.	2.	1.	2.
3	RE 2.2	RE 2.1	RE 1.7	RE 1.8	RE 2.5	RE 2.4	RE 2.2	RE 2.3	RE 0.6	RE 0.5	RE 0.5	RE 0.4
4	RE 1.8	RE 1.9	RE 1.7	RE 1.6	RE 2.2	RE 2.3	RE 2	RE 1.9	RE 0.6	RE 0.5	RE 0.5	RE 0.4
5	RE 1.6	RE 1.7	RE 1.6	RE 1.5	RE 2	RE 2.1	RE 1.9	RE 1.8	RE 0.6	RE 0.5	RE 0.5	RE 0.4
6	RE 1.6	RE 1.5	RE 1.5	RE 1.4	RE 1.9	RE 2	RE 1.8	RE 1.7	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.5	RE 0.4
7	RE 1.5	RE 1.4	RE 1.4	RE 1.5	RE 1.8	RE 1.9	RE 1.7	RE 1.8	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	VSL
8	RE 1.4	RE 1.5	RE 1.4	RE 1.3	RE 1.8	RE 1.9	RE 1.6	RE 1.7	RE 0.5	RE 0.6	VSL	RE 0.4
9	RE 1.4	RE 1.3	RE 1.3	RE 1.4	RE 1.8	RE 1.7	RE 1.6	RE 1.7	VSL	RE 0.5	VSL	RE 0.4
10	RE 1.3	RE 1.4	RE 1.3	RE 1.4	RE 1.7	RE 1.8	RE 1.6	RE 1.5	VSL	RE 0.5	RE 0.4	VSL
11	RE 1.3	RE 1.2	RE 1.3	RE 1.2	RE 1.7	RE 1.6	RE 1.5	RE 1.6	VSL	RE 0.5	RE 0.4	RE 0.5
12	RE 1.3	RE 1.2	RE 1.2	RE 1.3	RE 1.7	RE 1.6	RE 1.5	RE 1.6	VSL	RE 0.5	RE 0.4	RE 0.5
13	RE 1.2	RE 1.3	RE 1.2	RE 1.3	RE 1.6	RE 1.7	RE 1.5	RE 1.4	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5
14	RE 1.2	RE 1.3	RE 1.2	RE 1.3	RE 1.6	RE 1.7	RE 1.5	RE 1.4	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5
15	RE 1.2	RE 1.3	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.6	RE 1.7	RE 1.5	RE 1.4	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5
16	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.6	RE 1.7	RE 1.4	RE 1.5	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5
17	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.6	RE 1.7	RE 1.4	RE 1.5	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5
18	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.6	RE 1.5	RE 1.4	RE 1.5	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5
19	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.2	RE 1.1	RE 1.6	RE 1.7	RE 1.4	RE 1.5	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5
20	RE 1.1	RE 1.2	VSL	RE 1.1	RE 1.6	RE 1.5	RE 1.4	RE 1.5	RE 0.5	RE 0.6	RE 0.4	RE 0.5



5. Conclusion

According to Barron & Barrett (1996) ROC is the best method. It has been stated that a method does not always give the best results, it depends on the number of criteria and the distribution of true weights (Alfares & Duffuaa, 2016). However, RE is not included in any of these studies. Therefore, this research finds different results. RE is found to be the best method and can be used in any situation with different exponents. In the case of exponential use, it is found that the RR method performs worse than the RE method.

Keywords: Multiple Criteria Decision Making (MCDM), Simulation, Rank Ordering Criteria Weighting

References

- Alfares, H. K., & Duffuaa, S. O. (2016). Simulation-based evaluation of criteria rank-weighting methods in Multi-Criteria Decision-Making. *International Journal of Information Technology & Decision Making*, 15(1), 43–61. <http://doi.org/10.1142/S0219622015500315>
- Barron, F. H., & Barrett, B. B. E. (1996). Decision Quality Using Ranked Attribute Weights. *Management Science*, 42(11), 1515–1523. Retrieved from <http://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.42.11.1515>



September 21-23, 2017 Uşak

Determinants of Remittances: Evidence from Egypt

Abstract

Selçuk AKÇAY²³⁰, Alper KARASOY²³¹

Abstract

In 2015, Egypt was one of the most migrant sending and remittance receiving countries in the MENA region, it also had one of the top ten remittance corridors with Saudi Arabia and its remittance inflows were nearly four times larger than the revenues generated from the Suez Canal. These facts indicate that as remittances are a vital part of Egypt's Economy, it is also crucial for various political and economic reasons to investigate and understand what may affect these remittance inflows.

There is a limited amount of literature that empirically investigates the determinants of remittances to Egypt, and the main aim of this study is to fill this gap by not only considering the commonly used variables in the literature (such as GDP growth rate, financial development, exchange rate and external debt) but also considering other variables that can also be regarded crucial to remittance inflows in Egypt (namely the level of democracy, oil prices, the Iran-Iraq and the Gulf Wars).

In order to examine the determinants of remittances, a data set which spans from 1980 to 2014 and a model that includes aforementioned variables are constructed. Before estimating the model, the stationarity of the time series is checked by conducting a unit root test. Then, the ARDL (autoregressive distributed lag) methodology is employed to check the co-integration among the variables and to estimate the model.

The results can be summarized as follows: (1) in the long-run, remittance inflows are counter-cyclical and are driven altruistically, (2) external debt, which is a proxy for macroeconomic instability, is negatively associated with remittances in the long-run, (3) financial development and remittances are substitutes both in the short- and long-runs, (4) in the short-run, appreciation of the Egyptian pound negatively impacts remittance inflows indicating that the wealth effect prevails over the substitution effect in remittance behavior, (5) A hike in oil prices increase remittances, (6) improvements in democracy are positively associated with remittances, (7) the Iran-Iraq and the Gulf Wars did not have any significant effect on remittance inflows to Egypt over the considered period.

Keywords : Remittances, democracy, oil prices, time series, Egypt

²³⁰ Prof. Dr., akcay@aku.edu.tr, AfyonKocatepe University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics.

²³¹ Res.Asst., akarasoy@aku.edu.tr, AfyonKocatepe University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics.



September 21-23, 2017 Uşak

Vergi Uyuşmazlıkları Bakımından Makul Sürede Yargılanma Hakkı

Abstract

Abdullah TEKBAŞ²³², Betül HAYRULLAHOĞLU²³³

Özet

Anayasa Mahkemesi önünde bireysel başvuru konusu yapılabilecek haklardan biri de “makul sürede yargılanma hakkı”dır. “Geç gelen adalet adalet değildir” sözünde de ifade edilmiş olduğu gibi, yargılamanın kişilerin haklarını koruyabilmesi için mümkün olduğunca kısa bir sürede tamamlanması büyük önem taşımaktadır.

Türkiye’de adil yargılanma hakkı kapsamında güvencelerden biri olan makul sürede yargılanma hakkının anayasal düzeyde bir hak olarak tanındığı, yargısal uyuşmazlıkların makul sürede tamamlanabilmesi için çeşitli düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Ancak 2012 yılında Anayasa Mahkemesi’ne bireysel başvuru imkanı getirilinceye kadar iç hukukta bu düzenlemelere uymayı zorlayacak zorlayıcı ve tazmin edici bir mekanizmanın oluşturulmadığı bilinmektedir. Bu durum makul sürede yargılanma hakkı ihlali iddialarını içeren başvuruların iç hukukta herhangi bir mercie başvurulmaksızın doğrudan Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi’ne götürülmesine ve bu Mahkemece Türkiye aleyhine ihlal kararları verilmesine yol açmıştır. Devletin insan hakları ihlallerini incelemek ve Türkiye’nin Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi mahkûmiyetlerini azaltmak üzere kabul edilmiş olan bireysel başvuru yoluna konu edilen uyuşmazlıkların büyük bir çoğunluğunun bireylerin makul sürede yargılanma haklarının ihlal edildiği şikayetine dayanması konunun önemini ortaya koymaktadır. Vergilendirmenin kişilerin başta mülkiyet hakkı olmak üzere temel hak ve özgürlüklerine müdahale niteliği göz önünde bulundurulduğunda konu daha da önem kazanmaktadır.

Vergi uyuşmazlıkları bakımından makul sürede yargılanma hakkını konu alan bu çalışmada, vergi uyuşmazlıkları açısından bireylerin makul sürede yargılanma haklarının ne ölçüde ihlal edildiği sorusundan yola çıkılarak sonuçların ortaya konulması ve Anayasa Mahkemesi’nin konuya ilişkin yargılama kriterleri ve kararları aracılığıyla makul süre ihlallerini azaltmaya yönelik öneriler getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmada, vergi hukukunda süreler içinde yargılamaya ilişkin süreler hakkında bilgi verildikten sonra vergi uyuşmazlıkları bakımından makul sürede yargılanma hakkı; hukuksal temelleri ve kapsamı bakımından açıklanarak, Anayasa Mahkemesi’nin bu hakka ilişkin yargılama kriterleri çerçevesinde yapmış olduğu incelemeler değerlendirilmektedir. Yapılan incelemeler neticesinde, diğer uyuşmazlıklarda olduğu gibi vergi uyuşmazlıkları bağlamında da en çok ihlal kararının adil yargılanma hakkına ve bu hakkın güvenceleri içinde olan makul sürede yargılanma hakkına ilişkin olarak verildiği, yapılan başvuruların büyük çoğunluğu sonuçlanmış yargılamalara ilişkin olmakla beraber, henüz derdest durumda bulunan davalar da bulunduğu, vergi uyuşmazlıkları bakımından makul sürede yargılanma hakkının ihlal edildiğine karar verilen en uzun yargılamanın 10 yıl 8 ay; en kısa yargılamanın ise 5 yıl olduğu gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Makul Süre, Adil Yargılanma, Bireysel Başvuru, Vergi Uyuşmazlıkları.

²³²Dr. T.C. Anayasa Mahkemesi, abduallah.tekbas@anayasa.gov.tr

²³³Araş. Gör. T.C. Uşak Üniversitesi, betul.hayrullahoglu@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Conscientious Intelligence: DPÜ Faculty of Economics and Administrative Sciences Business Administration students and students of Islamic Science Faculty Example

Abstract

Sema BEHDİOĞLU²³⁴, Cengiz DURAN²³⁵, Ceren GİDERLER²³⁶,
Ümit AKTI²³⁷, Dursun BOZ²³⁸

Abstract

The ultimate goal of this work is to develop a scale of conscientious intelligence. It is to develop a scale of human conscientious intelligence which is capable of making choices, producing, managing, possessing a certain character and identity, and adapting to the inner and outer environment through information exchange.

In daily conversation, words such as "pangs of conscience", "clean conscience", "have on one's conscience" are frequently used. Conscience; can be defined as the power that enables an individual to decide on his or her moral values, which compels them to judge their behavior and attitudes.

Tarhan (2015) calls this "conscientious intelligence" in order to reach wisdom in the information age, which is gained by Bozdağ (2006) and "Spiritual Intelligence". It is possible to provide the basis of your wisdom with the teachings of thinkers like Mevlana. By listening to the inner voice of the individual, he is aware of his personal and social obligations, reaching a life of purpose, a conscientious inner sphere as a result of questioning the Creator and death. This inner voice plays an important role in reaching the age of wisdom from the individual's knowledge. The individual with this intelligence should be expected to recognize himself and his feelings, to know his strengths and weaknesses, to be aware of his goals, to draw lessons from successes and failures, to act consciously, to trust himself and his intuitions, to respect himself.

This study has been applied to the students of Dumlupınar University Faculty of Economics and Administrative Sciences Department and the students of Department Faculty of Islamic Sciences. This practice was done by face to face interview and questionnaire method with random sampling method on a voluntary basis. The obtained data were analyzed by statistical methods.

Keywords: Conscience, Intelligence, Conscientious Intelligence, Develop a Scale

²³⁴ Associate Professor. Dumlupınar University FEAS Econometrics (sema.behdioglu@dpu.edu.tr)

²³⁵ Associate Professor. Dumlupınar University FEAS Business Administration

²³⁶ Associate Professor. Dumlupınar University FEAS Business Administration

²³⁷ Assist Dumlupınar University Faculty of Islamic Sciences

²³⁸ Ph.D. Student Dumlupınar University FEAS Faculty of Business Administration (dursunboz@hotmail.com)



September 21-23, 2017 Uşak

Destinasyon Özelliklerinin Destinasyonu Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Bilecik Örneği

Abstract

Burçin BOZ²³⁹, Hakan BOZ²⁴⁰

Özet

Hizmet sektörünün ülkelerin genel ekonomisine katkısı son yıllarda önemli bir artış göstermektedir. Hizmet sektörü, gelişmiş ülkelerin gayri safi milli hasılasının yaklaşık %80'ini oluştururken, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin gayri safi milli hasılasının ise yaklaşık %60-70'ini oluşturmaktadır. Hizmet sektörünün içinde yer alan turizm de hizmet sektöründe en çok istihdam sağlayan, ekonomiye en çok katkı veren ve en hızlı büyüyen sektörlerden biri olarak gösterilmektedir.

Turizm sektörünün hızla büyümesi ise destinasyonların birbirleriyle daha çok rekabet etmesine neden olmaktadır. Destinasyonların birbirleri ile olan rekabeti ise şehrin kalkınması, sosyal ve kültürel hayatı açısından hayati bir öneme sahiptir. Destinasyonların ön plana çıkmasını sağlayan nedenlerden biri de destinasyonu tanıtıcı etkinliklerin yapılmasıdır. Bu etkinliklerden biri de televizyon dizileri aracılığıyla destinasyonun cazibesinin artırılmasıdır.

Yapılan çalışmada Bilecik ve Bilecik'te bulunan tarihi değerleri konu edilen dizilerin ve Bilecik'in doğal, kültürel ve tarihi güzellikleri ile Bilecik destinasyonunu yeniden ziyaret etme niyeti arasındaki ilişkisi incelenmiştir. Bu kapsamda Söğüt ve Bilecik'e şehir dışından gelen turistlerden 239 kişiye kolayda örnekleme yöntemiyle anket yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre katılımcıların Bilecik'e yeniden gelme niyetleri ile Bilecik konulu televizyon dizilerinin izlenmesi arasında yüksek düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna karşın Bilecik'in doğal, tarihi ve kültürel güzellikleri ile Bilecik'i yeniden ziyaret etme niyeti arasında orta düzeyde pozitif istatistiksel ilişki bulunmaktadır.

Çalışma sonuçlarına bakıldığında Bilecik ile ilgili dizilerin turistlerin Bilecik'e yeniden gelme niyetlerini daha çok etkilediği görülmektedir. Buna karşın Bilecik'te bulunan doğal ve tarihi güzelliklerin ise Bilecik'e yeniden gelme niyeti ile daha az ilişki olması Bilecik turizminin sürdürülebilirliği ile ilgili soru işaretler barındırmaktadır. Zira diziler bittiğinde Bilecik'in turizm potansiyelini kaybetmesi yapılan yatırımların boşa gitmesine neden olabilecektir. Bu nedenle politika yapıcılarının diziler ile sağlanan destinasyon cazibesinin sürdürülebilir kılınması için şimdiden çalışmalar yapması faydalı olabilecektir.

Anahtar kelimeler: Turizm, Destinasyon Pazarlaması, Bilecik, Söğüt,

²³⁹ Öğr. Gör., Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Söğüt M.Y.O, burcin.sonmez@bilecik.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

²⁴⁰ Yrd. Doç., Uşak Üniversitesi, Uygulamalı B.Y.O, hakan.boz@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Söğüt'ün Marka Kent Olma Potansiyeli: Kavramsal Bir İnceleme

Abstract

Merve BİLİR²⁴¹, Burçin BOZ²⁴²

Özet

Turizmde rekabet avantajı elde etmek isteyen kentlerin, kendilerine has marka olmalarını sağlayabilecek özelliklerini belirleyip bunlardan faydalanmaları gerekmektedir. Destinasyon markalaşmasında kültür, inanç, gastronomi, termal, tarih gibi alanlardan birinde şehrin bu yönü ön plana çıkarılarak marka kent olması sağlanmaktadır. Kentler kendilerini tanıtmak ve rekabet edebilmek adına markalaşma yolunda stratejiler ortaya koymuşlar ve kentlerin marka konumlandırmasını gerçekleştirip tanıtımını yapmaya başlamışlardır. Marka kentlerin, ekonomik ve sosyal açıdan önemli değer kazandığı görülmektedir. Aynı zamanda şehirlerin markalaşması, turizm pazarına giriş yapabilmeleri adına büyük avantajlar sağlayabilmektedir. Kentin markalaşması turizm ile ilintili çok sayıda sektörün de ekonomik olarak gelişmesine katkı sağlayarak istihdam olanaklarının da artmasında önemli rol oynayabilmektedir.

Markalaşma yolunda son yıllarda öne çıkan destinasyonlardan biri de Bilecik'in Söğüt ilçesidir. Söğüt, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2023 Türkiye Turizm Stratejisinde Kültür Turizmi Gelişim Bölgesi olarak ilan edilmiştir. Kuruluşun ve kurtuluşun beşiği olan Söğüt ilçesinin tarihi, mimari ve kültürel varlıklarının marka kent olma yolunda ilçe turizmine katkısı göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Tarihi, kültürel ve mimari zenginliklerin planlı bir tanıtım ve markalaşma stratejisi ile yönetilerek Söğüt'ün diğer turizm destinasyonlarına göre daha öne çıkmasının sağlanması gerekmektedir.

Bu çalışmada, kültür turizmi potansiyeli oldukça fazla olan Söğüt ilçesinin marka kent olması yolunda sahip olduğu tarihi, kültürel ve mimari değerlerin ortaya konması ve tanıtılması amaçlanmıştır. Bu çerçevede, kültürel ve tarihi varlıkları, bölgede düzenlenen şenlikler, konaklama olanakları, ulaşım olanakları ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: Söğüt, Marka Kent, Turizm, Kültür.

²⁴¹ Öğretim Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Söğüt MYO, merve.bilir@bilecik.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

²⁴² Öğretim Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Söğüt MYO, burcin.sonmez@bilecik.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Uygulamalı Bilimler Yüksekokulunda İşbaşı Eğitim Programı: Afyon Kocatepe Üniversitesi BUBYO Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma

Abstract

Mehmet DEMİRTAŞ²⁴³, Ahmet UYAR²⁴⁴

Özet

Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (UBYO) ticaret, uluslararası ticaret, sanayi, bankacılık ve finans sektörlerinde istihdam edilmek üzere uzman personel yetiştirmek, ilgili ve yakın alanlarda akademik çalışma yürütmek üzere kurulmuştur. Son dönemde bu okulların sayısı giderek artmış ve birçok devlet ve vakıf üniversitesinde UBYO açılmıştır. Bu okulların en önemli özelliği işbaşı eğitimi kapsamında uygulamalı ve teorik eğitimi birlikte ele almasıdır. Böylece öğrenciler okulda gördükleri dersleri günlük hayata adapte edebilme şansına sahip olmaktadır. Eğitim sistemimizin en önemli sorunlarından biri olan teorik bilgileri pratikle sınavabilme imkânına kavuşan öğrenciler iş hayatına daha iyi hazırlanmaktadır. Bu çalışmada AKÜ Bolvadin Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu öğrencilerinin işbaşı eğitimine bakış açıları ve genel olarak ders müfredatına karşı yaklaşımları araştırılmıştır. Çalışma kapsamında 162 öğrenciye bir anket çalışması uygulanmış elde edilen veriler SPSS programı yardımıyla incelenmiştir. Araştırmada frekans analizi, çapraz tablolar ve karşılaştırmalı analizlere yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin işbaşı eğitimine olumlu yaklaştıkları, daha çok uygulamalı derslere önem verilmesi gerektiği, okudukları bölümlerden memnun oldukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İş Başı Eğitimi, Ders Müfredatı

²⁴³ AKÜ BUBYO, mdemirtas@aku.edu.tr,

²⁴⁴ AKÜ BUBYO, ahmetuyar@aku.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Muhasebede İş Etiği ve Sosyal Sorumluluk Kavramı: Afyonkocatepe Üniversitesi Muhasebe Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Abstract

Kübra UYAR²⁴⁵

Özet

Bu çalışmada etik ve sosyal sorumluluk kavramının muhasebe bölümünde öğrenim gören öğrenciler üzerindeki algısı incelenmiştir. Muhasebe mesleğinin icra edilmesinde tarafsız, dürüst, şeffaf ve toplumunu her kesiminin çıkarlarını gözeterek davranışlar sergilenmesi günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Gelecekte birer muhasebeci olacak öğrencilerin eğitim aşamasında etik ve sosyal sorumluluk kavramlarını nasıl algıladıkları çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Bu amaçla 200 öğrenci üzerine bir anket çalışması uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 20 programında analiz edilmiştir. Çıkan sonuçlara göre muhasebe bölümünde etik ve sosyal sorumluluk konularına daha fazla önem verilmesi gerektiği ve ders içeriklerinin buna göre oluşturulmasının önemli olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Etik, Sosyal Sorumluluk, Meslek Etiği

²⁴⁵ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Şuhut MYO, kkilicaslan@aku.edu.tr.



September 21-23, 2017 Uşak

Mapping the Structure of International Scholarly Collaboration in Career Literature: A Four Decade Analysis

Abstract

Mehmet YILDIZ²⁴⁶, Mehmet Ali KOSEOGLU²⁴⁷, İhsan AYTEKİN²⁴⁸

Abstract

With the proliferation of scientific articles, the use of bibliometric methods in management and organization studies has been increasing. One of the bibliometric methods is called co-authorship analysis which maps the social networks among scientists (Zupic, & Čater 2015). Researchers acknowledge that scholarly collaboration ties and networks indicate stronger social relationships although they have some similarities to citation and co-citation networks (Perianes-Rodríguez *et.al.*, 2010). Co-authorship network is considered as “a mapping of collaborative ties or communication between coauthors within a research community. Two coauthors are connected and assumed to be in communication if they have previously coauthored a paper together.” (Fatt *et.al.* 2010: 849).

Social network analysis has received increasing scholarly attention (Otte & Rousseau 2002; Ye. *et.al.*, 2013). Accordingly, this method has already been utilized many researchers in different fields including strategic management (Koseoglu 2016), finance (Fatt *et.al.* 2010), nanotechnology (Rueda *et.al.* 2007), management and organization (Acedo *et.al.*, 2006) and economics (Sá *et.al.* 2017).

Previously career researchers have conducted a number of review studies (Dlouhy & Biemann 2015; Ng & Feldman 2014; Sullivan 1999; Sullivan & Baruch 2009).. Also, Lee *et.al.* (2014) have conducted the first study using bibliometric method in career discipline. However, despite the long history of career study, the structure of scientific collaboration among career researchers has not hitherto been uncovered. In response, our study seeks to fill this gap and contribute to the existing knowledge via investigating the social network established by scholars in career literature.

In so doing, we identify the evolution of the collaboration networks for four decades among career researchers via employing co-authorship analysis. Besides, we aim to identify the most productive authors regarding the number of publications. To this end, bibliometric data are collected from the articles published in six leading career journals that are available in Web of Science. The paper covers the period of 1976 and 2016. In line with the aims of the study, we seek to answer following research questions: (i) Who are the most productive researchers in career field? (ii) what is the social structure of the career discipline (iii) do co-authorship networks enhance scientific performance of career scholars in terms of number of papers published in our sample journals?

Keywords: co-authorship, career literature, social network analysis, scholarly collaboration

²⁴⁶Research Assistant, Ankara Yildirim Beyazit University, myildiz@ybu.edu.tr

²⁴⁷PhD, Hong Kong Polytechnic University, mehmetali.koseoglu@polyu.edu.hk

²⁴⁸PhD, Social Sciences University of Ankara, ihsan.aytekin@asbu.edu.tr



References

- Acedo, F. J., Barroso, C., Casanueva, C., & Galán, J. L. (2006). Co-authorship in management and organizational studies: An empirical and network analysis. *Journal of Management Studies*, 43(5), 957-983.
- Dlouhy, K., & Biemann, T. (2015). Optimal matching analysis in career research: A review and some best-practice recommendations. *Journal of Vocational Behavior*, 90, 163-173.
- Fatt, C. K., Ujum, E. A., & Ratnavelu, K. (2010). The structure of collaboration in the Journal of Finance. *Scientometrics*, 85(3), 849-860.
- Koseoglu, M. A. (2016). Growth and structure of authorship and co-authorship network in the strategic management realm: Evidence from the Strategic Management Journal. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(3), 153-170.
- Lee, C. I., Felps, W., & Baruch, Y. (2014). Toward a taxonomy of career studies through bibliometric visualization. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), 339-351.
- Ng, T. W.H., & Feldman, D. C. (2014). Subjective career success: A meta-analytic review. *Journal of Vocational Behavior*, 85(2), 169-179.
- Otte, E., & Rousseau, R. (2002). Social network analysis: a powerful strategy, also for the information sciences. *Journal of information Science*, 28(6), 441-453.
- Perianes-Rodríguez, A., Olmeda-Gómez, C., & Moya-Anegón, F. (2010). Detecting, identifying and visualizing research groups in co-authorship networks. *Scientometrics*, 82(2), pp. 307-319.
- Rueda, G., Gerdri, P., & Kocaoglu, D. F. (2007). Bibliometrics and social network analysis of the nanotechnology field. In *Management of Engineering and Technology, Portland International Center for* (pp. 2905-2911). IEEE.
- Sá, N., Ribeiro, A. P., & Carvalho, V. (2017). International collaboration and knowledge creation: Evidence from economics in Portuguese academia. *Science and Public Policy*, 44(1), 50-64.
- Sullivan, S. E. (1999). The changing nature of careers: A review and research agenda. *Journal of management*, 25(3), 457-484.
- Sullivan, S. E., & Baruch, Y. (2009). Advances in career theory and research: A critical review and agenda for future exploration. *Journal of management*, 35(6), 1542-1571.
- Ye, Q., Li, T., & Law, R. (2013). A coauthorship network analysis of tourism and hospitality research collaboration. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(1), 51-76.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.



September 21-23, 2017 Uşak

Vicdani Zekâ Ölçeği Geliştirmek: Kütahya Örneği

Abstract

Cengiz DURAN²⁴⁹, Ceren GİDERLER²⁵⁰, Ümit AKTI²⁵¹, Sema BEHDİOĞLU²⁵²,

Dursun BOZ²⁵³

Özet

Bu çalışmanın temel amacı; vicdani zekâ ile ilgili bir ölçek geliştirmektir. Kendine özgü istenç ile tercihte bulunan, belirli ayırt edici niteliğe ve kimliğe sahip, üretebilen, yönetebilen, mental yetenekleri ile iç ve dış çevresi ile bilgi alışverişinde bulunan ve sonucunda intibak sağlamaya çalışan insana ait vicdani zekâ bahsinde bir ölçek geliştirmektir.

Konuşma dilinde “Kamu Vicdanı”, “Vicdan azabı duymak”, “Temiz Vicdanlı”, “Vicdanı elvermek” gibi sözler sıkça karşımıza çıkmaktadır. Vicdan; kişinin kendi tutum ve davranışları ile ilgili kişiye hüküm vermeye mecbur eden, kişinin ahlâki değerleri temelinde karar vermesini zorlayan güç olarak tanımlanabilir.

Bozdağ (2006) ile “Ruhsal Zekâ” olarak ortaya atılan bu zekâ türüne Tarhan (2015) bilgi çağında bilgeliğe ulaşmak için “Vicdani Zekâ” olarak adlandırmaktadır. Bilgeliğe ulaşmanın özünde ise manevi değerler ve Mevlana gibi mutasavvıfların düşünceleri ile sağlamaktır. Kişinin; kendi iç sesine kulak vererek kişisel ve toplumsal sorumluluklarının farkına varması, hayat amaçlarını, Yaratıcıyı ve ölümü sorgulaması ile vicdani bir iç sese ulaşmaktadır. İçten gelen bu ses, kişiyi bilgi çağından bilgelik çağına erişmesinde mühim bir rol üstlenmektedir. Bu zekâ türüne sahip kişinin kendini ve sahip olduğu duyguları tanıması, güçlü ve zayıf yönlerini bilmesi, yaşam amaçlarının farkına varması, başarı ve başarısızlıklardan ders alması, şuurlu davranması, kendine ve sevgilerine güven duyması, kendine saygı duyması beklenmelidir.

Bu çalışma Kütahya’da yaşamakta olan ve değişik demografik özelliklere sahip kişiler ile gönüllülük esasına göre rassal olarak yüz yüze görüşme ve anket yoluyla yapılmıştır. Elde edilen veriler değişik istatistikî metotlar ile analize tabi tutulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Vicdan, Zekâ, Vicdani Zekâ, Ölçek Geliştirme

²⁴⁹ Doç.Dr. Dumlupınar Üniversitesi İİBF İşletme (cengiz.duran@dpu.edu.tr)

²⁵⁰ Doç.Dr. Dumlupınar Üniversitesi İİBF İşletme

²⁵¹ Yard.Doç.Dr. Dumlupınar Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi

²⁵² Doç.Dr. Dumlupınar Üniversitesi İİBF Ekonometri

²⁵³ Doktora Öğrencisi Dumlupınar Üniversitesi İİBF İşletme (dursunboz@hotmail.com)



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye'de Banka Kredileri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi

Abstract

Abdullah KESKİN²⁵⁴

Özet

Literatürde finansal gelişme düzeyi ile ekonomik büyüme ilişkisi üzerine yapılmış pek çok çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalarda finansal gelişme düzeyi ölçütü olarak banka kredileri, parasal büyüklükler, bankaların bazı bilanço büyüklükleri, borsa işlem hacmi, işlem gören şirketlerin piyasa değerleri vb. değişkenler gayri safi yurtiçi hasılanın oranı olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmaların önemli bir kısmı finansal gelişmenin ekonomik gelişmeye yol açtığı yönünde bulgular ortaya koymakta, bu sonuç literatürde "arz öncüllü hipotez-supply leading hypothesis" olarak bilinmektedir.

Bu çalışma, Türkiye'de banka kredileri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bu amaçla, Türkiye'de banka kredilerinin gelişimi, büyüklüğü ve türleri itibarıyla dikkate alınmakta, literatürdeki çalışmalardan farklı olarak, mevduat bankaları tarafından özel kesime kullanılan yurtiçi kredilerin ekonomik büyümeyle ilişkisi özellikle tüketici kredileri ve üretici kredileri ayırımı yapılarak araştırılmaktadır. Bu ilişkiyi tespit edebilmek için, 1994-2016 dönemine ilişkin Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden (EVDS) alınan, yine literatürdeki çalışmalarda kullanılan yıllık ve üç aylık verilerden farklı olarak aylık veriler kullanılarak ARDL Modeli Sınır Testi Yaklaşımı'yla krediler ile ekonomik büyüme arasında uzun dönem ilişki araştırılmaktadır. Yine, Granger nedensellik testiyle de ilişkinin yönü tespit edilmektedir. Çalışmanın bulguları, banka kredileri ile ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin kredilerden ekonomik büyümeye doğru olduğunu ortaya koymakta, dolayısıyla arz öncüllü hipotezi desteklemektedir. Üretici kredilerinin tüketici kredilerine göre ekonomik büyüme üzerindeki etkisi hem daha büyük hem de istatistiksel olarak daha anlamlıdır. Bir politika önerisi olarak, eğer ekonomik büyüme gözetilecek ise bankaların tüketici kredilerinden ziyade üretici kredilerine ağırlık vermelerini sağlayacak iktisadi politikalar güdülmelidir.

Anahtar Kelimeler:Banka Kredileri, Bireysel Krediler, Ticari Krediler, Ekonomik Büyüme, ARDL Modeli

²⁵⁴ Doç.Dr., akeskin@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü



September 21-23, 2017 Uşak

Relationship Between Income Distribution and Economic Growth in Developing Countries: A Panel Study

Abstract

Abdullah KESKİN²⁵⁵, İbrahim YILMAZ²⁵⁶

Abstract

This study searches the relationship between income distribution and economic growth in developing countries. For this purpose, those country groups determined by the Human Development Indexes of United Nations are chosen as developing countries which have upper middle and low middle income. The study uses Gini coefficients for income distribution and GDP growth rates for economic growth in the analysis. To capture the relationship between income distribution and economic growth in these countries, a panel data analysis is applied using the data over the period of 2000-2014. Basic OLS Model is applied since it gives better estimations than Random Effect Model and Fixed Effect Model. The findings of the study indicates that there is a negative relationship between Gini coefficients and economic growth rates. This negative relationship means decreasing Gini coefficients (improving income distribution) increases economic growth in developing countries. Furthermore the empirical result claims that a ten point decrease in Gini coefficient for example from 60 to 50 stimulates economic growth about %2 in developing countries.

Key Words: Developing Countries, Income Distribution, Economic Growth, Gini Coefficient, Panel Study

²⁵⁵ Doç.Dr., akeskin@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

²⁵⁶ Arş.Gör.Dr., ibrahimyilmaz@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi



September 21-23, 2017 Uşak

BIST İmalat Sektöründe Yer Alan İşletmelerin Kârlılık Düzeylerinin İncelenmesi

Extended Abstract

Ömer Faruk GÜLEÇ²⁵⁷, Hüseyin TEMİZ²⁵⁸

1. Giriş

İşletmelerin kârlılık düzeylerinin ve optimal sermaye bileşimlerinin analizi öncelikle mevcut ve potansiyel yatırımcıların yatırımlarında daha doğru kararlar verebilmesine imkân sağlayacaktır. Buna ek olarak, işletmelerin ilgili yıla ilişkin durumlarını değerlendirebilmek ve rekabetçi çevreyle mücadele edebilecek performansı sergilemeleri adına kârlılık seviyesinin bir iç kontrol mekanizması olarak kullanılması da mümkündür (Kabakçı, 2008: 167). Bu çalışmada BIST İmalat sektöründe 2005 – 2015 yılları arasında faaliyet gösteren 138 işletmenin kârlılıklarını etkileyen faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Panel regresyon analizi kullanılarak iki model oluşturulmuş ve işletmelerin hangi kârlılık değişkeninin daha yüksek açıklama gücüne sahip olduğu araştırılmıştır.

Varlıkların kârlılığı ve öz kaynak kârlılığı değişkenlerinin bağımlı değişkenler olarak yer aldığı iki ayrı modelde, satış büyüme hızı, finansal kaldıraç, efektif vergi oranı ve vergi öncesi marj oranı değişkenleri bağımsız değişken olarak modellerde yer almıştır. Çalışma sonuçlarına göre, varlıkların kârlılığı değişkeninin açıklama gücünün daha yüksek olduğu ve finansal kaldıraç oranı ile efektif vergi oranının işletmelerin kârlılığı ile negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak, vergi öncesi marj oranı ve satış büyüme hızı değişkenlerinin ise kârlılık değişkeniyle arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

İşletmelerin performansları ile sermaye yapıları arasındaki ilişki literatürde birçok yazar tarafından incelenmiştir. Kârlılık seviyesini farklı bağımsız değişkenlerle inceleyen çalışmalarda, finansal kaldıraç oranı, vergi değişkenleri, firma büyüklüğü ve satış büyüme hızı sıklıkla kullanılan değişkenler arasındadır. (Friend & Lang, 1988: 272) çalışmalarında kaldıraç oranı ile kârlılık arasında anlamlı düzeyde negatif bir ilişki elde etmişlerdir. (Fama & French, 1998: 819) ise yüksek düzeyde borçlanmanın vekâlet problemi yüzünden işletmenin vergi avantajı elde etmesinde en büyük engel olduğu görüşünü savunmuştur. Albayrak & Akbulut, 2008: 71) çalışmasına göre aktiflerin kârlılığının açıklanmasında en önemli değişkenlerin sermaye yapısı değişkenleri olduğu (finansal kaldıraç ve maddi duran varlık oranları) belirlenmiştir. Öz kaynak kârlılığında ise stok devir hızı ve işletme büyüklüğü değişkenleri öne çıkmaktadır. (Akkaya, 2006: 6) işletme performansı değerlendirmesinde Tobin Q değişkenini kullanmış ve işletme büyüklüğü, maddi duran varlıklar ve aktiflerin büyüme hızı bağımsız değişkenlerini incelemiştir. (Öz&Güngör, 2007: 325) satışlardaki büyüme hızı ve mali duran varlıkların firma kârlılığı ile arasında pozitif bir ilişki olduğunu ancak faaliyet oranlarının kârlılığa negatif etki sağladığını tespit etmiştir.

²⁵⁷ Yardımcı Doçent, Kırklareli Üniversitesi, omerfarukgulec@gmail.com

²⁵⁸ Yardımcı Doçent, Bozok Üniversitesi, huseyintemiz1@hotmail.com



2. Araştırma Tasarımı

Kârlılık değerlendirmesinin ele alındığı bu çalışmada Borsa İstanbul'da 2005 - 2015 yılları arasında faaliyet gösteren ve finansal olmayan 138 işletme incelenmiş ve uç değer analizi sonucu verileri analize uygun olan 866 firma-yıl gözlemi ile panel veri regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Kurulan modellerde öncelikle korelasyon analizi sonuçları değerlendirilmiş ve birçok çalışmada üst sınır olan 0,60 değerinin altında verilere ulaşılmıştır. Panel veri analizinin bir diğer değerlendirmesi olan birim kök testi sınamaları için diğer testler yanında özellikle Levin, Lin ve Chu testi sonuçları bağımsız değişkenler için test edilmiştir. Bağımsız değişkenler istatistiki olarak %1 düzeyinde anlamlı sonuçlar vermiştir. Model 1 ve Model 2 için panel veri analizinde sabit ve rassal etkiler, Hausman testi aracılığıyla belirlenmiş ve her iki modelde de test sonucu %5'in altında sonuç verdiğinden sabit etkiler kullanılmıştır.

2.1. Model ve Değişkenler

$$ROA_{it} = SG_{it} + LEV_{it} + ETR_{it} + PTM_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$ROE_{it} = SG_{it} + LEV_{it} + ETR_{it} + PTM_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$ROA_{j,t}$ = i firmasının t dönemindeki varlıklarının kârlılığı oranı

$ROE_{j,t}$ = i firmasının t dönemindeki öz kaynaklarının kârlılığı oranı

$SG_{j,t}$ = i firmasının t dönemindeki satış büyüme hızı

$LEV_{j,t}$ = i firmasının t dönemindeki finansal kaldıraç oranı

$ETR_{j,t}$ = i firmasının t dönemindeki efektif vergi oranı

$PTM_{j,t}$ = i firmasının t dönemindeki vergi öncesi marj oranı

ε_{it} = Modelin açıklanamayan kısmını (kalıntı değer) ifade etmektedir.

Tablo 1 Varlık Kârlılığı Sonuçları

Bağımlı Değişken	Varlık Kârlılığı		
	Katsayı	T. Değeri	Olasılık
Bağımsız Değişkenler			
Satış Büyüme Hızı	0,041	6,305	0,000***
Finansal Kaldıraç Oranı	-1,233	-3,900	0,000***
Efektif Vergi Oranı	-0,058	-3,669	0,000***
Vergi Öncesi Marj Oranı	0,498	26,293	0,000***
C	5,283	6,628	0,000***
R²	0,83		
F- İstatistiği	25,00		
Olasılık (F- İstatistiği)	0,000***		

Tablo 2 Öz Kaynak Kârlılığı Sonuçları

Bağımlı Değişken	Öz Kaynak Kârlılığı		
	Katsayı	T. Değeri	Olasılık
Bağımsız Değişkenler			



Satış Büyüme Hızı	0,077	6,974	0,000***
Finansal Kaldıraç Oranı	1,725	3,138	0,000***
Efektif Vergi Oranı	-0,152	-5,699	0,000***
Vergi Öncesi Marj Oranı	0,686	21,359	0,000***
C	4,183	3,041	0,000***
R²	0,76		
F- İstatistiği	16,07		
Olasılık (F- İstatistiği)	0,000***		

3. Sonuç

Çalışmanın sonuçlarına göre, her iki modelde de tüm değişkenler %1 düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Genel anlamlılık düzeyleri incelendiğinde, varlıkların kârlılığı bağımlı değişkeni ile kurulan 1. Modelin daha açıklayıcı olduğu ve daha yüksek bir R² değeri sağladığı görülmüştür. Buna ek olarak, her iki modelin birbirinden farklılaştığı en önemli değişken finansal kaldıraç oranı olmuştur. Literatürde birçok çalışmada, işletmelerin borçluluk düzeyi ile kârlılıkları arasında negatif ilişki tespit edilmişken, bu hipotezin geçerliliğine yalnızca Model 1’de ulaşılmıştır. Çalışmanın en büyük katkısı şu şekilde özetlenebilir. Varlıkların kârlılığı değişkenin, öz kaynakların kârlılığı değişkeninden daha yüksek açıklama gücüne sahiptir ve finansal kaldıraç oranı ile kârlılık değişkeni arasında anlamlı ve negatif bir ilişki söz konusudur. Diğer bağımsız değişkenler her iki modelde de aynı sonuçları üretmiştir. Gelecek çalışmalarda farklı kârlılık metrikleri ve bağımsız değişkenler kullanılarak farklı tarih ve veri seti için incelemeler yapılabilir. Özellikle finansal işletmeler için değerlendirmelerde bulunulabilir.

Anahtar kelimeler: Varlıkların Kârlılığı, Öz Kaynak Kârlılığı, Vergi Oranı, İşletme Performansı

Kaynakça

Albayrak, A.S.& Akbulut, R. (2008). “ Kârlılığı Etkileyen Faktörler: İMKB Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde İşlem Gören İşletmeler Üzerine Bir İnceleme” *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 55-83.

Akkaya, G.C. (2006). “ Sermaye Yapısı, Varlık Verimliliği Ve Kârlılık: İMKB’de Faaliyet Gösteren Deri-Tekstil Sektörü İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama” *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 30(Ocak-Haziran), 1-13.

Kabakçı, Y. (2008). “Sermaye Yapısı ile İşletme Performansı Arasındaki İlişki: Gıda Sektöründe Bir Uygulama”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8(1), 167-182.

Fama, E.F. & French, K.R. (1998), “Taxes, Financing Decisions, and Firm Value”, *Journal of Finance*, 53, 819–843.

Friend, I. & Lang, L. P. (1988),” An Empirical Test of The Impact of Managerial Self-Interest on Corporate Capital Structure,” *The Journal of Finance*, 43(2), 271-288.

Öz, Y.& Güngör, B. (2007). “Çalışma sermayesi yönetiminin firma karlılığı üzerine etkisi: İmalat sektörüne yönelik panel veri analizi.” *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 319-332.



September 21-23, 2017 Uşak

2014-2016 Yılları Arasında Türkiye’deki Bilimsel Dergilerde Muhasebe Alanında Yayımlanan Makalelerin Analizi

Abstract

Meral GÜNDÜZ²⁵⁹

Özet

Günümüzde bilimsel araştırmalar sonucunda ortaya çıkan yeni bilgilerin, diğer araştırmacılarla paylaşılması ve insanlık yararına kullanılması bilginin değerini ve önemini daha da artırmıştır. Bilimsel araştırmaların, var olan bilgilerimize katkıda bulunabilmesi ve sonuçlarının okunup yararlanılabilmesi için en hızlı bir biçimde ilgili taraflara ulaştırılması gerekmektedir. Bu noktada dergiler, araştırmacının bilgi alması kadar, bilgi vermesi sürecinde, bilimsel bilgiyi alan yazınına (literatüre) dönüştürerek, iletişimin sağlanmasında büyük rol oynar. İnternet ve ağların hızla gelişmesi sonucunda bilimsel çalışmaların kullanıcılara ulaşması daha az zaman almakta ve paylaşım da artmaktadır. Bilimsel çalışmaların araştırmacılara aktarılmasında büyük rol oynayan süreli yayımlar, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çok hızla gelişim göstermektedir. Bilimsel dergilerde yer alan makaleler araştırmacıların birbirlerinin araştırmalarını izlemelerine ve bilime katkı sağlamalarına olanak sağlar. Bu nedenle muhasebe alanında yapılan makalelere ilişkin bir çalışma yapılmıştır.

Bu çalışmanın amacı Türkiye’deki akademik araştırma dergilerinde basılmış olan muhasebe ile ilgili makalelerin analizinin yapılması ve buna bağlı olarak eğilimlerin saptanmasıdır. Toplanmış olan ve veri olarak kabul edilen makaleler, Finansal Muhasebe, Yönetim ve Maliyet Muhasebesi, Denetim, Muhasebe Standartları, Muhasebe Bilgi Sistemi, Muhasebe Eğitimi, Muhasebe Mesleği ve Meslek Mensupları, Sosyal Muhasebe ve Raporlama, Uzmanlık Muhasebesi, Diğer şeklinde 10 ana kategori altında alt kategorilere göre sınıflandırılarak analiz edilmiştir. Bu çalışmada 2014-2016 yıllarında akademik dergilerde yayımlanan muhasebe alanındaki makaleler analiz edilmiştir. Muhasebe alanında yayımlanan makalelerin çoğunluğunun vakıf, dernek ve diğer kuruluşlara ait dergilerde yayımlandığı belirlenmiştir. Muhasebe alanında en çok makalenin 2014 yılında Mali Çözüm ve Muhasebe Finansman dergilerinde, 2015 ve 2016 yıllarında ise Muhasebe Bilim Dünyası dergisinde yayımlandığı, 2014-2016 yılları arasında toplamda en çok makalenin Muhasebe Bilim Dünyası dergisinde yayımlandığı tespit edilmiştir. 2014-2016 yılları arasında genel olarak sırasıyla Muhasebe Denetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları ve Finansal Muhasebe alanlarında en çok yayının yapıldığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, Dergi, Makale, Makale Analizi

²⁵⁹ Yrd.Doç.Dr., Uşak Üniversitesi, meral.gunduz@usak.edu.tr.



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye’de Mobil Bankacılığın Gelişimi

Abstract

Mehmet Ali DEMİR²⁶⁰

Özet

Dünya’da son yıllarda artan dijitalleşme ile birlikte birçok sektör bu alanda çalışmalarını hızlandırmıştır. Bu süreci en hızlı uygulayan sektörlerden birisi de bankacılık sektörüdür.

Dünya’da ve Türkiye’de hızla yayılan akıllı telefon ve internet kullanımı ile birlikte insanlar şube bankacılığı hatta internet bankacılığı sistemini terk etmeye başlayarak mobil bankacılık sistemine kaymaya başlamışlardır. Şube bankacılığı hatta internet bankacılığı sistemi sayesinde yapılan bütün finansal ve finansal olmayan işlemler mobil bankacılık uygulamaları ile de yapılmaya başlamıştır. Bu durum bankalar için maliyet azaltıcı, kar artırıcı bir etki yaratırken, müşteriler için ise zaman tasarrufu sağlamaktadır.

2011 yılından itibaren artan akıllı telefon ve internet kullanımı Türkiye’de mobil bankacılık sistemini bankacılık sektöründe en önemli bir alternatif dağıtım kanalı haline getirmiştir. Bu çalışmada, Aralık 2011-Haziran 2017 yılları arasında Türkiye’de mobil bankacılığın gelişimi üzerinde durulmakta ve insanların mobil bankacılık sistemini kullanarak yaptığı finansal ve finansal olmayan işlemlere yönelik istatistiksel veriler analiz edilmektedir.

Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, Türkiye’de yaklaşık 75 milyon kişinin cep telefonuna sahip olduğu ve bunun da yaklaşık % 85’inin akıllı telefon kullandığı tespit edilmiştir. Haziran 2017 verilerine göre mobil bankacılık sistemini aktif bir şekilde kullanan müşteri sayısı 24 milyon 385 bin kişiye ulaşmıştır. Mobil bankacılık sistemi kullanılarak yapılan finansal ve finansal olmayan işlemler değerlendirildiğinde ise, Haziran 2017 döneminde finansal olmayan işlem (kredi kartı ve ek kart başvurusu, kredi başvurusu, düzenli ödeme talimatı, fatura ödeme talimatı, finansal olmayan diğer işlemler) adedinin iki milyarı geçtiği tespit edilmiştir. Aynı dönem içerisinde, mobil bankacılık sistemi kullanılarak yapılan finansal işlemlere (para transferleri, yatırım işlemleri, kredi kartı işlemleri vs.) ait işlem adedi ve işlem hacmi rekor seviyelere ulaşmıştır.

Teknolojinin bu hızla devam etmesi durumunda, yakın gelecekte mobil bankacılığın şube ve internet bankacılığının önüne geçmesi kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, mobil bankacılık, finansal işlemler, finansal olmayan işlemler.

²⁶⁰ Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, : malidemir@karatekin.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Uluslararası Öğrencilerin Akademik Uyum ve Memnuniyet Araştırması: Uşak Üniversitesi Örneğinde Çok Değişkenli Yöntemlerle Bir Analiz*

Abstract

Murat GÜNDÜZ²⁶¹ Naib ALAKBAROV²⁶² Meral GÜNDÜZ²⁶³

Suat ŞAHİNLER²⁶⁴ Cemil ERTUĞRUL²⁶⁵

Özet

Türk Yükseköğretiminin 2023 hedef perspektifi olarak YÖK tarafından belirlenen “yükseköğretimin uluslararasılaşması” amacına yönelik politikalar ve uygulamalar ile Türkiye’de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin sayıları hızlı bir şekilde artmaktadır. Bu artışla birlikte Türkiye açısından siyasi, sosyal, kültürel ve ticari alanlarda ortaya çıkacak çeşitli sonuçların değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Aynı zamanda uluslararası öğrencilerin ulusal ve yerel ekonomik etkileri de dikkate alındığında, bu öğrencilerin uyum sorunlarını belirlemek ve bunlara çözüm önerileri sunmak önem arz etmektedir. Uşak ili ve Uşak Üniversitesi sahip olduğu potansiyel bakımından uluslararası öğrenciler için bir çekim merkezi olma hedefindedir. Bu çalışmada bu amaç doğrultusunda Uşak Üniversitesinde aktif kayıtlı bulunan yaklaşık 90 ülkeden 3000’in üzerinde uluslararası öğrencinin akademik uyum sorunlarının tespiti ve iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunulması ve memnuniyetlerinin araştırılması amaçlanmaktadır.

Araştırma kapsamında öğrencilere 117 sorudan oluşan bir anket çalışması uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen verilerin yüzde ve frekans dağılımları yapılmış, t testi, varyans analizi, korelasyon analizi, regresyon analizi ve kanonik korelasyon analizi gibi çok değişkenli istatistiksel yöntemler uygulanarak bulgular analiz edilmiştir. Araştırma bulguları çapraz tablolar oluşturularak ta yorumlanmıştır. Kategorik değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının analizinde Ki-Kare Bağımsızlık Testi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Akademik Uyum’u en fazla Sosyal Uyum ve Akademik Memnuniyet değişkenlerinin etkilediği görülmüştür. Akademik Memnuniyet’i en fazla etkileyen değişken ise beklendiği üzere Akademik Uyum’dur. Sosyal Uyum değişkeninin de Akademik Memnuniyet üzerinde önemli etki yaptığı görülmüştür. Üniversite Memnuniyeti’ni en fazla etkileyen değişken Uşak İli Memnuniyeti’dir. Sosyal Uyum değişkeninin de Üniversite Memnuniyeti üzerinde önemli etki yaptığı görülmektedir. Uşak İli Memnuniyeti’ni en fazla etkileyen değişken Barınma Memnuniyeti’dir. Türkiye Memnuniyeti değişkenini en fazla etkileyen değişken Akademik Memnuniyet, Uşak İli Memnuniyet ve Sosyal Uyum değişkenleridir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Öğrenci, Akademik Uyum, Çok Değişkenli Analiz.

* Bu Çalışma, Uşak Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince desteklenmiştir.

²⁶¹ Yrd.Doç.Dr., Uşak Üniv. İ.İ.B.F. Ekonometri Bölümü. murat.gunduz@usak.edu.tr.

²⁶² Yrd.Doç.Dr., Uşak Üniv. İ.İ.B.F. İktisat Bölümü. naib.alakbarov@usak.edu.tr.

²⁶³ Yrd.Doç.Dr., Uşak Üniv. Uygulamalı Bil.Y.O. Muhasebe Bilgi Sist. Bölümü. meral.gunduz@usak.edu.tr.

²⁶⁴ Prof.Dr., Uşak Üniv. Tıp Fak. suat.sahinler@usak.edu.tr.

²⁶⁵ Prof.Dr., Uşak Üniv. İ.İ.B.F. İktisat Bölümü. cemil.ertugrul@usak.edu.tr.



September 21-23, 2017 Uşak

Hizmet Atmosferinin Tüketicilere Etkisi: Psikonörobiyokimyasal Perspektif

Abstract

Ayşen ACUN²⁶⁶, Burçin BOZ²⁶⁷

Özet

Tüketicilerin satın alma kararlarını ürünlerin fizyolojik özelliklerinden ziyade kendilerine kattığı psikolojik ve sosyolojik fayda oryantasyonlu olarak verdikleri görülmektedir. Aynı zamanda satın alma davranışlarının önemli bir kısmını içgüdüsel, dürtüsel, ve plansız olarak yapmaktadırlar. Son yıllardaki çalışmalara bakıldığında tüketicilerin satın alma kararlarında bilinçaltı süreçlerin ve gizli güdülerin oldukça önemli bir rolü olduğu ortaya çıkmaktadır. Tüketicileri bilinçaltı etkileyen süreçlerden biri de hizmet ortamının atmosferidir.

Turistik ürünün soyut olma özelliğinden dolayı tüketiciler bu ürünleri satın alırken bazı özelliklere dikkat etmektedirler. Hizmetlerin soyut olmasından dolayı hizmetlerin değerlendirilmesinin yapılmasında bazı etkenler söz konusu olabilmektedir. Rakip işletmeler ile aynı hizmeti veren bir işletmenin fark yaratabilmesi için “hizmet atmosferi” olarak adlandırılan kavrama önem vermesi gerekmektedir. Atmosfer; belli bir yerde belli bir zamanda bireylerin toplam deneyimini etkileyen duyular üzerinde etkisi olan uyarıcılar demetidir. Hizmet atmosferi ise, tüketicilerin duyularıyla kavradığı bir etmendir. Atmosfer kavramı özellikle hizmet sektöründeki ürünlerin soyut olma özelliğinden dolayı oldukça önemlidir. Çünkü tüketiciler hizmet atmosferi ile turistik ürün hakkında somut ipuçları elde ederler. Bir hizmet işletmesinin atmosferi; renk, ısı, ışık, ses gibi özellikleri tüketicilerin satın alma kararı alma aşamasında tüketicilerin duygu durumları üzerinde etkili olabilmektedir. Çünkü tüketiciler hizmet atmosferi ile turistik ürün hakkında somut ipuçları elde ederler. Elde ettikleri bu veriler sonucunda da turistik ürün ile ilgili değerlendirme yaparak satın alma kararı vermektedirler. Hizmet atmosferi tüketicilerin fizyolojik ve psikolojik durumlarına etki edebilmektedir.

Bu çalışmada, hizmet sektörü olan turizm işletmelerindeki atmosferindeki ısı, ışık, renk gibi uyarıcıların tüketiciler üzerindeki fizyolojik ve psikolojik etkilerinin psikonörobiyokimyasal açıdan ortaya konulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Psikonörobiyokimya, Hizmet Atmosferi, Turizm, Satın Alma Kararı, Hizmet Pazarlaması.

²⁶⁶ Öğretim Görevlisi, Uludağ Üniversitesi İznik MYO, aysen_acun@hotmail.com (Yazışma yapılacak yazar)

²⁶⁷ Öğretim Görevlisi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Söğüt MYO, burcin.sonmez@bilecik.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Örgütsel Bağlılık - İş Tatmini İlişkisi

Abstract

Hasan Fikri BİLGİÇ²⁶⁸

Özet

Örgütten kaynaklanan bir takım niteliklerin varlığı ya da yokluğu her bir çalışanın çalıştığı kuruma ilişkin tutumlarını ve çalışanın kurumuna karşı bağlılığını etkiler. İş tatmini ve örgütsel bağlılık ise birlikte değerlendirildiğinde kaçınılmaz olarak birbirleri ile ilişkili, fakat buna karşın ayırt edilebilir farklar gösteren tutumlar olarak belirtilmektedir. İş tatmini mevcut iş çevresi ile ilgili olarak işe yönelik verilen tepkilerden oluşurken, örgütsel bağlılık bu tepkilerle ilişkili daha kalıcı ve genel değerlendirilmelerden oluşmaktadır. Kişinin çalışacağı yer olarak seçtiği örgütün kendisine sağladığı olanak ve faydaları değerlendirerek, örgütle arasında kurduğu bağı vurgulayan örgütsel bağlılık, çalışanlar ve örgüt açısından olumlu sonuçlar getirmesi bakımından oldukça önemlidir. Çalışanlarda örgütün sunduğu yararlar sonucu oluşan iş tatmini kişinin örgüte bağlılığının önemli bir parçası olmaktadır.

Anahtar Kelimeler : Bağlılık, Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini.

²⁶⁸ Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Dalı, Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, hasanfikribilgic@mail.com



September 21-23, 2017 Uşak

#Rezist. A Case Study on Social Media Fighting Corruption

Abstract

Monica PĂTRUȚ²⁶⁹

Abstract

After the government of the Grindeanu Cabinet was sworn into office in Romania, in January 2017, protests took place throughout the major cities of Romania against ordinance bills that were proposed by the Ministry of Justice regarding the amendment of the Penal Code and the pardoning of certain committed crimes, especially the abuse of power. The reactions of all public institutions, which should have provided explanations to the public opinion, were delayed and incomplete. The aim of this study is to explain the role played by the social media, especially Facebook, in the events that followed the Romanian protest #Rezist. Summarizing the literature, we are going to illustrate how Romanian citizens have turned to social media as a channel which managed to: a) provide reliable information in real time about the actions of the Grindeanu Cabinet and the protests in Bucharest and the major cities of Romania, b) organize protests against the political actors held responsible and c) rally people and the resources necessary. The protests involving tens of thousands of people in all major cities, being directed against the political class considered corrupt were organized and promoted in the social media and led to the withdrawal of the contested ordinance.

Keywords: #rezist, social media, anti-corruption, Romania, 2017, protests.

²⁶⁹Asoc.Prof.Dr., monicapatrut@yahoo.com, Vasile Alecsandri University of Bacau, Faculty of Letters, Romania,



September 21-23, 2017 Uşak

Intelligent methods for representing accounting knowledge

Extended Abstract

Bogdan PĂTRUȚ²⁷⁰, Simona-Elena VÂRLAN²⁷¹

1. Abstract

In this paper, we will describe some intelligent methods for representing different kind of accounting knowledge. These methods are used to model the complete accounting analysis, starting by describing an economic operation in natural language, and finishing by writing the financial reports.

2. Overview

Representing accounting knowledge implies representing the rules, reasoning, norms, value judgments, laws and principles that lie at the basis of accounting. At the end, we must represent the financial reports in an adequate model. These methods can be integrated in an original architecture that describes the flow of the process of complete accounting and financial operations, starting with reading or consulting the primary documents, and ending with the financial reports. The elements integrated in the architecture are represented by:

- Documents – these refers to bills, invoices, contracts, and other input information
- Economic operations – these represents all kind of economic operations that can be described in natural language sentences
- Semantic interpreter – which will parse the natural language sentences and will automatically generate accounting entries
- Norms – which represents all the rules, norms and financial and accounting laws, GAAP, IFRS
- Accounting entries – are formal equations for representing economic operations
- Rules – represents general accepted account functioning rules (i.e. technical rules)
- Reports – which represents financial reports of an enterprise at the end of the financial period (month, semester, year)

To represent accounting knowledge, we can use different methods like regular expressions, first order predicate calculus, production rules, semantic nets and semantic standards (XBRL and SKOS).

3. Literature and The Rationale of The Study

The problem of formalization of the accounting was in the centre of the attention of different accounting researchers in the beginning of the 20th century. Another approach was related with the revolution in electronic data processing and the appearance of the tabular

²⁷⁰Lecturer. Dr., bpatrut@gmail.com, "Alexandru Ioan Cuza" University of Iași , Department of Computer Science, Iași, Romania, *Contact Person*

²⁷¹ Assist. Prof.Dr., simona.varlan@gmail.com, "Alexandru Ioan Cuza" University of Iași , Department of Computer Science, Iași, Romania, *Contact Person*



September 21-23, 2017 Uşak

computer programs. Then, the next step was to formalize the knowledge accounting in a mathematical form and methodologies to use artificial intelligence and expert systems where developed more and more as a continuous process of accounting activity automatization.

The paper will present the possibility to semantically analysis the economic operations by parsing the text followed by an “interpretation” and “execution” of the analysed text, representation of the accounting entries through conceptual models of knowledge representation studied by AI like first order predicates calculus, production rules or semantic network, and in the end the possibility to represent financial reports in a standardized way for computers to be able to automatically analyse it.

4. Methodology

For the semantic analysis of the economic operations we intend to use the PROLOG language to” translate” the accounting entries in formalized ways where the phrases will be turned from a row of characters into lists of rows of characters that in the end will receive specific semantic interpretations. To exemplify the accounting knowledge representation models in a knowledge-based system, we will consider regular expressions that is a meta-language for describing words in a language (formal or natural), in a very simple and elegant formalised way. To represent financial reports, we will use some specific XML based semantic standards.

5. Conclusion

We intend to propose intelligent methods for accounting knowledge representation to create a complex architecture for the complete financial and accounting analysis.

Keywords: Knowledge Representation, Accounting, AI.



September 21-23, 2017 Uşak

Türk Bankacılık Sisteminde Sermaye Yeterlilik Oranını Belirleyen Faktörler

Abstract

Rıdvan ÇABUKEL²⁷²

Özet

Bankaların yaptığı işlemlerin sonuçları dönemsel olarak bilanço ve gelir tablosunda gösterilmektedir. Bu finansal tablolar pek çok analizin ve bütçeleme süreçlerinin temelini oluşturmaktadır. Buna ilave olarak, bankacılık sektöründe sermaye yeterlilik oranı (SYR) bankaların mali gücünü göstermektedir. Bu oran Basel-1, Basel-2 ve Basel-3 olarak adlandırılan Basel düzenlemeleri çerçevesinde hesaplanmaktadır. SYR hesaplaması bankaların veri tabanlarında yer alan çok karmaşık yapıdaki bilgilere dayanmaktadır.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) SYR düzenlemeleri uluslararası standartlara uyum ve makro ihtiyatlılık politikası gereği zaman içinde değişmektedir. Bu değişikliklerin en önemlileri Basel-2'ye geçiş sürecinde operasyonel riske ve kredi riskine ilişkin uyumdur. Operasyonel riske ilişkin düzenleme değişikliği Haziran 2007'de, kredi riskine ilişkin değişiklik ise Temmuz 2011'de yürürlüğe konulmuştur. Piyasa riskine ilişkin düzenlemede ise çok önemli bir değişiklik olmamıştır.

Kredi riskinin hesaplanmasında bilançoda yer alan bakiyeyi oluşturan birey, şirketler, finansal kurumlar ve devletlerin riskini ve teminatlarını dikkate alan risk ağırlıkları kullanılmaktadır. Operasyonel risk ise gelir tablosunu esas almaktadır. BDDK tarafından bilanço ve sermaye yükümlülüğü dahil olmak üzere yayımlanan bankacılık göstergeleri, finansal istikrarın takibi açısından uluslararası yatırımcılar ve kuruluşlar tarafından izlenmektedir.

BDDK sermaye yeterlilik oranları ve bilanço kalemlerini konsolide bazda Aralık 2002'den beri aylık olarak konsolide olarak yayımlamaktadır. Bu çalışmada, Aralık 2002-Nisan 2017 dönemine ilişkin aylık veriler esas alınmıştır. Söz konusu dönemde kredi miktarı sürekli artış göstermekte ve SYR ise sürekli azalmaktadır. "TL Krediler" ve "YP Aktifler"deki değişimlerin SYR'deki değişimi açıkladığı tespit edilmiştir. Analizlerde Basel-2'nin kredi riski düzenlemelerinin dahil edilmesinin etkisi de değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelime: Bankacılık, Finansal Risk Yönetimi, Basel-II, Sermaye Yeterliliği

²⁷² Dr.,rcabukel@gmail.com, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Bölümü.



September 21-23, 2017 Uşak

The New Sur/faces of Turkish Television World (Türk Televizyon Dünyasının Yeni Yüz/eyleri)

Abstract

Savaş ARSLAN²⁷³

Özet

The economy of television markets has been diversified more than ever. While one may start a historical separation of public and private television, since the start of private television in Turkey in the 1990s, one can also claim that the television networks primarily relied on advertisement revenues. However, the advent of cable and satellite television changed this picture to a degree and turned the rights to access into another revenue source. Thanks to this both niche television programming and thematic content production became crucial for television networks which diversified not only the number of channels but also their content production branches.

When one look at the picture in Turkey, in recent years, the number of television and radio outlets stays over a thousand and these are well dispersed in terms of transmission through different channels, including terrestrial, digital satellite TV, and cable TV. This picture has recently been changing thanks to the influx of IPTV and other Internet technologies adaptable to computers, tablets, and mobile devices.

At the moment, the public television TRT (Turkish Radio and Television) is operating with twenty different channels available through satellite or cable TV, while a handful of which are also available as terrestrial. When one look at the private channels, on top of the several major national private television channels, thematic television broadcasts are also carried through in various forms, including the themes of news, sports, music, documentary, children, education, and telemarketing among others. The gradually developing number of these channels is well over a hundred. However, thanks to the Internet, now we are facing also two new phenomena: the change in content providing outlets and also the rise of small and private TV channels uploading regular periodical content to YouTube or other channels.

In such a picture, what we understand from television is also gradually changing. Today, while it is possible to talk about a strong and well-endowed television market in Turkey, the future of this market also presents various challenges and possibilities. In this regard, two important recent developments in relation to the Turkish television market might be underlined as follows: First one is the increasing focus on the content production and the local distribution and exportation of this content, in the form of TV series, shows, and formats. And secondly, both the influx of digital technologies and the move toward the democratization of the content production are offering various new potentialities. While the first of these developments helps strengthening the global position of the Turkish TV market, the second one has seen by multiple scholars as both a chance and threat to the future of the TV.

²⁷³savas.arslan@comm.bau.edu.tr, Prof. Dr., Bahçeşehir University.



September 21-23, 2017 Uşak

In this presentation, I will try to focus on various tropes that may be related to the above developments including but not limited to our understanding of both television and the televisual. In this regard, I will first focus on the development of the Turkish television market with a specific approach by keeping in mind the recent technological, economic and sociocultural changes. Then, I will try to lay out the contemporary scene of the Turkish television market in relation to the global developments in media industries. In the last part of my presentation, I will argue that the influx of social media in relation to the televisual content and the popularization of online televisual content consumption may be seen as developments, bringing not an end to the television, but instead as developments which proliferate the televisual in a novel manner.



September 21-23, 2017 Uşak

Belediyelerde Halka İlişkiler Uygulamaları ve Isparta Belediyesi Örneği

Abstract

Hatike KOÇAR²⁷⁴

Özet

Halkla ilişkiler konusunda ortak bir tanıma varmak oldukça zordur. Bu durumun sebebi ise halkla ilişkiler kavramının geniş uygulama alanı olması ve çoğu kez de komşu tekniklerle içi içe girmesi ve en önemlisi birbirinden ayrı amaçları olan örgütlerde (kamusal ya da özel) uygulanmakta olmasıdır. Yapılan tanımlamaların bir bölümünde, halkla ilişkileri örgütün çevre desteğini sağlamak için yapmış olduğu tasarlı girişim olarak ele alınmaktadır. Bu tanım daha çok halkla ilişkilerin özel kesimdeki görünümüne bakılarak yapılmış olup özel kesim firmalarının kendilerini topluma karşı savunmaları gereği ve özel kesim ideolojisini çevreye yayma ve benimsetme çabaları üzerine üzerine inşa edilmiştir. Yapılan başka bir tanım ise; yapılan uygulamalardan sonuç çıkarmakla birlikte daha çok olması gereken üzerinde durmaktadır. En yalın hali ile halkla ilişkilerin iki evresini tanıma ve tanıtmaya oluşturmaktadır. Tüm bu tanımlamalardan yola çıkarak halkla ilişkiler olayının temelinde iletişimin bulunmaktadır. Bu iletişim kitle iletişim araçlarından yararlanılarak gerçekleştirildiği gibi, aracısız ve yüz yüze de gerçekleştirilebilir. Özet olarak, halka ilişkileri hem yönetimi hem de halktan etkilenmeyi sağlayıcı, bu amaçla yöntemler oluşturan, olanaklar sağlayan planlı bir çaba olarak ele alabiliriz.

Ülkemizde Batılı anlamda mahalli idare birimlerinin kurulması ise 20. Yüzyılın başlarına dayanmaktadır. Bu bağlamda ilk belediye teşkilatı İstanbul'da kurulmuştur. Bu döneme kadar kadılar, muhtesipler, mimar ağaları, vakıflar ve loncalar tarafından yerine getirilen hizmetler kurulan belediye örgütleri eliyle yerine getirilmeye başlanmıştır. Zaman içerisinde çeşitlenerek ülkenin geneline yayılmış ve çıkarılan çeşitli yasalarla da bugünkü görünümüne kavuşmuştur. Belediye Kanunu 3. Maddesinde 'beldenin ve belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisi' olarak tanımlanmaktadır. Bu kapsamda belediyeler, halka en yakın kamu kuruluşlarıdır. Bunun için belediyeler; halka dönük hizmet anlayışını benimseyerek, halk ile her zaman iç içe olmak zorundadırlar. Başarılı belediyecilik ise; halkına daima yakın olan, onlardan güven, sevgi ve destek gören belediye kurumu olmalarına bağlıdır. Halkla ilişkiler; hedef kitle ile belediye arasındaki köprü görevini üstlenmiştir. Halkla ilişkiler uygulamaları ile var olan, yanlış algılanan ya da anlaşılamayan sorunları saptayarak, oluşan karmaşık yapıyı ortadan kaldırmaktadır. Belediyelerin hizmet sundukları halkın beklentilerini karşılamaları ve halkın kendilerinden neler beklediklerini saptamaları noktasında halkla ilişkiler kavramı büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışmada da tüm bu noktalardan hareketle Isparta Belediyesinde uygulanan halkla ilişkiler uygulamaları ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Belediyeler, Isparta Belediyesi

²⁷⁴ Öğretim Görevlisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Aksu Mehmet Süreyya Demiraslan Meslek Yüksek Okulu, Yerel Yönetimler Programı, hatike_kocer35@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye’deki Suriyeli Çocukların Eğitimi ve ‘Pictes’ Projesi

Abstract

Hatike KOÇAR²⁷⁵

Özet

Göç kavramı en yalın haliyle ekonomik, toplumsal veya siyasi nedenlerle insanların bireysel ya da kitlesel olarak yer değiştirme eylemi olarak tanımlanmaktadır. Bu hareket ülke içinde olursa iç göç, ülkeler arasında olursa dış göç veya uluslararası göç olarak adlandırılmaktadır. BM Nüfus Bürosunun tanımına göre göç, “kişinin köken yerinden başka bir yere giderek orada kalıcı yerleşmesi ve böylece ikamet yerinin değişmesi” anlamına gelmektedir. Suriyeli sığınmacılar ile ilgili yapılan araştırmalar ve hazırlanan raporlar 2011’den beri Türkiye’de bulunan Suriyeli sığınmacıların sayısının gün geçtikçe artması ve Suriye’deki iç savaş ve şiddet ortamının hala sürüyor olması nedeniyle Suriyeli sığınmacıların uzun süre Türkiye’de kalacaklarını göstermektedir. Bugüne kadar çoğunlukla sivil toplum kuruluşları tarafından Suriyeli sığınmacılarla ilgili daha çok kısa vadeli, can ve mal güvenliklerini sağlamaya yönelik, yaşamları için gıda, barınma, giyinme gibi birincil ihtiyaçların ve sorunların tespit ve tedarik edilmesine ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Ancak yaklaşık 5 yıldır Türkiye’de bulunan Suriyeli sığınmacıların kısa vadede ülkelerine dönemeyecekleri varsayıldığında, ülkeye uyumları ve sosyal bütünleşmelerinin sağlanması adına uzun vadeli sorunlara yönelik çalışmaların yapılması, buna ilişkin politikaların geliştirilmesi önemlidir.

Suriye’den Türkiye’ye göç ile gelenlerin arasında çocukların olması ve çocukların toplumsal ve sosyal hayat uyumunun gerçekleştirilebilmesi için eğitim almaları yönünde çalışmalar başlatılmıştır. Bu amaçla AB tarafından Türkiye’deki Geçici Koruma Kapsamındaki Suriyelilerin insani yardım, eğitim, sağlık, psiko-sosyal destek ve göç yönetimi gibi alanlarda doğrudan hibe ile finanse edilen-İngilizce kısaltması ‘Pictes’ Türkçesi ise “Suriyeli Çocukların Türk Eğitim Sistemine Entegrasyonunun Desteklenmesi” projesi 03.10.2016 tarihinde başlamıştır. Proje ilk olarak Suriyeli göçmen nüfusunun fazla olduğu iller olan İstanbul, Şanlıurfa, Hatay, Gaziantep, Mersin, Kilis, Bursa İzmir ve Mardin illerinde başlatılmıştır. Türkiye’deki zorunlu okul yaşındaki Suriyeli öğrencilerin eğitimi için iki alternatif bulunmaktadır. İlki Arapça dilinde Türk Müfredatına göre adapte edilmiş Geçici Eğitim Merkezleri (GEM), ikinci alternatif ise; Örgün eğitim içinde, Türk eğitim sistemi müfredatına göre eğitim verilen kamu okullarıdır. Suriyeli öğrencilerin kayıt oranları incelediğinde GEM’ler deki öğrenci sayısı MEB bağlı okullarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Geçici eğitim merkezleri(GEM), okul çağındaki Suriyeli çocuklara ve gençlere yönelik oluşturulan, hem kamplarda hem de kamp dışında faaliyet gösteren, uyarlanmış Arapça müfredatı ile eğitim veren merkezlerdir. Ülkemizde şuan kayıtlı 432 GEM mevcuttur. GEM’ler dışında çocuklar Kendi bölgelerindeki okullara da kayıt yaptırabilmektedir.

Bu proje ile erken evlilik yada zorla evlendirilmenin önüne geçilmesi, radikal gruplara kurban gitmenin önüne geçilmesi, toplumda dışlanmışlık hissinin en aza indirilmesi, suç

²⁷⁵ Öğretim Görevlisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Aksu Mehmet Süreyya Demiraslan MYO, Yerel Yönetimler Programı, hatike_kocer35@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

eğilimin azaltılması gibi pek çok amaç belirlenmiş olup bu hedefler gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Suriyeli Çocuk, Eğitim.



September 21-23, 2017 Uşak

Lojistik Regresyon ile Bulanık Jojistik Regresyonun Karşılaştırılması Üzerine Bir Benzetim Çalışması

Abstract

Cengiz GAZELOĞLU²⁷⁶, Sinan SARAÇLI²⁷⁷

Özet

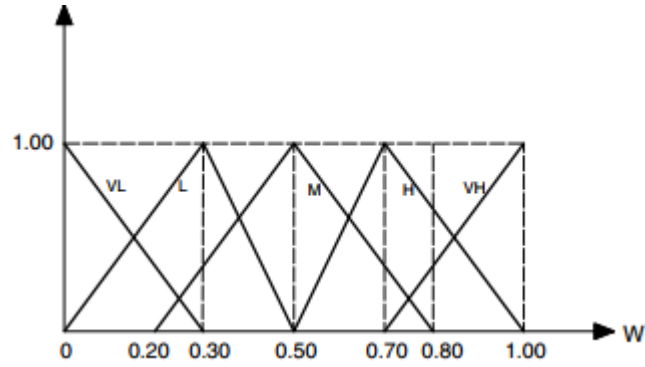
Bu çalışmanın amacı, sosyoloji, tıp, bankacılık, aktüerya sosyal alanlar gibi birçok alanda sınıflandırmak amacıyla kullanılan lojistik regresyon analizi ile bulanık lojistik regresyon analizi arasındaki farklılıkları bir benzetim çalışması ile ortaya koymaktır.

Regresyon analizi değişkenler arasındaki ilişkinin modellenmesinde kullanılan istatistiksel yöntemlerden birisidir. Birçok istatistiksel analiz yönteminde olduğu gibi regresyon analizinin belirli bir veri setine uygulanabilmesi için belli başlı varsayımları sağlaması gerekmektedir. Farklı varsayımlar için literatürde birçok farklı regresyon teknikleri mevcuttur. Basit ve çoklu regresyon tekniklerinin tekniklerinin en önemli varsayımların biri, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir. Ayrıca hata terimlerinin varyansının $N(0, \sigma^2)$ parametrelere sahip normal dağılımdan gelmesi gerekir. Fakat lojistik regresyon analizinde bağımlı değişken kategorik bir yapıya sahiptir. Kategorik değişkenlere örnek olarak var-yok, sıcak-ılık-soğuk, kesinlikle katılmıyorum-katılmıyorum-karasızım-katılıyorum-kesinlikle katılıyorum vb. gibi birçok örnek verilebilir. Sonuç olarak lojistik regresyon analizi, bağımlı değişkenin kategorik olduğu durumlarda sınıflama yapmak için araştırmacılara yardımcı olan bir regresyon tekniğidir. Kategorik değişkenlerin çalışmalarda kullanılması bazı problemlere neden olmaktadır. Örneğin bu problemlerden biri, 0 ile 15 derece arasındaki hava sıcaklıklarında havanın durumunu soğuk diye niteleyen bir kişi 16 ile 20 derece arasındaki hava sıcaklığını ılık diye nitelemektedir. İşte tam olarak bu kısımda problemler ortaya çıkmaktadır. Klasik mantıkta ayrımlar çok keskindir. Yani yukarıdaki örneğe göre hava ya ılık ya da soğuktur. Fakat bulanık mantıkta ise keskin bir ayrım olmaksızın ait olunan kümeye üyelik derecesini gösteren üyelik katsayıları vardır. Yani hava sıcaklığının 15,5 derece olması durumunda 0,52'lik üyelik değeri ile ılık kategorisine girerken 0,48'lik üyelik değeri ile soğuk kategorisine girmektedir. Böyle durumlarla karşılaşıldığı zaman problemlere bulanık mantık çerçevesinde yaklaşmak, çalışmanın sonuçları için daha sağlıklı olacaktır.

Çalışmada kullanılan veriler MATLAB paket programı kullanılarak türetilmiştir. Türetilen veriler ilk olarak lojistik regresyon analizi ile çözümlenmeler yapılarak doğru sınıflandırma oranı belirlenmiştir. Daha sonra ilgili literatür bilgileri doğrultusunda şekil 1'de yer alan üçgensel üyelik fonksiyonu yardımı ile veriler bulanıklaştırılmıştır. Bulanıklaştırmada kullanılan sistem eşitlik 1'de yer almaktadır. Bulanıklaştırmadan sonra ağırlıklı ortalamalar yöntemi ile bulanık veriler durulaştırılmıştır. Son olarak çözümlenmeler yapıp, elde edilen sonuçların doğru sınıflandırma oranlarına göre karşılaştırmalar yapılmıştır.

²⁷⁶ Dr., cengiz.gazeloglu@agu.edu.tr, Abdullah Gül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi.

²⁷⁷ Dr. ssarcli@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü.



Şekil 1: Sözel Değişkenler için Üyelik Fonksiyonu

$$\mu_x(x) = \begin{cases} 0, & x < l \\ \frac{x-l}{m-l} & l \leq x \leq m \\ \frac{u-x}{u-m} & m \leq x \leq u \\ 0, & x > u \end{cases} \quad (1)$$

Eşitlik 1’de simgeler

μ_x : x değişkenine ait üçgensel üyelik fonksiyon gösterimi

l : Üçgensel sayının alt sınırı

m : Üçgensel sayının merkezi

u : üçgensel sayının üst sınırı ifade etmektedir.

Anahtar kelimeler :Lojistik Regresyon, Bulanık Mantık, Benzetim Çalışması



September 21-23, 2017 Uşak

Akademide Etkili Mentörlük İlişkisinin Kariyer Başarısı Üzerindeki Etkisi: Akademik Üretkenliğin Aracı Rolü²⁷⁸

Extended Abstract

İhsan AYTEKİN²⁷⁹, Mehmet YILDIZ²⁸⁰, İsmail Çağrı DOĞAN²⁸¹

1. Giriş

Akademik alanda mentörlük ilişkisi,– diğer alanlarda olduğu gibi-mentör (mentörlük hizmeti veren kişi) ve menti (mentörlük hizmeti alan daha az tecrübeli kişi) arasında gerçekleştiği ifade edilmektedir (Berk vd., 2005; Scielzo vd., 2011). Mentörlük ilişkisi literatürde, sağlık (Omary, 2016), yükseköğretim (Bean vd., 2016), mühendislik (Lyon vd., 2004), grup çalışmaları (Dansky, 1996), iş dünyası (Underhill, 2005) ve kariyer başarısı (Godshalk ve Sosik, 2003; Allen vd., 2004; Gong vd., 2014) gibi çok farklı alanlarda çalışılmıştır. Benzer şekilde mentörlük ve akademik kariyer ilişkisi üzerinde de önemli sayıda akademik çalışma bulunmaktadır (De Janasz ve Sullivan, 2009; Long ve McGinnis, 1985; Scielzo vd., 2011). Bu çalışmalarda büyük oranda mentörlük ile akademik kariyer başarısı ilişkisi üzerinde durulmuştur. Ancak günümüzde mentörlüğün değil, etkili mentörlük ilişkisinin, yani mentör ile menti arasındaki ilişkilerin sıklığı (Berk vd., 2005) ve mentör sayısının birden fazla olmasının (De Janasz ve Sullivan, 2009) kariyer başarısı üzerindeki etkisinin daha fazla olacağı düşünülmektedir. Diğer yandan mentörlük ve kariyer başarısı ile ilgili çalışmalarda genellikle bu iki kavram arasındaki direk ilişki üzerinde durulmuş ve iş performansının mentörlük ve kariyer başarısı ilişkisindeki rolü üzerinde pek durulmamıştır.

Bu çalışmanın ana amacı ise etkili mentörlük ve kariyer başarısı ilişkisinde akademik üretkenliğin (iş performansı) aracı etkisinin araştırılmasıdır. Bu ilişkilerin araştırılmasıyla, a) mentörlük, üretkenlik ve kariyer başarısı kavramlarının daha iyi anlaşılması ve bu faktörlerin katkılarının daha net görülmesi; b) mentörlük ve kariyer başarısı ilişkisinde iş performansının aracı etkisinin eklenmesiyle, araştırmacıların kullanabileceği bir model önerisinin literatüre katkı olarak önerilmesi, c) etkili mentörlük sisteminin katkılarının bilimsel olarak ortaya konulmasıyla, akademideki yöneticilerin akademik verimliliklerini artırmak için kullanabilecekleri faydalı bilgilerin üretilmesi d) benzer çalışmaların diğer alanlarda da yapılmasının gerekliliğinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Bilindiği üzere, özellikle akademide artan rekabetçi ortamda, bilimsel üretkenlik kurumların başarısının temel göstergesi konumundadır (Baruch & Hall, 2004).

2. Yöntem

Bu çalışmada kariyer başarısı objektif ve subjektif alt boyutlarıyla operasyonel hale getirilmiştir. Objektif kariyer başarısı için gelir ve terfi alt değişkenleri, subjektif kariyer

²⁷⁸ Bu çalışma 1002 Programı ve 114K089 Nolu TÜBİTAK projesi kapsamında toplanan verilerden üretilmiştir. Desteği için TÜBİTAK'a teşekkür ederiz.

²⁷⁹ Yrd. Doç. Dr., Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, ihsanaytekin@gmail.com (Sorumlu Yazar)

²⁸⁰ Arş. Gör. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, yildiz@ybusm.info

²⁸¹ Arş. Gör. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, ismailcagridogan@gmail.com



başarısı için ise kariyer tatmini ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek için Greenhaus, Parasuraman ve Wormley (1990) 5 maddelik ölçeği ile Martins, Eddleston ve Veiga, (2002) tarafından geliştirilen üç maddelik ölçeğinden türetilen tek boyutlu ölçek kullanılmıştır. İki alt boyut şeklinde ele alınan etkili mentörlük için De Janasz ve Sullivan'ın(2009) çalışmalarına uygun olarak mentör sayısı ve Berk vd. (2005) tarafından geliştirilen tek boyutlu "Etkili Mentörlük Ölçeği" kullanılmıştır.

Bilimsel üretkenliği ölçmek için a) Web of Science (SCI,SCI EX, SSCI, AHCI) kapsamındaki dergilerde yapılan yayınların dikkate alındığı "WOS Üretkenliği", b) WOS kapsamında olmayan uluslararası alan indekslerinde taranan dergilerde (Örneğin, SCOPUS, ERIC vb.) yapılan yayınları kapsayan "Alan İndeksi Üretkenliği", c) "WOS Üretkenliği" ve "Alan İndeksi Üretkenliğinin" toplanmasıyla hesaplanan "Toplam Akademik Üretkenlik" oluşturularak akademisyenler için üç ayrı bilimsel üretkenlik hesaplanmıştır(Aytekin vd., 2016).WOS Üretkenliği için Pezzoni, Sterzi ve Lissoni'nin (2012) kullandığı yöntemin kullanılması kararlaştırılmıştır. Bu yöntemde Web Of Science veri tabanında yer alan akademik dergilerde yayımlanmış çalışmalar dikkate alınmış ve makalenin yer aldığı derginin etki faktörünün yazar sayısına bölünmesiyle her bir makale için bir puan hesaplanmıştır. Her bir makale için ortaya çıkan bu puanların toplamının yazarın çalışma yılına bölünmesiyle yazarın yıllık bilimsel üretkenliği hesaplanmıştır.

Araştırmanın örneklemini Türkiye'deki üniversitelerin İİBF, SBF, Mühendislik ve Eğitim Fakültelerinde çalışan doktora tamamlamış akademisyenler oluşturmaktadır. 12 il ve 18 üniversiteden, akademisyenlerle yüz yüze görüşülerek toplanan 712 anketten 632 tanesinin tam olduğu görülmüş ve veriler SPSS programına girilmiştir. Analizleri devam etmektedir.

Kaynakça

- Allen, T.D., Eby, L.T., Poteet, M.L., Lentz, E. & Lima, L. (2004). Career Benefits Associated With Mentoring for Proteges: A Meta-Analysis, *Journal of Applied Psychology*, 89 (1): 127–136.
- Aytekin, İ., Erdil, O., Erdoğan, N. & Akgün, A.E. (2016). Academics' Career Capital and Career Satisfaction: The Mediation Effect of Research Productivity, *Educational Science: Theory & Practice*, 16 (6). 1921-1945.
- Baruch, Y.; Hall, D.T., (2004), "The academic career: A model for future careers in other sectors? *Journal of Vocational Behavior*, 64, 241–262.
- Bean, N.M., Lucas, L. & Hyers, L.L. (2014) Mentoring in Higher Education Should be the Norm to Assure Success: Lessons Learned from the Faculty Mentoring Program, West Chester University, 2008–2011, *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning*, 22 (1): 56-73.
- Berk R.A., Berg J., Mortimer R., Walton-Moss B., Yeo T.P. (2005). Measuring the Effectiveness of Faculty Mentoring Relationships, *Academic Medicine*, 80 (1), 66-71.
- Dansky, K.H. (1996). The Effect of Group Mentoring on Career Outcomes, *Group & Organization Management*, 21(5): 5-21.
- De Janasz S.C. & Sullivan S.E. (2004). Multiple Mentoring in Academe: Developing the Professional Network, *Journal of Vocational Behavior*, 64(2): 449-479.
- Godshalk, V.M. & Sosik, J.J. (2003). Aiming For Career Success: The Role Of Learning Goal Orientation In Mentoring Relationships, *Journal of Vocational Behavior*, 63: 417-437.



September 21-23, 2017 Uşak

- Gong, R., Chen, S.Y. & Yang, M.L. (2014). Career Outcome of Employees: The Mediating Effect of Mentoring, *Social Behavior and Personality*, 42(3). 487-502.
- Greenhaus, J.H., Parasuraman, S., Wormley, W.M. (1990). Effects of Race on Organizational Experiences, Job Performance Evaluations, and Career Outcomes, *Academy of Management Journal*, 33 (1), 64 – 86.
- Long J.S., McGinnis R (1985). The Effects of The Mentor on The Academic Career, *Scientometrics*, (7), Nos 3-6, 255-280.
- Lyon, J.M., Farrington, P. & Westbrook, J. (2004). Mentoring of Scientists and Engineers: A Comparison of Gender, *Engineering Management Journal*, 16(3): 17-25.
- Martins L.L., Eddleston K.A., Veiga J.F. (2002). Moderators of the Relationship Between Work-Family Conflict and Career Satisfaction. *Academy of Management Journal*, 45(2), 399–409.
- Omary, M.B. (2016). Mentoring: A Necessary but Not Sufficient Ingredient for Enhancing Success, *Gastroenterology*, 1-4.
- Pezzoni, M.; Sterzi, V., Lissoni, F. (2012). Career Progress in Centralized Academic Systems: Social Capital and Institutions in France and Italy, *Research Policy*, 41: 704– 719
- Scielzo, S.A., Patel, A., & Smith-Jentsch, K.A. (2011). Academic Mentoring Relationship Communication Processes and Participant-Reported Effectiveness, *Journal of Organizational Psychology*, 11(2): 81-93.
- Underhill, C.M. (2005). The Effectiveness of Mentoring Programs In Corporate Settings: A Meta-Analytical Review Of The Literature, *Journal of Vocational Behavior*, 68: 292-307.



September 21-23, 2017 Uşak

Liderlik ile Örgütsel Sinizm İlişkisi

Abstract

Hasan Fikri BİLGİÇ²⁸²

Özet

Liderlik; İşletme disiplininin özellikle çalışanlar üzerindeki önemli etkisi nedeniyle büyük ilgi odağı olmuş, son dönemlerde pozitif liderlik ve de duygusal liderlik adı altında yapılan çalışmalarda Ruhsal Liderlik kavramına yer verilmeye başlanmış, küreselleşmenin getirdiği ağır yüklerin yol açtığı Örgütsel Sinizm belki de örgütsel patolojik bir rahatsızlık olarak görüldüğünden, İşletme disiplininin çare aradığı bir kavram olmuştur. Bundan hareketle, çalışanlar üzerinde liderliğin örgütsel sinizm üzerindeki etkisi literatüre dayalı araştırma ile incelenmiştir. Bu araştırmanın amacı liderlik ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırmada çalışanlara uygulanan örgütsel sinizmin ne kadarının liderin tarz, tutum ve davranışlarına bağlanabileceği irdelenmeye çalışılmıştır. Buna göre liderin çalışanlar üzerinde birçok açıdan etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu noktada liderin çalışanlarına uyguladıkları sinizmin örgütsel bağlılık, iş tatmini, motivasyon ve verimlilik üzerinde negatif etkilerinin olacağı belirtilebilir.

Anahtar Kelimeler : Liderlik, Sinizm, Örgütsel Sinizm

²⁸² Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Dalı, Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, hasanfikribilgic@mail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Optimal Portföy Seçimi: Borsa İstanbul Örneği

Abstract

Esra SÖYLEMEZ²⁸³ , Yasemin Deniz KOÇ^{**}

Özet

Günümüzde sermaye piyasaları, hızlı bir gelişim göstermekte olup uluslararası yatırımlar için portföy yönetimi ve portföy seçimi araştırılmaya değer konulardan biri olmuştur. Bu amaçla Borsa İstanbul'da işlem gören tüm işletmeler için optimal portföy seçimi çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP (Analytic Hierarchy Process) ve ANP (Analytic Network Process) teknikleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ile hisse senetlerinin uzman görüşleri dahilinde önem düzeylerine göre ağırlıkları belirlenerek optimal portföylerin oluşturulması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede elde edilen bulgular, yatırımcıların daha az veri ile çok fazla zaman harcamadan başarılı portföyler oluşturup ortalama getirisini artırabilmesi açısından önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Portföy Seçimi, Analitik Hiyerarşi Süreci, Analitik Ağ Süreci

²⁸³ Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, esra.yiildirim@dpu.edu.tr

^{**} Dumlupınar Üniversitesi, UBYO, denizkoc12@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Koz Numbers İndikatör

Abstract

Fehmi KÖZ²⁸⁴ Ercan ÖZEN²⁸⁵

Özet

Yatırımcıların borsalarda karar vermede kullandıkları önemli araçlardan biri teknik analizdir. Teknik analize göre karar vermek için kullanılan çok sayıda indikatör bulunmaktadır. Bu indikatörler trend, hacim ve osilatör göstergeleri olarak gruplandırılmaktadır.

Osilatör göstergeleri içinde Average True Range önemli yer tutar. Average true range indikatörü belirli bir periyottaki ortalama oynaklığı ölçmektedir. Ancak yatırımcı bir sonraki dönemdeki birim oynaklığı doğru olarak tahmin etmek istemektedir. Bu noktada buna hizmet edebilecek yeni bir indikatör geliştirme gereği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı da yeni bir indikatör olarak geliştirilme aşamasında bulunan “Koz numbers” adı verilen indikatörü tartışarak bilim dünyasına kazandırmaktır.

Koz Numbers indikatörü, klasik Average True Range indikatörünün verilerini kullanarak altın oran ve buna bağlı ortalamaların alınması ile son dönemdeki oynaklık verilerinin daha etkin kullanımı sayesinde bir sonraki dönemde oluşacak oynaklığı doğru tahmin etmek için hazırlanmış bir indikatördür. Koz Numbers sayesinde bir sonraki dönemde oluşacak oynaklık yüksek orandaki bir doğrulukla tahmin edilebilmektedir. Piyasalarda fiyatlar yatırımcı psikolojisinin etkisi ile belirli hareketlerde bulunmaktadır. Koz numbers da buradan hareketle oynaklık konusunda doğru tahminler ortaya koymaya çalışmaktadır.

Piyasa katılımcılarının farkında olmaksızın ortak bir psikoloji ile davranmasından hareketle Elliot Dalga Prensipleri, Fibonacci düzeltme seviyeleri gibi analiz yöntemleri geliştirilmiştir. Koz Numbers da bu analiz yöntemlerinin altında yatan temel düşünceye dayanarak tasarlanmıştır.

Eliot Dalga Prensipleri piyasadaki düşüş ve yükseliş hareketlerinin belli bir düzen içinde gerçekleştiğini ileri sürmektedir. Buna göre; yükseliş trendinde piyasada 3 ana yükseliş 2 düşüş (düzeltme) dalgası olduğunu ve düşüşte ise 3 düşüş 2 yükseliş (düzeltme) dalgası olduğu tezini savunmaktadır. Fibonacci Düzeltme Seviyeleri ise, piyasanın yukarı yönde hareket ederken düzeltme yaptığı dönemlerde fibonacci sayı düzeni oranında düzeltme yaptığını öne sürmektedir.

Average true range (ATR) indikatörünün amacı belirli bir periyottaki (genellikle 14 birim) ortalama oynaklığı ölçmektir. ATR değerinin yükselmesi fiyatlardaki oynaklığın arttığını, ATR değerinin düşmesi ise fiyatlardaki oynaklığın azaldığına ve fiyatlarda bir sıkışma olup olmadığını göstermektedir.

Koz Numbers indikatörünün temel varsayımları şöyledir: ATR gibi ortalama oynaklığı hesaplayabilen bir indikatöre sahip isek, Elliot'ta ve Fibonacci'de olduğu gibi piyasa belli bir kalıp içerisinde hareketler gerçekleştiriyor ise, Fibonacci sayı dizisinin de temel kuramı olan altın orandan yararlanılarakve ATR'den hareket edilerek oynaklık doğru biçimde

²⁸⁴fehmikoz@yandex.com, Trader.

²⁸⁵eozenr@hotmail.com, Doç.Dr., Uşak Üniversitesi.



September 21-23, 2017 Uşak

hesaplanabilir. Bu sayede ATR'ye gerek kalmadan bir sonraki dönemin oynaklığı bulunabilir. Koz Numbers'ın (KNR) basit gösterimi aşağıdaki gibidir.

$$\text{KNR: } \frac{\frac{????}{????} + \frac{????}{????}}{?}$$

ATR verisinin altın oran ile işlenmesi ve atr verisinin üsselliği alınarak gelecek döneme ait oynaklık tespit edilmiş olur.

Altın oran insanlık tarihi kadar eski bir sayıdır. Keops piramidi ölçülerine bakıldığında altın orandan yararlandığı görülür. Çevremiz ve evren altın oranın örnekleri ile doludur. Sarmal galaksilerden çiçeklerin gelişimine, kabuklu deniz hayvanlarının yapısından kromozonların dizilişine kadar her yerde karşımıza altın oran çıkmaktadır. İnsan vücudunun hemen hemen her yerinde altın oranı bulmak mümkündür. İnsanların ellerinde, kollarında, yüzlerinde ve vücudun diğer kısımlarında vücut parçalarının birbirine oranları altın oranı vermektedir. İnsanlık tarihinin birçok noktasında doğada ve insan vücudunda yer alan, adeta evrenin oranı denebilecek olan böyle bir oranın finans dünyasında da geçerli olması beklenmektedir.

Koz Numbers indikatörü, ATR indikatörünün verilerini yararlanıyor olsa da, bir ortalama indikatörü değildir. Koz Numbers'a bakılarak ATR'de olduğu gibi volatilitenin yükselip düştüğü konusunda fikir üretilemez. Koz Numbers, gerçek oynaklığın ne olacağını en doğru şekilde tahmin edebilmek için tasarlanmıştır. Koz Numbers piyasanın yönü konusunda bilgi vermez; piyasanın aşağı yönde mi, yukarı yönde mi hareket edeceği konusu ile ilgilenmez. Bu sorulardan bağımsız olarak piyasanın gelecek dönemdeki hareket birimini en doğru şekilde hesaplamaya çalışır. Yatırımcılar spot, vadeli ve foreks piyasalarında yatırım yaparken Koz Numbers'ın verdiği bilgilerden yararlanabilir.

Anahtar Kelimeler: Koz Numbers, Teknik Analiz, Average True Range



September 21-23, 2017 Uşak

Mobil Bankacılık Uygulamalarını Kullanmaya Yönelik Tutumların Teknoloji Kabul ve Planlı Davranış Teorisiyle İncelenmesi²⁸⁶

Extended Abstract

Ercan TAŞKIN²⁸⁷, Cevat SÖYLEMEZ²⁸⁸

1. Giriş

Hizmet sektörü içinde önemli bir yeri olan bankacılık sektörü sunmuş olduğu hizmetlerle yenilikleri yakından takip etmekte ve uygulamaya çalışmaktadır. Bunun en güzel örneğini ise internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarında görmekteyiz. Banka müşterileri de bu uygulamaları kullanarak bankacılık işlemlerini daha hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmektedir.

Türkiye Bankalar Birliğine üye bankalardan 27'si internet bankacılığı ile 18'i mobil bankacılık hizmeti sunmaktadır (TBB Mart 2017 İstatistikleri). TBB verilerine göre internet bankacılığını kullanan aktif müşteri sayısı son bir yılda 3 milyon kişi artış göstermiştir. İnternet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam bireysel müşteri sayısı Mart 2017 itibariyle, 50 milyon 752 bin kişi olmuştur. Son bir yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam bireysel müşteri sayısı ise 22 milyon 770 bin kişidir. İnternet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış kurumsal müşteri sayısı ise Mart 2017 itibariyle, 3 milyon kişidir. Mobil bankacılık yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış müşteri sayısı Mart 2017 itibariyle yaklaşık 34,6 milyon kişidir. Bunların 22,4 milyonu (%65) Ocak-Mart 2017 dönemi içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmıştır. Son bir yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış mobil bankacılık müşteri sayısı ise 27,3 milyon kişidir.

Mobil bankacılık uygulamalarını kullanan bireylerin sayısının giderek artması, bireylerin mobil bankacılık uygulamalarını kullanmaya yönelik davranışlarının incelenmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu nedenle ele alacağımız bu çalışma önem arz etmektedir. Bu araştırmanın amacı, banka müşterilerinin mobil bankacılık hizmetini kullanmaya yönelik tutumları ve sürekli kullanma niyetleri üzerinde etkili olan değişkenleri teknoloji kabul modeli ve planlanmış davranış teorisiyle incelemektir. Bu kapsamda Teknoloji Kabul Modeli ve Planlı Davranış Teorisi çerçevesinde ele alınacak değişkenlerle bir model ortaya konulmaya çalışılacaktır. Modele teorilerde yer almayan algılanan değer, güven, imaj ve uyumluluk değişkenleri eklenerek model genişletilecektir. Araştırma İstanbul ilinde yaşayan ve mobil bankacılık uygulamalarını kullanan 400 kişi üzerinde gerçekleştirilecektir. Elde edilen veriler yapısal eşitlik modeli kurularak AMOS paket programıyla analiz edilecektir. Bu araştırma için veri toplama süreci devam etmektedir.

2. Literatür

Ajzen (1985; 1991) planlı davranış teorisinde, niyetin kavramsal olarak birbirinden bağımsız üç tahmincisi olan davranışa yönelik tutum, subjektif normlar ve algılanan

²⁸⁶Bu çalışma Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Ercan Taşkın danışmanlığında Araş. Gör. Cevat Söylemez'in yürütmekte olduğu aynı isimli doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

²⁸⁷Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi İ.İ.B.F., ercantaskin2003@hotmail.com

²⁸⁸Araş. Gör., Dumlupınar Üniversitesi İ.İ.B.F., cevatsoylez@hotmail.com (Yazışma yapılacak yazar)



davranışsal kontrolle tahmin edilebildiğini belirtmektedir. Taylor ve Todd (1995) bilgi teknolojilerinin kullanımına yönelik davranışsal niyetleri açıklamak üzere planlı davranış teorisinden yararlanmıştır ve davranışa yönelik tutum, subjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrolün niyeti açıklama oranını %60 olarak bulmuşlardır.

Lai ve Yang (2009) bireysel performans ya da verimliliği artırmada mobil bankacılık gibi e-işletme uygulamalarının yararının farkına varılmasının, bu uygulamalara karşı tutumu olumlu yönde etkileyeceğini ifade etmektedir. Ayrıca banka teknolojilerinin benimsenmesi ve internet bankacılığının kullanımı davranışı üzerine yapılan çeşitli çalışmalarda tutum ile benimseme davranışı ve kullanma niyeti arasında anlamlı ilişki olduğu ve niyetin önemli bir açıklayıcısı olarak bireyin davranışa yönelik sahip olduğu tutum bulunmuştur (Puschel vd., 2010; Aboelmaged ve Gebba, 2013; Wu vd., 2014). Wu vd. (2014) internet bankacılığını kullanma davranışı üzerine yaptıkları çalışmada, internet bankacılığını kullanan bireylerin bunu kullanmaktan kaynaklı bankacılık işlemlerini yerine getirme performanslarını artıracaklarına yönelik algıladıkları faydanın, internet bankacılığını kullanmaya yönelik tutumları üzerinde anlamlı etkisi olduğunu bulmuşlardır. Benzer şekilde, Doğan vd. (2015)'de algılanan fayda ile internet bankacılığını kullanmaya yönelik tutum arasında pozitif yönlü ilişki olduğu bulgusunu elde etmişlerdir.

3. Sonuç

Günümüz teknolojilerinin insan hayatının her aşamasında ve her anında etkili olması bireylerin davranış kalıplarının değişmesine neden olmaktadır. Değişen bu davranışların incelenmesi ve davranışı etkileyen faktörlerin neler olduğunun anlaşılması bireysel, bölgesel, toplumsal, ulusal, uluslararası ve küresel anlamda işletmecilik faaliyetlerinin yönetilmesinde yön gösterici rol alacaktır. Geçekleştirilecek bu çalışma ile de mobil bankacılık uygulamalarını kullanmaya yönelik bireylerin davranışları hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Ayrıca bu çalışma ile planlı davranış ve teknoloji kabul teorilerinin uygulama alanı genişletilmiş olacak ve teorilere eklenecek yeni değişenlerle birlikte modellerin bir davranışı gerçekleştirmedeki etkili olan unsurlar detaylandırılmış olacaktır. Elde edilecek sonuçlara göre de pazarlama bilimi, pazarlama uygulayıcıları ve yöneticilerine bir takım önerilerde bulunularak tüketici davranışlarında etkili olan unsurların belirlenmesine katkı sağlanması öngörülmektedir.

Anahtar kelimeler: Mobil Bankacılık, Teknoloji Kabul, Planlı Davranış Teorisi

Kaynakça

Aboelmaged, Mohamed Gamal ve Tarek R., Gebba, (2013), "Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior", *International Journal of Business Research and Development*, Vol:2, No:1, pp.35-50.

Ajzen, Icek, (1985), "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior", *Action Control, From Cognition to Behaviour*, Julius, KUHL ve Jürgen, BECKMAN, (Ed.), Springer Verlag Berlin Heidelberg, pp. 11-39.

Ajzen, Icek, (1991), "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol:50, pp.179-211.



September 21-23, 2017 Uşak

Doğan, Murat, Rana, Şen ve Veysel, Yılmaz, (2015), "İnternet Bankacılığına İlişkin Davranışların Planlanmış Davranış Teorisi ve Teknoloji Kabul Modeli Kullanılarak Önerilen Bir Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:22, ss.1-22.

Lai, Jung-Yu ve Chun-Chieh, Yang, (2009), "Effects of Employees' Perceived Dependability on Success of Enterprise Applications in E-business", *Industrial Marketing Management*, Vol:38, pp.263-274.

Püschel, Julio, Jose Afonso, Mazzon ve Jose Mauro, C. Hernandez, (2010), "Mobile Banking: Proposition of An Integrated Adoption Intention Framework", *International Journal of Bank Marketing*, Vol:28, No:5, pp.389-409.

Taylor, Shirley ve Peter A., Todd, (1995), "Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models", *Information Systems Research*, Vol:6, No:2, pp.144-176.

Türkiye Bankalar Birliği, (2017), <https://www.tbb.org.tr/tr> (Erişim Tarihi: 14.06.2017)

Wu, Meimei, Chanaka, Jayawardhena ve Robert, Hamilton, (2014), "A Comprehensive Examination of Internet Banking User Behaviour: Evidence From Customers yet to Adopt, Currently Using and Stopped Using", *Journal of Marketing Management*, Vol:30, Iss:9-10, pp.1006-1038.



September 21-23, 2017 Uşak

Kişilik Özellikleri İle Müşteri Şikâyetleri Ve Olumsuz Ağzdan Ağıza İletişim ilişkisi: Otomotiv Sektöründe Uygulama

Abstract

Ruziye COP²⁸⁹, Hülya ER²⁹⁰

Özet

İşletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için müşteri odaklı bir yönetim anlayışına sahip olmaları önemlidir. Rekabetin yoğun olduğu piyasada müşteri memnuniyeti gittikçe önem kazanmakta, memnun olan tüketici işletmelere yeni müşteriler getirmektedir. Bilgi kaynağı olarak da kullanılan tüketici şikâyetleri işletmenin sadık müşteri kazanması açısından da ön plana çıkmaktadır. Şikâyet her ne kadar olumsuz bir kelime gibi görünse de işletmelerin hatalarını öğrenebilmeleri, müşterilerini tanıyabilmeleri, tüketicilerine yönelik strateji geliştirmeleri için iyi bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. İşletmeler müşteri şikâyetlerini dinleyerek, müşteri şikâyet yönetimini kullanarak, tüketicilerin önerilerini dikkate alarak ve müşterilerin duygu ve isteklerini tatmin edici çözümler geliştirerek, şikâyetten doğan olumsuzluğu olumlu hale getirebilir. Böylece şikâyet işletme açısından fırsata çevrilmiş olur. İşletmeler, tüketicilerin isteklerini ve duygularını tatmin ederek müşteri sadakati ve sürekliliği sağlanacaktır. Tüketiciler işletmeden bahsederek olumlu ağızdan ağıza iletişim yoluyla işletmeye sürekli olarak yeni müşteriler kazandıracaktır. İşletmelerin yeni müşteri kazanması işletmeler açısından oldukça önemlidir. Müşteri şikâyet yönetimi ile elde edilen bilgi kullanılarak tüketicilerin olumsuz ağızdan ağıza iletişim yoluyla yakın çevresine bahsedeceği olumsuzluklar ortadan kalkar. Sonuçta işletmenin olumsuz olarak etkilenmesi önlenmiş ve fırsat yaratılmış, tüketici memnuniyeti sağlanmış olur. İşletmelerin müşteri odaklı çalışmaları aynı şikâyetlerin oluşmamasını da sağlar.

Bu çalışma tüketicilerin kişilik özellikleri baz alınarak müşteri şikâyetleri ve olumsuz ağızdan ağıza iletişimin ilişkisini ortaya koyması ve işletmeye yol gösterici olması açısından önemlidir. Bu çalışmanın amacı, hizmet sektöründeki işletmelerin müşteri şikâyetlerini ele alışı ve çözme süreci sonucunda oluşan memnuniyet durumu ve olumsuz ağızdan ağıza iletişim davranışı ile müşterilerin kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmada örneklem olarak Bolu il merkezinde faaliyet gösteren X bayi otomobil yetkili servisinden mal veya hizmet almış müşteriler oluşturmaktadır. Tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yöntemi ile 447 kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programında analiz edilmiştir. Demografik özellikleri belirlemek için frekans analizi yapılmıştır. Çalışmada ölçek maddelerinin geçerlilik ve güvenilirliği faktör analizi ve güvenilirlik analizi ile, ölçek puanlarının ilişkisi Spearman korelasyon testi ile ölçek puanlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterme durumu Mann Whitney ve Kruskal Wallis testleri ile analiz edilmiştir.

Cevaplayıcıların çoğunluğunun fiyatların yüksek olmasından şikâyetçi olduğu ortaya çıkmıştır. Cevaplayıcıların şikâyet paylaşma kanalına göre, şikâyetlerini en fazla yetkili personel ile yüz yüze/telefonla bildirdikleri görülmektedir. Cevaplayıcıların çoğu yaşadığı

²⁸⁹ Prof. Dr. Ruziye COP, AİBÜ, İİBF, İşletme Bölümü, cop_r@ibu.edu.tr

²⁹⁰ Hülya ER, AİBÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, hulyaer14@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

olumsuz deneyim sonunda oluşan şikâyetlerine yanıt aldıklarını ancak bu yanıtın tatmin edici olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca cevaplayıcıların çoğunluğu işletmede yaşadığı sorunları ve şikâyetlerini arkadaşlarına, ailesine ve çevresine ortalama 10 ve üstü kişiye anlattığı tespit edilmiştir. Son olarak, cevaplayıcıların müşteri şikâyetlerine yönelik tutumları demografik ve kişilik özelliklerine göre farklılık gösterdiği görülmüştür.

Ağızdan ağza iletişimin ikna gücünün yüksek olması, olumsuz ağızdan ağza iletişimin satın alma kararlarından vazgeçirebileceği, işletme imajına zarar verebileceği ihtimali dikkate alınarak yöneticilerin olumsuz ağızdan ağza iletişimi doğurabilecek her türlü durumu önceden görerek önlem almaları ve olumlu ağızdan ağza iletişim doğuracak ve geliştirecek ortamları yaratmaları gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Şikâyetleri, Ağızdan Ağza İletişim, Olumsuz Ağızdan Ağza İletişim, Müşteri Tatmini, Müşteri Kişilik Özellikleri.



September 21-23, 2017 Uşak

Yurt Dışı İnşaat Taahhütlerinde Vergi ve Muhasebe Uygulamaları

Abstract

Ahmet COŞKUN²⁹¹

Özet

Geçmişten günümüze inşaat sektörü, Türkiye ekonomisinin lokomotifi konumunda olmuştur. Geçmişte binalar, yollar ve köprülerin inşası yıllar alırken, günümüzde teknolojinin de gelişmesi ile birlikte bu süre aylar hatta günlere dönüşmüştür. Yurt dışında ve yurt içinde gelişmekte olan inşaat sektörü, her gün evler, yollar, barajlar, tüneller üretmeye başlamıştır. Sektörün bu şekilde hızlı gelişmesi diğer sektörlerin de beraberinde gelişmesine ve ivme kazanmasına neden olmuştur. Bunun yanında inşaat sektöründe kazanılan deneyimler, sektörün yurt dışına açılmasına ve buralarda Türk müteahhitlerin başarılı projeleri gerçekleştirdiğini gözlemliyoruz. Yurt dışı inşaat ve taahhüt hizmetlerinde, ülkelerin kendi yasal mevzuatları ve ülkemizin mevzuat ve uygulamaları arasında farklılıklar olup, bu durum uygulamada bazı problemlere neden olmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de önemli bir sektör durumunda bulunan ve ciddi katma değeri bulunan yurt dışı inşaat teslimlerinde yaşanan sorunlar vergi ve mevzuatlar çerçevesinde değerlendirilmiş ve örnek uygulamalar ile muhasebeleştirme örnekleri yapılarak sorunlara çözüm üretilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yurt Dışı İnşaat Muhasebesi, Muhasebe Uygulamaları, Vergilendirme.

²⁹¹ahmet.coskun@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi.



September 21-23, 2017 Uşak

Genç Seçmenlerin Demografik Özelliklerine Göre Kitle İletişim Araçları ve Davranışsal Niyetler Açısından Farklılıkların İncelenmesi

Extended Abstract

Mustafa ALP²⁹²

Mehmet Emin AKKILIÇ²⁹³

1. Giriş

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kavramların anlamları değişme ve/veya genişleme gösterebilmektedir. Pazarlama sözcüğü de zaman içerisinde değişerek ticari anlamda kullanılan anlamından daha geniş bir anlam ifade etmektedir. Pazarlama kavramı, günümüzde mal ve hizmet kavramlarının ötesinde kâr amacı gütmeyen kurumları da kapsamaktadır. Siyaset arenasında iktidar amacı güden siyasi partiler pazarlama biliminden faydalanma yoluna gitmişlerdir. Ayrıca, pazarlamanın siyasi amaçlarla kullanımı akademik çalışmalarda politik pazarlama başlığı altında incelenmektedir.

Çalışmanın amacı, genç seçmenlerin demografik özelliklerine göre davranışsal niyetleri ve kitle iletişim araçları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığının incelenmesidir. Bu amaca ulaşabilmek için Balıkesir Üniversitesinde eğitim alan 404 öğrenci ile anket yöntemi uygulanarak veri toplanmıştır. Analizler SPSS 22.0 (Statistical Package for the Social Sciences) programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda genç seçmenlerin demografik özellikleri ile kitle iletişim aracı kullanımları ve davranışsal niyetleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Araştırma seçmenlerin davranışsal niyetlerini, Türkiye’de yoğun olan genç nüfus üzerinde uygulanması, aynı zamanda modern dünyanın vazgeçilmez bir unsuru olan kitle iletişim araçlarının kullanım düzeyi ile birlikte incelemesi açısından önemlidir. Araştırma sonuçlarının siyasi kişi/kurumlar ve politik pazarlama konusu ile ilgili araştırmacılar için bir kaynak niteliğinde olduğu düşünülmektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

Politik pazarlamada seçmen davranışları, genç seçmenler ve kitle iletişim araçları üzerine yapılan bazı araştırmalar aşağıda verilmiştir.

Erdoğan, 29 Mart 2009 seçimlerini siyasal reklam, siyasal iletişim boyutuyla ele almıştır. Edinilen sonuçlara göre televizyonda, basında ve internette çıkan siyasal reklamlardan etkilenme oranı düşük oranlarda çıkmıştır. Sonuç olarak siyasal reklamların seçmen tercihinin sınırlı olarak etki ettiği, oluşan etki boşluğunun ise lider, aday, ideoloji, aile, sosyal ortam vb. tarafından doldurulduğu ifade edilmiştir (Erdoğan, 2010: 148).

Çavuşoğlu ve Pekkaya, siyasal propaganda iletişim araçlarından hangilerinin ne oranda seçmen tercihi üzerine etkisinin olduğunu ortaya koymak için bir çalışma

²⁹²Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama ABD, Bilim Uzmanı, alpmust@hotmail.com

²⁹³Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Ticaret Bölümü, Doç. Dr., eakkilic@balikesir.edu.tr



gerçekleştirmiştir. Zonguldak ilinde yaşayan 400 kişilik örneklem üzerinde, propaganda iletişim araçlarına göre kararlı seçmenden çok kararsız seçmenin etkilenebileceği sonucuna ulaşımlardır (Çavuşoğlu ve Pekkaya, 2015: 108-109).

Nicola Maggini tarafından, İtalya'da eğitim gören gençlerin seçimler ile ilgili algıları üzerine bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularında, İtalya'daki gençlerin politika ile ilgili belirli bir görüşe sahip olmadıkları ve seçimler ile ilgili algılarında sosyal değişkenlerin etkisinin az olduğunun ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Diğer bir ifadeyle sosyolojik yaklaşıma güvenin azaldığı, bunun yerine seçmen tercihlerinde değer, tutum, katılım düzeyi ve ilgi gibi faktörlerin öne çıktığı belirlenmiştir (Maggini, 2009: 2).

Wiese, Güney Afrika Üniversitesi öğrencileri üzerinde seçmen tercihleri ile ilgili bir araştırma yapmıştır. Bu çalışmada, üniversite gençliğinin sosyolojik yaklaşım ve psikolojik yaklaşımla belli bir ölçüde ilişki içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, ekonomik yaklaşımın gençler tarafından benimsenmediğine ilişkin çok güçlü bir olasılık tespit edilmiştir. Ayrıca, medya etkisi ile genç seçmenlerin davranışları arasında pozitif bir ilişkinin olduğu gözlenmiştir (Wiese, 2011: 152-153).

3. Yöntem ve Hipotezler

Araştırmanın anakütlesi Balıkesir Üniversitesinde 2016-2017 eğitim-öğretim yılı güz döneminde öğrenim görmekte yaklaşık 39.000 öğrenci olup, kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 650 öğrenciye anket uygulanmış bu anketlerden 404 geçerli anket uygulamaya dahil edilmiştir.

Çalışmada yer alan değişkenlerin doğru ifadelerle ölçülebilmesi için geniş bir literatür araştırması yapılarak çalışmanın içeriği ile uyumlu ve ilgili yazında kabul görmüş ölçeklere ulaşmaya gayret gösterilmiştir.

Çalışmada öncelikle davranışsal niyetler ve kitle iletişim araçları değişkenlerinin güvenilirlik ve geçerlilik değerleri tespit edilmiştir. Güvenirlik ve geçerlilik değerlerinin analiz yapmaya yeterli değerlerde olduğu gözlenmiştir.

Araştırmada ikiden fazla bağımsız grup arasında niceliksel sürekli veriler karşılaştırıldığından Tek yönlü (Oneway) Anova testi kullanılmıştır. Anova testi sonrasında farklılıkları belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır.

Çalışmada kitle iletişim araçları televizyon, radyo, gazete/dergi ve internet özelinde birer boyut olarak değerlendirilmiştir. Han ve Ryu (2006) davranışsal niyetleri, satın alma davranışının oluşma olasılığının kabullenilmesi şeklinde ifade etmiştir (Akkılıç, Koç, İlban, Dinç ve Çetintaş, 2014: 5). Davranışsal niyetler farklı araştırmacılar tarafından farklı boyutlarda ele alınmış olsa da genellikle yeniden satın alma ve başkalarına önerme boyutları altında incelenmektedir (Varki ve Colgate, 2001: 236; Chen, 2008: 711). Buna göre çalışmada davranışsal niyetler, politik pazarlamaya uyarlanarak önerme/yönlendirme ve oy verme niyeti olarak iki boyut altında incelenmiştir.

Bu bilgileri ışığında, bu çalışma için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Genç seçmenlerin demografik özelliklerine göre kitle iletişim araçlarının kullanımı açısından anlamlı bir fark vardır.

H2: Genç seçmenlerin demografik özelliklerine göre davranışsal niyetler açısından anlamlı bir fark vardır.



4. Araştırmanın Bulguları

Öncelikli olarak yapılan faktör analizi ve KMO testi sonuçlarına göre davranışsal niyetler ve kitle iletişim araçları değişkenlerinin analiz sonuçları şekilde gösterilmiştir.

Tablo 1. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) test sonuçları

	KMO	Örneklem	Büyüklüğü
	Yeterliliği	Ölçütü	
Davranışsal Niyetler		0,789	
Kitle İletişim Araçları		0,895	

Tablo 2. Güvenirlilik Analizi test sonuçları

	Cronbach's Alpha	
Davranışsal Niyetler	Önerme/Yönlendirme	0,842
	Oy Verme Niyeti	0,855
Kitle İletişim Araçları	Televizyon	0,874
	Radyo	0,873
	Gazete/Dergi	0,870
	İnternet	0,871

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerinden aylık harcama tutarı değişkeni ile kitle iletişim araçlarından internet kullanımı arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını görmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda anlamlı bir fark bulunmuştur ($F=3,843$; $p=0,010<0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Aylık harcama tutarı 1000-1499 olanların politik pazarlamada internet kullanımı ($2,917 \pm 1,040$), aylık harcama tutarı 0-499 olanların politik pazarlamada internet kullanımından ($2,385 \pm 0,906$) yüksek bulunmuştur. Aylık harcama tutarı 1500-üzeri olanların politik pazarlamada internet kullanımları ($2,996 \pm 0,795$), aylık harcama tutarı 0-499 olanların politik pazarlamada internet kullanımından ($2,385 \pm 0,906$) yüksek bulunmuştur.

Tablo 3. Politik Pazarlamada Kitle İletişim Aracı Kullanım Düzeyi Sorularına Verilen Cevapların Aylık Harcama Tutarı Bakımından Farklılıklarının Test Edilmesi

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Televizyon Kullanımı	0-499	40	2,371	0,942	1,228	0,299	
	500-999	184	2,635	0,965			
	1000-1499	135	2,640	0,974			
	1500-üzeri	45	2,750	0,793			
Radyo Kullanımı	0-499	40	2,028	0,796	1,775	0,151	
	500-999	184	2,153	0,838			
	1000-1499	135	2,288	0,854			
	1500-üzeri	45	2,363	0,875			



September 21-23, 2017 Uşak

Gazete ve Dergi Kullanımı	0-499	40	2,384	0,892	1,523	0,208	
	500-999	184	2,701	0,880			
	1000-1499	135	2,654	0,890			
	1500-üzeri	45	2,719	0,806			
İnternet Kullanımı	0-499	40	2,385	0,906	3,843	0,010	3 > 1 4 > 1
	500-999	184	2,760	0,958			
	1000-1499	135	2,917	1,040			
	1500-üzeri	45	2,996	0,795			

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerinden kullanılan oy sayısı değişkeni ile davranışsal niyetler değişkeni arasında anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (Anova) sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur ($F=3,033$; $p=0,049 < 0,05$). Farklılıkların kaynaklarını belirlemek amacıyla tamamlayıcı post-hoc analizi yapılmıştır. Kullandığı oy sayısı dört ve üzeri olanların önerme/yönlendirme düzeyleri ($3,413 \pm 0,997$), hiç oy kullanmamış olanların önerme/yönlendirme düzeylerinden ($2,929 \pm 1,138$) yüksek bulunmuştur.

Tablo 4. Davranışsal Niyetler Sorularına Verilen Cevapların Kullanılan Oy Sayısı Bakımından Farklılıklarının Test Edilmesi

	Grup	N	Ort	Ss	F	p	Fark
Önerme/Yönlendirme	Hiç Oy Kullanmamış	78	2,929	1,138	3,033	0,049	3 > 1
	1-3 Seçim	276	3,038	1,144			
	4 Seçim ve üzeri	60	3,413	0,997			
Oy Verme Niyeti	Hiç Oy Kullanmamış	78	3,158	1,127	3,104	0,529	
	1-3 Seçim	276	3,297	1,171			
	4 Seçim ve üzeri	60	3,373	0,027			

Bulgular incelendiğinde H1 ve H2 hipotezlerinin kabul edildiği görülmektedir.

5. Araştırmanın Sonuçları

Edinilen bulgulardan yola çıkılarak aylık harcaması dolayısıyla aylık geliri daha yüksek olan seçmenlerin internete ulaşmalarının daha fazla olması internetin politik tercihlerinde daha etkili olabileceğini göstermektedir. Bunun yanı sıra deneyim kazanmış seçmenlerin deneyimsiz seçmenlere nazaran politik tercihler hakkında öneride bulunmaya ve çevresindeki kişileri yönlendirmeye daha meyilli oldukları ifade edilebilir.

Araştırma modelindeki kitle iletişim araçları ölçeği teknolojinin gelişimiyle değiştirilebilir ve kapsamı genişletilebilir. Anket cevaplayıcı sayısı artırılarak daha güvenilir sonuçlar elde edilebilir. Bunun yanında, siyasi kişi ve kurumların fikirleri doğrultusunda yeni değişkenler geliştirilebilir.

Araştırma 2017 yılı Balıkesir üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından yayınlanan “Kitle İletişim Araçlarının Genç Seçmenlerin Siyasi Tercihleri Üzerindeki Etkisi” adlı yüksek lisans tezi ele alınarak yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Davranışsal Niyetler, Politika, Kitle İletişim Araçları



September 21-23, 2017 Uşak

Kaynakça

- Akkılıç, M. E., Koç, F., İlban, M., Dinç, Y. ve Çetintaş, H. (2014). Hizmetin Önemi İle Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkide Otel Niteliklerinin Aracı Etkisinin Tespiti. Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 1 (1), s:1-22.
- Chen, C. F. (2008). Investigating Structural Relationships Between Servicequality, Perceived Value, Satisfaction, and Behavioral Intentions for Air Passengers: Evidence From Taiwan. Transportation Research, s:709-717.
- Çavuşoğlu, H. ve Pekkaya, M. (2015). Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Tercihine Etkisi: Zonguldak Örneği. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 10(3) s: 91-115.
- Erdoğan, İ. E. (2010). Siyasal İletişim Boyutuyla Siyasal Reklam: Üniversite Öğrencilerinin Oy Verme Davranışına Yönelik Bir Araştırma. İstanbul: Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Han, H. ve Ryu, K. (2006). Moderating Role of Personal Characteristics in Forming Restaurant Customers' Behavioral Intentions: An Upscale Restaurant Setting. Journal of Hospitality & Leisure Marketing, Vol. 15 (4) s: 25-54.
- Maggini, N. (2009). Voting Behaviour of The Young Generations. 5th ECPR General Conference.
- Varki, S. ve Colgate, M. (2001). The Role of Price Perceptions in an Integrated Model of Behavioral Intentions. Journal of Service Research. vol:3, 3; s:232-240.
- Wiese, C. E. (2011). An Exploration of The Voting Behaviour of South African University Youth: A Study of A Select Group of University Students. South Africa: MA Theses University of Pretoria.



September 21-23, 2017 Uşak

Bulanık Tip II Regresyon Tekniklerinin Farklı Dağılımlar ve Farklı Örneklem Hacimlerinde Performanslarını İnceleyen Bir Benzetim Çalışması

Abstract

Cengiz GAZELOĞLU²⁹⁴, Sinan SARAÇLI²⁹⁵

Özet

Bu çalışmanın amacı, basit doğrusal regresyon denklemi oluşturulurken hem bağımlı hem de bağımsız değişkenin ölçüm hatası içereceği düşünülerek ve veri setinin bulanık olması durumunda Bulanık En Küçük Kareler (FEKK) ve Bulanık En Küçük Kareler Açığortay (FEKK Açığortay) regresyon tekniklerinin Hata Kareler Ortalaması (HKO) değerlerinin karşılaştırılması amaçlanmaktadır. HKO değerleri eşitlik 2’de verilen denklemde gösterilmiş olduğu şekilde hesaplanmaktadır. Klasik regresyonun matematiksel ifadesi aşağıda yer alan eşitlik 1’de gösterilmiş olduğu şekilde kurulmaktadır. Şekilsel olarak gösterimi ise şekil 1’de yer almaktadır. Bulanıklaştırma yöntemi ise şekil 2’de gösterildiği şekilde sağ ve sol yayılım olarak çözümlenmiştir.

Çalışmada MATLAB paket programı yardımıyla türetilen veriler şekil parametresi 0.5, 1, 2, ve 3.44 olan ölçek parametresi 10 olan Weibull dağılımından türetilmiştir. Örneklem hacimleri ise $n= 20, 50, 100$ ve 200 alınmıştır. Ayrıca bulanık regresyon teknikleri ile çözümleme yapılırken ilgili dağılımlardan türetilen veriler literatür bilgileri doğrultusunda bulanıklaştırılarak işlemler gerçekleştirilmiştir.

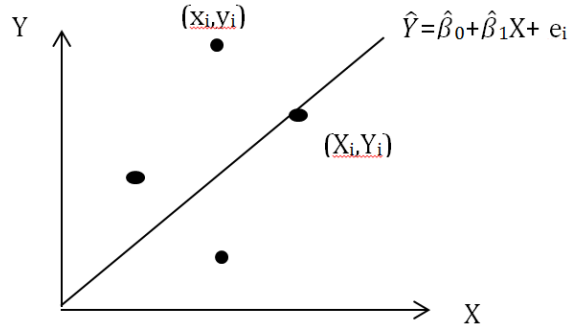
Çalışma sonuçlarına göre şekil parametresi farklı olan tüm dağılımlarda ve $n=20, 50, 100$ ve 200 örneklem büyüklüklerinde EKK Açığortay regresyon tekniğien düşük HKO değerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüm regresyon tekniklerinde ve veri dağılım biçimlerinde örneklem hacminin artması ile HKO değerinin azaldığı görülmektedir.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + e_i \quad (1)$$

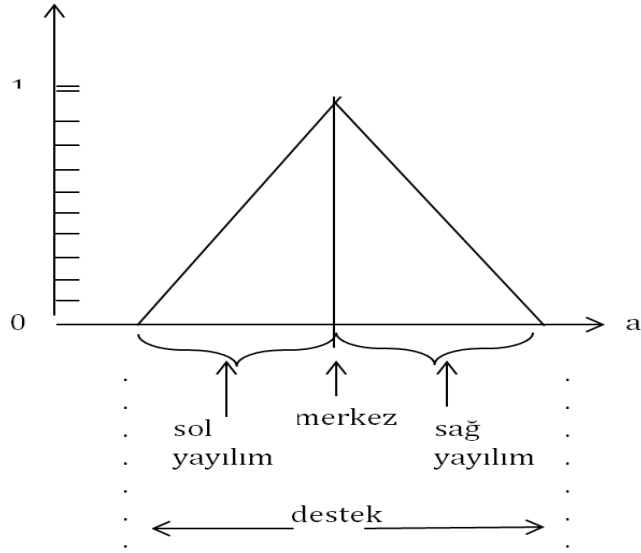
$$HKO = \frac{\sum(Y_i - \hat{Y}_i)^2}{n-k} \quad (2)$$

²⁹⁴ Dr., cengiz.gazeloglu@agu.edu.tr, Abdullah Gül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi.

²⁹⁵ Dr. ssarcli@aku.edu.tr, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü.



Şekil 1: Regresyon Denkleminin İlişkin Genel Gösterimi



Şekil 2: Bulanık Katsayı Üyelik Derecesi Gösterimi

Anahtar kelimeler : Tip II Regresyon, Bulanık Regresyon, Benzetim Çalışması



September 21-23, 2017 Uşak

İşletmelerde Kurumsal Yönetimin Oluşmasında Tepe Yönetiminin Rolü Ve Önemi

Abstract

Nihat Onur AŞIKOĞLU²⁹⁶ Yeşim ŞENDUR²⁹⁷

Özet

Günümüzde sürekli değişen koşullar ve artan rekabet ortamında işletmelerin hedefledikleri amaçlara ulaşabilmeleri için stratejik yönetim ilkeleriyle aynı düzlemde yol almaları gerekliliği ortaya çıkmıştır. Kurumsal yönetim kavramı, işletmelerde, şeffaflığı, yönetim tarzını, işletmelerin performanslarını arttırmak amacıyla etkin ve verimli olarak sorumluluklarını yerine getirmeyi amaçlar. Kurumsal yönetim anlayışı, işletmeler ve sermayedarları arasında oluşan yönetsel ya da finansal problemleri çözmeye çalışmaktadır. Bir diğer yandan da geçmişten günümüze Dünya’da ve ülkemizde yaşanan finansal krizlerden dolayı işletmelerin kaybettiği güven olgusunu işletmelere geri kazandırabilmek amacıyla geliştirilen ve uygulamaya konulan bir sistem olarak geliştirilmiştir. Finansal kriz dönemlerinde işletmelerin mali raporlarını üçüncü şahıslara aktarırken şeffaflıktan uzak ve yanıltıcı bir yol izlemesinden dolayı işletmelerin kamuoyu önündeki güvenin sarsılmasına sebebiyet verilmiştir. İşletmelerde yaşanan güven kayıplarını en az düzeye indirmek ve işletmelerin performanslarını arttırmak için tepe yönetimde bulunan yöneticilerin rolleri büyük ölçüde önem kazanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, işletmelerde kurumsal yönetimin oluşmasında ve sürekliliğinin sağlanmasında, işletmelerde görev yapan tepe yöneticilerinin üstlendikleri roller incelenmiştir. Ayrıca, süreklilik arz eden kurumsal yönetim sürecinin, işletmelerin performanslarında ortaya çıkardığı değişikliklerin ve etkilerinin önemini ortaya koymaktır. Çalışmanın sonucunda, tepe yöneticilerinin niteliklerinin, işletmelerde oluşan ve tepe yöneticilerinin oluşturdukları kurumsal yönetim sürecini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Nitelikli tepe yöneticileri tarafından yönetilen işletmelerde kurumsal yönetim sürecinin, işletmelerin performanslarındaki olumlu yönde değişiklikler ortaya çıkardığı da gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tepe Yönetimi, Kurumsal Yönetim, Rekabet

²⁹⁶Arş.Grv.Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, noasikoglu@gmail.com

²⁹⁷Arş.Grv., Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, İşletme Fakültesi,ysendur@adanabtu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

McDonalddlaştırma Kavramı Bağlamında McGazetecilik ve Çevrimiçi Gazetecilik

Extended Abstract

Taybe TOPSAKAL²⁹⁸

1. Giriş

George Ritzer, (2011) McDonalds restoranlarından esinlenerek Mc Donaldlaştırma (McDonaldization) kavramını literatüre kazandırmıştır. Bu kavram, akılcı, hızlı, verim ve niceliğin ön planda ve amaçta olduğu rasyonellik üzerine temellenen sistemin unsurları üzerinden geliştirilmiştir. Mc Donaldlaştırma kavramı, Max Weber'in rasyonellik ve akılcı unsurlarını temel alan bir yaklaşım sunmaktadır. Bu çalışmada Yeni Medya ortamında yürütülen gazetecilik olarak haberler.com sitesinin Carousel* haberleri bir günlük olarak belli saatlerde ortaya çıkan sayısal veriler içerik analizi olarak incelenmiştir. Haber sayısı, yenilenen haber sayısı ve magazin haber sayısı incelenmiştir. Bu çalışmada amaç, internet ortamında yürütülen gazeteciliğin nicelik ve rasyonellik yaklaşımı temelli olarak dönüşüme uğrayarak hızlı tüketimine vurgu yapmaktır. Dijital ortamlarda hız ve niceliğin önemi doğrultusunda gazetecilik de dönüşüme uğrayarak haber akışı ve sayısı da artmaktadır.

2. McDonalddlaştırma ve McGazetecilik

Ritzer, (2011:34-37) McDonalddlaştırmanın boyutlarını: verimlilik, hesaplanabilirlik, öngörülebilirlik ve denetim olarak sıralamaktadır. Ritzer, Mcdonald's müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılayan verimli bir fast food olduğunu ve işçilerinin de yöneticilerinin takibinde verimli olarak çalıştıklarını vurgulamaktadır. Ritzer ayrıca, hesaplanabilirlik için McDonald's ürünün nicel özelliklerine ve hizmet hızına önem vermekte olduğunu, denetim için ise insan teknolojisinin yerini insansız teknolojinin alması ile müşterilerin çabuk yiyip gitmelerini teşvik eden bir denetim ile ve çalışanların da istenilen şekilde denetlenmesiyle oluşan bir denetim modelini ifade etmektedir.

Seri üretim ve montaj bandı mantığı ile çalışan bir fabrika modelini andıran McDonalddlaştırılmış sistem; nitelik yerine niceliğin, farklılık yerine standardın, insani duygu ve tolerans yerine denetim altına alınmış disiplinin kurallarının işlediği bir sistem üzerine kuruludur. McDonald's restoranlarının ülkeye özgü bazı ürünlerin haricinde dünyanın her yerinde aynı ürün ve standart koşulları sağlaması, tüketicilerin aynı hizmet ve ürün ile karşılaşmalarını sağlamaktadır.

Ritzer, (2011:33) McDonalddlaştırmanın gazetelere yansımalarını USA TODAY örneği ile açıklamaktadır. Bu gazetenin uzun ve karmaşık yazılarının birkaç paragrafa indirilerek kısaltıldığını, hafif haberler ve renkli fotoğrafların yer aldığını ve ana işlevin eğlendirme olduğunu belirtmektedir. USA TODAY, okuyucuları için hızlı ve eğlenceli, yormayan, magazinsel bir formatta sunulan bir gazete örneği teşkil etmektedir. Türkiye açısından baktığımızda basılı gazete olarak Posta gazetesinin de aynı biçim ve temelde hareket ettiği

²⁹⁸ Araştırma Görevlisi, Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi

* İngilizce kökenli bu kelime atlı karınca anlamına gelmektedir. Haber sitelerinde belli bir sıralama ile döngü halinde olan haber akışının yer aldığı atlı karınca gibi dönen haberlerdir.



September 21-23, 2017 Uşak

görülmektedir. Magazinsel ve eğlenceli içerik, renkli fotoğrafların çokluğu gibi özellikler ile okuyucu kitlesini arttırmıştır.

Günümüzün verim ve hız odaklı çalışma sisteminde Mc Donaldlaştırmayı her alanda görebilmekteyiz. Özellikle yeni dijital teknolojilerin gelişmesi ile Gazetecilik alanında da Mc Donaldlaştırma kavramının yansımaları fazlasıyla kendini hissettirmektedir. İnternet ortamında haber ve içeriğin hızlı akışı ve tüketimi, nitelik yerine niceliğin ön planda olması ve tıklanma esasına dayanması, beraberinde haber formatı ve haber değerinde bazı tartışmaları getirmektedir.

Franklin, McGazetecilik (McJournalism) kavramı ile kaliteli gazetecilik yerine öngörülebilir gazeteciliğin temin edildiğini belirterek okuyucularının da sürprizleri az olan kendi beklentilerine uygun gazeteyi aldıklarını ifade etmektedir (Franklin, Hamer, Hanna, Kinsey, & Richardson, 2005: 143). McGazetecilik, gazeteciliğin de tıpkı bir fast food gibi hızlı tüketilen ve tüketicilerin standart beklentilerini karşılayan bir meta haline geldiğini ifade etmektedir. Hayatın hızlı ve monotonlaşan seyri içindeki okuyucu da kafasının dağılacağı ve eğlendiren içeriklerle hazırlanmış, kolay okunan, görsel unsurları fazla olan gazete ve internet sitelerini tercih eder duruma gelmektedir. Günümüzün çalışma hayatının da hızlı ve yoğun olduğu düşünüldüğünde okuyucu kitlenin düşündürücü ve eleştirel yaklaşıma sahip olan içerik ve haber yerine fast food gibi tüketebileceği, kolay okunan gazeteleri tercih ettikleri açıkça görülmektedir.

Franklin, Lewis, & Williams'a göre, (2010:210) ulusal ve yerel basın bir taraftan personel giderlerini düşürerek maliyeti kısırlar diğer taraftan da daha fazla okuyucu ve reklam verenleri çekmek adına artan sayfa, ek ve bölümleri arttırarak, hem yazılı hem de online'da düşük kaynaklarla ek ve bölümleri fazla olan gazete üretmeyi talep ederler. Bir çok şirket ve kuruluşun yaptığı gibi verimlilik ve kâr elde etmek adına daha az maliyet ile daha fazla iş çıkarma gayreti içinde olan yazılı ve online basın işletmeleri hızlı ve seri haber üretimini esas alarak hem basın çalışanlarına altından kalkabileceğinden çok daha fazla iş yükleyerek ve düşük maaş vererek hem de hızlı tüketilen haber ile Mchaberler üreten bir anlayışı benimseyerek gazeteciliğin yeni dijital teknolojiler ile uğradığı dönüşümü gözler önüne sermektedir.

Tablo 1: haberler.com 'un 08.09.2017 tarihinde saat 09.00-10.00 arası yayımlanan Carousel haber sayıları.

Haber Sayısı (1 i reklam içerikli ilan)	30
Değişen Haber Sayısı (1 i reklam içerikli ilan, trendyol sayfası)	45
Toplam Haber Sayısı	75
Toplam Magazin Haberi	19
Foto Galeri Haberleri	7



September 21-23, 2017 Uşak

Tablo 2: haberler.com 'un 08.09.2017 tarihinde saat 13.00-14.00 arası yayınlanan Carousel haber sayıları.

Haber Sayısı (1' i reklam içerikli ilan, fuartakip.com)	30
Değişen Haber Sayısı (1 i reklam içerikli ilan, trendyol sayfası)	49
Toplam Haber Sayısı	79
Toplam Magazin Haberi	16
Foto Galeri Haberleri	8

Tablo 3: haberler.com 'un 08.09.2017 tarihinde saat 20.00-22.00 arası yayınlanan Carousel haber sayıları.

Haber Sayısı (2'si reklam içerikli ilan, trendyol-fuartakip.com)	30
Değişen Haber Sayısı (1'i reklam içerikli ilan, www.cevapla.tv)	94
Toplam Haber Sayısı	124
Toplam Magazin Haberi	26
Foto Galeri Haberleri	10

3. Sonuç

Dijital teknolojilerin etkisi altında gelişen ve dönüşen gazetecilik standart ve rasyonel temelli hareket ederek hız ve tıklanma odaklı bir yaklaşım sergilenmektedir. Haber siteleri de bu doğrultuda günün her saatinde farklı haberlere sıkça yer vermektedir. Dolayısıyla her an haber değişimi ile haber sayısında artış görülmektedir. Ayrıca magazin ve eğlence odaklı haberler de sıkça yer almaktadır. Haber sayısındaki ve hızındaki bu artış McGazetecilik olarak kendini göstermektedir. İnternet teknolojisi Son dakika ve anlık haberlerin paylaşımında ve erişimde çok önemli bir imkan sunmaktadır. Fakat haber güncellemeleri ve haber değişimi gibi imkanlar haber kalite ve değerini düşürebilmektedir. Haberler.com 'un değişen haber sayıları carousel haber sayısını da geçmektedir. Bu kadar hızlı değişen haberler de hızlı tüketilmektedir.

Anahtar Kelimeler: McDonalddlaştırma McGazetecilik, Çevrimiçi Gazetecilik

Kaynakça

Franklin, B., Hamer, M., Hanna M., Kinsey, M., & Richardson J. E. (2005). Key Concepts in Journalism Studies. London: SAGE Publications

Franklin, B., Lewis, J., & Williams, A., (2010). "Journalism, News Sources and Public Relations", The Routledge Companion to News and Journalism, (Ed). Allan, S., UK, Routledge, ss. 202-212.

Ritzer, G. (2011). Toplumun McDonalddlaştırılması . 2.baskı. (Çev). Kaya S, Ş., İstanbul: Ayrıntı Yayınları



September 21-23, 2017 Uşak

Modern Bilim Anlayışı ve Yorumlayıcı Yaklaşımlar

Extended Abstract

Muhammet Ali KÖROĞLU²⁹⁹, Cemile Zehra KÖROĞLU³⁰⁰

1.Giriş

Bilim kavramı, insanlık tarihi kadar eski olmasına rağmen tarihin hiçbir döneminde günümüzde olduğu kadar popüler olmamıştır. Bugün bilim, gündelik ilişkilerdeki söylemlerden akademik tartışmalara kadar hemen her yerde kullanılan bir kavramdır. Bilimsellik, bir taraftan iktidar sağlama anlamında araçsallaştırılırken diğer taraftan hakikatin tek ölçüsü olarak dokunulmaz hale getirilmektedir.

Bilim, insan tarafından geliştirilmiş olan düşüncenin birçok biçimlerinden sadece birisidir. Bu nedenle onu yaratan kültürden bağımsız olarak değerlendirilemez(Feyerabend, 1999: 20). Hatta bilim, sanattan daha fazla bir kültürel insan etkinliği değildir(Heidegger, 1998: 14). Dolayısıyla bilimi, bilim olmayandan ayırmak için kullanılan ölçütler, günden güne değiştiği gibi bilimin taşıdığı anlam ve değer de toplum ve uygarlıklara göre değişmektedir.

2.Modern Bilim

Modern bilim anlayışının temelleri irdelendiğinde 15.yüzyıl ve sonrasında belirleyici olduğu görülmektedir. Bu yüzyılın sonlarından itibaren doğru bilgiye ulaşmanın yöntem ve teknikleri ile ilgili tartışmalar yoğunlaşır ve Bacon ön plana çıkar. Bacon'a göre bilimin amacına ancak olgular ile organize edilmiş gözlemler toplanarak ve onlardan teoriler türetilerek ulaşılabilir. Dolayısıyla bilim, olgulardan hareket etmek zorundadır(Chalmers,1997:25). Bu yaklaşımla meşru bilgi, olması gerekene göre değil olana göre tanımlanmaya başlar. Bunun sonucu olarak, tümdengelim yerini, somut olguların gözleminden sonuçlar çıkarmaya imkân veren tümevarıma bırakır(Demir,2000: 29).Çünkü evren, kendi yasaları çerçevesinde saat gibi işleyen bir makine olup, enerjisi bitene kadar bu şekilde çalışacaktır. Böyle bir evrende, parçalar arasındaki nedensellik ilişkisi keşfedilebilirse, bu ilişkinin sonuçlarını açıklamak mümkün olabilir. Bilgi, akıl yoluyla, deney ve gözlemlerle elde edilebilir(Yıldırım, Şimşek,2000:3,4). Yani gerçeklik, tek başına ve insan zihninden bağımsız olarak vardır. Yine gerçeklik bu haliyle bilinebilir(Fay,2001:275). Bunun için, bilim adamının kendisini insan olarak var eden bütün kültürel değer ve kabullerinden sıyrılması yeterlidir. Böylece Aydınlanmaya dayalı modern bilimin temelleri atılır.

3.Bilimde Farklaşma Süreci

Bilimdeki disiplinleşme süreçlerinin 19.yüzyılın ürünü olduğu söylenebilir. Buradaki büyük ayrışmanın, sosyal bilimler ve doğa bilimleri çerçevesinde gerçekleştiği görülmektedir. Sosyal bilim, kökleri 16. yüzyıldan beri tam olgunluğa erişen, kuruluşunda onunda kendine düşeni yaptığı ve parçası olduğu modern dünyada, gerçeklik hakkında, bir biçimde ampirik olarak doğrulanan sistemli, dünyevi bilgi üretme çabası olarak ortaya çıkar(Gulbenkian Komisyonu, 2003:12).

²⁹⁹Yrd.Doç.Dr. , Sosyal Hizmetler Bölümü,İ.İ.B.F, Uşak Üniversitesi, muhammet.koroglu@usak.edu.tr

³⁰⁰Yrd.Doç.Dr., Sosyal Hizmetler Bölümü,İ.İ.B.F, Uşak Üniversitesi, cemile.koroglu@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Aydınlanmaya dayalı modern bilim anlayışının sosyal bilimler üzerinde çok önemli iki etkisi söz konusudur. İlk etkisi, ortak, evrensel ve değişmez bir insan doğasının kabulüdür. Sosyal bilimlerin amacı da bu ortak insan doğasını keşfetmektir (Hekman, 1999:16). Böylece, tarih, kültür, gelenek vb. farklılıklarından kopartılan insan ve toplumun evrensel birliği sağlanır. Evrensel hukuk ve evrensel toplumsal düzen kurmak mümkün olur.

Diğer önemli bir etkisi de sosyal bilimler metodolojisi üzerinde görülür. Bu da pozitivist anlayışın sosyal bilimlere aynen aktarılması şeklinde gerçekleşir. Buna göre ister toplumsal ister doğal olsun, bütün bilimin amacı ampirik gözlemlerle kanıtlanabilir nitelikte olan genellemeler veya yasalar üretmektir (Sunar, 1999:25). Bunun yanı sıra başlangıçta zayıf kalsa da başka bir metodolojik yaklaşım olan Anlayıcı ve Yorumlayıcı yaklaşımın da sosyal bilimlerde geliştiği görülür.

4. Yorumlayıcı Yaklaşımın Gelişimi

Yorumlayıcı yaklaşımlara göre, sosyal bilim, insan davranışının anlaşılır bilimidir. Anlama ise aktörün, kendi davranışına verdiği anlamın anlaşılmasını içerir. Sosyal bilim için bilgi, bilim adamının gerçekliğe sorduğu sorulara bağlıdır (Aron, 1994:348,349). Böylece anlama, başka varlıklar ya da doğayla değil, sadece insanla ilgilenen değer, ahlak ve kültür bilimlerine ilişkin bir metodoloji ortaya koyar. İnsan, kendi niyetlerini iç gözlemlerle anlayabilir. Başka insanların davranışlarının nedenlerini anlamak için ise niyetler açısından yorumlama yapabilir (Weber, 2000:102). Dil, anlam, düşünce ve bilginin bağlam ve imkânı konusunda tartışmalar devam etmektedir (Grayling, 2008). İnsan ve davranış söz konusu olduğunda tek boyutlu açıklama yeterli değildir.

Günümüzde sosyal bilimler perspektifinden, Aydınlanmacı insan ve bilim anlayışı ve bilimsel yöntem olarak pozitivism, yoğun olarak eleştirilmektedir. Aydınlanmacı bilimin mitleri olarak kabul edilen doğayı insan gereksinimlerine uydurma, ilerleme, evrensel barış vb. kavramlar başarısızlık örneği olarak gösterilmektedir (Bilsel, 2012:125). Bu nedenle birçok düşünür, insan bilimlerinde yeniden yapılandırma ihtiyacından ve sosyal bilimlerin krizinden bahsetmektedir. Sosyal bilimlerde daha çok, yerellik, kültür, farklılık, çoğulluk, görecelik ve otantiklik arayışı ön plana çıkmaktadır. Hakikat ve bilgi, sosyolojik olarak inşa edilir ve toplumsal bağlamlara göre değişebilir. Spesifik gerçeklik ve bilgi kümeleşmeleri, spesifik sosyal bağlamlarla ilgilidir. Bilgi üretme sürecinde bu bağlamlar hesaba katılmalıdır (Berger & Luckmann, 2008:5). Buradan hareketle, günümüz sosyal bilimlerinde yükselen bilim paradigmasının, bilgi üretme sürecini, nesnel bir süreç olarak görmekten ziyade, dünyanın göreliliğini esas alan bir süreç olarak yaklaştığı görülmektedir. Buna göre sosyal olgular, sosyal davranış belirleyen genel yasaları keşfetmek yoluyla değil, sosyal durumun kendine özgü boyutlarının ayrıştırılmasıyla anlaşılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2000:9). Sosyal bilimci, sosyal gerçekliğin sabit biçimlerini değil, gündelik pratikler içindeki değişen özelliklerini, insanî ilişkiler içinde yeniden oluşan yapısını ve öznel yapıları yansımasını kavrayabilmek için olguları sayısal olarak toplamaktan başka yöntem ve tekniklere de gereksinim duyar (Kümbetoğlu, 2008:28). Bunun sonucu olarak anlam ve yöntemde çoğulculuk ortaya çıkar.

5. Sonuç

Positivist bilim anlayışının doğa bilimlerine egemen olmasıyla birlikte aynı yöntemlerin sosyal bilimlerde içinde geçerli olduğu savunulmuştur. Günümüz bilim dünyasında, özellikle sosyal bilimlerde, gittikçe görecelik öne çıkarmakta ve bilimdeki mutlaklık, doğruluk, tekçilik vb. kavramlar eskisi kadar güvenle sahiplenilmemektedir. Başka bilme şekillerinin var olabileceği ve doğrunun tek olamayacağı ifade edilmektedir. Buna anlayışa göre bilim,



September 21-23, 2017 Uşak

toplumsal bir etkinlik olarak, toplumu var eden her şeyin izlerini taşır. Dolayısıyla gerçeklik, görecelidir. Her toplum, kendine uygun bir bilme yöntemi geliştirebilir.

Anahtar Kelimeler: Bilim, Doğa Bilimleri, Sosyal Bilimler, Yöntem.

Kaynakça

Berger, L.P. & Luckman, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası*, İstanbul:Paradigma Yayınları.

Bilsel, H. (2012). “*Kültürün Toplumsal Simge Üretme Özelliği: Kalıcı ve Dönüştürücü Öğeler*”, *Kültür Sosyolojisi*, (Ed.) Ergur A & Gökalp, E. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Chalmers, A. (1997). *Bilim Dedikleri*, Ankara: Vadi Yayınları.

Demir, Ö. (2000). *Bilim Felsefesi*, Ankara: Vadi Yayınları.

Fay, B. (2000). *Çağdaş Sosyal Bilimler Felsefesi; Çokkültürlü Bir Yaklaşım*, (Çev.) Türkmen, İ., İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Feyerabend, K. P. (1991). *Yönteme Hayır; Bir Anarşist Bilgi Kuramının Ana Hatları*, İstanbul: Ara Yayınları.

Grayling, A. C. (2008). *Wittgenstein; Düşüncenin Ustaları*, (Çev.) Yılmaz, M., İstanbul: Altın Kitaplar.

Heidegger, M. (1998). *Bilim Üzerine İki Ders*, (Çev.) Hünler, H., İstanbul: Paradigma Yayınları.

Hekman, S. (1999). *Bilgi Sosyolojisi ve Hermeneutik*, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Kümbetoğlu, B. (2000). *Sosyoloji ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Sunar, İ. (1999). *Düşün ve Toplum*, Ankara: Doruk Yayınları.

Weber, M. (2000). *Sosyoloji Yazıları*, (Çev.) Parla, T., İstanbul: İletişim Yayınları.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel ve Nicel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayınları.



September 21-23, 2017 Uşak

Küresel Ticareti Kolaylaştırma Anlaşması'nın Türkiye Ekonomisine Olası Etkilerinin Analizi

Abstract

Nihat DAĞISTAN³⁰¹

Özet

Dünya Ticaret Örgütü'nün 1995'deki kuruluşundan beri sonuçlandırılan ilk kapsamlı ticaret reformu olma özelliğini taşıyan Ticareti Kolaylaştırma Anlaşması'nın 22 Şubat 2017'de yürürlüğe girmesiyle birlikte küresel ticaret sistemi için önemli bir dönüm noktasına ulaşılmıştır. Uluslararası ticaret prosedürlerinin basitleştirilmesi, uyumlaştırılması, standardizasyonu ve modernizasyonunu hedefleyen bu anlaşma doğrultusunda uygulanacak küresel ticareti kolaylaştırıcı düzenlemeler ile birlikte, özellikle gelişmekte olan ve en az gelişmiş ülkeler lehine ticaret engellerinin ve işlem maliyetlerinin azaltılmasının rekabetçilik düzeylerine olumlu yönde katkıda bulunacağı öngörülmektedir.

Anlaşmaya taraf olan ülkelerden birisi olarak Türkiye, ihracata dayalı bir büyüme stratejisi izlediği için küresel ölçekte ticareti etkileyecek gelişmeleri yakından takip ederek, bunlara uygun ekonomi stratejileri geliştirmek durumundadır. Anlaşmanın Türkiye ekonomisine etkilerinin neler olabileceği çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla, Dünya Bankası, OECD ve Dünya Ekonomi Forumu gibi kuruluşlar tarafından derlenen küresel ticareti kolaylaştırmaya yönelik endeks ve göstergeler yardımıyla Türkiye'nin mevcut durumu karşılaştırmalı olarak analiz edilmiş; bu çerçevede yapılması gerekenler ile ilgili olarak politika önerileri sunulmuştur.

³⁰¹ Yrd. Doç. Dr., Başkent Üniversitesi TBF Bankacılık ve Finans Bölümü, nihatdagistan@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

İslami Bir Finans Aracı Olarak Sukuk: Erzurum İli Banka Çalışanları Üzerine Bir Uygulama³⁰²

Extended Abstract

Turan ÖNDEŞ³⁰³, Bahattin ERDEN³⁰⁴

Giriş

Dünya finans sisteminde 1960' lı yıllara kadar konvensiyonel finans sistemi mevcut iken bu tarihten itibaren finans sistemine İslami finans sistemi de dahil olmuştur. İslami finans sistemi ile birlikte daha önce dini inançları gereği bu sistemden uzak duran finans yatırımcılar da, sisteme katılmış ve finans sistemi daha homojen bir yapıya kavuşmuştur.

İslami finans kurumları, kuruluş felsefesi olarak geleneksel finans kurumları gibi faizle değil, kar-zarar ortaklıklarına göre faaliyet göstermektedirler. Bu durum İslami finans kuruluşlarının faizden uzak yeni finansal ürünler ortaya çıkarmalarını gerekli kılmıştır. Bu finansal ürünlerin en önemlilerinden biri de sukuktur.

Sukukun İslami finans sisteminin en önemli aktörlerinden biri olmasının, bir varlığa dayanması, hak sahipleri için yasal güvenceler sağlaması, kolay ve etkin ödemesinin yapılmasıyla yatırım süresince düzenli gelir akışı sağlaması, likit bir enstrüman sağlaması ve ihraç edildiği ülke tarafından gerekli koşulların sağlanması şartıyla ikincil piyasalarda işlem görebilmesi gibi belli başlı nedenleri vardır.

Dünya' da ilk defa 1980' li yılların başında Malezya' da ihraç edilen sukuk(Aslan, 2012: 56) Türkiye' de de finansal piyasaların derinliğini artırmak, sürdürülebilir ve kalıcı ekonomi oluşturmak ve büyük sermaye gerektiren yatırımlar için gerekli finansal kaynağı sağlamak amacıyla, gerekli altyapı çalışmaları tamamlanarak, 2010 yılında ihraç edilmeye başlanmıştır.

Bu çalışmanın amacı tüm dünya da önemli bir finansal varlık olarak ihraç edilen, yatırım yapılan ve çok iyi tanınan sukukun, ülkemiz finans sektöründe ne kadar tanındığını, sukukun finansal piyasada derinliğinin ve etkinliğinin gelişimi için neler yapılabileceğini tespit etmeye çalışmaktır. Ayrıca ki-kare analiz yöntemi kullanılarak sukukun ihraç değerlerinin Türkiye finans sektöründeki bilinirliği tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. Literatür

2.1. Sukuk Tanımı ve Özellikleri

Sukuk kelime olarak Arapça' da Sak kökünden gelmekte olup; Sak Arapça' da sertifika veya vesika anlamına gelir. Arapça' da bono ve tahvil için senet kelimesi kullanılırken, İslami

³⁰² Bu çalışma Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muhasebe ve Finansman bilim dalında yapılmış Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

³⁰³ Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, tondes@atauni.edu.tr

³⁰⁴ Öğr. Gör., Atatürk Üniversitesi, İspir Hamza Polat M.Y.O., Muhasebe ve Vergi Uyg. Böl., berden@atauni.edu.tr



tahvil olan saklar için sak kelimesinin çoğulu olan sukuk kelimesi kullanılmaktadır. (McMillen, 2007:427), (Obaidullah, 2007:191), (Akbulak & Özgüç, 2014:3).

Sukukun ortaya çıkış amacı geleneksel finans sistemindeki menkul kıymetleştirme işlemlerine alternatif olabileceği düşüncesidir. (Durmuş, 2010:141-142) Bu kapsamda varlık senedi veya menkul kıymetlendirilmiş varlık anlamlarına da gelen ve diğer senetlerden farklı olarak belirli bir varlığa sahip olma şartı olan sukuk, (Tunç, 2010:152) İslami hukuk prensiplerine uyan faiz ödemeyi ve faiz masrafı yüklemeyi yasaklayan bir menkul kıymet olarak kabul edilmektedir. (Güngören, 2011:95)

Sukuk sertifikalarını ellerinde bulunduranlar söz konusu varlığa ortak olurlar. Dolayısıyla söz konusu varlığın geliri de onlara ait olur. (Aktepe, 2013:147) Sukukta yer alan sadece nakit akış hakkı değil aynı zamanda mülkiyet hakkıdır.(Tok, 2009:13)

Sukukun, mudaraba, müşareke, murabaha, icara, selem, istisna ve hibrid olmak üzere birçok türü vardır (Ayub, 2007: 396), .(Adıgüzel, 2010:33-34)

2.2. Dünya’ da ve Türkiye’ de Sukuk

Bugünkü halinde sukuk uygulamaları da, ilk kez Malezya Hükümeti tarafından 2002 yılında 500 milyon dolar olarak ihraç edilmiştir.(Gray & Arshad, 2007:283)

Sukuk ihraç miktarları 2007 yılında 46 milyar dolar iken, 2013 ve 2014 yıllarında yaklaşık 120 milyar dolar ile zirve yapmış fakat 2015 yılında dünya sukuk ihraç miktarları büyük düşüş yaşamış 66 milyar dolar seviyelerine gerilemiştir, 2016 yılı sonu itibariyle ise bir nebze olsa artış göstererek 75 milyar dolar seviyelerinde ihraca ulaşmıştır. (Mifc, 2017:3) Sukuk ihraç miktarları son yıllarda belirli oranda düşmüş olsa da İslami finans ürünleri arasında ki yerini güçlü bir şekilde korumaya devam etmektedir.(Tkbb Almanak 2016, 2017:40)

Türkiye’de sukuk ihracı 2010 yılında yayınlanan kira sertifikası tebliği ile mümkün hale gelmiştir.(Çanakçı, 2014:54) 2010 yılında 100 milyon dolar sukuk ihracı yapılırken (Yardımcıoğlu vd. 2014: 168), 2010-2016 yılları arasında yapılan toplam sukuk ihraç miktarı 44.4 milyar dolara ulaşmıştır.(Tkbb Almanak 2016, 2017:34)

3. Metodoloji

Tüm dünyada, İslami finans sistemi içerisinde önemli bir yer edinen sukuk ürünün Erzurum ili finans sektörü çalışanları tarafından yeterli ölçüde bilinip bilinilmediği konusu araştırılmaya çalışılmıştır.

3.1. Veri ve Yöntem

Uygulamanın yapılabilmesi için gerekli verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olan anket “Kesinlikle katılmıyorum, Katılmıyorum, Kararsızım, Katılıyorum ve Kesinlikle katılıyorum” şeklinde beşli likert ölçeği ile sayısallaştırılmıştır.

Anket formunun oluşturulması öncesinde, literatür taraması yapılmış, bu konu hakkında daha önce yapılan araştırmalar, anket formları incelenmiştir. Yapılan tüm bu incelemeler sonucunda çalışmada kullanılmış olan anket formları oluşturulmuştur. Anket



taslağı iki kısımdan oluşturulmuştur. Taslağın birinci kısmında, 1-14. sorularda katılımcıların Demografik Özellikleri, ikinci kısmında ise 15-28. sorularda sukuk bilincinden oluşturulmuştur.

Araştırmanın evreni; Ağustos 2014’ de Erzurum ilinde faaliyet gösteren bankalar olarak belirlenmiş, veriler bu bankalarda çalışan personellere yapılan anketlerden toplanmıştır. Uygulamada araştırma evreninden seçilmiş olan seksen yedi adet banka çalışanına anket yüz yüze yöntemiyle uygulanmıştır. Bu uygulama genel tarama modeli kullanılarak yapılmıştır.(Karasar, 1998: 79-81)

Araştırmada standart sapma, aritmetik ortalama, frekans dağılımı istatistiksel yöntemleri ve ki-kare analiz yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 21.0 programı ile analiz edilmiştir.

3.2. Bulgular

Yapılan analizlere ait bulgular, ankete katılanların demografik özelliklerinin sunulması ve demografi özellikleri ile sukukun bilincini ölçmek amacıyla yapılan Ki-Kare analizi sonuçları olmak üzere iki başlık halinde sunulacaktır.

3.2.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin cinsiyetleri açısından incelendiğinde, ankete katılan toplam 87 kişinin %41,4 ' ü 21-30,%56.3'ü 31-40 kalan % 2,3'ü ise 41-50 yaş aralığındadır. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında zaman, % 60.9' unun evli, % 39,1' nin ise bekar olduğu görülmektedir. Cevaplayıcıların yaşlarına bakıldığında çok büyük bir bölümünün (%56,3) 31-40 yaş grubunda olduğu ve bunu %41.4 ile 21-30 yaş grubunun izlediği görülmektedir.

Ankete katılanların eğitim seviyesine bakıldığında, çalışmaya konu olan bireylerin büyük bölümünün lisans (%65.5) ve bunu %19,5 ile lisansüstü eğitim alanların takip ettiği görülüyor. Bireylerin gelir düzeyleri incelendiğinde ilk sırayı 1000-2500 TL arası geliri olanların aldığı (%72,4), ikinci sırada ise %23 ile aylık 2501-4000 TL arasında gelir elde edenlerin geldiği görülmektedir. Çalışılan sektör türü açısından katılımcıların % 33,3' ü kamu % 66,7' s özel sektör çalışanı olarak belirlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların İslami Finans Hakkındaki Bilgi Düzeyleri

İfadeler	Evet		Hayır		Fikrim Yok	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
1. Düzenli yatırım yapar mısınız?	32	36,8	55	63,2	-	-
2. Yatırım aracını siz mi belirlersiniz?	76	87,4	11	12,6	-	-
3. Katılım bankacılığı İslami finans araçları hakkında bilginiz var mı?	48	55,2	39	44,8	-	-
4. Türkiye’de işlem gören sukuk ürünleri hakkında bilginiz var mı?	28	32,2	37	42,5	22	25,3
5. Türkiye’de işlem gören sukuk ürünlerine yatırımınız var mı?	2	7,2	26	92,8	-	-



September 21-23, 2017 Uşak

Tablo 2. Katılım Bankacılığında Yatırımı Etkileyen Tercihler

İfade	Dini Düşünce		Karlılık		Fikrim Yok	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Katılım bankacılığı kullanmakta dini düşünceniz mi yoksa finansal işlemlerdeki karlılık seviyesi mi önemlidir?	36	41,4	19	21,8	32	36,8

3.2.2. Ki-Kare Analiz Sonuç Bulguları

Sukukun bilinirliği ile demografik özelliklerden; eğitim düzeyi, gelir seviyesi ve dini hassasiyet arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla Ki-Kare analizleri yapılmıştır.

Eğitim düzeyi ile Eğitim ile Sukukun bilinirliği üzerine sorulan sorular arasında yapılan Ki-Kare Analizi sonuçlarına göre, Eğitim ile 5.soru olan “Sukuku katılım bankasından öğrendim.” sorusu ve 9.soru olan “Sukukun kullanım amacı, kolay borçlanmak ve faiz geliri elde etmekten çekinen tasarruf sahiplerine ulaşabilmektir.” Soruları arasında % 5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Eğitim ile diğer 12 soru arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir.

Gelir Seviyesi ile Sukuk’ un bilinirliği üzerine sorulan sorular arasında yapılan Ki-Kare Analizi sonuçlarına göre, Gelir seviyesi ile 9. soru olan “Sukukun kullanım amacı, kolay borçlanmak ve faiz geliri elde etmekten çekinen tasarruf sahiplerine ulaşabilmektir. Sorusu arasında % 5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gelir ile diğer 13 soru arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Dini düşünce ile Sukukun bilinirliği üzerine sorulan sorular arasında yapılan Ki-Kare Analizi sonuçlarına göre, Dini düşünce ile 9. soru olan “Sukukun kullanım amacı, kolay borçlanmak ve faiz geliri elde etmekten çekinen tasarruf sahiplerine ulaşabilmektir.” Sorusu arasında % 5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Gelir ile diğer 13 soru arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

4. Sonuç

Bu çalışmada, Dünyada ve Türk finans sektöründe gittikçe önem kazanan İslami finans ürünü sukukun, Erzurum ilindeki banka çalışanları tarafından bilinirliği araştırılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda ulaşılan bulgular ile kurulan hipotezlerin bazı sorularla % 5 önem seviyesinde ki-kare analiz sonuçlarına göre anlamlı ilişkisi olduğu görülmektedir.

Anacak her hipotez grubunda sadece bir veya iki soru ile ilgili anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye finans sektöründe sukukun yeterli düzeyde bilinmediğini göstermektedir. Ankete katılan kişilerin verdiği cevaplar incelendiğinde, bütün sorulara verilen cevapların önemli kısmının kararsızım cevabı olduğunu görmekteyiz, bu durum da katılımcıların bu konuda ki eksik bilgiye sahip olduğunu göstermektedir. Öyle ki katılımcıların büyük kısmının sukuku daha önce hiç duymadıkları belirlenmiştir.

Yapılan çalışma sonucunda sukukla ilgili bazı eksikler tespit edilmiştir. Bunlar; sukuk ürünü de dahil, İslami finans ürünleri hakkında ki yetersiz bilgi, İslami finans ile geleneksel finansın farklarının tam olarak anlatılamaması, İslami finans kurumlarında çalışacak yeterli altyapıyı ve eğitimi alamamış personel, ana nedenlerdir. Bunlara ilaveten, özel sektöre yönelik mevzuat sıkıntıları, vergi teşvikleri, ikincil piyasadaki gelişmeler ve kira



September 21-23, 2017 Uşak

sertifikası(ıcarara) haricindeki sukuk türleriyle de sukuk ihracı gerçekleştirilmemesi diğer sorunlar olarak gösterilebilir.

Anahtar kelimeler: İslami finans, Sukuk, Katılım Bankacılığı, Kira Sertifikası

Kaynakça

Adıgüzel, B.(2010). “Sermaye Piyasasında Yeni Bir Menkul Kıymet: Kira Sertifikası (Sukuk)”, *Erciyes Üniversitesi, Hukuk Fakültesi Dergisi*, V, 1-2: 29-56

Akbulak, Y., Özgüç, E. (2004). “Alternatif Finansman Yöntemi Olarak İslami Finansal Araçlar ve Türkiye’de Uygulanabilirliği Üzerine Düşünceler”, *Aktive Finans Dergisi*, Kasım – Aralık 39: 3-6

Aktepe, İ.E. (2013). *Sorularla Katılım Bankacılığı*, İstanbul, Erkam Matbaası.

Aslan, H. (2012). “*Alternatif Bir Yatırım Aracı Olarak Sukuk: Yapısı, İşleyişi ve Türkiye Piyasası İçin Öneriler*”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ayub, M. (2007). “*Understanding Islamic Finance*”, West Sussex, England, John Wiley & Sons Ltd.

Çanakçı, M. (2014). “Çok Kutuplu Dünyada İslami Finans Piyasalarının Gelişimi Ve Sukuk İhraçları” *Türkiye İslam İktisadı Dergisi*, 1, 2, Ağustos: 43-58

Durmuş, A. (2010). “Modern Bir Finansal Araç Olarak Sukuk ve Fıkhi Açından Tahlili”, (Ed. Saffet Köse), *İslam Hukuku Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 16, Konya, Ekim, s. 141-142

2016 Global Sukuk Market: A Record Year For Corporate Issuance.(2017). http://www.mifc.com/index.php?rp=sukuk_report_270317.pdf, (18.08.2017)

Gray R., Arshad İ.,(2007). “Regulating Islamic Capital Markets”, *Islamic Finance The Regulatory Challenge*, Simon ARCHER ve Rifaat Ahmed Abdel Karim (Ed.), John Wiley&Sons (Singapore), s. 283.

Güngören, M.(2011). “*Katılım Bankalarında Menkul Kıymet İhracının (Seküritizasyon) Yapısal Farklılık Gösteren Finansal Piyasalarda Uyum Modellemesi: Sukuk Örneği*”, Yayınlanmamış Doktora Tezi,İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karasar, N. (1998). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara, Nobel Yayınları.

McMillen, M.J.T.(2007) “Contractual enforceability issues: sukuk and capital markets development”, *Chicago Journal of International Law*, 7 (2) pp. 427-468

Obaidullah M.,(2007)., “Securitization in Islam”, M.K. Hassan, M.K. Lewis (Eds.), *Handbook of Islamic banking*, Edward Elgar, (Cheltenham) s. 191-199

Tok, A. (2009). *İslami Finans Sistemi Çerçevesinde Sukuk (İslami Tahvil) Uygulamaları, Katılım Bankaları ve Türkiye Açısından Değerlendirmeler*, Ankara, Spk Yayınları.



September 21-23, 2017 Uşak

Tunç, H. (2010). *Katılım Bankacılığı: Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması*, İstanbul, Nesil Yayınları.

Türkiye Katılım Bankalar Birliği.(2017). *Türkiye Katılım Bankalar Birliği Faaliyet Raporu 2016*, Tkbb Yayınları, Nisan 2017, İstanbul.

Yardımcıoğlu, M., Ayrıçay, Y. & Coşkun, S.(2014). “İslami Finans Çerçevesinde Menkul Kıymetleştirilmiş Varlık; Sukuk Dünya Ve Türkiye Piyasası İncelemesi”, *Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF Dergisi*, K.Maraş, 1:157-174.



September 21-23, 2017 Uşak

Borsa İstanbul 100 Endeksi ile Makroekonomik Değişkenler Arasındaki Duyarlılık ve Nedensellik Analizi

Abstract

Eser YEŞİLDAĞ³⁰⁵

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’deki hisse senedi fiyatları ile makroekonomik faktörler arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmektir. Bunun için 2010-2016 yılları arasındaki aylık BIST100 endeks getirileri ile para arzı, enflasyon oranı, faiz oranı, altın fiyatı ve döviz kuru gibi makroekonomik faktörler analize dâhil edilmiştir. Çoklu Doğrusal Regresyon yöntemi ile Granger nedensellik analizinin kullanıldığı bu çalışmanın sonuçlarına göre, BIST100 ile faiz oranları ve sepet kur arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Bunun yanında sepet kur ile BIST100 arasında, sepet kurdan BIST100’e doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak BIST100 ile diğer bağımsız değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Anahtar kelimeler: BIST100, Makroekonomik Değişkenler, Çoklu Doğrusal Regresyon, Granger Nedensellik

³⁰⁵Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans Bölümü, eser.yesildag@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Uygulamalı Muhasebe Eğitiminin Öğretim Elemanı ve Yönetici Unsurları Açısından Analizi

Abstract

İsmail AYDEMİR³⁰⁶

Özet

Teorik muhasebe eğitimiyle birlikte uygulamanın da verilmesi, muhasebe eğitiminin kalitesi açısından ve etkinliği açısından önem arz etmektedir. Nasıl ki tıp ve mühendislik eğitimlerinde, eğitim süreci belli bir noktadan sonra teorik ve pratik eğitim birlikte götürülmekte ve başarı sağlanmaktadır. Aynen öyle de; muhasebe eğitimi de böyle gerçekleştirildiğinde, bu bölümleri bitiren öğrencilerin iş aş bulma imkanları daha iyi olacak ve de yapıldığında bu eğitimi alan kişiler, piyasanın ihtiyaçlarına daha erken cevap verme imkanına kavuşmuş olacaklardır.

Bu araştırmanın amacı; uygulamalı muhasebe eğitiminin gerçekleşmesinde; eğitimi etkileyen Öğretim elemanı ve Yönetim unsurlarına düşen görevler ve bunların gerçekleştirilmesine yönelik çabaların analiz edilmesidir.

Anahtar Kelimeler: Uygulamalı eğitim, uygulamalı muhasebe eğitimi, muhasebe eğitiminde kalite.

³⁰⁶Yrd.Doç.Dr.,Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bir Eylül Kampüsü İzmir Yol Merkez / UŞAK, ismail.aydemir@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Global Sokağın Mikro Girişimleri ve Parafiskal Yaklaşım

Extended Abstract

Osman SİRKECİ³⁰⁷

1. Giriş

Küreselleşmenin dünya genelindeki kırsal alanları da köysel şehirlere dönüştürmeye başlamasıyla birlikte sosyoekonomik politikanın temel alanlarından bir olan üretici güçlerin konumlanışında da çeşitli değişimler kaçınılmazdı. Küresel ve lokal mal ve hizmet üretimi globalleşmeyle birlikte yeniden biçimlenerek küyereleşmeye başladı. Bu değişim ve dönüşüm süreçlerinde maliye bilimi ve yaklaşımları da fiskal ve para fiskal vizyonunu genişletti. Bu çalışma özellikle mikro girişimler, bu kümenin vergisel algılanışı ve özellikle yasal olarak bu kümenin içinde tanımlanmış olmakla birlikte kendine özgün farklılıklara dikkat çekmektedir. Seyyar satıcılar, işportacılar, simitçiler, pazarcılar vb. olarak görülen bu kümenin belirgin farklılıkları ve özgünlükleri ile yeniden tanımlanmasının önemi ele alınmaktadır. Vergisel ve vergi dışı finansal araçlar bakımından küresel gerçekle uyumlu olmayan akademik ve pratik yaklaşımların daha gerçekçi veriler ve bilgilerle etkin ve efektifliğe kavuşturulması amaçlanmaktadır.

Çalışma kapsamında sadece kendi adına çalışan ve yanında ücretli veya ücretsiz aile çalışanı konumunda bir kişilik ek istihdam yaratan mal veya hizmet üretimi süreçlerinde aktif yer alan ekonomik birimler ele alınmaktadır. Maliye politikaları ile birlikte bir çok alanda multi disiplinler domino etkisine sahip akademik ve uygulamada bulunan parafiskal yaklaşımlar ile global realite arasındaki uyumsuzluğun giderilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın yöntemi, tümevarım yaklaşımı ile birlikte kuramsal ve deneysel quantum kimya araştırmaları metodolojisinde “Semiempirical Method” olarak tanımlanan yarıampirik yaklaşımın sosyal bilimlerde uyarlanmasıdır.

Çeşitli ülke örnekleri ile birlikte seyyar satıcılar, işportacılar olarak tanımlanan kümenin aktüel durumu, sorunları, iyi uygulama örneklerinden yararlanılarak oluşturulacak çözüm önerileri çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu modelde ölçülebilir veri olarak küresel boyutları ile iki milyar kişiyi kapsayan ve yirmi trilyon dolarlık ticari hacime sahip olan bu kümenin kuramsal tanımlanması ve bu tanıma uyguna fiskal ve parafiskal yaklaşımların belirlenmesine katkı sunulması amaçlanmaktadır.

2. Mikro Girişimlere Yeni Yaklaşım

Mikro girişimler 1980’li yıllarla birlikte gündeme yerleşen “orta direk”, “middle class”, “mittelstands” kavramıyla birlikte bu sosyoekonomik ve sosyopolitik kümenin içinde ve yanında yer alan ortadireğe benzerlikleri ile birlikte önemli özgün farklılıkları da olan bir küme olarak fark edilmeye başlandı. Orta direk yaklaşımları özellikle fiskal politikalar ve uygulamalar bakımından dikkate değer dönüşümlerin gerçekleştirilmesinde önemli bir role sahip olduğu görüldü (Aytaç & İlhan, 2008). Ancak ortada bulunan kümenin homojen bir yapıdan ziyade farklı alt kümeleri de içinde barındırdığı 2000’li yıllarla birlikte gündemdeki yerini almaya başladı. Ve bağımlı çalışan işçi ve memurların yanında orta direklerle birlikte duran ancak özgün sorunları ve talepleri olan Mikro Girişimler ekonomiden, sosyolojiye ve maliyeye kadar gündemin önemli bir belirleyeni haline geldi.

³⁰⁷ Yrd. Doç. Dr. Giresun Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksek Okulu, Havacılık Yönetimi Bölümü



Başta Avrupa Birliği olam üzere bir çok ülke yasalarla işletme ölçeklerini tanımladı. Bu tanımların içinde mikro işletmeler temel ve gene ayrıntılarıyla tanımlandı (EU European Commission, 2005). Bu tanımlamaları diğer alanlarla birlikte fiskal ve parafiskal yasal düzenlemeler takip etti (T.C. Resmi Gazete, 2005). Ancak özellikle mikro girişimler olarak tanımlanan kümenin farklı uluslararası kuruluşlarda, ülkelerde veya çeşitli kurumlarda tekrar kendi içindeki alt kümeler şeklinde ele alınmaya başlandığı görüldü. Ortadireğin en geniş bileşeni mikro işletmeler, mikro girişimciler oluyordu. En önemli kriterlerden biri olan istihdam kriterine göre dokuz ve daha az istihdam sağlayan işletme mikro işletme sayılıyordu. Fakat bu kümede de ana gövdeyi oluşturan iki temel alt küme farkedildi. Birincisi kendisinden başka hiç kimseye istihdam sağlamayan girişimlerdi. İkinci büyük kümeyi ise ücreti veya ücretsiz aile çalışanı olarak kendisi ile birlikte bir başkasına daha iş olanağı sunan iki kişilik işletme tipi sınıflandırmalarda yerini aldı. Bunu 3-5 kişilik istihdam yaratan ve 5-9 arası istihdam sağlayan ekonomik birimler olarak sınıflandırmalar tamamlamış oldu.

3. Küresel Sokağın Ekonomisi

Söz konusu kümeye toplumun, yasamanın, yerel ve merkezi yürütmenin, seyyar veya mobil olmayan tüccarın, küçük esnafın yaklaşımının, bakışının, algısının negatif görünüşünün sorgulanması çalışmanın hareket noktasını oluşturmaktadır. Temel problem; işportacılık, seyyarlık, falcılık, dilencilik; toplum ve yönetim olarak olumlu algılanmamaktadır. Bu işlerle uğraşanlara küçümseyici veya kötü gözle bakıldığı algısı yaygındır. Sıklıkla bu işleri yapanların horlandıkları, aşağılandıkları, dışlandıkları görülmektedir. Bu sektörde çalışıyor olmak pek makbul bir faaliyet olarak görülmemektedir. Çalışma diğerlerinin yanında bu sanal durumun reel gerçeklikle örtüşmediğini göstermeyi de amaçlamaktadır. Ekonomik, sosyolojik, demografik ve politik bir bütün olarak realitede çok geniş kitleleri kapsayan, çok büyük ticari hacimlere ulaşan, buna karşın çok düşük yatırımlar ve maliyetlerle tüketicilerin gündelik yaşam ihtiyaçlarını yine çok ucuz koşullarda karşılanmasını olanaklı kılan bu kümenin olumlu ve faydalı yanlarının farkında olunmayışı temel problemi oluşturmaktadır. Temel problemin tanımında ve tespitinde söz konusu kümeye dair birçok yasal düzenleme getirerek durumun iyileştirilmesine yönelik az sayıdaki ülke ile “seyyarı, işportacısı ile barışık şehir” izlenimi sunan, olumluluk tablosu çizen kentler ve kasabalar ile bazı kentlerdeki dönemsel “yerel yönetim yaklaşımlarına” bağlı olumlu adımlar dikkate alınmaktadır (Aktaş, 2010). Sorunun zabıta, polisiye tedbirler veya yasaklarla çözümlenemediği ancak farklı olumlu yaklaşımlarla çözüme yaklaşılabilceği varsayımından hareket edilmektedir.

4. Küresel Gerçeklik ve Gölgedeki Girişimcilik

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Dünya Bankası (DB) gibi çeşitli uluslararası kuruluşların verilerine göre toplam 7,5 milyara yaklaşan dünya nüfusunun 4 milyarlık bir kısmının çalışmakta olduğu bilgisi yer almaktadır. Ülke istatistik kurumlarından aktarılan bilgilere dayandırılarak derlenip özetlenen bu tabloların zaman zaman gerçek sayılarla örtüşmediği durumlar da ortaya çıkmaktadır. Verilerdeki ve tahminlerdeki tutarsızlıklar ve çelişkili görünümün açıklığa kavuşturulması ihtiyacı sıklıkla ifade edilmektedir (Poon, 2015). Ulusal ve küresel ölçekli çalışmalarda, araştırmalarda ve uzman görüşlerinde, açıklamalarında son 30 yılda, önceleri bir milyar olarak tahmin edilen son yıllarda 2 milyarlık bir kitle olarak ifade edilen seyyar satıcılar, işportacılar vb. mobil girişimciler, resmi rakamlara göre çalışmakta olduğu varsayılan 4 milyarlık kitlenin yarısını oluşturmaktadırlar (Souffrant, 2016).

Resmi istatistikler doğru ise her iki çalışandan biri işportacılık yapmaktadır. Ancak istatistik daireleri ve uzmanları tarafından yapılan açıklamalar ise bu grupta bahsedilen faaliyetlerin



“çalışma durumunda olan kişiler” kümesinin içinde çok az oranda kayıtlara geçmektedir. Örnek olarak; TÜİK 2012 verilerinde 451 bin kişinin işportacı ve seyyar satıcı olarak kaydedildiği yer almaktadır (Radikal, 2004). Ayrıntılı veriye de aylık bültenlerde ve meta veri tabanlarında ulaşılamamaktadır. Ancak özel talep halinde veriler elde edilebilmektedir. Küresel olarak diğer ülke verileri içerisinde de ilgili inisiyatifler veya çeşitli mesleki ve sivil toplum kuruluşlarınca açıklanan rakamlarda ciddi farklılıklar olduğu görülmektedir. Yayınlanan resmi istatistiki tablolar, kişisel veya kurumsal araştırma sonuçları dikkatlice sorgulanarak incelendiğinde yüzde yüzlere, yüzde ellilere varan sapmaların olduğu kolayca görülmektedir. Ankara Ticaret Odası tarafından yaptırılan bir çalışmanın sonuç satırları arasında “Ankara’da çalışan her yedi kişiden birinin işportacılık yaptığı” tespit edildiği görülmektedir (Radikal, 2004).

5. Sonuç

Dünya ortalamasına bakınca çalışan her iki kişiden birinin işportacı olduğunun anlaşılması gereği ortaya çıkmaktadır. Dünya genelinde her iki çalışandan biri işportacıyken Ankara’da neden sadece yedi çalışandan birinin işportacılık yaptığı cevabının bulunması gerekmektedir.

Söz konusu küme kapsamında çocuk işçiliğinin önemli ölçüde yaygın olduğu bilinmektedir. Bu sebeple de küresel olarak 7,5 milyarlık dünya nüfusunun çocuk çalışanlarla birlikte “çalışma çağında” olduğu varsayılabilecek olan 6 milyarlık kısmında, her üç kişiden birinin veya çalışmakta olan her iki kişiden birinin işportacı olması gerektiği gibi inanılması kuşku gelen ancak matematiksel olarak mantıklı görünen bir sonuca ulaşılmaktadır (wiego.org, 2016).

Bu bulgular ve veriler Türkiye özgülünde 6 milyon, küresel olarak ise 2 milyar olarak tahmin edilen bu sosyoekonomik aktif üretken topluluğun toluma, devlete ve diğer kurumlara yük olmaksızın yarattıkları fırsat maliyelerini kayıtdışı (Ertuğrul & Serel, 2010) veya kayıtlılık kriterlerine bağımlı kalmaksızın fiskal, parafiskal tedbir ve desteklerle ve çeşitli teşviklerle negatif dışsallıktan pozitif tasarrufa, yatırıma ve daha kaliteli lokal-ekolojik üretime dönüştürmenin mümkün olduğu görülmektedir (Aktaş, 2010).

Anahtar kelimeler: Mikro işletme, İşportacı, Fiskal, Parafiskal, Vergisel

Kaynakça

- Aktaş, O. (2010, Eylül 06). Türkiye'de 4 Milyona Yakın İşportacı Var. *haberler.com*. Haziran 24, 2017 tarihinde <https://www.haberler.com> adresinden alındı
- Aytaç, Ö., & İlhan, S. (2008). *Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif*. Kayseri: Selçuk Üniversitesi. Mayıs 10, 2013 tarihinde www.sosyalbil.selcuk.edu.tr adresinden alındı
- Ertuğrul, C., & Serel, H. (2010, Haziran). Türkiye’de Kayıt Dışı Bir Sektör: Seyyar Satıcılık Ve İşportacılık. *Mevzuat Dergisi*, 1-7. Haziran 20, 2017 tarihinde <http://www.mevzuatdergisi.com> adresinden alındı
- EU European Commission. (2005). *User Guide to the SME Definition* (2005 b.). Brüssel, Belgen: European Union. doi:10.2873/782201
- Kırım, A. (2010). *Yeni Girişimciliği Teşvik Etmeliyiz*. Türkiye Gazetesi. Ocak 12, 2010 tarihinde <http://www.turkiyegazetesi.com> adresinden alındı
- Parlak, B. (2004). *Yükselen Trend: Girişimcilik*. tchayat Dergisi. Mayıs 12, 2010 tarihinde <http://www.tchayat.org> adresinden alındı



September 21-23, 2017 Uşak

- Poon, L. (2015, November 13). *citylab.com*. Haziran 10, 2017 tarihinde citylab.com: <https://www.citylab.com> adresinden alındı
- Radikal. (2004, Mayıs 24). İşportada ciro 50 katrilyon. *Radikal*, s. 2. Ağustos 10, 2017 tarihinde <http://www.radikal.com.tr> adresinden alındı
- Souffrant, C. (2016). *Connect.Reflect.Act*. Haziran 15, 2017 tarihinde European Union Agency for Fundamental Rights: <http://fra.europa.eu/en> adresinden alındı
- T.C. Resmi Gazete. (2005). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik*. Ankara: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı. April 30, 2017 tarihinde <http://www.resmigazete.gov.tr> adresinden alındı
- wiego.org. (2016). *www.wiego.org*. Haziran 15, 2017 tarihinde www.wiego.org: <http://www.wiego.org> adresinden alındı



September 21-23, 2017 Uşak

The Relationship Among Real Effective Exchange Rate, Export and Import: An Econometric Evaluation in Turkey

Extended Abstract

Göksel KARAŞ³⁰⁸, Ebru KARAŞ³⁰⁹

1. Introduction

Foreign exchange rates have an important influence on both imports and exports. Exchange rate movements have a decisive influence on foreign trade volume in developing country economies, especially Turkey. Occasionally, countries are interfering with the exchange rates in order to increase exports and / or reduce imports. However, these policies do not have the same effect in every country, nor give the expected results. The aim of the study is to set out the existence and direction of the relationship among real effective exchange rate, export and import in Turkey.

In the study, the real effective exchange rate, export and import amounts between 2003: 01 - 2017: 06 periods of Turkey are included in the analysis. The stability of the series will be tested using the Augmented Dickey Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) and Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) unit root tests. After the series have stabilized, the relationship among real effective exchange rate, export and import will be tested by the Johansen cointegration test and the direction of the relationship will be revealed with the help of Granger causality analysis.

2. Literature Review

Much work is being done to determine the relationship between the real exchange rate and imports and exports, both locally and in foreign literature. A summary of some of the major studies on the topic is at below.

Table 1. Literature

Writers	Period	Findings
Akhtar ve Hilton (1984)	1974 – 1981 annual data	It has been found that exchange rate changes reduce the volume of foreign trade in the goods of production.
Arize (1994)	1973:1 – 1991:1 quarterly data	A positive and meaningful long-term statistical balance was found between foreign trade balance and real effective exchange rate in Asian countries.
Zhang (1996)	1991 – 1996 monthly data	The differences and components of trade balance are the Granger cause of Exchange rate, but no relation was found from the exchange rate to the trade balance.

³⁰⁸ Research Asisstant, Dumlupınar University, goksel.karas@dpu.edu.tr

³⁰⁹ Research Asisstant, Uşak University, ebru.cilli@usak.edu.tr



Karagöz and Doğan (2005)	1995 – 2014 monthly data	There was no econometric relationship among the exchange rate, the export and import.
Karaçor and Gerçek (2012)	2003 – 2010 monthly data	Cointegration relationship between real exchange rates and foreign trade volume has been determined. Moreover, a short-term and long-term causality relation to foreign trade volume from real exchange rates resulted in only short-term causality relation to foreign exchange from foreign trade.
Değer and Demir (2015)	1997 – 2014 monthly data	There is a causality relation from the real effective exchange rate to the foreign trade volume but the result is that there is no causal relationship between the foreign trade volume and the real effective exchange rate.
Chaudhary et al. (2016)	1979 – 2010 annual data	In most country of South Asia and Southeast Asia, there is a long-run relationship between exchange rates and exports, while in only one country there is a long-lasting relationship between exchange rates and imports.
Bari and Togba (2017),	1980 – 2015 annual data	While there is a significant negative effect on the trade balance of the nominal exchange rate, there is a positive relationship between the real exchange rate and trade balance.

3. Econometric Model

In the study, the causality relation between the variables was examined using the monthly real effective exchange rate, export and import data of Turkey between 2003: 1-2017: 6. Data for variables Republic of Turkey Central Bank Electronic Data Distribution System (EVDS). Real effective exchange rate is taken as consumer indexed and 2003 = 100 indexed.

The existence of the relationship among real effective exchange rate, export and import have been tried to be determined with the help of econometric analyzes. In the study, the stationarities of the REX, EXP and IMP, which are used in logarithmic, were tested using the Augmented Dickey Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) and Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) unit root tests. Subsequently, the Johansen cointegration test was used to determine the existence of the relationship between the variables, and the Granger causality analysis was used to determine way of the relationship.

4. Findings

Since the variables used in the study are time series, it is important that the series are stable at the same level. Otherwise, there may be a false regression problem in the models established between the non-stationary series (Gujarati, 2009: 725). According to the results of ADF, PP and KPSS unit root tests, the null hypothesis was not rejected in level values of the real effective exchange rate, export and import variables and therefore the series were found to be non-stationary. To make the series stationary, the differences were taken from the first difference and analyzed again. All variables were found to be stable in I (1).

Then, the VAR model was estimated to examine the relationship among real effective exchange rate, export and import variables. After the stationarity test result was reached at the same level, the VAR model was constructed and the optimal lag length was calculated as 12 using Likelihood Ratio (LR), Final Prediction Error (FPE), Akaike (AIC), Schwarz (SC) and



Hannan Quinn. It has been determined that there is no autocorrelation and variable variance problem for the determined optimal lag length of the generated VAR model.

In the study, Johansen (1988, 1995) Cointegration Test was used to determine the long-run relationship among variables. In order to determine the model to be used in the cointegration test, it is necessary to select the most suitable model among the five alternative models that are theoretical. Model selection is based on Pantula principle (Sevüktekin and Çınar, 2014: 595). In study, it was determined that the most suitable model for Pantula principle is model 2. According to the results of the cointegration test, it is seen that there is at least one cointegrated relation according to the Trace statistic and at least two cointegrated relations according to the Max-Eigenvalue statistic.

After the cointegration relationship among the variables is revealed, the Granger causality test is used to determine whether there is a causal relationship between the variables and to determine way of the relationship (Barış and Demircioğlu, 2006: 76). According to the Granger causality test results, while there is a two-way causality between real effective exchange rate and import, there is a one-way causality between import and export.

5. Conclusion

The role of foreign trade in economic growth and development can not be denied. For this reason, countries adopted the export-based growth model. Due to the increasing trend of globalization and the expansion of the application area of the export-based growth model, developments in the world affect almost every country. This is usually realized through exchange rates. Especially in developing countries like Turkey, changes in exchange rates are important. As a change in foreign exchange rates affects the import and export volume, the foreign trade volume of the countries is also affected and therefore the balance of external payments is affected. A change in foreign exchange rates could create pressure on the balance of payments of developing countries with current account deficit problems like Turkey and cause the current deficit to increase. As a result, when exchange rates are determined, it should be careful in developing countries since they are often subject to current account deficits.

Keywords: Real Effective Exchange Rate, Export, Import, Cointegration, Causality

References

- Akhtar, M. A., Hilton, R. S. (1984). "Effects of Exchange Rate Uncertainty on German and U.S. Trade", Federal Reserve Bank of New York, Quarterly Review, 9, pp. 7-16.
- Arize, A.C. (1994). "Cointegration Test of A Long-Run Relation Between The Real Effective Exchange Rate and The Trade Balance", International Economic Journal, 8 (3), pp. 1-9.
- Barışık, S., Demircioğlu, E. (2006). "Türkiye'de Döviz Kuru Rejimi, Konvertibilite, İhracat-İthalat İlişkisi (1980-2001), ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (3), ss. 71-84.
- Bari, B., Togba, E.D. (2017). "The Effect of Foreign Exchange and Real Exchange Rate on Foreign Trade in Liberia: An Application of Autoregressive Distributed Lag (ARDL) Approach", EconWorld 2017 Paris Proceedings, pp. 1-23.
- Chaudhary, G. M., Hashmi, S. H., Khan, M. A. (2016). "Exchange Rate and Foreign Trade: A Comparative Study of Major South Asian and South-East Asian Countries", Procedia – Social and Behavioral Sciences, 230, pp. 85-93.



September 21-23, 2017 Uşak

Değer, O., Demir, M. (2015). “Reel Efektif Döviz Kuru ve Dış Ticaret Hacmi Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği”, Finans, Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, 52 (604), ss. 7-21.

Gujarati, D.N. (2009). Temel Ekonometri (Çev: Ü. Şenesen, G.G. Şenesen), Ayhan Matbaası, İstanbul.

Karaçor, Z., Gerçeker, M. (2012). “Reel Döviz Kuru ve Dış Ticaret İlişkisi: Türkiye Örneği (2003-2010)”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 23, ss. 289-312.

Karagöz, M., Doğan, Ç. (2005). “Döviz Kuru Dış Ticaret İlişkisi: Türkiye Örneği”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15 (2), ss. 219-228.

Sevüktekin, M., Çınar, M. (2014). Ekonometrik Zaman Serileri Analizi, Dora Yayıncılık, Bursa.

Zhang, Z. (1996). “The Exchange Value of The Renminbi and China’s Balance of Trade: An Empirical Study”, NBER Working Paper, No: 5771.



September 21-23, 2017 Uşak

Dinamik Fiyatlandırma: Havayolu İşletmeleri Örneği

Extended Abstract

Mücahid YILDIRIM,³¹⁰Şuayip ÖZDEMİR³¹¹

1. Giriş

Havayolu şirketlerinden uçak bileti alırken tüketicilerin ne kadar erken alırsak o kadar ucuz olur düşüncesinin her zaman doğru olmadığı görülmektedir. İnternet üzerinden bilet satış fiyatlarını takip eden tüketiciler aynı uçağın aynı koltuğunun fiyatındaki değişimleri gün gün saat saat izleyebilmektedirler. Hemen her dakika havada uçakları olan havayolları bu fiyatlandırma dinamiklerini ile ne sağlamaya çalışmaktadır? Seyahat etme amacını taşıyan otobüslerde fiyatlar sabitken uçaklarda dinamik fiyatlandırma uygulamasının varlığının anlamı nedir? Bu yazıda bu sorulara cevap verilmeye çalışılmaktadır.

Hizmetlerin stoklanamaz oluşu ve üretildiği an tüketilmesi gerekliliği onları somut ürünlerden farklı kılmaktadır. Bu durum hizmetlerde fiyatlandırma kararlarına da yansımaktadır. Hizmetlerde değişken talep ve kapasite özelliklerine bağlı olarak fiyatları sürekli olarak güncellemek anlamına gelen dinamik fiyatlandırma, havayolu işletmelerinin yanında oteller ve araç kiralama firmaları gibi işletmelerde de “gelir yönetimi” adıyla yaygın olarak uygulanmaktadır. Gelir yönetiminde amaç, talebin esnekliğini dikkate alarak mevcut kapasiteden maksimum gelir elde edecek şekilde fiyatlarda gerekli değişiklikleri yapmaktır. Bu çalışmada gelir yönetimini ilk geliştiren işletmeler olarak havayolu işletmelerinde dinamik fiyatlandırma uygulamalarıyla ilgili literatürdeki çalışmalar incelenmiştir.

Havayollarının sundukları ürünler olarak koltukların sayısının sabit oluşu (yani arzın esnek olmayışı) farklı talep özelliklerine göre kapasiteden maksimum geliri elde etmek için farklı zamanda farklı müşterilere farklı fiyatlar uygulamak gereğini ortaya çıkarmıştır. Gelir yönetiminde geleneksel olarak bir uçuşun günü yaklaştıkça ve boş koltuk sayısı azaldıkça fiyatların arttığı kabul edilmektedir. Ancak gelir yönetimini etkileyen parametreler bunlarla sınırlı olmayıp, ilgili rotadaki rekabet düzeyi, zaman, talebin veya pazar bölümünün özellikleri (örneğin iş için mi tatil için mi seyahat ettiği) gibi unsurlar da fiyat değişimlerinde etkili olabilmektedir.

2. Dinamik Fiyatlandırma ve Havayolu İşletmelerinde Gelir Yönetimi

Gelir yönetimi diye adlandırılan fiyatlandırma stratejileri herhangi bir zamandaki mevcut kapasiteden elde edilebilecek gelirin maksimize edilmesini ifade etmektedir (Lovelock & Wright, 1999: 180). ABD’de 1978’de havayolu işletmelerinin fiyatları belirlemek konusunda serbest bırakılmalarıyla (Vinod, 2015) gelir yönetimi kavramı ortaya çıkmıştır. Herhangi bir uçuşta satılmayan bir koltuğun daha sonra satılmasının mümkün olmaması nedeniyle boş koltukları doldurmak için yapılan indirimli satışlar havayolu işletmeleri için cazip bir hale gelmiştir. Ancak tüm koltukları indirimli satmak da yine işletme için bir gelir kaybı anlamına gelecektir. Bu anlamda gelir yönetimi sabit olan kapasiteyi farklı pazar bölümlerindeki potansiyel talebe en karlı şekilde dağıtmayı amaçlamaktadır (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2011: 278).

³¹⁰ Arş. Grv. Afyon Kocatepe Üniversitesi, mucahidyildirim@aku.edu.tr

³¹¹ Prof. Dr. Afyon Kocatepe Üniversitesi, suayib@hotmail.com



Geleneksel gelir yönetimi yaklaşımı bir uçuş için boş kalan yer sayısı azaldıkça fiyatın artacağını ifade etmektedir. Örnek olarak Dutta ve Santra (2016)'nın çalışması bunu doğrular niteliktedir. Buna karşın, Bilotkach vd., (2015) Avrupalı iki ucuz havayolu üzerinde yaptıkları araştırmada, uçuşlarda zaman içinde fiyat düşüşleri gözlemlemişler ve bir uçuşta koltuk fiyatında belli bir standart sapma üzerinden yapılan indirimlerin uçuş doluluk oranını arttırdığını bulmuşlardır.

Bir başka Avrupalı ucuz havayolu Rynair'ın 2 yıllık uçuşları üzerinde yapılan bir araştırmaya göre ise, ikinci yılda ortalama bilet fiyatlarının ve dinamik fiyatlandırma yoğunluğunun azaldığı görülmüştür. Ayrıca uçuşların üçte birinden fazlasında %10dan fazla bir fiyat düşüşü gerçekleşmiştir. Bu durumda önceden rezervasyon yaptırmanın tüketici için daha pahalı olabileceği ifade edilmektedir (Malighetti vd., 2010).

Salanti vd. (2012) ise yine ucuz havayolu işletmeleri üzerinde yaptıkları araştırmada tatil için seyahat edenlerle iş için seyahat edenlerin dinamik fiyatlandırma ile birbirinden ayrıldığını ifade etmektedirler. Bu anlamda, uçuşa 15 gün kala yapılan artışların, “iş için seyahat edenlere yönelik” olduğu ve bu segment için km başına ortalama fiyatın daha düşük olduğu, “tatil için seyahat edenlere yönelik” olarak ise daha az dinamik fiyatlandırma (daha az fiyat değişimi) yapıldığını ifade etmektedirler. Bachis ve Piga (2011) ise ucuz havayolu işletmelerinin dinamik fiyatlandırma nasıl kullandığıyla ilgili olarak; “talebin daha heterojen rekabetin daha az olduğu rotalarda ucuz havayollarının daha çeşitli fiyatlandırma (daha yoğun dinamik fiyatlandırma) yaptıklarını” bulmuşlardır.

Dinamik fiyatlandırma uygulamalarının 30 yılı aşkın süredir tüm dünyada havayolu işletmelerince yaygın olarak kabul gördüğü ve işletmelerin bundan gelirlerini arttırmak anlamında fayda sağladığı bilinmektedir. Ancak şu da bilinmelidir ki aynı hizmet için farklı müşterilere farklı fiyatlar uygulamak, müşterinin adil fiyat algısını etkileyebilecek bir unsurdur (Skare & Gospic, 2015). Hatta gelişigüzel gelir yönetimi uygulamalarının müşteri sadakatini yok edebileceği de ifade edilmektedir (Shoemaker, 2003).

3.Sonuç

Literatürdeki çalışmalara bakıldığında, çoğu havayolu işletmesinin dinamik fiyatlandırma uygulamalarını benimsediği görülmektedir. Ancak uygulamada işletmeler gelir yönetiminde farklı yollar benimseyebilmektedir. Örneğin ucuz havayollarının diğerlerine göre fiyatları uçuş süresi yaklaştıkça arttırmak yerine bazen azalttıkları görülmektedir. Bu durum, talebin özellikleri (heterojenlik, hangi amaçla seyahat ettiği gibi), zaman, rekabet şartları gibi faktörlere bağlanmaktadır. Örneğin rekabetin daha az ve talebin çeşitli olduğu rotalarda dinamik fiyatlandırma daha yoğun uygulanırken (daha fazla fiyat çeşitliliği), tatil için seyahat edenler gibi tek bir pazar bölümü için dinamik fiyatlandırma daha az yoğunlukta görülmektedir. Bununla beraber, dinamik fiyatlandırmanın doğası gereği aynı ürün için farklı müşteriye farklı fiyat belirlemenin müşteri açısından adil fiyat algılamalarını etkilemesi gibi bir olumsuz karşılığı da olabilmektedir. İşletmelerin gelir yönetimi uygulamalarında bu durumu dikkate almamaları müşteri sadakatini yok edebilecektir.

Anahtar kelimeler: dinamik fiyatlandırma, gelir yönetimi, havayolu işletmeleri

Kaynakça

Bachis, E., & Piga, C. A. (2011). Low-cost airlines and online price dispersion. *International Journal of Industrial Organization*, 29(6), 655-667.



September 21-23, 2017 Uşak

Bilotkach, V., Gaggero, A. A., & Piga, C. A. (2015). Airline pricing under different market conditions: Evidence from European Low-Cost Carriers. *Tourism Management*, 47, 152-163.

Dutta, G., & Santra, S. (2016). An exploratory study of price movements along booking profiles in the airline industry in the Indian domestic market. *International Journal of Revenue Management*, 9(1), 72-88.

Fitzsimmons, J. A. & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. New York: Mc-Graw Hill Inc.

Lovelock, C. H., & Wright, L. (1996). *Principles of Service marketing and management*. NJ: Prentice Hall.

Malighetti, P., Paleari, S., & Redondi, R. (2010). Has Ryanair's pricing strategy changed over time? An empirical analysis of its 2006–2007 flights. *Tourism management*, 31(1), 36-44.

Salanti, A., Malighetti, P., & Redondi, R. (2012). Low-cost pricing strategies in leisure markets. *Tourism management*, 33(2), 249-256.

Shoemaker, S. (2003). The future of pricing in services. *Journal of Revenue and Pricing Management*,

Škare, V., & Gospić, D. (2015). Dynamic pricing and customers' perceptions of price fairness in the airline industry. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 63(4), 515-528.

Vinod, B. (2016). Evolution of yield management in travel. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 15(3-4), 203-211.



September 21-23, 2017 Uşak

Algılanan Mobil Hizmet Kalitesinin Müşteri Tatmini ve Müşteri Bağlılığına Etkisinin Belirlenmesi: Mobil Bankacılığa Yönelik Bir Ön Çalışma

Extended Abstract

Erdem AKKAN³¹², Alkan ALKAYA³¹³

1. Giriş

Kablosuz teknolojilerin yaygınlığının artması, işletme-müşteri etkileşiminde mobil hizmet uygulamalarını cazip bir mecra haline getirmektedir. Bununla beraber, mobil hizmetlerin başarısı, müşterilerin mobil hizmet uygulamasına yönelik kalite algıları ile doğrudan ilişkilidir. Hizmet literatüründe kalite konusunda SERVQUAL (Parasuraman vd., 1988) ölçeğine yönelik güçlü bir eğilim, ayrıca söz konusu ölçeği mobil hizmetlerin değerlendirilmesi için benimseyen çalışmalar olsa da (Leisen & Vance, 2001; Johnson & Sirikit, 2002; Negi, 2009), ölçeğe yönelik bazı eleştiriler (Carman, 1990; Babakus & Boller, 1991) mobil hizmetlere özgü kalite ölçeği arayışlarını hızlandırmıştır. Özer vd.'nin (2013) de belirttiği gibi, mobil hizmetlerde SERVQUAL'a olan bu ilginin temel sebebi uzun süredir mobil hizmet kalitesini ölçen uygun bir ölçeğin bulunmamasıdır. Bu çalışmanın amacı, mobil cihazlardan bankacılık hizmeti uygulamaları yoluyla tüketicilerin algıladığı kalitenin boyutlarını ortaya koymak ve bu kalite algısının mobil hizmetlere yönelik tatmin ve bağlılık üzerindeki etkisini ölçmektir. Uygulama olarak mobil bankacılığın seçilmesinin nedeni toplumun geniş bir kesimi tarafından kullanıldığı düşünülmesidir. 10 Eylül 2017 itibarıyla, Türkiye'nin en büyük çevrimiçi perakendecisi olan Hepsiburada.com'un (Hurriyet Daily News, 2017), Google Play üzerinden indirilme sayısı yaklaşık 157 bin iken, Türkiye'nin marka değeri en yüksek bankası seçilen Akbank'ın (T24 Gazetesi, 2017) indirilme sayısı yaklaşık 340 bindir (<https://play.google.com>). Ayrıca mobil bankacılık uygulamaları çok hızlı bir büyüme göstermiştir. Türkiye'deki kurumsal bir bankanın yöneticisi, son iki yılda bankanın mobil müşterilerinin %285 arttığını ifade etmiştir (Anadolu Ajansı, 2016). Bu verilere dayanarak, bankacılık sektörü açısından mobil hizmet kalitesi kavramının öneminin arttığı söylenebilir.

Müşteri tatmini, pazarlama faaliyetinin en önemli çıktılarından biridir. Bu bakımdan rekabetçi bankacılık sektöründe hayatta kalmak için bankalar müşterilerini tatmin edecek yeni stratejiler geliştirmelidir (Siddiqi, 2011). Pazarlama literatüründe hizmet kalitesi ve müşteri tatmini birbirinden farklı, ancak birbiriyle yakından ilişkili yapılar olarak kavramsallaştırılmaktadır. İki yapı arasında olumlu bir ilişki vardır (Beerli vd., 2004). Kuo vd. (2009), mobil hizmet kalitesinin, müşteri tatmini yoluyla oluşan satın alma sonrası niyetler üzerinde dolaylı ancak olumlu bir etkisi olduğunu ifade etmiştir. Bu bilgilere dayanarak hipotez şu şekilde ifade edilebilir:

H₁: Algılanan mobil hizmet kalitesi, mobil hizmetlere yönelik tatmin düzeyini etkilemektedir.

Müşteri bağlılığı, değer verilen bir ilişkiyi sürdürmek için gösterilen istektir (Morgan & Hunt, 1994). Santouridis & Trivellas (2010), müşteri tatmini ile birlikte hizmet kalitesinin, mobil telefon pazarında müşteri bağlılığına yol açan temel unsurlardan olduğunu ifade

³¹² Yrd.Doç.Dr., Mersin Üniversitesi, eakkan@mersin.edu.tr

³¹³ Yrd.Doç.Dr., Uşak Üniversitesi, alkan.alkaya@usak.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)



etmektedir. Kim vd. (2004), gelişen ve büyüyen müşteri bağlılığının, işletmelerin büyümesi ve performansında anahtar bir faktör olduğunu gösteren kanıtlardan bahsetmektedir. Bu bilgilere dayanarak hipotez şu şekilde ifade edilebilir:

H₂: Algılanan mobil hizmet kalitesi, mobil hizmetlere yönelik bağlılık düzeyini etkilemektedir.

2. Yöntem

Bu çalışmada, mobil internet kullanıcısı örnekleminde, algılanan mobil hizmet kalitesinin, mobil hizmetlere yönelik tatmin ve bağlılık düzeyi üzerindeki etkisi ampirik olarak test edilecektir. Algılanan mobil hizmet kalitesi, Lin'in (2003) kullandığı 16 ifadeli ölçekten, mobil hizmetlere yönelik tatmin Kassim & Abdullah'ın (2010) kullandığı 4 ifadeli ölçekten, mobil hizmetlere yönelik bağlılık ise Omar & Oozeerally'nin (2017) kullandığı 6 ifadeli ölçekten uyarlanmıştır. Araştırmada veriler anket yoluyla toplanmış, araştırmanın anakütlesi, Google Play ve Apple Store üzerinden en çok kez indirilen üç mobil banka uygulamasından birini kullanan bireysel kullanıcılarıdır. Araştırmanın örnek kütlesi ise, ilgili bankaların Uşak ve Mersin ili merkez şubelerine gelen müşterilerdir. Müşterilere bankanın mobil uygulamasını kullanıp kullanmadıkları sorulmuş, yanıt olumlu ise anketi doldurmaları istenmiştir. Anket uygulaması 1-9 Ağustos 2017 tarihleri arasında ilgili bankaların merkez şubelerinde yüzyüze görüşme yoluyla uygulanmıştır.

3. Bulgular

Araştırmaya katılan 81 katılımcının 54'ü (%66,7) erkek, 27'si (%33,3) ise kadındır. Katılımcılar mobil banka uygulamasını ağırlıklı (%96,3) akıllı telefonlarında kullanmaktalarken, mobil uygulamadan en sık yaptıkları işlem (%64,2) para transferidir.

Bağımsız değişken olan algılanan mobil hizmet kalitesi ölçeğine ilişkin veriler faktör analizine tabi tutulmuştur. İfadelerin, ölçekle olan korelasyonları, binişik olma durumları, eş kökenlilik değerleri ve güvenilirlik katsayı değerleri açısından incelenerek, orijinal ölçekte yer alan 6 ifadenin ölçekten çıkartılmasına karar verilmiştir. Yapılan nihai faktör analizinde, Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği ölçütünün 0,760 değeri ile iyi (Kalaycı, 2010) olduğu, faktörlerin toplam varyansın %66,97'sini açıkladığı, Bartlett küresellik testinin anlamlı olduğu ($\chi^2=306,849$; $p<0,01$), 10 ifadeden oluşan nihai ölçeğin üç faktör altında toplandığı görülmüştür. Orijinal ölçekte yer alan içerik boyutu bu çalışmada ortaya çıkmamıştır. Ayrıca Cronbach Alfa katsayısı ile ölçülen ölçeğin güvenilirliği; işlevsellik boyutu için oldukça güvenilir ($\alpha= 0,726$); müşteri hizmetleri boyutu için oldukça güvenilir ($\alpha= 0,730$) ve arayüz tasarımı boyutu için oldukça güvenilirdir ($\alpha= 0,790$) (Kayış, 2010).

Bağımlı değişkenler olan mobil hizmetlere yönelik tatmin ve bağlılık ölçekleri için yapılan faktör analizinde, bağlılık ölçeğine ait bir ifade birden çok faktör altında toplandığı için ölçekten çıkarılmıştır. Yapılan nihai faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği ölçütünün 0,881 değeri ile çok iyi (Kalaycı, 2010) olduğu, faktörlerin toplam varyansın %69,22'sini açıkladığı, Bartlett küresellik testinin anlamlı olduğu ($\chi^2=406,817$; $p<0,01$) ortaya çıkmıştır. Ayrıca Cronbach Alfa katsayısı ile ölçülen ölçeklerin güvenilirliği; bağlılık ölçeği için yüksek derecede güvenilir ($\alpha= 0,861$), tatmin ölçeği için ise yüksek derecede güvenilirdir ($\alpha= 0,855$) (Kayış, 2010).

Mobil hizmetlere yönelik algılanan kalitenin, tatmin ve bağlılık düzeyi üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. İlk olarak, algılanan mobil



hizmet kalitesinin, mobil hizmetlere yönelik tatmin düzeyi üzerindeki etkisini ölçmek için, değişken ekleme ve eleme (stepwise) metodu ile çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı çıkmış ($F=77,306$, $p<0,01$), modelde arayüz tasarımı değişkeninin bulunması anlamlı ($p<0,01$), işlevsellik ve müşteri hizmetleri değişkenlerinin bulunması ise anlamlı bulunmamıştır. Arayüz tasarımı değişkeninin, mobil hizmetlere yönelik tatmin üzerindeki varyansın %49,5'ni açıkladığı görülmektedir. Özetle H_1 hipotezi, arayüz tasarımı değişkeni açısından -kısmen- kabul edilmiştir.

İkinci olarak, algılanan mobil hizmet kalitesinin, mobil hizmetlere yönelik bağlılık düzeyi üzerindeki etkisini ölçmek için, değişken ekleme ve eleme (stepwise) metodu ile çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı çıkmış ($F=48,653$, $p<0,01$), modelde arayüz tasarımı değişkeninin bulunması anlamlı ($p<0,01$), işlevsellik ve müşteri hizmetleri değişkenlerinin bulunması ise anlamlı bulunmamıştır. Arayüz tasarımı değişkeninin, mobil hizmetlere yönelik bağlılık üzerindeki varyansın %38,1'ni açıkladığı görülmektedir. Özetle H_2 hipotezi, arayüz tasarımı değişkeni açısından -kısmen- kabul edilmiştir.

4. Sonuç

Mobil teknolojilerin yaygınlığını arttırması, pek çok endüstride olduğu gibi finansal hizmetler sektöründe de hissedilmektedir. Bu çalışmada mobil hizmet kalitesi ölçeği (Lin, 2003) Türkiye'deki bazı bankaların mobil uygulamalarını kullanan bireyler üzerinde test edilmiştir. Yapılan faktör analizine göre mobil hizmet kalitesi ölçeğinin içerik boyutu bu çalışmada ortaya çıkmamıştır. Çeşitli nedenlerle 16 ifadeden oluşan ölçek 10 ifadeye düşmüş, bunun yanında güvenilirlik analizine göre işlevsellik ($\alpha= 0,726$), müşteri hizmetleri ($\alpha= 0,730$) ve arayüz tasarımı ($\alpha= 0,790$) boyutları güvenilir bulunmuştur. Ayrıca mobil hizmetlere yönelik algılanan hizmet kalitesinin, mobil hizmetlere yönelik tatmin ve bağlılık üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yapılan regresyon analizinde, yalnızca arayüz tasarımı boyutunun hem tatmin hem de bağlılık üzerinde anlamlı etkisi olduğu, diğer boyutlarının anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Güncel bir araştırmada, mobil hizmet kalitesinin tatmin üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu, ancak bağlılık üzerinde sadece karşılık verme boyutu açısından anlamlı bir etkisinden bahsedileceği belirtilmiştir (Omar & Oozeerally, 2017). Bu verilerden hareketle, araştırma örneklemini açısından, mobil hizmetlere yönelik tatmin ve bağlılık oluşturmada, mobil bankacılık uygulamalarının arayüz tasarımının, işlevsellik ve müşteri hizmetleri boyutlarına göre daha etkili olduğu söylenebilir.

Bu çalışmanın kapsamı, bankaların yalnızca Google Play ve Apple Store üzerinden sunduğu mobil uygulamalar ile sınırlıdır. Gelecek çalışmalarda, farklı endüstrilerde kullanılan mobil uygulamalara yönelik daha kapsayıcı örneklemlerle ve toplumun farklı kesimlerinin dahil edilmesi yoluyla hizmet kalitesi algılarının belirlenmesi, ayrıca kullanıcıların demografik özelliklerine göre kıyaslanması önerilebilir.

Anahtar kelimeler: Mobil Hizmet Kalitesi, Bankacılık Sektörü, Mobil Cihazlar

Kaynakça

Anadolu Ajansı, 28/10/2016, *Banka işlemleri internetten mobile kaydı*, <http://aa.com.tr/tr/ekonomi/banka-islemleri-internetten-mobile-kaydi/673906>, (08.04.2017).

Babakus, E. & Boller, G. W. (1992). "An empirical assessment of the SERVQUAL scale", *Journal of Business Research*, 24(3), 253-268.

Berli, A., Martin, J. D. & Quintana, A. (2004). "A model of customer loyalty in the retail banking market", *European Journal of Marketing*, 38(1/2), 253-275.

Carman, J. (1990). "Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions", *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.



- <https://play.google.com>, (10.09.2017).
- Hurriyet Daily News, 25/04/2017, *Turkey's Hepsiburada.com launches R&D center to boost innovative, local e-commerce solutions*, <http://www.hurriyetdailynews.com/turkeys-hepsiburadacom-launches-rd-center-to-boost-innovative-local-e-commerce-solutions.aspx?pageID=238&nID=112406&NewsCatID=345>, (10.05.2017).
- Johnson, W. C. & Sirikit, A. (2002). "Service quality in the Thai telecommunication industry: a tool for achieving a sustainable competitive advantage", *Management Decision*, 40(7), 693-701.
- Kalaycı, Ş. (2010). Faktör Analizi, (Ed.) Şeref Kalaycı, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5. Basım, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 321-331.
- Kassim, N. & Asiah Abdullah, N. (2010). "The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22(3), 351-371.
- Kayış, A. (2010). Güvenilirlik Analizi, (Ed.) Şeref Kalaycı, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5. Basım, Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 404-419.
- Kim, M. K., Park, M. C. & Jeong, D. H. (2004). "The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services", *Telecommunications Policy*, 28(2), 145-159.
- Kuo, Y. F., Wu, C. M. & Deng, W. J. (2009). "The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value added services", *Computers in Human Behavior*, 25(4), 887-896.
- Leisen, B. & Vance, C. (2001). "Cross-national assessment of service quality in the telecommunication industry: evidence from the USA and Germany", *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(5), 307-317.
- Lin, H. F. (2013). "Determining the relative importance of mobile banking quality factors", *Computer Standards & Interfaces*, 35(2), 195-204.
- Morgan, R. M. & Hunt, S. D. (1994). "The commitment-trust theory of relationship marketing", *The Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Negi, R. (2009). "User's perceived service quality of mobile communications: experience from Ethiopia", *International Journal of Quality & Reliability Management*, 26(7), 699-711.
- Omar, S. & Oozeerally, A. (2017). "Mobile Shopping: Understanding the Dimensions of M-S-QUAL and Their Impact on Satisfaction and Loyalty", *50th Academy of Marketing Conference*, 3-6 July 2017, Hull University Business School, <https://www.dora.dmu.ac.uk/handle/2086/14237>, (18.05.2017).
- Özer, A., Argan, M. T. & Argan, M. (2013). "The effect of mobile service quality dimensions on customer satisfaction", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 428-438.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). "Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Santouridis, I. & Trivellas, P. (2010). "Investigating the impact of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in mobile telephony in Greece", *The TQM Journal*, 22(3), 330-343.
- Siddiqi, K. O. (2011). "Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty in the retail banking sector in Bangladesh", *International Journal of Business and Management*, 6(3), 12-36.
- T24 Gazetesi, *Türkiye'nin Marka Değeri En Yüksek 10 Bankası Belli Oldu*, 09/02/2017, <http://t24.com.tr/haber/turkiyenin-marka-degeri-en-yukse-10-bankasi-belli-oldu,387873>, (16.04.2017).



September 21-23, 2017 Uşak

Rekabet Avantajı Yaratmada Sosyal Medyanın Müşteri Tatmini, Müşteri Bağlılığı ve Müşteriyi Elde Tutma Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi

Abstract

Alkan ALKAYA³¹⁴, Fatih ŞAHİN³¹⁵

Özet

Günümüzde müşteri taleplerinin giderek daha çeşitli hale gelmesi, küresel rekabet, sektörel ve ekonomik büyümenin yavaşlaması nedeniyle birçok işletme rekabet avantajı elde edebilmesi ve sürdürebilmesi için yeni yollar aramaya zorlanmaktadır(Woodruff, 1997). Bilgi teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması işletmelerin yapısını ve dolayısıyla rekabetin kurallarını değiştirmiş bununla birlikte işletmelere daha iyi rekabet edebilmek için yeni fırsatlar ortaya çıkartmıştır. Bu gelişmeler ise işletmeler arasındaki rekabetin yapısının değişmesine ve rekabet ortamının daha da yoğunlaşmasına neden olmuştur (Porter ve Millar, 1985). Rekabet yoğunluğunun artması sonucumevcut müşterilerin elde tutulması, yeni müşteriler kazanmak için rekabet etmekten daha az maliyetli hale gelmiş ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmede önemli hale gelmiştir (Sheth ve Parvatiyar, 1995). Bu sebeple günümüzde müşteri tatmini, müşteri bağlılığı ve mevcut müşterinin elde tutulması kalite ve fiyattan daha önemli konuma ulaşmıştır(Müller, 1991; Slater ve Narver, 1994; Woodruff, 1997).Bununla birlikte rekabet edebilmek ve rekabet avantajını sürdürebilmek için şirketlerin rakiplerinden farklı ve kendine has üstün yanlarının bulunması gerekmektedir (Porter, 1996). Müşteri tatmini işletmelerin başarısı ve uzun dönemli rekabet edebilirliklerinde önemli bir rol oynamaktadır (Hennig-Thurau ve Klee, 1997). Müşteri tatmini önemli bir rekabet avantajı sağlayabilmekteki bu da karlılık ve büyümeyi direkt olarak etkileyebilmektedir. Müşteriler bir ürün veya hizmetteki tatmin ya da tatminsizliklerine zihnindeki o ürün veya hizmete ilişkin beklenti düzeyleriyle karşılaştırarak karar vermektedir (Sheth, 2001).

Sosyal medya işletmelerin rekabet avantajı yaratmasında yeni bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada sosyal medyada yer alan işletmelerin yapmış oldukları pazarlama iletişimlerinin tatmin ve bağlılık yaratıp yaratmadığı, müşterinin elde tutulmasında etkili olup olmadığı ortaya konacaktır. Uygulama üniversite öğrencileri örnekleminde cep telefonu sektöründe marka değeri en yüksek ilk iki marka üzerinden yürütülecektir. Veriler anket ile elde edilecektir. Ankette yer alan sosyal medyaya ait ölçekler(Kim ve Ko, 2012)müşteri tatminine ait ölçekler(Cronin, Brady ve Hult, 2000; Hennig-Thurau, 2004), müşteri bağlılığına ait ölçekler (Harrison-Walker, 2001; Hennig-Thurau, 2004; Mosavi ve Ghaedi, 2012)ve müşteri elde tutmaya ilişkin ölçekler ise(Hennig-Thurau, 2004; Nguyen ve Leblanc, 2001)'in yapmış oldukları çalışmalardan elde edilmiş ve bu çalışmaya uyarlanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler yapısal eşitlik modellemesiyle SPSS 20 ve AMOS programları yardımıyla analiz edilecektir. Bu çalışmada elde edilecek bulgular rekabetini sosyal medya üzerinden de yürütmek isteyen işletmeler için bir bakış açısı sunması ve literatüre önemli bir katkı sağlaması düşünülmektedir.

³¹⁴Yrd. Doç. Dr. Alkan Alkaya, Uşak Üniversitesi, alkan.alkaya@usak.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

³¹⁵Dr. Fatih Şahin, Uşak Üniversitesi, fatih.sahin@usak.edu.tr



Kaynakça

- Cronin, J. J., Brady, M. K. ve Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing*, 76(2), 193-218. doi:http://dx.doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2
- Harrison-Walker, L. J. (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of service research*, 4(1), 60-75.
- Hennig-Thurau, T. (2004). Customer orientation of service employees: Its impact on customer satisfaction, commitment, and retention. *International journal of service industry management*, 15(5), 460-478.
- Hennig-Thurau, T. ve Klee, A. (1997). The impact of customer satisfaction and relationship quality on customer retention: A critical reassessment and model development. *Psychology & marketing*, 14(8), 737-764.
- Kim, A. J. ve Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486.
- Mosavi, S. A. ve Ghaedi, M. (2012). A survey on the relationship between trust, customer loyalty, commitment and repurchase intention. *African Journal of Business Management*, 6(36), 10089.
- Müller, W. (1991). Gaining competitive advantage through customer satisfaction. *European Management Journal*, 9(2), 201-211.
- Nguyen, N. ve Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227-236. doi:http://dx.doi.org/10.1016/S0969-6989(00)00029-1
- Porter, M. E. (1996). What is strategy. *Published November*.
- Porter, M. E. ve Millar, V. E. (1985). How information gives you competitive advantage: Harvard Business Review, Reprint Service Watertown, Massachusetts, USA.
- Sheth, J. N. (2001). Competitive Advantages through Customer Satisfaction. *BMA Review*, 2, 13-25.
- Sheth, J. N. ve Parvatiyar, A. (1995). The evolution of relationship marketing. *International business review*, 4(4), 397-418.
- Slater, S. F. ve Narver, J. C. (1994). Market orientation, customer value, and superior performance. *Business horizons*, 37(2), 22-28.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: the next source for competitive advantage. *Journal of the academy of marketing science*, 25(2), 139-153.



September 21-23, 2017 Uşak

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Kadın Girişimci Adayları Üzerine Etkisi: Afyonkarahisar İlinde Bir Araştırma

Abstract

Bedriye TUNÇSİPER³¹⁶, Duygu KIZILDAĞ³¹⁷

Özet

Türkiye’de kadının statüsünün güçlendirilmesine ve istihdamdaki paylarının artırılmasına yönelik yapılan en önemli çalışmalardan birisi kadın girişimciliğinin desteklenmesidir. Ülkemiz nüfusunun yarısını kadınların oluşturduğu dikkate alındığında, işsizliğin ve yoksulluğun azaltılması, ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında kadınların girişimci olarak iş hayatına katılımının büyük önemi olduğu anlaşılmaktadır. 1950’li yıllardan itibaren ülkemizde kadınlar için ev dışında çalışmanın birincil amaç olmadığı, kadınların çalışmayı zorunlu ve geçici olarak değerlendikleri görüşünün hakim olduğu görülmektedir. 1970’de yaşanan ekonomik bunalım sonrasında ülkemizde şekillenen, 1990’lardan sonra temel çalışmaların başlatıldığı ve 2000’li yıllarla birlikte giderek popülerleşen kadın girişimciliğinin altında yatan temel nedenin haneye ek gelir sağlayabilme olduğu bilinmektedir. Kadınların uygun eğitim ve becerisi olmadığı için ücretli çalışabilecek iş bulma şansına sahip olmamaları da kendi işlerini kurma eğilimini artırmıştır.

Ancak ülkemizde kadınlar girişimci olarak kendilerinden beklenen ekonomik değeri yaratamamaktadır. Kadın girişimcilerin toplumun geleneksel ataerkil bakış açısı ve cinsiyete dayalı ayrımcılıkla karşılaşma, yeterli eğitime ve tecrübeye sahip olmama ve finansman desteği bulamama gibi nedenlerle girişimcilik sürecinde sorunlar yaşadığı bilinmektedir. Kadın girişimciliğinin artırılmasına yönelik Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, KOSGEB, İŞKUR, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu gibi çok sayıda kurumun çalışmaları bulunmaktadır. Kadınların eğitim düzeyinin düşüklüğü ve iş tecrübelerinin olmaması nedeniyle iş geliştirme, finans, pazarlama, yönetim gibi konularda karşılaştıkları sorunlar ise girişimcilik odaklı eğitimlerin sayısının artırılması ile çözülmeye çalışılmaktadır. Farklı kurumlar tarafından düzenlenen uygulamalı girişimcilik eğitimleri ile kadın girişimcilerin bilgilendirilmesi, kadın girişimciliğinin desteklenerek yaygınlaştırılması ve kadın girişimcilerin yeni işletmeler kurması hedeflenmektedir.

Son yıllarda düzenlenen uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin sayıca artış göstermesine ve sadece kadın girişimci adaylarına yönelik eğitimler daha sık düzenlenmesine rağmen kadın girişimci sayısında paralel bir artış görülmemekte, iş fikirlerini hayata geçiren kadın girişimcilerin daha çok mikro işletme sahibi olduğu ve hizmet sektöründe yoğunlaştığı bilinmektedir. Bu durum girişimcilik eğitimlerinin etkinliğinin ve eğitimlerle yaratılmak istenen etkinin sorgulanmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin etkisinin ve bu eğitimlerin potansiyel kadın girişimci adaylarda yarattığı farkındalığın belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası’nın kadın girişimci adaylarına yönelik olarak İŞKUR ile birlikte düzenlediği

³¹⁶ Profesör Doktor, bedriye.tuncsiper@idu.edu.tr, İzmir Demokrasi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü

³¹⁷ Doçent Doktor, duygu.kizildag@hotmail.com, İzmir Demokrasi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü (Yazışma yapılacak sorumlu yazar)



September 21-23, 2017 Uşak

uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin eğitim içerikleri ve ilgili eğitim dökümanları incelenmiş, eğitimden sorumlu yetkililer (3 kişi) ve araştırmaya katılmayı kabul eden eğitim katılımcıları (11 kişi) ile bire bir görüşmeler yapılarak elde edilen bilgiler değerlendirilmiştir.

Afyon ilinde belirli bir örnekleme gerçekleştirilen araştırma sonucunda uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin eğitim katılımcılarında girişimciliğe ilişkin farkındalık yarattığı ancak girişimci olmaya doğrudan, tek başına etki etmediği görülmüştür. Görüşmelerde özellikle katılımcıların finansal okuryazarlık kazanma yönünde sıkıntılar yaşadıkları belirlenmiştir. Eğitime katılan ancak girişimci olma yönünde ilerlemeyen kadınlar eğitim alsalar da sermaye temini ve pazar bulma konusunda kendilerini yetersiz hissettiklerini vurgulamıştır. Kısıtlı bir örneklem üzerinde yapılan bu araştırma sonucunda uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin içeriklerinin “uygulama” ağırlıklı olarak, yeniden şekillendirilmesinin beklenen eğitim hedeflerine ulaşmak açısından faydalı olabileceği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Girişimci, Kadın Girişimci, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi



September 21-23, 2017 Uşak

Canada in North America

Extended Abstract

Jaroslav MAZUREK³¹⁸

1. Overview

Canada as a country of harmonic connection of natural resources, people, history, political system serves as an excellent example for other countries regarding the effective social and political arrangement. This second largest country in the world provides political, social and cultural advantages for all citizens of Canada.

2. Literature and The Rationale of the Study

The name Canada comes from the language of First Nations – specifically from the tribe Huron . The word“ Kannata” can be translated into Slovak as "settlement", " settlement configuration" or " habitation". In 1535 the First Nations used this word to indicate the village of Stadacona in an interview with Jacques Cartier. He then began to use this word to indicate the area around their settlements - today as part of Quebec City. Since 1547, this indication started to appear on the maps as a designation of an extensive surrounding area. Thus, the original label, New France was no longer used and Canada was the new title of the territory in the north from the United States and in the east from Alaska. The French colony of New France and Canada was created along the length of the St. Lawrence River and north of the Great Lakes. Later, Great Britain gained the territory which later established two colonies: Upper (Upper Canada) and Lower (Lower Canada), together referred to as Canadas (The Canadas). They disappeared in 1841 when they were united into a unified Canadian province (United Province of Canada). In 1867, Canada became the Confederation and the British Dominion and it was officially known as the Dominion of Canada, or Canadian Confederation. With the increasing degree of independence from the United Kingdom, the name Dominion was gradually deleted from the title. In 1982, the name Canada Act became a new accepted title and it is referred to as the only official name of the country Canada. In the same year, the National holiday Dominion Day was renamed to Canada Day. Nowadays, Canada is a sovereign state located in the north of the North American continent. It borders with the United States in the south and is washed by the Atlantic Ocean in the east. It is also washed by the Pacific Ocean in the west and the Arctic Ocean in the north. It is the second most largest country in the world and is the northernmost lying country in the world. The country is a federation of ten provinces and three territories. It is a parliamentary democracy with Queen Elizabeth II as the formal head of the state. Canada is represented by the Governor General. The capital and political center of Canada is Ottawa where besides the Governor General, the Parliament, the government and other institutions are located. Canada at the federal level is an official bilingual state. French is the official language in the province of Quebec and is widely distributed in the province of New Brunswick. English is the

³¹⁸ University of Žilina, Slovakia, e-mail: mazurek@max.sknet.sk



September 21-23, 2017 Uşak

majority language everywhere else except Nunavut where the majority of inhabitants are Aboriginal Inuit. Canada is also a member of the Commonwealth and La Francophonie.

3. Methodology

Primary research focused on history, political system, culture, natural resources and life of minorities in Canada conducted at several Canadian universities and research centres for instance Brock University in St. Catharines Monk Centre University of Toronto University, Ontario, Canada, Glenbow Museum in Calgary, Alberta etc. Secondary research has been conducted in Central Canadian archives and Libraries in Ottawa.

4. Conclusion

The study will contribute to the knowledge of Canada as the Country which is located in North American continent and represents the harmonic connection of nature and people, history, political , culture, languages and effective social system

Keywords: Canada Day, Upper Canada, Lower Canada, Confederation in Canada in 1967,



September 21-23, 2017 Uşak

Deri İşleme Sektöründe İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevresel Etkilerin Sektör Gelişimine Etkisi: Uşak ve Avrupa Birliği (AB) Deri İşleme Sektörünün Karşılaştırılması

Abstract

Hülya ELMALI GÜLBAŞ³¹⁹, Serhan KARAKAŞ³²⁰

Özet

Deri ve deri işleme sektörü, Uşak ihracatında önemli bir paya sahiptir. Bu sektör ihracatta 2015'te %6'lık, 2016'da %8.69'luk bir paya sahip olmuştur. Ayrıca istihdam açısından ildeki üç OSB içerisinde (dericilik ve yan kolları ile birlikte) %37.18 gibi önemli bir paya sahip olmuştur. Son yıllarda AB dericilik sektöründe yaşanan küçülme, ülkemiz ve Uşak için bir fırsat olarak görülebilir. Ancak bu fırsat sektörde yaşanacak planlı bir büyüme ile değerlendirilebilir. Bu planlamada iş sağlığı ve güvenliği (İSG) uygulamaları ve sektörün çevreye olan olumsuz etkisi önemli konular arasındadır. Çünkü deri işleme sektöründe yoğun bir kimyasal kullanımı ve tehlikeli atık oluşumu söz konusu olup bu özellikleri nedeniyle hem ulusal hem de AB mevzuatında çok tehlikeli sınıf sektör olarak tanımlanmaktadır.

İSG açısından hem Uşak hem de AB deri işlemeciliğinde ortak problem kimyasal riskler ve kimyasal maruziyet sonucu gelişen sağlık problemleridir. Bu problemlerin temelinde AB ile benzer olarak personel farkındalığının düşük olması, personel devir hızının yüksek olması, çalışan personelin eğitim seviyesinin düşük olması, deri işleme yapan işletmelerin çoğunun aile işletmesi olması, kurumsal denetleme ve kontrol mekanizmalarının tam olarak işletilememesi yer almaktadır. Bu sorunlar hem İSG açısından olası tehlikelerin yaşanmasına hem de ürün ve işletme maliyetlerinin artırmasına neden olmaktadır. Ancak sektörel olarak bakıldığında deri işletmelerinde çalışan nüfusun ülkemizde ve Uşak'ta AB'ye göre daha genç ve dinamik olması önemli bir avantajdır. Çevresel göstergeler açısından ise ilimiz deri işleme sektörü dezavantajlı bir konumdadır. Çünkü AB'nin son yıllarda teknolojik yatırımlar yapması ile özellikle tehlikeli kimyasal miktarını, oluşan atık su miktarını ve arıtım-enerji maliyetlerini düşürmesi AB dericiliğine önemli avantajlar sağlamıştır. Ayrıca Uşak ili deri işleme sektöründeki düşük teknoloji kullanımında sektörel açıdan ayrı bir dezavantaj yaratmaktadır.

Uşak deri işletmelerinin hem İSG hem de çevresel etkilerine yönelik olarak, sektörde çalışan personelin mesleki ve teknik eğitimler ile İSG farkındalığının oluşturulması, periyodik aralıklarla mesleki hastalıklar açısından biyolojik izlemenin yapılması, çevre dostu kimyasalların kullanılması, fabrika deşarjlarının sıkı takibi, personel istihdamı ve yeni teknolojilerin sektörde kullanılması ve bu teknolojilerin kullanımının devlet tarafından desteklenmesi sektörün sahip olduğu avantajları artıracaktır. Sonuç olarak işçi refahının ve son ürün kalitesinin artması AB dericiliği ile daha kolay rekabet edebilmesine de olanak sağlayacaktır.

³¹⁹ Yrd. Doç. Dr., hulya.elmali@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Banaz Meslek Yüksekokulu, Kimya ve Kimyasal İşleme Teknolojileri Bölümü, Banaz/UŞAK.

³²⁰ İSG Uzmanı., serhankarakas@gmail.com, Uşak Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İş Sağlığı ve Güvenliği ABD., Merkez/UŞAK.



September 21-23, 2017 Uşak

Anahtar Kelimeler : Uşak, Avrupa Birliği, Deri İşleme Sektörü, İş Sağlığı ve Güvenliği, Çevresel Etki.



September 21-23, 2017 Uşak

İş Sağlığı ve Güvenliğinde Çalışanlar Açısından Kimyasal Maruziyet ve Biyolojik İzlemenin Önemi: Seramik ve Deri İşleme Sektörü Çalışanları

Abstract

Hülya ELMALI GÜLBAŞ³²¹, Serhan KARAKAŞ³²²

Özet

Seramik ve deri işleme sektörleri Uşak ilinin en önemli ihracat sektörleri arasında yer almaktadır. Bu sektörler, 2015 yılında ihracattan %13.1 (Seramik: %7.1, Dericilik: %6), 2016'da artarak %15.42 (seramik: %6.82, dericilik: %8.6) paya sahip olmuşlardır. Ancak bu sektörler ham maddenin son ürüne kadar dönüşmesi sürecinde gerek organik gerekse inorganik kimyasalların kullanıldığı ve tehlikeli atıkların ortaya çıktığı kompleks süreçleri içermektedir. Bu durum sektörlerin iş sağlığı ve güvenliği açısından çok tehlikeli sektör içerisinde yer almasına ve riskli durumlar oluşabilmesine neden olmaktadır. Bu risklerin başında tehlikeli organik veya inorganik kimyasallara maruziyet yer almaktadır.

Kimyasal maruziyet, bir canlının çeşitli yollarla zararlı bir kimyasala temas etmesi sonucu oluşan, temas edilen kimyasal miktarı ve temas sıklığını göstermek için kullanılan bir ifadedir. Seramik sektöründe silika ve kuvars; deri işleme sektöründe ise asitlere (formik, sülfürik, oksalik, asetik ve borik asit), organik solventlere (formaldehit, amonyak) ve inorganik tuzlara (krom oksit, alüminyum tuzları) maruziyet gerçekleşebilmektedir. Bu kimyasal maddeler için maruziyet sınır değerleri (TWA, STEL) hem ulusal hem de uluslararası mevzuatta belirtilmiştir. Ancak bu sınır değerler canlıda meydana gelen iç maruziyeti ortaya koyamamaktadır. Bu nedenle hem iç maruziyeti belirlemek hem de kişisel koruyucu donanımların iç maruziyeti azaltmadaki etkinliğini belirlemek açısından biyolojik izleme son yıllarda oldukça önem kazanmıştır.

Biyolojik izleme, çevresel izlemenin benzeri olarak işyeri ortamında çalışanın maruz kaldığı fiziksel, kimyasal ve biyolojik risk etmenlerinin çalışan üzerinde meydana getirdiği iç maruziyetin ölçülmesidir. Seramik sektöründe biyolojik izleme için post-anteriör akciğer grafisi ve solunum fonksiyon testleri yasal mevzuatta yer alırken, deri işleme sektörü için biyolojik izleme yöntem ve sınır değerleri oldukça sınırlıdır. Bu açıdan deri işleme sektöründe biyolojik izlemede WHO (Dünya Sağlık Örgütü)'nun önerdiği biyolojik materyaller (saç, kan, idrar vb.) ile sınır değerleri kullanılabilir. Ayrıca biyolojik izleme için ulusal referans iş hijyeni laboratuvarlarının kurulması, ulusal referans değerlerinin oluşturulması ve yasal mevzuatın geliştirilmeside oldukça önemli yararlar sağlayacaktır. Biyolojik izlemenin iş sağlığı ve güvenliği açısından incelendiğinde çalışan refahının artmasına ve KKD kullanımının etkinliğinin ölçülmesine olanak sağlayacağı, kimyasal maruziyet sonucu oluşabilecek mesleki hastalıklardaki maddi ve manevi kayıpların azaltılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler : Kimyasal Maruziyet, Biyolojik İzleme, Deri İşleme Sektörü, Seramik Sektörü.

³²¹ Yrd. Doç. Dr., hulya.elmali@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi, Banaz Meslek Yüksekokulu, Kimya ve Kimyasal İşleme Teknolojileri Bölümü, Banaz/UŞAK.

³²² Öğretmen, serhankarakas@gmail.com, Milli Eğitim Bakanlığı, Hekim Sinan MTAL İlköğretim Merkezi, Merkez/KÜTAHYA.



September 21-23, 2017 Uşak

Kamu Zararında Sorumluluk: Kamu Görevlileri Üzerindeki Etkisi

Abstract

Mustafa TAYTAK³²³, Murat AYDIN³²⁴

Özet

Kamu hizmetleri yerine getirilirken; kamu kaynaklarının yasalara uygun, verimli ve etkin kullanılması gerekmektedir. Aksi takdirde kamu zararı ortaya çıkabilmektedir. 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununda belirtildiği gibi kamu zararı; kamu görevlilerinin kasıt, kusur veya ihmallerinden dolayı kamu kaynağında artışa engel olunması veya eksilmeye neden olunmasıdır. Kamu zararı, bu fiilleri yapan kamu görevlilerinden tahsil edilmekte, idarenin kamu zararı konusunda her hangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır. Sorumluluk bütünüyle kamu kaynaklarını kullanan kamu görevlilerine aittir. Bu çalışma, kamu görevlilerinin kamu zararı düzenlemesini nasıl algıladıklarını konu edinmektedir. Çalışmanın amacı ise ilgili düzenlemenin, kamu görevlilerinin çalışma gayreti üzerindeki etkisini ölçebilmektir. Bu çalışmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda; Isparta, Manisa ve Uşak illerinde farklı kurumlarda çalışan kamu görevlilerine önceden hazırlanmış sorular yöneltilmiştir. Kamu zararı konusunda yapılan bu düzenlemenin kamu görevlileri tarafından etik olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca kamu görevlilerinin çalışma gayretlerini de olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler:Kamu Zararı, Sorumluluk, Kusur

³²³ Yrd. Doç. Dr. / Uşak Üniversitesi / İ.İ.B.F. / Maliye Bölümü /

³²⁴ Öğretim Görevlisi / Uşak Üniversitesi / UBYO / Muhasebe Bilgi Sistemleri Bölümü / murat.aydin@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye’de Gerçekleştirilen Belediye Reformlarının Avrupa İdari Alanı İlkeleri Kapsamında Değerlendirmesi

Extended Abstract

Ahmet Hamdi AYDIN³²⁵ Bilal KÜÇÜKKELEPÇE³²⁶

1.Giriş

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de gerçekleştirilen belediye reformlarını Avrupa idari alanı ilkeleri olan; Açıklık ve Saydamlık, Hesap Verebilirlik, Katılım ve Etkinlik İlkeleri kapsamında değerlendirmektir. Bu kapsamda çalışma, hem literatürdeki boşluğu doldurması hem de daha sonra yapılacak olan çalışmalara katkı sağlaması düşüncesiyle önemli görülmektedir. Çalışmada; doküman araştırma tekniği kullanılarak yerli-yabancı bilimsel çalışmalar, tezler, kitaplar ve süreli yayınlardan yararlanılmıştır.

2.Türkiye’de Gerçekleştirilen Belediye Reformları ve Avrupa İdari Alanı İlkeleri

1990’lı yıllarda Avrupa Topluluğu’nun Avrupa Birliği’ne dönüşmesinin ardından Birlik içerisinde ön planda olan kamu yönetimi gerçek temelleri beşinci genişleme dalgasıyla atılmıştır. Bu genişleme öncesi Topluluk müktesebatının uygulanması için ulusal kamu yönetimlerinin belirli kriterlere uyması gerektiği belirtilmemiştir(Okçu vd.,2009:17). Orta ve Doğu Avrupa ülkelerini kapsayan bu genişleme diğer genişlemeden farklı olarak Avrupa Birliği bütünleşmesinde kamu yönetiminin ayrı bir şekilde ele alınmasını gerektirmiştir. Bu sayede hem Birliğe katılacak olan ülkeler hem de Birliğin üyesi ülkeler kendi kamu yönetimi yapılarını gözden geçirmişlerdir. Böylece Birliğin kendine has bir kamu yönetimi modeli ortaya çıkmış; Avrupa İdari Alanı kavramı da ortaya çıkmıştır(Demir,2008:31).

Kavramın ilk resmi tanımlamasına yer veren SIGMA aynı zamanda 1999 yılında yayımladığı raporda “Kamu Yönetimi İçin Avrupa Prensipleri” başlığıyla Avrupa Birliği için daha belirgin ilkelere yer vermiş ve bu ilkeler açıklık ve saydamlık, hesap verebilirlik, katılım ve etkinlik olarak belirlenmiştir. Birliğe aday olan ülkelerin kamu yönetimleri üzerinde etkili olan bu ilkeler, kamu yönetiminin bir parçası olan yerel yönetimler üzerinde de etkili olmuştur(Akdoğan,2008:29). Bu ilkeler Birliğe üyelik çabası olan Türkiye’nin gerçekleştirdiği belediye reformları üzerinde de etkili olmuştur. Bu kapsamda çalışmanın ilerleyen kısımlarında Türkiye’deki belediye kanunlarında gerçekleştirilen düzenlemelerin AİA İlkeleri kapsamında değerlendirmesine yer verilmektedir.

2.1. 5393 Sayılı Belediye Kanunu

Kanunun 4. maddesinde belediyenin kurulabilmesi için gerekli olan nüfus 2000 iken 5000’e çıkarılmıştır. Bu maddede ölçeğin büyütüldüğü görülmektedir. Ölçeğin büyümesini etkinlik ilkesi çerçevesinde değerlendirmek mümkündür.

Kanunun 3. maddesinde belediye “Belde sakinlerinin mahalli müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişisidir” şeklinde tanımlanmıştır.

³²⁵Prof.Dr.,Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Kamu Yönetimi, ahaydin@ksu.edu.tr

³²⁶Yüksek Lisans Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE Kamu Yönetimi, bilal.kucukkelepce@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Böylece özerklik kavramına vurgu yapılarak idari ve mali özerklik ilkesi getirilmiştir. Bununla belediyelerin hizmet sunumunda etkinlik söz konusudur.

Kanunun 13. maddesinde hemşehrilik hukukuna yer verilmiş, maddeye bakıldığında doğrudan katılımcılık ilkesi görülmektedir.

Kanunun 76. maddesinde kent konseylerine yer verilmiştir. Kent konseyleri yönetmeliğine bakıldığında kuruluş amacı arasında doğrudan saydamlık, hesap verebilirlik ve katılım ilkelerini görmek mümkündür.

2.2. 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu

Kanunun 1. maddesinde kanunun amacına yer verilmekte ve bu amacın “büyükşehir belediyesi yönetiminin hukukî statüsünü düzenlemek, hizmetlerin plânlı, programlı, etkin, verimli ve uyum içinde yürütülmesini sağlamak” olduğu belirtilmektedir. Kanunun amacına bakıldığında doğrudan etkinlik ilkesi görülmektedir.

Kanunun 7. maddesinde büyükşehir belediyelerinin görevleri yeniden düzenlenmiş; görev ve yetkileri artırılmıştır. Görev ve yetkilerin artırılması etkin hizmet sunumuna işaret etmektedir.

Kanunun 15. maddesinde ihtisas komisyonlarına yer verilmiş olup, ihtisas komisyonları kapsamında gerçekleştirilen düzenlemede katılımcılığın artırılması sağlanmak istenmektedir.

Kanunun 16. maddesinde büyükşehir belediye encümeninin sadece atanmış üyelerden oluşması sonlandırılmış ve encümene belediye meclisinden seçilecek üyelerin de katılması öngörülmüştür. Encümende seçilmişlerin yer alması ile katılımcılığın hayata geçirilmesine yönelik çaba görülmektedir.

Kanunun 21. maddesinde büyükşehir belediyesi teşkilâtının; norm kadro esaslarına uygun olarak genel sekreterlik, daire başkanlıkları ve müdürlüklerden oluşacağı belirtilmiştir. Bu maddeye bakıldığında da etkinlik ilkesine yönelik bir düzenleme olduğu görülmektedir.

2.3. 6360 sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

Kanunun 1. maddesinde büyükşehirin tanımı “Sınırları il mülki sınırı olan ve sınırları içerisindeki ilçe belediyeleri arasında koordinasyonu sağlayan; idari ve mali özerkliğe sahip olarak kanunlarla verilen görev ve sorumlulukları yerine getiren; yetkileri kullanan, kara organları seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişisi” şeklinde yer almaktadır. Tanımda tüm büyükşehirlerin sınırları il mülki sınırı olarak belirlenmiştir (Taş ve Altınbaş, 2013:581). İl mülki sınırlarının genişlemesi ile birlikte hizmet alanında değişiklik olmuş ve İl Özel İdareleri'nin kaldırılması söz konusu olmuştur. Kanunda gerçekleştirilen bu düzenleme etkinlik ilkesine yöneliktir.

Yine bu kanunda da nüfus ölçütüne yer verilmiş, toplam nüfusun 750.000'den fazla olması belirtilmiştir (Çelikyay, 2014:16). Bu durumda düzenlemenin etkinlik ilkesini arttırmaya yönelik olduğunun ifade edilmesi mümkündür.



3. Sonuç

Çeşitli genişleme süreci geçiren Avrupa Birliği'nin beşinci genişlemesi ile birlikte kamu yönetimi konusu popülerlik kazanmıştır. Bunun temelinde ise; bu ülkelerin idari geleneklerinin, örgütlenme biçimlerinin, çalışma usul ve esaslarının Birlik üyesi ülkelere farklı olmasından dolayı bürokratik yapı, kültür, işleyiş gibi konularda ciddi sorunlar yaratacağı endişesi olarak görülmüştür. Bu kapsamda Birlik bünyesinde kamu yönetimi konusu çokça tartışılmış ve çeşitli çalışmalarda yer almıştır. Bu konudaki en önemli girişim SIGMA tarafından gerçekleştirilmiştir.

SIGMA önce kamu yönetimi ile ilgili çalışma yaparak AİA tanımlamış, daha sonra AİA İlkelerini belirlemiştir. Bu ilkelerin ise açıklık ve saydamlık, hesap verebilirlik, katılım ve etkinlik olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda Türkiye'deki belediye kanunlarında yapılan düzenlemeler incelendiğinde özellikle 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun ilkelerle uyumlu olduğu görülmektedir. 6360 sayılı Kanun incelendiğinde ise; ilkeler bağlamında etkinlik ilkesinin izleri görülmekte; diğer ilkelere pek de rastlanmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Avrupa İdari Alanı, Kamu Yönetimi.

Kaynakça

- Akdoğan, A. (2008). *Türk Kamu Yönetimi ve Avrupa Birliği*, Ankara: TODAİE Yayınları.
- Çelıkay, H. (2014). "Değişen Kent Yönetimi ve 6360 Sayılı Büyükşehir Yasası", *SETA*, Sayı:101, http://file.setav.org/files/pdf/20140708140310_degisen-kent-yonetimi-ve-6360-sayili-buyuksehir-yasasi-pdf, 10.09.2016.
- Demir, F.(2008). *Avrupa İdari Alanı'nın Oluşumu ve Yansımaları(Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri ile Türkiye Örneği*, Doktora Tezi: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Okçu, M.,Özgür, H., Aktel, M., Kerman, U., Koçak S., Y., Marcou, J., Tek, H. ve Kanat, S., (2009). "Türkiye ve Fransa'da Yerelleşme ve Bölgeselleşme: AB Çok Düzlemli Yönetişim Sistemi Çerçevesinde İki Üniter Devlet İçin Karşılaştırmalı Bir Analiz" adlı TÜBİTAK ve Fransız Dış İşleri Bakanlığı "Programme of Integrated Actions-Bosphorus" İşbirliği Programı Projesi, Isparta.
- Taş, İ.E. ve Altınbaş, S. (2013). Büyükşehir Belediyelerine İlişkin Yeni Düzenlemenin Yerelleşmeye Etkileri", *Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler ve Kentsel Politikalar* , (Ed.) Y. Bulut, V. Eren, S. Karakaya, A. Aydın.,Ankara, Pegem Akademi.
- 5393 Sayılı Belediye Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>, 23.04.2014.
- 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu,<https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5216.html>, 17.05.2015.



September 21-23, 2017 Uşak

Students' Perception of Distance Education

Abstract

Raziye DEMİRALAY³²⁷, Ibrahim AKDENİZLİ³²⁸

Abstract

In this study, it was aimed to determine whether vocational school students' distance learning perceptions differ according to their gender, departments and possession of personal computer. The sample of the study included 174 students studying in the vocational schools at Alanya Alaaddin Keykubat University in Antalya in Turkey in 2016-2017 educational terms. 112 participants (64.4%) are male and 62 participants (35.6%) are female. The study was performed in different departments in Alanya Alaaddin Keykubat University. Departments of students' are Computer Programming Program, Electricity Program, Furniture and Decoration Program, Accounting and Taxation Program, Control and Automation Program, Office Management and Executive Assistant, Tourism and Hotel Management and Accounting and Tax Applications Program. In this study, it was used 'General Scanning Model' which is the one of descriptive scanning models. A questionnaire was used, as data collection tool. Cronbach's Alpha internal reliability coefficient of the scale was calculated as 0,84. The developed scale consists of two parts. In the first part; gender, department, having computer. In the second part of the scale, the students studying in different departments have expressions to determine their views on distance education perception. The questionnaire was adapted for vocational school students by researchers. Validity and reliability studies of the Survey of Distance Learning Perception consisting of 20 items and used in this research were re-conducted and Cronbach's Alpha internal reliability coefficient was calculated as 0,90. During data collection process from students, PHP based online questionnaire form was used. Participants were used laboratory desktop computers and their own mobile phones as questionnaire filling equipment. Data collection process was one and a half month. The IBM SPSS 20.0 version was used to analyze collected data. The distribution of frequencies, percentages, and standard deviations was looked at to determine perceptions of students' towards distance education and their subscale variables. For the analysis, frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, Independent sample t-Test and one way analysis of variance tests were used. As results of study, students' perception is low and there is no significant difference between students' different departments. On the other hand, there is no significant difference between computer-owned and non-computerized students. From the arithmetic averages of the answers of the students to the Survey of Distance Education Perception, it was determined that the 19th article stating 'Distance education will become more widespread with the development of technology.' (X=3.57), 'Face-to-face interaction is required for training to work best.' (X=3.44), 'I would like to take some courses through distance learning without coming to school.' (X=3.36) are the items with the highest arithmetic averages in the survey. On the other hand the 1st article stating 'Distance learning is more effective than face to face learning' (X=2.24) is the item with the lowest arithmetic averages in the survey. According to the results obtained from the research, such results have been reached that the students studying in the vocational schools prefer face to face education, and that there is no a significant difference of perception between the students studying in

³²⁷ Dr., Alanya Alaaddin Keykubat University, raziyedemiralay@gmail.com (corresponding author)

³²⁸ Lecturer, Alanya Alaaddin Keykubat University, ibrahimakdenizli@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

different programs. On the other hand it doesn't affect the distance education perception of computer owner students. This study focused on a small participations group, it would be better to apply this kind of a research to a larger group of students.

Keywords : Vocational School, Distance Education, Survey, Turkey



September 21-23, 2017 Uşak

The Relation Between Agricultural Loan Disbursements and Agricultural Production Value of Provinces in Turkey

Extended Abstract

Emine ARSLAN PAULI³²⁹

1. Introduction

The agricultural loans are commonly disbursed by farmers in order to increase production, quality and to modernize the agricultural holding and the production methods. The agricultural bank loans are one of the organized sources for funding of agricultural sector beside unorganized funding methods. The loans are disbursed in varied areas of agriculture and have different disbursements of the provinces for types of agricultural production. In this paper, the relation between agricultural loans of provinces and their agricultural production value is discussed based on 81 provinces of Turkey for years 2011-2016. The agricultural production value has taken by its breakdown of crop products, livestock and animal products. The effect of other type of funding in agriculture other than bank loans was neglected in this analysis. The focus was on fitting a model to display the relation of agricultural bank loans and types of agricultural production values.

2. Methodology

In agricultural sector in Turkey, both organized loan institutions, i.e. public and private banks beside Ministry of Food Agriculture and Livestock and Agricultural Credit Cooperatives, are actively disbursing loans. The main purpose of loans provided are basically to support the agricultural holdings to expand their farm activities and increase their production. In time, for fulfilling the actual needs of the farmers, agricultural bank loans in Turkey were designed as investment loans, holding loans and subsidized loans.

In this paper, the amount of agricultural loans were examined on the basis of 81 provinces of Turkey over the period of 2011-2016 together with the production value of agriculture with the breakdown of crop products value, livestock value and animal products value. The total agricultural production value is consisting of crop products value, livestock value and animal products value.

The data for the agricultural loans were provided from The Bank Association of Turkey. The data of long years were available from the association. Nevertheless, for the agricultural production value data from TurkStat (Turkish Statistical Institute), the data irregularities due to the change in the coverage of the data that lead to incomparability and inconsistency, brought up the necessity of the limitation of the time period for the analysis to a period confirmed by the data provider. Eventually, the analyses were carried out for 2011-2016, total of 6 years.

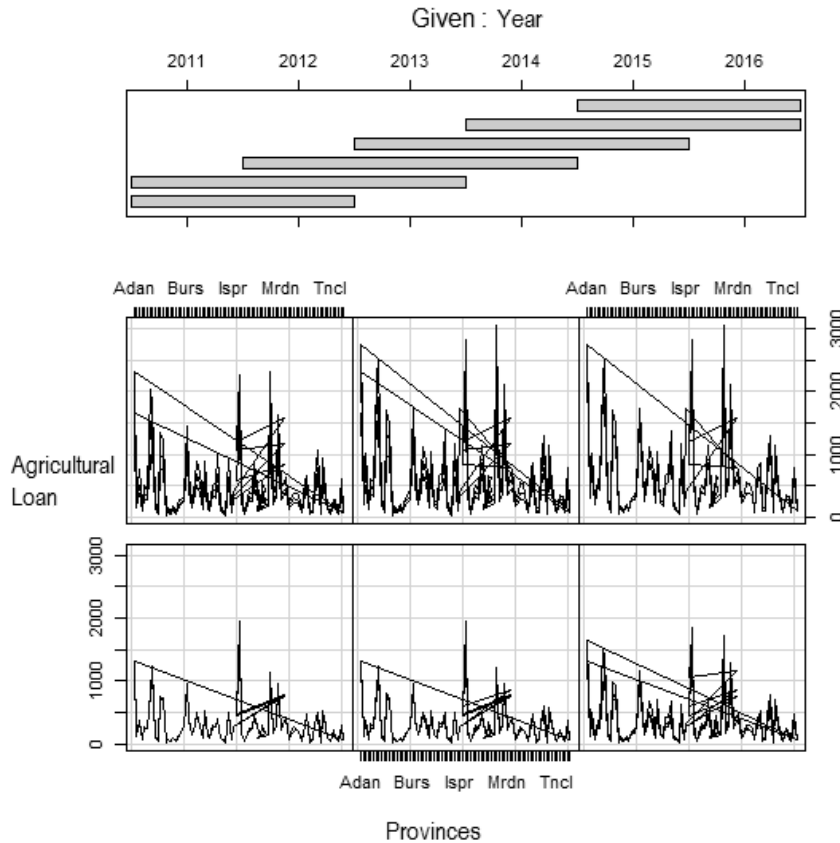
According to context of the data in concern, that is the amount of agricultural loans and production value of 81 provinces for 2011-2016, it was decided to use panel data analysis. Panel data, which is also taken as longitudinal or cross-sectional time-series data, is a dataset in which the behaviour of entities observed across time. Panel data analysis is implemented

³²⁹Specialist, BEBKA (Bursa Eskişehir Bilecik Development Agency), eminearslan.pauli@bebka.org.tr, emine_arslan@yahoo.com

where cross-sectional effects are analyzed together with time effect. Also, panel data models are more suitable for large N, sample size, and small T, frequencies of time.

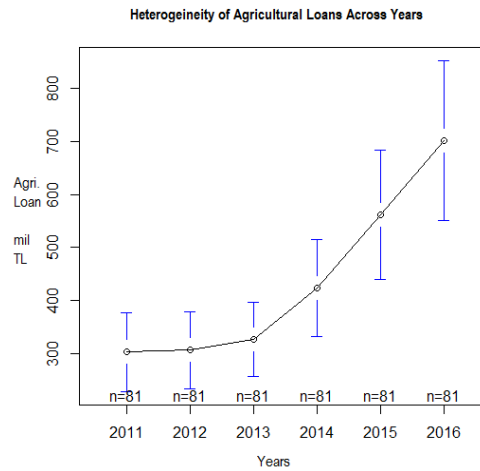
For first diagnosis of the data, the amount of agricultural loan plotted versus 81 provinces for the years in the context of the study. For 2011-2013 and 2016 top 4 provinces with the highest agricultural loan value are Izmir, Konya, Adana and Antalya. For 2014-2015 Ankara replaces Antalya and takes its place in top 4 agricultural loan values.

Graph 1. Plot of Agricultural Loan By Year and Provinces of Turkey



For describing the properties of the dataset, the agricultural loan data of 81 provinces for 6 years were plotted to display the heterogeneity of the data, that is how varied is the data across years. After 2014, the amount of agricultural loans disbursed increases substantially.

Graph 2. Heterogeneity of Agricultural Loans Across Years



Augmented Dickey-Fuller (ADF) test was used for testing stationarity before the next steps of the analysis.

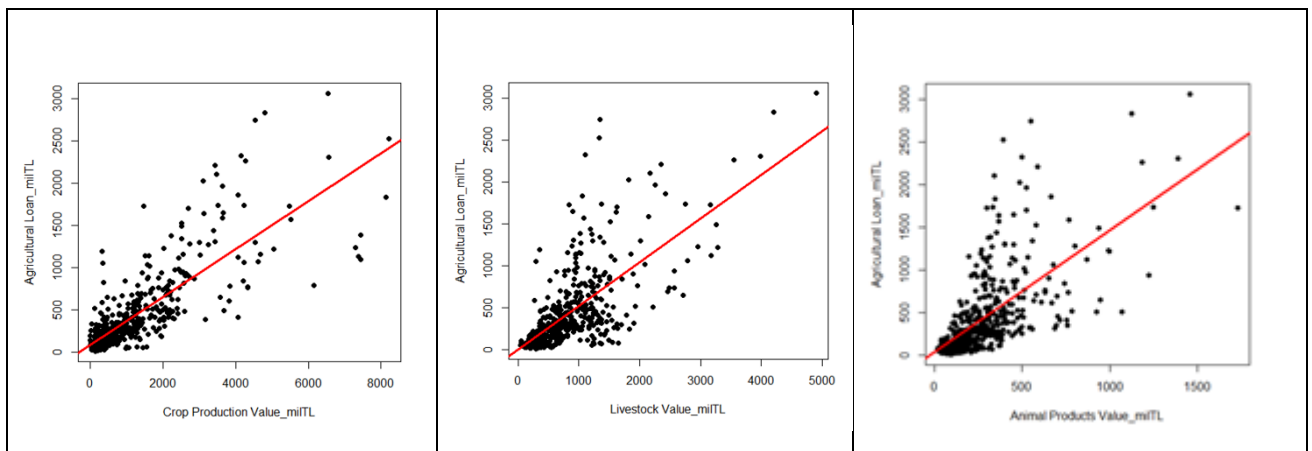
For panel data analysis, whether fixed effect model or random effect model has to be used must be tested. For that reason, Hausman test was applied and it was concluded that the fixed effect model has to be chosen.

For fixed model, general model is $Y_{it} = \beta_{it} X_{it} + \alpha_{it} + v_{it}$

α it is the unknown intercept for each province, α_{it} is province-specific intercepts, Y_{it} is the agricultural loans, β_{it} is the coefficient for the independent variable of X_{it} , agricultural production values (crop products, livestock and animal product), v_{it} is the error term where i is the country and t is the year.

When the data of different agricultural production values were plotted individually versus the amount of agricultural loans, it is diagnosed that there is almost linear relationship between production value and loans where the linearity disappears as the amount of production value goes to extreme values.

Graph 3. Agricultural Loans Versus Agricultural Production Values (Crop Products, Livestock, Animal Products)





September 21-23, 2017 Uşak

According to fitted fixed effect model to the data, among three independent variables animal products value has a significant effect on the amount of agricultural loan disbursed in the provinces. Besides, R^2 which is 0.64384 indicates that 64% of variance of independent variable, which is amount of agricultural loan, can be explained by the dependent variables in the model.

Table 1. Fixed Effect Model

	Estimate	Std. Error	t-value	Pr(> t)
Crop products value	0.281497	0.028816	9.7687	< 2e-16 ***
Livestock value	0.542154	0.042490	12.7595	< 2e-16 ***
Animal product value	0.219270	0.086237	2.5427	0.01138 *

4. Conclusion

In the analysis where the focus is the relation between agricultural loans of provinces and their agricultural production value is, the data based on 81 provinces for years 2011-2016 was used. Regarding both cross-sectional and time effects within the data, panel data analysis were applied. Within the analyses carried out by R project, the fixed effect model was fitted to the data and it was concluded that there is a positive relation between the agricultural production values of crop products, livestock and animal products. Also it is concluded that, especially, the production value of animal products has an significant effect on the amount of agricultural loans disbursed by the provinces.

Keywords: Agricultural Loan, Agricultural Production Value, Panel Data

References

Agricultural Production Values 2011- 2016, Regional Statistics, TurkStat (Turkish Statistical Institute), <http://www.tuik.gov.tr> (June 2017).

Information by Provinces, The Bank Association of Turkey, <https://www.tbb.org.tr> (June 2017).

R project <https://cran.r-project.org>

Torres-Reyna, Oscar <https://www.princeton.edu/~otorres>

Taşkıran, R., Özüdoğru H. (2010) “Türkiye’de Tarımsal Kredi Uygulamaları”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 150-163.

Terin, M., Güler, İ.O., Aksoy, A. (2014) “Türkiye’de Tarımsal Üretim ile Tarımsal Kredi Kullanımı Arasındaki Nedensellik İlişkisi”, *Iğdır University Journal of the Institute of Science and Technolog*, 4(1): 67-72.

Torres-Reyna, Oscar. Panel Data Analysis Fixed and Random Effects Using Stata <https://www.princeton.edu/~otorres> (August 2017)



Paramedik Öğrencilerinin Empatik Eğilim ve Aleksitimi Düzeyi İlişkisi

Extended Abstract

Zümra ÜLKER DÖRTTEPE³³⁰, Sümeyye ÖZMEN³³¹

1. Giriş

İletişim sürecinde, duyguların tamamen ifade edilmesi ve karşındaki kişinin duygularının anlaşılması önem taşımaktadır (Cüceloğlu, 2002: 15). Bireyin duyguları tanıma becerisi; temelinde kendisi ile sağlayacağı içsel iletişimin, bunun başarılmasıyla birlikte de dış dünya ile kurulacak etkileşimlerinin temelini oluşturmaktadır (Gürkan & Ekitli, 2015: 80). Fakat çeşitli sebeplerden ötürü birçok insan duygularını tanıma ve ifade etmede problem yaşar. Duygusal anlamda yaşanan bu sıkıntı aleksitimi (alexithymia) olarak tanımlanmaktadır (Koçak, 2002: 183). Aleksitimi, düşlem ve fantezi yaşamındaki kısıtlılık; duygu, düşünce ve fizyolojik tepkileri ayırt etmedeki yetersizlik ve duyguları tanıma ve ifade etmedeki güçlükler olarak tanımlanmaktadır (Lesser, 1981: 531; Sifneos, 1996: 137). Kendi duygularını tam olarak tanımlayamayan ve ifade edemeyen aleksitimik bireylerin karşısındaki kişilerin duygularına karşı çok duyarlı olamadıkları yani aleksitimik bireylerin sadece kendi duygularını tanımada değil aynı zamanda başkalarının duygularını tanımada da zorluklar yaşadıkları belirtilmektedir (Guttman & Laporte, 2002: 448; Teten vd., 2008: 823; Grynberg vd., 2010: 845). Bu durum aleksitimik bireylerin empati yeteneğinin sınırlı olmasına neden olmaktadır. Literatürde ayrıca aleksitimik kişilerin empati düzeylerinin sınırlı olmasına bağlı olarak kişilerarası ilişkilerde ve iletişimde problem yaşadıkları belirtilmektedir (Kamel, 2013: 1272; Gürsoy, 2015; Aksoy & Çoban, 2017: 45). Kişilerarası ilişkilerin önemli olduğu meslek gruplarından biri de paramediklerdir. Paramediklerin acil sağlık hizmetlerinin bir parçası olan ambulanslarda ekip lideri olarak görev yapmakta ve acil çağrılarda hastalara ilk müdahale eden ekiplerde çalışmakta olup bireylerle sürekli iletişim halindedirler (Resmi Gazete, 2009). Paramedik programı okuyan öğrencilerin bireylere doğru ve uygun şekilde yaklaşabilmek için bu yeterlilikte olabilmeleri ya da bu yeterliliğe sahip olarak mezun olabilmeleri önem taşımaktadır. Dolayısıyla paramedik öğrencilerinin aleksitimi ve empatik eğilim düzeylerinin eğitiminin devam ederken belirlenmesi ve duygusal farkındalığı artırmaya yönelik uygun girişimlerin yapılması önem taşımaktadır. Bu çalışma paramedik öğrencilerinin empatik eğilim ve aleksitimi düzeyleri ilişkisinin değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır.

2. Gereç - Yöntem

Tanımlayıcı tipteki araştırmanın örneklemini Uşak Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören ve araştırmaya katılmayı kabul eden 134 paramedik (ilk ve acil yardım programı) öğrencisi oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında tanıtıcı özellikleri içeren Kişisel Bilgi Formu, Toronto Aleksitimi Ölçeği (TAÖ) ve Empatik Eğilim Ölçeği (EEÖ) kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde bağımsız örneklem t testi,

³³⁰ Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, zumra.dorttepe@usak.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)

³³¹ Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, sumeyye.ozmen@usak.edu.tr



ANOVA, Pearson Momentler Çarpımı Korelasyonu, yüzdelik hesaplama, ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler kullanılmıştır.

3. Bulgular

Öğrencilerin yarıdan fazlasının 17-20 yaş aralığında olduğu ve yaşadıkları en uzun yerin şehir olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin orta düzeyde aleksitimik oldukları ve empatik eğilimlerinin genel anlamda iyi olduğu belirlenmiştir. Son altı ayda stres yaşayan öğrencilerin aleksitimi düzeyleri puan ortalamaları, son altı ayda stres yaşamayan öğrencilerin puan ortalamalarından daha yüksek bulunmuştur. Öğrencilerin aleksitimi düzeyleri ile üniversiteye yerleşme sistemi biçimi (ÖSYM (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi) ya da YÖS (Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavı)), son altı ayda stres yaşama durumu, özel yaşamıyla ilgili stres durumları ve stresle başetmede hiçbirşey yapmama ve kendi kendine başetme tekniklerini kullanma gibi değişkenlere göre anlamlı farklılaşma olduğu belirlenmiştir ($p<.05$). Erkek öğrencilerin empatik eğilim puan ortalamaları, kadın öğrencilerin empatik eğilim puan ortalamalarından yüksek bulunmuştur. Öğrencilerin empatik eğilim düzeylerinin ise cinsiyet, babanın çalışma durumu, öğrencinin üniversiteye yerleşme sistemi biçimi (ÖSYM ya da YÖS), strese tepkide öfkelenme ve stresle başetmede aileyle paylaşma ve hiçbirşey yapmama gibi değişkenlere göre anlamlı farklılaşma olduğu belirlenmiştir ($p<.05$).

4. Sonuç ve Tartışma

Öğrencilerin orta düzeyde aleksitimik oldukları ve empatik eğilimlerinin genel anlamda iyi olduğu; aleksitimiyle ilgili "hayal kurmaktan yoksun olma" ve "duyguları tanımada ve tanımlamada zorluk" düzeylerinin yüksek olduğu; yarıdan fazlasının son altı ayda stres yaşadığı; stres yaşayan öğrencilerin aleksitimi düzeyleri stres yaşamayanlara göre daha yüksek olduğu; aleksitimi ve empatik eğilim düzeylerini etkileyen faktörlerin üniversiteye yerleşme sistemi biçimi (ÖSYM (Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi) ya da YÖS (Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavı)), son altı ayda stres yaşama durumu, özel yaşamıyla ilgili stres durumları ve stresle başetmede hiçbirşey yapmama ile kendi kendine başetme tekniklerini kullanma olduğu; erkek öğrencilerin empatik eğilim düzeylerinin kadın öğrencilerden yüksek olduğu ve öğrencilerin aleksitimi düzeylerinin arttıkça empatik eğilim düzeylerinin azaldığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin aleksitimi ve empatik eğilim düzeylerinin belirlenmesi, öğrencilerin aleksitimi ve empatik eğilimlerini etkileyen faktörlerin dikkate alınması ve bu faktörlerle ilgili uygun programların hazırlanarak ders müfredatı içeriğine eklenmesi gibi uygun müdahalelerin yapılması önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Aleksitimi, Empatik Eğilim, Empati, Öğrenci, Paramedik

Kaynakça

Aksoy, M., & Çoban, G. İ. (2017). "Hemşirelik Öğrencilerinin Aleksitimi Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi". *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 14(1), 45-51.

Cüceloğlu, D. (2002). *Keşke'siz Bir Yaşam İçin İletişim Donanımları*. Remzi Kitabevi.

Grynberg, D., Luminet, O., Corneille, O., Grèzes, J., & Berthoz, S. (2010). "Alexithymia in the interpersonal domain: A general deficit of empathy?" *Personality and Individual Differences*, 49(8), 845-850.

Guttman, H., & Laporte, L. (2002). "Alexithymia, empathy, and psychological symptoms in a family context". *Comprehensive psychiatry*, 43(6), 448-455.



September 21-23, 2017 Uşak

Gürkan, A., & Ekitli, G. B. (2015). "Hemşirelik sanatında aleksitimi". *Türkiye Klinikleri Journal of Psychiatric Nursing-Special Topics*, 1(1), 80.

Gürsoy, T. (2015). *13-15 Yaş Grubundaki Bireylerde Empatinin Aleksitimi Düzeyleri Üzerindeki Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kamel, N. M. (2013). "The relationship between emotional awareness and empathetic response among psychiatric hospital staff". *Life Science Journal*, 10(3), 1272-1284.

Koçak, R. (2002). "Aleksitimi: Kuramsal çerçeve tedavi yaklaşımları ve ilgili araştırmalar". *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 35(1-2), 183-212.

Lesser, I. M. (1981). "A review of the alexithymia concept". *Psychosomatic Medicine*, 43(6), 531-543.

Resmi Gazete. (2009). *Ambulans ve Acil Bakım Teknikerleri ile Acil Tıp Teknisyenlerinin çalışma usul ve esaslarına dair tebliğ (26.03.2009)*. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/03/20090326-4.htm> (20.08.2017).

Sifneos, P. E. (1996). "Alexithymia: past and present". *The American journal of psychiatry*, 153(7), 137-142.

Teten, A. L., Miller, L. A., Bailey, S. D., Dunn, N. J., & Kent, T. A. (2008). "Empathic deficits and alexithymia in trauma-related impulsive aggression". *Behavioral Sciences & the Law*, 26(6), 823-832.



September 21-23, 2017 Uşak

Financial Innovation: A Content Analysis of Articles Published in Innovation Journals

Abstract

Zehra Binnur AVUNDUK³³², Melike TORUN³³³

Abstract

Innovativeness is an inevitable requirement in order to gain success in today's high competitive and global environment. Therefore, both manufacturing and service sectors have to pay attention to innovation phenomenon. Innovation studies have mainly focused on the manufacturing sector but in today's world, consumers pay attention to the differences in service delivery beyond products, therefore value innovation has come into prominence. Finance is one of the most important components of the service sector and it is tightly related with the manufacturing sector and serve as a basis of all economic activities. Taking these factors into consideration, this study focused on the financial innovations.

Financial Innovation might be defined as creating and spreading new financial instruments as well as new financial technologies, institutions and markets. This type of innovation consists of in the level of product, process or the institution. It is necessary to innovate in payment systems, financial products (e.g. banking, insurance, investment products) and financial markets in order to cope with global competition and changing consumption patterns. Newly emerging this type of innovation is assumed as a significant issue that should be considered; therefore this study aimed to draw attention to the issue. The aim of this research is to examine trends in the innovation studies related with finance. To this end, changes and developments that likely have an impact on innovation concepts, processes, and implementation were determined by reviewing the articles published in SSCI journals, including "innovation" term of the title. We detected 7 SSCI journals compatible with this criteria in SSCI Publication List of 2017. In these journals, "financial innovation" term was searched in the period of 2014-2017, and out of one journal, 147 articles were found. In addition to them we added two journals (without SSCI list) into the research sample related with solely "Financial Innovation". Consequently 169 articles were identified related to innovation and finance in the given period. Then, these articles were examined. Specifically, a content analysis was conducted to identify the possible trends, and changes in innovation-finance related concepts and themes over the 2014-2017 period.

As a result of the content analysis, the authors determined five major categories. In these categories, the theme of "Innovation Management" is the most discussed category in 2014-2017 period. Inference from this result is that, rather than being considered alone the "financial innovation" term, financial subjects has taken place together within the innovation-themed articles.

Keywords: Innovation, Financial Innovation, Content Analysis, Journals.

³³² Ph.D., Research Assistant, Istanbul University, avundukz@istanbul.edu.tr (Corresponding Author)

³³³ Ph.D., Research Assistant, Istanbul University, meliket@istanbul.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Borsa İstanbul Bankacılık Endeksi'nde İşlem Gören Bankaların Kredi Tayinlaması Uygulamaları

Abstract

Tuğrul KANDEMİR³³⁴, Ender BAYKUT³³⁵

Özet

2008 Küresel Finans Krizi'nden sonra TARP programı olarak Amerika'da lanse edilen kredi tayinlaması uygulamaları ile bankaların kredi verme süreçlerine ilişkin köklü değişiklikler yaşanmıştır. Tam açılımı “Trouble Asset Relief Programme” yani “Sorunlu Varlıkları İyileştirme Programı” olan bu uygulamalar ile bankaların karşı karşıya kaldıkları kredi batıklarının önüne geçilmesi amaçlanmaktadır. Kredi talep edenlerin daha yüksek maliyetten kredi alma yönünde talepkar olmalarına rağmen, bankaların kredi vermesinden kaçınma yönünde yaklaşımda buldukları varsayan bu programa ilişkin Borsa İstanbul bünyesinde işlem gören bankaların 1990-2017 arası döneme ilişkin çeyrek yıllık verileri kullanılarak çalışmada sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Takipteki kredilerin toplam krediler içindeki payı ve kredilerin toplam aktifler içindeki payının ana değişken olarak kullanıldığı çalışmada, serilerin farklı düzeylerde birim köke sahip olmalarından dolayı, Toda-Yamamoto nedensellik testi kullanılmıştır. Analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre, araştırmada kullanılan değişkenler arasında nedensellik ilişkisi mevcuttur. Ayrıca ilgili dönem için Borsa İstanbul Banka Endeksi'nde (XBANK) kredi tayinlaması geçerlidir ve TARP programının etkileri görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: TARP, Kredi Tayinlaması, Bankacılık Endeksi, Toda-Yamamoto.

³³⁴Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İşletme Bölümü , kandemir@aku.edu.tr

³³⁵Arş. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İngilizce İşletme Bölümü, ebaykut@aku.edu.tr (Yazışma yapılacak yazar)



September 21-23, 2017 Uşak

A Scale Adaptation Study to Determine Distance Education Perceptions of Vocational School Students

Abstract

Raziye DEMİRALAY³³⁶, Ibrahim AKDENİZLİ³³⁷

Abstract

The aim of this study is to develop a scale to determine the perceptions of college students studying at vocational colleges on distance learning. The scale used in the study was developed in the context of a graduate thesis prepared for teacher candidates. For reliability of the scale, Cronbach α (0.84) coefficients were calculated for all of the dimension. The development phase of the scale, 33 items were created and presented to the expert. 13 items were removed from the scale after the scope validation procedures. The 33-item draft scale created was applied to 185 teacher candidates who are studying at Niğde University Faculty of Education in 2013-2014 academic year. Factor analysis using basic component analysis was done. There are two factors greater than the original value 1. These two factors account for 34.64% of the total variance. Taking into account the initial values of the eigenvalues, it can be interpreted that the eigenvalue of the first factor (5,01) is very high, the eigenvalue of the second factor (1,92). Therefore, the spinning technique is not used and is considered as one dimension. The variance explained by a single dimension accounts for 25.04% of the total variance. It may be sufficient that the variance explained in the single factorial patterns is 30% or more, or the variance explained in one factor, 2/3 of the total variance. When the variance explained in a single factor above is compared with this critical value, it appears that it has a sufficient explanation variance. As a result of these analyzes, a scale consisting of 20 items explaining 25.04% of the one-factor total variance was obtained. Cronbach α (0.84) coefficients were calculated for all the scales. The scale developed within the scope of thesis study can be limited to candidate teachers. In this research, the participant group was determined as high school students and the scale items were rearranged according to the education of the students. 174 students studying at the vocational schools in Alanya Alaaddin Keykubat University in Antalya in Turkey in 2016-2017 educational terms. 112 participants (64.4%) are male and 62 participants (35.6%) are female. The study was conducted in different departments. Departments of students' are Computer Programming Program, Electricity Program, Furniture and Decoration Program, Accounting and Taxation Program, Office Management and Executive Assistant, Tourism and Hotel Management. The questionnaire was adapted for vocational school students by researchers. Validity and reliability studies of the Survey of Distance Learning were used. During data collection process from students, PHP based online questionnaire form was used. Participants were used as laboratory computers. The data collection process was one and a half month. The IBM SPSS 20.0 version was used to analyze collected data. Cronbach's Alpha internal reliability coefficient was calculated as 0,90. Statistical tests were performed on the scale items. The results obtained provide evidence that the scale is valid and reliable.

Keywords: Vocational School, Distance Education, Scale adaptation, Turkey

³³⁶Dr., Alanya Alaaddin Keykubat University, raziyedemiralay@gmail.com (corresponding author)

³³⁷Lecturer, Alanya Alaaddin Keykubat University, ibrahimakdenizli@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Pazarlama Perspektifinden Oyunlaştırma Ve Tüketici Tutumları

Abstract

Umut GÜLEÇ³³⁸, Sima NART³³⁹

Özet

Pazarlama iletişimde tüketicilere ulaşmak ve onları harekete geçirmek üzere uygulama alanı bulan yeni bir kavram oyunlaştırma (gamification)'dır. Oyun ile doğrudan alakalı olmayan müşteri ile bağ oluşturma ve marka sadakati yaratma gibi pazarlama odaklı amaçlar için teknolojik olanakların yardımıyla tasarlanan küçük teşvik edici ödül ve oyunlar bu kavram içinde yer almaktadır.

Davranışsal ekonomiyle de ilişkili olan oyunlaştırma sağlık, pazarlama, psikoloji ve tasarım gibi birçok alanda günlük hayatımıza girmiş durumdadır. Pazarlama bağlamında, müşteri katılımının sağlanması ve artırılması işletme-müşteri ayrıca marka-müşteri arasındaki bağların güçlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Müşterilerle iletişime geçme ve onları harekete geçirme konularında oyunlaştırma, pazarlama uygulayıcılarına eşsiz fırsatlar sunmaktadır. İşletmeler mobil araçların gelişimine paralel olarak son yıllarda oyunlaştırma uygulamalarını yoğun biçimde kullanmaya başlamışlardır. Söz konusu bu artışın bir diğer sebebi artık geleneksel reklam tasarımlarının (bu gruba internet, sosyal medya reklamları da dahildir) tüketiciler üzerindeki etkisinin azalmasıdır. Tüketicilerin gün içinde karşılaştıkları TV, radyo ya da internet aracılığıyla gönderilen pazarlama iletişimi mesajı sayısı o kadar artmıştır ki artık tüketiciler artık bu mesajları görmemeye, duymamaya başlamışlardır. Bu durum pazarlama uygulamacılarını farklı ve ilgi çekici yöntemler bulmaya yönlendirmektedir. Bu kapsamda oyunlaştırma tüketicileri çok farklı bir alanda, eğlendikleri sırada yakalamaya çalışmaktadır.

Bu çalışma, pazarlama uygulamaları çerçevesinde oyunlaştırma uygulamalarının tüketicilerin ilgisini nasıl, ne ölçüde çektiği ve onların tutumlarının belirleyicilerinin neler olduğu sorularına cevap bulmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede tüketicilerin pazarlama sunumları ile ilişkili oyunlaştırma uygulamalarına yönelik değerlendirmeleri analiz edilirken diğer yandan da oyunlaştırma tasarımlarının nasıl daha başarılı yapılabileceği konusunda çıkarımlar yapmaya yardımcı olmaktadır.

Çalışma amacı kapsamında yürütülen literatür incelemesi sonucu bir araştırma modeli geliştirilmiştir. Model Teknoloji Kabul Modelini (TKM) temel almaktadır. Modelin bağımsız değişkenleri; Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Algılanan Sosyal Etki ve Algılanan Haz/Keyif değişkenlerinden oluşurken modelin temel bağımlı değişkeni işletmeler ya da markalar tarafından sunulan oyunlaştırma uygulamalarına yönelik Kullanıcı Tutumları'dır. Araştırma kapsamında oyunlaştırma uygulamalarını deneyimleyen bireylerden elde edilmesi gereken verileri toplamak üzere bir anket formu hazırlanmıştır. Araştırmanın evreni Türkiye'de mobil oyunlaştırma uygulamalarına katılan tüm kullanıcılarıdır. Ancak bu evrene ulaşmak zaman ve maliyet kısıtlamaları nedeni ile mümkün olmadığından Doğu Marmara bölgesinde yer alan Sakarya ve Bilecik illeri ile saha çalışması sınırlandırılmıştır. Bu

³³⁸ SBE Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, umt.glc@gmail.com

³³⁹ Prof. Dr., Sakarya Üniversitesi, snart@sakarya.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

nedenle çalışma pilot bir uygulama niteliği taşımaktadır. Araştırmada Kolayda Örneklem yöntemi uygulanmıştır. Sakarya ve Bilecik illerinde mağazaları bulunan bir GSM operatörünün 6 farklı mağazasının müşterilerinden araştırmaya gönüllü olanlar yüz yüze görüşme yoluyla anketi cevaplamışlardır. Bu çalışma için veri analizine uygun olan 187 anket kullanılmıştır.

Elde edilen bulgular, tüketicilerin oyunlaştırma uygulamaları gibi nispeten yeni bir teknolojik uygulamayı tercih etmelerinde hangi faktörlerin etkili olduğunu göstermesi açısından bir takım ipuçları sunmaktadır. Analizler ışığında tüketicilerin mobil alışveriş hizmetini kullanmalarında diğer insanların bu konuda düşünceleri (sosyal etki), algılanan fayda ve algılanan keyfin kullanıcı tutumlarını etkilediği görülmüştür.

Giderek daha yaygın hale gelen oyunlaştırma uygulamalarının hem firmalara hem de müşterilere birçok fırsat sunduğu görülmektedir. Bu fırsatları değerlendirirken dikkat edilmesi gereken nokta müşteriler ile iletişim kurma ve katılım sağlama konularında geleneksel pazarlama iletişim yöntemlerinden farklı bir bakış açısının gerekliliğidir. Müşterilerin ilgisi artık dijitalleşmenin etkisi ile daha çok mobil cihazlara yönelmiştir. Söz konusu mobil cihazlarda kullanılan uygulamalar ise çoğunlukla kişinin iyi vakit geçirmesini sağlayabilecek uygulamalardır.

Anahtar Kelimeler: Gamification, Oyunlaştırma, Teknoloji Kabul Modeli



September 21-23, 2017 Uşak

Girişimciliğin Finansmanında Melek Yatırımcılık ve Melek Yatırım Teşvikleri

Abstract

Elif BOZ ULUTAŞ³⁴⁰

Özet

Ülkelerin ekonomik kalkınmasında en önemli temel göstergelerden biri olan açılan ve kapanan firma sayısı, girişimci sayısı ve girişimcilik ekosisteminin gelişmişliği ülkelerin ekonomik krizlere karşı direncini korumada çok önemlidir. Çalışmanın amacı girişimcilik ekosisteminin bir parçası olan melek yatırımcılığın ülkemizdeki gelişimini, melek yatırımcılık konusundaki kamu desteklerini anlatmak, bu alandaki destekleri dünya geneli ile karşılaştırmaktadır. Melek yatırımcı yüksek büyüme potansiyeline sahip iş fikri sahiplerine hem yatırım yapan, hem de tecrübelerini aktaran, iş bağlantılarını açarak girişimcinin daha da gelişmesine yardımcı olan yatırımcılara denir. Bu bağlamda, ülkemizde son on yılda kavram olarak ortaya çıkan melek yatırımlar girişimcilik ekosisteminin vazgeçilmez bir unsuru olarak girişimcileri desteklemektedir.

Dünyada ve ülkemizde melek yatırımcılığın kamu destekleri ile sübvansede edilmesinin ardında yatan amaç girişimcilik ekosisteminin geliştirilerek potansiyel melek yatırımcıların bu alanda faaliyet göstermesini kolaylaştırmaktır. Sürdürülebilir büyüme için inovasyona ihtiyaç duyulmaktadır. Melek yatırımcılar ve diğer erken aşama yatırımcılar inovasyonu fon sağlama ve genç yenilikçi firmalara mentorluk ederek bu girişimcilerin en riskli aşamalarında destek olmaktadır. Melek yatırımcılara sağlanan bu teşvikler özel yatırımcıların yatırımlara olan ilgisini artırmakta, yatırım portföyünü çeşitlendirmekte ve erken aşama yatırımları artırmaktadır. Dahası, devletler ve politika yapıcılar, inovasyonun gelişmesini canlandırmak için teşviklerin etkisini giderek daha fazla önemsemektedir.

Avrupa'da girişim sermayesi, risk sermayesi ve melek yatırımcılara mali teşvik anlamında destek veren 12 ülke bulunmaktadır. Ülkemizde ise melek yatırımcılığa melek yatırımcı ağları kanalı ile Hazine Müsteşarlığı tarafından teşvik verilmektedir. Böylece Borsa İstanbul Özel Pazar ile bütünleşik bir girişimcilik ekosistemi geleneksel olarak tabir edilen KOSGEB ve TÜBİTAK gibi kurumların girişimci destek mekanizmalarından bir adım öteye geçilmesi amaçlanmaktadır.

Çalışma kapsamında Hazine Müsteşarlığı tarafından akredite edilmiş melek yatırım ağlarına, melek yatırımcılara ve yatırımlara ait bilgiler incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda, Küresel Girişimcilik Monitörü verilerinde de belirtildiği bölgesel bazda incelenen girişimciliğin finansman ayağında eksik kalan parçaların özel sektör veya kamu eliyle tamamlanması gerekmektedir. Kamunun bu alandaki teşvikleri piyasa bozucu olmaktan öte, tamamlayıcı unsur olarak göze çarpmaktadır. Tüm bu hususlar düzenlenirken, hem yatırımcının, hem de girişimcinin süreç ile ilgili mağdur olmasının önüne geçilmelidir. Melek yatırımcılık alanındaki kamu teşviklerinin cezbedici olması için melek yatırımcıların profili iyi incelenmeli, yatırıma esas tutar ve yatırım konuları teşvik kapsamına alınmalıdır.

Anahtar Sözcükler :Bireysel katılım sermayesi, bireysel katılım sermayesi teşvikleri, girişimcilik, girişimciliğin finansmanı, melek yatırımcılık.

³⁴⁰Doktora öğrencisi, Uludağ Üniversitesi; Uzman, Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı, zobfile@gmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Tıbbi Laboratuvar Öğrencilerinin Riskli Maruziyet ve Kesici Delici Alet Yaralanmalarının Değerlendirilmesi

Extended Abstract

Sümeyye ÖZMEN³⁴¹, Zümra ÜLKER DÖRTTEPE³⁴²

1. Giriş

Sağlık çalışanlarının iş sağlığı ve güvenliği yönüyle, diğer sektörlerden daha yüksek risk altında olduğu bilinmektedir. Kan yolu ile bulaşan enfeksiyon hastalıklarına yakalanma riski sağlık çalışanları için oldukça fazladır (Altıok vd., 2009:71). Bu hastalıklardan özellikle Hepatit B, C ve AIDS'in etkin tedavisinin olmayışı, prognozun kötü seyretmesi konunun önemini arttıran bir sebep olmaktadır (Özyiğit, 2014:170). Özellikle de hemşire ve laborantlar, klinik prosedürler altında yaralanmalara %30-50 arasında maruz kalmaktadır (Uzunbayır, 2009:8).

Sağlık çalışanları sağlık hizmeti sunumu sırasında enfeksiyon etkenleriyle karşı karşıya kalabildiği gibi, stajyer olarak bulunan ve hastane uygulamasına çıkan öğrenciler de aynı şekilde bu patojenlerle kontamine olabilmektedir. Bir sağlık çalışanı adayı olan Tıbbi Laboratuvar Teknikleri programı öğrencileri, öğrenim hayatları boyunca yaz stajı görürken ve mesleki uygulama derslerini alırken laboratuvarlar gibi iş kazası yaşama olasılığı ve enfeksiyon riski fazla olan alanlarda çalışmak durumunda kalmaktadır. Bu bölümlerde kimi zaman kan, idrar ve diğer vücut sıvıları ile maruziyet gelişebildiği gibi; kimi zaman da enjektör iğnesi batması ve kan tüplerinin kırılması sonucu yaralanma yaşamaktadırlar.

Kesici delici alet yaralanmaları, elle tutulduğunda cildin penetran yaralanmasına neden olabilen tıbbi ya da laboratuvar ekipmanları (enjektör iğnesi, sivri uçlu intravenöz giriş araçları, bistüri, kan tüpü, lanset, pipet ya da ampullere ait kırık cam parçaları ve enjektörler) nedeniyle oluşmaktadır (Özyiğit vd., 2014:171). Kan, idrar, gaita, vücut sekresyonlarının bulaşmasını ifade eder. Bulaşma el, kol, yüzdeki kesiklerden kana ulaşabileceği gibi; göz, kulak vb. dışarıdan vücut içerisine girerek tehlikeli durum oluşabilir. Öğrencileri Hepatit B ve C, AIDS, KKKA gibi bulaşıcı hastalıklardan korumak amacıyla öncelikle eksikliklerin ortaya konulması gerekmektedir.

Bu araştırmada; Tıbbi Laboratuvar Teknikleri programı öğrencilerinin riskli maruziyet ve delici kesici aletleri yaralanmalarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; 2016-2017 eğitim öğretim yılında bir kamu üniversitesi bünyesinde Sağlık Hizmetleri MYO Tıbbi laboratuvar programında öğrenim gören, 01.06.2017 – 05.06.2017 tarihleri arasında gönüllü olarak araştırmaya katılmayı kabul eden 2.sınıf öğrencileri kapsama alınmıştır.

Tanımlayıcı tipte olan çalışmada, örneklem seçimine gidilmemiş olup; tüm evrene ulaşılmaya çalışılmıştır. Verilerin toplanmasında özbildirim yöntemi kullanılmıştır. Uzman görüşü alındıktan sonra araştırmacılar tarafından oluşturulan ve öğrencilere uygulanan anket formu, toplam 26 sorudan ve 5 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcılarla ilgili bilgileri içeren demografik sorular; 2-3-4-5. Bölümlerde Hepatit B bilgi düzeyi, riskli

³⁴¹ Öğretim Görevlisi, Uşak Üniversitesi, sumeyyeozmen@gmail.com

³⁴² Öğretim Görevlisi, Uşak Üniversitesi, zumra.dorttepe@usak.edu.tr



maruziyet ve delici kesici alet yaralanmaları ve önerilere dair sorular yer almaktadır. Araştırmaya dahil edilen 73 anketin 2'si bilgi eksiklikleri nedeniyle değerlendirme dışı bırakılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde, SPSS 21 paket programı aracılığıyla frekans tabloları ve kıkare analizi kullanılmıştır. Bu çalışma eğitim ihtiyacı olup olmadığı konusunda durum tespiti niteliği taşımakta ve daha sonra yapılacak olan eğitim çalışmalarına temel oluşturma amacı taşımaktadır.

2. Araştırmanın Önemi

Son yıllarda sağlık kurumlarında tek kullanımlık tıbbi malzemelerin tercih edilmesi, kan almada vakumlu tüplerin kullanılması, delici ve kesici aletlerin özel enfekte atık kutusuna atılması gibi yaklaşımlarla perkütan yaralanmaların oranı önemli ölçüde azalmasına rağmen ülkemizde halen yüksek oranda olup, önemini korumaktadır (Ayrancı&Kosgeroglu, 2004; Kışioğlu vd., 2002). Tıbbi laboratuvar teknikleri programında öğrenim hayatı boyunca öğrenciler aldıkları, 1 yaz stajı ve 2 dönem içi mesleki uygulama dersi sırasında hastanede ya da halk sağlığı laboratuvarında uygulama yapmakta ve kesici delici atıklarla bu sırada yoğun şekilde karşılaşabilmektedirler. Mesleki uygulama dersi, haftada 2 gün mesai saatleri içerisinde hastane ya da laboratuvarında olmayı gerektirmektedir. Hastanenin laboratuvar bölümlerinde oldukça fazla sayıda riskle karşılaşan öğrencilerin korunmasına yönelik gerekli tedbirlerin alınması amacıyla, bazı tespitlerin yapılması gerekmektedir.

3. Bulgular

Bu araştırmaya ait frekans ve karşılaştırmalı tabloları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Frekans tabloları

Özellik	Sayı	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	54	76,1
Erkek	17	23,9
Yaş		
20 yaş ve altı	36	50,7
21 yaş ve üzeri	35	49,3
Hepatit B bilgisi		
Evet	56	78,9
Hayır	15	21,1
Hepatit B aşısı		
Evet	38	53,5
Hayır	33	46,5
Özellik	Sayı	Yüzde
Hepatit B tetkiki		
Evet	36	50,7
Hayır	35	49,3

Maruziyet		
Evet	49	69,0
Hayır	22	31,0
Yaralanma		
Evet	17	23,9
Hayır	54	76,1



Tablo 1’de belirtildiği gibi bu araştırmaya katılanların %76’sının kız öğrenci olduğu, %51’inin 20 yaş ve altında olduğu belirlenmiştir. Katılan öğrencilerin %79’u hepatit B ile ilgili bilgi sahibi olduğunu ifade ederken; yalnızca % 54’ü hepatit B aşısı ve %51’i de hepatit B tetkiki yaptırmıştır. Aşı yaptırmamalarının nedeni olarak; ihmal ve bilmemeleri en üst sıradaki iki cevap olarak dikkat çekmiştir. Öğrencilerin %69’unun en az 1 kez kan, idrar, gaita vb. temas maruziyetinin olduğu ortaya çıkmıştır. En fazla kan tütünün dökülmesi %27 ve kan alma %20 işlemleri sırasında maruziyet yaşandığı ortaya çıkmıştır. Sonrasında; en fazla sabunlu su ile yıkama %41 ve sorumluya bildirme %21 gibi davranışların gösterildiği tespit edilmiştir. %48’i yaz stajı sırasında; %31’inin sağ elinden ve katılan öğrencilerin %23’ünün 1 defadan fazla maruziyet yaşadığı ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin %24’ünün en az 1 kez kesici delici alet yaralanması yaşadığı ortaya çıkmıştır. En fazla %14 kan alma işlemi sırasında yaşandığı, sonrasında %61 oranında sorumluya bildirme, %9 oranında sabunlu su ile yıkama ve kan tetkiki yaptırma davranışlarının gösterildiği tespit edilmiştir. %17’sinin yaz stajı sırasında; %13’ünün sağ elinden yaralandığı; %21 oranında enjektör iğnesinden kaynaklandığı ve katılan öğrencilerin %7’sinin 1 defadan fazla yaralanma yaşadığı ortaya çıkmıştır.

Staj ve mesleki uygulama yapılan kurumlarda %94 oranında tıbbi atık kutusu olduğu; %51 oranında tıbbi atık eğitimi alındığı ve çift eldiven uygulaması yapıldığı ifade edilmiştir. Koruyucu malzemelerin yeterli olduğunu söyleyen öğrencilerin oranı %59’da kalmıştır. Öğrencilerin iş kazası yaşamaması için önerileri arasında en fazla; öğrencilerin dikkatli ve bilinçli olması, koruyucu malzemelerin eksiksiz kullanılması, staj ve uygulama öncesi okulda ya da kurumlarda mutlaka eğitim verilmesi gerektiği yer almaktadır.

Bu çalışmaya katılan öğrencilerin Hepatit B ile ilgili bilgi sahibi olması ile aşı yaptırma durumu incelendiğinde (Tablo 2) şu bulgulara ulaşılmıştır.

Tablo 2. Karşılaştırmalı tablolar

hepatit B ile ilgili bilgi sahibi misiniz * hepatit B asisi yaptirdiniz mi Crosstabulation

		hepatit B asisi yaptirdiniz mi		Total	
		evet	hayir		
hepatit B ile ilgili bilgi sahibi misiniz	evet	Count	36	20	56
		% within hepatit B ile ilgili bilgi sahibi misiniz	64,3%	35,7%	100,0%
		% of Total	50,7%	28,2%	78,9%
hayir	Count	2	13	15	
		% within hepatit B ile ilgili bilgi sahibi misiniz	13,3%	86,7%	100,0%
		% of Total	2,8%	18,3%	21,1%
Total	Count	38	33	71	
		% within hepatit B ile ilgili bilgi sahibi misiniz	53,5%	46,5%	100,0%
		% of Total	53,5%	46,5%	100,0%

Chi-Square Tests



September 21-23, 2017 Uşak

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12,347 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	10,384	1	,001		
Likelihood Ratio	13,298	1	,000		
Fisher's Exact Test				,001	,000
Linear-by-Linear Association	12,173	1	,000		
N of Valid Cases	71				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,97.

b. Computed only for a 2x2 table

Yapılan kıkare analizi sonucunda Hepatit B hakkında bilgi sahibi olma ile aşı yaptırma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($p < 0,05$). Bu sonuca göre öğrencilerin tamamının hem kurumlar hem de okullar tarafından eğitilmesi gerektiği, bağışıklama ile korunmalarının sağlanması gerektiği vurgulanmalıdır.

4. Tartışma ve Sonuç

Literatürde öğrenci hemşireler üzerinde yapılan bir çalışmada %32 gibi daha yüksek bir oranda yaralanma yaşandığı bulunmuştur (Yıldırım ve Özpulat, 2015:22). Yaralanma bölgesi olarak bu çalışmada çıkan en fazla sağ elden yaralanma olduğu ve enjektör iğnesinden kaynaklandığı verisi, literatüre paralel bulunmuştur (Omaç vd., 2010; Yıldırım ve Özpulat, 2015:23). Ayrıca Tural Büyük vd. tarafından yapılan çalışmada da enjektör iğnesi en fazla yaralanma sebebi olarak çıkmıştır (Tural Büyük vd.,2016:6; Kişioğlu, 2002).

Bu araştırmaya katılan öğrencilerin Hepatit B ile ilgili bilgi ve aşılama düzeyleri yeterli bulunmamıştır. Öğrencilerin öğrenim süreleri boyunca en az 1 kez maruziyet yaşaması ve/veya delici kesici aletten yaralanması işten bile değildir. Bulgulara göre, her 10 öğrenciden 7'si (%69) maruziyet yaşarken, 2'si (%24) de yaralanma yaşamaktadır. Bulaşıcı özelliği olan hastalıkların geri dönüşü olmadığından, bu rakamlar ciddi oranda risk ifade etmektedir.

Yapılan çalışmalarda delici kesici alet yaralanmalarının %80'inin güvenli alet kullanımı ile önlenebileceği; %61'inin ise önlenemez yaralanmalar olduğu bildirilmektedir (<http://www.cdc.gov/Sharpssafety/pdf/proceedings.pdf>, 2005:5,16). Bu nedenle ilgili kurumlarla görüşerek gerekli tedbirlerin alınması, öğrencilerin ilgili birim sorumluları ve enfeksiyon kontrol komiteleri tarafından bizzat uygulamalı olarak eğitilmesi, okullarda da tıbbi atık ve laboratuvar iş sağlığı ve güvenliği konularında eğitim verilmesi, çift eldiven uygulamasının yaygınlaştırılması, aşılamaların yapılmasının sağlanması ve koruyucu malzemelerin yeterli miktarda bulundurulması önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Laborant adayları, Sağlık sektöründe iş kazaları ve maruziyet



September 21-23, 2017 Uşak

Kaynakça

Altıok M, Kuyurtar F, Karacorlu S, Ersoz G, Erdoğan S., (2009), Sağlık çalışanlarının delici kesici aletlerle yaralanma deneyimleri ve yaralanmaya yönelik alınan önlemler. Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi, 2:70-9

Ayrancı U, Kosgeroglu N., (2004), Needlestick and sharps injuries among nurses in the healthcare sector in a city of western Turkey. J Hosp Infect, 58:216-223.

<http://www.cdc.gov/Sharpssafety/pdf/proceedings.pdf> (Erişim 21.08.2017).

Kişioğlu, AN., Öztürk, M., Uskun, M., Kırbıyık, S. (2002). Bir Üniversite Hastanesi Sağlık Personelinde Kesici Delici Yaralanma Epidemiyolojisi Ve Korunmaya Yönelik Tutum ve Davranışlar. J Med Sci. 22(4), 390-396.

Omaç M, Eğri M, Karaoğlu L., (2010), Malatya merkez hastanelerinde Çalışmakta Olan Hemşirelerde mesleki kesici - delici yaralanma ve Hepatit B bağışıklanma durumları. İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi; 17(1):19-25.

Özyiğit, F., Küçük, A., Arıkan, İ., Altuntaş, Ö., Kumbasar, H., Fener, S., Kahraman, B., (2014), Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesinde Görev Yapan Sağlık Çalışanlarının Kesici-Delici Tıbbi Aletleri Güvenli Kullanımına Yönelik Tutumları, Med Bull Haseki, 52: 168-171.

Tural Büyük, E., Rizalar, S., Yüksel, P., Tetik Yüksel, V., (2016), Öğrencilerin Delici Kesici Aletlerle Yaralanma Deneyimleri ve Bu Konuda Uygulama Alanında Yapılan Eğitimin Bilgi Düzeylerine Etkisi, Samsun Sağlık Bilimleri Dergisi, 1(1):1-11.

Uzunbayır, N., (2009), Sağlık Çalışanlarının Kesici-Delici Tıbbi Aletleri Güvenli Kullanımına Yönelik Tutum Ölçeği, Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Yıldırım, A., Özpulat, F., (2015), Sağlık Meslek Lisesi Öğrencilerinin Mesleki Riskler Konusunda Bilgi ve Farkındalık Düzeyleri, Sted, 24(1):18-25.



September 21-23, 2017 Uşak

Nash Pazarlık Çözümü Üzerine Deneysel Bir Uygulama

Abstract

Metin TETİK³⁴³

Özet

Bu çalışma, varsayımsal bir oyun kurgulayarak, denekler arasında stratejik bir etkileşim yaratıp, bu oyun çerçevesinde deneklerin nasıl bir strateji izlediğini araştırmaktadır. Deneysel Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu 2016-2017 bahar dönemi Ekonomiye Giriş-II final sınavına giren öğrencilerle yapılmıştır. Toplam 202 öğrenci deneye katılmıştır. İşbirlikli oyun teorisine atfen, öğrenciler arasındaki stratejik etkileşim iki kişilik bir pazarlık problemi olarak formüle edilmiştir.

Çalışma bulgularına bakıldığında, deneklerin ortalama %50'sinden fazlasının Nash pazarlık çözümüne benzer şekilde stratejilerini belirlediği görülmektedir. Pazarlık anlaşması olumlu sonuçlanan öğrencilerin ise ortalama %80'ninin Nash pazarlık çözümüne göre stratejilerini belirlediği görülmektedir. Bulgular neticesinde, ayrıca, bir pazarlığın anlaşma ile sonuçlanması için pazarlığa giren tarafların belirleyecekleri stratejide adalet duygusunu dikkate almalarının önemli olduğu sonucuna varılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlık Oyunu, Nash Pazarlık Çözümü

³⁴³ Öğretim Görevlisi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bölümü, metin.tetik@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Futural Problem And German Factors Relating To Turkey And European Union

Abstract

Zafer AKBAŞ³⁴⁴, Ahmet Hüsrev ÇELİK³⁴⁵, Şahin ÇAYLI³⁴⁶, Veysel BABAHAÑOĞLU³⁴⁷

Abstract

The EU, which provided a significant level of economic integration, has not been able to integrate political and military points. No common policies can be produced at the point of common defense and security. The union, which is far from following a common foreign policy, is divided in two, especially by the USA in the Iraqi occupation process. Germany and France opposed the Iraqi invasion, while Britain was a party to the United States. This division into two has reached a critical level in terms of unity with the decision of the UK to split in 2016.

Germany is at the forefront in shaping EU policies with France, with strong economic and political will. With its competitiveness, dominant position in the domestic market, force in the international political , having the least political and economical problems among the EU countries, and with its historical experience, Germany has become the most important country to lead the union after Britain's split decision. Major crises, such as the crises of Ukraine and Georgia, necessitate Germany take on more initiative and costs.

Approximately 3 million Turkish citizens living in Germany are mutual assurances of strong relations between the two countries. The economic and political relations between Germany and Turkey have continued to strengthen everyday in the last 50 years. In 2016, Turkey became the country with the largest number of exports. There are many issues in which the interests of Germany and Turkey, two important members of international organizations such as the G-20, NATO and the UN, are combined and act together. However, the conflict between the interests of Germany and Turkey in recent years has negatively affected relations between the two countries. Along with the power changes that are taking place, the divergence of views between the two countries in some politics is getting deeper and deeper. By the economic and military support that Germany has given to the terrorist organizations operating in Turkey, relations between the two countries have risen to the point of experiencing a major crisis. Moreover, the way that German politicians do politics through the Turks in Turkey and Turkey also affects relations negatively.

Turkey is assuming a playful role as a regional actor with the economic and political stability since 2000. Turkey is a rival to Germany in the Middle East and Africa with its economic potential. Utilizing its potential to be close to energy sources, Turkey has begun to take advantage of Germany, which is heavily dependent on energies with its giant economy. In the process of experiencing with the Syrian civil war, Turkey provided an impressive superiority over Germany, which played a leading role in the EU and failed to bring a solution to the refugee crisis.

³⁴⁴ Assoc.Prof., Düzce University Faculty of Business Administration International Relations, zaferakbas@duzce.edu.tr

³⁴⁵ Assist.Prof., Düzce University Faculty of Business Administration International Relations, ahmetcelik@duzce.edu.tr

³⁴⁶ Res.Assist., Assoc.Prof., Düzce University Faculty of Business Administration International Relations, sahincayli@duzce.edu.tr

³⁴⁷ Teaching Assist., Düzce University Akçakoca Vocational School, veyselbabahanoglu@duzce.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Almost all of Germany's politics coincide with the policies of the union. Moreover, Germany is leading the union policies more than the others. Turkey, which will experience the 60th anniversary of its partnership and union with Europe in has serious political differences despite its economic policies coinciding with the EU. EU; In this paper, which will analyze the complex and mutual relations between Germany and Turkey, the question of how Germany has an influence on EU and Turkey relations will be studied.

Key words : Turkey, EU, Germany, Future Challenges



September 21-23, 2017 Uşak

Performance Analysis By Using Grey Relational Analysis Method : An Application on BIST Manufacturing Industry Companies

Abstract

Hakan ÇELİKKOL³⁴⁸, Fatma KÖSE İÇİGEN³⁴⁹

Abstract

Effective and efficient working with limited resources in economic terms has always been one of the most important issues in terms of firms. Especially nowadays, Firms expend energy on to ensure their effectiveness by business process improvement due to increasing competition. In order not to be behind the competition, businesses should set their own goals and regularly monitor their attainment levels.

Performance measurement is the best way to determine the level of reaching firms' goals and to learn the position in the industry. Performance measurement is a very important tool that serves the purpose of providing competitive advantage and differentiation besides determining the current status of firms.

Comparison with rivals in the sector should be made for a strategic performance evaluation. Thus, firms will be able to confirm their strengths and weaknesses according to the competitors

One of the many alternative methods used for performance measurement is Multi Criteria Decision Making techniques. These techniques bring to successful conclusions if there are more than one alternative and more than one criterion.

In the study, it is aimed to analyze the financial performances of the manufacturing industry companies included in BIST 100 index and making sector ranking. In the analysis, data for the years 2010-2015 of 38 companies are used and obtained from the Public Disclosure Platform. Grey Relational Analysis that is one of Multi Criteria Decision Making Techniques is used to measure financial performance by liquidity, debt utilization, asset utilization and profitability ratios of the companies.

According to the research findings, Vestel (VESBE), Tupras (TUPRS) and Turk Traktor (TTRAK) have taken place on the top in performance.

Key Words : Financial Performance Measurement, Manufacturing Industry, Borsa Istanbul, Grey Relational Analysis

³⁴⁸ Yrd.Doç.Dr.,Dumlupınar Üniversitesi, hakan.celikkol@dpu.edu.tr

³⁴⁹ Arş.Grv.,Dumlupınar Üniversitesi, fatma.kose@dpu.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

The Effect of Organizational Leadership on Organizational Citizenship and Psychological Ownership

Abstract

Rıfat İRAZ³⁵⁰, Ersin ESKİLER³⁵¹, Arif DAMAR³⁵²

Abstract

Organizations need workers who are leaders, even those who have adopted their jobs, to maintain their competitive edge. Leaders who transfer their wishes and wishes to their employees will help them impress and perform better in their jobs, make sacrifices beyond their job descriptions and take on more responsibility. This will allow business people to act like their own business at work. Therefore, transformational leaders will increase employees' organizational citizenship and psychological ownership feelings and will directly impact the productivity, effectiveness and competitive power of the organization.

In the literature review, a number of studies have been found that examine the relationship between transformational leadership and organizational citizenship. However, the number of studies investigating the impact of transformational leadership on organizational citizenship and psychological ownership are few. In this study, it is aimed to investigate the effects of transformational leadership on organizational citizenship levels and psychological ownership levels. Thus, this study tries to answer this main research question: "Does transformational leadership influence the organizational citizenship and psychological ownership levels of employees? In this context, the hypothesis of the study has been structured as follows:

In this empirical research, data is being gathered by a questionnaire, where scales are adopted from the previous researches. Private enterprise operating in Sakarya provinces constitute of the sample of the research. Data was analyzed based on 80 valid responses from such organizations as the sample of the research. The data obtained in this study were analyzed by descriptive statistics, correlation and multiple regression methods.

In the study, correlation and regression analyzes revealed that there was a positive relationship between the transformational leadership, organizational citizenship behavior and psychological ownership. Transformational leadership behaviors have been found to promote organizational citizenship behavior and psychological ownership. It has been identified the impact of charisma/inspirational motivation and intellectual stimulation called sub-dimensions of transformational leadership on organizational citizenship dimensions which is responsibility and optimism. Leaders who constantly follow their subordinates, exhibit behaviors according to their abilities and personal characteristics, and open communication and empowerment, could ensure that those who work in the organization know their responsibilities and take more responsibility (β :.519; p :0,00). In addition, leaders who provide innovative and creative perspectives that increase employees' awareness and awareness of problems, could ensure that employees take more responsibility (β :.309; p :0,00). Leaders who

³⁵⁰ Prof. Dr., rifat@bilecik.edu.tr, Selcuk University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Program of Management and Organization

³⁵¹ Assist.Prof.Dr., eeskiler@sakarya.edu.tr, Sakarya University, Faculty of Sport Sciences, Department of Sport Management,

³⁵² Research Assist., arif.damar@bilecik.edu.tr, BilecikSeyhEdebali University, The School of Applied Sciences



September 21-23, 2017 Uşak

have contributed meaning to the work of employees and have developed a shared vision increase the level of optimism of employees (β :.405; p :0,06). It has also been achieved that the intellectual promotion effect on self-efficacy; charisma effects on identity and belongingness. In addition, it affects the intellectual incentives of the leaders to have the responsibility to fulfill their duties and to be successful on the negative side (β :-,357; p :0,015). In addition, the leaders respected by their employees ensure that their employees adopt their work and as if they worked at home (β :.514; p :0,00).

As a result; transformational leadership has an impact on organizational citizenship and psychological ownership. Business leaders who respect their employees, explain their mistakes nicely, share their visions could facilitate to adopt the employees' work.

Key words : Transformational Leadership, Organizational Citizenship, Psychological Ownership



September 21-23, 2017 Uşak

Sokak Ekonomisinin Medya Algısı ve Lokal Ekonomide Mikro Girişimciliğe Etkisi

Extended Abstract

Osman SİRKECİ³⁵³, Şengül ŞENOL³⁵⁴

1. Giriş

Küreselleşme sürecinde kentlerin en ücra sokakları gibi dünyanın kırları ve köyleri de bu açılımdan kendi payını aldı. 7,5 milyarı bulan küresel nüfusun kenti de köyü de özellikle iletişim tekniğindeki hızlı değişimlerle küresel kültür ve yaşam tarzları ile tanışmış oldu. Buluşma fırsatına kavuştu. Bu buluşmalar önemli ölçüde sanal boyutlarda gerçeklik kazandı. Ancak tarım alanları da en ücra tatil beldeleri de saklı ve kapalı kalma, ulaşılamaz veya ulaşamaz olma mecburiyetlerinden önemli ölçüde kurtuldu. Bu süreçte her türlü iletişim kanalını kullanan yazılı ve görsel medya etkin rolü ile en önemli konumda bulunmaktadır.

Medyanın bu etkin konumu küreselleşmenin yoğun etkisi altındaki lokal ekonomide kendisini hissettirmektedir. Bu çalışma özellikle Mikro girişimler, bu kümenin vergisel algılanışı ve özellikle yasal olarak bu kümenin içinde tanımlanmış olmakla birlikte kendine özgün farklılıklara dikkat çekmektedir. Seyyar satıcılar, işportacılar, simitçiler, pazarcılar vb. olarak görülen bu kümenin belirgin farklılıkları ve özgünlükleri ile yeniden tanımlanmasının önemi ele alınmaktadır. Vergisel ve vergi dışı finansal araçlar bakımından küresel gerçekle uyumlu olmayan akademik ve pratik yaklaşımların daha gerçekçi veriler ve bilgilerle etkin ve efektifliğe kavuşturulması amaçlanmaktadır. Çalışma tesadüfi yöntemle zaman ve dil sınırlaması yapılmaksızın basılı, görsel ve sanal medya taraması ile yarı deneysel yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

2. Medyada Sokak Ekonomisi Algısı

Sokak ekonomisi olarak da anılan seyyar satıcılar, çöp toplayıcılar, işportacılar simitçiler, falcılar vb. sokaklarda sabit bir mekâna sahip olmaksızın, gezerek veya sokağın belirli bir yerinde durarak çeşitli malları satan kişileri kapsadığı gibi zihinsel, sanatsal emeklerini, hünerlerini, performansını alıcıya, izleyiciye sunan kişilerin bu ekonomik faaliyetlerini de kapsamaktadır. Bu kümeye medyanın yaklaşımının, bakışının, algısının negatif görünüşünün sorgulanması çalışmanın hareket noktasını oluşturmaktadır. Medyanın işportacılık, seyyarlık, falcılık, dilencilik vb. faaliyetleri itibarsızlaştırıcı yaklaşımının yerel ekonomiye negatif etkisi çalışmanın problemi olarak belirlenmektedir. Medyanın negatif ve efektif etkisi ile bu işlerle uğraşanlara küçümseyici veya kötü gözle bakılması algısı yaygınlaşmakta ve artış göstermektedir.

Medyanın negatif algısı bu işleri yapanların horlanmalarına, aşağılanmalarına, dışlanmalarına çarpan etkisi yapmaktadır. Yerel ve ulusal basında sürekli gördüğümüz şey sokak satıcılarını sürekli kovalayan(Sakaryadan Haber, 2015) darp eden, alınını teri ile helal yolla kazanmış cebinde ki paraya kadar el koyan (...) zabıta memuru denilen kişilerin sokak satıcılarını nasıl kovaladığını hakir ve hor gördüğünün haberlerini görmekteyiz(Vural,

³⁵³ Yrd. Doç. Dr. Giresun Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksek Okulu, Havacılık Yönetimi Bölümü

³⁵⁴Ör. Gör. Şengül Şenol, Munzur Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Zaza Dili ve Edebiyatı Bölümü



September 21-23, 2017 Uşak

2017).Medyanın da etkisi ile aslında başka seçeneği olmayan, kalmayan yerel insan gücünün çok sınırlı sermaye ve donanımla kendisine en yakın alanda sokak sektöründe çalışıyor olması, pek makbul bir faaliyet olarak görülmemektedir.Sübjektif veya genel işsizlik koşulları nedeniyle uygun bir çalışma ortamı bulamayan bireylerin sokak işlerinden birine girişimde bulunması cesareti azalmakta yerini utanmaya veya korkuya terk etmektedir.

3. Küresel Sokak Ekonomisinde Yasal ve Görsel Etkiler

Çalışmada medya taramalarında elde edilen veriler ve göstergelerden yararlanıldı.Uzman ve meslek odaları yöneticilerinin görüşlerine başvurulurken, uygulamada yer alan sokağın görüşlerinden ve önermelerinden de yararlanıldı.

Aslında hepimiz birer sokak satıcısı adayız!

Eğer bu bilinçle hareket edersek bu insanlara olan kötü algıları ortadan kaldırmamız. O gariban fakir insanların umutlarını yok etmemeliyiz. Medyanın üzerine düşen pozitif görevi yerine getirmesi halinde sokak satıcılarını hem topluma kazandırırız hem de medyanın negatif algısını önlemiş oluruz(Vural, 2017).

Kendisini global sanal sokağın bir prekaryası³⁵⁵(Standing, 2014) olarak tanımlayan yüksek lisans mezunu A. B. Vural bugün para kazanmasam da internet üzerinde Kariyer Fenomeni adlı bir platform kurarak hayatın içinden günlük motivasyonu artıracak paylaşımlar yaparak insanlara hizmet sağlıyorum. Bu süreç benim için bir yatırım ve iletişim ağı, network birikim evresidir. İlerde ben bundan para kazanarak dijital sokak satıcısı olacağım. Sosyal medya bu gün bizim yeni global sokaklarımıza dönüşmüş bulunmaktadır. Küresel sokağın bu zihinsel emek üreten ve sunan bu prekaryalarını(Yıldır, 2016) kimse bu sokaklardan uzaklaştırmayacaktır sözleri ile başka bir açıdan global sanal sokağın önemine işaret etmektedir(Vural, 2017).

4. Sonuç

Sadece Türkiye veya ülkeler özelinde değil de küresel boyutları ile incelenen kaynaklara ulaşılan bilgiler ve elde edilen bulguların bir özeti olarak soruna bakılması gerektiği ulaşılan sonuçların en önemlisi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sonucun tespitinde olduğu gibi çalışmanın hipotezine ve problemin çözüm alternatifleri bazında ise yaklaşımlar ve önermeler dört ayrı grupta değerlendirilmesi sorunu daha anlaşılır kılmaktadır. Birinci grup olarak kümenin kendisi yeryüzünün birçok yerinde “kayıt dışı olmanın, lisanssız, ruhsatsız, izinsiz” iş yapıyor, bir ekonomik faaliyet yürütüyor olmanın baskısı, korkusu altında hissetmektedir. Buna bir de bizzat kendisini dahi etkileyen medya ile birlikte ve bizzat kendisinden çeşitli ihtiyaçlarını tedarik eden müşteri kitlesinin veya yakınlarının da nispeten dâhil olduğu utangaç eziklik hissi eklenmektedir.

Hindistan(Nasvint, 1998), Malta(Commerce Department of Malta, 2002), USA gibi soruna yasal düzenlemeler veya New York City Street VendorProje(Street Vendor Project, 2002) gibi sosyoekonomik içerikli sosyal sorumluluk projeleri ile özgün çözümler üreten iyi uygulamalar penceresinden bakılması gereği anlaşılmaktadır. Türkiye gibi yoğun işsizlik baskısı görülen çalışmaya çağındaki nüfusun sadece yüzde 40-60'lar civarındaki kesiminin çalışma imkânına sahip olabildiği ülkelerde acilen sokak ekonomisine bakış başta tür medya

³⁵⁵Prekarite, 20. Yüzyılda tanımlanmış bir çalışan sınıfı. Ağırlıklı olarak bilişsel (cognitive-yaratıcı) sektörlerde görülen, sınırlı-kontratlı, yarı zamanlı, proje bazlı sözleşmeler ile işgücü piyasalarına iş yapan sınıf. Tanımlanmadaki esas etken, sürekli iş güvencesi ve sürekliliği bulunmayan işlerde çalışan bir sınıf olarak görülmesindedir. Genelde yaratıcı sektörler içerisinde (reklam, yazılım, program, oyun... vb.) çalışan, diğer sektörlerde de (kitap çevirisi, yarı-zamanlı eğitim görevliliği vb.) kısmen görülen, proje bazlı veya süreli çalışanlar grubu. Emek yoğun (kas gücü-mavi yakalı) çalışan sınıftan ziyade, Bilgi yoğun (bilişsel-cognitive) çalışan sınıfa ait bir terim olarak kullanılmaktadır.



September 21-23, 2017 Uşak

olmak üzere acilen dışlayıcı yaklaşımlar, güvenlikçi, yasakçı önlemler yerine örneklerdeki gibi pozitif yaklaşımlar ve tedbirler sorunu köklü çözüme ulaştırabileceği görülmektedir.

Anahtar kelimeler:Medya Algısı, İşpotacı, Global Sanal Sokak, Sokak ekonomisi

Kaynakça

Aktaş, O. (2010, Eylül 06). Türkiye'de 4 Milyona Yakın İşpotacı Var. *haberler.com*. Haziran 24, 2017 tarihinde <https://www.haberler.com> adresinden alındı

Commerce Department of Malta. (2002). *commerce.gov.mt*. Haziran 15, 2017 tarihinde commerce.gov.mt/en/Trade_Services: <https://commerce.gov.mt> adresinden alındı

Nasvinet. (1998). *National Association of Street Vendors of India – NASVI*. Ocak 21, 2014 tarihinde nasvinet.org: <http://nasvinet.org> adresinden alındı

Radikal. (2004, Mayıs 24). İşpotada ciro 50 katrilyon. *Radikal*, s. 2. Ağustos 10, 2017 tarihinde <http://www.radikal.com.tr> adresinden alındı

Sakaryadan Haber. (2015, Ekim 16). *sakaryadanhaber.com*. Haziran 16, 2017 tarihinde [sakaryadanhaber.com](https://www.sakaryadanhaber.com): <https://www.sakaryadanhaber.com> adresinden alındı

Standing, G. (2014, Mayıs). *guystanding.com*. Haziran 20, 2017 tarihinde [guystanding.com](http://www.guystanding.com): <http://www.guystanding.com> adresinden alındı

Street Vendor Project. (2002). <http://streetvendor.org/>. Ocak 21, 2016 tarihinde <http://streetvendor.org/>: http://streetvendor.org adresinden alındı

Vural, A. B. (2017, Ağustos 20). *Kariyer Fenomeni*. Ağustos 20, 2017 tarihinde <https://plus.google.com>: <https://plus.google.com> adresinden alındı

wiego.org. (2016). www.wiego.org. Haziran 15, 2017 tarihinde www.wiego.org: <http://www.wiego.org> adresinden alındı

Yıldır, S. (2016, Aralık 02). *manifold.press*. Haziran 15, 2017 tarihinde manifold.press: <http://manifold.press> adresinden alındı



September 21-23, 2017 Uşak

Bankacılık Sektörü: Gelişimi Ve Gelecek Trendleri

Abstract

Cantürk KAYAHAN³⁵⁶ M.Kemalettin ÇONKAR³⁵⁷, Alper KAHRAMAN

Özet

Türkiye’de bankacılık sektörünün günümüze kadar olan süreçleri izlendiğinde, başlangıçta genel olarak devletin öncülüğünde gelişen sektör;1980’li yıllardan sonra ekonominin dışa açılması ve küreselleşmenin etkisiyle daha rekabetçi bir yapıya dönüşmüştür. Bankacılık sisteminin genel yapısı ve sunduğu hizmetler göz önüne alındığında, sektörel finansal ürünler ve faaliyetler çeşitlenmiş ve farklı biçimlerde riskler göstergeleri oluşmuştur. Sektörde faaliyet gösteren kuruluşların genel olarak karşılaştığı riskler; kredi riski, piyasa riski ve operasyonel risk olarak açıklanmıştır.

Günümüzde teknoloji ve yapay zekâ alanlarındaki faaliyet ve gelişmelerin bankacılık sektörünün geleceğini doğrudan etkilemesi beklenmektedir.Bu bağlamda bankacılığın hızla dijitalleşmesi ve mobil bankacılık uygulamaları, sektörün gelecek trendleri açısından dikkat çeken başlıklardır. Bunun yanı sıra gelişen teknoloji ve mobil uygulamaların kullanılması güvenlik önlemlerine olan ihtiyacı ve riskleri de artırmaktadır. Bu gelişmeler ışığında, Dünya Ekonomik Forumu (WEF) 2015 yılında yayımladığı rapora göre; önde gelen banka ve sigorta şirketlerinin, günümüz şartları ve müşteri deneyimi için iş yapış şekillerinde önemli değişmelerin olması beklendiği belirtilmiştir. Özellikle nakitsiz ödeme sistemleri, yeni piyasa platformları ve akıllı makineler, alternatif krediler ile müşteri tercihlerinde değişimler, ilişkili sigortacılık, yatırım ve varlık yönetiminde değişimler; raporda gelecekte sektörü etkilemesi beklenen trendler olarak açıklanmıştır. Bu çalışmada ise, gelecekte Türk bankacılık sisteminde yaşanması beklenen trend ve eğilimler, geçmiş deneyimler dikkate alınarak incelenmiş, sektöre ve makro ekonomiye yansımaları irdelenmiştir.

³⁵⁶ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Bolvadin UBYO, Bankacılık Sig. Bölümü, ckayahan@aku.edu.tr

³⁵⁷ Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü.



September 21-23, 2017 Uşak

How to Apply Artificial Intelligence (AI) in Social Sciences?³⁵⁸

Abstract

Alice PAVALOIU³⁵⁹, Utku KOSE³⁶⁰, Hakan BOZ³⁶¹

Extended Abstract

Nowadays, humankind is experiencing a pre-era just before the future with full of autonomous systems and so, more practical life according to current situations. That is regarding development of revolutionary discoveries and inventions occurred in the past. For example, development of computer, software, and communication technologies have taken the humankind one step ahead for processing information better and making it reachable from all over the world. Although there are also some disadvantages that may appear with the rise of such revolutionary technologies, it is clear that the modern life and new technological developments are now in a fast flow if we think about how they were in the past, i.e. in the 18th or 19th century. Turning back to today, we can discuss newer technologies and even research fields having roots with the related mother technologies like computer, or communication. Here, as a research field, Artificial Intelligence is known widely as employing a great potential on building the autonomous future. If we consider all relations of this research with some other technologies, we can see many connections with also some other remarkable technologies like Big Data, or Cloud Computing. But at the final, it is the Artificial Intelligence, which has always had a role on changing the way of real-world based problem solution and provide practical solution approaches for even most difficult, advanced problems. Today, there is no field that does not have relation with the intelligent solutions provided by the approaches, methods, or techniques of Artificial Intelligence.

The first thing thought when we discuss about Artificial Intelligence is that this research field has deep relations with especially natural sciences. Because natural sciences is highly associated with employment of mathematically and logically structured problems, so it is not surprising to see wide applications of intelligent systems here. But as the Artificial Intelligence is affected all fields of the modern life, it is also important to discuss about its applications ways within social sciences. As associated with this issue, the objective here is to provide a brief information regarding possible applications of Artificial Intelligence within social sciences. It is a widely made mistake that the Artificial Intelligence is often associated with employment of only sets of some mathematical equations. But the main factor missed here is the logic on the background and generally, intelligent problem solutions find their exact meanings in how they are logical structured even there are many different, advanced mathematical equations, In other words, we can just consider that even they are formed by discoveries and inventions, both natural and social sciences are somewhat products of the humankind's logical thinking. So, as long as problems of natural sciences and social sciences employ logical background, it is possible to adapt Artificial Intelligence to them for solutions.

By considering current state of social sciences, it is possible to indicate some possible applications ways of Artificial Intelligence in social science oriented problems as follows:

³⁵⁸ This study has been supported by Usak University Scientific Research and Projects Unit with the project number 2017/HD-SOSB004.

³⁵⁹ Graduate Student, Paris School of Business, France, ada.staicu@gmail.com

³⁶⁰ Lect. Dr., Usak University, Turkey, utku.kose@usak.edu.tr

³⁶¹ Assist. Prof. Dr., Usak University, Turkey, hakan.boz@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Marketing and Management Research	Customers and employee's emotions such as sad, happy, stress, valence, arousal, frustration, joy, anger, disgust, purchase intention, organisational commitment, employee motivation can be estimated by using Artificial Intelligence techniques.
Employment of intelligent techniques instead of current statistical approaches	Although statistics is a strong field, which is widely used along social sciences, it is sometimes more effective to use practical, intelligent approaches of Artificial Intelligence to analyze the objective data. This is important to improve effectiveness of the analyze, provide more practical and fast solution ways, and even innovative solutions for some problems, which cannot be solved accurately via traditional, statistical methods.
Running some effective approaches like classification or prediction	Techniques of Artificial Intelligence are generally effective and efficient on achieving classification and prediction operations over objective data. In social sciences, it is an effective way to apply classification or predictions to analyze and understand more about the objective data.
Tracking objective objects	The concept of tracking used here is for explaining the effectiveness of Artificial Intelligence in analyzing big amount of data, which is often associated with social sciences oriented issues. Thanks to advanced abilities of intelligent techniques in this manner, it is easier to get the desired solutions rather than using traditional methods taking more and more time and wasting energy considering chaotic behaviours of social sciences oriented problems – objects.
Optimization	If it is possible to achieve some mathematical modelling of the objective problem within social sciences, it is then possible to run optimization processes to analyze – predict some values having meaning in the sense of social issues. At this point, widely known intelligent optimization algorithms of Artificial Intelligence can be applied accordingly.
Machine Learning Oriented Solutions	Machine Learning sub-field of Artificial Intelligence is a result of inspirations from human's learning abilities and using learning facts to overcome new problems. Because sometimes it is important for social sciences to run human thinking for getting true answers, faster, more practical, and untiring Machine Learning techniques can be run to get solutions for even more complicated problems of social sciences.
Expert System Support	Social sciences often benefit from expert's knowledge to think and provide solutions. Here, Expert Systems can be applied accordingly to objective social science oriented problems requiring pre-knowledge by field experts to analyze the objective problems and derive unique solutions if it is necessary.

Except from the mentioned application ways, it is a more detailed discussion to understand how Artificial Intelligence can be applied within social sciences. But it is clear that the social sciences is another side of the medallion, which is completing the role of Artificial Intelligence in directing our and new generations' future life and determining the features of applicable information for a sustainable future.

Keywords: Artificial Intelligence, Machine Learning, Social Sciences, Consumer Neuroscience, Artificial Intelligence Applications, Neuromarketing



September 21-23, 2017 Uşak

Türk Katılım Bankalarının Risk Derecelendirmesi İçin CAMELS Tabanlı TOPSIS Modeli

Abstract

Mehmet Fatih BAYRAMOĞLU³⁶², Çağatay BAŞARIR³⁶³

Özet

Katılım bankacılığı, bir İslâmî Bankacılık uygulaması olarak, Türk bankacılık sektörü içerisinde büyüyen payıyla dikkat çeken bir alt sektördür. 2016 yılı itibarıyla beş bankanın bu sektörde faaliyet gösterdiği ve bu bankalardan ikisinin sektörde yeni oldukları görülmektedir. Bu çalışmada, Türk katılım bankacılığı sektöründe faaliyet gösteren katılım bankalarının 2016 yılı mali oranları kullanılarak risk derecelendirmesi, geliştirilen CAMELS Tabanlı TOPSIS modeli ile analiz edilmiştir. Sonuçlar, en düşük riske sahip olan katılım bankasının Vakıf Katılım olduğunu göstermekle birlikte, bu bankanın bazı mali oranlarının gelecekte de gözlenmesinin, sübjektiflikten uzaklaşmak için gerekli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankaları, İslâmî Bankacılık, CAMELS, TOPSIS, Risk Derecelendirmesi.

³⁶²Yrd. Doç. Dr. Bülent Ecevit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, fatih.bayramoglu@beun.edu.tr

³⁶³Yrd. Doç. Dr. Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Ö.S. Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, cbasarir@bandirma.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Rekabet ve Devletin Piyasa Yapıcılığı Üzerine Bir Değerlendirme

Extended Abstract

Ufuk SELEN³⁶⁴

1. Giriş

Çalışma rekabet, piyasa ve devlet ilişkileri bağlamında piyasa yapıcılığı işlevinin nasıl icra edilmesi gerekliliği üzerine değerlendirmelerde bulunmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda değerlendirmeler normatif açıdan yapılmıştır.

Rekabeti en iyiyi arayıp bulma oyunu olarak tanımlamak mümkündür. Her canlı kendi koşullarını daha iyiye ulaştırma adına diğer canlılarla bir biçimde mücadele etmekte ve oyun oynamaktadır. Her oyun, “oyunu kuralına göre oynamak” prensibinden hareketle belli kurallar içinde oynanır. Oyundaki kuralların amacı tarafların, zarar göremeden, kabiliyetleri ve gayretleri ile orantılı kazanımlar elde etmesini sağlamaktır. Burada temel sorun oyunun kurallarının nasıl belirleneceği ve uygulanacağıdır. Kuralların belirlenmesinde, tarafların özgür iradeleri ile hangi kuralın nasıl işletileceğine ilişkin uzlaşma sağlamaları oldukça önemlidir. Sağlıklı bir oyun oynayabilmek için kuralların belirlenmesi yanında nasıl uygulanacağı da oldukça önemlidir. Kuralların uygulanmasını sağlayacak, oyunculara eşit muamale edecek bağımsız ve tarafsız bir otoriteye ihtiyaç duyulmaktadır. Oyunun kuralları doğru tanımlanmaz ve/veya doğru uygulanmazsa ne olur? Olacak olan tarafların yeteneği ve gayretiyle orantılı bir sonuç alması olasılığı zayıflarken, aksi yönde haksız kazanımların ortaya çıkma olasılığı artar.

2. Piyasa ve Rekabet İlişkisi Üzerine

Ekonomik ilişkilerde rekabet oyunu piyasa ortamında oynanmaktadır. Piyasalarda rekabetin kuralları Adam Smith öncülüğünde teorik olarak belirlenmiş olup, kapitalist ekonomik sistemi benimseyen toplumlarda bu kurallar peşinen kabul edilmiştir. Tam rekabet piyasa kulları; “fiyatın çok sayıda alıcı ve satıcı iradesiyle piyasada belirlenmesi”, “piyasaya giriş ve çıkış engelini olmaması” ve “fiyatı belirlenen malların homojen birimlere bölünebilir olması” biçiminde sayılabilir. Ancak her bir kural kendi içinde alt kurallar içermektedir. Örneğin, piyasada çok sayıda alıcı ve satıcının bulunması koşulu nicelikten ziyade alıcı ve satıcıların bireysel olarak fiyata etki edememelerine işaret etmektedir. Benzer biçimde fiyatın alıcı ve satıcı iradesine bağlı belirlenmesi tam ve doğru bilgiye ulaşma ve iradelerin özgür bir ortamda oluşmasını gerekli kılmaktadır. Bu kurallar aynı zamanda bir birini tamamlayıcı niteliğe sahiptir. Piyasaya giriş, çıkış engelini olmaması ekonomik birimlerin tek başına fiyatı belirlemesini engellemektedir. Girift ve sofistike anlamlar taşıyan bu kuralların her birinin tüm piyasalarda işlerliğinin sağlanması hem yerel hem de uluslararası piyasalarda mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla gerçek piyasalar genellikle aksak rekabet koşullarında işlemektedir. Aksak rekabet koşullarında rantlar ortaya çıkar ve bu rantlardan en üst düzeyde yararlanma isteği, oyuncuların oyununun kurallarını sürekli bozulma eğilimine girmelerine neden olur.

Dolayısıyla, tüm piyasalarda tam rekabet kurallarının en üst düzeyde işlerliğini sağlayacak piyasa yapıcı bir otoriteye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu otorite tüm ekonomik

³⁶⁴Doç. Dr., Uludağ Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, uselen@uludag.edu.tr



birimlerden güçlü ve bu gücü kullanma yetkisine sahip olmalıdır. Bu noktada piyasa yapıcılığı görevi verilebilecek otorite olarak “devlet” karşımıza çıkmaktadır. Hukuk güvenliğini sağlama ve mülkiyet haklarını koruma garantisi ile devlet piyasa ekonomisinin “güven” ihtiyacını karşılamaktadır. Hukuk güvenliği ekonomik birimlerin iradelerini özgür bir ortamda belirlemelerine ve kullanmalarına imkan sağlarken, mülkiyet haklarının korunması da ekonomik birimlerin rekabet oyununda kalmalarını sağlamaktadır.

3. Piyasa Yapıcılığı ve Rekabet Üzerine

Devletin piyasa yapıcılığı çoğunlukla kamusal mallar piyasasında, ağ ekonomisi olarak adlandırılan ve maliyet minimizasyonunun büyük ölçekli üretimle sağlanabildiği doğal tekel alanlarında, ahlaki risk ve ters seçime neden olan asimetric ve eksik bilginin hakim olduğu piyasalarda gündeme gelmektedir. Piyasa aksaklığının görüldüğü alanlarda devlet, piyasa yapıcılığı görevini “kamu işletmeciliği” ve “düzenleyici ve denetleyici devlet modeli” olmak üzere iki yoldan yerine getirmektedir. İlkinde devlet kamu işletmeciliği faaliyetleriyle piyasaya doğrudan oyuncu olarak girmektedir. Piyasada devlet üretici ve/veya tüketici olarak rol alarak üretim faktörlerini kullanmakta ve özel sektörü ile birlikte piyasada yer almaktadır.

Ekonomilerin belli bir sermaye birikimine ulaşmış olması ve uluslararası ekonomik sisteme entegrasyonunun artması kamu işletmeciliği yoluyla piyasa yapıcılığında kısmen uzaklaşmasını gerektirmektedir. Bu tür ekonomilerde piyasa dinamikleri güçlendiği için kamu işletmeciliğine olan ihtiyaç azalmış ve kamu işletmeciliği alanlarının piyasa dinamiklerine açılması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Ancak, her ekonomik gelişmişlik düzeyi yeni kamu işletmeciliği faaliyetlerini zorunlu kılmaktadır. Örneğin, devletin elektrik üretim dağıtım faaliyetlerini özel sektöre bırakarak, daha güçlü sermaye birikimine gereksinim duyulan haberleşme uydusu işletmeciliğine yönelmesi eksik ve asimetric bilgi dağılımının neden olduğu maliyetleri en aza indirme açısından bir zorunluluk halini almaktadır. Kamu işletmeciliği eliyle piyasa yapıcılığında başarı sağlanabilmesinin temel koşullarından biri kamu işletmecilik faaliyetlerinin özel sektörü tamamlayıcı piyasalarda yoğunlaştırılmasıdır.

Kamu işletmeciliğine dayalı piyasa yapıcılığı piyasa ekonomisi savunucuları tarafından eleştirilmektedir. Kamu gücü kullanma yetkisi tanınmış bir otorite ile daha sınırlı ve zayıf güce sahip ekonomik birimler arasında oynanacak oyunda devlet dışındaki ekonomik birimlerin kaybedeceği bir sonuç ortaya çıkacaktır. Güç kullanmaya ilişkin fırsat eşitliği olmadığı için kaybedeni kesin olan bir oyun oynanacaktır. Devlet’in yürütme organı sahip olduğu kamu gücünü kullanırken demokratik ve ekonomik gelişmişlik düzeyiyle orantılı rant alanları oluşturarak bizihi rekabet oyununun kurallarını bozabilmekte veya işlerliğini olumsuz etkileyebilmektedir. Diğer bir ifadeyle piyasa yapıcılığı görevinde başarısız olabilmektedir.

Bu noktada devletin kamu işletmeciliğinden uzaklaşarak, düzenleyici ve denetleyici faaliyetlerle piyasa yapıcılığı görevini ifa etmesi önerilmektedir. Düzenleyici denetleyici devlet modelinde devlet, oyunun kurallarını belirlemekte ve bu kullara uygun hareket edilip edilmediğini denetleyerek tarafların kurallara uymasını sağlamaktadır. Bu türden piyasa yapıcılığı gelişmiş ekonomiler açısından gayet uygun olmakla birlikte, gelişmekte olan ekonomiler açısından beklenen olumlu sonuçları her zaman verememektedir. Çünkü, gelişmekte olan ekonomiler ekonomik, sosyal ve siyasal yapılar piyasa ekonomisinin gerekliliklerini sağlamada yapısal eksikliklere sahiptir. Özellikle, sermaye yetersizliğine bağlı olarak ekonomik faaliyetlerin çeşitlenip derinleşmemesi özel mallar piyasasında kamu işletmeciliğini zorunlu kılmaktadır. Türkiye ekonomi tarihi içinde bu gün pek çoğu özelleştirilmiş olan kamu iktisadi teşebbüslerinin temel varlık nedeni bu nokta olmuştur. Özel



September 21-23, 2017 Uşak

sektör belli bir sermaye birikimine ulaştıktan sonra devlet bu alanlarda kamu işletmeciliğini bırakarak, ilgili piyasalarda düzenleyici denetleyici konuma çekilmiştir.

Düzenleyici denetleyici devlet modelinde, rekabet oyununun kuralına uygun oynanmasını sağlamak amacıyla; misyonu, rekabetçi bir düzen oluşturmak ve bu düzeni korumak olan kamuya ait bir takım kurum ve kuruluşlara gereksinim bulunmaktadır. Türkiye’de “Rekabet Kurumu”, BDDK, EPDK gibi düzenleyici denetleyici kurumlar 1518 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrolü kanunu ile özerk kurumlar olarak kamu tüzel kişiliği statüsü altına alınmıştır. Bu kurumlar, ilgili oldukları sektördeki faaliyetlerin cari yasal düzenlemelere uygun yürütülüp yürütülmediğini denetleme ve sapmaları önleme amacına hizmet etmektedir.

Aslında, piyasa yapıcılığı fonksiyonunun tam anlamıyla ifa edebilmesi ekonomi, siyaset ve beşeri ilişkiler gibi alanlarda rekabet kültürünün geliştirilmesi ile mümkün olabilmektedir. 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarıyla başlayan bu süreçte Türkiye ekonomisi rekabet kültürünün gelişiminde önemli kazanımlar elde etmiştir. Ancak, tüm değişim süreçlerinde olduğu gibi bu süreçte de yapılan müdahalelerle bazı rant alanları kaldırılırken yeni rant alanları oluşturulmuştur. Yeni rant alanlarının en aza indirilmesi, ekonomik düzenlemeler yanında siyasi ve bürokratik alanda da rekabet kültürünü güçlendirilmesine ihtiyaç duymaktadır. Bürokrasi alanında rekabetin esas aldığı liyakati ön plana çıkaracak yasal düzenlemelere önem verilmelidir. Çünkü liyakat, bürokratların yetenekleri ve gayretleri ile orantılı hizmet sunma imkanı sağlayacaktır. Buda rekabet oyununun aradığı bir durumdur. Rekabet kültürünün geliştirilmesinde siyasal sistem oldukça önemlidir. Siyasal süreçte belirlenen devletin yürütme organı piyasa yapıcılığının türünü ve niteliğini belirlemektedir. Bu nedenle piyasa rekabetinin başarısının siyasal sistemdeki rekabet koşullarından geçtiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla seçim sisteminde, özgürlükleri güvence altına alacak, bireylerin siyasal sürece geniş katılımını ev tercihlerini en doğru biçimde açıklanmasına imkan sağlayacak dönüşümlerin yapılması ve alt yapının güçlendirilmesi gerekmektedir.

4. Sonuç

Piyasaların tam rekabet koşullarına yaklaştırılması devletin üstlendiği piyasa yapıcılığı ile mümkün olabilmektedir. Devletin piyasa yapıcılığı görevini en iyi şekilde yerine getirebilmesi karar alıcıların özgür biçimde karar almalarına imkan sağlayacak hukuk güvenliğinin ve katılımcılığın garanti altına alınmasıyla mümkün olacaktır.

Anahtar kelimeler: Rekabet, Piyasa yapıcılığı, Devlet müdahalesi

Kaynakça

- Brunhoff, S. (1992). *Devlet ve Sermaye*. (Çev.: Kuvvet Lodgoğlu). Ankara: İmge Kitabevi.
- Hayek, F.A. (1997). *Hukuk, Yasama ve Özgürlük* Cilt III. (Çev.: Mehmet Öz). İşbankası Kültür Yayınları.
- Hayek, F.A. (1997). *Kanun, Yasama Faaliyeti ve Özgürlük* Cilt II. (Çev.: Mustafa Erdoğan). İşbankası Kültür Yayınları.
- Fukuyama, F. (2006). *Devlet İnşası* 3. Basım. (Çev.: Devrim Çetinkasap). İstanbul: REMzi Kitabevi.
- Gray, J. (2003). *Liberalizmin İki Yüzü*, (Çev.: Koray Değirmenci). Ankara: Dost Kitabevi.
- Guehenno, J.M. (1998). *Demokrasinin Sonu*. (Çev.: M. Emin Özcan). Ankara: Dost Kitabevi.



September 21-23, 2017 Uşak

Kaymakçı, O. (2007) *Kükeselleşme ve Ulus Devlet*. Bursa: Ekin Kitabevi.
Çavdar, T. (1995). *Türkiye'nin Demokrasi Tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi.
Tokathoğlu M. ve Selen U. (2017). **Maliye Politikası**, Bursa: Ekin basım, yayın dağıtım.



September 21-23, 2017 Uşak

Levon Panos Dabağyan'ın II. Abdülhamid Dönemi Ermeni Ayaklanmaları Hakkındaki Görüşleri Üzerine Bir Değerlendirme

Abstract

Hüseyin Vehbi İMAMOĞLU³⁶⁵ Önder DENİZ³⁶⁶

Özet

Ermeni meselesi, 19. yüzyılda Avrupalı devletlerin Osmanlı Devleti aleyhine başlatmış oldukları “Şark Meselesi” politikasının bir parçası olarak ortaya atılmış ve günümüze kadar gelmiş bir sorundur. Şark Meselesi genelinde Ermeni ayaklanmaları, Osmanlı Devleti’ni parçalama planına hizmet etmektedir. Ermeni ayaklanmaları, II. Abdülhamid devrine geldiğinde, Batılı devletlerin kışkırtması ve Osmanlı Devleti’nin gayr-i müslim tebea siyasetinin bir sonucu olarak, devletten daha fazla hak isteme arayışlarıyla başlayan ve nihai anlamda bağımsız bir Ermeni devleti kurma çabasına dönük ayaklanmalara dönüşmüştür.

Dabağyan, Ermeni ayaklanmalarını değerlendirmeden önce, Ermeni meselesinin genel çerçevesini ortaya koyarak, Sultan Abdülhamid döneminin siyasi olaylarıyla birlikte Osmanlı-Ermeni ilişkilerini ele almıştır. Dabağyan’ın en önemli tezi, Kafkas Ermenileri ile Osmanlı Ermenilerinin ayrı ayrı değerlendirilmesi gerektiği fikridir. Ona göre Kafkas Ermenileri Rus menfaatlerini; Osmanlı Ermenileri ise, Osmanlı menfaatlerini önemser.

Osmanlı-Ermeni ilişkilerini Sultan Abdülhamid ve Ermeni Patriği Ormanyan ile başlatarak, 1896 yılında Ormanyan’ın Ermeni Cemaati Umum Meclisi tarafından Patrik olarak ilan edilmesi ve bu kararı Sultanın onaylamasından sonra başlayan ilişkileri ve Ayestefanos (Yeşilköy Muahedesi) Antlaşmasından sonra, aldığı yeni hal üzere gelişen süreci değerlendirir. Ermeni cemaatinin Ayestefanos Antlaşmasından önceki çekişmelerine işaret ederek, Ayestefanos Antlaşması’nın İngilizlerin isteğiyle revize edilmesi isteğiyle yapılan Berlin Kongresi’ndeki durumu özetleyerek, Ermeni meselesinin Batılı devletler tarafından nasıl istismar edildiğini açıklamaya çalışır. Dabağyan’a göre Ermeniler o tarihlerde ayaklanmaya hazır değildirlir ve bu durum Batılı devletlerin siyasi planlarına alet olmalarına ve 1915 Ermeni tehcirine varan problemlerin yaşanmasına ortam hazırlamıştır. Bu dönem içerisinde başlayan ayaklanmalar ve Sultan Abdülhamid’e yönelik başarısız suikast girişimleri neticesinde kopma noktasına gelen ilişkilerin, Osmanlı/Türk ve Ermeni toplumu arasında halledilmesi gereken bir konu olduğu teziyle düzelebileceğini savunmaktadır.

Ermeni meselesi kökü eskilere uzanan ve etkileri bakımından hala sonuçlandırılmamış bir sorundur. Dabağyan gibi sorunun doğrudan ilgili taraflarından birinin bakış açısı ve çözüm önerinin incelenip iki toplum arasındaki anlaşmazlıkların giderilmeye çalışılması elzemdir. Bu amaçla Ermeni ayaklanmalarının II. Abdülhamid dönemindeki görünümü üzerine araştırma yapan ve günümüzdeki sorunların giderilmesi için çözüm önerileri sunan, gazeteci yazar Levon Panos Dabağyan’ın görüşleri incelenip değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Levon Panos Dabağyan, Ermeni, Osmanlı, Sultan Abdülhamid, Şark Meselesi

³⁶⁵ Yrd. Doç. Dr., hvimamoglu@sinop.edu.tr, Sinop Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı

³⁶⁶ Yrd. Doç. Dr., onder.deniz@hotmail.com, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Anabilim Dalı



September 21-23, 2017 Uşak

Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Uşak İlinde Bir Uygulama

Abstract

Muhammet ÖZYOZGAT³⁶⁷, Nilay CEYLAN³⁶⁸

Özet

Pazarlama bölümünün en dinamik yönünü oluşturan tüketici davranışları, uzun süredir gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin inceleme alanına gitmiş ve pek çok bilim dalının ilgi alanı olmaya devam etmektedir. Gelişen ve değişen piyasa koşulları altında tüketiciler çok fazla sayıda ve farklılıkta ürün veya firma arasında seçim yapabilecek konuma gelmiştir. Temelinde satın alma güdüsü olan tüketici davranışları dinamik bir süreç olup ekonomik, sosyal, kültürel, demografik, psikolojik gibi birçok parametreden etkilenmektedir.

Çalışmada, tüketicilerin alışveriş merkezlerine olan bakış açıları incelenip ‘tüketici’ profili ortaya konularak, söz konusu tüketicilerin davranışlarının sistematik bir çalışma ile incelenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışma alışveriş merkezleri süpermarket, yerel market ve bakkal olarak üç gruba ayrılıp Uşak ilinde ikamet eden 18 yaş üzeri 550 kişiye anket uygulanmıştır. 50 tanesi geçersiz sayılarak değerlendirilmeye alınmamıştır. Elde edilen anketler numaralandırılarak veri setine dönüştürülmüştür. Daha sonra elde edilen veriler SPSS 23.0 programı ile analiz edilmiştir. 500’ü geçerli sayılan çalışmada tüketicilerin sırasıyla yerel market, süpermarket ve bakkalı tercih ettiği, buldukları marketlerden alışveriş yapma nedenleri de sırasıyla ürün çeşitliliği, kolay ulaşım, cazip fiyat, güvenilir olması ve diğer şeklinde olduğu görülmüştür. Uşak ilinde sayıca az olan süpermarketler ürün çeşitliliği bakımından avantajlı olmasına rağmen kolay ulaşım bakımından dezavantajlıdır. Bunu da avantaja çevirmek için belirli saatlerde servis hizmeti sağlayabilir ya da sağlanan bu hizmetin saat sürelerini sıklaştırabilir. Bakkallarda ise bu durum tam ters şekilde görülmektedir. Bakkalların ürün çeşitliliği dezavantajını avantaja çevirebilmesi için diğerlerine göre daha az sayıda olan tüketicilerinin tercihleri doğrultusunda ürün çeşitlerini arttırmalıdır.

Anahtar Kelimeler : Alışveriş, Tüketici, Davranış, Ürün

³⁶⁷ Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, muhammetozyozgat@hotmail.com

³⁶⁸ Yüksek Lisans Öğrencisi, Uşak Üniversitesi, nilyceylan@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Başarı Düzeylerinin İncelenmesi

Abstract

Çağatay BAŞARIR³⁶⁹, Ahmed Yusuf SARIHAN³⁷⁰

Özet

Bilgi teknolojilerinin yaygınlaşması ve küreselleşme ile beraber artan haberleşme ağı ekonomik ve finansal olayların akışını etkilemektedir. Özellikle finansal krizlerin etkilerinin tüm dünyaya yayılması ve dünya piyasalarında hissedilmesi bu konuda net bir örnektir. Finansal sarsıntıların herkes tarafından hissedilmesi ile birlikte dünya gündemine gelen konulardan birisi de finansal konuların anlaşılma düzeyi olmuştur. Mali ve finansal konuların anlaşılması ve buna bağlı olarak finansal davranışların değişmesi finansal okuryazarlık olarak adlandırılmıştır. Finansal okuryazarlık konusu literatürde genellikle eğitim-öğretim ile ilişkilendirilmiştir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlıklarının incelenmesi hali hazırda eğitim sisteminin en üst aşamalarında olan bireylerin finansal konulara yaklaşımlarını incelemek adına analize değer bir konudur. Bu çalışmada Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı düzeyleri ölçülmüş ve ortaya konulmuştur. Çalışma sonuçlarına göre finansal okuryazarlık başarı düzeyi en yüksek bölüm ekonometri bölümü olurken işletme bölümü öğrencilerinin en düşük başarı düzeyine sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Finans, Finansal Okuryazarlık

³⁶⁹Yrd. Doç. Dr. Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Ö.S. Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, cbasarir@bandirma.edu.tr

³⁷⁰Arş. Grv. Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Ö.S. Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, asarihan@bandirma.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

6360 Sayılı Kanun Çerçevesinde Mahalleye Dönüştürülen Köylere İlişkin Bir Araştırma: Balıkesir İli Örneği

Abstract

Alper UZUN³⁷¹, Faruk ÇAL³⁷²

Özet

Araştırmanın konusu; Balıkesir ilinde yer alan köylerin 6360 sayılı kanun çerçevesinde mahalleye dönüştürülmesi sürecinin köy (mahalle) halkı açısından nasıl algılandığıdır. Bu bağlamda, Balıkesir ilindeki köylerde yaşayan halkın, köylerin idari bakımdan değişikliğe uğraması ve mahalleye dönüştürülmesi sonucunda, bu değişiklik karşısındaki farkındalık düzeyinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Mesafenin bozucu etkisinin algılama düzeyine de etki edeceği varsayılmış, Balıkesir il merkezi baz alınarak mahalleye dönüştürülen köyler zonlara ayrılarak şu sorulara cevaplar aranmıştır: Büyükşehir Belediyesi (BŞB) kanunu hakkında köylünün farkındalık düzeyi ne ölçüdedir? Köylüler, idari değişimin kendilerine yüklediği sorumlulukların farkında mıdır? BŞB olduktan sonra hizmet verimliliğinde bir değişim yaşanmış mıdır? Şehir merkezinden uzaklaştıkça BŞB olma konusunda fikir ayrılıkları var mıdır? BŞB olmak köy hayatından mahalle hayatına geçişte bir farklılık getirmiş midir?

Bu soruların cevaplarını bulmak amacıyla anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Ankette nicel verileri kapsayan kapalı tip tutum ve görüş ölçüm soruları yer almaktadır. Anketin sonunda ise nitel verileri kapsayan açık tip fikirlerin beyan edildiği 3 adet soru bulunmaktadır. Saha çalışmaları sırasında uygulanan anketler ve bu anketlerden elde edilen veriler elektronik ortama aktarılarak SPSS programına işlenmiştir. Programa işlenen verilerin frekans analizleri ve çapraz tabloları yapılmış ve mesafe/farkındalık ilişkisine yönelik tespitlerde bulunulmuştur.

Araştırmanın evrenini Balıkesir'deki kırsal mahalle (köyler) sakinleri oluşturmaktadır. Araştırma sahasında toplamda 976 adet kırsal mahalle yer almaktadır. Evrendeki tüm kırsal mahallere ulaşmak zaman, mesafe ve maliyet açısından mümkün olmayacağından, evreni iyi düzeyde temsil edecek ve mesafe/farkındalık ilişkisini ortaya koyacak 11 adet mahalle örneklem olarak seçilmiştir. Bu mahalleler hem mesafe zonları oluşturularak hem de ili temsil etmesi amacıyla her bir coğrafi yönden ve her bir farklı kırsal ortamdan seçilmişlerdir. Zonlama 0-30, 30-60, 60-90, 90-120 km arası olarak belirlenmiş; doğu-batı-kuzey ve güney yönlerine dikkat edilmiş ve farklı tarım ve hayvancılık faaliyetlerine sahip mahalleler örnekleme dahil edilmiştir.

Saha çalışmalarında uygulanmış olan anket 3 farklı bölüm, 16 tip kapalı uçlu soru ve 3 tip açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde temel demografik bilgiler yer alırken; ikinci bölümde ise 6360 sayılı büyükşehir belediyesi kanunu hakkındaki bilgilerin, kanunun farkındalık düzeyinin ve kanuna karşı kırsal mahallelinin tutumunu ölçmeye yönelik kapalı tip sorular yer almaktadır. Son bölümde ise kırsal mahalle olmanın veya köy olmanın bir

³⁷¹ Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, auzun@balikesir.edu.tr

³⁷² Balıkesir Üniversitesi.



September 21-23, 2017 Uşak

değişiklik yaratıp yaratmadığı, mahalle olduktan sonra gözlenen önemli değişikliklerin neler olduğu, köy/mahalle olmanın avantajları/dezavantajları gibi açık tip sorular yöneltilerek mahalle sakinlerinin görüş ve düşünceleri dikkate alınmıştır.

Sonuç olarak; mesafenin bozucu etkisinin BŞB kanunu kapsamında mahalleye dönüşen Balıkesir köylerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Şehir merkezine yakın olan köy sakinlerinin BŞB kanunu hakkındaki farkındalık düzeyi, merkezden uzakta yer alan köy sakinlerine göre daha yüksektir. Diğer taraftan anket katılımcılarının çoğunluğu BŞB olmak konusunda olumsuz görüş beyan etmiştir. BŞB olmanın kendilerine getireceği mali külfet ve yükümlülükler “Keşke köy kalsaydık” söylemleriyle sıklıkla dile getirilmiştir. Özellikle köylerinde gerçekleştirilen kamulaştırma çabaları, katılımcıların yarıya yakını tarafından, BŞB kanununu kapsamında hayata geçen en problemliler sorunlardan birisi olarak görülmektedir. Katılımcıların tamamına yakını mahalle terimine henüz alışık değildir. Yerleşmelerini hala “köy” adıyla zikretmektedirler.

Anahtar kelimeler : 6360 Sayılı Kanun, Balıkesir, Mahalle.



September 21-23, 2017 Uşak

Sokak Sanatları ve Yerel Kültürel Algı

Extended Abstract

Osman SIRKECI³⁷³, Hilal BAYAR³⁷⁴

1. Giriş

Yaşamın birçok bileşeninin küreselleşmesinde zihinsel faaliyetler lokomotif rolü oynamaya devam etmektedir. Küreselleşme süreci kentlerin en ücra sokaklarında olduğu gibi dünyanın kırları ve köylerini de birbirine birçok iletişim kanalıyla bağlamış bulunmaktadır. Özellikle iletişim tekniğindeki hızlı gelişmeler küresel kültür ve yaşam tarzlarını hızla etkileyerek birbirine yakınlaştırmaya başladı(Matador Network, 2006). Bu süreç sanatsal faaliyetlerin de küresel etkileşimini arttırarak sanal veya gerçek platformlarda buluşma fırsatı yarattı. Bu buluşmalar önemli ölçüde sanal boyutlarda gerçeklik kazandı. Sokak³⁷⁵ sanatlarını(Pinteresturk, 2012) zenginleştirdi, yaygınlaştırdı ve etkinleştirdi.

Sanatsal faaliyetlerin düzenli ve kapalı mekânlarda üretilip sunulmasının yanında toplumun satın alma gücü daha düşük kesimlerinin talebini karşılamak üzere ve başka birçok değişik faktörlerin de etkisi ile binlerce yıldır sürdürülen sokak performansı veya sanatı olarak genel çerçevesi çizilen zihinsel ve sanatsal faaliyetler giderek artan bir trende ilerlemektedir(Pinteresturk, 2012).

İhtiyaçları çeşitlilik kazanan toplumun yaşamında kültürel ve sanatsal ürünler önemli bir yer tutmaktadır. Küresel ünlü sanatçıların şehirlerde sık sık gerçekleşen sokak sanatı festivallerine katıldıkları, lokalsanatçılarla ve yerel yönetimlerle işbirliklerine daha sık rastlanmaktadır(Onedio, 2016). Sanatsal ihtiyaçlar bireylerin alım gücüne göre çeşitli biçimde ve yerlerde giderilmektedir. Satın alma gücü sınırlı olan bireyler bu kültürel ve sanatsal ihtiyaçlarını diğer birçok ürün türünde olduğu gibi kültürel ve sanatsal ürünlerin temin edilmesinde sokağı tercih etmektedir. Bu koşullar müzikten resime, edebiyattan tiyatroya ve benzerlerine kadar sokakta üretilme ve satılma ortamı yaratmaktadır. Sanat algısı nispeten liberal olan ülkelerde ve kentlerde serbest bir ortamda; daha yüksek bir performansla üretilmesi ve doyuruculuğu bakımından daha efektif boyutlara ulaşmış olduğu görülmektedir.

Üzerinde baskı hissetmeyen sokak sanatçısı; kentsel yaşamın günlük stresindeki bireylerde ki daha yüksek performanslı ürünlerle doyumsallığı yükseltebilmektedir(Seed, 2015). Bu noktada problem durumu geleneksel, inançsal ve kültürel algı ile sokak sanatı üzerinde oluşan baskı çarpan etkisiyle sanatçının performansını ve sanatsal ürünlerin doyumsallığını düşürmektedir. Bu sınırlamalar günlük yaşam stresi etkisinin giderilmesinde önemli bir role sahip olan sanatsal ürünlerin satın alma gücü düşük olan kitlelere ulaşımını ve doyum sağlamasını sınırlandırılmaktadır. Bu bağlamda sokak sanatı ve graffiti bastırılmış olana söz söyleme olanağı sağlar(Ali Ş. Kuru, 2016).Bu çalışmanın amacı; sokak

³⁷³ osmansirkeci@gmail.com, Yrd. Doç. Dr. Giresun Üniversitesi, Sivil Havacılık Yüksek Okulu, Havacılık Yönetimi Bölümü

³⁷⁴hilal-9k@outlook.com, Hilal Bayar, Giresun Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencisi, Street Artist

³⁷⁵ Genellikle sokakta yapılan juggling, poi, graffiti, yer ve hava akrobasisi, pantomim, tiyatro, illüzyon, resim vb. sanatlar olarak tanımlanıyor. Sokak sanatları büyük ölçüde İspanya ve Fransa'da popüler. Bu ülkelerde turistik mekânları mesken tutmuş pantomim sanatçıları ve canlı heykeller turistlerin büyük ilgisini çekerken esnafında desteğini alıyor. Sadece buralardaki canlı heykeller için bile bu ülkelere gezmeye giden birçok turist olduğu biliniyor.



September 21-23, 2017 Uşak

girişimciliğinin bir bileşeni olarak sokak sanatı kümesi içinde ele alınan resim müzik, tiyatro, edebiyat, animasyon ve grafitigibi sanatsal faaliyetlerin sosyal, kültürel ve ekonomik boyutları ile yerel yaşamda daha efektif bir yaklaşım ve algıyla ele alınabilmesini katkı sunmaktır. Yöntem olarak yarı deneysel, tümevarım metodu ile literatür taraması, uygulamacılarla yüz yüze yapılan görüşmelerde elde edilen veriler kullanılmıştır.

2. Yerel Kültür ve Sokak Sanatı Algısı

Sokak performansları olarak da bilinen görsel çizim sanatçıları, sokak çalgıcıları ve dansçıları vb. kişilerin sokaktaki zihinsel faaliyetlerini ortaya çıkarabilmesi için sabit bir mekâna sahip olmaksızın, gezerek veya sokağın belirli bir yerinde hünerlerini, entelektüel ürünlerini alıcıya, izleyiciye sunan kişilerin bu görsel performanslarını da kapsamaktadır. Sübjektif veya genel işsizlik koşulları nedeniyle uygun bir çalışma ortamı bulamayan bireylerin sokak işlerinden birine girişimde bulunması cesareti azalmakta yerini utanmaya veya korkuya terk etmektedir.

Çevrenin ve kültürlerin negatif algısı bu işleri yapanların aşağılanmalarına, dışlanmalarına çarpan etkisi yapmaktadır. Yerel ve ulusal basında(Perk, 2012) alın teri ile yaşamını sürdüren sokak sanatçıları hor gören haberler sıkça görülmektedir. Portre sanatçılığına inançsal açıdan yaklaşan Ş. Akyüz ile yapılan söyleşide portre çizenin ona can verebilmesi de gerekir (Akyüz, 2015)gibi ifadelerle görsel çizim sanatçılığını kültürel olarak itibarsızlaştırılması ve dışlanması eğilimi görülmektedir. Günümüzde, insanların karşı karşıya kaldığı psiko-sosyal sorunlara çözüm olabilecek alanlardan biri de aslında sanattır. İnsan duyarlılığının karmaşık ürünleri olan ve insanı özgürlüğünün farkına varmasını sağlayan sanat eserleri, bazı kalıpları sürekli olarak zorlayıp aşar, onların nitelik olarak daha üstün ve yoğun yeni seviyelere ulaşmasını sağlar (Unutulmuş Sanatlar Türk El Sanatları ve Hobiler, 2016).

3. Küresel Sokak Sanatları

Uzmanların ve akademisyenlerin görüşlerine başvurulurken, uygulamada yer alan sokağın görüşlerinden ve önermelerinden de yararlanıldı. Sanatçı yetenekleriyle CNN, BBC, REUTERS gibi uluslararası medya organlarının dahi dikkatini çeken, sanatlarını satmak, pazarlamak yerinesergiledikleri özgün ve yüksek performanslarıyla katıldıkları her etkinliğe değer katan İzmir Sokak Sanatları Atölyesi sanatçıları başarılı bir sokak sanatı örneği oluşturmaktadır. Bu örnekte sokak sanatçılığının sokak eğitimi rolü öne çıkmaktadır. Bu örnekte sanat yaparken hedef, kente değer katmaktır. Sokağa estetik bir değer katmak hedeflenmektedir. Toplumsal olarak bir estetik algı oluşturmak hedeflenmektedir. Sokak sanatı kavramı yerleşik kalıplaşmış algının ötesine taşınmaktadır(Ünver, 2014).

4. Sonuç

Sokak sanatı birçok kültürün karışımıdır. Sokak sanatına ve sanatçısına değer veren Barcelona, Berlin, Sao Paulo ve son zamanlarda İstanbul gibi kentlerin de çarpan etkisi ile kendilerini daha yaşanılır ve tercih edilir seviyelere sokak sanatının sihirli etkisiyle nasıl öne çıkardıkları görülmektedir. İşportacısından, simitçisine ve baloncusuna kadar her birey bir sokak sanatçısı adayıdır aslında.

Küresel ve özgün örneklerden de kolayca anlaşılacağı gibi geleneksel ve muhafazakâr yaklaşımlar yerine küreselleşen görsel insan ihtiyaçlarının yine küresel yenilikler ve değişimler dikkate alınarak sosyal memnuniyet ve mutluluğun sağlanmasında



September 21-23, 2017 Uşak

önemli bir yere sahip olan sokak sanatçılığı türündeki mikro girişimciliğe gereken değerin verilmesinin kaçınılmazlığını ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım ile küreselleşen ve köyleşen kentlerin daha yaşanılır kılınması mümkün olabilecektir.

Anahtar kelimeler:Sokak Sanatı, Kültürel Algı, Global Sanat Sokağı, Sokak Sanatı Ekonomisi

Kaynakça

Akyüz, Ş. (2015, Aralık 12). Akyüz. (H. Bayar, Röportaj Yapan) Giresun, Görele, Türkiye Karadeniz.

Ali Ş. Kuru, N. B. (2016). Sokak Sanatı Ve Grafitinin Pedagojik Bir Öğretim Aracı Olarak Önemi. *İdil Sanat Dergisi*, 5(26). Ağustos 20, 2017 tarihinde <http://www.idildergisi.com> adresinden alındı

Matador Network. (2006, May 4). *matadornetwork.co*. Haziran 20, 2017 tarihinde [matadornetwork: https://matadornetwork.com](https://matadornetwork.com) adresinden alındı

Onedio. (2016, Nisan 9). *onedio.com*. Nisan 9, 2016 tarihinde [onedio.com: https://onedio.com](https://onedio.com) adresinden alındı

Perk, A. A. (2012, Kasım 24). *İzmirden Haber*. Kasım 24, 2012 tarihinde [egeninsesi.com: http://egeninsesi.com](http://egeninsesi.com) adresinden alındı

Pinteresturk. (2012). *pinteresturk*. Haziran 16, 2017 tarihinde [pinteresturk.com: http://pinteresturk.com](http://pinteresturk.com) adresinden alındı

Seed, E. (2015, Mayıs). Mesajı umut ve barış olan sokak sanatı. *Mesajı umut ve barış olan sokak sanatı*. Paris, Paris - Tunus: TED. Ağustos 20, 2017 tarihinde https://www.ted.com/talks/el_seed_street_art_with_a_message_of_hope_and_peace?language=tr adresinden alındı

Sosyal Savaş. (2005, Kasım 30). *sosyalsavas.org*. Ağustos 30, 2017 tarihinde [sosyalsavas.org: http://sosyalsavas.org](http://sosyalsavas.org) adresinden alındı

Unutulmuş Sanatlar Türk El Sanatları ve Hobiler. (2016, Aralık 25). *Unutulmus Sanatlar*. aralık 28, 2016 tarihinde Unutulmuş Sanatlar: <http://www.unutulmussanatlar.com> adresinden alındı

Ünver, M. (2014, Ekim 22). *Kuledibi*. Ekim 22, 2014 tarihinde Kuledibi: <http://www.kuledibi.org/tyatro/sanati-sokaga-tasiyanlar/> adresinden alındı



September 21-23, 2017 Uşak

Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Uşak'ta Spor Kulüpleri (Gençlerbirliği, Ergenekon, Turan İdman Yurdu)

Abstract

Barış METİN³⁷⁶

Özet

Milli Mücadelenin kazanılması ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulması sonrası tüm Anadolu'da her alanda yeniden bir imar dönemi yaşanırken, spor gibi o güne kadar çeşitli nedenlerle fazla gelişme imkânı bulamayan alanlarda da kuruluş ve gelişme hamleleri gerçekleştirilmeye başlamıştır.

Bu amaçla; İzmir başta olmak üzere özellikle Yunan işgal sahasında yer alan şehirlerde uzun savaş yıllarının olumsuz atmosferinden etkilenen Türk gençlerinin öz güvenlerinin yeniden kazanılması ve bunların Cumhuriyet rejimi ile daha yakın ilişki kurabilmesi amacıyla isimleri ile Türk tarihine atıflar yapılan pek çok spor kulübü kurulmuştur.

Uşak'ta da söz konusu dönemde Gençler birliği, Turan İdman Yurdu ve Ergenekon İdman Yurdu isminde üç spor kulübü açılmıştır. Bu kulüpler Uşak'lı gençlere sağlıklı bir beden terbiyesi yapma imkânı sunmanın yanında, adeta bir eğitim kurumu gibi çalışmış ve Uşak'lı gençlerin ve daha geniş anlamda toplumun Cumhuriyet rejimiyle daha yakın ilişki kurmalarında etkili olmuşlardır.

Bu bildiride; Uşak'ta Yunan işgalinden hemen sonra, 1923'te temelleri atılan Gençler birliği, Ergenekon, Turan İdman Yurdu kulüpleri hakkında başta "Büyük Gazete"nin 29 Mart 1928 tarihli nüshasında Uşak spor kulüplerine dair yayınlanan makale ve fotoğraflar eşliğinde söz konusu kulüplerin nizamnamelerinden ve konuya dair yayınlanmış eserlerden de faydalanılarak ayrıntılı bilgi verilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Uşak, Spor, Büyük Gazete, Gençler birliği, Turan İdman Yurdu, Ergenekon.

³⁷⁶ Doç.Dr. baris.metin@usak.edu.tr, Uşak Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi



September 21-23, 2017 Uşak

Gençlerin Ürün Tercihlerinde Marka Güveninin Etkisi: Deneysel Bir Araştırma

Abstract

Gülnil AYDIN³⁷⁷, Aybeniz Akdeniz AR³⁷⁸, Elif Doğan SAVAS³⁷⁹

Özet

Bu çalışma gençlerin satın alma kararlarında etkili içsel (kalite, tat, koku vb.) ve dışsal (marka, ambalaj, menşe ülke vb.) faktörlerin etkisini değerlendirebilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Satın alma kararlarında içsel ve dışsal faktörlerin nasıl bir ağırlıkla değerlendirildiği farklı çalışmaların konusunu oluşturmuştur. Konu üzerinde gerçekleştirilen bazı çalışmalar sadece içsel değişkenlere odaklanmış olmasına karşın bazı çalışmalar ise dışsal boyutlara odaklanarak gerçekleştirilmiştir. Bir kısım çalışmada da hem içsel hem de dışsal boyutlar birlikte değerlendirilmiş ve hangisinin tüketicilerin gözünde hangi şartlarda önem kazandığı açıklanmaya çalışılmıştır. İçsel ve dışsal boyutların ne kadar önem kazandığının değerlendirilmesi için araştırmalara konu oluşturan ürün grupları da büyük önem taşımaktadır. Özellikle rasyonel ağırlıklı satın alma kararlarında beklenen daha fazla içsel boyutların satın alma kararlarında öncelik taşıması yönündedir. Aksine hedonik-hazsal satın alımlarda ise daha fazla dışsal faktörlerin devreye girebileceği ve duyguların daha fazla ön planda olacağı ifade edilmektedir.

Bu değerlendirmeler ışığında gerçekleştirilen çalışmada, kakaolu fındık kremalarına ilişkin genç tüketicilerin satın alma kararlarında içsel değişkenlere ilişkin değerlendirmelerin dışsal faktörlere ilişkin değerlendirmelerden ne kadar etkilendiğinin anlaşılmasıdır. Ayrıca gençlerin marka bilgisine ilişkin algılamalarının, satın alma kararlarına ne kadar yön verdiği araştırılmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak deney yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmada 50 denekten veri toplanmıştır. Denekler Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasından belirlenmiştir. Gerçekleştirilen görülebilir ve kör testleri sonucunda gençlerin marka güvenlerinin, ürünlerin tat, koku vs. yönelik değerlendirmelerini etkilediği ortaya çıkmıştır.

³⁷⁷ Yardımcı Doçent Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, gaydin@bandirma.edu.tr, gulnilaydin@yahoo.com

³⁷⁸ Yardımcı Doçent Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi

³⁷⁹ Yardımcı Doçent Dr., Balıkesir Üniversitesi



September 21-23, 2017 Uşak

The Determining Factors of Small and Medium-Sized Enterprises' Electronic Commerce Adoption

Abstract

Mustafa TEPECİ³⁸⁰, Ömer KEHRİBAR³⁸¹,

Abstract

The purpose of the study is to determine the effects of strategic value perceived by SMEs in starting electronic trading and the applicability of e-commerce on firms' marketing and financial performance. A survey instrument was used to collect data from 260 enterprises from SMEs operating in the Ankara – Ivedik organized industrial zone. The expressions in the questionnaire are designed with a 5-point Likert type rating format.

The confirmatory factor analysis revealed that strategic value of e-commerce consisted of three factors: organizational support, managerial efficiency and tools to facilitate decision-making. The applicability of e-commerce is examined on five factors: organizational readiness, compatibility, external pressure, ease of use, and perceived usefulness.

The mean values of perceived strategic value of e-commerce, the adoptability of e-commerce and marketing and financial performance variables are all above 4 (on the Likert-type scale of 5), indicating that managers benefit from e-commerce, they are ready and willing to adopt e-commerce and e-commerce increases the marketing and financial performance of the firms.

The regression analysis indicated that “perceived usefulness of e-commerce”, one of the dimensions of the “e-commerce adoptability” variable, has a significant effect on the marketing performances of the enterprises. The dimensions of perceived usefulness of e-commerce, compatibility and external pressures of e-commerce adoption variable have impacts on financial performance. The study contributes to the literature at least two ways. First, the study adopted the scales into Turkish to assess the value and adoption of e-commerce and marketing and financial performance. Second, perceived usefulness of e-commerce and compatibility and external pressures of e-commerce were determinants of the performances of the firms.

Key words : E-trade, Strategic value, Applicability of e-trade, Marketing and financial performance.

³⁸⁰ Professor, mustafa.tepeci@cbu.edu.tr, Manisa Celal Bayar University, Faculty of Business, Department of Tourism Management.

³⁸¹ Research Assistant, omerkehribar@osmaniye.edu.tr, Osmaniye Korkut Ata University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Trade and Logistics



September 21-23, 2017 Uşak

Regional Revitalization And Development Policy In Japan – Top-Down And Bottom-Up Approach: Actuality And Issues

Abstract

Tomoko OIKAWA³⁸²

Abstract

The paper will focus on the actuality and issues about agricultural community and small and medium-sized enterprises (SMEs) in rural and urban revitalization and development. For this the paper examines two perspectives, public policy and project (top-down), and cooperation between agricultural community, SMEs and cooperatives (bottom-up). The paper looks at case studies from a number of studies.

It is found out that each of both perspectives may lead eventually in quite a different direction. Here Act on Formation and Development of Regional Industrial Clusters (Kigyōricchisokushinhō) in 2007, and Rokuji Sangyo (sextiary sector industrialization) Act and Local production for Local consumption Law in 2008 are examined. The former aims at formation of highly developed industrial clusters as key industries including both manufacturing and non-manufacturing. These industries should exploit their own local strength and characteristics. The issue is that this Act could be selective and truncate the weak. The latter Act is based on a theory (Imamura, 1998), which claims that agriculture should not remain to be primary industry but get into secondary and tertiary industry. By doing so agricultural area can create and introduce values. However, the reality is not straightforward. Agriculture in Japan is essentially of agricultural community. The actuality shows this project has a tendency to be carried out individually and not going well. It turned out that such projects were successful when they worked with cooperatives of agriculture or SMEs. In line with this cooperation, community-based agricultural enterprises have been of prosperity in some ways. The latter Law is well understood and promoted very positively in almost all over in Japan.

Reference

Imamura, N. (1998) Revitalization of agriculture by RokujiSangyō (sextiary sector industrialization), 21 Century Cram School for Village Development.

³⁸² Euro-Asia Centre, Dept of Economics, Kemmy Business School, University of Limerick, Tomoko.Oikawa@ul.ie



September 21-23, 2017 Uşak

Tüketicilerin Hedonik ve Rasyonel Marka Algılarının, Marka Bağlılıkları Üzerine Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Uygulama

Abstract

Özer YILMAZ³⁸³, Burak YAPRAK³⁸⁴

Özet

Üçüncü endüstri devrimi neticesinde üretim otomasyonunun ileri safhalara taşınmasıyla birlikte kitlesel üretim miktarları geçmişe kıyasla artış göstermiştir. Günümüzde ise literatürde ‘Endüstri 4.0’ olarak yer alan dördüncü endüstri devrimi, en temel ifadeyle veri alışverişi yapılmasını mümkün kılarak üretimden dağıtım, pazarlamaya dair süreçlerde önemli gelişmelere olanak sağlamıştır. Bu gelişmelerin dikkat çekenlerinden birisi olarak ürün çeşitliliğinin artması olarak gösterilebilir. Üretim teknolojilerinin çağ atlamasıyla arz tarafında artan çeşitlilik, talep kısmında da alternatifler arasından seçim noktasında kararsızlıkları beraberinde getirmiştir. Önceki yıllarda tüketiciler ürünlerin yalnızca temel faydalarına odaklanarak ihtiyaçlarını gidermek üzere satın alırken artık ürünlerin sağladığı itibar gibi diğer boyutlarını da satın almaktadırlar. Özetle, pazarlama açısından tüketicinin ‘neyi’ satın aldığından çok daha ötesi; ‘nasıl’ ve ‘hangi duygu-durumda’ satın aldığı sorunsalı ortaya çıkmaktadır. İlk olarak psikoloji biliminin incelediği ve daha sonra disiplinler arası çalışma alanına giren bu sorunsal, pazarlama alanında da giderek kendine zemin bulmaktadır. Bu bağlamda tüketicilerin satın alma davranışları, temelde ‘rasyonel’ ya da ‘hedonik’ marka algılamalarına dayandırılarak iki varsayım üzerinden incelenmektedir. Bu çalışmanın temel hipotezi ise tüketicilerin marka algılamalarını belirlemek ve bu algılamaların marka bağlılığı sağlayıp sağlanmadığını ortaya koymaktır. Çalışmada kullanılan veriler, hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren öncü bir firmanın marka algılamasının tespitine yönelik oluşturulan anket formu ile, Balıkesir ilinde toplanarak SPSS 20 paket programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka Algılamaları, Hedonik Marka Algılaması, Rasyonel Marka Algılaması, Marka Bağlılığı

³⁸³Yrd. Doç. Dr., Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, UBF, oyilmaz@bandirma.edu.tr

³⁸⁴Araş. Gör., Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, UBF, byaprak@bandirma.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Impact Of Cultural Factors on Female Labour Force Participation Rate - Cross Country Study for Developed & Developing Countries

Abstract

Sevi SERTKAYA³⁸⁵

1. Abstract

This study uses two fixed-effects model to analyse the factors affecting female labour force participation rate (FLPR) such as expected education of females, urbanization percentage of the country, GDP per capita, female life expectancy and fertility rate but main aim of this study is to underline the effects of culture for periods 1980-1985 and 2000-2005 for Australia, Brazil, Canada, Chile, China, Egypt, Finland, France, Great Britain, India, Iran, Italy, Mexico, Morocco, Netherlands, New Zealand, Norway, Poland, Russian Federation, Slovenia, South Korea, Spain, Sweden, Turkey, and United States of America by using descriptive statistics and fixed effect regression model.

The micro-level data are drawn from a large World Value Survey (WVS) conducted between years 1980-2002 to construct cultural factors, and the rest of the macro-level data is obtained from World Bank Data Base for years 1980-1985 and 2000-2005. Few missing macro data on such as GDP per capita for some countries obtained from archives of UN. Iran micro-level data obtained from SCI for years 1980-1990 for the same questions.

Factor analysis, overall fixed effects regression and grouped fixed effects regression used for the study.

Finally, main findings conclude that conservative cultural values have a significant negative effect on FLPR. And could account for the unobserved increase in FLPR in the presence of high levels of education and decreased fertility rate in conservative developing countries. On the contrary, my findings of cultural impact on FLPR have been significant for both models for the multicultural countries. Where we observed conservative values have a significant and negative impact on FLPR regardless of the religion group.

Keywords: female labor force participation rate, FLPR, education, cultural values

References

- Aslam, Monazza, Kingdon, Geeta, & Söderbom, Mans. (2008). Is Female Education a Pathway to Gender Equality in the Labor Market? Some Evidence from Pakistan. *Girls' Education in the 21st Century*, 67.
- Bernal, Raquel, & Keane, Michael. (2005). Maternal Time Child Care and Child Cognitive Development: The Case of Single Mothers. *Unpublished paper, Department of Economics, Northwestern University (September 15)*.

³⁸⁵ Arş. Grv., Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Uşak-Türkiye, sevi.sertkaya@usak.edu.tr (corresponding author)



September 21-23, 2017 Uşak

- Billari, Francesco C. (2008). Lowest-low fertility in Europe: Exploring the causes and finding some surprises. *The Japanese Journal of Population*, 6(1), 2-18.
- Blau, Francine D, & Kahn, Lawrence M. (2005). Changes in the labor supply behavior of married women: 1980-2000: National Bureau of Economic Research.
- Bloom, David E, Canning, David, Fink, Günther, & Finlay, Jocelyn E. (2009). Fertility, female labor force participation, and the demographic dividend. *Journal of Economic Growth*, 14(2), 79-101.
- Bloom, David E, & Williamson, Jeffrey G. (1998). Demographic transitions and economic miracles in emerging Asia. *The World Bank Economic Review*, 12(3), 419-455.
- Clark, Roger, Ramsbey, Thomas W, & Adler, Emily Stier. (1991). Culture, gender, and labor force participation: A cross-national study. *Gender and Society*, 47-66.
- Daly, Mary. (2000). A fine balance: Women's labor market participation in international comparison. *Welfare and work in the open economy*, 2, 467-510.
- Durand, John D. (1975). The labor force in economic development and demographic transition.
- Eckstein, Zvi, & Lifshitz, Osnat. (2009). Dynamic Female Labor Supply.
- Engelhardt, Henriette, Kögel, Tomas, & Prskawetz, Alexia. (2004). Fertility and women's employment reconsidered: a macro-level time-series analysis for developed countries, 1960-2000. *Population Studies*, 58(1), 109-120.
- Engelhardt, Henriette, & Prskawetz, Alexia. (2005). *A pooled time-series analysis on the relation between fertility and female employment*: Vienna Institute of Demography, Austrian Academy of Sciences.
- Falcao, Bruno LS, & Soares, Rodrigo R. (2007). The demographic transition and the sexual division of labor: National Bureau of Economic Research.
- Fatima, Ambreen, & Sultana, Humera. (2009). Tracing out the U-shape relationship between female labor force participation rate and economic development for Pakistan. *International Journal of Social Economics*, 36(1/2), 182-198.
- Fernandez, Raquel. (2007). Women, work, and culture: National Bureau of Economic Research.
- Fernandez, Raquel, & Fogli, Alessandra. (2005). Culture: An empirical investigation of beliefs, work, and fertility: National Bureau of Economic Research.
- Fernandez, Raquel, Fogli, Alessandra, & Olivetti, Claudia. (2004). Preference formation and the rise of women's labor force participation: Evidence from WWII: National Bureau of Economic Research.
- Fleisher, Belton M, & Kniesner, Thomas J. (1980). Labor Economics: Theory. *Evidence, and Policy*, 2nd ed., Prentice-Hall.
- Goldin, Claudia. (1994). The U-shaped female labor force function in economic development and economic history: National Bureau of Economic Research.
- Hyder, Asma, & Behrman, Jere R. (2011). International Trade Openness and Gender Gaps in Pakistani Labor Force Participation Rates Over 57 Years.
- Hyder, Asma, & Behrman, Jere R. (2012). International trade openness and gender gaps in Pakistani labor force participation rates over 57 years. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 17(3), 367-382.
- Jaumotte, Florence. (2003). Female labour force participation: past trends and main determinants in OECD countries.
- Klasen, Stephan, & Lamanna, Francesca. (2009). The impact of gender inequality in education and employment on economic growth: new evidence for a panel of countries. *Feminist economics*, 15(3), 91-132.



September 21-23, 2017 Uşak

- Kögel, Tomas. (2006). An explanation of the positive correlation between fertility and female employment across Western European countries. *Available at SSRN 995206*.
- Kottis, Athena Petraki. (1990). Shifts over time and regional variation in women's labor force participation rates in a developing economy: The case of Greece. *Journal of Development Economics*, 33(1), 117-132.
- Licht, Amir N, Goldschmidt, Chanan, & Schwartz, Shalom H. (2007). Culture rules: The foundations of the rule of law and other norms of governance. *Journal of comparative economics*, 35(4), 659-688.
- Lincove, Jane Arnold. (2008). Growth, girls' education, and female labor: A longitudinal analysis. *The Journal of Developing Areas*, 41(2), 45-68.
- Mahoney, Thomas A. (1961). Factors determining the labor-force participation of married women. *Industrial and Labor Relations Review*, 563-577.
- Mammen, Kristin, & Paxson, Christina. (2000). Women's work and economic development. *The Journal of Economic Perspectives*, 141-164.
- Maroto, Catalina Campillo. (2011). FEMALE LABOR FORCE PARTICIPATION AND MORTGAGE DEBT.
- Maryam, H'. (2010). Religion and labor force participation of women: University of Antwerp, Faculty of Applied Economics.
- Osborne, Jason W, & Costello, AB. (2009). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Pan-Pacific Management Review*, 12(2), 131-146.
- Ozturk, Ilhan. (2001). The role of education in economic development: a theoretical perspective.
- Pampel, Fred C. (2010). *The institutional context of population change: Patterns of fertility and mortality across high-income nations*: University of Chicago Press.
- Pampel, Fred C, & Tanaka, Kazuko. (1986). Economic development and female labor force participation: A reconsideration. *Social forces*, 64(3), 599-619.
- Reimers, Cordelia W. (1985). Cultural differences in labor force participation among married women. *The American Economic Review*, 251-255.
- Roos, Patricia A. (2009). Interconnecting work and family: Race and class differences in women's work status and attitudes. *WSQ: Women's Studies Quarterly*, 37(2), 103-120.
- Sapienza, Paola, Zingales, Luigi, & Guiso, Luigi. (2006). Does culture affect economic outcomes? : National Bureau of Economic Research.
- Schultz, TP. (1991). International Differences in Labor Force Participation in Families and Firms, "Economic Growth Center Discussion Paper no: 634. *New Haven: Yale University*.
- Schultz, T Paul. (1990). Women's changing participation in the labor force: a world perspective. *Economic Development and Cultural Change*, 457-488.
- Schultz, T Paul. (1991). International differences in labor force participation in families and firms.
- Sinha, Jania N. (1965). *Dynamics of female participation in economic activity in a developing economy*. Paper presented at the World Population Conference, Belgrade.
- Standing, Guy. (1978). Labor force participation and development.
- Tansel, Aysit. (2002). Economic development and female labor force participation in Turkey: Time-series evidence and cross-section estimates. *METU/ERC Working Paper(02/3)*.
- Young, Alwyn. (1994). The tyranny of numbers: confronting the statistical realities of the East Asian growth experience: National Bureau of Economic Research.



September 21-23, 2017 Uşak

Nature and History of Turkish Patent System

Abstract

Sevi SERTKAYA³⁸⁶, Müge GÖKEN³⁸⁷, Emre ŞAKAR³⁸⁸

Abstract

Innovation is a vital key of the surviving of the companies. Patenting is one of the way to protect these innovation activities. Intellectual property rights are aimed at encouraging the production of ideas, while also aiming to establish economic, social and cultural progress. It assists to protect the companies' or the individual's trading rights of their invention and innovation. It means that no one is able to copy the owner's invention or product in trading. In order to protect and strengthen international competition, it is important to ensure patent rights, improving innovation and speed of development. Patent system has also many advantages for society and economic development besides the protection of invention in competition as it spreads technology. Furthermore, this patented invention and technology can be used for welfare of the people.

Therefore, this study investigates and discusses the nature and history of the Turkish patent system as well as its current situation and its economic implications.

According to the Turkish Statistical Institute research and development report, half of the total research and development expenditure is made by private sector followed by the higher education sector with 28% and by public sector with 18% in 2015. However, top three countries for patent applications are very dynamic and nearly there is no stickiness to the position for the 1995-2016 period. On the other hand, the GDP share of research and development expenditure in Turkey though the 2001-2015 period has a slight and steady increase without a sharp decline. Despite the slight and steady rise through the period, as of 2015 R&D expenditure only accounts for 1.06% of GDP in Turkey which is quite low compared to OECD average and it is slightly below the world average.

Keywords: Patent, innovation, economic development.

³⁸⁶ Arş. Grv., Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Uşak-Türkiye, sevi.sertkaya@usak.edu.tr (corresponding author)

³⁸⁷ Arş. Grv., İstanbul Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü, İstanbul-Türkiye, goken16@itu.edu.tr

³⁸⁸ Arş. Grv., Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Uşak-Türkiye, emre.sakar@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Bankacılık Sektöründe Toplam Faktör Verimliliği Analizi: 2006 – 2014 Dönemi Türkiye Örneği*

Abstract

Onur ÖZAYDIN³⁸⁹, Ahmet AYDIN³⁹⁰

Özet

Türkiye’de finansal sistem içinde bankacılık sektörü büyük yer tutmakta ve tasarruf fazlası olan birimlerden tasarruf açığı olan birimlere fon transferi büyük ölçüde bankacılık sistemi vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Yerine getirdiği görev açısından bankacılık sektörü finansal sistemin en önemli parçası konumundadır. Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren ve bankacılık sisteminin toplam aktifleri içinde %1’den daha büyük paya sahip olan 13 mevduat bankası için Veri Zarflama Analizi ile 2006-2014 döneminde toplam faktör verimliliği hesaplamaları yapılmıştır. Toplam faktör verimliliği hesaplamalarında mevduat bankalarının aracılık faaliyetleri dikkate alınarak, girdi değişkeni olarak şube sayısı, personel sayısı, aktif büyüklüğü ve toplam mevduatlar seçilirken, çıktı değişkeni olarak toplam krediler ve kar değişkenleri seçilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ilgili dönemde 13 bankadan oluşan grubun toplam faktör verimliliği 2007, 2009, 2010, 2011 ve 2014 yıllarında düşmüş, 2008, 2012 ve 2013 yıllarında artış göstermiştir. 2008 yılından itibaren takip eden üç yıl üst üste görülen düşüşün, 2008 global ekonomik krizinin etkisiyle gerçekleştiği, 2014 yılında karşılaşılan büyük orandaki düşüşün ise teknolojik değişme endeksinde meydana gelen kuvvetli azalmayla bağlantılı olduğu ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık Sektörü, Malmquist Endeksi, Veri Zarflama Analizi, Toplam Faktör Verimliliği.

389 İktisat Bilim Uzmanı, ozaydinonur@hotmail.com

390 Yrd.Doç.Dr., Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, aaydin@bandirma.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Türkiye'nin Otobüsçü Aileleri, Yönetimde Nesiller Arası Geçişin Parametreleri: Kronolojik Bir Yaklaşım

Extended Abstract

Kemal KARAYORMUK³⁹¹, Mehmet Ali KÖSEOĞLU³⁹²

1. Giriş

Bu çalışma, Türkiye karayolu yolcu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren aile işletmelerinin bir envanterinin çıkarılarak, nesiller arası geçişin başarılıp başarısız olmasındaki parametrelerin ortaya konmasını amaçlamaktadır.

Aile işletmeleri literatüründe nesiller arası geçiş önemli bir tartışma konusudur(Lansberg,1999),(Bouwman,1991),(Morris, William, Nel, 1996). Araştırmacılar nesiller arası geçişi kurumsallaşma (Karpuzoğlu, 2003), (Karpuzoğlu, 2004), (Akın ve Yılmaz, 2004); devrin planlanması (Yalçın ve Günel, 2004), (Günver,2004); süreklilik(Günver, 2004), el değiştirme (Özbaşar, 2006) bağlamlarında ele almışlardır.

Aile işletmeciliği ile ilgili yapılan çalışmalarda aile işletmelerinin çeşitli sorunları ele alınmaktadır, artan bu ilgi ile birlikte sektörel araştırmaların da yapılması gerekmektedir. Bazı sektörleri temel alan aile işletmeciliği uygulamalarının daha mikro düzeyde sonuçlara ulaşılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu sektörlerden biriside ülkemizde otobüsçülük olarak bilinen organize olmuş karayolu yolcu taşımacılığıdır. Türkiye’de Cumhuriyet ile yaşıt olan organize olmuş karayolu yolcu taşıma sektörü aile işletmeciliğinin önemli örneklerinden birisidir. Aile işletmeciliği vurgusunun en önemli nedeni bu sektörde kurulan ilk firma olan Kamil Koç seyahat firması(1923) ile başlayan organize karayolu taşımacılığının hep aile işletmelerince yapılmış olmasıdır(Tokat ve Kara,1999).

Devletin bu sektörde herhangi bir zamanda yolcu taşıma işini yapan bir aktör olarak yer almadığı görülmektedir. Bu sektörün aktörlerinin işletmeciler olmasını, dolayısıyla aile işletmeciliğinin bu sektörde net hâkim durumunda olmasının sağlandığı görülmektedir. Bugün ülkemizde hala bir aile işletmeciliği olarak yapılmaya çalışılan bu sektörde bir konsolidasyon söz konusudur. Alternatif taşıma modları nedeni ile kurumsallaşmayan otobüsçü aile işletmeleri yaşamlarını sürdürmede zorluklar çekmektedirler. 1923 yılında kurulan Kamil Koç, 1938’de kurulan Ulusoy, 1950’de kurulan Has Turizm firmaları yaşamlarını sürdürürken, 1950’li yıllarda kurulan Varan firması el değiştirmiştir(Kara vd,2009).

Bu çalışma ile bu sektörde yer alan aile işletmeleri arasında otobüsçülüğe en az iki kuşak devam edenlerin aile işletmelerinin dökümünün çıkarılması ve bu işletmelerde nesiller arası geçişin parametrelerinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu sektörde “baba mesleği” olarak yapılan bu işi kurumsal hale dönüştürebilme ve dönüştürülemediği nedenlerinin ortaya konulması gerekmektedir.

³⁹¹ Yrd.Doç.Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü,kyormuk@aku.edu.tr

³⁹² Doç.Dr., The Hong Kong Polytechnic University School of Hotel and Tourism Management, Mehmetali.koseoglu@polyu.edu.hk



3. Yöntem

Araştırmanın yöntemi, Türkiye’de şehirlerarası karayolu yolcu taşımacılığı sektöründe en az iki kuşak faaliyet gösteren aile işletmelerinin dökümlerinin çıkarılması ve aile üyeleri ile yapılacak yarı yapılandırılmış soru formları ile yüz yüze görüşmelerle elde edilecek bilgilerin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

4. Katkısı

Bu çalışma Cumhuriyet ile yaşıt olan bir sektörde en az iki kuşak faaliyet göstererek yer alan aile işletmelerinin bir envanterinin çıkarılarak sektörel bir aile işletmeciliği ile ilgili bilgilerin ortaya çıkarılması olacaktır.

5. Kaynakça

Akın, B., Yılmaz, N., “Aile Şirketlerinin Büyüme ve Kurumsallaşma Sürecinde Kuşaklararası Farklılıklar Üzerine Karaman Bölgesinde Bir Araştırma”, T. Koçel (Ed), 1. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2004.

Akingüç Günver, B., “Aile İşletmelerinin Geleceği”, T. Koçel (Ed), 1. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2004.

Bowman, N.,(1991), “Transferring Management in the Family-Owned Business”, U.S. Small Business Administration

Kara H., Yıldırım M., Özcan E., “Türkiye Otobüs İşletmeciliği”, Rota Yayınları, 2009, İstanbul.

Karpuzoglu, E.,” Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma”, 2.Baskı, İstanbul: Hayat Yayınları, 2003.

Karpuzoglu, E., “Aile Şirketlerinin Sürekliliğinde Kurumsallaşma”, T. Koçel (Ed), 1. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2004.

Landsberg, I. (1999), “Succeeding Generations : Realizing the Dream of Families in Business”

Boston: Harvard Busines School Press

Morris M, Williams R, Nel D.,(1996), “Factors Influencing Family Business Succession”, International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research,Vol:2, No:3

Özbaşar, A.S., “Aile İşletmelerinde Önderliğin El Değiştirme Süreci: Orta Ölçekli Üç İşletmenin Geçirdiği Deneyim;”, T. Koçel (Ed), 2. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2006.

Tokat B., Kara H., “Otobüs İşletmeciliği” Dumlupınar Üniversitesi Yayın No:7,Avcı Matbası,İstanbul,1999.

Yalçın, A., Günel, R., “Aile İşletmelerinde Yönetimin Bir Sonraki Kuşağa Devrinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri” T. Koçel (Ed), 2. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, 2006.



September 21-23, 2017 Uşak

Tüketicinin Duygu Durumunun Takıntılı Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi

Abstract

Bekir KÖSE³⁹³, **İbrahim KAYNAR**³⁹⁴, **Hakan BOZ**³⁹⁵

Özet

Uzun yıllardır tüketicilerin rasyonel varlık oldukları, mal veya hizmetleri satın alırken ürünlerin kendilerine sağladığı fizyolojik faydaya göre satın alma kararı verdikleri varsayılmaktaydı. Buna karşın son yıllarda yapılan çalışmalarda ise tüketicilerin satın alma kararlarında daha çok irrasyonel davrandıkları, duyguların satın alma karar sürecinde ise hayati bir öneme sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Günümüzde tüketicilerin mal veya hizmetleri satın alma kararlarında bilinçaltı süreçlerin ve gizli güdülerin baskın olduğu görülmektedir. Tüketicileri satın alma davranışına iten gizili güdülerden biri de takıntılı satın alma davranışdır. Yaklaşık olarak yüz yıl önce tanımı yapılan takıntılı satın alma davranışı ile ilgili çalışmalar özellikle son yıllarda duyguların satın alma kararındaki öneminin ortaya konulmasından sonra artmaya başlamıştır. Takıntılı satın alma davranışı bir davranış bozukluğu olarak tanımlanmaktadır. Takıntılı satın alma davranışı tüketiciler arasında da oldukça artmaya başladığı görülmektedir. Amerika'da yaklaşık olarak on sekiz milyon tüketici takıntılı satın alma davranışında bulunmaktadır. Yetişkinlerin yaklaşık olarak %30'unda takıntılı satın alma davranışı bulunabildiği görülmektedir.

Bu nedenle çalışmada tüketicilerin duygu durumlarının takıntılı satın alma davranışına etkisi incelenmiştir. Bu kapsamda İzmir il merkezinde kolayda örnekleme yöntemiyle 202 kişiden anket ile veri toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında tüketicilerin duygu durumlarının takıntılı satın alma kararına etkisi bulunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Pazarlama, Duygular, Takıntılı Satın Alma Davranışı, Satın Alma Kararı, Karar Verme Süreci

³⁹³Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, bekir.kose@usak.edu.tr

³⁹⁴Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, ibrahim.kaynar@usak.edu.tr

³⁹⁵Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi, hakan.boz@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

İçsel ve Dışsal Faktörlerin İtkisel (Dürtüsel) Satın Alma Eğilimine Etkisinde Cinsiyetin Rolü³⁹⁶

Abstract

Hakan BOZ³⁹⁷, Erdoğan KOÇ³⁹⁸

Özet

Tüketiciler satın alma kararlarını genel olarak planlı ve plansız olarak yapmaktadırlar. Literatüre bakıldığında tüketicilerin daha çok planlı satın alma kararı verdiği belirtilmekteyken son yıllarda yapılan çalışmalar bu paradigmanın değişmesine neden olmuştur. Son çalışmalara göre tüketicilerin satın alma davranışlarını daha çok plansız satın alma ile yaptıkları görülmektedir. Ayrıca tüketicilerin plansız satın alma davranışı içinde daha çok itkisel (dürtüsel) olarak satın alma yaptıkları görülmektedir.

Son yıllarda itkisel satın alma davranışı ile ilgili çalışmalara bakıldığında tüketicilerin toplam satın almalarının yaklaşık %95'ine kadarını itkisel olarak yaptıkları belirtilmektedir. Tüketicilerin itkisel olarak satın almalarında içsel ve dışsal faktörlerin oldukça önemi bulunmaktadır. Fiyat indirimi, miktar indirimi, zaman ve para müsaitliği gibi değişkenler dışsal faktörler olarak tanımlanırken tüketicilerin duygudurum düzeyi, mal veya hizmete olan ihtiyacın şiddeti ve tüketicilerin sebatsızlığı gibi değişkenler içsel faktörler olarak adlandırılmaktadır. Aynı zamanda dışsal ve içsel faktörlerin yanında tüketicilerin cinsiyet durumu da satın alma kararlarında belirleyici bir role sahip olabilmektedir.

Bu kapsamda çalışmada içsel ve dışsal faktörlerin tüketicilerin itkisel satın alma eğilimine etkisinde cinsiyetin rolü incelenecektir. Çalışmada kullanılan veriler kolayda örnekleme yöntemi ile 537 kişiden toplanmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre erkek tüketicilerin turistik ürün satın alma karar sürecinde itkisel satın alma eğilimine istatistiksel olarak en çok etki eden faktörler miktar indirimleri ve tüketicilerin sebatsızlığı olurken diğerleri sırasıyla zaman müsaitliği, duygudurum düzeyi, para müsaitliği, para indirimleri ve tatil ihtiyacının şiddeti olduğu görülmektedir. Buna karşın kadın tüketicilerin turistik ürün satın alma karar sürecinde itkisel satın alma eğilimine istatistiksel olarak en çok etki eden faktörler sebatsızlık ve zaman müsaitliği iken diğerleri sırasıyla ihtiyacın şiddeti, miktar indirimi, para indirimi, para müsaitliği ve tüketicilerin duygudurum düzeyi olduğu görülmektedir.

Anahtar kelimeler: Turizm, İtkisel (Dürtüsel) Satın Alma, Cinsiyet, Pazarlama, Tüketici Davranışı

³⁹⁶Bu bildiri Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde İtkiselliğin Rolü: Psikonörobioyokimyasal Analiz isimli doktora tezindedir.

³⁹⁷Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, hakan.boz@usak.edu.tr

³⁹⁸Prof. Dr., Bandırma On Yedi Eylül Üniversitesi İİBF, erdogankoc@yahoo.com



September 21-23, 2017 Uşak

Impulsive Buying Behaviour: A Neuromarketing Approach by Using EEG GSR HR and Eye Tracker³⁹⁹

Abstract

Hakan BOZ⁴⁰⁰

Abstract

Impulsive buying behaviour is one of the most important phenomena influencing consumption decisions of people. Recent studies show that impulsivity is influential in a significant proportion of purchasing decisions consumers make. Impulsive buying behaviour can be defined as unplanned, immediate purchasing behaviour without really considering the consequences of the purchasing decisions consumers make when they buy goods or services.

In today's media-bombarded world consumers are exposed thousands of marketing stimuli every day. These verbal or visual marketing stimuli in the form of various campaigns and discounts, can and do influence the triggering of impulsive behaviours of consumers. In addition to these external factors a wide variety of internal factors, such as the mood of the consumer and their subconscious processes, can also play a significant role in consumers' eventual impulsive behaviours. However, it is obvious that traditional research methods such as questionnaire surveys or interviews may have significant weaknesses in researching internal processes of consumers.

Against this backdrop this study aims to explore the extent of which impulsivity influences consumers' holiday decisions by using psychophysiological, or neuromarketing tools such as the EEG, GSR, HR and Eye Tracker. Data were collected from 43 participants, healthy men and women, aged between 19 and 52 years. Findings of the study show that when buying holidays consumers tend to be under the influence of impulsivity. Moreover, when making their purchasing decisions consumers tend to pay attention to visual stimuli more than they pay attention to verbal stimuli. During the process of making holiday decisions, quite often, consumers tend to be under the influence of compromise effect and choose the middle priced holiday option. Finally, when particular holiday products remind the probability of losing, consumers tend to react to negatively to these holiday options.

Key Words: Tourism Marketing, Impulsive Buying Behaviour, Neuromarketing, EEG, Eye Tracker, GSR, HR

³⁹⁹Bu bildiri Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde İtkiselliğin Rolü: Psikonörobiyokimyasal Analiz isimli doktora tezindedir.

⁴⁰⁰Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, hakan.boz@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Sosyal Medya Reklamları İtkisel Satın Alma Eğilimini Arttırır mı?

Abstract

Merve BAŞEĞMEZ⁴⁰¹, Dilanur ÖZTÜRK⁴⁰², Gamze ŞAHAN⁴⁰³, Hakan BOZ⁴⁰⁴

Özet

İşletmeler genellikle mal veya hizmetlerini tanıtmak için pazarlama iletişimi unsurlarından reklamı sıklıkla kullandıkları görülmektedir. Buna karşın son yıllarda işletmelerin pazarlama iletişimi unsuru olarak sosyal medyayı önemli oranda kullandıkları görülmektedir. Araştırmalara bakıldığında sosyal medya reklamlarına şirketlerin yıllık olarak beş milyar dolardan fazla ücret ödedikleri görülmektedir.

Sosyal mecrada yapılan tanıtım faaliyetleri tüketici ile işletmelerin daha inetraktif bir tanıtım süreci yaşamalarına imkan sağlamaktadır. Aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla yapılan tanıtım faaliyetleri işletmeler ile tüketicilerin doğrudan birbirleri ile iletişime geçme imkanı da vermektedir. Böylelikle işletmeler tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını birincil yoldan öğrenmelerine imkan tanımaktadır. Ayrıca sosyal medya ile elde edilen bu etkileşim değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarının da en hızlı şekilde anlaşılmasına da katkı sağlayabilmektedir. Buna karşın sosyal medyadaki tanıtımların içeriğinin ve sunulan bilgilerin güvenilirliğinin algılanması tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde oldukça etkilidir. Aynı zamanda online ortamda tüketicilerin itkisel satın alma eğilimleri de artmaktadır.

Bu nedenle çalışmada sosyal medya reklamlarının tüketicilerin itkisel satın alma eğilimine etkisi incelenmiştir. Çalışma kapsamında analiz edilen veriler, 217 kişiden kolayda örnekleme yöntemi ile anket kullanılarak toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında sosyal medya reklamında tüketicinin maruz kaldığı mesaja duyulan güven ve algılanan ekonomik kazanç arttıkça itkisel satın alma eğilimi istatistiksel olarak artmaktadır. Aynı şekilde sosyal medya reklamındaki mesajın eğlenceli olarak algılanması da istatistiksel olarak pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında sosyal medyada reklam yapan işletmelerin öncelikle mesajlarında tüketiciye güven vermesi ve tüketicilerin yapacakları olası alışverişten kazançlı olarak çıkacağına inanmasını sağlayıcı içerikler ve uyarılar oluşturması gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: Pazarlama, Tüketici Davranışı, İtkisel Satın Alma Eğilimi

⁴⁰¹ Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, m.bsgmz.mb@gmail.com

⁴⁰² Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, dilanurozturkk@gmail.com

⁴⁰³ Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,

⁴⁰⁴ Yrd. Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, hakan.boz@usak.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Aynı Lideri Farklı Görmek: Sağlık Çalışanlarının Liderlik Tarzı Algısındaki Farklılıkları Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

Abstract

Özlem TUNA⁴⁰⁵, Duygu KIZILDAĞ⁴⁰⁶

Özet

Dünyada hızla yaşanan değişimler, sektör ve faaliyet alanı fark etmeksizin bütün örgütleri yakından ilgilendirmektedir. Söz konusu değişimlere örgütte görev alan tüm çalışanların uyum sağlaması gerekmektedir. Çalışanlar algıladıkları liderlik tarzına göre, yöneticilerine güven duymakta, örgüte ve değişime uyum sağlayabilmektedir. Algılanan liderlik tarzı çalışanların örgüte uyumunu ve bağlılığını sağlarken aynı zamanda da örgütün verimliliğini etkilemektedir. Ancak lider ve çalışan arasındaki ilişki düzeyleri ve bu ilişkinin algılanma biçimleri her çalışmada farklılık göstermektedir. Sağlık sektöründe faaliyet gösteren örgütlerde de değişime ayak uydurarak rekabet üstünlüğü sağlamak büyük bir önem taşımaktadır. Benzer şekilde sağlık sektöründeki örgütlerde görev yapan liderlerin algılanan liderlik tarzı çalışanların örgüte uyumunu ve bağlılığını etkilemektedir.

Bu çalışmayla çalışanların, en üst düzey yöneticilerini otokratik, demokratik ve liberalliderlik tarzlarından hangileriyle ilişkilendirdiklerine dair algıları ve bu algının farklı değişkenlere (çalışanların eğitimleri, tecrübeleri, cinsiyetleri, yaş ve içinde buldukları kuşaklar, buldukları pozisyon ve liderle çalışma süresi) göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, Afyon Kocatepe Üniversitesi Araştırma ve Uygulama Hastanesinde çalışan toplam 233 doktor, hemşire ve diğer sağlık personeli ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde aritmetik ortalama, standart sapma ve Anova analizi gibi istatistiksel teknikler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların liderlik tarzı algılarının öğrenim durumu, meslek ve yönetici ile çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, liderlik türleri, sağlık çalışanları.

⁴⁰⁵ Öğr. Gör. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon Sağlık Yüksek Okulu, Sağlık Yönetimi Bölümü, ozltuna@hotmail.com

⁴⁰⁶ Doç. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, duygu_kizildag@hotmail.com



September 21-23, 2017 Uşak

Technology Induced Loyalty Schemes for Customer Relationship Management and Positive Purchase Decisions

Abstract

Azizul HASSAN⁴⁰⁷, Masud PARVEZ⁴⁰⁸

Abstract

Retailers across the world are constantly embracing updated technologies during stages of their operations. Technology adoption becomes a generic feature for addressing diverse consumer demands. This study evidently identifies two leading retail chains in the UK that have adopted technologies for their loyalty schemes. The study considered Sainsbury's and Tesco, two main UK retailers as cases. Objectives of the study are: first, to explore the key influential aspects of technology induced loyalty schemes that are related to customer relationship management (CRM) and consumer decision making processes. The second objective is to critically evaluate and compare the impact of the policies adopted by the two retailers. Results outlined that, responsiveness is the key factor for effective loyalty schemes for influencing CRM. Also, information sharing and brand loyalty are the most influential tool for making positive consumer decision process. The Nectar card of Sainsbury's and the Clubcard of Tesco, two powerful loyalty schemes and are technology supported. These two schemes have validity and acceptability for CRM and consumer purchase decision making process.

Key words:loyalty, technology, CRM, Tesco, Sainsbury's

⁴⁰⁷PhD Researcher, Cardiff Metropolitan University, UK, (e-mail: azizulhassanmet@gmail.com)

⁴⁰⁸ Cardiff Metropolitan University, UK, (e-mail: mparvez_07@yahoo.com)



September 21-23, 2017 Uşak

Turizm Ekonomisinin Çoğaltan Etkisi: Türk Turizm Sektörü

Abstract

Behçet YENER⁴⁰⁹

Özet

Hizmet sektörü, oluşturduğu katma değer ile pek çok ülkede milli gelirin yüzde yetmişini aşarak önemli büyüklüklere ulaşmakta ve ekonomiye büyük bir katkı sağlamaktadır. Hizmet sektörü içinde yer alan turizmin dünya ekonomisine katkısı yıllık olarak 1,3 trilyon ABD dolarıdır. Bununla birlikte, dünyadaki istihdamın yüzde on'unu tek başına sağlamaktadır. Dünya'daki pek çok insanın henüz turizm hareketine katılmamış olması, turizmin dünya ekonomisine sağlayacağı potansiyel katkının büyük olduğunu göstermektedir.

Turizm sektörünün, Türkiye ekonomisine yaklaşık otuz milyar düzeyinde katkısı bulunmaktadır. Turizm sektörünün gıda, inşaat, enerji, tarım ve hayvancılık gibi yetmişten fazla iş koluna doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlamaktadır.

Çoğaltan etkisi, herhangi bir sektördeki ilk yatırım harcamalarındaki bir değişikliğin milli gelirden ortaya çıkardığı artış veya azalışlardır. Bu etki, bir tüketim harcamasının başkalarının gelirini oluşturması ve gelirlerin sektörler arasında dolaşımından kaynaklanmaktadır. Böylece bir harcama, başlangıçta yapılan harcamayı aşan bir miktara ulaşmaktadır. Çoğaltan, bu artış veya azalışı gösteren bir katsayı olarak ifade edilmektedir.

Turizm sektörünün önemli çoğaltan etkisi vardır. Fransa gibi, Türkiye'den daha çok sayıda turist çeken ülkeler olmasına rağmen, Türk turizm sektörünün çoğaltan etkisi 1,96 ile dünyada ilk sırada yer almaktadır. Bunu; İngiltere, İrlanda Cumhuriyeti ve Mısır takip etmektedir.

Buna karşın, Türkiye'de son yıllarda turizm ile ilgili önemli sorunların çözülemediği görülmektedir. Öncelikli sorunun son yıllarda ülkeye gelen turist sayısının azalmasıdır. Bununla birlikte istihdam, kalifiye personel, yatırımlar gibi önemli sorunlar bulunmaktadır. Bu çalışmada cari açığın giderilmesinde önemli yer sahip olan turizmin sorunlarının çözümüne yönelik öneriler ortaya koyulacaktır. Bu önerilerin başında yeni pazarlar bulmak, doğru tanıtım faaliyetlerinin yapılması gibi etkinlikler gelmektedir.

Anahtar Kelimeler : Turizm, Turizm Ekonomisi, Çoğaltan Etkisi

⁴⁰⁹, behcetyener@gmail.com, , Turizm İşletmecisi



September 21-23, 2017 Uşak

Evaluation of the Effect of Unregistered Employment on Budget Deficits in Turkey

Extended Abstract

Reyhan LEBA TANSOKER⁴¹⁰

1. Introduction

The purpose of this study is to examine the premium and tax losses caused by unregistered employment in Turkey in terms of budget deficits and make some suggestions towards solutions.

The unregistered economy is subject to a trilateral taxation and these are classified as unrecognized economic activities, informal economic activities and illegal economic activities. Goods and services produced in the unregistered economy are largely produced by the workers who are employed in the unregistered economy or who have adopted this mode of working with their own will (Resmi Gazete, 2006). Therefore, the unregistered economy is reflected in the form of unregistered employment in the working life. The rates show that at the present time, three-quarters of the workers in Turkey still continue to work in the unregistered sector. In other words, today, one of the three workers works as an unregistered worker. This particular situation proves that unregistered employment and fighting with it is still important in Turkey. Just as it is the case in many developing country economies today, the Turkish economy is also significantly affected by the problems caused by unregistered employment (Leba Tansöker, 2017: 315, 310). In particular, the premiums and tax losses caused by unregistered employment can cause great damage to the economy of countries. Most of the deficits in question that have occurred on the state's budget are reflected on the registered employees. Thus, the increase in the premium and tax burden on the registered employees accelerates the escape into the unregistered employment. This has been found in some studies as one of the main reasons for unregistered employment in Turkey.

In the present study, in the calculation-benchmarking and evaluations to be done based on the reason that Amnesty Law No. 6552 may lead to misleading results in the short term income rise both in the Social Security Institution (SSI) budget and in the state budget as of 2015, the 2014 data was taken into account.

2. Impact of Unregistered Employment on Budget Deficits in Turkey

Taking into account the period of 01.07.2014-31.12.2014, if, according to the Turkish Statistical Institute (TSI) data, the 8.520.000 people working as wage earner or casual employee, self-employed and unpaid family worker had worked as registered workers, a total premium income of 38.453.418.360 TL would have been added to safety-deposit of the SSI.

Considering fact that SSI's budget deficit in Turkey for the year 2014 was 20.071.505.000 TL, it is clearly seen that the loss of premiums of 38.453.418.360 TL resulting from unregistered employment should not considered as contempt at all.

⁴¹⁰ Assist.Prof., Uludag University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Finance, reyhan@uludag.edu.tr



September 21-23, 2017 Uşak

Assuming that unregistered employment will be registered, the revenues of SSI will cover the expenditures. Thus, there will be no need for budget transfers. However, if the resulting SSI budget deficit is to be met through budget transfers, precautions such as increasing the tax rates and borrowing from the government will be resorted to, eventually leading to undesirable consequences.

Considering the unemployment insurance fund, caused by the unregistered employees in Turkey, even if revenues of the fund are higher than the expenditures when considering the years 2014 and 2016, should the unregistered employees get registered, more resources will accumulate in the fund with the increase of the fund revenues. This will lead to a relief in the state budget by reducing the state contribution to the unemployment insurance fund.

When the tax loss caused by unregistered employees in Turkey is evaluated in terms of budget deficits, the tax loss incurred by 3.088.000 people working as unregistered or casual employees when considering the period of 01.07.2014-31.12.2014 is composed of income tax and stamp tax. When these employees are assumed to have earned income from the minimum wage which is based on the minimum wage rate of the second period of 2014, a total of 2.381.218.560 TL income tax and 319.052.160 TL stamp tax loss are annually calculated. The total tax loss incurred by unregistered wage earners or casual employees is 2.700.270.720 TL per year.

Considering the general public sector income and expenditure balance over the years, it is clearly seen that the borrowing requirement has increased in the years when the revenue of the budget cannot afford the expenditures. If only the unregistered wage earners or casuals could have been registered, the borrowing requirement would be reduced by around 25% by 2014.

On the other hand, unregistered employment leads to direct losses as well as indirect losses on the budget. In fact, the fact that it leads to excessive social assistance payments and improper increases in expenditures or concealment of revenues in order to prevent the unregistered wages from appearing on the records as an income element cause indirect losses in the budget (Karaarslan, 2010: 181).

If the 8.520.000 people working as wage earner or casual employee, self-employed and unpaid family worker had worked as registered employees, the SSI would have a premium income of 38.453.418.360 TL which would be obtained with the second term minimum wage figures of the year 2014 and an income tax of 2.700.270.720 TL which would be obtained by the Revenue Administration (RA) from 3.088.000 people working as unregistered wage earners or casual employees. In this case, SSI and RA would have received a total of 41.153.689.080 TL in income. Considering the underreporting and indirect losses reported to the SSI and RA even if the employees are registered, it is apparent that the extra income of the two institutions will be much higher (Şen, 2014: 87).

3. Conclusion

As a result, the premiums and tax losses caused by unregistered employment in Turkey cause problems on the budget and damage the economy of the country. In this context, it is necessary to take some regulatory measures, mainly economic and financial, to prevent unregistered employment.

What needs to be done in the economic area are; the problem of unemployment and poverty must be resolved and fighting against inflation should be continued. What needs to be done in the financial area are; tax collection rates should be increased and taxes should be



September 21-23, 2017 Uşak

made fair; tax and social security premium exemptions and restructuring should be abandoned as a frequently resorted method; the burden of tax and social security premiums on employment should be reduced; problems arising from the Turkish Taxing System should be resolved and in this connection, complexity of the Turkish Tax System should be resolved and deterrence of the sanctions should be augmented. On the other hand, in order to reduce unregistered employment, measures to be taken in the social area must be implemented through active policies. For this end, measures should be taken to reduce rural-urban migration, skill courses for unemployed should be boosted and the public should be informed and made more aware about the disadvantages of unregistered employment.

Key Words : Unregistered employment, tax, social security premium, budget deficits, policies to prevent unregistered employment.

References

- İŞKUR. 2014, 2015 ve 2016 Yılları Faaliyet Raporları, <http://www.iskur.gov.tr/tr-tr/kurumsalbilgi/raporlar.aspx#dltop>, (01.09.2017).
- Karaarslan, E. (2010). *Kayıt Dışı İstihdam ve Neden Olduğu Mali Kayıpların Bütçe Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği*, Mali Hizmetler Derneği Yayın No: 7, Ankara.
- Leba Tansöker, R. (2017). “Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdamın Vergi Takozu Açısından Değerlendirilmesi”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(30): 309-334.
- Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü. Genel Devlet Dengesi (2010-2016), <http://www.bumko.gov.tr/TR,184/genel-yonetim-butce-dengesi.html>, (27.06.2017).
- Resmi Gazete, 04.10.2006 tarih ve 26309 sayılı. “Kayıt Dışı İstihdamla Mücadele (KADİM) Projesi”, 2006/28 sayılı Başbakanlık Genelgesi, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061004-13.htm>, (20.03.2011).
- SGK. Mali İstatistikler, Aylık İstatistik Bültenleri, <http://www.sgk.gov.tr>, (27.06.2017).
- Şen, A. (2014). *Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdam ve Vergi İlişkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- TÜİK. İşgücü İstatistikleri, Haber Bültenleri, http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=hb_x, (26.06.2017).