

ISSN: 2667-422X



SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	4
Sayı	Issue	9
Yıl	Year	2021

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2021, Cilt.4, Sayı.9

YAYIN KURULU

BAŞ EDITÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara.

editor@sobibder.org

editor.sobibder@gmail.com

Telefon: +90 312 485 14 60/103

DİL EDITÖRÜ

Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, Selçuk Üniversitesi, nevinsert@gmail.com

EDİTÖRLER KURULU

Atatürk İlke ve Cum. Tar.: Dr. Öğr. Üye. Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üni, megilmez@kastamonu.edu.tr

Coğrafya: Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, fdoker@sakarya.edu.tr

Çalışma Ekonomisi: Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, sakyalcin@anadolu.edu.tr

Çocuk Gelişimi: Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniver., ayukselen@medipol.edu.tr

Dilbilimi ve Edebiyat: Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, kihsan@gazi.edu.tr

Ekonomi: Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, atilla.aydin@rumeli.edu.tr

Felsefe: Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi, nerkizan@mu.edu.tr

İşletme Yönetimi: Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniv., tarhan@baskent.edu.tr

Maliye: Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, acelikka@ogu.edu.tr

Muhasebe: Prof. Dr. Seyhan ÇİL, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, seyhan.cil@hbv.edu.tr

Pazarlama: Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, karamustafa@erciyes.edu.tr

Siyasi Tarih: Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, onursen@mersin.edu.tr

Sosyoloji: Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, suna.tekel@inonu.edu.tr

Turizm ve Otel İşletmeciliği: Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniv, ayse.atar@omu.edu.tr

Uluslararası İlişkiler: Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, snaktiyok@atauni.edu.tr

Yakın Çağ Tarihi: Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, agunduz@gantep.edu.tr

Yönetim Bilişim Sistemleri: Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniver., ersinkaraman@atauni.edu.tr

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul.
Prof. Dr. Cemalettin AKTEPE, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi, Muğla
Prof. Dr. İhsan Kalender, Gazi Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
Prof. Dr. Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Seyhan ÇİL, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya.
Doç. Dr. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Lütü BUYRUK, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
Doç. Dr. Mehmet BAŞ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Metehan TOLON, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Nuray TOSUNOĞLU, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Ankara HBV Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Yaşar KAYA, İnönü Üniversitesi, Malatya
Dr. Öğr. Üyesi Ali Turan BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop.
Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul.
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
Dr. Öğr. Üyesi Filiz Özlem ÇETİNKAYA, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kırşehir.
Dr. Öğr. Üyesi Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop.
Dr. Öğr. Üyesi Menekşe Öztoprak, Başkent Üniversitesi, Ankara.

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa SOLMAZ, İnönü Üniversitesi, Malatya,
Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin.
Dr. Öğr. Üyesi Seda ÖZDEMİR AKGÜL, Selçuk Üniversitesi, Konya.
Dr. Öğr. Üyesi Zeki YÜKSEKBİLGİLİ, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul.

BU SAYIDA HAKEMLİK YAPANLAR

Prof. Dr. Ali YAYLI, AHBV Üniversitesi.
Prof. Dr. Ayfer AYDINER BOYLU, Hacettepe Üniversitesi.
Prof. Dr. Figen YILDRIM, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
Prof. Dr. Habib AKDOĞAN, Hitit Üniversitesi.
Prof. Dr. Mehmet BAŞ, AHBV Üniversitesi.
Prof. Dr. Metehan TOLON, AHBV Üniversitesi.
Doç. Dr. Atila GÖKTAŞ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi.
Doç. Dr. Ayşe Nevin SERT, SELÇUK Üniversitesi.
Doç. Dr. Evren GÜÇER, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Doç. Dr. Filiz ERDEMİR GÖZE, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Doç. Dr. Gencay KARAKAYA, İstanbul Ticaret Üniversitesi.
Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ, Balıkesir Üniversitesi.
Doç. Dr. Hakan KOÇ, AHBV Üniversitesi.
Doç. Dr. Oğuz YURTTADUR, Selçuk Üniversitesi.
Doç. Dr. Oğuzhan ZENGİN, Karabük Üniversitesi.
Doç. Dr. Selim CENGİZ, Çankırı Karatekin Üniversitesi.
Doç. Dr. Serkan TÜRKMEN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Ülkü Ayşe Oğuzhan BÖREKÇİ, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Ebru Gül YILMAZ, İstanbul Gelişim Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Emre ŞEN, Çankırı Karatekin Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Fatih KAYHAN, Kırklareli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gülay ÇİZGİCİ AKYÜZ, Trabzon Üniversitesi.

ODAK VE KAPSAM

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın odağında;
Sosyal Bilimler alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Sosyal Bilimler alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın kapsamında;

Arkeoloji, Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi, Avrupa Birliği, Bankacılık ve Sigortacılık, Batı Sanatı ve Çağdaş Sanat, Beşiri ve İktisadi Coğrafya, Bilgi ve Belge Yönetimi, Bölgesel Çalışmalar, Çağdaş Dünya Tarihi, Çocuk Gelişimi, Dilbilimi, Ekonometri, Erken Hristiyan ve Bizans Sanatları, Eskiçağ Tarihi, Felsefe, Finans, Fiziki Antropoloji ve Paleoantropoloji, Fiziki Coğrafya, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları, Gelişim Psikolojisi, Genel Türk Tarihi, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler, İktisadi Düşünce, İktisat Tarihi, İletişim Çalışmaları, Kamu Yönetimi, Makro İktisat, Maliye, Mikro İktisat, Muhasebe, Nicel Karar Yöntemleri, Organizasyon, Ortaçağ Tarihi, Osmanlı Kurumları ve Medeniyeti, Öğrenme-Bilişsel-Biyolojik-Deneysel Psikoloji, Pazarlama, Reklamcılık, Sanat Tarihi, Sinema, Siyasi Düşünceler, Siyasal Hayat ve Kurumlar, Siyaset Bilimi, Siyasi Tarih, Sosyal Hizmet, Sosyal Politika, Sosyal Psikoloji, Sosyal ve Kültürel Antropoloji, Sosyoloji, Turizm, Türk İslam Sanatı, Uluslararası İktisat, Uluslararası İlişkiler, Uluslararası Ticaret, Uygulamalı Psikoloji, Üretim ve Operasyon Yönetimi, Yakınçağ Tarihi, Yeniçağ Tarihi, Yerel Yönetimler, Kent ve Çevre Politikaları, Yönetim Bilişim Sistemleri, Yönetim ve Strateji, Yükseköğretim Çalışmaları yer almaktadır.

YAYIN SIKLIĞI

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. Aylık yayın yapan dergide yılda 12 sayı yayınlanmaktadır.

YAYIN DİLİ

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi Türkçe olarak yayın yapmaktadır. Ancak her bir makalede İngilizce başlık, abstract ve keywords bulunmalıdır.

INDEX

DRJI | Directory of Research Journals Indexing

RI-ROOTINDEXING

ResearchBib – Academic Resource Index

ROAD | ROAD, The Directory of Open Access Scholarly Resources

ISI | International Scientific Indexing

Eurasian Scientific Journal Index

ICI Index Copernicus International

General Impact Factor

CiteFactor

Asos Index

Scientific Indexing Services

EuroPub Database

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2021, Cilt.4, Sayı.9

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Turizm Bağlamında Çocukların Tatil Algılarına İlişkin Çağrışımların Resimsel Analizi

(Drawing Analysis of Connotations Regarding Children's Holiday Perceptions in The Context of Tourism)

Makbule CİVELEK, Perihan CİVELEK

ss.771-790.

Araştırma Makalesi

Türkiye'de Yabancı Uyruklu Yüksek Öğretim Öğrencilerinin Turist Davranışları

(Tourist Behavior of Foreign Students in Higher Education in Turkey)

Halime EŞİYOK, Bilgehan GÜLCAN

ss.791-814.

Araştırma Makalesi

Fourier Birim Kök Testleri Temelinde Ekolojik Açık, Ekonomik Büyüme ve Özel Sektör Kredilerinin Analizi: Türkiye Örneği

(The Analysis of Ecological Deficit, Economic Growth and Private Sector Credits Based on Fourier Unit Root Tests: The Case of Turkey)

Onur ÖZDEMİR, Sedef ÇEVİKALP

ss.815-832.

Araştırma Makalesi

Uluslararası Pazarlarda Hedef Pazar Seçimi Üzerine Bir Araştırma

(A Research on Target Market Selection in International Markets)

Ezgi DEMİRAĞ ÇAKICI, Kadri Gökhan YILMAZ

ss.833-849.

Araştırma Makalesi

Türk Bankacılık Sisteminde Sektörel Bazda Kredi Kullanımının Küresel Kovid-19 Salgını ile İlişkisi

(The Relationship of Sectoral Loan Usage in the Turkish Banking System with the Covid-19 Pandemic)

M. Esra ATUKALP

ss.850-859.

Araştırma Makalesi

Bağımsız Denetçi Değişikliğinin Belirleyicileri: BİST Şirketleri Üzerine Bir Araştırma

(Determinants of Independent Auditor Change: A Study on BIST Companies)

Neşegül PARLAK

ss.860-875.

Kavramsal Makale

Covid-19 Sürecinde Turizm Sektörü ve Turizm Eğitiminde Yenilikçi Uygulamalar

(Innovative Practices in Tourism Sector and Tourism Education in The Process of Covid-19)

Yasemin TEKİN

ss.876-888.

Kavramsal Makale

Picasso ve Braque'nin Kübizm'e Etkileri

(Influences of Picasso and Braque on Cubism)

Ahmet TÜRE

ss.889-902.

Araştırma Makalesi

Dijital Ortamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sunumu: Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı

(Presentation of Corporate Social Responsibility Actions in Digital Environment: Sabancı Foundation and Vehbi Koç Foundation)

Gülcan IŞIK, Yunus Emre TOPRAK

ss.903-923.

Kavramsal Makale

Dış Ticarete Blokzincir Uygulamaları

(Applications of Blockchain in International Trade)

Selahattin Armağan VURDU

ss.924-936.

Araştırma Makalesi

Göçmen Kadınların Erzurum'da Yaşadığı Göçmenlik Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma

(A Qualitative Research on The Migration Experiences of Migrant Women in Erzurum)

Cengiz KILIÇ, Derya ÇAKMAK KARAPINAR

ss.937-951.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 771-790.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.798](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.798)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Bağlamında Çocukların Tatil Algılarına İlişkin Çağrışımların Resimsel Analizi*

Dr. Öğr. Üyesi Makbule CİVELEK, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi, Zonguldak, e-posta: makbule.civelek@beun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3997-6508>

Arş. Gör. Perihan CİVELEK, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Bilecik, e-posta: perihan.civelek@bilecik.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2652-9282>

Öz

Günümüzde tatil kararlarını alma süreçlerinde çocukların aileleri üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı turizm kavramından hareketle çocukların tatile bakış açısının değerlendirilmesidir. Bu amaç doğrultusunda beş yaş grubu 23 çocuktan turizm kavramı hakkında resimler çizmesi istenmiştir. Ayrıca çocukların resimlerinden elde edilen verileri desteklemek amacıyla tatil algılarına ilişkin görüşmeler yapılmıştır. Çocuklar tarafından yapılan resimler nitel yöntem aracılığıyla görsel analize ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışma sonuçlarına göre tatil çocuklara en çok güneş, deniz, ağaç, kuş ve balık çağrışımları yapmaktadır. Resimde kullanılan renkler temasında en çok mavi rengi kullanıldığı belirlenmiştir. Resim özellikleri temasından elde edilen sonuçlara bakıldığında çocukların resimlerinde en çok düzleme özelliği saptanmıştır. Çocukların tatil algılarına ilişkin görüşme sonuçlarına göre ise önceden yaşadıkları tatil deneyimlerini aktardıkları tespit edilmiştir. Çocukların tatil algılarına yönelik çizimleri ile görüşmelerden elde edilen ifadeler arasında bir tutarlılık olduğu sonucunu varılmıştır.

* Bu çalışmanın özet bildirisi "5. Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Kongresi'nde sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm Algısı, Tatil Çağrışımları, Çocuk Resimleri.

Makale Gönderme Tarihi: 09.05.2021

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2021

Önerilen Atıf:

Civelek, M. ve Civelek, P. (2021). Turizm Bağlamında Çocukların Tatil Algılarına İlişkin Çağrışımların Resimsel Analizi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 771-790.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 771-790. DOI:10.26677/TR1010.2021.798

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Drawing Analysis of Connotations Regarding Children's Holiday Perceptions in The Context of Tourism

Assistant Prof. Dr. Makbule CİVELEK, Zonguldak Bülent Ecevit University, Karadeniz Ereğli Faculty of Tourism, Zonguldak, e-mail: makbule.civelek@beun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3997-6508>

Research Assistant Perihan CİVELEK, Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Health Sciences, Bilecik, e-mail: perihan.civelek@bilecik.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2652-9282>

Abstract

The aim of the study is to determine children's perceptions of holiday with their drawing. The study group of the research consists of 23 children in the five-age group. The children were asked to draw a picture regarding their perceptions of holiday. Also, interviews were conducted with children in order to examine children's perceptions of holiday. The drawings were examined through visual and content analysis. It is seen that the holiday mostly evokes sun, sea, tree, bird and fish connotations for children. It was determined that children mostly used blue in their drawings. It was found that the most flattening feature was seen in the children's drawings. When the opinions of children regarding their perceptions of holiday are examined, it is seen that the perceptions of holiday are mostly related to the holiday experiences of the children. There is a consistency between the children's drawings and the expressions obtained from the interviews.

Keywords: Perception of Tourism, Connotations of Holiday, Children's Drawings.

Received: 09.05.2021

Accepted: 01.09.2021

Suggested Citation:

Civelek, M. and Civelek, P. (2021). Drawing Analysis of Connotations Regarding Children's Holiday Perceptions in The Context of Tourism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 771-790.

© 2021 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Turizm ve tatil algısı turistlerin beklentileri ve deneyimleri nedeniyle değişiklik göstermektedir. Günümüzde gelişmiş ülkelerde turizm bir ihtiyaç iken, gelişmekte olan ülkelerde ise sosyo ekonomik değişkenlere bağlı olarak lüks bir olgu olarak görülebilmektedir. Turizmin bu değişimi üzerine çeşitli değişkenler göz önüne alınarak araştırmalar yapılmaktadır. Bu değişkenlerden biri de çocukların tatil kararı alma hususunda aileleri üzerindeki etkilerinin saptanmasına yöneliktir. Çocuklar, ailelerin en küçük yapı taşlarını oluşturmaktadır. Aileler tüketim kararlarını çocuklarının isteklerine göre şekillendirebilmektedir. Ailelerin, çocuklarının tatilde rahat edebilecekleri destinasyonları ve tesisleri tercih etmesi olasıdır. Tatil kararının alınmasında çocuklar bu nedenle etkili bir unsurdur. Tatile çıkma konusunda önemsenen çocuklar, tatille ilgili ailelerin tercihlerini de belirleyebilmektedir. Bu nedenle çocukların tatile bakış açılarını bilmek, turizme ilişkin beklentilerin de ortaya konulması açısından önem taşımaktadır.

Çocuk ve turizm konulu çeşitli araştırmalar yapılsa da araştırmalarda daha çok çocuk dostu turizm kavramı üzerinde durulduğu görülmektedir. Ulusal ve uluslararası literatürde çocukların turizm ve tatil algılarındaki çıkarımları çalışılmış olmakla birlikte sınırlı bir düzeyde kalmıştır. Bu kapsamda çalışmanın amacı literatürde üzerinde çalışılmamış olan beş yaş grubunun turizmden hareket edilerek tatil algılarını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda beş yaş grubu çocuklardan tatil deneyimleri hakkında algılarını ve çağrışımlarını resmetmeleri istenmiştir.

Çocuklar kendilerini ifade edebilme aşamasında çeşitli araçları kullanmaktadır. İletişim becerilerinin geliştirilebilmesi, duygu ve düşüncelerin aktarılabilmesi ve hayal güçlerini yansıtabilmeleri amaçlarıyla resim çizmek önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Resim sözel olmayan iletişim kanallarından birisidir. Çocuklar için en etkili iletişim unsurlarından birini oluşturan resimler çocukların duygu, düşünceleri ve iç dünyalarına ilişkin bilgiler edinmemizi sağlamaktadır. Bebeklikten itibaren bir çizim aracı ile (kalem, pastel boya vb.) yüzey üzerinde izler bırakan çocuk aslında ilk sanatsal deneyimine çizgiler aracılığıyla başlangıç yapmış olmaktadır. Çocuklar çizimlerine hayal ettiklerini yansıtmakta ve bu nedenle çocukların çizimleri pek çok anlamı içerebilmektedir. Çocuklar için resim kendini anlatabilmenin bir aracıdır. Resimler hiçbir baskı olmaksızın çocuklara özgür bir şekilde düşüncelerini aktarma fırsatı sunmaktadır. Bu nedenle çocuğun dünyasında resim önemli bir yer tutmaktadır. Bu kapsamda çalışmada çocukların tatil algılarını en iyi resimler aracılığıyla ortaya koyabileceğinden yola çıkılarak, çocukların çizimleri ile tatil algıları incelenmiştir. Ayrıca resimlerden elde edilen bulguları desteklemek amacıyla tatil algılarına yönelik olarak çocuklarla görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışma soruları bu temel sorun kapsamında aşağıdaki gibi şekillendirilmiştir:

- Çocuklara tatil deyince çağrışım yapan unsurlar nelerdir?
- Çocukların turizm ve tatil kapsamında çizdikleri öğeler nelerdir?
- Çocukların resimlerinde kullandıkları renkler nelerdir?
- Çocukların tatil kapsamında çizdikleri resimler, resim özellikleri bakımından neyi ifade etmektedir?
- Çocukların daha önceki tatil deneyimlerine ilişkin görüşleri nedir?

LİTERATÜR TARAMASI

Turizm Olgusu ve Çocuk

Geçmişten günümüze değin turizm kavramının çeşitli yönlerini ortaya koyan tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlamalar turizm kavramının kompleks yapısı nedeniyle farklılıklar

göstermekle birlikte turizmin temel özelliklerinden de hareket etmektedir. Bu tanımlamaları turizmi bir sistem olarak görenler (Mill ve Morison, 1985; Gunn 1988; Leiper, 1995), turizmi kuramsal açıdan ele alanlar (Hunziker ve Krapf, 1942) turizmin sosyolojik ve psikolojik boyutlarını ön planda tutanlar (MacCannell, 1976; Pearce, 1982; McIntosh ve Gupta, 1980; Dann ve Cohen, 1991), turizmin ekonomik boyutuyla ele alanlar (Çoruh, 1952; Bernecker, 1968; Archer ve Cooper, 1994) olarak sınıflandırmak mümkündür. Aynı zamanda Akoğlu'na (1971: 13) göre, 1930-1936 yılları arasında Morgenraoth, Bormann, Gölden, Norval ve Olive gibi yazarlar turizm tanımı için çıkış noktası olarak ulaştırmayı almışlar ve şahıs ulaştırması, yer değiştirme olaylarına tanıtımda yer vermişlerdir. Daha sonraki devrede (1938-1960) Römer, Leveille-Nizerolle, Marko ve Kolaczek gibi yazarlar ise turizm olayını her şeyden önce aile bütçesine yapılan bir tüketime bağlamakta ve turistik tüketim fonksiyonunu turizm tanıma temel olarak almaktadır. Yapılan bu sınıflandırmaya ilişkin araştırmacı görüşleri aşağıdaki gibi şekillenmektedir:

Turizmi kuramsal açıdan ele alan Hunzier ve Krapf'a (1942) göre *turizm yabancıların konaklama ve seyahatlerinden doğan, sürekli olarak kalmaya ve gelir sağlayıcı bir uğraşıya dönüşmeyen ilişkilerin toplamını* ifade etmektedir (Jayapalan, 2001: 11). Hunzier ve Krapf'ın bu tanımlamasına göre turizm hareketlerinin geçici konaklamadan doğması ve para kazandırma gibi bir amacının olmaması gerekliliği vurgulanmıştır. Benzer bir noktadan hareket eden Olalı ve Timur'a (1963: 179) göre *turizm, insanların sürekli konutlarının bulunduğu yer dışına yaptıkları geziler ve gittikleri yerlerdeki geçici konaklamalarından doğan gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik faaliyetlerdir*. Brukart ve Medlik'in çıkış noktası da benzerlik göstermektedir. 1981 yılında yapılan bu tanıma göre ise turizm, geçici ziyaretlerden doğan, yaşanan yer dışına mesleki nedeler dışında herhangi bir nedenle çıkılan olgu (Lickorish ve Jenkins, 1997: 3) şeklindedir.

Turizmin ekonomik yönü üzerine tartışmaları başlatan araştırmacı 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar olmuştur. Yazar, turizmi başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü olarak nitelendirmektedir (Kozak vd., 2012: 1). Ekonomik yönlü başka bir tanıma göre ise *turizm bir ülkeye gelen yabancıların sayısını ve turizm gelirlerini artırmak, iç turizm hareketlerini geliştirmek ve yurt dışına çıkan vatandaşların seyahatlerini düzenlemekle ilgili bütün yatırım, tedbir, planlama ve uygulama faaliyetlerini kapsar* (Akoğlu, 1971: 70) şeklindedir. Bernecker'e göre turizm, *yabancıların belirli bir yer, bölge veya eyalete doğru, bu yerler içinde ve bu yerlerden başka yerlere doğru seyahatleri ve orada kalmaları ile ilgili öncelikle iktisadi olayların bütünüdür* (Toskay, 1983: 24). Çoruh'a (1952: 10) göre ise turizm ilk bakışta ve iktisadi manada bir mal satışlarıdır. Bu satış, muhtelif mahsullerin istihlak ettirilmesi ve çeşitli hizmetlerin yapılması ile olmaktadır. Turizmin ekonomik yönü üzerine yapılan tanımlarının ortak noktasında turizmin gelir getirici özelliği üzerinde durulduğu görülmektedir. Turistlerin harcamaları ile elde edilen gelir, turistik ürün ise satılan bir mal ya da hizmet olarak görülmektedir.

Turizmin sadece ekonomik bir olgu olmaması nedeniyle sosyal boyutu da göz önüne alınarak tanımlamalar yapılmıştır. Turizme sosyal boyutu ile yaklaşanlar sosyal sınıfları, alışkanlıkları ev sahibi ve misafirlerin gelenek ve göreneklerini dikkate almaktadır (Goeldner vd., 2000: 22). Turizm, insan yaşamına ilişkin bir olay olarak görülebileceği gibi insanların bir toplum içinde birlikte yaşamalarının da belirli bir yönünü oluşturan toplumsal bir olay olarak kabul edilebilir (Barutçugil, 1984: 20). Turizm, sadece ekonomik bir olay değil, sosyal, kültürel, coğrafi, siyasi yönleri olan, toplumu ve sosyal yapıyı etkisi altına alan ulusal ve uluslararası platformdaki harekettir (Ülger, 1993: 54).

Toplumun hemen hemen tüm katmanlarına sirayet ettiği düşünülen turizm olgusu, toplumun en küçük yapı taşı olan ailede ve ailenin bir parçasını oluşturan çocuklarda da kendine yer bulmaktadır. Bu bağlamda, çocuğun turizm ile olan ilişkisi, beklentileri ve turizmin zihinlerinde yeri turizm aktörleri için önem arz etmektedir. Çocuklardan gelecek fikirlerin turizm

hareketliliğine sağlayacağı katkı turizm unsurları tarafından değer görmekle beraber, yönlendirmeye uygun bir yapı taşıyan çocukların konuya ilişkin gerçekte ne hissettiklerinin bilinmesi, ebeveynler ve uzmanlar tarafından da önem teşkil edecektir. (Tankuş vd., 2018: 27). Günümüzün çocukları, ailelerin satın alma kararlarında etkili olmaktadır. Tatile çıkma kararında önemsenen çocuklar, ailenin tatille ilgili bir tercihin de belirleyicisi olurken, aynı zamanda, geleceğin potansiyel turisti olarak da önemlidirler. Bu nedenle, çocukların turizme bakış açılarını bilmek, turizm ile ilgili beklentilerinin belirlenmesi yanında, turizm bilincinin belirlenmesi bakımından da gereklidir (Akoğlan-Kozak ve Özkeroğlu, 2020: 19). Son yıllara kadar turizm pazarlaması konusunda çocuklara yönelik turizm pazarına yeterince önem verilmemiştir. Ancak değişen aile yapısıyla birlikte turizm talebinde de değişimler görülmeye başlanmıştır. İnsanlar aileleri ile birlikte gerek yurt içi gerekse yurt dışı turizm faaliyetlerine katılmakta ve gidecekleri yerlere karar verirken çocuklarının isteklerini de göz önünde bulundurmaktadırlar (Tanrısever vd., 2018: 33).

Çocuk ve turizm olgusunu ele alan ulusal ve uluslararası bazda çeşitli yapılmıştır. Bu çalışmaları; turizm deneyimlerinin çocuklar tarafından algılanış biçimine yönelik yapılanlar (Yang vd., 2020; Khoo-Lattimore; 2015; Nickerson ve Jurowsk, 2001; Gamrad, 1995) olarak sıralamak mümkündür. Ayrıca çalışmanın ana problemi doğrultusunda yapılan çalışmalara (Ertaş vd., 2021; Akoğlan-Kozak ve Özkeroğlu, 2020; Aytatlı vd., 2020; Wu vd., 2019; Tankuş vd., 2018; Rhoden vd., 2018) ilişkin sonuçlara aşağıda yer verilmiştir.

Ertaş vd. (2021) tarafından 7-15 yaş arasında 30 öğrenci ile yürütülen çalışmada turizm deneyimlerinin resmedilmesi istenmiştir. Çalışmada resim analizlerine göre 4 temel kategori belirlenmiştir. Ekonomi ana kategorisinde, turizmin ekonomik katkıları resmedilmiş olup genel kanı pozitifdir. Kullanılan alt kategori ise sıklıkla dolar olmuştur. Sosyo-kültürel unsurları içeren ana kategoride resimler kültürel çeşitlilik üzerinde yoğunlaşmıştır. Bunun yanı sıra kültürel miras, rekreasyonel faaliyetler ve kültürel kimlik gibi alt kategoriler de oluşmuştur. Çevre unsurlarını içeren ana kategoride turizmin olumlu ve olumsuz etkileri resmedilirken, genel olarak doğal kaynaklar üzerinde durulmuştur. Görüşme bulguları da öğrencilerin turizme ve turiste bakış açılarının genel olarak pozitif olduğunu göstermiştir. Katılımcılar, turistleri arkadaş canlısı, kibar, nazik ve iyi olarak tarif edilmiştir.

Akoğlan-Kozak ve Özkeroğlu (2020) çocukların bakış açısı ile turizm kavramını irdelemişlerdir. Araştırmacılar, Uluslararası Turizm Karikatürleri yarışmasında son 5 yıldır çocuklar tarafından çizilen 204 karikatürü incelemiştir. 16 yaşına kadar çocukların yaptığı karikatürlerin incelendiği çalışma bulguları, çizilen karikatürlere göre kategorilere ayrılmakla birlikte daha çok doğa, insan ve konaklama unsurları üzerinde durulmuştur.

Aytatlı vd., (2020) tarafından yapılmış olan çalışmada 8-11 yaş grubu çocukların turizme bakış açıları çizdikleri resimlerle ortaya konmaya çalışılmıştır. 3 farklı okulda yapılan çalışma sonuçları genel olarak deniz turizmine ilişkin göstergeler içerdiği yönündedir. Buna ek olarak orman, dağ, yeşil alanlar da sıklıkla çizilen unsurlardandır.

Wu vd., (2019) Çin'deki çocukların aileleri ile yapmış oldukları tatillere ilişkin algılarını resimleme tekniği ile tespit etmeye çalışmıştır. 8-11 yaş arasındaki 139 çocuğun dahil olduğu çalışmada kumdan kaleler, yüzme ve dalma, doğa ve hayvanlar resmedilmiştir. Bunlara ek olarak yemekler, bina ve ulaşım araçları da resimlerde yer almıştır.

Tankuş vd., 2018 yılında yapmış oldukları çalışmada 6-12 yaş çocukların bakış açısı ile turizm kavramını irdelemiştir. Görüşmenin kullanıldığı çalışmada çocukların turizm algısı, hayal ettikleri tatiller, konaklama işletmelerine ilişkin beklentileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Rhoden vd., (2016) 9-10 yaş grubu 39 çocuktan, tatil bölgelerinde konaklama yaptıkları işletmelere ilişkin deneyimlerini resmetmesini istemiştir. Bunun yanı sıra tatil deneyimleri hakkında sorular da yönlendirilmiştir. Çalışma sonuçları genel itibari ile çocukların tatil deneyimlerinden mutlu oldukları, konaklama yaptıkları işletmelerde kendilerini iyi ve rahat hissettikleri yönünde olmuştur. Tatil bitiminde evlerine dönmek zorunda olan çocukların çizimlerinde ise mutsuz ya da ağlayan bebekler vardır.

Çocuk ve Resim İlişkisi

Sözel olmayan iletişim yöntemleri çocukların kendini ifade etmede kullandıkları önemli yollardan birisidir. Bu yöntemlerden birisi de resimdir. Resimler çocuklar için iletişimin en etkili unsurlarından birini oluşturmaktadır (Artut, 2004: 224). Çocuklar dünyalarının bir yansıması olarak resimlerinde kendine ait renk ve semboller kullanmakta (Afşaroğlu-Eren, 2017: 161) ve korkularını, duygusal problemlerini, endişelerini çizdiği resimler aracılığıyla yansıtmaktadır. Bu nedenle resimler çocukların iç dünyası hakkında bilgiler elde etmemizi sağlamaktadır (Yavuzer, 2016: 11; Yüce, 2016: 314). Çocuklar çizdikleri resimlerde daha çok hayal ettiklerini yansıtmaktadır. Bu nedenle çizilen basit bir çizgi bile çocuk için pek çok anlamı içerebilmektedir (Çankırılı, 2012).

Çocukların ilk çizimleri karalama adını verdiğimiz çizgilerle başlamaktadır. Karalama dönemi iki yaşındaki çocukların ilk çizgileriyle başlayan dönem kapsamaktadır. Bu dönem yaklaşık 4 yaşa kadar sürmektedir. Bu karalamalar zamanla anlamlı çizimlere dönüşmektedir. Çocukların yaşları büyüdükçe resimleri de daha gerçekçi olmaktadır (Kındap, 2005; Kırısoğlu, 2002). Karalamalar çocukların içgüdüsel olarak gerçekleştirdiği rastgele, bilinçsiz ve kontrolsüz eylemleri olarak ortaya çıkmaktadır. Çocukların bu dönemde yaptıkları karalamalar mekân kavramı bulunmaksızın kâğıt yüzeyinin her tarafına gelişigüzel bir şekilde çizilebilmektedir (Artut, 2004: 225). Karalama dönemindeki çizgilerin biçimlenmeye başladığı dönem ise şema öncesi dönemdir. Bu dönem 4-7 yaş arasını kapsamaktadır (Özönder-Aydın, 2017: 2222). Bu dönemde bilinçli bir şekilde resim yapmaya başlayan çocukların çizimleri belli bir olgunluğa ulaşmıştır. Çocukların bu dönemde çizdiği şemalar karalama döneminde olduğu gibi soyut değildir. Resimlerinde kısıtlama ve yapamama endişesi taşımayan çocukların bu dönemde çizimleri daha anlaşılabilir bir hale gelmektedir. Bu dönemdeki çocuklar, duygusal bağının daha güçlü olduğu nesneleri daha ayrıntılı bir şekilde çizme eğilimi göstermektedir. Resimlerinde ise çok fazla insan figürü çizimleri yer almaktadır (Jolley, 2010; Özönder Aydın, 2017; Yaman-Bozdemir, 2020).

Çizim çocukluk döneminde en sevilen aktivitedir. Bu aktivite çoğu zaman yetişkinler tarafından göz ardı edilse de resim çizmek çocuklar için keyif vericidir. Resimler insan iletişiminin en temel aracı olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla çocukların gelişiminde de en önemli kilometre taşlarından birini oluşturmaktadır (Zlateva, 2019: 9). Resim ve çocuk birbirini tamamlayan, sürekli değişen ve gelişen olgulardır (Yaman-Bozdemir, 2020: 21). Çocuk çizimlerinin, çocuğun gelişiminin temsili bir aynası olduğu düşünülmektedir (Cherney vd., 2006: 127). Çocuklar resimler aracılığıyla öğrenme ve gelişmelerini gösterir (Stolley, 2012: 4). Çocuklar çevrelerindeki dünyayı keşfetme sürecinde kalem, kâğıt, fırça gibi araçlar ile bu keşiflerini aktarma ihtiyacı duymaktadır (Farokhi ve Hashemi, 2011: 2219). Bu nedenle resimler çocukların deneyimlerine ilişkin bilgiler edinmemizi sağlamaktadır. İlgili çalışmalara bakıldığında da çocukların çeşitli konulara ilişkin algılarının resimler aracılığıyla incelendiği görülmektedir. Yıldırım-Doğru vd. (2006) çocukların aile kavramına ilişkin algılarını resimler aracılığıyla incelemiştir. Yurtal ve Artut (2008) çocukların şiddeti algılama biçimlerini çizdikleri resimler aracılığıyla ortaya

koymuşlardır. Türkcan (2013) yaptığı çalışmada ilköğretim öğrencilerinin verilen bir kavrama ilişkin algılarını resmetmelerini istemiş ve resimler üzerinden göstergebilimsel bir analiz yapmıştır. Şimşek-İşliyen ve İşliyen (2015) yaptıkları çalışmada çocukların medya algılarını resimler üzerinden analiz etmiştir. Bu kapsamda çocuklardan medyaya yönelik resimler yapmaları istenmiş ve resimler çözümlenmiştir. Yukay-Yüksel vd., (2015) okul öncesi dönemdeki çocukların iyi ve kötü kavramlarına ilişkin algılarını resim analizi yöntemiyle incelemiştir. Bay (2019) ise okul öncesi dönemdeki çocukların okul algılarının incelenmesi amacıyla çocuklardan resim çizmelerini istemiş ve resimler doküman olarak incelenmiştir.

YÖNTEM

Araştırmanın amacı, beş yaş grubu çocukların turizm kapsamında tatil algılarını çizdikleri resimlerle tespit edebilmektir. Bu amaç doğrultusunda çocukların turizme ilişkin bakış açılarını ve çağrışımlarını ortaya koyabilmek araştırmanın temel sorunudur. Araştırma kapsamında çocuklara turizm, tatil, seyahat gibi kavramlar anlatılmadan resimler çizilmesi istenmiştir. Konular hakkında ön bilgi verilmemesinin nedeni çocukların çizecekleri resimler konusunda kısıtlamaya gidilmemesinin yanı sıra yönlendirme yapmamaktır. Okul öncesi eğitimi sürdüren beş yaş grubu çocukların tatil algıları ve çağrışımları turistik ürünün pazarlanması ve planlaması aşamasına rol oynayabileceği düşünülmektedir. Ailelerin tatil planlarında ve satın alma davranışlarında çocukların önemi düşünüldüğünde turizm işletmecilerine katkı sağlayacağı gibi, literatürde ilgili yaş grubu üzerine çalışma yapılmamış olması nedeniyle de bu boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Araştırmanın çalışma grubunu okul öncesi eğitime devam eden 5 yaş grubu 23 çocuk oluşturmaktadır. Örneklem grubunun seçiminde amaçlı örneklemden yararlanılmış olup kolay ulaşılabilir nitelik taşıması gözetilmiştir. Bu kapsamda çocukların 13'ü kız, 10'u erkektir. Çalışma 2020 yılının Ocak ayında gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aşamasında ilgili okulun yöneticisi ve çalışma yapılacak sınıfın öğretmenini ile ön görüşmeler yapılarak çalışmanın amacı ve veri toplama süreci aktarılmıştır. Bu kapsamda belirlenen günde ilgili sınıfa gidilerek öncelikle çocuklara neler yapılacağına ilişkin bilgi verilmiştir. Ardından çocuklardan tatil denilince neler algıladıklarına ilişkin bir resim çizmeleri istenmiştir. Resimlerin çizilmesinde okul öncesi öğretmeni de araştırmacılara eşlik etmiş olup genel olarak çizim süreleri bir etkinlik saatini kapsamıştır.

Çalışma kapsamında nitel yöntemler birbirlerini tamamlayacak şekilde kullanılmıştır. Bu bağlamda resimleme tekniği, içerik analizi ve görüşmeden yararlanılmıştır. Resimleme tekniği çocukların turizme bakış açılarını ortaya koymasını sağlaması amacıyla tercih edilmiştir. Bu araç, çocukların kendilerini çizimlerle ifade etmelerine olanak tanırken, hayal güçlerini de ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında elde edilen 23 resim, araştırmacılar tarafından arşivlenmiştir. Gerekli tarama işlemleri yapılarak resimlerin dijital ortama aktarımı sağlanmıştır. Resimleme tekniğinden yararlanarak, çocukların çizmiş oldukları unsurlar gruplandırılmıştır. Çocukların kullandıkları resimler, resimlerin özellikleri analiz edilmiştir. Ayrıca resimler demografik değişkenlerden biri olan cinsiyete göre ayrılarak resim çözümlenmeleri yapılmıştır.

İçerik analizi, çocukların resmettiği unsurların kategorilere ayrılması amacıyla kullanılmıştır. İçerik analizi kapsamında araştırmacılar tarafından ana kodlar ve alt kodlar oluşturulmuştur. Çalışmada doğaya ilişkin unsurlar, gökyüzüne ilişkin unsurlar, bitkilere ilişkin unsurlar, hayvanlara ilişkin unsurlar, ulaşımına ilişkin unsurlar, eylemlere ilişkin unsurlar, konaklama ilişkin unsurlar, tatile ilişkin unsurlar, yazılı unsurlar ve diğer unsurlar olmak üzere 12 ana kategori oluşturulmuştur. Bunun dışında çocukların yapmış oldukları resimlerde kullanmış oldukları renkler; ana renkler, ara renkler ve diğer renkler olmak üzere 3 ana kategoriye ayrılmıştır. Çocuklar tarafından çizilen resimler yaş grupları da dikkate alınarak resim özellikleri

bakımında da irdelenmiştir. Düzeleme özelliği, yer çizgisi kullanımı, gerçekçi renk kullanımı, orantılı resim özelliği ve saydam resim özelliği olmak üzere 5 kategoride incelenmiştir.

Görüşme, resimlerini tamamlayan çocukların çizdikleri şekilleri, anlatmaya çalıştıkları unsurları ve tatil deneyimlerini tespit amacı ile tercih edilmiştir. Bu nedenle çocuklara sorular sorup resmettikleri unsurlar hakkında notlar alınmıştır. Görüşmeler, bir etkinlik saatini kapsamıştır. Görüşmeler deşifre edilirken çocukların en sık kullandığı kelimeler kelime bulutu ile görselleştirilmiştir. Görüşme bulguları, doğaya ilişkin algılar, hayvanlara ilişkin algılar, konaklama işletmelerine ilişkin algılar ve tatil deneyimine ilişkin algılar olarak kategorize edilmiştir.

BULGULAR

Beş Yaş Grubu Çocukların Çizimlerine İlişkin Bulgular

Çalışmada okul öncesi dönemdeki beş yaş grubu çocukların tatil algılarının resimler aracılığıyla incelenmesi amaçlanmıştır. Çocukların resimlerine ilişkin bulgular aşağıda tablolar halinde sunulmuştur. Resimler; *tatil kavramına ilişkin unsurlar, kullanılan renkler ve resim özellikleri* olmak üzere üç ayrı tema altında incelenmiştir. Her bir temaya ilişkin kategoriler ve alt kategoriler belirlenmiş, her bir kategori ise ayrıca cinsiyete göre ele alınmıştır. Bu kapsamda tatil kavramına ilişkin unsurlar temasına ilişkin bulgular Tablo 1' de yer almaktadır.

Tablo 1' e bakıldığında çocukların tatil algılarına ilişkin çizimleri; doğaya ilişkin unsurlar, gökyüzüne ilişkin unsurlar, bitkilere ilişkin unsurlar, hayvanlara ilişkin unsurlar, sosyal çevreye ilişkin unsurlar, ulaşımına ilişkin unsurlar, eylemler, konaklamaya ilişkin unsurlar, tatile ilişkin unsurlar, güvenlik unsurları, yazılı unsurlar/semboller ve diğer unsurlar olmak üzere 12 kategori altında ele alınmıştır.

Doğaya ilişkin unsurlar kategorisi, çocukların resimlerinde yer alan doğal çevre unsurlarını içermektedir. Bu kapsamda çocukların resimlerinde en çok deniz (n=19) çizimine yer verdikleri görülmüştür. Dalga (n=9), kumsal (n=8) ve kum (n=7) çizimleri de deniz çiziminden sonra en sık kullanılan unsurlar olmuştur. Cinsiyete göre ele alındığında ise kız ve erkek çocuklarının bu kategori altındaki çizimlerinde bir farklılaşma olduğu gözlemlenmektedir. Bu kapsamda kız çocukları 4 farklı alt kategoriye (deniz, dalga, kum ve kumsal) ilişkin çizimler yaparken erkek çocukları ise 8 farklı alt kategoriye (deniz, kumsal, dalga, kum, çakıl, dağ, şelale ve çim) ilişkin çizimler yapmıştır. Doğaya özgü çizimler toplam olarak değerlendirildiğinde çizilen resimlerde erkek çocuklarının daha fazla öğe kullandığı tespit edilmiştir.

Gökyüzüne ilişkin unsurlar ana kategorisinde genel olarak çocuklar tarafından güneş (n=17) çizimine yer verilmiştir. Bunu sırasıyla bulut (n=7) ve gökkuşağı (n=1) çizimlerinin izlediği görülmektedir. Cinsiyet bazında bir değerlendirme yapıldığında bu kategori altında anlamlı bir farklılaşma bulunmadığı görülmüştür. Kız ve erkek çocuklarının çoğunun gökyüzüne ilişkin unsurlardan güneşi ve bulutu çizdikleri görülmektedir. 1 kız çocuğu (Ç5) ise görsel 1'de de yer verildiği gibi gökkuşağını resmetmiştir. Genel bir değerlendirme yapıldığında güneş unsuru her iki cinsiyet bazında kullanılsa da (nk=10, ne=7) kız çocukları erkek çocuklarına göre çizimlerinde gökyüzüne ilişkin unsurlara daha fazla yer vermiştir.

Tablo 1. Tatil Kavramına İlişkin Unsurlar

Kategoriler	Cinsiyet	
	Kız	Erkek
Doğaya İlişkin Unsurlar		
Deniz	12	7
Dalga	5	4
Kumsal	3	5
Kum	3	4
Dağ	-	4
Şelale	-	3
Çakıl	-	2
Çim	-	1
Gökyüzüne İlişkin Unsurlar		
Güneş	10	7
Bulut	5	2
Gökkuşağı	1	-
Bitkilere İlişkin Unsurlar		
Ağaç	7	4
Çiçek	5	2
Yaprak	3	1
Sarmaşık	1	-
Orman	1	1
Yosun	1	-
Hayvanlara İlişkin Unsurlar		
Balık	3	6
Kuş	4	3
Kedi	2	2
Flamingo	4	-
Köpek	2	1
Kelebek	3	-
Kertenkele	-	2
Yılan	-	1
Yengeç	1	-
Maymun	1	-
Salyangoz	1	-
Köpekbalığı	1	1
Mercan	-	1
Sosyal Çevreye İlişkin Unsurlar		
Aile	5	4
Kendi	3	5
Arkadaş	3	1
Ulaşıma İlişkin Unsurlar		
Araba	5	2
Bisiklet	2	-
Gemi	-	1
Eylemler		
Yüzmek	3	5
Güneşlenmek	2	1
Konaklamaya İlişkin Unsurlar		
Oteller	2	2
Bungalov		1
Tatile İlişkin Unsurlar		
Havuz	1	3
Şemsiye	1	1
Şezlong	1	-
Deniz Yatağı	-	1
Mayo-Bikini	1	-
Güvenlik Unsurları		
Cankurtaran	-	2
Duba	1	-
Kolluk	1	-
Can Yeleği	1	-
Oksijen Tüpü	-	1
Yazılı Unsurlar-Semboller		
Kalp	2	-
İsimler	2	-
Artı	1	-
Diğer Unsurlar		
Türk Bayrağı	2	1
Rüzgârgülü	1	-

Görsel 1. Beş Yaş Grubu Çocukların Doğaya ve Gökyüzüne İlişkin Çizdiği Resimler



Ç5: Gökkuşağı Çizimi

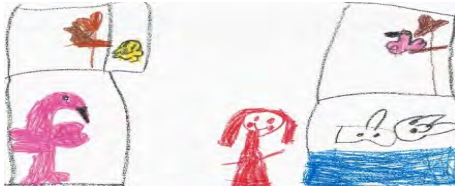


Ç19: Deniz-Güneş-Gökyüzü Çizimi

Bitkilere ilişkin unsurlar kategorisi kapsamında çocukların en çok ağaç (n=11) çizimine yer verdikleri görülmektedir. Cinsiyete göre ele alındığında kız ve erkek çocuklarının bu kategori altındaki çizimlerinde bir farklılaşma vardır. Bu kapsamda kız çocuklarının 6 alt kategoriye göre çizimler yaptıkları, erkek çocuklarının ise 3 kategoriye ilişkin çizimler yaptıkları belirlenmiştir. Kız çocukları sırasıyla ağaç (n=7), çiçek (n=5), yaprak (n=3), sarmaşık (n=1), orman (n=1) ve yosun (n=1) çizimleri yaparken, erkek çocukları ise ağaç (n=4), çiçek (n=2), yaprak (n=1) ve orman (n=1) çizimleri yapmıştır. Bitkilere ilişkin kategoride kız çocuklarının daha fazla unsura yer verdiği, erkek çocuklarının bu kategorideki çizimlerinin daha sınırlı kaldığı görülmüştür. Kız çocukları sarmaşık ve yosun gibi unsurları çizerken, erkek çocukları bu unsurlara yer vermemiştir.

Hayvanlara ilişkin unsurlar kategorisi kapsamında çocukların çizimlerinde en çok balık (n=9) ve kuş (n=7) çizimleri yer almıştır. Cinsiyete göre inceleme yapıldığında kız ve erkek çocukların bu kategorideki çizimlerinde bir farklılaşma olduğu gözlemlenmektedir. Kız çocukları 10 farklı hayvan çizimine yer verirken, erkek çocukları 8 farklı hayvan çizimi yapmıştır. Kız çocukları, en çok kuş (n=5), flamingo (n=4), kelebek (n=3), balık (n=3), köpek (n=2) ve kedi (n=2) çizmiştir. Bunun yanı sıra erkek çocuklarından farklı olarak flamingo, kelebek, yengeç, maymun ve salyangoz gibi hayvanlara da yer verdikleri belirlenmiştir. Erkek çocukları, sıklıkla balık (n=6), kuş (n=3), kedi (n=2) gibi hayvanları resmetmiştir. Erkek çocukları ise kertenkele, yılan ve mercan çizimleri ile kız çocuklarından farklılık göstermiştir.

Görsel 2. Beş Yaş Grubu Çocukların Bitki ve Hayvanlara İlişkin Çizdiği Resimler



Ç11: Çiçek, Flamingo, Kuş ve Kelebek Çizimi



Ç7: Balık Çizimi

Sosyal çevreye ilişkin unsurlar kategorisi, çocukların yakın çevresine ilişkin çizimlerini içermektedir. Bu kategori kapsamında çocukların en çok ailesine (n=9), kendisine (n=8) ve arkadaşlarına (n=4) ilişkin çizimler yaptığı görülmektedir. Cinsiyete göre ele alındığında kız ve erkek çocuklarının bu kategori altındaki çizimlerinde bir farklılaşma olduğu gözlemlenmektedir. Bu kapsamda kız çocuklarının sırasıyla aile (n=5), arkadaş (n=3) ve kendilerinin (n=3) çizimlerini

yaptığı, erkek çocuklarının ise sırasıyla en çok kendisini (n=5) ve ailesini (n=4) çizdiği belirlenmiştir. Öğelerin resimlerde kullanılma şekilleri incelendiğinde kız çocuklarının daha çok çekirdek ailesine yer verdikleri, erkek çocuklarının ise annelerini ya da babalarını kendileri ile çizdikleri görülmüştür. Ulaşım ile ilgili unsurlar kategorisi çocukların çizimlerinde yer alan ulaşım araçlarına ilişkin çizimlerini içeren beşinci kategoridir. Bu kategori kapsamında çocukların çizimlerinde sırasıyla en çok araba (n=7) ve bisiklet (n=2) çizimlerinin bulunduğu görülmektedir. Cinsiyete göre ele alındığında kız ve erkek çocuklarının bu kategori altındaki çizimlerinde bir farklılaşma olduğu gözlemlenmektedir. Bu kapsamda kız çocuklarının daha çok araba (n=5) ve bisiklet (n=2) çizimi yaptıkları görülürken, erkek çocuklarının çizimlerinde çok fazla ulaşım araçlarına yer vermedikleri, 1 çocuğun diğerlerinden farklı olarak gemi çizdiği belirlenmiştir.

Görsel 3. Beş Yaş Grubu Çocukların Çizdiği Resimler



Ç23: Anne ve Kendisinin Çizimi, Gemi Çizimi



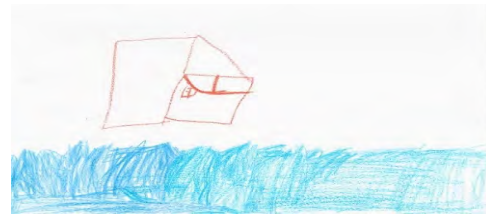
Ç12: Ailesinin Çizimi

Eylem unsurları kategorisinde, çocuklar yüzmek ve güneşlenmek gibi eylemleri resmetmiştir. Erkek çocukları, sadece yüzmek (n=5) eylemini, kız çocukları ise yüzmek (n=3) ve güneşlenmek (n=3) eylemlerini çizmiştir. Resimler incelendiğinde erkek çocuklarının yüzmek eylemini (n=3) daha çok havuzda resmettiği görülürken, kız çocuklarından sadece 1'inin havuzda yüzmek eylemini çizdiği görülmüştür. Konaklamaya ilişkin unsurlar kategorisi, çocukların çizimlerinde yer alan konaklama alanlarına ilişkin çizimlerini içermektedir. Bu kategori kapsamında çocukların en çok otel çizimi yaptıkları, bir çocuğun ise bungalov çizimine yer verdiği görülmektedir. Genel itibari ile otel çizimleri evi andırır nitelik taşımaktadır. Kız çocuklarının sadece otel çizimine yer verdiği, erkek çocuklarının ise otel ve bungalov çizimlerini yaptıkları belirlenmiştir. Tatil ile ilgili unsurlar kategorisi, çocukların çizimlerinde yer alan tatil unsurlarına ilişkin çizimlerini içermektedir. Bu kategori kapsamında çocukların en çok havuz (n=4) çizimi yaptıkları görülmektedir. Tatil ile ilgili unsurlarda şemsiye 2 kez (nk=1, ne=1), şezlong 1 kez (nk=1) deniz yatağı 1 kez (ne=1) ve bikini 1 kez (nk=1) resmedilmiştir.

Görsel 4. Beş Yaş Grubu Çocukların Çizdiği Resimler



Ç1: Bikini ve Güneşlenme Çizimi



Ç13: Otel Çizimi



Ç15: Bungalov Çizimi



Ç4: Şemsiye ve Deniz Yatağı Çizimi

Güvenlik unsurları kategorisi, tatilde yer alan güvenlik unsurlarına ilişkin çizimleri içermektedir. Bu kategori kapsamında çocukların en çok cankurtaran ($n=2$) çizimi yaptıkları görülmüştür. Kız çocukları, erkek çocuklarına göre 3 farklı unsura yer verirken bu kategoride yer alan unsurların sayısal dağılımı diğer kategorilere göre sınırlı kalmıştır. Kız çocukları duba, kolluk ve can yeleği çizimleri yaparken erkek çocukları cankurtaran ve oksijen tüpü çizmiştir. Yazılı unsurlar-semboller kız çocuklarının çizimlerinde kullanılırken erkek çocuklarının hiçbir yazılı unsurları ya da sembollerini kullanmamıştır. Bu kapsamda 2 kız çocuğu kalp sembolü çizerken, 1 kız çocuğu artı sembolü çizmiş, 1 kız çocuğu da sadece ismini yazmıştır. Diğer unsurlar kategorisinde ise çocukların çizimlerinde Türk bayrağı ($n=3$) yer almıştır. Bunun yanı sıra bir kız çocuğu da rüzgâr gülü çizmiştir.

Görsel 5. Beş Yaş Grubu Çocukların Çizdiği Resimler



Ç16: Yazılı Unsurların Çizimi



Ç18: Rüzgâr Gülü Çizimi



Ç2: Duba ve Cankurtaran Çizimi

Çalışmanın ikinci teması kullanılan renkler ve çizim özellikleridir. Çocukların resimlerinde kullandıkları renkler; ana renkler, ara renkler ve diğer renkler alt kategorileri altında incelenmiştir. Bu kapsamda çocukların resimlerinde kullandıkları renklere ilişkin bulgular Tablo 2' de sunulmaktadır.

Tablo 2'ye göre çocuklar, resimlerinde çoğunlukla ana renk kullanımına yer vermiştir. Çocukların çoğunun ($n=21$) mavi rengini kullandıkları görülmektedir. Mavi renk, genellikle gökyüzü, deniz, havuz, bulut ve şelale çizimlerinde kullanılmıştır. Buna ek olarak 2 çocuk güneş çiziminde de mavi rengi kullanmıştır. Ana renk kullanımında sarı 19 kez ($n=10$, $n_k=9$), kırmızı ise 9 kez ($n=6$, $n_k=3$) kullanılmıştır. Sarı renk; güneş, duba, kum, çiçek ve saç çizimlerinde kullanılırken kırmızı renk ise mercan, çocuk, şemsiye, çatı ve çiçek çizimlerinde yer almıştır. Erkek çocuklarının ana renkleri seçerek çizdikleri unsurların sayısı 25 iken, kız çocuklarının çizdikleri unsur sayısı 24'tür. Çocuklar ara renklere, yeşil ($n=9$), mor ($n=5$) ve turuncuyu ($n=5$) tercih etmiştir. Yeşil renk; ağaçlar, orman, çiçek, hayvan ve sarmaşık çizimlerinde, mor renk; çiçek

ve insan çizimlerinde, turuncu renk; kumsal, balık ve güneş çizimlerinde kullanılmıştır. Çocuklar diğer renkleri de kullanmışlardır. Bu kapsamda çocuklar siyah (nk=4, ne=7), pembe (nk=8, ne= 2), kahverengi (nk= 3, ne=5), lacivert (nk=3, ne= 4) ve ten rengini (ne=2) kullanmıştır. Genel olarak değerlendirme yapıldığında kız çocuklarının sırasıyla en çok mavi, sarı ve pembe renklerini, erkek çocuklarının ise sırasıyla en çok sarı, mavi ve siyah renklerini kullandıkları görülmektedir. Ayrıca erkek çocuklarının ten rengini kullandığı, kız çocuklarının ise ten rengi kullanımına yer vermediği belirlenmiştir.

Tablo 2. Resimlerde Kullanılan Renkler ve Resim Özellikleri

Kullanılan Renkler	Kız	Erkek
Ana Renkler		
Mavi	12	9
Sarı	9	10
Kırmızı	3	6
Ara Renkler		
Yeşil	4	5
Mor	3	2
Turuncu	2	3
Diğer Renkler		
Siyah	4	7
Pembe	8	2
Kahverengi	3	5
Lacivert	3	4
Ten Rengi	-	2
Resim Özellikleri		
	Kız	Erkek
Düzleme Özelliği	5	6
Yer Çizgisi Kullanımı	6	4
Gerçekçi Renk Kullanımı	4	5
Orantılı Resim Çizimi	6	1

Çalışmanın üçüncü teması resim özellikleridir. Çocukların resimlerinde görülen resim özellikleri, ilgili yaş grubu bağlamında literatür doğrultusunda ele alınmıştır. Bu kapsamda şema öncesi döneme ait resim özellikleri; saydam resim özelliği, yer çizgisi kullanımı, gerçekçi renk kullanımı, orantılı resim çizme ve düzleme özelliği bağlamında incelenmiştir. Çocukların resimlerindeki çizim özelliklerine bakıldığında, resimlerde en çok düzleme özelliğinin görüldüğü belirlenmiştir. Sırasıyla 10 çocuğun resminde yer çizgisi özelliği bulunduğu ve 9 çocuğun resminde gerçekçi renk kullanımına yer verdiği görülmektedir. 7 çocuğun resminde orantılı resim özelliği, 4 çocuğun resminde ise saydam resim özelliği olduğu belirlenmiştir. Cinsiyete göre kız çocuklarının çizimlerinde sırasıyla en çok yer çizgisi kullanımı, orantılı resim çizimi ve düzleme özellikleri bulunurken, erkek çocuklarının çizimlerinde ise sırasıyla düzleme özelliği, gerçekçi renk kullanımı ve yer çizgisi özellikleri vardır.

Görsel 6. Beş Yaş Grubu Çocukların Çizdiği Resimler**Ç10:** Saydam Resim Özelliği**Ç6:** Gerçekçi Renk Kullanımı**Ç9:** Düzleme Özelliği

Beş Yaş Grubu Çocukların Tatil Algılarına İlişkin Bulgular

Çalışmada okul öncesi eğitime devam eden beş yaş grubu çocukların tatil çağrışımlarına yönelik resim analizleri çocukların bu konudaki tatil algılarını görüşme ile de tespit etmeyi beraberinde getirmiştir. Görüşmeler çözümlendiğinde çocukların tatil algılarının, önceden yaşadıkları tatil deneyimleriyle ilişkili olduğu görülmüştür. 18 çocuğun çizdikleri resimlerde daha önce yaşamış oldukları tatil deneyimlerini aktardıkları belirlenmiştir. Görüşmeler incelendiğinde çocuklar 27 farklı anahtar kelime kullanmış olmakla birlikte en sık kullandıkları kelimelerin dağılımı *deniz*, *güneş* ve *sıcak* şeklinde olmuştur.

**Şekil 1.** Görüşmeye İlişkin Kelime Bulutu

a) Doğaya İlişkin Algılar: Beş yaş grubu çocuklar genel olarak (n=15) tatil algılarını *doğa* üzerine şekillendirmiştir. Deniz, güneş, ağaç ve kumsallar çocuklar tarafından görüşme esnasında en sık tekrarlanan unsurlar olmuştur. Çocuklar tatil algılarını betimlerken sıfatlardan yararlanmışlardır. *Sıcak güneş*, *mavi deniz*, *büyük ağaçlar* gibi betimleyici unsurları kullanmalarının yanı sıra *güzel* betimlemesi de sıklıkla (n=11) yapılmıştır.

"Tatilde deniz, sıcak güneş, ağaçlar, tatlı meyveler vardı. Çok güzel meyveleri olan ağaçlar vardı. Denize girmiştik." (Ç3)

"Tatil deniz, kum, güneş, denizde yüzmek ve güzel yemekler demek. Denizin kocaman dalgaları olur. Bizde bu dalgalarla oyunlar oynarız." (Ç12)

"Benim bir tane deniz kıyafetim var. Onunla tatilde yüzmüştüm. Denizin arkasında ağaçlar vardı. Bir de güneş çok sıcaktı." (Ç19)

b) Hayvanlara İlişkin Algılar: Çocukların tatil algılarında sıklıkla üzerinde durdukları ikinci kategori hayvanlara ilişkindir. Balıklar (n=12) ve kuşlar (n=10) sık tekrarlanan unsurlarken, köpek balığı (n=5), yengeç (n=4) ve mercan (n=3) gibi hayvanlar da sıralanmıştır. 2 çocuk ise kertenkele gördüklerinden bahsetmiştir.

“Tatilde içinde bir sürü farklı balığın olduğu bir denizdeydik. Kumsalda çakıllar vardı. Kuşlar uçuyordu. Bir tane de kertenkele görmüştüm.” (Ç21)

“Tatilde ailemle birlikte denize gitmiştik. Orada bir sürü balık ve köpek balığı görmüştüm. Tatil aklıma deniz, köpek balığı, balıkları getiriyor.” (Ç7)

c) Konaklama İşletmelerine İlişkin Algılar: Beş yaş grubu çocuklar, tatil algılarına ilişkin yapılan görüşmede üçüncü ana kategori olarak konaklama işletmelerinden bahsetmişlerdir. 6 çocuk konaklama işletmeleri hakkında bilgiler verirken kaldıkları otellerde aldıkları hizmetlerden de bahsetmiştir. *Otellerin büyük olması, yemeklerin güzel olması, otelin havuzunun olması* genel olarak üzerinde durulan unsurlardır.

“Tatilde en çok otelleri seviyorum. Kocaman bir oteldi. Kendi denizi vardı. Kumu çok güzeldi. Otelin içinde bir de hayvanat bahçesi vardı. Oraya gitmiştik annemle.” (Ç1)

“Tatilde otele gitmiştik. Otelde çok güzel yemekler ve pastalar veriyorlar. İstedğim zaman dondurma yiyebiliyordum.” (Ç5)

d) Tatil Deneyimlerine İlişkin Algılar: Beş yaş grubu çocukların üzerinde en az durduğu unsur tatil deneyimlerine ilişkindir. Çocuklar, tatilde yaptıkları faaliyetleri *bisiklete binmek, güneşlenmek, denizde ve havuzda yüzmek* olarak sıralamıştır.

“Tatilde deniz yatağıyla havuzda ve denizde yüzeriz. Denizde dalga olunca çok eğlenceli oluyor.” (Ç20)

“Annem, babam, ben ve kardeşim arabayla denize gitmiştik. Bisikletimi de aldık. Denide yüzdüm ve bisiklete bindim. Gökyüzünde sıcak güneş vardı.” (Ç9)

SONUÇ ve TARTIŞMA

Çalışmada turizm kavramından yola çıkılarak okul öncesi dönemdeki beş yaş grubu çocukların tatil algılarına ilişkin çağrışımların resimler aracılığıyla incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çocukların çizimleri aracılığıyla tatil algıları analiz edilmiştir. Ayrıca resimlerden elde edilen bulguları desteklemek amacıyla tatil algılarına yönelik olarak çocuklarla görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçları resim analizi ve görüşme bulguları altında ele alınmıştır. İlgili çalışmalara bakıldığında da çocukların çeşitli konulara ilişkin algılarının resimler aracılığıyla incelendiği görülmektedir (Yıldırım-Doğru vd., 2006; Yurtal ve Artut, 2008; Türkcan, 2013; Şimşek-İşliyen ve İşliyen, 2015; Tankuş, 2018; Yukay-Yüksel vd., 2015; Bay, 2019). Çalışmada çocukların çizimlerinden yola çıkılarak resimler üç ana tema altında analiz edilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın sonuçları tatil kavramına ilişkin unsurlar, resimlerde kullanılan renkler ve resim özellikleri temaları altında ele incelenmiştir.

Tatil kavramına ilişkin unsurlar teması on iki kategoriden oluşmaktadır. Çocukların resim analizleri bütüncül bir perspektif ile incelendiğinde daha çok doğaya ilişkin unsurları içerdiği görülmüştür. Çocukların çoğu tatil kavramı için deniz unsurunu kullanmıştır. Gökyüzüne ilişkin unsurlarda güneş kullanılırken, bitkilere ilişkin unsurlarda genel çizimler ağaçlara yer vermek yönünde olmuştur. Çocuklar, hayvanlara ilişkin kategoride çeşitli çizimlere yer vermiştir. Kategoriler arasında en fazla farklı çizimin yapıldığı kategori de hayvanlara aittir. Balıklar ve kuşlar bu kategoride en sık çizilen unsurlardır. Çocukların çizimleri incelendiğinde tatil algılarında sosyal çevrelerine ilişkin unsurlar bulunduğu görülmektedir. Bu kapsamda çocukların daha çok ailelerini çizdikleri belirlenmiştir. Bazı çocuklar resimlerinde ulaşım araçlarına yer vermiştir. Bu kapsamda ulaşım araçlarının çoğunu arabalar oluşturmaktadır. Tatilde yapılan eylemlere ilişkin unsurlar kısıtlı kalmakla birlikte yüzmek ve güneşlenmek olarak resmedilmiştir. Konaklamaya ilişkin unsurlarda çocukların daha çok otel çizimine yer verdikleri görülmektedir. Tatile ilişkin unsurlarda çoğunlukla havuz çizimi bulunurken, tatil süresince

güvenliklerini sağlayacak cankurtaran, duba, kolluk, can yeleği ve oksijen tüpü gibi unsurlar da resimlerde yer almıştır. Yazılı unsurlar ve semboller çocukların çok azı tarafından kullanılmıştır. Resimlerde bu unsurları kullanan çocuklar kalp, artı gibi semboller kullanmanın yanı sıra kendi isimlerini de yazmışlardır. Çocuklar tatillerine ilişkin resimlerinde Türk Bayrağı ve rüzgâr gülleri çizse de bu unsurlar da sınırlı düzeydedir. 12 kategori genel olarak değerlendirildiğinde, tatilin çocuklara güneş, deniz, dalga, kumsal, ağaç, balık, kuş, aile ve yüzme gibi öğeleri çağrıştırdığı görülmüştür. Günümüzde çocukların ailelerin tatil kararlarındaki etkisi giderek artmaktadır. Bu nedenle çocukların tatile ilişkin bakış açılarını bilmek önem taşımaktadır (Çakıcı ve İyitoğlu, 2011). İlgili çalışmalara bakıldığında çocukların turizm ve tatil kavramlarına ilişkin çizimlerinde daha çok doğa, insan ve konaklama üzerinde durulduğu görülmektedir (Akoğlan-Kozak ve Özkeröğlu, 2020; Aytatlı vd., 2020). Çalışma sonuçları, doğa kavramını üzerinde durulması yönünden diğer araştırmalar ile benzerlik gösterse de insan ve konaklamaya ilişkin unsurların dağılımı bakımından farklılıklar taşımaktadır. Kahyaoğlu ve Kırıktaş (2016) tarafından yapılan çalışmada çocukların doğayı orman, yeşil alan, gökkuşağı gibi kavramlarla algıladıklarını ortaya koymaktadır. Semiz ve Sözer-Çapan (2019) ise yaptıkları çalışmada çocukların resimlerinde doğaya ilişkin en çok güneş, bulut, ağaç, çiçek, çimen, kuş gibi unsurları resmettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Çalışma sonuçları bu açıdan araştırmacıların bulguları ile benzerlik göstermektedir.

Resimde kullanılan renkler ve çizim özellikleri teması incelendiğinde çocukların resimlerinde en çok mavi rengi kullandıkları belirlenmiştir. Mavi rengin ise gökyüzü çizimi, bulut çizimi, deniz ve havuz çizimlerinde sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra çocuklar sırasıyla sarı, siyah, pembe ve yeşil renklerini de kullanmışlardır. Resim özellikleri temasından elde edilen sonuçlara göre ise çocukların resimlerinde en çok düzleme özelliğinin görüldüğü belirlenmiştir. Gerçekçi renk kullanımı ve yer çizgisi kullanımına da resimlerde sıklıkla karşılaşılmıştır. Çalışmada çocuklar tarafından kullanılan renkler bir bütün olarak değerlendirildiğinde sonuçlar Aktın (2018) ve Yukay-Yüksel vd., (2015) gibi araştırmacıların ulaştığı sonuçlar ile benzerlik göstermektedir. Yukay-Yüksel vd., (2015) yaptıkları çalışmada çocukların doğayı tanımlamak için kullandıkları resimlerinde en çok mavi, kırmızı, sarı, yeşil, mor ve turuncu renklerini kullandığını ortaya koymuştur. Aktın (2018) yaptığı çalışmada çocukların genel olarak nesneleri niteliklerine uygun olan renklerle gerçekçi bir şekilde kullandıklarını, çocukların resimlerinde daha çok kırmızı, sarı, açık yeşil, mor, açık mavi ve siyah renklerini tercih ettiklerini ortaya koymuştur.

Çalışma sonuçları resim özellikler bakımından ele alındığında Şener (2018), Metin ve Aral (2012) gibi araştırmacılar tarafından yapılan çalışma sonuçları ile benzerlik taşımaktadır. Şener (2018) yaptıkları çalışmada 4-7 yaş arasındaki çocukların yapmış oldukları çizimlerde içinde bulundukları dönemin özelliklerini yansıttığını ortaya koymuştur. Bu kapsamda çocukların çizimlerinde gerçeğe yakın formlar oluşturdukları, çizimlerinde daha çok önden çizimlere yer verdikleri, resimlerinde saydam resim özelliğinin bulunduğu, çocukların çoğunun gerçek renkleri kullandığı belirtilmiştir. Çocukların resimlerinde daha çok insan, güneş, bulut, çiçek, gökkuşağı, ağaç ve hayvan figürlerine yer verdikleri ve çizimlerinde en çok kırmızı, mavi ve mor renklerini kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Metin ve Aral (2012) yaptıkları çalışmada 4-7 yaş arasındaki çocukların resimlerinin şema öncesi dönemin özelliklerini taşıdığını, çocukların resimlerinde daha çok kendileri için önemli olan unsurlara yer verdikleri, nesnelerin daha çok önden çizimlerine yer verdikleri ortaya konulmuştur.

Çocukların tatil algılarına ilişkin görüşmeler incelendiğinde ise tatil algılarının daha çok önceden yaşadıkları tatil deneyimleriyle ilişkili olduğu görülmektedir. Bu kapsamda çocukların çoğunun daha önce yaşamış oldukları tatil deneyimleri kapsamında bir tatil tanımı yaptıkları sonucuna varılmıştır. Görüşmeler incelendiğinde çocukların en sık tekrarladığı unsurlar deniz, güneş ve

sıcak kelimeleri olmuştur. Çocuklar tatile ilişkin görüşmelerde de en çok doğaya ait algılar üzerinde durmuştur. Deniz, güneş ve ağaçlar en sık kullanılan öğelerdir. Resimlerde çizilen unsurlar da göz önüne alındığında bulguların paralellik gösterdiği görülmüştür. Çocuklar, görüşmeler esnasında hayvanlara vurgu yapmıştır. Çizdikleri resimlere benzer olarak kuşlar ve balıklar en çok bahsedilen öğeler olmuştur. Görüşme sonuçlarından bir diğeri ise çocukların konaklama işletmelerine ilişkin yaptıkları betimlemelerdir. Çocuklar, otellerin fiziksel özellikleri ve sunulan hizmetler hakkında görüşler bildirmiştir. Tatil deneyimlerine ilişkin sonuçlarda bisiklete binmek, güneşlenmek ve yüzmek gibi faaliyetler sıralanmıştır.

KAYNAKÇA

Akoğlan-Kozak M. ve Özkeroğlu, Ö. (2020). Çocuk Gözüyle Turizm: Turizm Karikatürleri Üzerinden Bir Değerlendirme. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2): 19-36.

Akoğlu, T. (1971). *Dünyada ve Bizde Turizm Dünyası ve Bugün*. Ankara: Varlık Yayınevi.

Afşaroğlu-Eren, E. (2017). Çocuğun Kendi Dili İçinden Resmini Değerlendirmek-Duygu ve Renk Çemberi ile Çocuk Resimlerinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Beşerî Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 3(2): 159-182.

Aktın, K. (2018). Sığınmacı Çocukların Mutluluk Temalı Resimlerinden Yansımalar. *Elementary Education Online*, 17(3): 1524-1547.

Archer, B. and Cooper, C. (1994). The Positive and Negative Impact of Tourism. In: Theobald, W. (Ed.) *Global Tourism İçinde* (ss: 73-91). Oxford: The Next Decade Butterworth Heinemann.

Artut, K. (2004). Okul Öncesi Resim Eğitiminde Çocukların Çizgisel Gelişim Düzeylerine İlişkin Bir İnceleme. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1): 223-234.

Aytatlı, B., Kuzulugil, A. C., Demircioğlu-Yıldız, N. ve İspirli, N. S. (2020). Çocukların Aile Turizmindeki Deneyimleri: Erzurum Kenti Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1): 263-278.

Barutçugil, İ. S. (1984). *Turizm İşletmeciliği Gözden Geçirilmiş İkinci Baskı*. Bursa: Uludağ Basımevi.

Bay, D., Geyik, Ş. ve Çalışkan, Y. (2019). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Okul Algılarının Belirlenmesi. *İhlara Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 1-17.

Bernecker, P. (1968). Die Entwicklung des Fremdenverkehr in Österreich. In Hermann Schnell (Ed). Vienna: Österreich 50 Jahre Republik.

Cherney, I. D., Seiwert, C. S., Dickey, T. M. and Flichtbeil, J. D. (2006). Children's Drawings: A Mirror to Their Minds. *Educational Psychology*, 26(1): 127-142.

Çakıcı, A. ve İyitoğlu, V. (2011). Tatil Kararlarında Çocukların Etkisine Göre Antalya'ya Gelen Ailelerin Pazar Bölümlerine Ayrılması. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(8): 1-20.

Çankırlı, A. (2012). *Çocuk Resimlerinin Dili*. İstanbul: Zafer Yayınları.

- Çoruh, S. (1952). *Turizm ve Türkiye Turizmi*. Ankara: Örnek Matbaası.
- Dann, G. and Cohen, E. (1991). Sociology and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1): 155-169.
- Ertaş, Ç., Ghasemi, V. and Kuhzady, S. (2021). Exploring Tourism Perceptions of Children Through Drawing. *Anatolia*, 32: 1-12.
- Farokhi, M. and Hashemi, M. (2011). The Analysis of Children's Drawings: Social, Emotional, Physical, and Psychological Aspects. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 30: 2219-2224.
- Gamrad, J. (1995). Jamaican Children's Representations of Tourism, *Annals of Tourism Research*, 22(4): 735-762.
- Goeldner, R. C., Ritchie, B. R. J. and McIntosh, R. W. (2000). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley Sons Inc.
- Gunn, C. (1988). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Hunziker, W. and Krapf, K. (1942). *Grundriss Der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zurich.
- Jayapalan, N. (2001). *An Introduction to Tourism*, India: Atlantic Publishers and Distributors.
- Jolley, R. P. (2010). *Children and Pictures, Drawing and Understanding*. John Wiley & Sons Publication.
- Kahyaoğlu, M. ve Kırıktaş, H. (2016). Ortaöğretim ve Üniversite Öğrencilerinin Doğa Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (33): 58-76.
- Khoo-Lattimore, C. (2015). Kids on Board: Methodological Challenges, Concerns and Clarifications When Including Young Children's Voices in Tourism Research. *Current Issues in Tourism*, 18(9): 845-858.
- Kındap, S. (2005). Çocuk Çizimlerinde Temsil ve İfade. *Türk Psikoloji Dergisi*, 25- 43.
- Kırıçoğlu, O. T. (2002). *Sanatta Eğitim*, Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, A. M. ve Kozak, M. (2012). *Genel Turizm; İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Leiper, N. (1995). *Tourism Management*. Melbourne: RMIT Pres.
- Lickorish, L. J. and Jenkins, C. L. (1997). *An Introduction to Tourism*. Oxford: Routledge.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London: Macmillan.
- McIntosh, R. and Gupta, S. (1980). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. USA: Grid Publishing.

- Metin, Ş. ve Aral, N. (2012). Dört-Yedi Yaş Çocuklarının Resim Gelişim Özelliklerinin İncelenmesi. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(2): 55-69.
- Mill, R. C. and Morrison, A. M. (1985). *The Tourism System: An Introductory*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Nickerson, N. and Jurowski, C. (2001). The Influence of Children on Vacation Travel Patterns, *Journal of Vacation Marketing*, 7: 19-30
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ofset Matbaacılık.
- Özönder Aydın, U. (2017). Okul Öncesi Resim Eğitiminde Çocuğun Çizgisel Gelişimi (2-7 Yaş). *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25 (6): 2215-2228.
- Pearce, P. L. (1982). *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Sydney: Pergamon.
- Rhoden, S., Hunter-Jones, P. and Miller, A. (2016). Tourism Experiences Through the Eyes of a Child, *Annals of Leisure Research*, 19(4): 424-443.
- Semiz, B. ve Sözer Çapan, A. (2019). Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Ev, Ağaç ve İnsan Çizimlerindeki Doğa ile İlgili Figürlerin İncelenmesi. 14. *Ulusal Okul Öncesi Öğretmenliği Öğrenci Kongresi*, İstanbul.
- Stolley, R. (2012). *Working With Children and Their Drawings*. Doctoral Dissertation. University of Wisconsin.
- Şener, G. (2018). Şema Öncesi Dönem Çocuklarının (4-7 Yaş) Okul Temalı Resimlerine İlişkin Yorumlamalar. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2): 31-42.
- Şimşek-İşliyen, F. ve İşliyen, M. (2015). Çocukların Medya Algısının Resimler Üzerinden Analizi. *Global Media Journal TR Edition*, 5(10): 271-287.
- Tanrısever, C., Koç, E. D. ve Anvarova, Z. (2018). *Turizm Bilincinin Kazandırılmasında Okul Öncesi Eğitimin Rolü*, *Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1): 33-46.
- Toskay, T. (1983). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Türkcan, B. (2013). Çocuk Resimlerinin Analizinde Göstergebilimsel Bir Yaklaşım. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(1): 585-607.
- Ülger, S. (1993). *Genel Turizm Bilgisi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Basımevi.
- Wu, M., Wall, G., Zu, Y. and Ying, T. (2019). Chinese Children's Family Tourism Experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29: 166-175.
- Yaman Bozdemir, K. (2020). Erken Çocukluk Dönemi Resim Eğitiminde Çocukların Gelişim Süreçleri ve Aile Tutumları. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 6 (11): 19-32.

Yavuzer, H. (2016). *Resimleriyle Çocuk*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yang, M. J. H, Yang, E. L. C. and Khoo-Lattimore, C. (2020) Host-Children of Tourism Destinations: Systematic Quantitative Literature Review. *Tourism Recreation Research*, 45(2): 231-246.

Yıldırım-Doğru, S.S., Turcan, A. İ., Arslan, E. ve Doğru, S. (2006). Çocukların Resimlerindeki Aileyi Tanılama Durumlarının Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15): 223-235.

Yukay-Yüksel, M., Canel, N., Mutlu, N., Yılmaz, S. ve Çap, E. (2015). Okul Öncesi Çağdaki Çocukların İyi ve Kötü Kavram Algılarının Resim Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 13 (29): 271-303.

Yurtal, F. ve Artut, K. (2008). Çocukların Şiddeti Algılama Biçimlerinin Çizdikleri Resimlerine Yansımaları. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 15(3): 149-155.

Yüce, A. (2016). Çocuk Resminde Nesnenin Temsili. *İdil Sanat ve Dil Dergisi*, 5(21): 313-322.

Zlateva, A. (2019). *How to Read Childrens' Drawings. Resilience and Health by the Centre for Resilience and Socio-Emotional Health*. Malta: University of Malta.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 791-814.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.799](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.799)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Türkiye’de Yabancı Uyruklu Yüksek Öğretim Öğrencilerinin Turist Davranışları*

Öğr. Gör. Halime EŞİYOK, Çukurova Üniversitesi, Adana MYO, Adana, e-posta: hesiyok@cu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8486-6087>

Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, e-posta: bilgehan.gulcan@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9884-4695>

Öz

2017 yılında küresel olarak 5,3 milyon kişiye ulaşan ve pandemi öncesi yapılan tahminlere göre 2025 yılında sekiz milyon kişiye ulaşması beklenen uluslararası öğrenci hareketliliği, gerek ulaştığı bu sayısal hacim ve gerekse diğer boyutları ile farklı disiplinlerin araştırma konusu haline gelmiş durumdadır. Söz konusu hareketlilik, turizmde gençlik turizmi bağlamında ve spesifik olarak da eğitim turizmi başlığında ele alınmaktadır. Türkiye’deki eğitim turizmi açısından öncü olarak nitelenebilecek bu çalışmanın amacı, eğitim turizmi açısından Türkiye’nin uluslararası konumunu farklı başlıklarda irdelemek ve eğitim turisti konumundaki yüksek öğretim öğrencilerinin Türkiye’deki turistik davranışını turizmin dört temel bileşeni olan konaklama, seyahat, gastronomi ve rekreasyon başlıklarında analiz etmektir. Araştırma, Türkiye’de yükseköğrenim gören 384 yabancı uyruklu öğrenciden yüz yüze ve e-posta biçiminde uygulanan anket formu ile elde edilen verinin analizine dayanmaktadır. Elde edilen sonuçlar, eğitim amacıyla Türkiye’yi tercih eden öğrencilerin turist davranışlarının cinsiyete, milliyete, eğitim programı seviyesine ve gelir miktarına göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca konaklama tercihinde düşük fiyatlı ve oda kahvaltı hizmeti sunan tesislerin, ulaşımında otobüsün, yeme içmede yerel restoranların, temel seyahat amacıyla da deniz ve kültürün ilk sırada olduğu ortaya çıkmıştır.

* Bu çalışma Halime Eşiyok’un Prof. Dr. Bilgehan Gülcan danışmanlığında Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı’nda 2019 yılında tamamlanan yüksek lisans tezinin özeti niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Öğrenciler, Gençlik Turizmi, Eğitim Turizmi, Turist Davranışı.

Makale Gönderme Tarihi: 02.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2021

Önerilen Atıf:

Eşiyok, H. ve Gülcan, B. (2021). Türkiye’de Yabancı Uyruklu Yüksek Öğretim Öğrencilerinin Turist Davranışları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 791-814.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 791-814. DOI:10.26677/TR1010.2021.799

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Tourist Behavior of Foreign Students in Higher Education in Turkey

Lecturer Halime EŞİYOK, Çukurova University, Adana Vocational School, Adana, e-mail: hesiyok@cu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8486-6087>

Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Ankara, e-mail: bilgehan.gulcan@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9884-4695>

Abstract

Having globally reached up to 5,3 million in 2017 and expected to achieve eight million students by 2025 according to estimates before the pandemic, international student mobility has become a subject of research for various disciplines owing to both the quantitative volume and the other dimensions. This mobility is approached as youth tourism in terms of tourism and, in particular, as education tourism. The purpose of this study, which can be nominated as the pioneering study for Turkish education tourism, is to analyze the international position of Turkey according to various aspects of education tourism and to examine the touristic behaviours of higher education students who are educational tourists in terms of accommodation, travel, gastronomy and recreation which are the four fundamental components of tourism. This study is based on the analysis of the data which were obtained with questionnaire forms that were applied face-to-face or via e-mail to 384 students who receive higher education in Turkey. The subsequent results revealed that the tourist behaviors of the students that preferred Turkey for education showed difference according to their sexes, nationalities, level of the educational programmed and level of incomes. Additionally, it was also found out that the primary was with low-cost and bed & breakfast facilities for accommodation preference, bus for transportation, local restaurants for food and beverage, and sea and culture as in the main travelling purpose.

Keywords: International Students, Youth Tourism, Educational Tourism, Tourist Behavior.

Received: 02.06.2021

Accepted: 01.09.2021

Suggested Citation:

Eşiyok, H. and Gülcan, B. (2021). Tourist Behavior of Foreign Students in Higher Education in Turkey, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 791-814.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Uluslararası gençlik seyahatleri, ekonomi dünyasında dikkat çeken bir pazar payına ulaşmış görünmektedir. Yükseköğretim öğrenci hareketliliğinin yıllar içinde artışı, söz konusu bu pazarın büyümesini önemli derecede etkilemiş ve pazarın 2014 yılındaki toplam değeri 286 milyar US Dolar'a ulaşmıştır. Pandemi öncesi yapılan tahminlere göre pazar büyüklüğünün gelişeceğine yönelik genel bir beklenti bulunmaktadır. Bu bağlamda 2016 yılında UNWTO' nun 2020 yılı için yaptığı pazarın ekonomik hacmine yönelik tahmini 400 milyar US Doların üstünde olarak ifade edilmiştir (UNWTO, 2016). Turizm literatüründe geleneksel olarak Gençlik Turizmi genel başlığında ele alınan uluslararası öğrenci hareketliliği kaynaklı seyahatlerdeki artış, gelineen noktada Eğitim Turizmi adlı müstakil başlığın güçlenmesini de etkilemektedir. Yükseköğrenim programlarına kayıtlı uluslararası öğrenciler, 2017 yılı itibariyle dünya çapında beş milyon 300 bin kişiye ulaşmış (OECD, 2019: 231) ve bu sayının 2025 yılında sekiz milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir (OECD, 2014). Bu paralelde Türkiye'deki uluslararası öğrenci hareketliliği de yıldan yıla artmakta, 2019 yılında yükseköğretimdeki uluslararası kayıtlı öğrenci sayısı 154 bin 505 kişiye ulaşmış görünmektedir (YÖK, 2020).

Eğitim için uluslararası seyahat eden öğrencilerin ülke tercihindeki cazibeler veya faktörler farklı araştırmalarla ortaya konmaktadır. Buna göre gidilen ülkedeki başlıca tercih nedenleri, konuşulan dil ve bu bağlamda özellikle İngilizce, ülke ile ilgili doğrudan öğrenme deneyimi yaşamak, eğitim sonrası kalma fırsatı, başka kültürleri ve yerel gelenekleri tanımak, coğrafi ve kültürel yakınlık, eğitim kalitesi ve yaşanmaya değer ülke algısı; devlet yönetimi, güvenlik (düşük suç) ortamı, ırk ayrımcılığının bulunmaması, doğal cazibe merkezleri ve doğal konumdan etkilenecek eğitim amaçlı seyahati tatil fırsatına çevirmektir (Bodger, 1998: 28; Kemp, Madden ve Simpson, 1998: 167-168; Richards ve Wilson, 2005: 44; Son ve Pearce, 2005: 30; Pyvis ve Chapman, 2007: 240; Kıröğlu, Kesten ve Elma, 2010: 29; Glover, 2011: 185; Huang ve Tian, 2013: 283; IPK International, 2013-2014; King ve Gardiner, 2015: 133; OECD, 2017). Anlaşılmaktadır ki, eğitim amaçlı uluslararası öğrenci hareketliliğindeki ülke seçiminde turistik güdüler de başlıca etkenler arasındadır. Bununla birlikte, turistik güdülerin bir ülke seçiminde başlıca etken olmadığı durumda da uluslararası öğrenciler baskın biçimde tüketiciler olarak gidilen ülkede turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Bu kapsamda eğitim turizminin turistleri olan öğrencilerin başta tüketim olmak üzere diğer davranışları turizm çalışmalarında ele alınan bir konu haline gelmiş durumdadır.

"Turizm, merkezinde seyahat, konaklama, yeme-içme ve rekreasyon başlıkları altında gruplanabilecek ihtiyaçların ve insan olgularının olduğu, çok yönlü bir sistemin bileşeni durumundadır" (Gülcan, 2009: 190). Bu çalışmada, gençlik turizmi kapsamında çoğunluğunu uluslararası yükseköğretim öğrencilerinin oluşturduğu hareketlilik ve bu hareketlilikten doğan turizmin öznesi durumundaki öğrencilerin Türkiye'de sergiledikleri turist davranışı, turizmin dört temel hizmet başlığı olan konaklama, seyahat, gastronomi ve rekreasyon başlıklarında ele alınıp analiz edilmiştir.

GENÇLİK TURİZMİ ve EĞİTİM TURİZMİ İLİŞKİSİ

Küreselleşmenin turizm ve eğitim sektörlerine bir yansıması olarak giderek artan bir öneme sahip gençlik turizmi, Toskay'a göre (1989: 159) "yaşı 15-24 yaş arasında olan; anne, baba veya kendilerinin meydana getirdiği aile fertleri olmaksızın seyahat edenlerin yarattığı turizmdir". Oral'a göre (1992: 126) ise gençlik turizmi; "15-25 yaş arasında bulunan gençlerin kamu ve özel organizasyonların sağladığı destek ve diğer teşviklerden yararlanarak bireysel veya grup halinde

ülke içinde ya da dışında kültür ve dinlenme motifleri ile yaptıkları seyahat ve konaklamalardan oluşan ekonomi, sosyal ve kültürel motifli bir olay” şeklinde ifade edilmektedir.

Gençlik turizmi tanımlarıyla bağlantılı olarak gençlik turisti kategorisi, belirli bir davranış biçimi ile karakterize olan ve gençlik kategorisiyle kendini tanımlayan uygun yaştaki bireylerden oluşmaktadır (Carr, 1998). Ancak gençlik turizminde belirlenen yaş aralıkları ülkeden ülkeye göre değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin; Finlandiya (15-24), Fas (15-25), İtalya (15-26), Filipinler (15-24) ve Tayland (25 yaş altı), Pakistan (15-29), Nepal (16-30), Slovenya (15-29) ve Macaristan (30 yaş altı) olarak değişebilmektedir (UNWTO, 2005). Buradan gençlik turizmi, tartışmalar olmakla birlikte, genel olarak 15-29 yaş aralığındaki gençlerin tüm seyahatlerini içeren, ana faktörü bağımsızlık olan, bireysel veya benzer yaş gruplarını temsil eden gençlerin oluşturduğu seyahatlerden oluşan bir turizm türü biçiminde tanımlanabilir.

Gençlerin seyahat etme arzusunu ortaya çıkaran gerekçelerden biri olarak, aynı zamanda turizm motivasyonları ile paralel biçimde, seyahatlerde gidilen bölgenin normal yaşam alanından farklı birçok turistik yere, plajlara, ziyaret etmek için ilginç ve değişik yerlere, manzara ve kültürel mekânlara sahip olması görülmektedir (Glover, 2011: 185). Gençlik turizmi kapsamında seyahat eden farklı tipte turistler bulunmaktadır. Bunlar genel olarak gönüllüler, dil öğrencileri, değişim öğrencisi, stajyer ve gençlik yaş grubu içindeki sırt çantalı turistler biçimindedir (Richards, 2015: 340). Bu söz konusu başlıklar aynı zamanda gençlik turizmindeki farklı seyahat tipolojilerine de referans vermekte, buradan hareketle gençlerin seyahat şekilleri de tatil, eğitim, gönüllü programlara katılım, kültür değişimi/alışverişi gerçekleştirme ve spor ve maceraya katılım şeklinde sıralanmaktadır (Moisă, 2010: 578).

Gençlik seyahatleri içinde önemli yer tutan eğitim turizmi, katılımcıların, gidilen yerle ilgili doğrudan öğrenme deneyimine girmek amacı ile katılım sağlanan bir program olarak tanımlanmıştır (Bodger, 1998: 28). Carr’a (2003) göre ise, okul gezileri, dil okulları, saha gezileri ve üniversite öğrencileri ve kolej öğrencileri açısından değiş tokuşlar ile egzotik bölgelerdeki aşıcılık, sanat ve bahçe dersleri ve uzman organizatörleri de içeren yetişkin ve öğrenci pazarındaki gezileri içermektedir. Diğer bir tanıma göre ise eğitim turizmi, geziye çıkanlar tarafından üstlenilen eğitim ve öğrenim gezilerinin ana veya ikincil parçası olan turistik faaliyetler anlamına gelmektedir (Ritchie, Carr ve Cooper, 2003: 18). Günümüz eğitim turizmi ise, yurtdışı seyahat ve çalışma olanakları sunan kolejler ve üniversiteler ile gelişmiş ve diğer ilgili gruplarla çeşitlenmeye devam etmektedir (Novelli, 2005: 135). Böylece eğitim turizmi, var olan birçok turizm türünün içindeki eğitim boyutuyla da ele alınmaktadır. Örneğin, Bardgett (2000), eğitim turizmini çeşitlendirirken bu cepheden bakarak, eğitim turizminin eko-turizm, miras turizmi, kırsal/çiftlik turizmi ve eğitim kurumları arasındaki öğrenci değiş tokuşu olmak üzere birçok alt türlerle ilişkisinden bahsetmektedir. Anlaşıldığı üzere eğitim turizmi asıl amacı öğrenme amaçlı yapılan seyahatler şeklinde ortaya çıkmakla beraber, bu seyahatler formel bir eğitimle sınırlanmamakta, birçok farklı turistik tür içindeki öğrenme ile ilgili faaliyetler de bu kapsamda ele alınmaktadır. Böylece içinde eğitimin yer aldığı pek çok turizm türü de eğitim turizminin boyutlarıyla ilişkilendirilerek eğitim turizminin kapsamını genişletmektedir.

Eğitim, öğrencilerin yurtdışında öğrenim görmeleri amacıyla bir başka ülkeye gitmeyi tercih ettiği temel motivasyon faktörü olarak ifade edilmektedir (King ve Gardiner, 2015: 133). Örneğin, Malezya öğrencilerinin Avustralya eğitim programlarına işgücü piyasasında daha rekabetçi olmak ve kendini farklı bir kişiliğe dönüştürmek gibi iki ana nedenden dolayı kayıt yaptırdığı belirtilirken (Pyvis ve Chapman, 2007: 240); Çinli uluslararası öğrencilerin ise Birleşik Krallık’a seyahat etmekteki ilk amacı dinlenmek ve yeni yerler keşfederek kültür ve yaşam biçimlerini öğrenmek gibi (Huang ve Tian, 2013: 283) resmi olmayan öğrenim biçimleri de eğitim seyahatlerinin içinde ele alınmıştır. Bu bağlamda uluslararası öğrencilerin seyahat amaçlarının arkasındaki nedenlerle ilgili olarak, seyahat amacının medeni durum, milliyet ve uluslararası

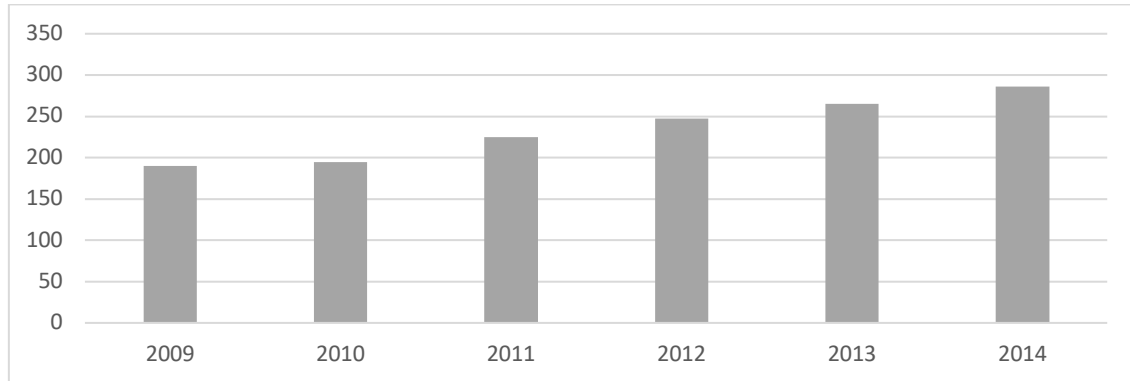
öğrencileri kabul eden mevcut üniversite ile ilişkili olduğu da saptanmıştır (Varasteh, Marzuki ve Rasoolimanesh, 2015: 141-142). Diğer taraftan eğitim turizmi doğrudan öğrenmelerin dışında dolaylı öğrenmeleri de kapsayan yapısı bakımından uluslararası öğrenci hareketliliğinin artmasına paralel biçimde önemli ve müstakil olarak gençlik turizminden ayrı bir başlık haline gelmiştir.

KÜRESEL GENÇLİK TURİZMİ HAREKETLİLİĞİ ve ULUSLARARASI ÖĞRENCİ PAZARI

Gençlik seyahatindeki büyüme, yükseköğrenime katılımın artması, genç işsizlik seviyelerinin düşmesi ve ebeveyn katkılarıyla arttırılan seyahat bütçeleri, tasarruf ve iş ile seyahatin birleştirilmesi (Richards ve Wilson, 2003: 3) gibi bir dizi faktör tarafından artış gösterirken, teknolojiye gelişmelerin fiziksel hareketliliği kolaylaştırması ve bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişmesi ile daha yaygın sosyal ilişkiler yaratmış ve gençlerin seyahate olan eğilimini güçlendiren hareketlilik son yıllarda daha da belirgin bir hâl almıştır.

UNWTO'ya göre, en hızlı büyüyen bölümlerden biri haline gelen 15-29 yaşları arasındaki gençlik seyahat dinamiklerinin 2015 yılında uluslararası alanda seyahat eden turistlerin %23'ünden fazlasını oluşturduğu ve yaklaşık olarak 190 milyon seyahat hareketinde bulunduğu ifade edilmiştir (UNWTO, 2016). Diğer taraftan 2020 yılı sonu itibari ile yaklaşık 300 milyon gençlik seyahatinin olacağı öngörülmektedir (UNWTO, 2011).

UNWTO'ya göre çoğunluğunu öğrencilerin oluşturduğu uluslararası gençlik seyahat pazarının toplam ekonomik değeri (Şekil 1) 2014 yılında 286 milyar US Dolar olurken, 2020 yılına kadar neredeyse 370 milyon genç yolcunun, 400 milyar US Doları aşan harcama yapacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2016).

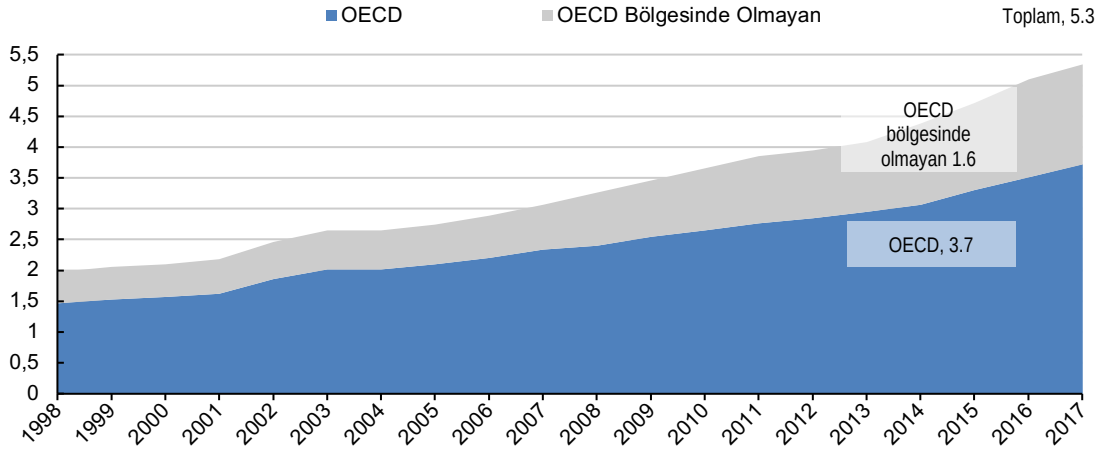


Şekil 1. Küresel Gençlik Seyahati Harcamaları (Milyar US Dolar)

Kaynak: (UNWTO, 2016).

Gençlik turizminin 15-29 yaş arası ile sınırlanışı, bu gruptaki turistlerin günümüzdeki bilinen ifadesi ile *Y Kuşağı* grubu içinde olduğunu göstermektedir. Ancak Avrupa'daki *Y Kuşağı*ni belirtmek için kullanılan *Avrupa Millennials* ismiyle tanımlanan ve 1980 ile 2000 yılları arasında doğan insanlar 2020 yılı itibariyle 20-40 yaşları arasındadır. Dolayısıyla Avrupa Millennials, gençlik turizminden kapsamı biraz daha geniş olsa da bu gruba ait veriler gençlik turizmi hakkında da araştırmacılara veri sağlamaktadır. Örneğin Avrupa Millennials'ın 2015'te yaklaşık 150 milyon yurt dışı seyahatine çıktığı belirtilmektedir (IPK International, 2016-2017). Gençlerin yurt dışına yaptığı seyahatlere bakıldığında Avrupa içinde de büyük bir pazar bölümünü oluşturduğu görülmektedir.

Daha önce değinildiği gibi, 2025 yılına kadar sekiz milyona ulaşacağı (OECD, 2014) tahmin edilen uluslararası öğrenci sayısı, 1998-2017 periyodu içinde sürekli artış eğilimi göstermiştir (Şekil 2).



Şekil 2. Dünyadaki Yükseköğrenim Programlarına Kayıtlı Uluslararası Öğrenci Sayısı (1998-2017).

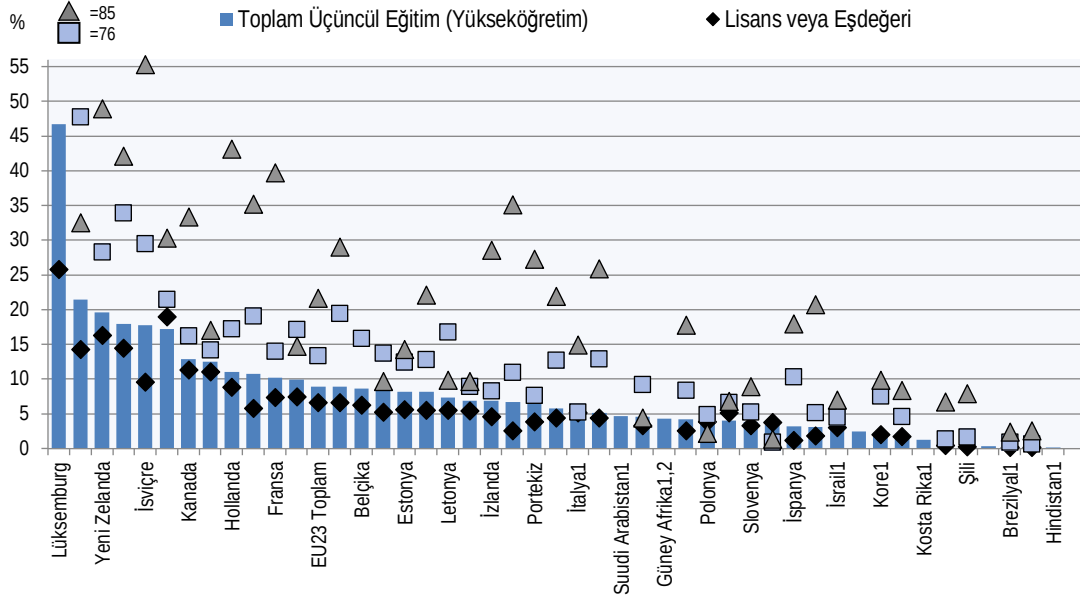
Kaynak: (OECD, 2019: 231).

2017 yılı için uluslararası öğrenci pazarında Çin, 928.090 uluslararası öğrenci sayısı ile Dünya'nın en büyük kaynak pazarı olarak tanımlanmaktadır. Bunu 332.033 sayısı ile Hindistan izlemektedir. Bunlardan başka Almanya 122.195, Kore Cumhuriyeti 105.399, Vietnam 94.662, Fransa 89.379, Amerika Birleşik Devletleri 86.566, Nijerya 85.251, Kazakistan 84.681 ve Suudi Arabistan 84.310 ile Dünya'nın en çok uluslararası öğrenci gönderen kaynak ülkeleri durumundadır (UNESCO, 2020).

OECD Education at a Glance'ın (OECD, 2019: 231) eğitim seviyelerine göre 2017 yılı yükseköğretimde gelen öğrenci hareketliliği verilerine göre, OECD ülkeleri içinde yükseköğretim programlarında 3,7 milyon uluslararası öğrenci kaydı bulunmaktadır. Bu durumda uluslararası öğrenciler OECD ülkeleri arasında, ortalama olarak yükseköğretim programlarındaki toplam kayıt sayısının %6'sını oluşturmaktadır ve tüm kayıtların %22'si doktora düzeyindedir. Öğrenci hareketliliği, uluslararası öğrencilerin tüm diğer bölgeleri için doktora düzeyinde artmaktadır. Lisans programlarındaki uluslararası kayıtlar nispeten düşük kalmaktadır. Uluslararası kayıtlar, özellikle yüksek lisans seviyesinde önemli ölçüde artmaktadır. OECD alanı boyunca, yüksek lisans seviyesinde ülkeye kayıtlı her on öğrenci için birden fazla uluslararası öğrenci bulunmaktadır. Buna göre bir ülke için lisans ve yüksek lisans düzeylerinde gelen öğrenci oranları kıyaslandığında, bu eğitim düzeyleri arasındaki fark en az iki katı olarak görülmektedir. Ülkelerin yaklaşık 2/3'ünde bu farkın olduğu ifade edilebilir (Şekil 3).

Bu noktada, uluslararası öğrenci ile yabancı öğrenci kavramlarının farkını belirtmek gerekmektedir. OECD'ye göre yabancı uyruklu öğrenci tanımı vatandaşlık durumuna göre belirlenmektedir. 2019 yılı OECD Education at a Glance verilerinde uluslararası ve yabancı öğrenci verileri aynı şekil içinde gösterilmiştir. Bu ifadeye göre Şekil 4'te uluslararası ve yabancı öğrencilerin eğitim seviyelerine göre yapılan kayıtlar incelendiğinde, yabancı öğrencilerin vatandaşlığına dayalı veriler de uluslararası öğrencilerin verilerine benzer bir eğilim göstermektedir. Yabancı öğrenci tanımını kullanan ülkelerde örneğin; Kore'de lisans eğitime kayıt oranı %2 iken yüksek lisans eğitime kayıt oranı %8 olmuştur. Türkiye'de lisans eğitime

kayıt oranı %2, yüksek lisans eğitime kayıt oranı %5 olurken, lisans ve yüksek lisans programları arasındaki öğrenci akışındaki artış dikkat çekicidir.



Şekil 3. Yükseköğretimin Yüzdesi Olarak Uluslararası veya Yabancı Öğrenci Kaydı (%) (2017)

Kaynak: (OECD, 2019: 218).

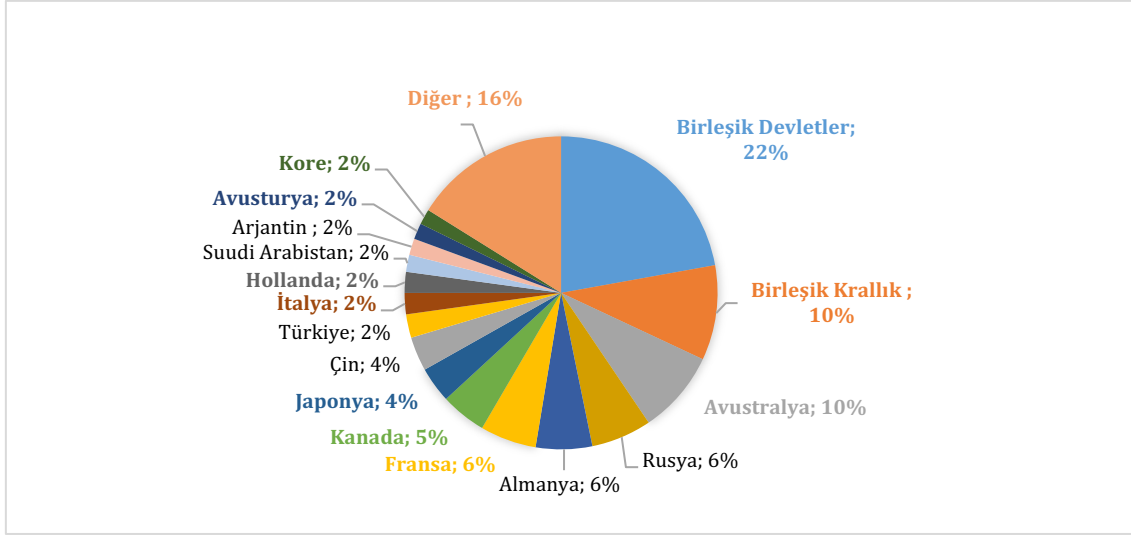
*1- Yabancı öğrenci tanımı kullanan ülkeler.

*2- 2016 yılı referansıdır.

Uluslararası hareketliliğin diğer bir parçası da uluslararası öğrenci varış ülkeleridir. Bu bağlamda 2017 yılında OECD bölgesindeki 3,7 milyon uluslararası öğrencinin 985.000'i ABD programlarına kaydolmuştur. Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra Birleşik Krallık'ta 436.000, Avustralya'da 381.000 ve Kanada'da 210.000 uluslararası öğrenci kaydı bulunmaktadır. Genel olarak İngilizce konuşan ülkeler en cazip ülkeler olarak görülmüştür ve bu dört ülke uluslararası yükseköğretim öğrencilerin yarısından fazlasını almıştır (OECD, 2019: 234). Hedef ülke olarak yalnızca ABD, OECD ve ortak ülkelerdeki toplam uluslararası eğitim pazar payının % 22'sini oluşturmaktadır (dünya genelinde mobil öğrenci sayısının yaklaşık % 18'i). Avustralya ve Birleşik Krallık'ın her biri OECD ve ortak ülkeler için pazar payının % 9 ila % 10'una sahipken, Kanada % 5'e sahiptir. Amerika Birleşik Devletleri, doktora düzeyinde daha da yüksek bir paya sahiptir ve OECD ve ortak ülkelerdeki uluslararası mobil doktora öğrencilerinin % 26'sına ev sahipliği yapmaktadır.

Şekil 4 tüm OECD ülkeleri arasında uluslararası öğrencilerin eğitim gördükleri ülkelere göre (varış ülkesi) oranını göstermektedir. Buna göre 2017 yılında Türkiye, yükseköğretim kurumlarında eğitim göre uluslararası veya yabancı öğrenci kayıtlarındaki oransal ifade ile İtalya, Avusturya, Hollanda ve Kore'yi geride bırakmış durumdadır.

Ayrıca önemli bir noktayı da belirtmek gerekirse, örneğin Amerika Birleşik Devletleri'ne yapılan uluslararası veya yabancı öğrenci kaydı 985.000 kişi, toplam uluslararası veya yabancı öğrenci kaydının %22'ini oluştururken (Şekil 4), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yükseköğretimdeki tüm öğrencilerin %5'i uluslararası veya yabancı öğrencidir (Şekil 4). Yine başka bir örnek verecek olursak, Lüksemburg'daki yükseköğretimdeki tüm öğrencilerin %47'si uluslararası veya yabancı öğrenciyi oluşturmaktadır (Şekil 3).



Şekil 4. OECD ve Ortak Ülkelerdeki Yükseköğretimde Uluslararası Öğrencilerin Eğitim Gördükleri Ülkelere Göre (Varış Ülkesi) Yüzdeleri (2017)

Kaynak: (OECD, 2019: 234).

2017 yılında Asya'dan 2.1 milyon öğrenci (uluslararası öğrencilerin %56'sı) eğitim amacıyla başka ülkelere seyahat etmişlerdir. Bunlardan 860.000'den fazlası Çin'den gelmektedir. Asyalı öğrencilerin üçte ikisi sadece beş ülkede birleşmektedir. Bunlar Avustralya, Kanada, Japonya, İngiltere ve ABD şeklinde sıralanabilir. Uluslararası öğrencilerin kökeninin ikinci büyük bölgesi, OECD ülkelerine kayıtlı tüm mobil öğrencilerin % 24'ünü oluşturan Avrupa'dır. Avrupalı öğrenciler Avrupa'da kalmayı tercih ediyorlar, çünkü payları AB23 ülkelerine kayıtlı mobil öğrencilerin % 42'sine ulaşmaktadır. Avusturya, Danimarka, Lüksemburg, Polonya, Portekiz, Slovak Cumhuriyeti ve Slovenya'daki 10 mobil öğrenciden en az 8'i Avrupa ülkelerinden gelmektedir. İzlanda ve Slovak Cumhuriyeti'nden gelen öğrencilerin de diğer OECD ve ortak ülkelerden gelen vatandaşlardan daha fazla yurtdışında eğitim görme olasılıkları daha fazladır: Ulusal öğrencilerin % 14-18'i yurtdışında yükseköğretim programına kayıtlıdır. Yakınlığın önemini gösteren Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Lüksemburg, Slovak Cumhuriyeti ve İsviçre'de 2017 yılında uluslararası veya mobil öğrencilerin % 50'den fazlası komşu ülkelerden gelmiştir.

Türkiye Uluslararası Öğrenci Pazarı

Uluslararası öğrenci pazarı küresel bir olgu olmasına rağmen, uluslararası öğrencinin tanımlarının yapılmasında ve ilgili istatistiklerin toplanmasında ülkeden ülkeye çeşitlilik bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Organizasyonunun (UNESCO), uluslararası öğrenciyi, "Eğitim amacıyla ulusal ya da bölgesel sınırların dışına çıkan ve uyruğu bulunduğu ülke dışında öğrenci olarak kayıtlı kişi" olarak tanımlamaktadır (UNESCO, 2009). Bu tanım, öğrencilerin kendi ülkesini veya kaynak bölgesini terk edip başka bir ülkeye veya bölgeye gitmeleri şeklinde ifade edilmektedir.

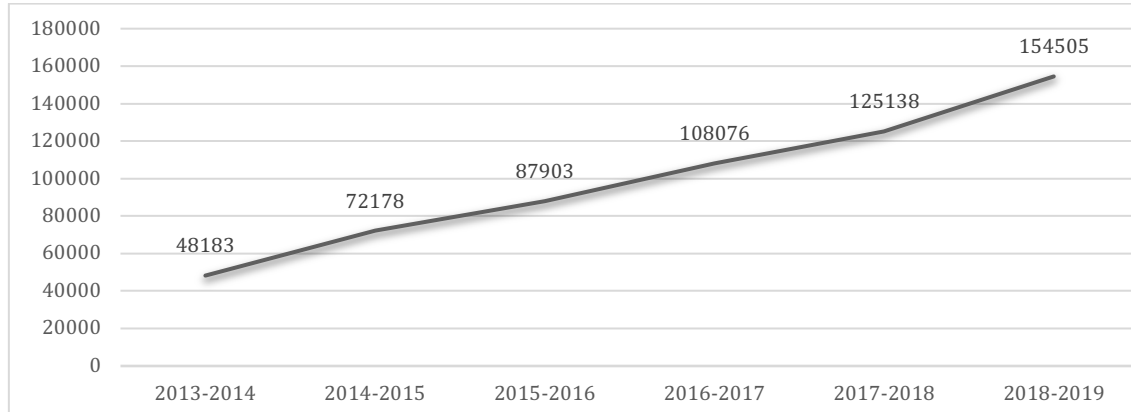
OECD ise uluslararası öğrenci ile yabancı öğrenciyi farklı tanımlamaktadır. Söz konusu ayrım şu şekilde yapılmaktadır; *uluslararası öğrenci*, "eğitim amacıyla başka bir ülkeye giden öğrenciler" şeklinde ifade edilirken, *yabancı öğrenci* ise yine "kendi ülkesi dışında eğitim gören ancak gidilen ülkede uzun süreli ikamet iznine sahip kişi" olarak tanımlamaktadır. OECD'nin tanımına göre "Uluslararası öğrenci, vize ya da özel izinler kapsamında kendi ülkesi dışında akredite bir kurumda bir öğrenim programına katılmasına imkân verilen kişi" olarak belirtilmektedir.

(OECD, 2013). Bu tanımlamalardan anlaşılmaktadır ki, uzun süreli ikamet izni çerçevesinde değerlendirmeler yapıldığında bir ülkeden başka bir ülkeye giden uzun süreli ikamet izni olan öğrenciler yabancı öğrenci kapsamında değerlendirilmektedir.

Türkiye’de uluslararası öğrencilere ilişkin ilk düzenleme 14/10/1983 tarih ve 2922 sayılı Türkiye’de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilere İlişkin Kanun ile yapılmıştır. Kanun’un kapsamına ilişkin 2’nci maddesi şu şekildedir; “Bu kanun; ilgili kurum ve kuruluşlar ile çeşitli anlaşmalar çerçevesinde hükümetimizce yabancı hükümetler emrine verilen burslardan yararlanmak suretiyle veya kendi imkânlarıyla Türkiye’ye gelen yabancı uyruklu öğrencileri kapsar. Türk Silahlı Kuvvetlerine bağlı okullara kabul edilen yabancı uyruklu öğrenciler, bu Kanun’un kapsamı dışındadır.” şeklinde tanımlanmaktadır (YÖK, 2017).

Türkiye’de, geliş amacına göre ziyaretçiler içindeki 1 yıldan az eğitim ve staj amaçlı seyahat edenler 2019 yılı rakamlarına göre dini/hac başlığından sonra, %0,26 oranı ile en düşük düzeydedir (TÜİK, 2020). Diğer taraftan Yurdakul ve Özgencil’in (2016: 85) 2016 yılındaki TÜİK’in aynı başlıktaki verisi üzerindeki ekonometrik araştırmasına göre, gelir etkisi bağlamında Eğitim/Staj amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, bu başlıktaki elde edilen turizm gelirini 711 US Dolar arttırmaktadır. 2016 yılında ziyaretçilerin yapmış oldukları kişi başı ortalama turizm harcamaları ise 705 US Dolar (TÜİK, 2019) şeklindedir. Bu açıdan bakıldığında bu amaçla gelen kişilerin, toplam ortalama ziyaretçi harcamalarına göre daha yüksek harcama yaptıkları anlaşılmaktadır.

YÖK istatistiklerine göre (Şekil 5) 2018-2019 öğretim yılında Türkiye’deki yükseköğrenim programlarında toplam 154.505 yabancı öğrenci bulunmakta ve bunların 52.835’i aynı öğretim yılındaki yeni kayıt yaptıran yabancı öğrencilerdir (YÖK, 2020).

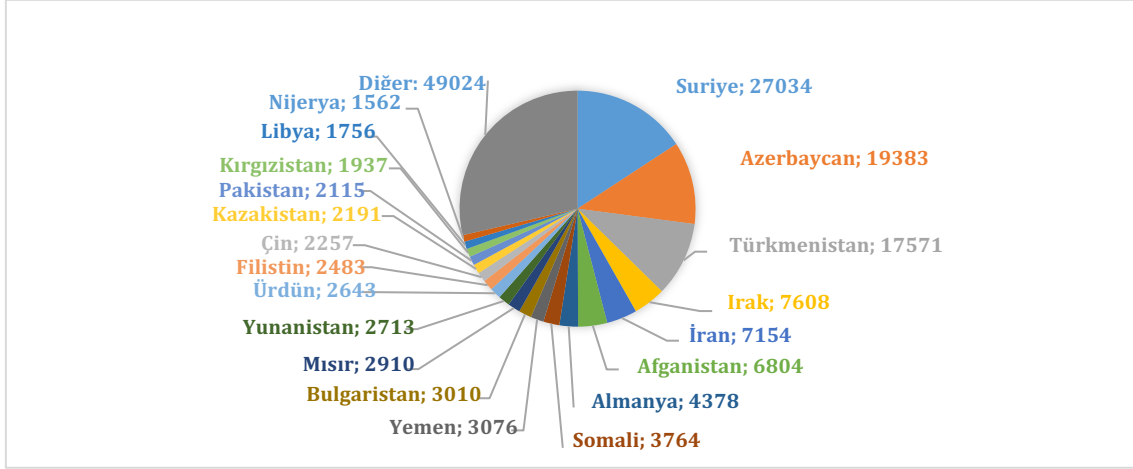


Şekil 5. Yıllar İçinde Türkiye’deki Yükseköğrenim Kurumlarındaki Yabancı Öğrenci Sayısı

Kaynak: (YÖK, 2020).

2018-2019 öğretim yılı itibarıyla Türkiye’de bulunan yabancı öğrencilerin ülkelere göre sayısını ise Şekil 8 ile görebilmek mümkündür. Türkiye’de öğrenim gören yabancı öğrenci sayısında ilk sırayı 27 bin 034 öğrenci sayısı ile komşu ülke Suriye almıştır. Suriye uyruklu yabancı öğrenci sayısı geçmiş yıllarda ilk sırada yer almazken, artışın bölgede yaşanan karışıklıktan dolayı zorunlu sebeplerden kaynaklandığı, bu nedenle diğer yabancı öğrencilerin geliş nedeniyle bir tutulmaması gerekmektedir. Azerbaycan öğrenci sayısı ile ikinci ve Türkmenistan ise üçüncü sırada yer almıştır. Diğer taraftan, az sayıda da olsa Fiji, Ekvator, Surinam, Honduras gibi binlerce

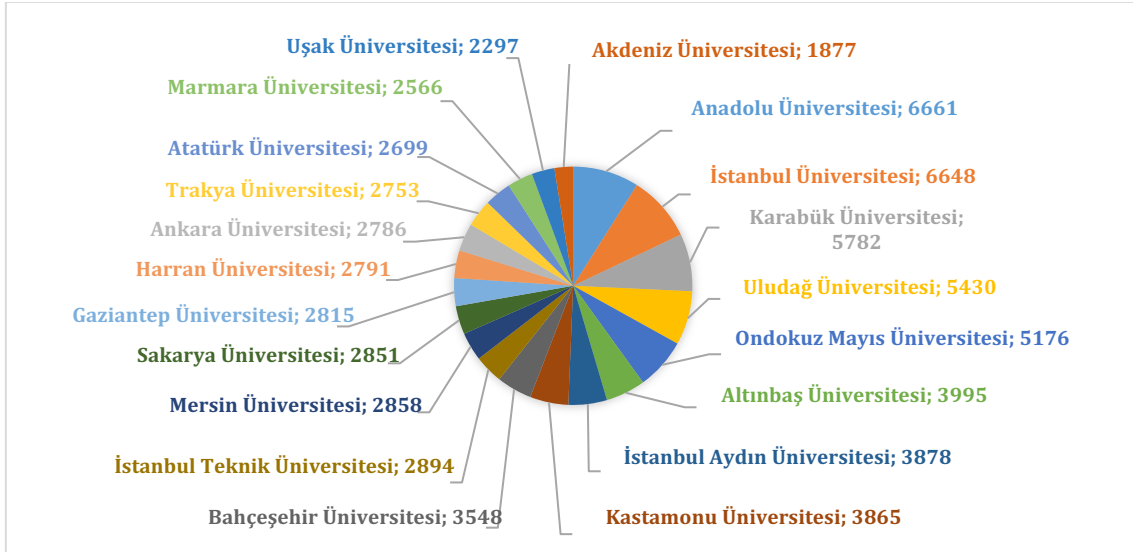
kilometre uzaklıktaki ülkelerden öğrenciler de Türkiye'nin farklı üniversitelerinde öğrenim görmektedir (YÖK, 2020).



Şekil 6. Türkiye'de En Fazla Öğrenci Sayısına Sahip İlk 20 Ülke ve Öğrenci Sayıları (2018-2019)

Kaynak: (YÖK, 2020).

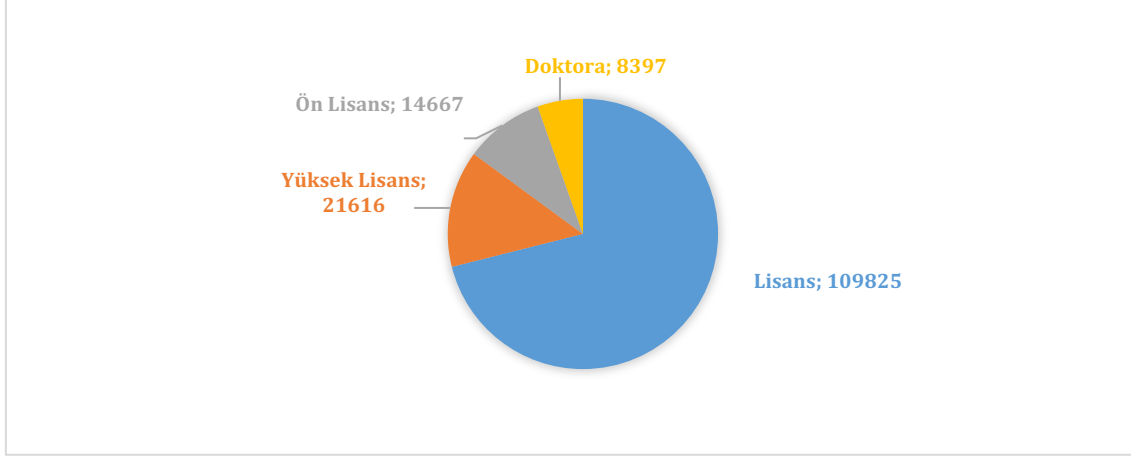
2018-2019 öğretim yılı itibariyle Türkiye'de en fazla yabancı öğrencinin kayıtlı olduğu yükseköğretim kurumu (Şekil 7) 6.661 yabancı öğrenci sayısı ile Anadolu Üniversitesi olurken, 6.648 yabancı öğrenciyle İstanbul Üniversitesi ikinci sırada, 5.782 yabancı öğrenci sayısı ile Karabük Üniversitesi üçüncü sıradadır (YÖK, 2020).



Şekil 7. Türkiye'de En Fazla Yabancı Öğrenciye Sahip İlk 20 Üniversite (2018-2019)

Kaynak: (YÖK, 2020).

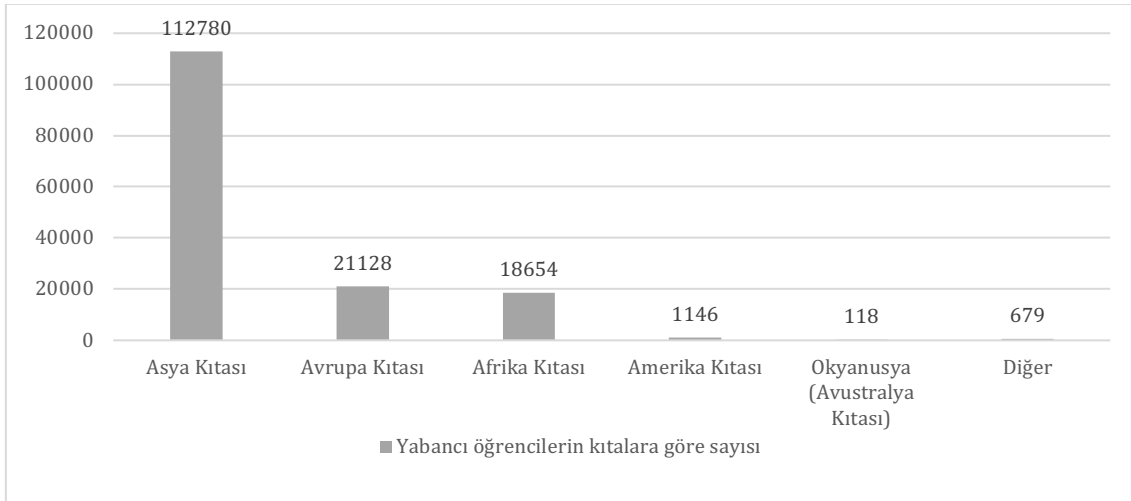
Türkiye'de eğitim gören yabancı öğrencilerin eğitim seviyelerine bakıldığında ise en yüksek sayıyı ve oranı (109.825 kişi, %71,08) ile lisans eğitimi oluşturmaktadır. Lisans eğitiminden sonraki en yüksek öğrenci sayısı da yüksek lisans eğitiminde (21.616 kişi, %13,99) göze çarpmaktadır (YÖK, 2020).



Şekil 8. Türkiye'deki Yabancı Öğrenci Sayılarının Yükseköğretim Seviyesine Göre Gösterimi (2018-2019)

Kaynak: (YÖK, 2020).

Kaynak ülke ayrımı yapmaksızın, kıtalara göre Türkiye'deki toplam yabancı uyruklu öğrencilerin sayısını Şekil 9'da görmek mümkündür. Buna göre 2018-2019 öğretim yılında Türkiye'deki yabancı uyruklu öğrencilerin büyük çoğunluğunu Asya Kıtası'ndan gelen öğrenciler oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla, Avrupa, Afrika, Amerika ve Okyanusya kıtaları ve herhangi bir kıtaya mensup olmayan öğrenciler izlemektedir.



Şekil 9. Türkiye'ye Gelen Yabancı Öğrencilerin Kıtalara Göre Sayısı (2018-2019).

Kaynak: (YÖK, 2020).

Her yıl pozitif oranla artış gösteren Türkiye'ye gelen yabancı uyruklu öğrenci sayısı, turizm alanında incelenmesi gereken bir alan olarak çalışmanın ana gerekçelerinden birini oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Turizm sektörünün temelini oluşturan seyahat, konaklama, yeme-içme ve rekreasyon hizmet bileşenleri, araştırmadaki yabancı öğrencilerin turistik davranışlarının ölçülmesindeki dört temel

inceleme başlığını oluşturmuştur. Araştırmanın evrenini, eğitim amacıyla Türkiye'ye gelen, 2017-2018 eğitim-öğretim dönemi içinde Ankara'daki yükseköğretim kurumlarında eğitim gören 10.936 (YÖK, 2018) yabancı uyruklu öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise, söz konusu evren içinden Yamane (2001) örneklem formülü kullanılarak seçilen (Yamane, 2001: 116) %95 güven seviyesinde 372 öğrenci olarak hesaplanmıştır. Örneklem Ankara'da bulunan 13 üniversite içindeki kayıtlı öğrencileri kapsamaktadır (Tablo 2).

Tablo 1. Örneklemün Üniversitelere Dağılımı

Sıralama	Üniversite	f	%
1	Gazi Üniversitesi	160	41,7
2	Ankara Üniversitesi	97	25,3
3	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	46	12,0
4	Hacettepe Üniversitesi	26	6,8
5	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	24	6,3
6	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	16	4,2
7	Başkent Üniversitesi	5	1,3
8	Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi	4	1,0
9	Polis Akademisi	2	0,5
10	Atılım Üniversitesi	1	0,3
11	Bilkent Üniversitesi	1	0,3
12	Sağlık Bilimleri Üniversitesi	1	0,3
13	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi	1	0,3
	Toplam	384	100,0

Araştırma verileri yüz yüze ve e-posta biçiminde uygulanan anket formu ile elde edilmiştir. Araştırma ölçeğinde yer alan Türkiye'deki turistik seyahatlere ilişkin sorular, sadece Türkiye'de turistik amaçlarla seyahat etmiş olan öğrencilere sorulmuş ve bu kapsamda 384 yabancı öğrenciden elde edilen veriler değerlendirilmeye alınmıştır. Örneklem erişim için üniversite yabancı öğrenci irtibat büroları, Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı, Ankara'daki çeşitli ülke derneklerinden elde edilen adres bilgilerinden yararlanılmıştır.

Toplanan veriler, SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences) istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçekte yer alan soru ve ifadelerle ilişkin tanımlayıcı istatistikler (frekans, yüzde değer) analiz edilmiş, kategorik değişkenler arası ilişkilerin değerlendirilmesinde $p < 0.05$ seviyesinde Ki-kare bağımsızlık (X^2) testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Tanımlayıcı Bulgular

Örneklemün demografik özelliklerine göre dağılımları Tablo 3'de yer almaktadır. Buna göre örnekleminde cinsiyetin yakın dağılıma sahip olduğu ve "Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu" kökenlilerin ilk sırada olduğu (%37,2) anlaşılmaktadır. Yabancı öğrencilerin önemli çoğunlukla öğrenci vizesi (%87,8) ile geldikleri, bunu yanında düşük oranlı da olsa turist vizesi (%9,9) ve görevli/çalışma izni vizesi (%0,8) şeklinde de vize türleri olduğu ortaya çıkmıştır. Yabancı öğrencilerin önemli çoğunluğunun (%89,1) bir diploma programı amacıyla ve göreceli olarak

daha fazla ön lisans ve lisans eğitimi programlarına kayıtlı oldukları anlaşılmaktadır. Yabancı öğrencilerin eğitim için bulundukları Türkiye’deki tahmini kalış süreleri ise 4 yıldan fazla (%41,9) ve 13ay-4 yıl (%40,1) şeklinde ve aylık harcamalarının da çoğunluğunun 1.250 TL ve altında olduğu ortaya çıkmıştır (Araştırma tarihinde 1 USD Dolar = 5,30 TL seviyesindedir).

Tablo 2. Yabancı Öğrencilerin Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Demografik Özellikler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	159	41,4
	Erkek	225	58,6
	Toplam	384	100
Milliyet	Türk Cumhuriyetleri ve Yakın Doğu	143	37,2
	Orta Doğu	105	27,3
	Avrupa	43	11,2
	Diğer Milliyetler	93	24,2
	Toplam	384	100,0
Vize Türü	Öğrenci vizesi	337	87,8
	Turist vizesi	38	9,9
	Görevli/çalışma izni vizesi	3	0,8
	Diğer	6	1,6
	Toplam	384	100
Eğitim Programı Seviyesi	Ön lisans/Lisans eğitimi	203	52,9
	Lisansüstü eğitim (Yüksek lisans/Doktora)	181	47,1
	Toplam	384	100
Eğitim Programının İçeriği	Dil eğitimi	17	4,4
	Staj	3	0,8
	Araştırma	19	4,9
	Gönüllü proje	3	0,8
	Diploma programı (ön lisans/lisans/yüksek lisans/doktora)	342	89,1
	Toplam	384	100
Eğitim Amacıyla Türkiye’deki Tahmini Kalış Süresi	<7 ay	46	12,0
	7-12 ay	23	6,0
	13 ay-4 yıl	154	40,1
	>4 yıl	161	41,9
	Toplam	384	100
Aylık Gelir	750 TL’ den daha az	141	36,7
	751-1250 TL	150	39,1
	1251 TL’den daha fazla	93	24,2
	Toplam	384	100

Uluslararası öğrencilerin eğitim amacıyla yaptıkları seyahatleri ele alan literatür incelendiğinde, genel olarak destinasyon seçimleri çoğunlukla İngilizce dili konuşulan ve eğitim, ekonomi ve sosyal anlamda gelişmiş ülkelerde yoğunlaşma eğilimi gösterdiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında başka bir ülkeye seyahat eden öğrencileri çeken destinasyonun imajı incelendiğinde

Kemp ve diğerlerinin (1998) çalışmasında eğitim itibarı, bilgi kaynağına ulaşılabilirlik, güvenli ortam, devlet yönetimi, ırk ayrımcılığının bulunmaması, coğrafi yakınlık ve arkadaş ve akrabaların ikamet etmesi gibi ölçütler ifade edilirken, Son ve Pearce'nin (2005) çalışmasında ülkenin konumu ve doğal cazibe merkezleri, rahat ulaşım imkânı, Promsivapallop ve Kannaovakun (2017) çalışmasında ise doğal cazibe merkezleri ve güvenli çevre uluslararası öğrencilerin ülke tercihlerinde etken olarak görülmüştür. Kiroğlu ve diğerlerinin (2010) çalışmasında ise uluslararası öğrencilerin ülke seçiminde etkili olan destinasyon imajı kültürel ve coğrafi yakınlık ve eğitim kalitesi tercihleri Kemp ve diğerlerinin (1998) çalışması ile benzer sonuçlar göstermektedir.

Mevcut çalışmanın sonucu da eğitim amacı ile gidilen ülkenin tercih edilmesinde ifade edilen sebepler açısından literatür ile paralellik göstermektedir. Buna göre araştırmada, yabancı öğrencilerin eğitim amacıyla Türkiye'yi tercih etmelerinde ilk sırada (%67,7) "eğitim kalitesi", ikinci olarak (% 49,2) "burs imkânları" ve üçüncü olarak (%38,0) "Türkiye'deki kültürel yapı" gelmektedir. Bu noktada "Tatil imkânları ve turistik imaj" başlığının %17,2 oranında öğrencilerin tercih sebepleri arasında yer alması, araştırma konusu ile ilgisi açısından dikkate değerdir.

Tablo 3. Yabancı Öğrencilerin Türkiye'yi Tercih Etme Sebebi

Eğitim Amacıyla Türkiye'yi Tercih Etme Sebebi	f	%
Eğitim kalitesi	260	67,7
Burs imkânları	189	49,2
Türkiye'deki kültürel yapı	146	38,0
Geldiğim ülke ile Türkiye arasındaki ilişkiler	129	33,6
Ülkemdeki Türkiye imajı	104	27,1
Etnik ve dini yapı	92	24,0
Güvenli çevre	87	22,7
Uluslararası öğrenciler için etkili öğrenim ortamı	86	22,4
Coğrafi yakınlık	85	22,1
Sağlık hizmetleri	85	22,1
Eğitim dili Türkçedir	78	20,3
Eğitim itibarı	76	19,8
Ülkede (Türkiye'de) yaşam maliyeti	75	19,5
Türkiye'nin devlet yönetimi	72	18,8
Tatil imkânları ve turistik imaj	66	17,2
Ebeveyn/arkadaş tavsiyesi	58	15,1
Türkiye'deki uluslararası öğrenci sayısı	57	14,8
Türkiye'de arkadaş/akrabaların ikamet etmesi	54	14,1
Bilgi kaynağı çeşitliliği	50	13
Irak ayrımcılığının olmaması	43	11,2
Kendi ülkemdeki temsilci tavsiyesi	40	10,4
Ülkenin resmi dili (Türkçe)	39	10,2
Öğrenci özellikleri/nitelikleri	32	8,3
Türkiye'ye göç etme niyeti	27	7,0
Eğitim dili İngilizcedir	25	6,5
Yarı zamanlı istihdam/iş fırsatı	18	4,7
Diğer	7	1,8

Turist Davranışına Yönelik Bulgular

Ankara'daki yabancı öğrencilerden oluşan örneklemin, Türkiye'de turistik amaçlarla seyahat ettiği ilk beş şehir sıralamasında, açık farkla ilk sırayı İstanbul alırken bunu sırasıyla Antalya Eskişehir, İzmir ve Konya izlemiştir.

Tablo 4. Türkiye'de Turistik Amaçlarla Seyahat Edilen Şehirler

Türkiye'de Seyahat Edilen Şehirler	f	%
İstanbul	298	77,6
Antalya	112	29,2
Eskişehir	107	27,9
İzmir	99	25,8
Konya	76	19,8

Yabancı öğrencilerin büyük çoğunluğunun Otel/motel biçimindeki konaklama tesislerini ve BB (oda/kahvaltı) tipini tercih ettikleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların oda/kahvaltı tipini tercih etmelerinin, destinasyonda daha fazla gezmek ve deneyimlemek isteğiyle tatilleri sırasında konaklama tesisinde fazla vakit geçirmeme eğilimlerinden kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca bütçe sınırlarına rağmen ve gençler arasında yaygın olarak kullanılan çadır tipi konaklamayı tercih etmesinin, tercih edilen destinasyonlardaki (bkz. Tablo 5) söz konusu imkânların azlığı, katılımcılarda bu anlamdaki kültür ve deneyim ile ve gidilen destinasyonlarda otel/motel tipinde ekonomik seçeneklerin bulunması ile açıklanabilir.

Yabancı öğrencilerin Türkiye'de gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresinin yüksek sayılabileceği, buna uygun olarak bir seyahatte çoğunlukla ortalama 6 gecedan fazla konaklama yaptıkları olduğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de çoğunlukla arkadaşları (%63,3) ile seyahat eden yabancı öğrencilerin, seyahatlerinde kullandıkları başlıca ulaşım aracının otobüs (88,3) olduğu anlaşılmakta, bunun yanında havayolu ve demiryolunun da ulaşımında önemli biçimde kullanıldığı görülmektedir.

Yabancı öğrenciler turistik seyahatlerinde çoğunlukla yerel restoranları (%46,1) ve fast food (%32,3) tipi restoranları tercih etmektedirler. Diğer taraftan Kültür/Tarih/Gastronomi öğrencilerin %25 i için başlıca seyahat motivasyonu durumundadır.

Öğrencilerin yaklaşık yarısı (%49,5) Türkiye'de gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarının ortalama 1000 TL'den daha az olarak ifade edilmiştir. Seyahatlerde yapılan harcama miktarının dağılımı, eğitim turistleri olarak yabancı öğrencilerin çoğunlukla sınırlı bütçeye sahip olduklarına işaret etmektedir.

Tablo 5. Yabancı Öğrencilerin Türkiye’deki Turistik Seyahatlerine İlişkin Bulgular

Kategori	f	%
Turistik Seyahatte Tercih Edilen Konaklama Tesisi Türü		
Hotel/Motel	242	63,0
Hostel	57	14,8
Pansiyon	24	6,3
Diğer (Arkadaş/akraba evi, Çadır/kamp alanı, Airbnb vb.)	61	15,9
Turistik Seyahatte Tercih Edilen Kalış Tipi		
BB (oda kahvaltısı)	186	48,4
All Inclusive (her şey dâhil)	63	16,4
HB (yarım pansiyon)	58	15,1
FB (tam pansiyon)	47	12,2
Diğer	30	7,8
Turistik Seyahatin Süresi		
> 6 gece	155	40,4
4-6 gece	118	30,7
1-3 gece	111	28,9
Turistik Seyahatte Seyahat Partneri Tercihi		
Arkadaşlarımla	243	63,3
Yalnız Seyahat	62	16,1
Ailemle	45	11,7
Eş/Partner	34	8,9
Seyahatlerde Kullanılan Ulaşım Aracı		
Otobüs	339	88,3
Uçak	254	66,1
Tren	229	59,6
Gemi	149	38,8
Kiralık araç	132	34,4
Kendi aracım	105	27,3
Diğer (otostop vb.)	58	15,1
Turistik Seyahatte Yeme-İçme Tercihi		
Yerel restoranlar	177	46,1
Fast food	124	32,3
Hazır gıda	35	9,1
Kendi ülke mutfağımın restoranları	30	7,8
Benim tarafımdan hazırlanan tüm yiyecekler (Kendi ülkeme özgü ve/veya diğer yiyecekler)	18	4,7
Temel Seyahat Motivasyon Faktörü		
Deniz	99	25,8
Kültür/Tarih/Gastronomi	96	25,0
Gezi	68	17,7
Eğlence	45	11,7
Macera etkinlikleri	36	9,4
Diğer (Toplantı/ konferans/kurs/ seminer/görev vb., Alışveriş, Arkadaş/akraba ziyareti, Dini etkinlikler, Sağlık)	26	6,8
Spor (Açık ve/veya kapalı alan sporları)	14	3,6
Turistik Seyahatte (En Son) Harcama Miktarı		
1000 TL’den daha az	190	49,5
1001-2000 TL	114	29,7
2001 TL’den daha fazla	80	20,8

Hipotez Testi Bulguları

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de gerçekleştirmiş oldukları turistik seyahat deneyimlerinin tarama tipinde incelenmesinin yanı sıra, araştırmada elde edilen verilerle, araştırma öncesi kurulan hipotezler de test edilmiş ve test sonuçları aşağıdaki Tablo 7’ de liste biçiminde verilmiştir.

Tablo 6. Cinsiyet, Milliyet, Eğitim Programı Seviyesi ve Gelir Miktarı Değişkenleri ile Turistik Seyahatin Bazı Temel Başlıkları Arasında Kurulan Hipotezlere Göre İlişki Varlığı

Hipotez	X ²	P	İlişkinin Varlığı
Cinsiyet--- Konaklama tesisi türü	6,362	0,095	YOK
Cinsiyet--- Turistik seyahatin süresi	0,286	0,867	YOK
Cinsiyet--- Seyahat partneri	14,428	0,02	VAR
Cinsiyet--- Yeme-içme	6,517	0,164	YOK
Cinsiyet--- Temel motivasyon faktörü	8,052	0,234	YOK
Cinsiyet--- Turistik seyahatteki harcama miktarı	1,914	0,384	YOK
Cinsiyet--- Türkiye’deki tahmini kalış süresi	4,087	0,252	YOK
Milliyet--- Konaklama tesisi türü	26,883	0,001	VAR
Milliyet--- Turistik seyahatin süresi	6,925	0,328	YOK
Milliyet--- Seyahat partneri	16,351	0,060	YOK
Milliyet--- Yeme-içme	41,310	0,000	VAR
Milliyet--- Temel motivasyon faktörü	30,218	0,035	VAR
Milliyet--- Turistik seyahatteki harcama miktarı	19,042	0,004	VAR
Milliyet--- Türkiye’deki tahmini kalış süresi	20,141	0,017	VAR
Eğitim Programı Seviyesi--- Konaklama tesisi türü	3,508	0,320	YOK
Eğitim Programı Seviyesi--- Turistik seyahatin süresi	1,642	0,440	YOK
Eğitim Programı Seviyesi--- Seyahat partneri	4,417	0,220	YOK
Eğitim Programı Seviyesi--- Yeme-içme	7,136	0,129	YOK
Eğitim Programı Seviyesi--- Temel motivasyon faktörü	9,359	0,154	YOK
Eğitim Programı Seviyesi--- Turistik seyahatteki harcama miktarı	0,257	0,879	YOK
Eğitim Programı Seviyesi--- Türkiye’deki tahmini kalış süresi	43,422	0,000	VAR
Gelir Miktarı--- Konaklama tesisi türü	11,524	0,073	YOK
Gelir Miktarı--- Turistik seyahatin süresi	0,649	0,957	YOK
Gelir Miktarı--- Seyahat partneri	12,491	0,052	YOK
Gelir Miktarı--- Yeme-içme	5,419	0,712	YOK
Gelir Miktarı--- Temel motivasyon faktörü	21,346	0,046	VAR
Gelir Miktarı--- Turistik seyahatteki harcama miktarı	16,460	0,002	VAR
Gelir Miktarı--- Türkiye’deki tahmini kalış süresi	61,475	0,000	VAR

*p<0,05

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet arasında kurulan hipotez testi bulguları iki değişken arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Varasteh ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu çalışmada cinsiyet ile konaklama tesisi arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan mevcut çalışma literatürü desteklememektedir.

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile milliyet değişkeni arasında kurulan hipotez testi bulguları iki

değişken arasında bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Gardiner ve diğerleri (2013) ve Varasteh ve diğerlerinin (2015) çalışmalarında milliyet ile konaklama tesisi türleri arasında da ilişki görülmüştür. Mevcut çalışma literatürdeki bilgileri desteklemektedir ve paralellik bulunmaktadır.

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki konaklama tesisi tercihleri ile eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı arasında kurulan hipotez testi bulguları iki değişken arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Varasteh ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu çalışmada da eğitim seviyesi ile konaklama tesisi ve gelir kaynağı ile konaklama tesisi arasında bir ilişki aranmış ancak bulunamamıştır. Bu açıdan çalışma mevcut literatür ile paralellik göstermektedir.

Diğer taraftan yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerinin süresi ile cinsiyet, milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları değişkenler arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Gardiner ve diğerlerinin (2013) çalışmasında turistik seyahatlerin süresi ile milliyet arasında bir ilişki bulunmuştur. Mevcut çalışmanın milliyet değişkeni ile yapılan hipotez testi bulguları literatürdeki bilgiyi desteklememektedir.

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyetlere göre ilk tercih arkadaşlar ile seyahat etmek olarak ifade edilirken, ikinci olarak en fazla tercih kadınlar tarafından aile ile seyahat etmek olmuştur. Erkeklerin ise ikinci en fazla tercihini yalnız seyahat etmek oluşturmuştur. Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki seyahat partneri tercihi ile milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları değişkenler arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Gardiner ve diğerlerinin (2013) çalışmasında ise milliyet ile seyahat partneri arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan mevcut çalışmanın milliyet ile ilgili hipotez testi bulguları ile literatür birbirini desteklememektedir.

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki yeme-içme tercihi ile cinsiyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları değişkenler arasında bir ilişki olmadığını ortaya çıkarmıştır. Ancak milliyet değişkeni arasında bir ilişki bulunmuştur. Varasteh ve diğerlerinin (2015) yapmış olduğu çalışmada turistik seyahatlerde cinsiyet, milliyet değişkenleri ve yeme-içme tercihi arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan bakıldığında yalnızca milliyet değişkeni ile yeme-içme arasında kurulan hipotez testlerinin bulguları literatürü desteklemektedir.

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile cinsiyet ve eğitim programı seviyesi değişkenleri arasında bir ilişki bulunmamıştır. Yabancı öğrencilerin Türkiye’deki (varış ülkesi içindeki) tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet ve gelir miktarı arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, milliyeti farklı olan yabancı öğrenciler farklı turistik motivasyonlardan etkilenmiştir ve farklı gelir miktarlarına sahip yabancı öğrencilerin tatillerini etkileyen turistik motivasyonları değişiklik göstermiştir şeklinde yorumlanabilir. Varasteh ve diğerleri (2015)’nin yapmış olduğu çalışmada turistik seyahatlerde turizm aktiviteleri ile cinsiyet ve eğitim seviyesi arasında ilişki bulunmazken milliyet değişkeni ve gelir kaynağı değişkeni arasında bir ilişki bulunmuştur. Bu açıdan bakıldığında literatürdeki bilgiler ile mevcut çalışmanın hipotez testi bulguları birbirini desteklemektedir.

Yabancı öğrencilerin Türkiye’de (varış ülkesi içinde) gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerindeki harcama miktarı ile cinsiyet ve eğitim programı seviyesi değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Uluslararası öğrencilerin varış ülkesi içinde (Türkiye) gerçekleştirdikleri turistik

seyahatlerindeki harcama miktarı ile milliyet ve gelir miktarı arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, milliyetleri ve gelir miktarları farklı olan eğitim turistlerinin turistik seyahatlerinde yapmış oldukları harcama miktarları farklılık göstermektedir. Bu açıdan bakıldığında milliyet değişkeni ile ilgili yapılan hipotez testi sonuçları Gardiner ve diğerlerinin (2013) bulguları ile benzerlik göstermektedir ve milliyet değişkeni açısından literatürü desteklemektedir.

Yabancı öğrencilerin Türkiye'deki (eğitim için bulundukları ülkedeki) tahmini kalış süreleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Diğer taraftan eğitim amacıyla Türkiye'deki tahmini kalış süreleri ile milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı değişkenleri arasında ise anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Eğitim turistlerinin milliyetleri, eğitim programı seviyeleri ve gelir miktarları Türkiye'deki (eğitim için bulundukları ülkedeki) tahmini kalış sürelerini etkilemektedir ve bu üç değişkene göre farklılık gösterip üç değişken arasında bir ilişki bulunmaktadır.

SONUÇ

Bu araştırmada, Dünya'da her geçen gün artma eğiliminde olan uluslararası öğrencilerin nüfusunu keşfetmeye çalışmakla birlikte seyahat davranışları ve bu pazar içinde Türkiye'nin aldığı payı ortaya koymak için uluslararası öğrenci literatürü incelenmiştir. Araştırmanın amacı, eğitim amacıyla Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin deneyimlerini turizm perspektifinden incelemektir. Bu çalışmanın kapsamını, farklı milletlerden eğitim amacıyla Türkiye'ye gelmiş ve Ankara'daki yükseköğretim kurumlarında eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Öncelikli olarak Türkiye'yi eğitim amacıyla tercih etme sebebi, Ankara'yı tercih etme ve üniversiteyi seçmede etkili olan ölçütler belirlenmiş ve eğitim turistlerinin seyahat davranışları betimlenerek kurulan hipotezlerin sonuçlarına yer verilmiştir.

Geçmişten itibaren artan bir hızla devam eden 5,3 milyonluk öğrenci pazarında Türkiye'ye 155 bin civarında öğrenci gelmiştir. Türkiye'ye gelen bir eğitim turistinin (gençlik turisti) toplam turizm gelirinde 711 US Dolar artış yaptığı bilinmektedir (Yurdakul ve Özgencil, 2016: 85). 2014 yılında 286 milyar US Dolar harcama yaptığı bilinen ve 2020 yılına kadar neredeyse 370 milyon genç yolcunun seyahate çıkıp 400 milyar US Doları aşan harcama yapacağı öngörülmektedir. Dünya üzerindeki büyümenin %40 seviyesinde olduğu ve mevcut büyüme içerisinde Türkiye'nin de bu pazardaki payını arttırarak gelir etkisini yükselteceği tahmin edilebilir. Türkiye'ye eğitim amacı ile gelen öğrencilerin 2013-2019 yılları arasındaki büyüme oranlarına bakıldığında ise; genel toplamda yaklaşık %320 artış sağlandığı gözlenmiş, 2018-2019 eğitim öğretim döneminde bir önceki döneme göre yaklaşık %24 büyüme ile 154.505 yabancı öğrenci sayısına ulaşmıştır.

Eğitim turistlerinin seyahat nedenleri ve boş zaman değerlendirme faaliyetleri incelendiğinde, yukarıda ifade edilen büyüme oranları da dikkate alındığında, Türkiye'nin doğu ile batı arasındaki konumu hem tarihî ve kültürel miras zenginliğiyle hem de turizm açısından doğal ve çekici güzellikleriyle uluslararası öğrencileri çekebilecek bir destinasyon imajı sergilemektedir.

Eğitim turistlerinin Türkiye'deki seyahat davranışları incelendiğinde, çoğunlukla düşük bütçeli hotel/motel, pansiyon konaklama tercihlerinde bulunmuşlardır. Turistik seyahatlerde tercih edilen konaklama türleri ile ilgili literatürdeki tercihlere bakıldığında, gençlik yurdu (Bywater, 1993), hotel/motel ve arkadaş akraba evi (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam 2003; Huang ve Tian, 2013; King ve Gardiner, 2015) seyahatlerde en fazla tercih edilen konaklama türlerini oluşturmuştur. Davidson, Wilkins, King, Hobson, Craig-Smith ve Gardiner'ın (2010) Avustralya'daki çalışmasında, eğitim turistleri tarafından konaklama türlerindeki ilk tercih

hotel/motel, ardından tatil dairesi (pansiyon) ve hosteller olmuştur. Genellikle gidilen ülkenin öğrenciler açısından ekonomik olup olmaması konaklama tercihlerde belirleyici olmuştur. Ekonomik anlamda aileye bağımlı olan ya da bir burs veya çalışma şeklinde elde edilen gelir, yoğunlukla gidilen bölgenin şartlarına bağlı olsa da seyahat eden öğrenciler tarafından otobüs, tren ve uçak en fazla tercih edilen ulaşım şeklini oluşturmuştur. Diğer taraftan literatür incelendiğinde yabancı öğrenciler turistik seyahatlerde otobüs (Bywater, 1993), otomobil ve uçak (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam, 2003; Davidson vd., 2010; Gardiner vd., 2013; King ve Gardiner, 2015), tren ve otobüs (Huang ve Tian, 2013), uçak ve tren (Lantai ve Mei, 2017) en fazla kullanım tercihlerini oluşturmuştur. Öğrencilerin yeme-içme tercihlerini ise diğer turistler gibi ihtişamlı yemekler yerine hızlı hazır tüketim gıdaları ve yerel yiyecekler oluşturmuştur. Literatür incelendiğinde yabancı öğrencilerin eğitim için bulundukları ülkedeki seyahatlerinde fast food (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam, 2003), kendi ülke mutfağına özgü yiyecekleri (Collins, 2010; Drozdowska ve Duda-Seifert, 2014) tercih ettikleri görülmüştür. Bunun sebeplerinden bazıları öğrencilerin farklı lezzetlere kapalı olmaları, kendi yemek kültürlerini korumak istemeleri ve aile beslenme kalıplarını devam ettirmeleri şeklinde yorumlanabilir. Diğer taraftan yabancı öğrenciler yeme-içme konusunda bilinmedik yiyeceklerle temkinli yaklaşmışlardır. Yabancı öğrencilerin boş zamanları ise, yoğunlukla ana seyahat sebeplerini de oluşturan deniz, kültür/tarih/gastronomi, gezi ve eğlence temelli olmuştur. Literatür incelendiğinde yabancı öğrencilerin seyahatlerinde katıldıkları boş zaman değerlendirme etkinlikleri gezip görme (Field, 1999; Kim ve Jogaratnam, 2003), doğal çekiciliklere ziyaret ve gezip görme (Davidson vd., 2010; Hughes vd., 2015), kültür/tarih gezileri (Drozdowska ve Duda-Seifert, 2014), doğal turistik yerleri ziyaret etmek ve gezmek (King ve Gardiner, 2015) olarak ifade etmişlerdir. Yazarların eğitim turistlerinin turistik davranışları incelemesinde ifade ettikleri ortak noktalara bakılırsa, öğrencilerin seyahat davranışlarındaki tercihleri ülkelere göre değişiklik gösterse de yüzdesel ifadelerden ziyade az ya da çok tercih edilmelerine bakılmaksızın, konaklama tercihlerinde otel/motel, arkadaş/akraba ile birlikte kalmak ve hostel, ulaşım tercihlerinde otobüs, tren ve uçak, yeme-içme tercihlerinde ulusal yemek tarzı ile market alışverişleriyle birlikte kendi hazırladıkları yemekler ve boş zaman değerlendirme tercihlerinde ise kültür, eğlence gezileri ile doğa, macera, spor başlığı altındaki etkinliklere katılım şeklinde göze çarpmaktadır. Diğer taraftan eğitim turistlerinin seyahat davranışlarını, eğitim amacıyla bulunan ülkedeki turistik alt yapı ve tesisler de şekillendirmiştir.

Hipotez testleri sonucunda konaklama tesisi tercihleri ile cinsiyet, turistik seyahatlerin süresi ile milliyet, seyahat partneri tercihi ile milliyet arasında kurulan hipotez testi başlıklarında literatürdeki mevcut bilgi reddedilmiştir. Yeni bilgi konaklama tesisi tercihi ile cinsiyet değişkeni arasında, turistik seyahatlerin süresi ile milliyet değişkeni arasında ve seyahat partneri tercihi ile milliyet değişkeni arasında bir ilişki bulunmadığı şeklindedir. Konaklama tesisi tercihi ile milliyet, konaklama tesisi tercihi ile eğitim programı seviyesi, konaklama tesisi tercihi ile gelir miktarı, yeme-içme tercihi ile milliyet, tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile milliyet, tatili etkileyen temel motivasyon faktörü ile gelir miktarı, turistik seyahatlerdeki harcama miktarı ile milliyet başlıklarında ise literatürdeki bilgi reddedilememiştir. Reddedilemeyen hipotezlerde literatürdeki bilgiler geçerliliğini korumaya devam etmektedir.

Mevcut çalışmada sağlanan cinsiyet, milliyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı temelli ayrıntılı analiz, uluslararası eğitim ile turizm endüstrisinin temel dört bileşeni (konaklama, seyahat, yeme-içme ve rekreasyon) arasındaki kesişmenin bir yönünü anlamada yardımcı olacaktır. Sonuçlar, turizm endüstrisinin uluslararası öğrencileri homojen bir kategori olarak değil, birçok alt gruptan oluşan heterojen bir piyasa olarak görülmesi ve potansiyel bir seyahat pazarı olarak değerlendirmeyi hak eden ayırt edici özelliklere sahip bir topluluk oluşturduğunu göstermektedir. Seyahat davranışlarının cinsiyete, milliyete, eğitim programı seviyesine ve gelir

miktarına göre farklılık gösterdiğine dair kanıtlar sunarak uluslararası öğrencilerin seyahat etkinlikleri hakkında somut bir çıktı oluşturmuştur.

Bu çalışma, eğitim turistlerinin konaklama türlerinde en çok hotel/motel tercih etmelerine karşılık pansiyon tipinde oda/kahvaltı seçeneği en fazla kalışın gerçekleştirildiği konaklama tipini oluşturmuştur. Diğer taraftan tercih edilen hostel ve pansiyon konaklama türünün diğer ekonomik konaklama seçeneklerini oluşturduğunu göstermektedir. Eğitim turistlerinin yapmış oldukları turistik seyahatlerinde altı gecedan fazla konaklama yapma ya da dört ile altı gece arasında konaklama yaparak bu aralıklarda daha fazla seyahat etme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Bu açıdan bakıldığında açıklanan konuların daha ayrıntılı bir şekilde araştırılmasını, turizm endüstrisine bu pazar potansiyelinden faydalanmak istiyorsa, farklı gruplamalara uygun konaklama türlerinin ve paketlerin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Seyahatlerde otobüs ve uçağın en fazla tercih edilen ulaşım aracı olduğu dikkat çekicidir. Bu tür yatırımlar, tercih edilen araçlarda seyahat paketleme düzenlemelerinin yapılmasına bir vurgu yapmaktadır. Ayrıca turizmin konaklama ve seyahat bileşenlerine ek olarak eğitim turistlerinin tatillerini etkileyen deniz, kültür/tarih/gastronomi ve gezi motivasyon faktörleri dikkate alındığında turizm ve eğitim endüstrileri arasında işbirliği yapılarak bu tür seyahat motivasyonlarından yararlanılabilir ve seyahat faaliyetlerini bu yapılar ile çekici ürün önerileri şekline dönüştürerek, seyahat faaliyetlerini artırma ve öğrencileri zaman ve para harcamaları için motive etme olanağı sunulabilir. Sonuç olarak bazı seyahat tercihlerinin katılımcı alt gruplarda (cinsiyet, eğitim programı seviyesi ve gelir miktarı) anlamlı ilişkiler ve farklılıklar bulunmamasına rağmen, elde edilen bulgular milliyet temelli gruplaşmalara yönelik ayrı paketler geliştirmeye cesaret vermektedir. Ancak, çoğu uluslararası öğrencinin de seyahat etmek için Türkiye’de seyahat paketleme düzenlemeleri olmadan da turistik seyahatler gerçekleştirmeye hevesli oldukları hali hazırda yapmış oldukları turistik seyahatlerden de açıkça görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye içindeki öğrenciler arasında seyahat etme eğilimi, hazır ve büyümekte olan bir turizm piyasası olasılığı sunmaktadır.

TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Uluslararası öğrenci yolculuğunda büyümenin devam etmesi ve daha kişiselleştirilmiş davranışlara doğru evrim geçirmesi, bunun yanı sıra gençlik seyahatleri ve uluslararası eğitimin yaygınlaşmasıyla desteklenmesi gelecekteki araştırma boşlukları ve fırsatlarının bir göstergesidir. Gençlik turizmi kapsamında ele alınan eğitim turizminin tüm yıla yayılması ve daha az bir ekonomik yatırım gerektirmesi ve gençlerin enerji ve motivasyonlarının yüksek olmasının pozitif etki yaratması açısından bakıldığında, Türkiye’nin üzerinde durması gereken önemli bir turizm çeşidi olarak önem arz etmektedir. Gençlerin eğitim amacıyla gittikleri ülkelerde seyahat davranışlarını kapsayan birçok araştırma yapılmıştır. Ancak Türkiye’de bu konu ile ilgili yapılmış Turizm açısından çok fazla araştırmayla karşılaşılmamıştır. Eğitim turistlerinin büyümeye devam edeceği beklentisi göz önüne alındığında, seyahat davranışlarının incelenmesi gelecekteki potansiyel turist olan mevcut uluslararası öğrencilerin Türkiye’ye çekilmesi ve Türkiye’nin bu açıdan pazarlanabilir olması üzerinde durulması ve bu konuyla ilgili daha fazla araştırma yapılması gerektiğini göstermektedir. Bu tür araştırmalar, hedef pazarlamacılar ve plancılara, eğitim turistlerinin tatil amaçlı seyahat görüntüsünü sağlayabilir. Tüm bunların yanı sıra, eğitim turizmi pazarında rekabet gücünü korumaya çalışan ürün ve destinasyon sağlayıcıları, seyahat deneyimlerini çeşitlendirmek ve daha özel uyarlanmış deneyimler sunmak için bir çaba göstermelidirler. Ayrıca, bu pazardaki turizm operatörleri ve yöneticileri, uluslararası öğrencilerin seyahat ihtiyaçlarını karşılamak için altyapı sağlama ve ticaret uygulamalarını değiştirme zorunluluğu ile de karşılaşabilirler. Diğer taraftan mevcut

çalışma Ankara'daki yabancı öğrencilerin seyahat davranışlarını incelemiştir. Bu açıdan bakıldığında literatüre katkı sağlaması açısından gelecekte yapılacak çalışmalar, Türkiye'nin farklı şehirlerinde eğitim amacıyla bulunan yabancı öğrencilerin seyahat davranışlarını incelemeye yönelik olabilir.

KAYNAKÇA

Bardgett, L. (2000). *The Tourism Industry Economic Policy and Statistics*. (Research paper 00/66 Economic Policy and Statistics Section) House of Commons Library. Derby Gate London.

Bodger, D. (1998). Leisure, Learning and Travel, *Journal of Physical Education, Research and Dance*, 69(4): 28-31.

Bywater, M. (1993). Market Segments: The Youth and Student Travel Market, *Travel & Tourism Analyst*, 3: 35-49.

Carr, N. (1998). The Young Tourist: A Case of Neglected Research, *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(4): 307-318.

Carr, N. (2003). University and College Students' Tourism. (Eds) Ritchie, B. W., Carr, N. and Cooper, C.: *Managing Educational Tourism* In (pp. 181-225) Clevedon: Channel View Publications.

Collins, F. L. (2010). International Students as Urban Agents: International Education and Urban Transformation in Auckland, New Zealand. *Geoforum*, 41: 940-950.

Davidson, M., Wilkins, H., King, B., Hobson, P., Craig-Smith, S. and Gardiner, S. (2010). International Education Visitation- Tourism Opportunities, *CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd*. <https://www.researchgate.net> [Erişim Tarihi: 09.12.2016].

Drozdowska, M. and Duda-Seifert, M. (2014). Preferences of Erasmus Students Concerning Culinary Tourism, *Current Issues of Tourism Research*, 1: 25-37.

Field, A. M. (1999). The College Student Market Segment: A Comparative Study of Travel Behaviors of International and Domestic Students at a Southeastern University, *Journal of Travel Research*, 37(4): 375-381.

Gardiner, S., King, B. and Wilkins, H. (2013). The Travel Behaviours of International Students: Nationality-Based Constraints and Opportunities, *Journal of Vacation Marketing*, 19(4): 287-299.

Glover, P. (2011). International Students: Linking Education and Travel, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28: 180-195.

Gülcan, B. (2009). Turizmin Disipliner Evrimi, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1): 186-206.

Huang, R. and Tian, X. (2013). An Investigation of Travel Behavior of Chinese International Students in the UK, *Journal of China Tourism Research*, 9(3): 277-291.

Ipk international. (2013/2014). ITB World Travel Trends Report December (2013/2014). The world's Leading Travel Trade Show. <http://www.itbberlin.de> [Erişim Tarihi: 05.03.2017].

Ipk international, (2016/2017). ITB World Travel Trends Report (2016/2017). The World's Leading Travel Trade Show. <https://www.itb-berlin.de> [Erişim Tarihi: 21.02.2018].

Kemp, S., Madden, G. and Simpson, M. (1998). Emerging Australian Education Markets: A Discrete Choice Model of Taiwanese and Indonesian Student Intended Study Destination, *Education Economics*, 6(2): 159-169.

- Kıroğlu, K., Kesten, A. ve Elma, C. (2010). Türkiye’de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Lisans Öğrencilerinin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Sorunları, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2): 26-39.
- Kim, K. and Jogaratnam, G. (2003). Activity Preferences of Asian International and Domestic American University Students: An Alternative Basis for Segmentation, *Journal of Vacation Marketing*, 9(3): 260-270.
- King, B. and Gardiner, S. (2015). Chinese International Students. An Avant-Garde of Independent Travellers?, *International Journal of Tourism Research*, 17(2): 130-139.
- Lantai, T. and Mei, X. Y. (2017). Travel Behaviour of Mainland Chinese International Students in Norway, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(3): 394-403.
- Moisâ, C. O. (2010). Aspects of the Youth Travel Demand, *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(2): 575-582.
- Novelli, M. (2005). *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Routledge.
- OECD. (2013). Education at a glance, OECD Indicators, Paris. <http://www.oecd-ilibrary.org> [Erişim Tarihi: 25.01.2017].
- OECD. (2014). <http://www.oecd.org> [Erişim Tarihi: 14.02.2018].
- OECD. (2018). Education at glance. OECD Indicators. www.oecd.org [Erişim Tarihi: 11.02.2018].
- OECD. (2019). Education at glance. OECD Indicators. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/f8d7880d-en.pdf?expires=1590518721&id=id&accname=guest&checksum=D67413457BEDB50B22FF9CF7B7707944> (E.T. 26.05.2020) > [Erişim Tarihi: 26.05.2020].
- Oral, S. (1992). Türkiye’de Gençlik Turizmi ve Geliştirilmesi (Sorunlar-Öneriler). *Gençlik Turizmi Konferansı*, Ankara: Turizm Bakanlığı, ss:125-134.
- Pyvis, D. and Chapman, A. (2007). Why University Students Choose an International Education: A Case Study in Malaysia, *International Journal of Educational Development*, 27: 235-246.
- Richards, G. and Wilson, J. (2003). *New Horizons in Independent Youth and Student Travel*. Amsterdam: International Student Travel Confederation (ISTC), September.
- Richards, G. and Wilson, J. (2005). Youth Tourism: Finally Coming of Age? (Eds) Novelli, M.: *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases* In (pp. 39-46). Oxford: Routledge.
- Richards, G. (2015). The New Global Nomads: Youth Travel in a Globalizing World, *Tourism Recreation Research*, 40(3): 340-352.
- Ritchie, B., Carr, N. and Cooper, C. (2003). *Managing Educational Tourism*. Clevedon, UK: Channel View Publication.
- Son, A. and Pearce, P. (2005). Multi-Faceted Image Assessment: International Students’ Views of Australia as a Tourist Destination, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18(4): 21-35.
- Toskay, T. (1989). *Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- TÜİK. (2019). Çıkış Yapan Ziyaretçiler ve Vatandaş Araştırmaları. <http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do> [Erişim Tarihi: 27.03.2019].
- TÜİK. (2020). Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketi. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33669> [Erişim Tarihi: 08.02.2020].

- UNESCO. (2009). Global Education Digest: New data Reveal a Shifting Landscape of Student Mobility. page: 250. www.uis.unesco.org> [Erişim Tarihi: 18.12.2016].
- UNESCO. (2020). Uluslararası Öğrenci Pazarında En İyi 10 Ülke. <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow>> [Erişim Tarihi: 27.05.2017].
- UNWTO. (2005). Tourism Market Trends. page: 103. <http://www.e-unwto.org>> [Erişim Tarihi: 06.01.2017].
- UNWTO. (2011). The Power of Youth Travel. *World Tourism Organisation, Affiliate members report: Volume Two*, page: 6. <http://cf.cdn.unwto.org>> [Erişim Tarihi: 18.03.2017].
- UNWTO. (2016, March). Global Report on The Power of Youth Travel. *Madrid: World Tourism Organisation, Affiliate Members Report*: page: 10,11, 23. Volume Thirteen. <https://www.wysetc.org>> [Erişim Tarihi: 18.03.2017].
- Varasteh, H., Marzuki, A. and Rasoolimanesh, S. M. (2015). Factors Affecting International Students' Travel Behavior, *Journal of Vacation Marketing*, 21(2): 131-149.
- Yamane, T. (2001). *Temel Örneklem Yöntemleri*. (Çeviren Esin, A., Bakır, M. A., Aydın C. ve Gürbüzsel, E.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- YÖK. (2017). Yabancı Öğrencilere İlişkin Yönetmelik. <http://www.yok.gov.tr>> [Erişim Tarihi: 27.01.2017].
- YÖK. (2020). Türkiye'deki Yabancı Öğrenci Sayıları. <https://istatistik.yok.gov.tr/>> [Erişim Tarihi: 08.02.2020].
- Yurdakul, F. ve Özgencil, G. (2016). Türkiye'deki Turizm Gelirinin Belirleyicileri ve Alternatif Turizm Gelirlerinin Önemi, (Editör) Güncü, A., Güneş, E., Alagöz, G., Fırat, M. Ç., Canbaba İ. E. ve Başar, B. *I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (ss.76-88). Erzincan.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 815-832.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.800](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.800)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Fourier Birim Kök Testleri Temelinde Ekolojik Açık, Ekonomik Büyüme ve Özel Sektör Kredilerinin Analizi: Türkiye Örneği

Dr. Öğr. Üyesi Onur ÖZDEMİR, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, e-posta: onozdemir@gelisim.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3804-0062>

Arş. Gör. Sedef ÇEVİKALP, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, e-posta: scevikalp@gelisim.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1272-3287>

Öz

Mevcut çalışma iktisadi süreçlerin alt yapısının incelenmesinde önemli bir role sahip olan üç farklı değişkenin – ekolojik açıklık, ekonomik büyüme ve özel sektör kredileri – sürdürülebilirliğini araştırmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda ilgili çalışmada, Türkiye ekonomisinde mevcut değişkenlerin sürdürülebilirliği doğrusal – ADF ve KPSS – ve doğrusal olmayan – Fourier ADF, Fourier KPSS ve Fourier GLS – birim kök testleri aracılığıyla 1987-2007 (küresel kriz öncesi), 2008-2017 (küresel kriz süreci) ve 1987-2017 (tüm örneklem) dönemleri için üç farklı süreçte analiz edilmektedir. Elde edilen ampirik bulgular geleneksel/doğrusal birim kök testleri çerçevesinde ekolojik açıklık ve ekonomik büyüme serilerinin düzeyde, özel sektör kredisine ait serinin ise ilk farkında durağanlığını göstermektedir. Buna ek olarak, yapısal kırılmaları göz önünde tutarak uygulanan Fourier tipi doğrusal olmayan birim kök testleri için alt dönemlerde büyük oranda tüm serilerde düzeyde durağanlık elde edilirken tüm dönem test istatistikleri için ise ekolojik açıklığın aksine ekonomik büyüme ve özel sektör kredilerinin ilk farklarında ortalamaya dönme eğilimine sahip olduğu vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekolojik Açıklık, Ekonomik Büyüme, Özel Sektör Kredileri, Türkiye Ekonomisi, Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Birim Kök Testleri.

Makale Gönderme Tarihi: 04.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 02.09.2021

Önerilen Atıf:

Özdemir, O. ve Çevikalp, S. (2021). Fourier Birim Kök Testleri Temelinde Ekolojik Açık, Ekonomik Büyüme ve Özel Sektör Kredilerinin Analizi: Türkiye Örneği, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 815-832.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 815-832. DOI:10.26677/TR1010.2021.800

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

The Analysis of Ecological Deficit, Economic Growth and Private Sector Credits Based on Fourier Unit Root Tests: The Case of Turkey

Assistant Prof. Dr. Onur ÖZDEMİR, İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, İstanbul, e-mail: onozdemir@gelisim.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3804-0062>

Research Assistant Sedef ÇEVİKALP, İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, İstanbul, e-mail: scevikalp@gelisim.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1272-3287>

Abstract

This study aims to investigate the sustainability of three different variables – ecological deficit, economic growth, and private sector credits – that have an important role for the examination of the infrastructure of economic processes. In this direction, the sustainability of those variables in the Turkish economy has been analyzed through linear – ADF and KPSS – and non-linear – Fourier ADF, Fourier KPSS, Fourier GLS – unit root tests for three different periods covering 1987-2007 (pre-global crisis), 2008-2017 (global crisis), and 1987-2017 (whole period). The empirical findings show that the series of ecological deficit and economic growth are stationary at the level and the private sector credit is stationary at first difference within the framework of traditional/linear unit root tests. In addition, the test statistics of the series in sub-periods provides that the series are to a large extent stationary at the level in the presence of the implication of Fourier-type non-linear unit root tests, whereas the test statistics of whole periods emphasize that economic growth and private sector credits tend to return to the average at the first difference, contrary to the ecological deficit in which it is stationary at the level.

Keywords: Ecological Deficit, Economic Growth, Private Sector Credits, Turkish Economy, Linear and Non-Linear Unit Root Tests.

Received: 04.06.2021

Accepted: 02.09.2021

Suggested Citation:

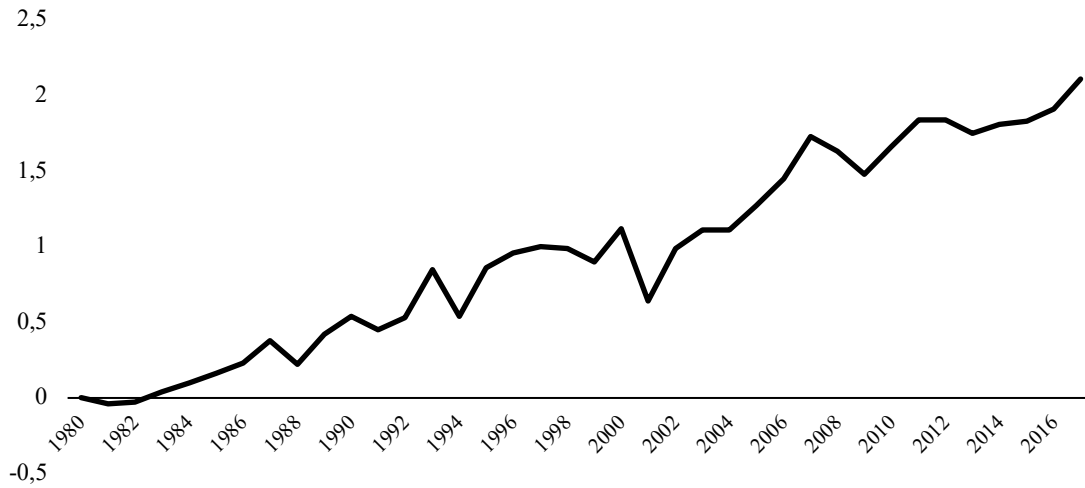
Özdemir, O. and Çevikalp, S. (2021). The Analysis of Ecological Deficit, Economic Growth and Private Sector Credits Based on Fourier Unit Root Tests: The Case of Turkey, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 815-832.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Özellikle son elli yıla denk gelen süreçte boyutları büyüyerek kaçınılmaz bir mücadele gerektiren çevre sorunları iktisadi sürdürülebilirlik açısından önemi giderek artan bir yapıya sahip bulunmaktadır. Yaşadığımız zamanın ulusal ve uluslararası ölçekte yoğun bir biçimde tartışılan ve politika yapıcılar başta olmak üzere çoğu iktisadi aktörün dikkatini çeken güncel konuların başında sürdürülebilirlik gelmektedir. Sürdürülebilirlik yaşamın kesintisiz olarak devam etmesi anlamına gelirken sosyal, ekonomik ve ekolojik olarak çeşitli konu ve sorunları kapsayan geniş bir kavram olarak değerlendirilebilir. Ayrıca sürdürülebilir bir ekonomik büyüme sağlanırken doğal kaynakların sürdürülebilirliği de son derece önemli bir konu haline gelmektedir. Literatürdeki birçok çalışmaya göre yüksek bir finansal kalkınma düzeyinin yakalanması ekonomik kalkınmayı teşvik eden önemli etkenlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu açıdan, finans sektörü büyümeye olan etkisinin ötesinde aynı zamanda çevre ile de yakından ilişkili bir güç olarak görülmektedir.

Türkiye’de yabancı yatırımcıları yatırım yapmaya çeken çeşitli finansal araçlara sahip gelişmiş bir finans sektörü olsa bile bu durumun çok eski bir geçmişi yoktur. Genel olarak finans sektöründe yaşanan gelişmeler 1980’lerden sonrasına denk gelmektedir. Aynı süreçte paralel olarak Şekil 1 ekolojik ayak izi artışı ile biyolojik kapasite düşüşüne bağlı olarak meydana gelen biyolojik kapasite açığını göstermektedir. Bu göstergenin 1980 ile 2017 yılları arasındaki artış trendi, ilgili dönemde Türkiye’deki doğal kaynak tüketim oranının, bu doğal kaynakların kendini yenileme oranından daha fazla olduğu anlamına gelmektedir. Bilindiği gibi Türkiye’de 1994 ve 2001 yıllarına rastlayan kriz dönemleri finans sektörünün ve gelişmişliğin ekonomik sorunlardan olumsuz etkilendiği zamanlarken, biyolojik kapasite açığının da aynı dönemlerde azalması ile paralel bir çizgiye sahip bulunmaktadır.



Grafik 1. Biyolojik Kapasite Açığı (Kişi Başına Küresel Hektar)

Kaynak: Global Footprint Network.

Türkiye’de çevresel dinamiklerin bozulması, mevcut çalışma için ekolojik açık ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin doğasını araştırmaya yönelten temel motivasyonu oluşturmaktadır. Bu iki spesifik faktöre ek olarak, finans sektörünün ekonomik büyüme ve çevresel bozulma ile yüksek oranda ilişkili olduğu varsayılmaktadır. Böylece bu çalışma Türkiye’deki ekolojik açık, ekonomik büyüme ve özel sektör kredileri arasındaki üçlü ilişkiyi incelemektedir. Çok sayıda ampirik çalışmada benzer metodolojik yaklaşımlarla ve benzer veri setleri kullanılarak birbirine

yakın sonuçlar elde edildiği görülebilmektedir. Bildiğimiz kadarıyla bu çalışma ekolojik açık (bozulma), ekonomik büyüme ve özel sektör kredileri arasındaki üçlü bağıntıyı hem doğrusal hem de doğrusal olmayan birim kök testleri bağlamında Türkiye ekonomisi için analiz ederek bir öncü nitelikte olacaktır. İlgili yazın içerisindeki çalışmaların çoğu çevresel bozulma ile ekonomik büyüme arasındaki nedensel bağlantılara odaklanırken, kısıtlı sayıdaki çalışma finansal gelişme ve ekolojik açık arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bu nedenle, mevcut çalışma içerisindeki temel yönelim belirtilen üç farklı faktörün birbiri ile ilişkili olduğunu varsayarak bir bütün halinde araştırılmasıdır.

Çalışmanın takip eden ikinci bölümünde ekolojik açık/çevresel bozulma, ekonomik büyüme ve finans arasındaki ilişkiye ilişkin farklı çalışmaların teorik tartışmaları ile ampirik analizlerinin sonuçları ve bu analizlerde kullanılan bazı önemli göstergeler özetlenecektir. Üçüncü bölümde, analiz kısmında kullanılan verileri içeriği ve metodolojik altyapı açıklanacaktır. Dördüncü bölümde ise doğrusal ve doğrusal olmayan birim kök testlerinin sonuçları özetlenmektedir. Son bölüm ise sonuç kısmından oluşmaktadır.

TEORİK ve AMPİRİK LİTERATÜR

Teorik Literatür

Literatürde ekonomik büyüme ve çevre arasındaki ilişkinin araştırılmasına dair çalışmalar büyük bir yer tutmaktadır. Bu konu ile ilgili çalışmaların teorik temeli Grossman ve Helpman (1991)'a dayanır. Ekonomik büyüme ve çevresel bozulma arasındaki ilişki literatürde Çevresel Kuznets Eğrisi (ÇKE) hipotezi olarak adlandırılmakta ve bu nedenle çok sayıda çalışmada kullanılmaktadır. ÇKE hipotezi, ekonomik büyüme ile çevre arasında ters U-şeklinde bir ilişkinin mevcut olduğunu savunmaktadır. Böylece ekonomik büyümenin ilk aşamasında, çevresel bozulma ve kirlilik artmakta, ancak belirli bir ekonomik büyüme eşliğinden sonra çevresel kalite iyileşmektedir (Grossman ve Krueger, 1995). ÇKE hipotezi, ekonomik büyüme ve çevre sorunları arasındaki ilişkiyi ilk olarak ölçek etkisi kanalı ile araştırmaktadır. Mevcut ekonomik yapıda ve teknolojiye herhangi bir değişiklik yapılmaması durumunda ekonomik büyüme, ekonomik faaliyetlerin artmasına bağlı olarak daha fazla doğal kaynak kullanımına neden olmaktadır. Böylece artan ekonomik hareketlilik toplam kirlilikte artışa ve kaynaklar üzerinde baskı yaratma gibi ciddi çevre sorunlarına yol açmaktadır. İkinci olarak ekonomik büyümenin çevreye olan etkisi sektörel değişimler kanalıyla açıklanmaktadır. Sektörel değişimler ekonomik büyümeye ayak uydurması çevre üzerinde olumlu etkiler yaratarak daha az kaynak kullanımına ve ölçek etkisinin meydana getirdiği etkinin azalmasına yol açacaktır. Üçüncü ve son kanal olarak ise teknik etki öne sürülmektedir. Teknik etki göz önüne alındığında, uzun vadede verimlilik düzeyi ile temiz teknoloji yatırımlarında meydana gelen artış ve kaynaklar üzerindeki baskının azalması çevresel bozulmanın azalmasını sağlayacaktır (Ahmad vd., 2020: 3-4).

Buna ek olarak, finans ve büyüme arasındaki ilişki de teorik literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Bu ilişkiyi açıklayan ana görüşlerden biri ekonomik büyümenin finansal gelişmeye katkı sağladığı temeline dayanmaktadır. Ekonomik büyümeye bağlı olarak finansal hizmetlere olan talebin artması finansal sektörün gelişimine büyük bir katkı sağlamaktadır (Robinson, 1952: 86). Finans-büyüme ilişkisine ilişkin diğer önemli görüşe göre de finansal hizmetler ekonomik büyümenin itici gücünü oluşturmaktadır (Schumpeter, 1911; Goldsmith, 1969; McKinnon, 1973; Shaw, 1973). Ülkelerin ekonomik büyüme oranlarındaki farklılıklar finansal kurum hizmetlerinin nitelik ve nicelik farklılıklarından yola çıkılarak açıklanabilmektedir. Faktör üretkenliği ve faktör verimliliği finansal gelişmenin ekonomik büyümeye yol açmasında etkili olan kanallardan birini

oluşturmaktadır. Faktör üretkenliği kanalında finansal yenilikler ve teknolojiler bilgi asimetrisinin azaltılmasına katkı sağlamakta ve böylece yatırım projelerinin daha iyi izlenmesine ve seçilmesine yol açmaktadır. Finansal liberalizasyon da risk paylaşımının iyileşmesine katkıda bulunarak yatırımları artırmakta ve öz sermaye maliyetini düşürmektedir. Böylece finansal gelişme faktör üretkenliği aracılığı ile ekonomik büyümeye katkıda bulunabilmektedir. Faktör birikimi kanalı ise organize finansal sistemlerin önemine vurgu yapmaktadır. Yayılan organize finansal sistemler kullanılan verimsiz kaynakları daha verimli hale getirerek ekonomik büyümeye katkı sağlayacak verimlilik artışına neden olmaktadır (Fung, 2009: 58). Finans ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin yönü ne olursa olsun tespit edilen pozitif etkiye dair karşıt görüşler de yer almaktadır (Keynes, 1964; Minsky, 1975). Keynes (1964), finansal ilişkilerdeki spekülasyon güdünün ekonomideki istikrarı etkileyebileceğini söylerken; Minsky (1975) ekonomiyi derinden etkileyen finansal krizlerin ortaya çıkışında finansal sistemin istikrarsızlığını ön planda tutmaktadır.

Teorik literatür incelendiğinde finans ve çevre arasındaki ilişkiye dair farklı iki görüşün hâkim olduğu görülmektedir. Bu görüşlerden ilki finansal gelişmenin çevre kalitesini pozitif yönde etkilediğini savunur. Burada finansal gelişmişliğin çevre kalitesi üzerindeki olumlu etkisi araştırma geliştirme harcamaları kanalı ile gerçekleşmektedir. Gelişmiş bir finans sisteminde doğrudan yabancı yatırımların girişleri yüksek enerji verimliliğine neden olan teknolojik yatırımlara dönüşür. Böylece enerji kullanımına bağlı emisyon oluşumu azalarak çevresel kaliteye olumlu katkı sağlar (Tamazian vd., 2009: 250). Diğer bir ifadeyle, doğrudan yabancı yatırıma izin veren ve gelişmiş bir finansal sermaye piyasasına sahip olan bir ülkenin, ekonomik gelişiminin herhangi bir aşamasında daha iyi bir çevre kalitesini elinde bulunduracağı varsayılmaktadır (Talukdar ve Meisner, 2001: 835). Finansal gelişme ile çevre kalitesi arasındaki ilişki için ikinci yaklaşım ise tam tersi bir görüşü savunmaktadır: finansal gelişme çevre kalitesinde bozulmaya neden olmaktadır. Yükselen ekonomiler için finansal gelişmedeki artışlar enerji talebini de artırmaktadır. Bu artış sera gazı emisyonları üzerinde negatif etki yaratmaktadır (Sadorsky, 2010: 2534).

Ampirik Literatür

Mevcut literatürün çevresel bozulma-ekonomik büyüme ilişkisi temelinde ÇKE hipotezinin geçerliliğini test etmeye dayandığı görülmektedir. Bu doğrultuda, çevresel bir bileşen olarak karbondioksit emisyonları yerine daha kapsamlı bir gösterge olan ekolojik ayak izinin kullanıldığı çalışmalara rastlanılmaktadır. Farklı yöntemlerle farklı özellikteki ülke ve dönemler için elde edilen ampirik bulgular karmaşık bir yapıya sahip olup tartışmalı birtakım sonuçlar üretmektedir. Al-Mulali vd., (2015) ÇKE hipotezinin üst-orta ve yüksek gelirli ülkeler için, düşük ve düşük-orta gelirli ülkelere göre oldukça önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca Ulucak ve Bilgili (2018) ekolojik ayak izinin tüm gelir grupları için ekonomik büyümenin ilk aşamalarında arttığını, ancak daha sonra ekonomik büyüme düzeyindeki değişikliklere paralel olarak zamanla azaldığını belirtmektedir. Bagliani vd., (2008), Caviglia-Harris vd., (2009) ve Hervieux ve Darne (2015) ise çalışmalarında ÇKE hipotezinin geçerliliğini doğrulayamamıştır. Bu açıdan, uzun vadede ekonomik büyüme arttıkça ekolojik ayak izinin azalmadığı; tam tersine, pozitif bir doğrusal ilişki gösterdiği vurgulanmaktadır (Hervieux ve Darne, 2015). Başka bir ifadeyle, ekonomik büyüme tek başına çevresel bozulmayı azaltamamaktadır. Charfeddine (2017) ise ÇKE hipotezinin çeşitli sosyo-ekonomik koşulların kontrolünde olduğunu savunmaktadır. Ekolojik ayak izinin bağımlı değişken olarak kullanıldığı bu karışık ampirik sonuçları açıklamak için, her çalışmada farklı olan diğer kontrol değişkenleri de araştırılmaktadır.

Yakın zamanda ortaya konan çalışmalarda, Türkiye özelinde, çevre-ekonomik büyüme bağıntısının ekolojik ayak izinden yola çıkarak açıklandığı görülebilmektedir (Destek, 2018; Dumrul ve Kılıçarslan, 2020; Gülmez vd., 2020; Destek, 2021). Öncelikle, Destek (2018) 1990-2014 dönemini kapsayan çalışmasında kısa dönemde ekonomik büyüme ile çevresel bozulma arasında ters U-şeklinde ilişkinin varlığını belirtirken; uzun dönemde ekonomik büyümeden çevresel bozulmaya doğru nedensellik ilişkisinin geçerli olduğunu tespit etmektedir. Gülmez vd. (2020), 1961-2016 dönemi için hem kısa hem uzun vadede büyümeden ekolojik ayak izine nedensellik ilişkisi saptarken, Türkiye’de ÇKE’nin geçerli olduğunu belirtmişlerdir. Dumrul ve Kılıçarslan (2020) çalışmalarında 1961-2014 yılları aralığında GSYH’nin ekolojik ayak izini uzun dönemde artırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Destek (2021) ise 1970-2017 döneminde hem uzun hem de kısa vadede ekonomik büyümenin ekolojik ayak izini artırarak çevre kalitesine zarar verdiği sonucunu elde etmişlerdir. ÇKE hipotezinin Türkiye için çoğunlukla ARDL (Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif) Sınır Testi ve VECM (Vektör Hata Düzeltme Modeli) Granger Nedensellik yöntemleriyle analiz edildiği çalışmalarda da mevcut ilişkinin yönüne ve geçerliliğine dair farklı ampirik analiz sonuçlarına ulaşılmıştır.

Finans ve çevre kalitesi arasındaki bağlantıya ilişkin kapsamlı sayıda ampirik çalışmada finansal gelişme göstergesi olarak özel sektöre verilen yurt içi kredilerin kullanıldığı görülmektedir (Shahbaz vd., 2013; Boutabba, 2014; Al-Mulali, 2015; Dogan ve Turkekul, 2016; Shahbaz vd., 2018). Finansal gelişme ve çevresel bozulma arasındaki nedenselliğin yönlerine ilişkin finansal gelişmenin çevresel bozulmanın nedeni olduğu ile finansal gelişmenin çevresel bozulmanın nedeni olmadığını söyleyen farklı teorik değerlendirmeleri incelemeyi amaçlayan bu ampirik çalışmalardan farklı sonuçlar elde edilmiştir. Dogan ve Turkekul (2016) çalışmalarında finansal gelişme ile karbon emisyonları arasında nedensel bir ilişki tespit edememiştir. Boutabba (2014) çalışmasında finansal gelişmenin karbon emisyonlarını artırdığını ve finansal gelişmenin tek yönlü karbon emisyonlarına neden olduğunu saptamıştır. Al-Mulali vd., (2015) finansal gelişmenin karbon emisyonlarını artırdığını söylerken; Shahbaz vd., (2013) ile Shahbaz vd., (2018) elde ettikleri tam tersi bulgularla finansal gelişmenin karbon emisyonlarını azalttığını ortaya koymuştur. Yukarıda teorik literatürde anlatılan finansal gelişme ve çevresel bozulma arasındaki ilişkiye dair tutarsızlıklar burada ampirik çalışmaların sonuçlarında da devam etmektedir.

Bu bağlamda, mevcut literatürün gözden geçirilmesi bize çalışmaların çoğunun Türkiye için finans, çevresel kalite ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi etkili bir şekilde araştırmakta başarısız olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, literatürde özel sektör kredilerinin, ekonomik büyümenin ve ekolojik açığın karşılıklı olarak incelendiği ampirik çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Bu boşluğu doldurmak için mevcut çalışma 1987-2017 döneminde Türkiye için ekolojik ayak, ekonomik büyüme ve özel sektör kredilerinin sürdürülebilirliğini araştırmaktır. Bir sonraki bölümde, veri seti ve metodolojik arka plan ayrıntılı olarak açıklanmaktadır.

VERİ, MODEL ve YÖNTEM

Veri ve Model

Mevcut çalışma içerisinde ekolojik açıklık, ekonomik büyüme ve özel sektör kredileri için seçili değişkenlerin geçerliliğinin/sürdürülebilirliğinin Türkiye için incelenmesi amaçlanmıştır. Uygulanan analizlerde 1987-2017 arası dönemi kapsayan yıllık veriler ele alınırken, ilgili veriler ekolojik açıklık için Global Footprint Network veri tabanından, iktisadi büyüme ve özel sektör kredileri için ise sırasıyla World Bank, World Development Indicators ve Bank for International

Settlements veri tabanlarından elde edilmiştir. Tablo 1 ilgili değişkenlerin yapısını ve hesaplama tekniklerini ve Tablo 2 ise özet istatistiklerini göstermektedir.

Tablo 1. Veri İçeriği

Veri	İçerik	Kaynak
Ekolojik Açıklık	Biyokapasite – Ekolojik Ayak İzi	Global Footprint Network
Ekonomik Büyüme Oranı	Yıllık, %	World Bank, World Development Indicators
Özel Sektör Kredi Oranı	Yapısal Kırımlardan Arındırılmış, % Değişim, Yıllık	Bank for International Settlements

Tablo 2. Özet İstatistikler

<i>Ekolojik Açıklık</i>							
Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Jarque-Bera	
<i>1987-2007</i>							
-1.7304	-0.2210	-0.8601	0.3804	-0.3265	2.6506	0.4799	
<i>2008-2017</i>							
-2.1100	-1.4802	-1.7860	0.1712	-0.0428	3.0011	0.0031	
<i>1987-2017</i>							
-2.1100	-0.2201	-1.1587	0.5467	-0.0339	1.7549	2.0084	
<i>Ekonomik Büyüme Oranı</i>							
Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Jarque-Bera	
<i>1987-2007</i>							
-5.7500	9.7959	4.5834	4.7073	-0.9536	2.7508	3.2369	
<i>2008-2017</i>							
-4.8231	11.201	5.0743	4.5532	-0.9052	3.3435	1.4149	
<i>1987-2017</i>							
-5.7500	11.201	4.7417	4.5876	-0.9458	2.9407	4.6264	
<i>Özel Sektör Kredi Oranı</i>							
Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Jarque-Bera	
<i>1987-2007</i>							
15.384	138.19	67.019	32.619	0.4056	2.7292	0.6403	
<i>2008-2017</i>							
6.5856	37.2423	22.8385	9.1823	0.0724	2.5933	0.0776	
<i>1987-2017</i>							
6.5856	138.19	52.767	34.284	0.7649	2.8301	3.0603	

Ayrıca analiz kısmında bahsedileceği üzere belirtilen uygulama dönemi küresel kriz öncesi, küresel kriz sonrası ve tüm dönem olmak üzere üç ana kategoride incelenmektedir: (i) 1987-2007 dönemi, (ii) 2008-2017 dönemi ve (iii) 1987-2017 dönemi. Her ne kadar ekonomik büyüme ve özel sektör kredileri için büyüme oranları üzerinden bir hesaplama izlense de ekolojik açıklık verisinin ölçümü Denklem (1)'deki şekliyle elde edilmektedir:

$$\text{eco_def} = \text{bio_cap} - \text{eco_footprint} \quad (1)$$

Yukarıdaki denklemden de anlaşılacağı üzere Türkiye için elde edilen ekolojik açıklık (eco_def) verisi biyokapasite (bio_cap) ve ekolojik ayak izi (eco_footprint) arasındaki fark üzerinden

hesaplanmaktadır. Ekolojik açıklığın oluşmasındaki ana faktör ise mevcut nüfusun ayak izi miktarının belirtilen nüfusun kullanabileceği alanın biyolojik kapasitesini aştığında ortaya çıkması olarak belirtilebilir. Tam tersine, bir bölgenin biyolojik kapasitesi nüfusun ayak izini aştığında ekolojik rezerv mevcut olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, bölgesel veya ulusal bir ekolojik açık varsa, ilgili konunun ticaret yoluyla biyolojik kapasite ithal ettiği veya ekolojik varlıkları tasfiye ettiği anlamı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, ekolojik açıklık çoğu durumda ticaret kanalıyla telafi edilemeyerek uzun vadeli ekolojik aşım ile sonuçlanacak durumları tetikleyebilmektedir. Bir sonraki alt bölümde yukarıda tanımlanan değişkenlerin geçerliliğinin incelendiği yöntemin teorik arka planı açıklanmaktadır.

YÖNTEM

Mevcut çalışmanın içeriğini oluşturan ekolojik açıklık, ekonomik büyüme ve özel sektör kredilerine ait değişkenlerin yapısı incelendiğinde literatürdeki bulguların her bir değişken için doğrusallık özelliğinin farklılaştığı ve bu nedenle hem doğrusal hem de doğrusal olmayan birim kök testlerinin geçerlilik arz ettiği görülmektedir. Bu olgu doğrultusunda uygulama kısmında öncelikli olarak geleneksel Artırılmış Dickey-Fuller (Augmented Dickey-Fuller-ADF) ve Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) birim kök testleri ve daha sonrasında ilgili yöntemlerin Fourier modellemeleri kullanılacaktır. Seçilecek maksimum gecikme uzunlukları ise Akaike Bilgi Kriterine göre belirlenmektedir.

Fourier modellemelerine ait belirlenen fonksiyonlar dönemsel y_t serilerinin trigonometrik değerlerinin toplamını oluşturmaktadır (Christopoulos ve Leon-Ledesma, 2010). Trigonometrik terimlerden faydanılmasının ardındaki nedenlerin başında ise deterministik terimlerdeki ortalamalardan sapmaları tespit etmek gelmektedir (Yılancı ve Eriş, 2013). Kullanılan her iki Fourier modellemesinin en temel avantajı ise hem yapısal değişimlere hem de görece daha esnek geçişli değişimlere olanak tanımasıdır (Gumus ve Zeren, 2014). Öncelikli olarak Denklem (2)'de temel modelin yapısı gösterilmektedir:

$$y_t = y_0 + y_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + y_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + v_t \quad (2)$$

Belirtilen temel modelde t trendi, T örneklem büyüklüğünü, π 3.1416 olan sabit katsayıyı, k ise 1 ile 5 arasında değere sahip olan kalıntı kareleri toplamını minimum yapan frekans değerini ifade etmektedir. Modelde boş hipotez serinin durağan olmadığını gösterirken üç farklı aşama doğrultusunda test edilmektedir. Denklem (3)'te belirtildiği üzere ilk aşama sürecinde uygun k değeri ile 2 no'lu denklemin tahmini sağlanmakta ve böylece en küçük kareler tahmincisine ait kalıntı değerleri elde edilmektedir:

$$v_t = y_t - \left[y_0 + y_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + y_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) \right] \quad (3)$$

Belirlenen kalıntılar ise Denklem (4) ve (5)'teki fonksiyonlarda uygulanarak tahmin edilmektedir:

$$v_t = \alpha_1 v_{t-1} + \sum_{j=1}^{\rho} \beta_j \Delta v_{t-j} + \varepsilon_t \quad (4)$$

$$\Delta v_t = \delta_1 v_{t-1}^3 + \sum_{j=1}^{\rho} \beta_j \Delta v_{t-j} + \varepsilon_t \quad (5)$$

Fourier ADF testi Denklem (4) ile ifade edilirken; Fourier KPSS testi Denklem (5) ile tahmin edilmektedir. Her iki denklemde de birim kök süreci, yani serilerin durağanlığı ($\alpha_1 = 0$; $\delta_1 = 0$), boş hipotez doğrultusunda test edilmektedir. Alternatif hipotez ise iki farklı yöntem için ayrı ayrı kurgulanabilir. İlk olarak, FADF testi için doğrusal olmayan açıdan durağanlık ($\alpha_1 < 0$) değerlendirilirken; FKPSS yöntemi için aynı şekilde doğrusal olmayan durağanlığı ($\delta_1 < 0$) belirtmektedir. Son aşama ise F -testinin ($F(\hat{k})$) trigonometrik terimlerin anlamlılığını Becker vd. (2006)'nin kritik değerleri çerçevesinde tahmin etmek için kullanıldığı alanı oluşturmaktadır. Bu açıdan doğrusal trendi niteleyen boş hipotez, kırılmalı deterministik trend ile serinin durağanlığını belirtmektedir. Ayrıca daha detaylı olarak Fourier birim kök testlerinin içeriğini belirtmek, her birinin kendine ait özelliklerini vurgulamak, birbirleri arasındaki farkları anlamak ve analizin içeriğini ayrıntısıyla değerlendirmek büyük önem arz etmektedir.

FKPSS birim kök testi zaman serilerinde bilinmeyen formlarda ve sayılarda meydana gelen kademeli kırılmalar ile deterministik bileşenlerinin tespiti için kullanılmaktadır. Becker vd., (2006) tarafından geliştirilen bu birim kök testi durağanlık sınaması yaparken Fourier tipi bir fonksiyonun frekans bileşeni kullanılmaktadır. FKPSS birim kök testinde zaman serilerindeki doğrusal dışılığının tespiti için modele trigonometrik terimler eklenmektedir. Regresyon denklemi aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$Y_t = X_t'\beta + Z_t'\gamma + w_t + \varepsilon_t \quad (6)$$

Denklemde yer alan $w_t = w_{t-1} + \mu_t$ iken μ_t özdeş dağılımlı ve bağımsız varyansı (δ_u^2) ifade etmektedir. ε_t ise durağan hata terimini göstermektedir. Y_t' teriminin trend-durağan ve düzey durağan süreçlerini saptamak için denklemde sırasıyla $X_t'=[1,t]$ ve $X_t'=[1]$ terimleri kullanılmaktadır. $Z_t = [\sin(2\pi kt/T), \cos(2\pi kt/T)]$ eşitliği ise deterministik bileşendeki doğrusal dışılık ve kademeli kırılmaları belirlemek için kullanılmaktadır. Burada hata kareleri toplamını minimize eden optimal frekans sayısı k ile gösterilirken, T örneklem büyüklüğünü ifade etmektedir. Buradan yola çıkarak $\delta_u^2=0$ olduğu varsayımında yukarıdaki regresyon denklemi genişletilerek Denklem 7'ye yeniden yazılmaktadır:

$$y_t = \alpha + \beta_t + y_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + y_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \varepsilon_t \quad (7)$$

Eğer modelde trend varsa β_t terimi denkleme eklenmektedir. Zaman serisinin durağanlığı gözlem sayısına (T) ve hata kareleri toplamını minimize eden optimal frekans sayısına (k) göre değişmektedir. $\bar{S}_t(k) = \sum_{j=1}^t \bar{e}_j$ eşitliğindeki $\bar{e}_j$ en küçük kareler tahmincisi kullanılarak tahmin edilen regresyona ait kalıntıları ifade etmektedir. Denklem 8 ise zaman serisinin sabitli ve sabitli+trendli formundan elde edilen FKPSS birim kök testi istatistiklerini hesaplamak için kullanılmaktadır:

$$\tau_\mu(k) = \frac{1}{T^2} \frac{\sum_{t=1}^T \bar{S}_t(k)^2}{\hat{\sigma}^2} \quad (8)$$

FKPSS birim kök testinde temel hipotez ($\delta_u^2=0$) şeklinde kurulmaktadır. Yani alternatif hipoteze karşı "seride birim kök bulunmamaktadır" anlamına gelen bu temel hipotez sınanmaktadır. Hesaplanan FKPSS test istatistiği simülasyonlarla elde edilen kritik tablo değerlerinden küçük ise temel hipotez kabul edilmektedir (Becker vd., 2006).

Rodrigues ve Taylor (2012)'ın geliştirdiği FGLS birim kök testinde ise Fourier tipi fonksiyona ait frekans bileşeni kullanılarak ve GLS birim kök testine dayanılarak durağanlık sınaması yapılmaktadır. FGLS birim kök testindeki amaç zaman serilerinde meydana gelen bilinmeyen

sayı ve formdaki kademeli kırılmaların ve deterministik bileşenlerin tespitidir. Bu nedenle FGLS birim kök testinin serileri trendden arındırmak için kullanılması OLS (Sıradan En Küçük Kareler-Ordinary Least Squares) ve LM (Lagrange Çarpanı-Lagrange Multiplier) testlerine göre daha güvenilir ve güçlü sonuçlar vermektedir. Ayrıca FGLS birim kök testi de birim kökün varlığını sınarken daha tutarlı kabul edilmektedir. Bu teste ait durağanlık analizi Denklem 9'da yer alan regresyon denklemini temel almaktadır:

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \alpha_2 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \alpha_3 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \varepsilon_t \quad (9)$$

$\varepsilon_t = \rho \varepsilon_{t-1} + \mu_t$ iken, denklemde yer alan ve sabit bir değer alan (k) Fourier frekansını, $((\mu_t) \text{ iid}(0, \sigma^2))$ özelliklerine sahip kalıntıları göstermektedir. Aynı zamanda $(z_t = [1, t]')$, $(\alpha = \alpha_0, \alpha_1)$ ve $(\varphi = (\alpha_2, \alpha_3))$ iken, yukarıdaki eşitlik Denklem 10 ve Denklem 11'deki haliyle tekrardan yazılabilmektedir:

$$y_t = z_t' \alpha + f_t(k)' \varphi + \varepsilon_t \quad (10)$$

$$y_t = Z_t \alpha + f_t(k) \varphi + \varepsilon_t \quad (11)$$

Yukarıdaki denklemlere göre $(Z = (z_1', \dots, z_T'))'$ ve $(f(k) = (f_1(k)', \dots, f_T(k)'))'$ olduğunda Denklem 9'da yer alan eşitliğin parametreleri GLS yöntemi kullanarak trendden arındırıldığında Denklem 12'de FGLS birim kök testi istatistiklerinin hesaplandığı regresyon denklemi elde edilmektedir:

$$\Delta y_t^{\bar{c}_{k,\zeta}} = \theta y_{t-1}^{\bar{c}_{k,\zeta}} + \varepsilon_t \quad (12)$$

Bu regresyon denkleminde $(t = 2, \dots, T)$ olduğunda $(\zeta = \mu, \tau)$ teriminde yer alan (μ) sabit terimi, (τ) trendi ve $(\bar{c}_{k,\zeta})$ ise deterministik bileşenin biçimini ifade etmektedir. FGLS birim kök testinde temel hipotez $(\varphi = 1)$ şeklinde kurulmaktadır. "Seride birim kök bulunmamaktadır" anlamına gelen bu temel hipotez alternatif hipoteze karşı sınanmaktadır. Zaman serisinin sabitli ve sabitli+trendli formuna göre hesaplanan FGLS t -istatistikleri simülasyonlarla elde edilen kritik tablo değerleri ile karşılaştırılmaktadır. Eğer elde edilen değerler mutlak olarak kritik tablo değerlerinden küçük ise temel hipotez kabul edilmektedir (Rodrigues ve Taylor, 2012).

FADF birim kök testi ise zaman serisinde meydana gelen kademeli kırılmaların sayısı ve formları ile deterministik bileşenlerinin belirlenebilmesi için Enders ve Lee (2012) tarafından geliştirilmiştir. Bu birim kök testinde Fourier tipi fonksiyonun frekans bileşeni kullanılmakta ve ADF birim kök testi temel alınarak durağanlık sınanmaktadır. FGLS birim kök testi sonuçları ile FADF birim kök testi sonuçlarını kıyasladığımızda ise FADF birim kök testinin daha tutarlı ve güçlü sonuçlar verdiği durumlar söz konusudur. Eğer zaman serilerinin başlangıç değerleri büyük ve seride doğrusal dışılık mevcutsa daha tutarlı ve güçlü olan FADF birim kök testi tercih edilmektedir. FADF birim kök testinin dayandığı DF tipi regresyon Denklem (13)'de gösterilmektedir. Burada zamana bağlı bir fonksiyonla belirtilen deterministik bileşen $(\alpha(t))$ şeklinde ifade edilmektedir:

$$y_t = \alpha(t) + \rho y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (13)$$

Eşitlikte yer alan ε_t sabit varyanslı (δ_u^2) ve durağan hata terimini ifade etmektedir. Denklem 14'te ise Fourier tipi regresyonun yazılışı gösterilmektedir:

$$\Delta y_t = \rho y_{t-1} + c_1 + c_2 t + c_3 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + c_4 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \varepsilon_t \quad (14)$$

Yukarıdaki eşitlikte bulunan (t) sadece modelde trend varken yazılmaktadır. Zaman serisinin durağanlığı ise sırasıyla frekans sayısı ve gözlem sayısını ifade eden (k) ve (T) terimlerine dayanmaktadır. Frekans sayısı (k) belirlenirken kalıntı karelerinin minimum olduğu model kullanılmaktadır. FADF birim kök testine ait iki istatistik (τ_{DF-c}) ve (τ_{DF-t}) ise zaman serisinin sabitli ve sabitli+trendli formlarına göre hesaplanmaktadır. Bu birim kök testinde temel hipotez ($\rho = 0$) yani "seride birim kök bulunmaktadır" olarak kurulmaktadır. Hesaplanan FADF test istatistikleri simülasyonlarla elde edilen kritik tablo değerleri ile kıyaslanarak temel hipotez alternatif hipoteze karşı sınanmaktadır. Eğer FADF test istatistikleri mutlak olarak tablo değerlerinden küçük ise temel hipotez kabul edilmektedir (Enders ve Lee, 2012). Belirtilen tüm bu yöntemler çerçevesinde bir sonraki bölüm Türkiye ekonomisi için 1987-2017 döneminde ekolojik açıklık, ekonomik büyüme ve özek sektör kredi oranları için durağanlık sınamasına ayrılmaktadır.

AMPIİRİK BULGULAR

Konuya ait çalışmaların yer aldığı güncel literatür belirlenen üç farklı değişkenin geçerliliğine ait geniş bir çerçeveye sahip olsa da halen belirli faktörlerin etki alanlarının ve geçerliliğinin tartışıldığı belirtilmelidir. Bu doğrultuda uygulanan doğrusal ve doğrusal olmayan durağanlık sınamalarının ilgili yazına yeni bir boyut kazandıracağı düşünülmektedir. Öncelikle Tablo 3 ve Tablo 4'te sırasıyla düzey ve ilk farklarında ADF ve KPSS birim kök testi sonuçları gösterilmektedir. Serilerin durağanlığının incelenmesinin temel nedenlerinin başında ilgili değişkenin zaman içerisindeki değer değişimlerinin ne yönde hareket ettiğini belirlemek gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, seçili serinin durağan olması değişkenin ortalama değerine dönme eğilimine sahip olduğunu göstermekte ve dolayısıyla ilgili etkenin Türkiye ekonomisi için potansiyel bir önem arz ettiğini vurgulamaktadır. Tam tersine serilerin birim kök içermesi ilgili değişkende meydana gelecek şokların kalıcı olduğunu ve ekonominin bütünü için görece olarak daha düşük bir öneme sahip olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 3 ve Tablo 4'te sunulan birim kök testi sonuçları serilerin Türkiye ekonomisi için önemini yıllık bazda yapısal değişimleri göz önünde bulundurarak özetlemektedir. Üç farklı dönem için ele alınan ADF ve KPSS birim kök testi sonuçları her bir serinin dönemsel farklılıklara sahip bulunduğunu göstermesi açısından Türkiye ekonomisi için önemli çıkarımlar yapılmasını sağlamaktadır. İlk olarak, 2007 küresel krizine kadar geçen süreçte düzey değerlerinde sadece ekonomik büyümenin ortalamaya dönme eğilimine sahip olduğu diğer değişkenlerin ise ilk farklarında durağanlığın sağlandığı görülmektedir. Tam tersine aynı dönem için KPSS testi ise düzey değerlerinde her bir değişkenin ortalamaya dönme eğilimini vurgulamaktadır. İkinci olarak, kriz sonrası dönemi içeren 2008-2017 arası süreçte ADF testi için sadece özel sektör kredilerinin %10 anlamlılık seviyesinde düzey değerinde durağanlığa sahip olduğu ancak serilerin ilk farklarında %5 anlamlılık seviyesinde hem ekonomik büyüme oranının hem de özel sektör kredilerinin durağanlığa ilişkin sonuçlar ürettiği görülmektedir. Önemli olan nokta ekolojik açıklık değişkeninin düzey ve ilk farklarında 2008-2017 arası dönem için birim kök içerdiği ve bu nedenle ilgili değişkenin iktisadi süreçlerde görece olarak politika yapıcılar tarafından ikincil bir değere sahip olduğudur. Aynı dönem için KPSS testi sonuçları ise ADF testinin aksine sadece

ekonomik büyüme oranının durağanlığını düzey değerlerinde vurgularken ekolojik açıklık ve özel sektör kredilerinin birim kök içerdiğini ve böylece ilgili değişkenlerde meydana gelecek şokların kalıcı olduğunu ifade etmektedir. Son olarak, her iki alt dönemin bir bütün olarak değerlendirildiği 1987-2017 dönemi için ADF testi düzey değerlerinde ekolojik açıklık ve ekonomik büyüme oranına ait serilerin durağanlığını vurgularken, serilerin ilk farklarında tümünün ortalamaya dönme eğilimine sahip olduğunu göstermektedir. Benzer sonuçların aynı dönem için KPSS testi çerçevesinde de elde edildiği görülürken tüm serilerin hem düzeyde hem de ilk farklarında durağanlığa sahip olduğu ortaya konmaktadır.

Tablo 3. Panel A: Düzey Değerlerinde ADF ve KPSS Testine Ait Durağanlık Tahminleri

<i>Ekolojik Açık</i>	<i>ADF</i>	<i>KPSS</i>
1987-2007 (Kriz Öncesi)	-3.2651 (0.1007)	0.0957***
2008-2017 (Kriz Dönemi)	-3.1235 (0.1700)	0.5000
1987-2017 (Tüm Dönem)	-4.3910*** (0.008)	0.0708***
<i>Ekonomik Büyüme Oranı</i>	<i>ADF</i>	<i>KPSS</i>
1987-2007 (Kriz Öncesi)	-5.4622*** (0.0015)	0.0871***
2008-2017 (Kriz Dönemi)	-2.3654 (0.3692)	0.1479*
1987-2017 (Tüm Dönem)	-6.0912*** (0.0001)	0.1005***
<i>Özel Sektör Kredi Oranı</i>	<i>ADF</i>	<i>KPSS</i>
1987-2007 (Kriz Öncesi)	-2.0253 (0.5532)	0.1532*
2008-2017 (Kriz Dönemi)	-3.7937* (0.0814)	0.3717
1987-2017 (Tüm Dönem)	-2.8001 (0.2081)	0.0981***

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeylerinde anlamlılığı ifade etmektedir. Parantez içerisinde ilgili birim kök testlerine ait tahmin sonuçlarının olasılık değerleri verilmektedir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Akaike Bilgi Kriteri seçilmiştir.

Tablo 4. Panel B: İlk Fark Değerlerinde ADF ve KPSS Testine Ait Durağanlık Tahminleri

<i>Ekolojik Açık</i>	<i>ADF</i>	<i>KPSS</i>
1987-2007 (Kriz Öncesi)	-7.1353*** (0.0001)	0.2084*
2008-2017 (Kriz Dönemi)	-1.8992 (0.5589)	0.5000
1987-2017 (Tüm Dönem)	-8.1913*** (0.0000)	0.0699***
<i>Ekonomik Büyüme Oranı</i>	<i>ADF</i>	<i>KPSS</i>
1987-2007 (Kriz Öncesi)	-8.2775*** (0.0000)	0.2499
2008-2017 (Kriz Dönemi)	-4.4620** (0.0401)	0.5000
1987-2017 (Tüm Dönem)	-9.2159*** (0.0000)	0.0850***
<i>Özel Sektör Kredi Oranı</i>	<i>ADF</i>	<i>KPSS</i>
1987-2007 (Kriz Öncesi)	-4.2383** (0.0185)	0.5000
2008-2017 (Kriz Dönemi)	-5.0741** (0.0291)	0.5000
1987-2017 (Tüm Dönem)	-6.2208*** (0.0001)	0.1181***

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeylerinde anlamlılığı ifade etmektedir. Parantez içerisinde ilgili birim kök testlerine ait tahmin sonuçlarının olasılık değerleri verilmektedir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Akaike Bilgi Kriteri seçilmiştir.

Tablo 5, Tablo 6 ve Tablo 7'deki sırasıyla FADF, FKPSS ve FGLS birim kök testleri sonuçları incelendiğinde, Türkiye ekonomisinde ekolojik açıklık, ekonomik büyüme ve özel sektör kredi oranının önemini saptamak üzere kullanılan serilerin sabit ve trendli analizde iki farklı sonucun ortaya çıktığı görülmektedir. İlk olarak, ilgili birim kök testlerinin uygulandığı 1987-2007 ve 2008-2017 arası dönemler için serilerin düzeyde durağan $I(0)$ olduğu ortaya çıkmaktadır. İkinci olarak, 1987-2017 arası dönem için uygulanan birim kök testi sonuçları ise ekolojik açıklık dışındaki ekonomik büyüme ve özel sektör kredi oranı serileri için ilk farklarında $I(1)$ durağan olduklarını göstermektedir. Bu sonuçlar FADF, FKPSS ve FGLS birim kök testlerinde seriler için hesaplanan test istatistiklerinin durağanlık düzeylerinde kritik tablo değerleri ile kıyaslanarak ortaya konabilmektedir. Alt dönemler itibarıyla serilerin büyük oranda durağan olduğu görülmektedir. Mevcut sonuçların önemi özellikle durağanlığın dönemler açısından değişkenlik gösterebileceği

ve daha ötesinde dönemlerin bütünden ayrı olarak ele alınmasının serilerin Türkiye ekonomisi için önemini yanlış olarak yorumlamayı beraberinde getirmesi ile sonuçlanacağıdır. Bu nedenle, yanıltıcı niteliğini ortaya çıkarabilmek adına serilerin dönemsel olarak bir bütün olarak ve ayrı iki biçimde ele alınması amaçlanmıştır. Mevcut bulgular temelinde seçili dönemin tümü için ekolojik açıklık serisinin ortalama değerine dönme eğilimine sahip olduğu ancak hem ekonomik büyümenin hem de özel sektör kredilerine ait serilerin uzun dönemde ortalama değerlerinden sapma yaşadıkları belirtilmelidir. Bu çerçevede, durağanlığın her iki seri için ilk farklarında sağlanması ekonomik büyümenin ve özel sektör kredilerinin Türkiye ekonomisinde sürdürülemez boyutlara içkin olduğunu vurgulamaktadır. Diğer bir ifadeyle, uygulanan Fourier tipi doğrusal olmayan FADF, FKPSS ve FGLS birim kök testlerinden elde edilen bu sonuçlar, Türkiye ekonomisinin ileri dönemlerde ekonomik büyüme ve özel sektör kredi oranlarında sorunlara açık bir yapıya sahip olduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, Türkiye ekonomisinde özellikle makro iktisadi olgular açısından öncü kabul edilen her iki değişkenin kademeli yapısal kırılmalarla birinci farklarında durağan olduklarını gösteren mevcut test istatistikleri 1987-2017 döneminde ekonomik büyümenin ve özel sektör kredilerinin sürdürülemezliğini ve pratik açıdan diğer değişkenleri etkileyebilecek negatif olguları bünyesinde barındırdığını ortaya koymaktadır.

Tablo 5. FADF Fourier Birim Kök Testi Sonuçları

FADF						Kritik Değerler			Durağanlık
	Değişken: EKOAÇIK	LV	FD	l	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	-4.408**	-5.978***	0 (0)	1 (1)	-4.95	-4.35	-4.05	I(0)
	2008-2017	-5.393***	-1.851	0 (0)	1 (2)	-4.95	-4.35	-4.04	I(0)
	1987-2017	-5.513***	-4.402**	0 (1)	2 (2)	-4.69	-4.05	-3.71	I(0)
	Değişken: BÜYÜME	LV	FD	l	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	-6.210***	-6.694***	0 (1)	3 (3)	-4.45	-3.78	-3.44	I(0)
	2008-2017	-3.577	-4.868***	0 (0)	1 (1)	-4.95	-4.35	-4.05	I(1)
	1987-2017	-2.661	-8.295***	0 (1)	4 (4)	-4.29	-3.65	-3.29	I(1)
	Değişken: KREDİ	LV	FD	l	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	-2.581	-5.483***	0 (0)	2 (2)	-4.69	-4.05	-3.71	I(1)
	2008-2017	-8.422***	-4.970***	1 (1)	5 (4)	-4.20	-3.56	-3.22	I(0)
	1987-2017	-3.360	-6.383***	0 (0)	2 (3)	-4.69	-4.05	-3.71	I(1)

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeylerinde anlamlılığı ifade etmektedir. Tablodaki “l” ve “k” sütunları FADF testinde sırasıyla Akaike Bilgi Kriteri (AIC) kullanılarak değişkenler için belirlenen optimal gecikme uzunluklarını ve frekans değerlerini göstermektedir. Ayrıca, tablodaki “l” ve “k” sütunlarındaki parantez içerisindeki değerler serilerin sırasıyla birinci farklarında sahip oldukları gecikme uzunluklarını ve frekans sayılarını belirtmektedir. “LV” serilerin düzeydeki test istatistiklerini, “FD” ise serilerin birinci farklarındaki test istatistiği değerlerini ifade etmektedir. FADF testi için kritik tablo değerleri Enders ve Lee (2012)’nin çalışmasından elde edilmiştir. Tablolarda belirtilen tüm istatistik değerlerine GAUSS 21+ yazılımının “tspdlib” programı vasıtasıyla ulaşılmıştır.

Tablo 6. FKPSS Fourier Birim Kök Testi Sonuçları

FKPSS						Kritik Değerler			Durağanlık
	Değişken: EKOAÇIK	LV	FD	1	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	0.112*	0.982***	2 (2)	2 (1)	0.202	0.132	0.103	I(0)
	2008-2017	2.818***	8.065***	2 (2)	2 (1)	0.202	0.132	0.103	I(0)
	1987-2017	0.110*	0.020	2 (1)	2 (2)	0.202	0.132	0.103	I(0)
	Değişken: BÜYÜME	LV	FD	1	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	0.165**	0.786***	2 (2)	2 (2)	0.202	0.132	0.103	I(0)
	2008-2017	3.059***	4.343***	2 (2)	1 (1)	0.072	0.055	0.047	I(0)
	1987-2017	0.031	0.198***	2 (2)	1 (1)	0.072	0.055	0.047	I(1)
	Değişken: KREDİ	LV	FD	1	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	0.100***	0.349***	2 (2)	1 (2)	0.072	0.055	0.047	I(0)
	2008-2017	0.725***	4.946***	2 (2)	2 (1)	0.202	0.132	0.103	I(0)
	1987-2017	0.056**	0.149**	2 (2)	1 (2)	0.072	0.055	0.047	I(1)

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeylerinde anlamlılığı ifade etmektedir. Tablodaki "I" ve "k" sütunları FKPSS testinde sırasıyla Akaike Bilgi Kriteri (AIC) kullanılarak değişkenler için belirlenen optimal gecikme uzunluklarını ve frekans değerlerini göstermektedir. Ayrıca, tablodaki "I" ve "k" sütunlarındaki parantez içerisindeki değerler serilerin sırasıyla birinci farklarında sahip oldukları gecikme uzunluklarını ve frekans sayılarını belirtmektedir. "LV" serilerin düzeydeki test istatistiklerini, "FD" ise serilerin birinci farklarındaki test istatistiği değerlerini ifade etmektedir. FKPSS testi için kritik tablo değerleri Becker vd. (2006)'nin çalışmasından elde edilmiştir. Tablolarda belirtilen tüm istatistik değerlerine GAUSS 21+ yazılımının "tsplib" programı vasıtasıyla ulaşılmıştır.

Tablo 7. FGLS Fourier Birim Kök Testi Sonuçları

FGLS						Kritik Değerler			Durağanlık
	Değişken: EKOAÇIK	LV	FD	1	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	-5.174***	-6.851***	0 (0)	2 (1)	-4.278	-3.647	-3.316	I(0)
	2008-2017	-9.227***	-6.066***	0 (0)	2 (1)	-4.278	-3.647	-3.316	I(0)
	1987-2017	-5.615***	-2.682***	0 (1)	2 (5)	-4.278	-3.647	-3.316	I(0)
	Değişken: BÜYÜME	LV	FD	1	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	-6.409***	-6.107***	0 (0)	2 (3)	-4.044	-3.367	-3.037	I(0)
	2008-2017	-6.504***	-5.098***	0 (1)	1 (1)	-4.771	-4.175	-3.879	I(0)
	1987-2017	-2.782	-9.576***	0 (0)	4 (4)	-3.920	-3.232	-2.902	I(1)
	Değişken: KREDİ	LV	FD	1	k	%1	%5	%10	I
	1987-2007	-3.947*	-6.303***	0 (0)	1 (2)	-4.771	-4.175	-3.879	I(0)
	2008-2017	-4.550**	-5.033***	0 (1)	1 (5)	-4.771	-4.175	-3.879	I(0)
	1987-2017	-3.602	-6.870***	0 (0)	1 (3)	-4.771	-4.175	-3.879	I(1)

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeylerinde anlamlılığı ifade etmektedir. Tablodaki "I" ve "k" sütunları FGLS testinde sırasıyla Akaike Bilgi Kriteri (AIC) kullanılarak değişkenler için belirlenen optimal gecikme uzunluklarını ve frekans değerlerini göstermektedir. Ayrıca, tablodaki "I" ve "k" sütunlarındaki parantez içerisindeki değerler serilerin sırasıyla birinci farklarında sahip oldukları gecikme uzunluklarını ve frekans sayılarını belirtmektedir. "LV" serilerin düzeydeki test istatistiklerini, "FD" ise serilerin birinci farklarındaki test istatistiği değerlerini ifade etmektedir. FGLS testi için kritik tablo değerleri Rodrigues ve Taylor (2012)'nin çalışmasından elde edilmiştir. Tablolarda belirtilen tüm istatistik değerlerine GAUSS 21+ yazılımının "tsplib" programı vasıtasıyla ulaşılmıştır.

SONUÇ

Tüm dünyada yayılmaya başlayan ana akım iktisadi yapıların Türkiye ekonomisindeki etkileri 1980'li yılların ortalarından itibaren hissedilmeye başlayarak hem mal ve finans piyasalarını hem

de emek piyasasını dönüştüren sürecin temelini oluşturmuştur. Bu iktisadi kırılmanın ardındaki nedenler zaman içerisinde farklılaşsa da temel etkenlerin sosyo-ekonomik bağlamdaki konumu mevcut toplumsal ilişkilerdeki önemini halen korumaktadır. Ayrıca her bir etkenin birbiri ile ortak etkileşimi zamansal ve mekânsal farklılıklar altında yeni ve daha yoğun belirleyicilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, son kırk yıllık süreci temel alan araştırmaların içeriği karma süreçlerin bir arada ele alınmasını gerektirmektedir. Belirtilen bakış açısına bağlı olarak mevcut çalışmada Türkiye ekonomisi için öncü konumda bulunan değişkenlerden ekolojik açık, ekonomik büyüme ve özel sektör kredilerinin sürdürülebilirliği 1987-2017 arası dönem temelinde hem doğrusal hem de doğrusal olmayan birim kök testleri ile araştırılmıştır. Her ne kadar ele alınan yöntem dahilinde mevcut değişkenlerin birbirini etkileme potansiyeli araştırma dışı kalsa da ileri araştırmalar için sürdürülebilirlik dahilinde ileri çalışmalar için öncü nitelikte çıkarımlara kapı aralamaktadır.

Ampirik bulgular kısmında da belirtildiği üzere her bir değişkenin sürdürülebilirliği doğrusal ve doğrusal olmayan birim kök testleri ile araştırılmakta ve ayrıca yapısal kırılmalar göz önünde tutularak 1987-2017 dönemi üç farklı alt döneme ayrılarak küresel ekonomik kriz öncesini kapsayan 1987-2007, küresel ekonomik kriz dönemini kapsayan 2008-2017 ve tüm dönemi kapsayacak şekilde incelenmektedir. Geleneksel yöntemler dahilinde odaklanılan doğrusal birim kök testlerinden ADF ve KPSS testleri ele alınmıştır. Elde edilen bulgular üç ayrı sınıflandırma doğrultusunda özetlenebilmektedir. İlk olarak, 2007 küresel krizine kadar geçen süreçte ADF testi için düzey değerlerinde sadece ekonomik büyümenin ortalamaya dönme eğilimine sahip olduğu diğer değişkenlerin ise ilk farklarında durağanlığının sağlandığı görülürken KPSS testi sonuçları her bir değişkenin düzey değerlerinde ortalamaya dönme eğilimine sahip olduğunu belirtmektedir. İkinci olarak, küresel ekonomik kriz dönemini kapsayan 2008 sonrası süreç ADF ve KPSS testleri dahilinde ekolojik açıklık serisinin farklı anlamlılık düzeylerinin hiçbirinde durağanlığa sahip olmadığını göstermektedir. Diğer iki değişkenden ekonomik büyüme ve özel sektör kredileri ise farklı anlamlılık düzeylerinde ortalamaya dönme eğilimi sergilemektedir. Son olarak, her iki alt dönemin bir bütün olarak değerlendirildiği 1987-2017 dönemi için ADF ve KPSS testleri düzey değerlerinde ekolojik açıklık ve ekonomik büyüme oranına ait serilerin durağanlığını vurgularken, serilerin ilk farklarında tümünün ortalamaya dönme eğilimine sahip olduğunu göstermektedir. Yapısal kırılmalar göz önünde tutularak uygulanan doğrusal olmayan Fourier birim kök testlerinden FADF, FKPSS ve FGLS yöntemleri çerçevesinde elde edilen istatistiki değerler alt dönemler itibarıyla serilerin büyük oranda düzeyde durağanlığını vurgularken tüm dönem için Türkiye ekonomisinin ileri dönemlerde ekonomik büyüme ve özel sektör kredilerinin sorunlara açık bir yapıya sahip olduğunu belirtmektedir.

KAYNAKÇA

Ahmad, M., Jiang, P., Majeed, A., Umar, M., Khan, Z. and Muhammad, S. (2020). The Dynamic Impact of Natural Resources, Technological Innovations and Economic Growth on Ecological Footprint: An Advanced Panel Data Estimation. *Resources Policy*, 69, 101817, 1-10.

Al-Mulali, U., Weng-Wai, C., Sheau-Ting, L. and Mohammed, A. H. (2015). Investigating the Environmental Kuznets Curve (EKC) Hypothesis by Utilizing the Ecological Footprint as an Indicator of Environmental Degradation. *Ecological Indicators*, 48, 315-323.

Al-Mulali, U., Ozturk, I. and Lean, H. H. (2015). The Influence of Economic Growth, Urbanization, Trade Openness, Financial Development, and Renewable Energy on Pollution in Europe. *Natural Hazards*, 79(1), 621-644.

- Bagliani, M., Bravo, G. and Dalmazzone, S. (2008). A Consumption-Based Approach to Environmental Kuznets Curves using the Ecological Footprint Indicator. *Ecological Economics*, 65(3), 650-661.
- Becker, R., Enders, W. and Lee, J. (2006). A Stationary Test in the Presence of an Unknown Number of Smooth Breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 3(5), 381-409.
- Boutabba, M. A. (2014). The Impact of Financial Development, Income, Energy and Trade on Carbon Emissions: evidence from the Indian Economy. *Economic Modelling*, 40, 33-41.
- Caviglia-Harris, J. L., Chambers, D. and Kahn, J. R. (2009). Taking the “U” out of Kuznets: A Comprehensive Analysis of the EKC and Environmental Degradation. *Ecological Economics*, 68(4), 1149-1159.
- Charfeddine, L. (2017). The Impact of Energy Consumption and Economic Development on Ecological Footprint and CO₂ Emissions: Evidence from a Markov Switching Equilibrium Correction Model. *Energy Economics*, 65, 355-374.
- Christopoulos, D. K. and Leon-Ledesma, M. A. (2010). Smooth Breaks and Non-linear Mean Reversion: Post-Bretton Woods Real Exchange Rates. *Journal of International Money and Finance*, 29(6), 1076-1093.
- Destek, M. A. (2018). Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Türkiye için İncelenmesi: STIRPAT Modelinden Bulgular. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 268-283.
- Destek, M. A. (2021). Deindustrialization, Reindustrialization and Environmental Degradation: Evidence from Ecological Footprint of Turkey. *Journal of Cleaner Production*, 296, 126612.
- Dogan, E. and Turkekul, B. (2016). CO₂ Emissions, Real Output, Energy Consumption, Trade, Urbanization and Financial Development: Testing the EKC Hypothesis for the USA. *Environmental Science and Pollution Research*, 23(2), 1203-1213.
- Dumrul, Y. ve Kılıçarslan, Z. (2020). Türkiye'nin Uluslararası Ticareti ve Ekolojik Ayak İzi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(3), 1589-1597.
- Enders, W. and Lee, J. (2012). The Flexible Fourier Form and Dickey-Fuller Type Unit Root Tests. *Economics Letters*, 117(1), 196-199.
- Fung, M. K. (2009). Financial Development and Economic Growth: Convergence or Divergence? *Journal of International Money and Finance*, 28, 56-67.
- Goldsmith, R. W. (1969). *Financial Structure and Development*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Grossman, G. and Helpman, E. (1991). *Innovation and Growth in the Global Economy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Grossman, G. M. and Krueger, A. B. (1995). Economic Growth and the Environment. *Quarterly Journal of Economics*, 110(2), 353-377.

Gumus, F. B. and Zeren, F. (2015). Analyzing the Efficient Market Hypothesis with the Fourier Unit Root Tests: Evidence from G-20 Countries. *Ekonomski Horizonti*, 16(3), 225-237.

Gülmez, A., Altıntaş, N. and Kahraman Ü. O. (2020). A Puzzle over Ecological Footprint, Energy Consumption and Economic Growth: The Case of Turkey. *Environmental and Ecological Statistics*, 27, 753-768.

Hervieux, M.-S. and Darne, O. (2015). Environmental Kuznets Curve and Ecological Footprint: A Time Series Analysis. *Economics Bulletin*, 35(1), 814-826.

Keynes, J. M. (1964). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. San Diego, New York, London: A Harvest Book.

McKinnon, R. I. (1973). *Money and Capital in Economic Development*. Washington, DC: Brookings Institution.

Minsky, H. P. (1975). Financial Resources in a Fragile Financial Environment. *Challenge*, 18(3), 6-13.

Robinson, J. (1952). *The Rate of Interest and Other Essays*. London: Macmillan.

Rodrigues, P. M. and Taylor, R. A. M. (2012). The Flexible Fourier Form and Local Generalised Least Squares De-trended Unit Root Tests. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 74(5), 736-759.

Sadorsky, P. (2010). The Impact of Financial Development on Energy Consumption in Emerging Economies. *Energy Policy*, 38, 2528-2535.

Schumpeter, J. A. (1911). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Shahbaz, M., Kumar Tiwari, A. and Nasir, M. (2013). The Effects of Financial Development, Economic Growth, Coal Consumption and Trade Openness on CO2 Emissions in South Africa. *Energy Policy*, 61, 1452-1459.

Shahbaz, M., Nasir, M. A. and Roubaud, D. (2018). Environmental Degradation in France: The Effects of FDI, Financial Development, and Energy Innovations. *Energy Economics*, 74, 843-857.

Shaw, E. S. (1973). *Financial Deepening in Economic Development*. New York: Oxford University Press.

Talukdar, D. and Meisner, C. M. (2001). Does The Private Sector Help or Hurt the Environment? Evidence from Carbon Dioxide Pollution in Developing Countries. *World Development*, 29(5), 827-840.

Tamazian, A., Chousa, J. P. and Vadlamannati, K. C. (2009). Does Higher Economic and Financial Development Lead to Environmental Degradation: Evidence from BRIC Countries. *Energy Policy*, 37, 246-253.

Ulucak, R. and Bilgili, F. (2018). A Reinvestigation of EKC Model by Ecological Footprint Measurement for High-, Middle- and Low-Income Countries. *Journal of Cleaner Production*, 188, 144-157.

Yılancı, V. and Eriş, Z. A. (2013). Purchasing Power Parity in African Countries: Further Evidence from Fourier Unit Root Tests Based on Linear and Nonlinear Models. *South African Journal of Economics*, 81(1) 20-34.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 833-849.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.801](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.801)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Uluslararası Pazarlarda Hedef Pazar Seçimi Üzerine Bir Araştırma

Ezgi DEMİRAĞ ÇAKICI, Yüksek Lisans Öğrencisi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara, e-posta: demiragezgi@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6465-7632>

Doç. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ankara, e-posta: g.yilmaz@hbv.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3702-1070>

Öz

Uluslararası pazarlara giriş için ilk adım olan hedef pazar seçiminin doğru ve etkin yapılması, firmaların ihracat hedeflerini yakalayabilmeleri ve arttırabilmeleri açısından kritik öneme sahiptir. Bu çalışmada kule vinç üreticisi olan bir firmayla uluslararası hedef pazar seçim çalışması hakkında görüşülmüştür. Hızlı sonuç alabilme, zaman ve maliyet avantajı nedeniyle ikincil verilerle uluslararası hedef pazar araştırmasını tercih eden firma pazarda ticari açık olması ve ithalat artışının olmasını hedef pazar seçim kriterleri olarak belirlemiştir. Analiz sonucunda firmanın İngiltere pazarını tek bir hedef pazarı olarak belirlediği görülmüştür. Çalışmada ayrıca kule vinç için ikincil veriler kullanılarak bir uluslararası hedef pazar seçim analizi yapılmıştır. Pazar büyüklüğü, yıllara göre ithalat artışı, ülkede ticari açık olması temel kriterleri ile lojistik ve vergi avantajına göre yapılan analizde üç kriter içinde yer alan İngiltere, Arap Emirlikleri ve Belçika hedef pazarlar olarak belirlenmiştir. Ayrıca sadece iki kriter içinde yer alan ülkelerde hedef pazar olma potansiyeli açısından incelenmiştir. Pazar büyüklüğü ve ticari açık kriterlerine göre Suudi Arabistan ve İsviçre pazarları da hedef pazar olarak uygun bulunmuştur. Sonuç olarak bu çalışmada İngiltere, Arap Emirlikleri, Belçika, Suudi Arabistan ve İsviçre pazarları hedef pazarlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kule vinç sektörü üzerinden yapılan ikincil veri analizi, diğer sektör firmaları tarafından da uygulanarak, firmaların hem uluslararası pazarlara açılması hem de var olan ihracat hacimlerini büyütme ve geliştirme sayesinde ülkemiz ihracatına ve dolayısıyla ekonomik büyüme ve kalkınmaya destek sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Pazarlama, Uluslararası Pazarlarda Hedef Pazar Seçimi, Hedef Ülke, Uluslararası Pazarlama Araştırması.

Makale Gönderme Tarihi: 29.05.2021

Makale Kabul Tarihi: 02.09.2021

Önerilen Atıf:

Demirağ Çakıcı, E. ve Yılmaz, K. G. (2021). Uluslararası Pazarlarda Hedef Pazar Seçimi Üzerine Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 833-849.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 833-849. DOI:[10.26677/TR1010.2021.801](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.801)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

A Research on Target Market Selection in International Markets

Ezgi DEMİRAG ÇAKICI, MSc. Student, Hacı Bayram Veli University, Graduate School of Education, Ankara, e-mail: demiragezgi@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6465-7632>

Associate Prof. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, Hacı Bayram Veli University, Faculty of Management, Ankara, e-mail: g.yilmaz@hbv.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3702-1070>

Abstract

Selecting a target market in a right and effective way, which is one of the very first steps of entering the international market, plays a significant role in achieving organization's export goals and enhancing them. In this study, using conducting interviews, one organization in tower crane sector was examined in terms of its goals and strategies in international target market selection. The company, which prefers international target market research with secondary data due to its fast results, time and cost advantage, has determined that the commercial deficit in the market and the increase in imports are the target market selection criteria. As a result of the analysis, it was seen that the company identified the UK market as a single target market. Besides in this study, using secondary data, international target market selection has been done for tower crane. The UK, Arab Emirates and Belgium, which are among the three criteria in the analysis based on market size, import growth by year, the basic criteria of having a trade deficit in the country and logistics and tax advantage, were identified as the target markets. In addition, it has been examined in terms of its potential to be a target market in countries within only two criteria. According to market size and trade deficit criteria, the Saudi Arabian and Swiss markets were also found to be suitable as target markets. As a result, the UK, Arab Emirates, Belgium, Saudi Arabia and Switzerland are the target markets in this study. Focusing on the sector of tower crane, secondary data analysis will make a significant contribution to other organizations in the same industry such that they can adapt the similar paths by entering the international market. Therefore, the study will contribute to those organizations to improve their export volumes and to achieve export-related goals as well as the growth and development of Turkey.

Keywords: International Marketing, Target Market Selection in International Markets, Target Country, International Marketing Research.

Received: 29.05.2021

Accepted: 02.09.2021

Suggested Citation:

Demirağ Çakıcı, E. and Yılmaz, K. G. (2021). A Research on Target Market Selection in International Markets, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 833-849.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Günümüzde hızla artan rekabet sebebiyle işletmelerin uluslararası pazarlarda var olan pazar payını koruması ve yeni hedefler belirleyerek pazar payını arttırması zorunlu hale gelmiştir. Bu amaç doğrultusunda hedef pazar seçimi yaparken işletmelerin sahip olduğu kısıtlı kaynakları en doğru şekilde kullanarak, doğru stratejik kararlarla pazar seçim faaliyetlerini yönetmeleri gerekir.

Bu çalışmanın firmalar tarafından da uygulanmasıyla, firmaların uluslararası pazarlara açılması ya da var olan ihracatlarını arttırmaları sayesinde firmalara güçlü bir rekabet avantajı sağlayacak ve ülkemiz ihracatına ve dolayısıyla ekonomik büyüme ve kalkınmaya destek sağlayacaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Hedef Ülke ve Pazarların Belirlenmesi

Çağdaş pazarlama anlayışı ile hareket eden işletmelerde pazarlama faaliyetlerinin çıkış noktası, var olan ve potansiyel tüketicilerin oluşturduğu pazardır. İşletmelerin odak noktası tüketici davranışları, esas amaçları ise pazarlama karması unsurlarını etkin şekilde kullanarak müşteri tatmini ortaya çıkarmak, dolayısıyla da karlılığa ulaşmaktır (Kotler ve Keller, 2006: 3). Uluslararası pazarlama ise tüm bu çabaların uluslararası ortamda yürütülmesidir (Kozlu, 2011:9).

Uluslararası pazarlara girme kararı veren işletmeler için hangi pazara giriş yapılacağı hayati önem taşımaktadır. Uluslararası pazarlara girişin ilk aşamalarında yanlış verilen hedef pazar seçim kararı işletmelerin uzun dönemli planları üzerinde olumsuz etkiler yaratmakta ve bu pazarlardaki büyüme faaliyetlerini olumsuz etkilemektedir (Hollensen, 2007: 320).

İşletmelerin uluslararası yöneliminin üretim, pazarlama, finansman, yönetim, muhasebe, insan kaynakları, halkla ilişkiler ve araştırma-geliştirme gibi temel işletme fonksiyonları üzerinde önemli etkisi olmaktadır (Mucuk, 2010).

Bu nedenle işletmelerin uluslararası pazarlara giriş stratejilerinde ilk olarak hedef ülke ve pazarları belirlemesi gereklidir. İşletmelerin hedef ülke ve pazarları belirlerken göz önünde bulundurmaları gereken faktörler aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

Pazar büyüklüğü ve gelişme potansiyeli; dışsal faktörler içinde en önemli faktör pazarın büyüklüğüdür. Bir ülkenin veya pazarın büyük olması ve pazarda büyüme oranının yüksek olması durumunda, işletmenin, pazarda büyümek için daha fazla kaynak ayırması ve kendine ait satış şubeleri kurması veya çoğunluğu kendine ait olan ortak girişimlere katılması gereklidir. Bu yöntemlerle işletmenin hedef pazarda kendini geliştirme imkânı ve pazar ile sürekli bağlantılı olma imkânı olur (Aksoy, 2013: 70). İşletmelerin dikkat etmesi gereken faktörlerden biri de pazarın ithalat ihtiyacı olması ve bu ihtiyacın sürekli bir artış gösteriyor olmasıdır. İthalat ihtiyacı olan ve bu ihtiyacı artan bir ülke cazip bir pazar olacağından işletmelerin bu faktörü göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.

Risk, pazara giriş şeklini belirleyen diğer bir faktördür. Bir ülkedeki ekonomik veya politik konular işletmenin faaliyetlerini etkileyebilmektedir. Dolayısıyla bir ülkedeki risk faktörü ne kadar yüksekse işletmelerin o ülkede yapacakları yatırım düzeyi de buna bağlı olarak farklılık gösterecektir. Yani ortaklık yoluna gitmek yerine sadece ihracat yapmayı tercih edecektir. Burada bahsedilen risk ekonomik veya politik konularda olabileceği gibi işletmenin o pazardaki alacaklarını da etkileyecek bir unsurdur. Bu nedenle işletmeler yeni pazarlara girişte mutlaka risk analiz yaptırmalıdır (Terpstra ve Sarathy, 2000: 374).

Kanun ve yönetmelikler; her ülkede işletmelerin uyacağı ticari konular, kanunlar ve yönetmelikler çerçevesinde belirlenmiştir. Fakat bazı ülkeler ticaretin önüne engeller koyabilmekte veya bazı standartlar getirebilmektedir. Bu durum bu ülkelerde yapılacak olan faaliyetlerin kısıtlanmasına sebep olabilir. Eğer bir ülkede yerli mal kullanıma yönelik bir eğilim varsa burada işletmelerin ortaklıklar kurma yoluyla pazar girişi avantaj sağlayacaktır veya işletmenin kendi ülkesinde olmayan yasalarla karşılaşması ve bu yasalara uyum sağlaması gerekecektir (Akyol, 2008: 328). Ayrıca işletmelerin ülkelerdeki gümrük vergisi, ithalat prosedürleri gibi konuları hedef pazar seçimi aşamasında araştırarak pazar seçimi yapmaları gerekmektedir.

Rekabetçi çevre; hedef ülke pazarında yoğun rekabet ortamının olması o pazarda elde edilecek kar potansiyelini ve pazar payını düşürecektir (Aksoy, 2013: 71). Bu nedenle hedef pazar seçimi yaparken pazardaki rakiplerin kimler olduğu, pazar payları, fiyat stratejileri göz önünde bulundurulmalıdır.

Yerel yapı; bir ülkedeki lojistik, dağıtım kanalı ve iletişim sistemlerini kapsamaktadır. Bir ülkede bu sistemlerin ne kadar ileri veya ne kadar zayıf olduğu pazara girişte işletmeleri etkileyecek bir diğer konudur. Eğer ülkede bu sistemler zayıfsa işletmenin bu ülke için kaynak ayırması zorlaşacaktır (Akyol vd., 2008: 328).

Ticari açık; ithalatı ihracatından fazla olan bir ülkenin ihracatı ile ithalatı arasındaki farkı göstermektedir. Ticari açık, ülkelerin bir ürün için ne kadar ithalat ihtiyacı olduğunu gösteren bir veridir. Ticari açık veren ülkeler hedef pazar seçiminde cazip ülkelerdir. Dolayısıyla hedef pazar seçimi yapılırken, hedef pazarda ihtiyaç durumu, ticari açık verisine göre incelenmelidir.

Hedef Pazar Seçimi İçin Uluslararası Pazarlama Araştırması

Uluslararası pazarlama en temel şekliyle, pazarlamanın temeli olan bilgi toplama, pazar bölümlendirme, hedef pazar seçimi, ürün geliştirme, fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma faaliyetlerinden bir veya birkaçının uluslararası alanda yapılmasıdır (Onkvisit ve Shaw, 1989:6). Uluslararası pazarlama ulusal sınırlar dışındaki tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını saptayarak daha sonra bunları ulusal ve uluslararası rakiplerden daha iyi karşılamak ve tatmin etmeyi içermektedir (Terpstra ve Sarathy, 2000: 173).

İşletmeleri uluslararası pazarlara yönlendiren iki önemli sebepten biri, işletmelerin yerel pazar payından daha fazlasını elde edebileceği yeni kaynaklara ihtiyacının olması diğer sebep ise ile ölçek ekonomisinden yararlanarak düşük maliyetle ürünlerini yeni pazara sunma isteğidir (Couturier ve Sola, 2010: 45-47).

İşletmelerin uluslararası pazarlara girmeyi düşünmesiyle başlayan süreçler bütünü uluslararasılaşma olarak tanımlanabilir. İşletmeler yürüttükleri faaliyetleri uluslararası alana taşıırken strateji, yapı, kaynak vb. imkânlar ile uluslararası çevreye uyum sağlamaktadır (Çelik, Danacı ve Onay, 2015). İşletmelerin uluslararasılaşma yolunda belli aşamalardan geçtiği, geçilen her aşama sonrasında uluslararası pazarlama stratejilerini geliştirdiği kabul edilmektedir (Cateora ve Graham, 2005:17).

Uluslararası pazarlamada ana nokta hedef pazarın belirlenmesidir ve bu hedef pazara uygun bir pazarlama karmasının oluşturulması, bu karmasının da dış çevrenin hızlı değişimine uyum sağlayacak şekilde sürekli olarak gözden geçirilmesidir. Bu çalışma ve faaliyetler için gereken bilgiler pazarlama araştırması vasıtasıyla sağlanmaktadır (Akat, 2009: 33). Araştırma süreci aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

Bilgi Toplama

Yöneticilerin uzun vadede sonuçlar doğuracak olan stratejik kararlar almadan önce, girecekleri ve faaliyet yapmak istedikleri uluslararası pazarların şu andaki ve gelecekteki durumunu, rekabet şartlarını, hedef tüketicilerin genel eğilim ve taleplerini, girmeyi planladıkları sektördeki strateji, hedef, durum ve şartlarını, o pazarların hareket tarzlarını sektörün gelişme koşullarını, pazar ve çevre şartlarını objektif, reel ve güvenilir bir şekilde görmeleri gerekmektedir. Bu nedenlerden dolayı pazarlama araştırmaları zaruri bir bilgi edinme süreci olmaktadır (Şekerkaya, 2008: 296).

Problem Belirlenmesi

Bir işletmenin uluslararası pazarlarda karşılaştığı problemleri veya hareket tarzlarını veya önüne engel olarak gelen belirsizlikleri ortadan kaldırmak amacıyla, içinde olduğu durumu net bir şekilde çözmelidir. Bu netliği sıkı bir gözlem içerisinde girerek ilk aşama olan bilgi ve veri toplama evresini ciddi bir denetim yaparak problemin ne olduğuna karar verebilir veya karşısına engel olarak çıkan herhangi bir sorunu ya da hareket tarzını elimine edebilmek için daha doğru sonuçlar ve kararlar elde edebilir (Akat, 2009:37).

Araştırma Kapsamının Belirlenmesi

Uluslararası pazarlama araştırmaları her ne kadar akademik yönüyle bilinse de aslında birçok durumda ticari önemde taşımaktadırlar. Ticari araştırmalara yönetsel kararlar alınması sebebiyle ihtiyaç olduğu gibi, birçok durumda pazarlama faaliyetlerinin sürdürüldüğü coğrafi bölgeden dolayı ihtiyaç duyulmaktadır. Burada sözü edilen coğrafi bölge düzeyinde ihtiyaç duyulan veri ve bilgiler, küresel temelde olabildiği gibi, bir bölge veya ülke grubu düzeyinde ya da ülke ve şehir düzeyinde de olabilmektedir (Craig ve Douglas, 2005: 36).

Veri Temin İmkanları

Bilgi ve veri kaynakları temel olarak iki şekilde sınıflandırılmaktadır.

Birincil Veri Kaynakları: İkincil kaynaklarda istediği bilgilere ulaşamayan kişi veya kuruluşların, kendi çabalarıyla elde ettikleri, bilgilerin orijinal kaynaklarıdır. Birincil veriler başka bir yerde hazır olarak bulunmayan ve ilgili kaynağa soru sorularak ya da diğer araştırma yöntemleri kullanılarak, dolaysız yoldan toplanan bilgilerdir (Karafakıoğlu, 2012: 320). Bu tür araştırmalarda bilgi toplama süreci genellikle zaman, güç ve maliyet bakımından diğer veri toplama türlerine göre daha zahmetlidir. Birincil kaynaklara örnek olarak, orijinal belgeler, resmi kayıtlar, başta anket olmak üzere gözlem ve deney gibi yöntemler gösterilebilir (Akat, 2009: 45).

İkincil Veri Kaynakları: İkincil veri araştırmaları başka kişi ya da kurumlar tarafından yapılan ve genellikle yayınlanan verilerin bulunması ve incelenmesi ile gerçekleştirilir (Walsh, 1994: 57). Araştırma yapılan konu, uluslararası kuruluşlar, Ekonomi Bakanlığı, Ticaret Odası, ihracatçı birlikleri, bankalar ya da rakip işletmeler gibi kişiler ya da kurumlar tarafından daha önce araştırılmış olabilir. Bu nedenle pazar veya sektörle ilgili yapılan araştırmalar, bir masa başı araştırması yapılarak araştırılabilir, var olan kaynaklar ve referanslar incelenerek, telefon veya internet yoluyla bazı bilgiler elde edilerek durum analizi yapılabilir (Kozlu, 2011: 75).

İkincil kaynak verilerin sağladığı en önemli faydalar maliyet ve zaman tasarrufudur. İkincil kaynak verilerin elde edilmesi birincil kaynak verilere göre daha kolaydır. Sadece araştırmacının verilerin yer aldığı kurumlara giderek, internet üzerinden ya da bir kütüphanede bir müddet zaman geçirmesi gerekmektedir. İkincil kaynak verilerin bir yerden satın alınması dahi birincil kaynak verileri uluslararası pazarlardan elde etmekten çok daha ucuza mal olmaktadır (Kumar, 2000: 89).

Araştırma Tasarımı

Bir problemin belirlenmesini sağlamak amacıyla, verilerin toplanması analiz edilmesi veya var olan bir problemin çözümüne yardımcı olacak, farklı seviyelerdeki doğruluğu elde etmenin maliyeti ile her seviyede doğruluğu elde etmeye destek olacak bilginin beklenen değeri arasındaki farkı maksimize etme yöntemidir (Tull ve Hawkins, 1984: 25).

Verilerin Analizi ve Yorumlama

Pazarlama araştırmasında veriler toplandıktan sonra bunların sınıflandırılması gerekmektedir. Sınıflandırma işleminin amacı toplanan ve hazır hale getirilmesi gereken bilgileri analiz işlemine tabi tutmaktır (Tokol, 2006: 60-64).

YÖNTEM

Bu çalışma ile kule vinç makinesi sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin uluslararası hedef pazar seçim süreci hakkında derinlemesine mülakat yapılmış ve kule vinç makinesi için veri tabanlarından elde edilen ikincil verilerle bir hedef pazar seçim analizi gerçekleştirilmiştir. Pazar seçimi ve uluslararasılaşma süreci her sektörün kendine özgü niteliklerden dolayı farklılaşabilir. Çalışma, farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin doğru hedef pazar tercihi yaparak, uluslararası pazarlara açılması ya da hali hazırda devam eden ihracatlarını arttırmaları, artan ihracat sayesinde ise ülkemizin büyüme hedeflerinin gerçekleşmesine katkıda bulunulması açısından faydalı olabilecektir.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi, kule vinç üreticisi firma yetkililerine, öncelikle kişiler özelinde olmak üzere, araştırmanın faydaları, firmaya katkıları, eksik ya da faydasız yönleri gibi verileri içeren soruların sorulması yoluyla uygulanmıştır. Çalışmada, araştırmaya katılan kişilerle yapılan görüşme sonrasında ayrıca ikincil verilerle yapılan uluslararası hedef pazar seçim analizi yer almaktadır.

Çalışma kapsamında incelenen işletme, 50 yıllık tecrübesiyle Ankara ilinde bulunmaktadır. Toplamda 1.000.000 m2 üretim alanda 1000 personelin çalıştığı firmada proje ve Ar-ge, kalite kontrol, CNC işleme, talaşlı imalat, ısıtıl işlem, boyama merkezleri ile geniş bir üretim kabiliyeti söz konusudur. Kule vinç üretimi ile birlikte geniş bir iş ve inşaat makineleri ürün gamı bulunan bir firmadır.

Bu çalışmada, kule vinç üreticisi bir firmayla uluslararası hedef pazar seçim hakkında görüşülmüş ve ikincil verilere dayalı analiz yapılmıştır. Araştırmada izlenen yol ve yöntemler vasıtasıyla, işletmelerin kaynaklarını en etkin şekilde kullanarak, en etkili olacağı uluslararası pazar veya pazarları seçmesine yardımcı olacak sonuçların ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

BULGULAR

Derinlemesine Mülakat Sonucu Elde Edilen Bulgular

Çalışmada derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmıştır. Derinlemesine mülakat yönteminde sorular araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsar. Sorular açık uçludur ve detaylı cevap alınacak şekildedir. Derinlemesine görüşme yöntemi yüz yüze görüşülerek bilgi toplanmasını sağlayan bir veri toplama yöntemidir (Tekin ve Tekin, 2012). Derinlemesine mülakat tanımındaki derin kelimesi görüşülen kişinin gerçek hayatta yaşadığı günlük etkinlik, olay ve mekanların bütün yönleriyle anlaşılmasıdır (Johnson, 2002: 106).

Bu çalışmada yer alan soru formu sektör temsilcileri ile görüşmenin yanı sıra derinlemesine mülakat yöntemi kullanılan çalışmalar (Rahman, 2003; Moen, Gavlen ve Endresen, 2004; Andersen ve Strandskov, 2008; Okpara, 2009) incelenerek oluşturulmuştur.

Görüşme yapılan firma yetkililerinin, konuyla ilgili yeterli bilgi ve tecrübeye sahip oldukları, hedef pazar araştırmasıyla ilgili görüşlerinin gerçekçi olduğu ve soruları doğru ve samimi olarak cevapladıkları varsayılmıştır.

Katılımcıların yaşları, eğitim durumları, işletmedeki görevleri, görev süreleri, daha önce çalıştıkları pozisyonlar ve toplam tecrübeleri hakkındaki sorular aşağıda bulunan Tablo 1’de yer almaktadır.

İşletmenizin ulusal pazarda tecrübesi bulunmakta mıdır?

Firmanın ulusal pazarda marka değerine sahip bir firma olduğu bilgisi aktarılmıştır. 1972 yılında kurulan firmanın 50 yıla yakın ulusal pazar tecrübesi olduğu görülmektedir. Çalışanların tamamının bu tecrübeyi dikkate alarak işletmeyi tercih etmesi dikkat çekmektedir. Aynı zamanda firmanın uluslararası faaliyetlerde bulunma kararında ulusal tecrübesinin cesaret verici olduğu konusuna çoğu katılımcı fikir birliğindedir.

İşletmenizin uluslararası pazarlarda tecrübesi bulunmakta mıdır?

Ulusal pazarlarda aktif olarak yer alan firmanın uluslararası pazarlarda da yer aldığı görülmektedir. Firmanın 2000 yılında iş ve inşaat makinalarıyla uluslararası pazarlarda faaliyet göstermeye başladığı, bugün ise uluslararası pazarlarda 50’ye yakın ülkeye ihracat yaptığı bilgisi aktarılmıştır.

İşletmeniz şu an faaliyet gösterdiğiniz pazarlar dışında farklı uluslararası pazarlara açılmak istiyor mu? İsteme veya istememe nedenleri nelerdir?

Firma hali hazırda uluslararası pazarlarda yer almaktadır. Katılımcılar firmanın hem marka değerini arttırmak hem de kar elde etmek temel amacıyla uluslararası pazarlara yönelik çalışmalarını arttırdığını aktarmışlardır. Firma bu amaç doğrultusunda hedef pazar seçim çalışmaları yapmaktadır.

İşletmenizde daha önce uluslararası pazarlara açılmak için hedef pazar araştırması yapıldı mı? Yapıldıysa hangi ürünler ve pazarlar için yapıldı?

Katılımcıların çoğunun işletmenin geçmiş deneyim ve tecrübeleri ile ilgili bilgi sahibi oldukları görülmüştür. Özellikle yurt dışı sorumluluğu ile ithalat-ihracat birimlerinin konuya detaylı olarak hâkim oldukları anlaşılmıştır. Görüşmelerde hedef pazar araştırmasının daha önce yapıldığı ifade edilmiştir. Beton santralleri, beton pompaları ve kule vinçler öncelikli olmak üzere Rusya, Birleşik Krallık, Cezayir, Mısır ve Özbekistan pazarları için yapıldığı aktarılmıştır.

Tablo 1. Katılımcı Bilgileri

Katılımcı Bilgileri	Yaş	Eğitim	Görev	Görev Süresi (yıl)	Önceki Görevler	Tecrübe (yıl)
Katılımcı	37	Lisans	Genel Müdür Yardımcısı	15	Proje Mühendisi, Arge Mühendisi, Arge Grup Lideri	18
Katılımcı	35	Lisans	Marka Pazarlama Müdürü	8	Grafik web tasarımcı, Eğitmen, Kurumsal İletişim Sorumlusu, Reklam Pazarlama Uzmanı	12
Katılımcı	35	Yüksek Lisans (MBA)	İhracat Müdürü	4	İthalat Uzmanı, İhracat Satış Bölge Sorumlusu, İhracat Operasyon Uzmanı, İhracat Satış Bölge Müdürü	13
Katılımcı	37	Lisans	İthalat Müdürü	5	İhracat ve ithalat uzmanı, İhracat bölge sorumlusu, İthalat bölge şefi	16
Katılımcı	34	Yüksek Lisans	Yurtdışı Satış Sorumlusu	2	Yurtdışı Satın alma Uzmanı	11
Katılımcı	36	Lisans	Yurtdışı Satış Sorumlusu	3	Yurtdışı Satış Uzmanı	13
Katılımcı	33	Lisans	Reklam Pazarlama Müdürü	6	Grafik Tasarım Uzmanı, Kurumsal İletişim Sorumlusu, Reklam Pazarlama Uzmanı	8
Katılımcı	40	Lisans	Tedarik ve Lojistik Müdürü	15	Çelik Konstrüksiyon, Talaşlı İmalat, Kalite Kontrol Departmanlarında Takım Lideri	15

Pazar araştırmasını ihracat amaçlı mı yoksa ithalat amaçlı mı yapmak istiyorsunuz?

Firma hedef pazar araştırmasını, öncelikli olarak uluslararası pazarlara ihracat yapmak amacıyla gerçekleştirmektedir. Fakat çalışma ithalat amaçlı da kullanılabileceğinden katılımcılar firmanın çalışmayı ithalat amacıyla da kullanacağını aktarmışlardır.

Hedef pazar araştırmasını hangi ürün/ürünler için yapmak istiyorsunuz? Neden?

Katılımcılar, firmanın kule vinç ürününün hem kalite hem fiyat açısından ulusal ve uluslararası pazarlarda yer alan rakipler karşısında oldukça güçlü bir ürün olduğu için kule vinç başta olmak

üzere, beton santrali, beton pompası, kırma eleme tesisi, iş makinaları için hedef pazar araştırması yapmak istediğini aktarmışlardır.

Hedef pazar araştırmasını birincil verilerle mi yoksa ikincil verilerle mi yaptınız? Seçiminizin nedenleri nelerdir?

Katılımcılar firmanın hem birincil hem de ikincil verileri kullanıldığı yönünde cevaplar vermişlerdir. Birincil verilerin fuarlar ve müşteri görüşmeleri esnasında toplandığı birkaç katılımcı tarafından belirtilmiştir. Katılımcılar ikincil verilerin hızlı elde edilmesi, zaman ve maliyet tasarrufu gibi faydaları nedeniyle tercih edildiği konusunda fikir birliğindedir.

Hedef pazar araştırmasını işletme bünyesinde mi yoksa dışarıdan hizmet alarak mı yaptınız?

Firmanın pazar araştırması konusunda dışarıdan hizmet aldığı ve bu çalışmayı firma bünyesinde oluşturulan bir ekiple gerçekleştirdiği aktarılmıştır.

Hedef pazar araştırmasında izlediğiniz yollar hakkında bilgi verir misiniz?

Katılımcılar hedef pazar araştırmasının aşamalarını sırasıyla aktarmışlardır. Öncelikle çalışma için gerekli olan Gtip ve SIC kodlarının tespit edilmesiyle Trade Map veri tabanından yıllara göre dünya ithalatı, yıllara göre dünya çeyrek dönemler ithalatı, dünya ithalatı ticaret göstergeleri, yıllara göre dünya ihracatı ve yıllara göre Türkiye ihracatı verileri elde edildiği, daha sonra ülkelerin kule vinç ürünü için uyguladığı vergi ve doküman şartlarını incelediği aktarılmıştır. Hedef pazarların elde edilen tüm bu veriler ve firma tercihleri doğrultusunda belirlendiği anlaşılmaktadır. Hedef ülkelerin belirlenmesiyle veri tabanlarını kullanarak firmaların finansal bilgilerine ve konşimento bilgilerine erişen firma, potansiyel tüm müşteri bilgilerini bir araya toplamıştır. Katılımcılar içerisinden oluşturulan bir çalışma grubuyla, tüm potansiyel müşterilere telefon veya e-posta yoluyla ulaşıldığı aktarılmıştır. Firmanın iletişim kurulan firmaları ziyaretlerle destekleyerek bayilik anlaşması aşamasına geldiği katılımcılar tarafından paylaşılmıştır.

Hedef pazar araştırması sonucu seçtiğiniz ihracat pazarlarını tercih etmenizin temel sebepleri nelerdir?

Katılımcılar hedef pazar seçimi için temel kriterlerin ülkelerin kule vinç ürünü için ticari açığının olması ve ithalat verilerinin önceki yıllara göre göstermesi olduğu konusunda fikir birliğindedir.

Katılımcılar pazarda pazara giriş için herhangi bir engel olup olmaması (gümrük vergisi, tarife vs.), Türkiye'den ilgili ülkeye ihracatın olup olmaması, işletmenin ilgili ülkeye daha önce ihracatının olup olmaması, konum olarak Türkiye'ye yakın olup olmaması, ilgili ülkenin ithalat büyüklüğü, ortalama ithalat birim fiyatları ile ülkenin makroekonomik analizleri, siyasi gelişmeler, kültürel özellikler, vergi kanunları, güvenlik, bayi veya aracının da altyapısı, tecrübesi gibi kriterlere de dikkat edildiğini aktarmışlardır.

Katılımcılar ayrıca düşük kalite ve düşük fiyat anlayışıyla üretim yapan Çin'le düşük fiyat konusunda; yüksek kalite ve yüksek fiyat anlayışıyla üretim yapan AB ülkeleriyle ise kalite konusunda rekabet edebileceği öngörüsüyle pazar tercihinde bulunduğunu aktarmışlardır.

İşletmenizin uluslararası pazarlara açılırken tercih ettiği pazarlama stratejileri nelerdir?

Katılımcıların cevaplarından firmanın doğrudan ihracata yönelik pazarlama stratejilerini kullanmakta olduğu bu doğrultuda acente/bayi ve distribütörlerle iş birliği yaparak pazarlama stratejilerini oluşturduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılardan pazarlama bölümünde çalışanların aktardıklarına göre firma SMS ve e-posta gibi reklam tekniklerini içeren doğrudan posta, haber bültenleri, yurtiçi ve yurtdışı fuarlar ve internet reklamları kullanılmaktadır.

Hedef pazar araştırmasının faydaları hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? İşletmenize katkıları, kazandırdıkları neler olmuştur?

Katılımcılar, uluslararası pazarlama stratejilerinde kullanılacak verilerin saha araştırmasına kıyasla daha kısa sürede ve daha az maliyetle elde edilmesinin ve araştırmanın bilimsel temele dayanmasının bu çalışmanın en önemli faydaları olduğu konusunda fikir birliğindedir. Katılımcılar ayrıca uluslararası pazarlarda rekabet avantajı elde edilmesi, ihracat hedeflerine ulaşılması, doğru hedef pazar ve potansiyel müşterilere ulaşılması, marka bilinirliği ve farkındalığı gibi avantajlara da değinmiştir. Katılımcılar firmanın bu çalışmanın sonunda hedef pazar olarak İngiltere pazarını tercih ettiği ve vinç sektöründe potansiyel müşteri olabilecek 147 firma, yüksek bina inşaatı yapan potansiyel müşteri olabilecek 748 inşaat firması ve iş makinesi toptancısı olan potansiyel müşteri olabilecek 167 toptancı firmanın iletişim bilgilerine ulaştığı ve firmalarla iletişime geçilerek, bu pazarda bayilik çalışması yapıldığı bilgisini aktarmışlardır.

Yaptığınız pazar araştırmasının eksik, zayıf yönleri var mıdır? Varsa nelerdir?

Katılımcılar, çalışmanın en temel eksik yönleri olarak araştırmadaki tüm verilere eksiksiz ulaşmanın mümkün olmaması ve araştırma sonucunun firmaların tercihlerine göre değişken olması konularında fikir birliğindedir. Ayrıca hedef pazar seçimini etkileyebilecek nüfus artışı, kültürün pazarlamadaki etkileri, kalite, ürün standartları, pazardaki iç büyüme dinamikleri, yerli rakipler gibi faktörlerin analiz edilmemesi de araştırmanın eksik yönü olarak söylenmektedir.

Hedef pazar araştırmasının faydalarını ve eksik yönlerini göz önüne aldığınızda, araştırmayı bundan sonraki dönemler veya diğer ürünler için uygulamaya devam eder misiniz?

Katılımcılar, araştırmanın eksik ve faydalı tüm yönlerini göz önüne alarak faydalı yönlerinin ağırlıklı olması nedeniyle bundan sonraki süreçte hedef pazar analiz yöntemini uygulamaya devam edeceklerini açıkça ifade etmişlerdir.

İkincil Veri Analizi Bulguları

Literatürde ikincil verilerle Azerbaycan Cumhuriyeti devlet petrol şirketi (Mammadov, 2012), yüksek gerilim bağlantı elemanları (Küpcü, 2016), hasat ve harman makineleri sektörü (Altan, 2018), otomotiv yedek parça sektörü (Ödemiş, 2018), solar panel sektörü (Yüceer Yıldız, 2019) için uluslararası hedef pazar seçim çalışmaları yapılmıştır.

Bu çalışmada elde edilen ikincil veri analizlerine göre hedef pazar önerisi yapılmıştır. İkincil veri analizine göre hedef pazar tercihi yapabilmek için kriterler pazarın büyüklüğü, yıllara göre ithalat artışı ve ülkede ticari açığın olması, lojistik avantaj ve vergi avantajı olarak belirlenmiştir. Belirlenen kriterler içinden lojistik avantaj kriterinde bahsedilen avantaj bir maliyet avantajıdır. Fakat lojistik yakınlık km bazında ölçülebilir olmasına rağmen, lojistik maliyetlerinin km olarak yakınlığa göre hesaplanmaması nedeniyle ülke sıralaması yapmak mümkün olmamaktadır. Benzer şekilde vergi avantajı kriterinde bahsedilen bir maliyet avantajıdır. Türkiye ile aralarında gümrük anlaşması bulunan ülkelerde gümrük vergisi uygulanmamakta, Türkiye ile aralarında gümrük anlaşması bulunmayan ülkelerde ise her ülkeye göre gümrük vergi oranları değişmektedir. Gümrük vergisi uygulamayan çok sayıda ülke bulunması nedeniyle ülkeler içinde bir sıralama yapmak mümkün olmamaktadır. Bu nedenle hedef pazar seçerken öncelikle pazar büyüklüğü, ithalat artışı ve ticari açık kriterleri öncelikli kriterler olarak ele alınmış, daha sonra seçilen ülkeler lojistik ve vergi avantajına göre değerlendirilmiştir.

Trade Map veri tabanından elde edilen Dünya’da gerçekleşen kule vinç ithalat hacminin ülkelere göre dağılımını ve dünyadaki toplam ithalatı gösteren veriler aşağıda Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Gtip '842620' için 2015- 2017 Yılları Arası Dünya İthalatı- 2017 Yılına Göre En Çok İthalat Yapan İlk 10 Ülke (.000 USD)

İthalatçı	2015 İthalat Verileri	2016 İthalat Verileri	2017 İthalat Verileri	Artış Miktarı	Artış Oranı (%)
Dünya	1.663.934	1.512.814	1.588.174	75.360	%4,98
Almanya	86.778	109.365	134.667	25.302	%23,14
Güney Kore	106.143	175.445	109.243	-66.202	%-37,73
Amerika	152.520	124.809	96.192	-28.617	%-22,93
İngiltere	40.563	61.610	80.735	19.125	%31,04
Fransa	29.173	44.243	73.084	28.841	%65,19
Arap Emirlikleri	52.678	34.986	68.819	33.833	%96,70
Belçika	41.530	47.162	67.609	20.447	%43,35
İsviçre	40.966	55.593	66.502	10.909	%19,62
Suudi Arabistan	90.456	43.621	50.340	6.719	%15,40
Avusturalya	41.065	39.464	48.045	8.581	%21,74

Kaynak: www.trademap.org

Dünya'da kule vinç ithalatının en çok artış gösterdiği ülkeler aşağıdaki Tablo 3' te sıralanmıştır.

Tablo 3. Gtip '842620' için 2015- 2017 Yılları Arası Dünya İthalatı- 2017 Yılına Göre En Çok İthalat Artışı olan İlk 10 Ülke (.000 USD)

İthalatçı	2015 İthalat Verileri	2016 İthalat Verileri	2017 İthalat Verileri	Artış Miktarı	Artış Oranı (%)
Meksika	9.350	7.843	25.030	17.187	%219,14
Endonezya	27.750	11.764	24.493	12.729	%108,20
Arap Emirlikleri	52.678	34.986	68.819	33.833	%96,70
İsveç	5.143	12.666	24.540	11.874	%93,75
İsrail	26.060	20.152	34.566	14.414	%71,53
Fransa	29.173	44.243	73.084	28.841	%65,19
Hollanda	23.407	22.035	36.137	14.102	%64,00
Belçika	41.530	47.162	67.609	20.447	%43,35
İngiltere	40.563	61.610	80.735	19.125	%31,04
Almanya	86.778	109.365	134.667	25.302	%23,14

Kaynak: www.trademap.org

Kule vinç ürünü için en yüksek ticari açığı bulunan ülkeler ise aşağıdaki Tablo 4'te sıralanmıştır.

Tablo 4. Gtip: '842620' için 2017 Yılı Dünya İthalatı Ticaret Göstergeleri (.000 USD)

İthalatçı Ülkeler	2017 Yılı İthalat Değeri (Bin USD)	2017 Yılı Ticari Açık (Bin USD)
Güney Kore	109.243	-99.566
İngiltere	80.735	-70.808
Amerika	96.192	-69.707
İsviçre	66.502	-61.191
Arap Emirlikleri	68.819	-50.875
Avusturalya	48.045	-43.222
Dünya	1.588.173	-40.416
Suudi Arabistan	50.340	-40.215
Belçika	67.609	-39.859
Avusturya	39.685	-37.337
İsrail	34.566	-34.566

Kaynak: www.trademap.org

Pazar büyüklüğü, ithalat artışı ve ticari açık kriterleri için ülkeler aşağıdaki tablo 5'te sıralanmıştır.

Tablo 5: Pazar Büyüklüğü, İthalat Artışı, Ticari Açık Kriterlerine göre ilk 10 Ülke

	Pazar Büyüklüğü	İthalat Artışı	Ticari Açık
1	Almanya	Meksika	Güney Kore
2	Güney Kore	Endonezya	İngiltere
3	Amerika	Arap Emirlikleri	Amerika
4	İngiltere	İsveç	İsviçre
5	Fransa	İsrail	Arap Emirlikleri
6	Arap Emirlikleri	Fransa	Avusturalya
7	Belçika	Hollanda	Suudi Arabistan
8	İsviçre	Belçika	Belçika
9	Suudi Arabistan	İngiltere	Avusturya
10	Avusturalya	Almanya	İsrail

Üç kriter içinde yer alan ülkeler hedef pazarlar olarak belirlenmiştir. Buna göre hedef pazarlar İngiltere, Arap Emirlikleri ve Belçika olarak bulunmuştur. Pazar büyüklüğü, ithalat artışı ve ticari açık temel kriterlerinden sonra seçilen hedef pazarlar için vergi ve lojistik kriterleri de değerlendirilmiştir. Buna göre Arap Emirlikleri'nde gümrük vergisi oranı %5'tir (<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>). Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki gümrük vergisi çok yüksek olmamasına rağmen bu ülkeye yapılacak ihracatlar da firmaların gümrük vergisini göz önüne almaları gerekmektedir. Avrupa ile Gümrük Birliği anlaşmasına ve İngiltere ile yapılan Serbest Ticaret Anlaşmasına göre Belçika ve İngiltere'de gümrük vergisi oranı %0'dır.

Tablo 5'te bazı ülkelerin üç kriter yerine sadece iki kriter içinde yer aldığı görülmektedir. Bu durumda iki kriter içinde yer alan ülkelerin hedef pazar potansiyeli olup olmadığına dair bir değerlendirme yapılmıştır.

Suudi Arabistan, İsviçre ve Avusturalya pazarları hem pazar büyüklüğü hem de ticari açık kriterlerine göre cazip pazarlar olarak görülmektedir. Tablo 2'ye göre Suudi Arabistan'ın %15,40, İsviçre'nin %19,62, Avusturalya'nın ise %21,74 büyüme artış oranı olduğu görülmektedir. Suudi Arabistan %5 gümrük vergisi oranıyla (www.customs.gov.sa) ve İsviçre (<https://xtares.admin.ch>) %0 gümrük vergisi avantajıyla hedef pazar olarak tercih edilebilir ülkeler olarak görülmektedir. Avusturalya ise lojistik dezavantajı nedeniyle hedef pazar olarak seçilmemiştir.

Güney Kore ve Amerika pazarları kule vinç sektöründe önemi büyük olan pazarlardır. Dolayısıyla bu analizlerde de hem pazar büyüklüğü hem de ticari açık kriterlerinde yer alarak potansiyel hedef pazarlar olarak ortaya çıkmışlardır. Fakat tablo 2'ye göre ithalat artış oranlarına bakıldığında Güney Kore pazarının %37, 73 Amerika pazarının ise %22, 93 küçülme olduğu

görülmektedir. Pazarların küçülmesi pazara yeni girecek olan işletmeler için olumsuz bir özellik olacağından bu pazarlar hedef pazar olarak tercih edilmemiştir.

Almanya ve Fransa pazarları ise sektörde Avrupa pazarının dikkat çeken pazarlarından. Analize göre hem pazar büyüklüğü hem de ithalat artışı kriterlerine göre cazip görünmesine rağmen Almanya'nın 134.667.000 USD Fransa'nın ise 73.829.000 USD ticari fazla verdikleri görülmektedir. Bu sonuca göre her iki pazarında doymuş pazarlar olduğu yani ithalat ihtiyaçlarının bulunmadığı görülmektedir. Bu nedenle Almanya ve Fransa pazarları da hedef pazar olarak tercih edilmemiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmada kule vinç üreticisi olan bir firmanın ikincil verilerle uluslararası hedef pazar seçim çalışmasını gerçekleştiren 8 personeliyle görüşme yapılmıştır. Görüşmede öncelikle kişilerin yaş, eğitim, meslek ve deneyim gibi kişisel bilgileri elde edilmiştir. Görüşmede alınan cevaplara göre firma hedef pazar araştırmasını, uluslararası pazarlarda payını arttırmak için gerçekleştirmiştir. Firmanın ikincil verilerle uluslararası hedef pazar araştırmasını, hızlı sonuç alabilme avantajı ile, zaman ve maliyet avantajı dolayısıyla tercih ettiği görülmektedir. Firma pazar seçim kriteri olarak pazarda ticari açık olması ve ithalat artışının olmasını temel kriterler olarak belirlemiştir. Analiz sonucunda firma İngiltere pazarını tek bir hedef pazarı olarak belirlemiştir. Firma hedef pazar seçiminde ikincil verilerin kullanılmasını çalışmanın bilimsel bir temele dayanması olarak görmektedir. Cevaplara göre ikincil veriler kullanarak hedef pazar seçiminin diğer avantajları ise pazarlarda rekabet avantajı elde edilmesi, ihracat hedeflerine ulaşılması, doğru hedef pazar ve potansiyel müşterilere ulaşılması, marka bilinirliğinin ve farkındalığının artırılması olarak belirtilmiştir. Araştırmanın eksik yönleri ise verilerin tamamına ulaşmanın mümkün olmaması ve araştırmanın firma tercihlerine göre farklılık göstermesi olarak görülmektedir. Bunun dışında nüfus artışı, kültürün pazarlamadaki etkileri, kalite, ürün standartları, pazardaki iç büyüme dinamikleri, yerli rakipler gibi faktörlerin analiz sürecinde araştırılmaması da eksik yönler olarak belirtilmiştir.

İkincil veri analizine göre hedef pazar tercih kriterleri ise pazarın büyüklüğü, yıllara göre ithalat artışı, ülkede ticari açık olması, lojistik avantaj ve vergi avantajı olarak belirlenmiştir. Lojistik ve vergi avantajları için ülkeleri sıralamak mümkün olmadığından, ülkeler öncelikle pazar büyüklüğü, ithalat artışı ve ticari açık kriterlerine göre sıralanmıştır. Bu kriterlerde yer alan ülkeler daha sonra lojistik ve vergi avantajı kriterlerine göre incelenmiştir. Üç kriter içinde yer alan İngiltere, Arap Emirlikleri ve Belçika lojistik ve vergi avantajı da olması nedeniyle hedef pazarlar olarak belirlenmiştir. Daha sonra üç kriter dışında sadece iki kriter içinde yer alan ülkeler de hedef pazar olma açısından incelenmiştir. Pazar büyüklüğü ve ticari açık kriterlerine göre Suudi Arabistan ve İsviçre pazarları, lojistik ve vergi avantajı da olması nedeniyle hedef pazarlar olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla ikincil verilerle yapılan bu çalışmada İngiltere, Arap Emirlikleri, Belçika, Suudi Arabistan ve İsviçre pazarları hedef pazarlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hedef pazar seçimi yapısı gereği güncel, dinamik ve değişkendir. Görüldüğü üzere çalışmayı gerçekleştiren firma hedef pazar olarak İngiltere pazarını tek bir pazarı hedef olarak belirlemiştir. Fakat ikincil verilerle yapılan analize göre, İngiltere dışında Arap Emirlikleri, Belçika, Suudi Arabistan ve İsviçre pazarları da hedef pazarlar belirlenmiştir. Dolayısıyla firmanın İngiltere pazarı dışındaki diğer potansiyel pazarları değerlendiremediği görülmektedir.

Genel çerçeveden bakıldığında diğer sektör firmaları tarafından uygulanabilir bir analiz olması, firmaların hem uluslararası pazarlara açılması hem de var olan ihracat hacimlerini büyütmeleri

sayesinde ülkemiz ihracatına ve dolayısıyla ekonomik büyüme ve kalkınmaya destek sağlayacak olması bu çalışmanın en büyük katkılarından biridir.

İkincil veri analiziyle elde edilen bilgileri, bir firmanın ancak yapacağı araştırmalar, seyahatler, firma görüşmeleri, fuarlar vb. yöntemler sayesinde elde edebileceği düşünüldüğünde, hedef pazar seçiminde ikincil verilerin kullanılması, firmalara hem zaman hem maliyet avantajı sağlayacaktır. Ayrıca firmaların ellerindeki iş gücü kaynağını daha etkili kullanmasını sağlayacağı da görülmektedir. Günümüz rekabet koşulları göz önüne alındığında çalışmanın uluslararası pazarlara açılan firmalara rekabet avantajı sağlaması ve ihracat artışı sağlaması çalışmanın en önemli katkılarından biridir.

İkincil veri analizlerinin işletmelere uluslararası pazarlara açılırken genel anlamda bir çıkış noktası ve yol gösterici olacağı söylenebilir. Çalışma sadece uluslararası pazarlara açılmak isteyen ya da hedef pazar seçimi yapacak işletmelere değil aynı zamanda hali hazırda uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren işletmelerinde ellerindeki bilgilerini kıyaslayabilecekleri, güncelleyebilecekleri ve gözden kaçırılan konuların ortaya çıkarılması için bilimsel bir kaynak niteliği taşımaktadır. Tüm faydaları göz önüne alındığında firmalar uluslararası hedef pazar seçimi yaparken ikincil verileri dikkate alabilirler.

Firmaların uluslararası pazarlardaki hedeflerini yakalayabilmeleri açısından hedef pazar seçimi kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle firmalar uluslararası hedef pazar seçimi yaparken ikincil verileri temel bir kaynak olarak kullanabilirler.

Bu çalışmada uluslararası hedef pazar seçimi kule vinç sektörü üzerinden yapılmış olmasına rağmen araştırmada yer alan yol ve araştırma yöntemleri diğer sektörler içinde uygulanabilir. Bu nedenle farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler de benzer bir çalışmayı kolaylıkla kendi alanlarında yürütebilirler.

Uluslararası pazarlara ilk kez açılacak olan, ihracata yeni başlayan, zaman, maliyet, işgücü kaynakları kısıtlı olan firmalar başta olmak üzere uluslararası hedef pazar seçimi yapacak olan tüm firmaların ikincil verileri kullanarak hedef pazar seçimi yapmaları tavsiye edilir.

Çalışmanın tüm bu faydalarının yanı sıra eksik yönlerinin de bulunduğu da bahsetmek gerekir. Öncelikle hedef pazar seçim kriterlerinin firma bazında değişiklik göstermesi araştırmanın sonucunu etkileyen en önemli faktörlerden birisi olmaktadır. Hedef pazar seçiminin için tek bir doğrudan veya geçerli tek bir seçimden söz etmek pek mümkün değildir. Hedef pazarlar firmaların belirlediği pazar seçim kriterlerine göre farklılık gösterecektir. Bundan sonraki çalışmalarda hedef pazar seçimi yapılırken bu çalışmada belirlenen hedef pazar seçim kriterleri dışında, pazardaki riskler, kanunlar, rakip çevre, yerel yapı gibi dışsal faktörlerle işletme ve ürünle ilgili içsel faktörlerin de araştırılması uygun olacaktır. Ayrıca, veri tabanlarından elde edilen bilgilerin dönemsel olarak güncellenmesi nedeniyle, analizin de dönemsel olarak tekrarlanması ve seçimlerin tekrar gözden geçirilmesi, büyüme görülen pazarlara göre yeni pazarlar eklenmesi ya da düşüş görülen pazarların seçimlerden çıkarılması gereklidir.

KAYNAKÇA

- Akat, Ö. (2009). *Uluslararası Pazarlama: Karması ve Yönetimi*. (7. Baskı), Bursa: Ekin Kitapevi.
- Aksoy, Ş. (2013). *Uluslararası Pazarlama*, (Editör) Aksoy Ş. ve Barış G.: *Uluslararası Pazarlama: Kavramlar ve Kapsam* içinde (ss: 3-24) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Akyol, A. (2008). *Küresel Pazarlama Yönetimi*. (1. Baskı), İstanbul: Beta Yayınları.

- Altan, M. (2018). *Uluslararası Pazarlamada İkincil Veriler Kullanılarak Hedef Pazar Seçimi ve Bir Model Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Konya.
- Andersen, P. H. and Strandskov, J. (2008). International Market Selection: A Cognitive Mapping Perspective, *Journal of Global Marketing*, 11 (3): 65-84.
- Cateora, P. and Graham, J. (2005). *International Marketing*. (13. Edition), Boston: McGraw-Hill.
- Couturier, J. and Sola D. (2010). International Market Entry Decisions: The Role of Local Market Factors, *Journal of General Management*, 35 (4): 45-63.
- Craig, C. S. and Douglas, S.P. (2005). *International Marketing Research*. (3. Edition), New York: John Wiley & Sons Ltd.
- Çelik, A., Danacı, T., ve Onay, M. (2015). Uluslararasılaşmanın Markalaşmadaki İtici Gücü: İnci Akü Üzerine Bir Çalışma, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11 (43): 47-69.
- Hollensen, S. (2007). *Global Marketing: A Decision- Oriented Approach*, Harlow: Prentice Hall.
- Johnson, J. M. (2002). *In-Depth Interviewing, Handbook of Interview Research Context & Method*, London: Sage Publications.
- <http://www.customs.gov.sa> [Erişim Tarihi: 01.03.2021].
- <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm> [Erişim Tarihi: 01.03.2021].
- <http://www.gumruktarife.com> [Erişim Tarihi: 01.03.2021].
- <https://www.trademapp.org> [Erişim Tarihi: 01.03.2021].
- <https://xtares.admin.ch> [Erişim Tarihi: 01.03.2021].
- Karafakıoğlu, M. (2012). *Uluslararası Pazarlama Yönetimi: Teori, Uygulama ve Örnek Olaylar*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Kotler, P. and Keller, K. (2006). *Marketing Management* (12. Baskı). Newjersey: Prentice Hall.
- Kozlu, C. (2011). *Uluslararası Pazarlama İlkeler ve Uygulamalar* (12. Baskı), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Kumar, V. (2000). *International Marketing Research*. New Jersey: Prentice Hall.
- Küpcü, A. (2016) *İkincil Verilerin İhracat Pazar Araştırmalarında Kullanımına Yönelik Etkinliği ve Bir Model Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Konya.
- Moen, Ø., Gavlen, M. and Endresen, I. (2004). Internationalization of small, computer software firms: Entry forms and market selection, *European Journal of Marketing*, 38 (9/10): 1236-1251.
- Onkvisit, S. and Shaw, J. (1989). *International Marketing*. Ohio: Merrill Publishing Company.
- Rahman, S.H. (2003). Modelling of international market selection process: a qualitative study of successful Australian international business, *Qualitative Market Research*, 6 (2): 119-132.
- Şekerkaya, A. (2008). *Küresel Pazarlama Yönetimi*. İstanbul: Yazın Yayın ve Matbaacılık.
- Tekin, H. ve Tekin, H. (2012). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme, *İstanbul University Journal of Sociology*, 3 (13): 101-116.
- Terpstra, V. and Sarathy, R. (2000). *International Marketing*. (8. Edition), USA: The Dreyden Press.
- Tokol, T. (2006). *Pazarlama Araştırması*. (12. Baskı), Ankara: Nobel Yayıncılık.

Tull, D.S. and Hawkins, D.I. (1984). *Marketing Research, Management and Method, a Text with Cases*. (3. Edition), USA: Macmillan Publishing Company.

Mammadov, E. (2012). *Uluslararası Hedef Pazar Seçimi ve Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri: Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Petrol Şirketi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Mucuk, İ. (2010). *Modern İşletmecilik*. (18. Baskı), İstanbul: Türkmen Kitapevi.

Okpara, J.O. (2009). Strategic choices, export orientation and export performance of SMEs in Nigeria, *Management Decision*, 47 (8): 1281-1299.

Ödemiş, A. (2018). *Rekabet İstihbaratı Temelli Yaklaşım ile İhracat Pazarlamasında Hedef Pazar Tespiti ve Otomotiv Yedek Parça Sektörü Uygulama Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.

Walsh, L. S. (1994). *International Marketing*. (3. Edition), Glasgow: Pitman Publishing.

Yüceer Yıldız, M. (2019). *Uluslararası Hedef Pazar Seçiminde Rekabet İstihbaratının Rolü ve Önemi, Solar Panel Sektörü Özelinde Bir Değerlendirme*, Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 850-859.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.802](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.802)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Türk Bankacılık Sisteminde Sektörel Bazda Kredi Kullanımının Küresel Kovid-19 Salgını ile İlişkisi

Dr. Öğr. Üyesi M. Esra ATUKALP, Giresun Üniversitesi, Bulancak K.K. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Giresun, e-posta: esra.atukalp@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8412-1448>

Öz

Küresel Kovid-19 salgını, dünya genelinde sağlık sektörü başta olmak üzere sektörlerin tamamını etkilemiştir. Ekonomik açıdan ele alındığında da sektörler sorun yaşamış, salgın ekonomik birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Salgın tüketim eğilimini önemli ölçüde etkilemiş, nakit akışları azalan işletmeler, yabancı finansal kaynak kullanmak durumunda kalmışlardır. Bu çalışmanın amacı küresel Kovid-19 salgının, tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörleri itibarıyla bankalardan kullanılan nakdi kredi miktarı ve takibe alınan kredi üzerine etkisini analiz etmektir. Analiz sonucunda mevduat bankalarından ve bankacılık sisteminin tamamından kullanılan nakdi kredi ve takibe alınan kredi tutarının, sektörel olarak küresel Kovid-19 salgını sonrasında salgın öncesine göre arttığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Nakdi Kredi, Takipteki Kredi, Sektörel İnceleme, Kovid-19, Türkiye.

Makale Gönderme Tarihi: 28.05.2021

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2021

Önerilen Atıf:

Atukalp, M. E. (2021). Türk Bankacılık Sisteminde Sektörel Bazda Kredi Kullanımının Küresel Kovid-19 Salgını ile İlişkisi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 850-859.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



**Journal of Social, Humanities and
Administrative Sciences**

2021, 4(9): 850-859. DOI:[10.26677/TR1010.2021.802](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.802)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

**The Relationship of Sectoral Loan Usage in the Turkish Banking System with the
Covid-19 Pandemic**

Assistant Prof. Dr. M. Esra ATUKALP, Giresun University, Bulancak K.K. School of Applied Sciences, Giresun, e-mail: esra.atukalp@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8412-1448>

Abstract

The Covid-19 pandemic has affected all sectors, especially the health sector, worldwide. In terms of economy, sectors have experienced problems, and the pandemic has brought many economic problems. The pandemic has significantly affected the consumption trend, businesses with reduced cash flow have had to use foreign financial resources. The aim of this study is to analyze the impact of the global Covid-19 pandemic on the amount of cash loans used from banks and non-performing loans in agriculture, manufacturing industry, hotels and restaurants, transportation, storage and communication, and education sectors. As a result of the analysis, it is seen that the amount of cash loans and non-performing loans used from the deposit banks and the entire banking system increased sectorally after the Covid-19 pandemic compared to before the pandemic.

Keywords: Cash Loan, Non-Performing Loan, Sectoral Review, Covid-19, Turkey.

Received: 28.05.2021

Accepted: 01.09.2021

Suggested Citation:

Atukalp, M. E. (2021). The Relationship of Sectoral Loan Usage in the Turkish Banking System with the Covid-19 Pandemic, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 850-859.
© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Küresel Kovid-19 salgını, sağlık başta olmak üzere dünyada birçok sorunu beraberinde getirmiş ve sektörü etkilemiştir. Ekonomik açıdan ele alındığında sektörler sorun yaşamış, salgın ekonomik birçok sorunu beraberinde getirmiştir. İşletmeler ve dolayısıyla hane halkı bu süreçte finansal açıdan önemli sorunlar yaşamışlardır. Salgın tüketim eğilimini önemli ölçüde etkilemiş, nakit akışları azalan işletmeler, ihtiyaç duydukları fonların temini için yabancı finansal kaynak kullanmak durumunda kalmışlardır.

Bu çalışmanın amacı küresel Kovid-19 salgınının, tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörleri itibarıyla bankalardan kullanılan nakdi kredi miktarı ve takibe alınan kredi üzerine etkisini analiz etmektir. Bu kapsamda mevduat bankaları ve bankacılık sektörünün tamamı itibarıyla sektörel bazda verilen kredilerin Kovid-19 salgını öncesi ve sonrası itibarıyla aralarında fark olup olmadığının analizi yapılmıştır. Analiz, Ocak 2019- Mart 2021 dönemi esas alınarak aylık veriler ile gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de ilk Kovid-19 vaka tespitinin Mart 2020’de gerçekleşmiş olması nedeniyle, ele alınan dönem ilk vaka tespitinden önceki 14 ay ve sonraki 13 ay olarak ele alınmıştır. Bunun sonucunda da sektörel kredi kullanımının ve takibe alınan kredi tutarının salgından etkilenme durumu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonraki bölümler şu şekilde izah edilebilir: İkinci Kovid-19 salgınına ilişkin olarak yapılmış olan finansal çalışmalar incelenmiştir. Üçüncü bölümde küresel Kovid-19 salgınının bankacılık sektöründen sektörel kredi kullanımına ve takipteki kredilere etkisi analiz edilmiş ve bu kapsamda analiz yöntemi ve veri seti açıklanmış ve analiz bulgularına yer verilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise çalışmanın değerlendirmesi yapılmıştır.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Kovid-19 salgınının finansal ve ekonomik etkileri üzerine çalışmalar literatürde yerini almıştır. Söz konusu finansal çalışmalar, daha çok bankacılık sektörü ve borsa üzerine yapılmıştır. Türkiye’de finansal sistem üzerine yapılan çalışmaları incelemek amacıyla bankacılık ve finansal sistem üzerine yapılan çalışmalardan bazıları şu şekilde sıralanabilir:

Bekci, Köse ve Aksoy (2020) çalışmalarında, pandemi sürecinde, ele aldıkları bankaların aktif kalitesi hakkında ilerleyen dönemler için bilgi sahibi olmayı amaçlamışlardır. 2019/1-2020/2 döneminin ele alındığı çalışma sonucunda ele alınan bankalardan 6’sının aktif kalitesinde azalan bir eğilim yaşanacağı öngörüldürken; 3 bankanın ise aktif kalitesinde artan eğilim meydana geleceği tahmin edilmektedir.

Beybur ve Çetinkaya (2020) çalışmalarında salgının dijital bankacılık ürün/hizmetlerinin kullanımı üzerindeki etkisini açıklamışlardır. 2019/9-2020/9 döneminin ele alındığı çalışmada, pandemi sürecinde internet kanalıyla yapılan kartlı ödeme işlem adedinin artış gösterdiği, tüketicilerin online alışveriş siteleri tercihlerinin arttığı gözlemlenmiştir. Çalışmada aktif internet bankacılığı müşteri sayısındaki artışta ise kamu bankaları tarafından kullandırılan temel ihtiyaç kredisinin başvurularının sadece internet bankacılığı ve mobil bankacılık kanallarından alınmasının etkisinden bahsedilmiştir.

Ersoy, Gürbüz ve Erdoğan (2020)’ın çalışmalarında, Kovid-19 süresince hastalıkla mücadeleye karşı uygulanan tedbirlerin bankacılık sektörü üzerine etkileri araştırılmıştır. Analiz sonucuna göre, kamu bankaları ve özel bankalar ile katılım bankalarının, Kovid-19 salgınının reel kesim ve hane halkı üzerinde oluşabilecek olumsuz ekonomik etkilerinin artmaması için likidite sağlama,

kredi kullandırma, kredilerin vadelerinin uzatılması ve takip oranlarının azaltılması uygulamalarına sahip oldukları belirtilmiştir.

Keleş (2020) çalışmasında virüsün Türkiye’de ortaya çıkma ve yayılma döneminde pay piyasasının kısa dönemli tepkilerini araştırmıştır. BİST-30 endeksinde yer alan payların Mart-Nisan 2020 dönemi verilerinin incelenmesi sonucunda, pay piyasasının vaka, ölüm ve tedbir haberlerine istatistiki olarak anlamlı tepkiler verdiği, vaka ve ölüm haberlerine negatif tepkiler gösterdiği belirlenmiştir.

Işık ve Akdoğan (2021) çalışmalarında Türk bankacılık sektöründe yer alan kamu, özel ve yabancı sermayeli mevduat bankalarının salgın döneminde yaşadığı sıkıntıların finansal tablolarına nasıl yansdığını incelemişlerdir. Bankacılık sisteminde Kovid-19 salgını öncesine kıyasla; kârlılığın azaldığı, bankacılık esas faaliyetlerinde gerileme ve likidite tutma eğilimlerinin mevcudiyeti tespit edilmiştir. Öte yandan mevduat bankalarının salgının olumsuz etkilerine karşı hane halkı ve reel kesime sunduğu kredi, takip vadeleri uzatılan krediler, yabancı paranın piyasalar üzerindeki etkisini azaltmak amacıyla devlet borçlanma senetlerine yönelim ve swap işlemleri yapmasının finansal tablolara etkisi de incelenmiştir.

Uzun (2021) çalışmasında pandemi sürecinde uygulanan kısıtlamaların Türkiye’de dijital bankacılık kullanımındaki etkilerini incelemiştir. 2017/3’ten itibaren ele alınan veriler ile yapılan inceleme sonucunda kısıtlamaların yoğun olduğu dönemde dijital bankacılık kanallarını kullanan aktif müşteri sayısında artış olduğu, ilgili dönemde ödeme yapma amacıyla dijital bankacılık kullanımının azaldığı, bunun da işletmelerin faaliyet hacimlerinin daralması ve çalışanların gelir kayıpları ile bağlantılı olduğu, para transferlerinde dijital bankacılık kullanımında artış hızının yavaşladığı, kısıtlamaların hafiflediği ve çalışma hayatının normale dönmeye başladığı dönem de ise para transferi işlemlerinde artış yaşandığı, dijital bankacılık kanalları üzerinden gerçekleştirilen yatırım işlemlerinin kısıtlama döneminde genel olarak artış gösterdiği gözlenmiştir.

Yetiz (2021) çalışmasında Türk bankacılık sektörünün Kovid-19 salgını sürecinde karşılaştığı riskli durumları incelemiştir. Çalışmada ayrıca bu hususta alınan önlemler, destek paketleri ve bankacılık faaliyetlerinde değişen hizmet kalemlerine yer verilmiştir. Çalışma sonucunda bankaların önlemler aldıkları, banka çalışanlarının çalışma sistemleri ve saatleri noktasında düzenleyici uygulamalarda bulundukları, müşterilere yönelik alınan yeni aksiyonlar, sağlık ve hijyen uygulamaları ve şubelerin sosyal mesafeyi dikkate alacak şekilde yeniden düzenlenmesi uygulamalarını faaliyet geçirdikleri, bankaların bilgi ve teknoloji sistemlerine yönelik alt yapı sistemlerini güncellemeleri ve çeşitli finansal ürün ile yeniliklerin oluşturulması yönünde birçok adım attıkları ifade edilmiştir. Çalışmada ayrıca, bankacılık faaliyetlerinin internet ve dijital ortamlarda hızlıca yapılmasına ve hizmetlerde daha güvenli sistemlerin oluşturulmasına olanak sağlanmasından da bahsedilmektedir.

KÜRESEL KOVID-19 SALGINININ SEKTÖREL KREDİ KULLANIMINA ETKİSİ

Mevduat bankaları ve bankacılık sektörünün tamamı ele alınarak tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörlerinde nakdi kredi kullanımı ve takipteki kredi tutarında Kovid-19 salgını öncesi ve sonrası itibarıyla fark olup olmadığının analizi yapılmıştır.

Analiz Yöntemi ve Veri Seti

Çalışmanın bu kısmında analizde kullanılan yöntem ve analizi yapılan finansal kurumlar ve dönemin ele alındığı veri seti açıklanacaktır.

Analiz Yöntemi

Analiz için kullanılacak istatistiki analiz yönteminin tespiti için normallik varsayımının sınanması gerekmektedir.

Normallik testi için H_0 ve H_1 hipotez testleri aşağıdaki gibidir.

H_0 : Verilerin dağılımı normal dağılıma uymaktadır.

H_1 : Verilerin dağılımı normal dağılıma uymamaktadır.

Analiz sonucunda normallik varsayımının sağlanamaması durumunda, analize parametrik olmayan testler ile devam edilmelidir. Analizde ikili karşılaştırma yapan parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U Testinden yararlanılacaktır.

Teste ilişkin hipotezler şu şekilde yazılabilir:

H_0 : Kovid-19 salgını öncesi ve sonrası itibarıyla tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörlerinde nakdi kredi kullanımı ve takipteki kredi tutarına arasında fark yoktur.

H_1 : Kovid-19 salgını öncesi ve sonrası itibarıyla tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörlerinde nakdi kredi kullanımı ve takipteki kredi tutarına arasında fark vardır.

Veri Seti

Küresel Kovid-19 salgınının bankalardan sektörel olarak kullanılan nakdi kredi miktarı ve takipteki kredi miktarı üzerinde etkisinin mevcudiyet düzeyinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, mevduat bankaları ve bankacılık sektörünün bütünü ele alınmıştır. Kredi kullanımına ilişkin olarak ise verilerine ulaşılan sektörlerden, tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörlerinde nakdi kredi kullanımı ve takipteki kredi tutarı ele alınmıştır. Sektörler ana sektör verileri itibarıyla ele alınmıştır.

Analiz dönemi olarak 2019:1-2021:3 esas alınmış ve analiz aylık veriler ile gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de ilk Kovid-19 vaka tespitinin gerçekleştiği Mart 2020’den önceki 14 ay ve sonraki 13 ay, analiz dönemi olarak ele alınmış ve bu kapsamda analizi yapılan değişkenlere ilişkin salgından etkilenme durumları tespit edilmeye çalışılmıştır. Veriler Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu internet sitesinden elde edilmiştir.

BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında normallik sınaması sonuçları ve normallik sınaması sonuçları doğrultusunda yapılan testin sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz yönteminin belirlenebilmesi için önce normallik sınaması yapılmıştır.

Normallik sınavında gözlem sayısı 29 ve daha büyük olduğunda Kolmogorov-Smirnov testi kullanılabilir (Kalaycı, 2008: 10). Bazı kaynaklara göre de benzer doğrultuda, gözlem sayısı 50'nin altında olduğunda Shapiro-Wilk testi uygulanmalıdır (Lorcu, 2015: 102).

Gözlem sayısı 27 olduğu için bu sınav sonucunda normallik testi incelemesinde değişkenlerin Shapiro-Wilk testi sonuçları incelenmiş ve sonuçlar 0,05 düzeyinden düşük olduğu için normallik varsayımı sağlanamamıştır. Normallik testi sonuçları Tablo 1'de verilmektedir. Bunun sonucunda analiz parametrik olmayan Mann-Whitney U testi ile gerçekleştirilecektir.

Tablo 1. Normallik Testi Sonuçları

	Sektörler	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		İstatistik	df	Anlamlılık	Statistic	df	Anlamlılık
<i>Nakdi Kredi</i>	Tarım (M)	0,203	27	0,006	0,904	27	0,016
	Tarım (S)	0,205	27	0,005	0,899	27	0,013
	İmalat Sanayi (M)	0,228	27	0,001	0,820	27	0,000
	İmalat Sanayi (S)	0,233	27	0,001	0,833	27	0,001
	Otel ve Restoranlar (Turizm) (M)	0,244	27	0,000	0,848	27	0,001
	Otel ve Restoranlar (Turizm) (S)	0,244	27	0,000	0,849	27	0,001
	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (M)	0,215	27	0,002	0,848	27	0,001
	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (S)	0,214	27	0,003	0,851	27	0,001
	Eğitim (M)	0,261	27	0,000	0,808	27	0,000
	Eğitim (S)	0,253	27	0,000	0,811	27	0,000
<i>Takipteki Kredi</i>	Tarım (M)	0,121	27	0,200	0,936	27	0,100
	Tarım (S)	0,129	27	0,200	0,933	27	0,083
	İmalat Sanayi (M)	0,204	27	0,006	0,838	27	0,001
	İmalat Sanayi (S)	0,186	27	0,018	0,858	27	0,002
	Otel ve Restoranlar (Turizm) (M)	0,199	27	0,008	0,838	27	0,001
	Otel ve Restoranlar (Turizm) (S)	0,194	27	0,010	0,839	27	0,001
	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (M)	0,173	27	0,037	0,886	27	0,007
	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (S)	0,158	27	0,081	0,897	27	0,011
	Eğitim (M)	0,269	27	0,000	0,728	27	0,000
	Eğitim (S)	0,318	27	0,000	0,732	27	0,000

M: Mevduat bankası

S: Bankacılık Sistemi

Tablo 2. Nakdi Kredi ve Takipteki Kredi Düzeyine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	(bin TL)	N	Ortalama	Standart sapma	En düşük	En yüksek
Nakdi Kredi	<i>Tarım (M)</i>	27	106.727.974	9.814.389	94.262.345	129.260.548
	<i>Tarım (S)</i>	27	110.068.292	10.522.409	97.011.086	134.234.035
	<i>İmalat Sanayi (M)</i>	27	456.750.295	81.530.847	343.396.458	563.590.820
	<i>İmalat Sanayi (S)</i>	27	611.861.694	109.571.352	464.592.520	772.266.051
	<i>Otel ve Restoranlar (Turizm) (M)</i>	27	91.876.794	18.058.970	69.888.880	122.371.816
	<i>Otel ve Restoranlar (Turizm) (S)</i>	27	103.354.998	20.451.938	78.125.011	137.364.032
	<i>Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (M)</i>	27	157.582.018	29.673.067	119.275.888	198.608.194
	<i>Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (S)</i>	27	178.843.532	35.600.511	133.393.814	230.870.150
	<i>Eğitim (M)</i>	27	10.779.323	1.453.490	9.080.514	12.905.489
	<i>Eğitim (S)</i>	27	11.560.221	1.488.124	9.775.463	13.712.823
Takipteki Kredi	<i>Tarım (M)</i>	27	4.782.418	479.538	3.844.768	5.466.800
	<i>Tarım (S)</i>	27	4.890.041	502.790	3.903.842	5.598.098
	<i>İmalat Sanayi (M)</i>	27	23.679.943	2.850.492	17.875.238	26.509.134
	<i>İmalat Sanayi (S)</i>	27	26.236.477	3.040.496	20.010.830	29.373.662
	<i>Otel ve Restoranlar (Turizm) (M)</i>	27	6.105.483	1.843.392	3.516.606	8.291.482
	<i>Otel ve Restoranlar (Turizm) (S)</i>	27	6.439.144	1.862.116	3.814.933	8.658.590
	<i>Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (M)</i>	27	4.139.065	761.451	2.901.985	5.271.054
	<i>Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (S)</i>	27	4.531.073	885.128	3.151.439	5.949.422
	<i>Eğitim (M)</i>	27	837.072	299.331	317.969	1.080.615
	<i>Eğitim (S)</i>	27	909.686	306.619	378.384	1.197.998

M: Mevduat bankası

S: Bankacılık Sistemi

Değişkenler ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de yer almaktadır. Tablo 2’de yer alan bilgilere göre nakdi ve tahsil edilemeyen en düşük kredi tutarı eğitim sektörüne, en yüksek kredi ise imalat sanayine aittir. Mevduat bankalarından en düşük nakdi kredinin (9.080.514.000 TL) eğitim, en yüksek nakdi kredinin ise (563.590.820.000 TL) imalat sektörü tarafından kullanıldığı görülmektedir. Bankacılık sisteminin tamamı bakımından inceleme yapıldığında da en düşük nakdi kredi 9.775.463.000 TL ile eğitim sektörü, en yüksek nakdi kredi ise 772.266.051.000 TL ile

imalat sanayi tarafından kullanılmıştır. Takipteki krediler için de benzer durum söz konusudur. En düşük takipteki kredi eğitim sektöründe, en yüksek takipteki kredi ise imalat sanayi için söz konusudur.

Tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörlerinde nakdi kredi kullanımı ve takipteki kredi tutarına ilişkin Kovid-19 salgını öncesi ve sonrasındaki farklılığı izlemek amacıyla yapılan Mann-Whitney U Test sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Küresel Salgın Öncesi ve Sonrasında Sektörel Bazlı Mann-Whitney U Test Sonuçları

			N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Nakdi Kredi	Tüm sektörler (M)	Salgın öncesi	14	7,50	105,00	0,000	0,000
		Salgın sonrası	13	21,00	273,00		
		Toplam	27				
	Tüm sektörler (S)	Salgın öncesi	14	7,50	105,00	0,000	0,000
		Salgın sonrası	13	21,00	273,00		
		Toplam	27				
Takipteki Kredi	Tarım (M)	Salgın öncesi	14	10,57	148,00	43,000	0,020
		Salgın sonrası	13	17,69	230,00		
		Toplam	27				
	Tarım (S)	Salgın öncesi	14	10,64	149,00	44,000	0,023
		Salgın sonrası	13	17,62	229,00		
		Toplam	27				
	İmalat Sanayi (M)	Salgın öncesi	14	10,64	149,00	44,000	0,023
		Salgın sonrası	13	17,62	229,00		
		Toplam	27				
	İmalat Sanayi (S)	Salgın öncesi	14	10,71	150,00	45,000	0,026
		Salgın sonrası	13	17,54	228,00		
		Toplam	27				
	Otel ve Restoranlar (Turizm) (M)	Salgın öncesi	14	10,07	141,00	36,000	0,008
		Salgın sonrası	13	18,23	237,00		
		Toplam	27				
	Otel ve Restoranlar (Turizm) (S)	Salgın öncesi	14	10,07	141,00	36,000	0,008
		Salgın sonrası	13	18,23	237,00		
		Toplam	27				
	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (M)	Salgın öncesi	14	7,86	110,00	5,000	0,000
		Salgın sonrası	13	20,62	268,00		
		Toplam	27				
	Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme (S)	Salgın öncesi	14	7,86	110,00	5,000	0,000
		Salgın sonrası	13	20,62	268,00		
		Toplam	27				
	Eğitim (M)	Salgın öncesi	14	9,86	138,00	33,000	0,005
		Salgın sonrası	13	18,46	240,00		
		Toplam	27				
	Eğitim (S)	Salgın öncesi	14	9,50	133,00	28,000	0,002
		Salgın sonrası	13	18,85	245,00		
		Toplam	27				

M: Mevduat bankası

S: Bankacılık Sistemi

Tablo 3'teki verilere göre analiz sonucunda ele alınan sektörlerin tamamında mevduat bankaları ve bankacılık sektöründen alınan nakdi kredi olarak kullanılan kredi tutarının ve takipteki kredilerin küresel Kovid-19 salgını öncesinde ve sonrasında anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Tablo 3 verilerine göre, tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörlerinde Kovid-19 salgını sonrası lehine nakdi kredi ve takipteki kredi bakımından istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile ele alınan tüm sektörler (tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme, eğitim) için Kovid-19 salgını sonrasında daha yüksek kredi kullanımı ve takipteki kredide artış söz konusudur.

İktisadi faaliyetleri önemli ölçüde zayıflatmış olan Kovid-19 salgını sonucu, kredi piyasasında oluşan risklerin azaltılması doğrultusunda alınan likidite önlemleri kapsamında kredi kanalının işlerliğinin artırılması noktasında, kredi destek paketleri kredi büyümesinin artırmıştır (TCMB, 2020: 53).

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Dünyayı etkisi altına alan küresel Kovid-19 salgının, Türkiye'de bankalardan sektörel olarak kullanılan nakdi kredi miktarı ve takipteki kredi miktarı üzerinde etkisinin mevcudiyet düzeyinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada sektörler, tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim olarak ele alınmıştır. Analiz, dönemi olarak 2019:1-2021:3 esas alınmış olup analiz aylık veriler ile gerçekleştirilmiştir. Analiz dönemi olarak, Türkiye'de ilk Kovid-19 vaka tespitinin gerçekleştiği Mart 2020'den önceki 14 ay ve sonraki 13 ay ele alınmıştır. Buna göre de nakdi kredi ve takipteki kredi değişkenlerine ilişkin salgından etkilenme durumları Mann-Whitney U testi ile tespit edilmeye çalışılmıştır.

Analiz sonucunda Türkiye'de tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme ile eğitim sektörlerinde Kovid-19 salgını sonrası dönemde artış gösterir nitelikte mevduat bankaları ve bankacılık sektörü itibarıyla, nakdi kredi ve takipteki kredi bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Buna göre ele alınan tüm sektörler (tarım, imalat sanayi, otel ve restoranlar, taşımacılık, depolama ve haberleşme, eğitim) için Kovid-19 salgını sonrasında daha yüksek kredi kullanımı ve takipteki kredide artış söz konusudur. Söz konusu artış, salgın sürecinde nakit akışları azalan işletmelerin kredi kullanmaları ve kredilerin de ödenememesinin sonucu olarak ele alınabilir.

Salgın öncesi ve sonrası nakdi kredi ve takipteki kredi sonuçları tüm sektörlerde benzerdir. Bu nedenle incelemenin net olarak gözlenebilmesi açısından Tablo 4 düzenlenmiştir. Tablo 4'te küresel salgın öncesi ve sonrasında sektörel nakdi kredi ve takipteki kredi farkına ilişkin özet sonuçlar incelenebilir.

Tablo 4. Küresel Salgın Öncesi ve Sonrasında Sektörel Nakdi Kredi ve Takipteki Kredi Fark Sonuçları

	Nakdi kredi	Takipteki kredi
Mevduat Bankaları	Var	Var
Bankacılık Sektörü	Var	Var

Bundan sonra yapılacak çalışmalarda analiz, veri setinde yer almayan sektörlerin incelenmesi ve/veya çalışmada ele alınan sektörlerin alt sektörlerinin ele alınması sonucu, alt sektörlerin de salgından etkilenme düzeyi noktasında ele alınabilir. Örneğin, imalat sanayi; gıda, meşrubat ve

tütün sanayi, tekstil ve tekstil ürünleri sanayi başta olmak üzere birçok bileşenden oluşmaktadır. Benzer şekilde otel ve restoranlar, oteller ve restoranlar şeklinde; taşımacılık, depolama ve haberleşme ise karayolu yolcu ve yük taşımacılığı, demiryolu - deniz - hava taşımacılığı vb. alt bileşenlerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda analiz alt sektörler itibariyle de ele alınabilir.

KAYNAKÇA

Bekci, İ., Köse, E. ve Aksoy, E. (2020). Covid-19'un Türkiye'de Bankalar Üzerindeki Ekonomik Etkisine Dair Bir Tahmin, *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 5(özel sayı): 185-205.

Beybur, M. ve Çetinkaya, M. (2020). Covid-19 Pandemisinin Türkiye'de Dijital Bankacılık Ürün ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi, *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4(2): 148-163.

Ersoy, H., Gürbüz, A.O. ve Erdoğan, M. (2020). Covid-19'un Türk Bankacılık ve Finans Sektörü Üzerine Etkileri, Alınabilecek Önlemler, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı*, 19(37): 146-173.

Işık, A. ve Akdoğan, N. (2021). Covid-19'un Türk Bankacılık Sektöründeki Mevduat Bankalarına Etkileri, *Muhasebe ve Denetime Bakış*, (63): 111-138.

Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Keleş, E. (2020). Covid-19 ve Bist-30 Endeksi Üzerine Kısa Dönemli Etkileri, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 42(1): 91-105.

Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2020). *Finansal İstikrar Raporu*. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a9d41e9d-d5b2-4649-a8f9-fcc43d1a0414/Finansal.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-a9d41e9d-d5b2-4649-a8f9-fcc43d1a0414-n9vm6VO> [Erişim Tarihi: 17.05.2021]

Uzun, U. (2021). Türkiye'de Dijital Bankacılık Kullanımı Üzerinde Covid-19 Pandemisinin Etkileri, *Fiscaoeconomia*, 5(1): 309-323.

Yetiz, F. (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (Özel Sayı 22): 109-117.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 860-875.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.803](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.803)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Bağımsız Denetçi Değişikliğinin Belirleyicileri: BİST Şirketleri Üzerine Bir Araştırma

Öğr. Gör. Dr. Neşegül PARLAK, Ordu Üniversitesi, Fatsa Meslek Yüksekokulu, Ordu, e-posta:

nparlak@odu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1669-7389>

Öz

Küreselleşme, gelişen teknoloji ve değişen ekonomik sistemlerin oluşturduğu zorlu rekabet ortamında, finansal bilgi kullanıcılarının kararlarını etkileyen finansal bilgi güvenliğinin artırılmasında, denetçi bağımsızlığının sağlanması ve denetimin kalitesi bağlamında bağımsız denetim kuruluşu rotasyonu ve bağımsız denetçi değişikliği önem arz eden bir konudur. Çalışma, Türkiye’de Borsa İstanbul (BİST)’da işlem gören şirketlerin bağımsız denetim kuruluşu değiştirme durumunun, denetlenecek şirketin bulunduğu il, faaliyet gösterdiği sektör ve bağımsız denetçinin görüşü ile ilişkisini yıllar bazında tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın kapsamında, yasal olarak finansal tablolarını denetletme zorunluluğu bulunan Borsa İstanbul (BİST TUM) XUTUM endeksinde işlem gören 477 şirketin 2015-2020 yılları arası bağımsız denetim raporları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, bağımsız denetim kuruluşu değiştirme oranları yıllar bakımından il, sektör, görüş durumlarına göre ayrı ayrı değerlendirildiğinde anlamlı değişimler tespit edilmiştir. Panel regresyon modelinde ise il, faaliyet gösterdiği sektör ve bağımsız denetçinin görüşü değişkenlerinin, bağımsız denetim kuruluşu değiştirme durumu üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bağımsız Denetim, Denetçi Değişikliği, Panel Veri Analizi.

Makale Gönderme Tarihi: 09.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2021

Önerilen Atf:

Parlak, N. (2021). Bağımsız Denetçi Değişikliğinin Belirleyicileri: BİST Şirketleri Üzerine Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 860-875.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 860-875. DOI:10.26677/TR1010.2021.803

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Determinants of Independent Auditor Change: A Study on BIST Companies

Dr. Neşegül PARLAK, Ordu University, Fatsa Vocational School, Ordu, e-mail: nparlak@odu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1669-7389>

Abstract

Independent auditing firm rotation and independent auditor change is a significant issue in the context of globalization, in a challenging competitive environment created by developing technology and changing economic systems, in enhancing financial information security that affects the decisions of financial information users, ensuring auditor independence and the quality of the auditing. The study was carried out in order to determine the relationship between the change of independent audit firm of companies traded in Borsa Istanbul (BIST) in Turkey, the province where the company to be audited, the sector in which it operates and the opinion of the independent auditor on a yearly basis. Within the scope of the research, the independent audit reports of 477 companies traded in the Borsa Istanbul (BIST TUM) XUTUM index, which are legally obliged to have their financial statements audited, between the years 2015-2020 were examined. According to the results of the research, when the rates of changing independent audit firms are evaluated separately in terms of province, sector and opinion, significant changes are detected. In the panel regression model, it has been determined that the variables of the province, the sector in which it operates and the opinion of the independent auditor do not have a significant effect on the change of independent audit firm.

Keywords: Independent Audit, Auditor Change, Panel Data Analysis.

Received: 09.06.2021

Accepted: 03.09.2021

Suggested Citation:

Parlak, N. (2021). Determinants of Independent Auditor Change: A Study on BIST Companies, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 860-875.

© 2021 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Küresel rekabet ortamında, gelişen teknoloji ile değişen ekonomik sistemlerde, finansal bilgi kullanıcılarının kararlarını etkileyen finansal bilgi güvenilirliğinin artırılmasında bağımsız denetimin önemli rolü ve sorumluluğu bulunmaktadır. Bu noktada, bağımsız denetime tabi şirketlerin finansal bilgi kullanıcılarına güvenilir bilgi sunulmasında bağımsız denetim kuruluşu seçimi önemli bir konudur. Küreselleşme, teknolojik ve ekonomik gelişmelerin etkisiyle güvenilir finansal bilgiye ihtiyaç duyan bilgi kullanıcılarının artması, muhasebe sistemleri tarafından üretilen finansal bilginin şeffaf, ihtiyaca uygun ve güvenilir nitelikte olma gerekliliği artmıştır. Finansal bilgi kullanıcılarının, güvenilir olmayan finansal bilgiler ile aldıkları ekonomik kararların, kaynakların verimli kullanılmasına engel olması ve finansal bilgi kullanıcılarının yanı sıra toplumun büyük bir bölümünü zarara uğratması nedeniyle ekonomik alanda güvenilirlik ihtiyacı artmıştır (Sayar ve Karataş, 2017:15). Ulusal ve uluslararası ekonomik piyasalarda faaliyet gösteren şirketlerin finansal bilgilerine ihtiyaç duyan bilgi kullanıcılarının, finansal kararlarını doğru verebilmeleri için söz konusu şirketlere ilişkin finansal bilgilerin doğru, şeffaf, ve güvenilir olmasına bağlıdır (Yazar, Güneş ve Çukacı, 2018:1072).

Bağımsız denetim kuruluşunun zorunlu rotasyonu dışında şirketlerin bağımsız denetim kuruluşu değişikliklerinin nedenlerinin bilinmesi, bağımsız denetçi değişikliğine ilişkin finansal bilgi kullanıcılarına önemli ipuçları verebilir. Türkiye’de mevcut durumda bağımsız denetime tabi şirketlerin bağımsız denetim kuruluşu değişikliğine gitme nedenlerini kamuoyuna bildirme zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu çalışma, şirketlerin denetçi değiştirme durumunun, bağımsız denetçinin görüşünün, şirketin faaliyet gösterdiği il ve şirketin faaliyet gösterdiği sektöre göre etkisinin bulunup bulunmadığını tespit etmek ve yıllar bazında bağımsız denetim kuruluşu değişikliğinin tespit etmek üzere yapılmıştır. Bu amaçla, BİST’te işlem gören 477 şirketin 2015-2020 yılları arasındaki bağımsız denetim kuruluşu değiştirme durumunun ilgili değişkenler kapsamında incelenmiştir. Yapılan literatür taramasında daha önceki çalışmalarda söz konusu değişkenler ve örneklem grubu üzerinde bir çalışmaya rastlanmadığından bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

BAĞIMSIZ DENETİM KAVRAMI ve BAĞIMSIZ DENETİMDE ROTASYON

Bağımsız denetim, uluslararası finansal raporlama standartları (UFRS) ile uyumlu bir denetim sistemidir. Bağımsız denetim, bağımsız denetçilerin işletmenin finansal bilgileri ile ilgilenen finansal bilgi kullanıcılarına, finansal tabloların finansal raporlama standartlarına uygunluğu hakkında görüş vermek ve finansal bilgilerin güvenilirliği hakkında güvence vermektedir. Bağımsız denetim mesleğinin temelinde yer alan bağımsızlık kavramı önemlidir. Küreselleşme ile uluslararası ekonomik piyasaların genişlemesi ve yaşanan teknolojik gelişmeler, bağımsız denetim mesleğinin önemini daha da arttırmıştır (Mackintosh, 2014:2). Bağımsız denetimin amacı, denetlenen şirketin finansal tablolarının hata ve hile kaynaklı önemli bir yanlışlık bulunmadığı yönünde finansal bilgi kullanıcılarına makul düzeyde bir güvence sağlamaktır. Bağımsız denetim ile finansal tablo ve bilgilerin tüm önemli yönleri ile gerçeğe uygun, tam ve doğru sunulup sunulmadığına ilişkin bir görüş bildirilmektedir. Bağımsız denetçinin görüşüne güvenen finansal bilgi kullanıcıları, kararlarını bu güven duygusu ile bağımsız denetim görüşü doğrultusunda vermektedir (Şavlı, 2016:40). Bu yönü ile bağımsız denetim, kurumsal yönetimin ve hesap verebilir olmanın güvencesi rolündedir (Cömert, Uzay, Kardeş Selimoğlu ve Uyar, 2015:1).

Uluslararası alanda, finansal raporlama uygulamaları ile desteklenen denetimde standartlaşma çalışmaları neticesinde, Uluslararası Denetim Standartları (UDS) ortaya çıkmış ve standart ile

hem denetimin ve denetçinin bağımsızlığı sağlanmış hem de denetim faaliyetlerinin güvenilirliğinin sağlanması hedeflenmiştir (Bekçi ve Gör, 2015:167). UDS paralelinde Türkiye’de de 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu (TTK) ile ekonomik yaşamda bağımsız denetim ön plana çıkarılmış ve şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerine uygun faaliyet yürütmesi ve şeffaflığın sağlanması ve küresel rekabet gücünün artırılması amacıyla, Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGGK) kurulmuştur. Türkiye’de TTK öncesinde denetim alanındaki çalışmalar açısından SPK bünyesindeki halka açık şirketlerin denetim komitesi ve riskin erken saptanması komitesi oluşturmaları zorunlu hale getirilmiştir (Karataş, 2014:124).

Finansal bilgi kullanıcılarının kararlarının dayanağı olan finansal tablolarda sunulan finansal bilgilerin güvenilirliğinin artırılmasında bağımsız denetim önemli bir rol üstlenmektedir (Yaşar, 2015:82). Şirketlerin bağımsız denetime tabi tutulmalarının zorunlu tutulmasının nedenleri olarak;

- Finansal bilgi kullanıcıları arasında ortaya çıkması muhtemel çıkar çatışmaları,
- Küreselleşme, ekonomik ve teknolojik gelişmeler vb. nedenlerle finansal bilgi kullanıcılarının sayısındaki artış,
- Finansal bilgi kullanıcılarının bu bilgiler ile aldıkları kararlardan toplumun büyük bir bölümünün etkilemesi,
- Finansal bilgi kullanıcılarının ihtiyaç duydukları finansal bilgilerin birinci elden temin edilmesinin mümkün olmaması,

Bağımsız denetim faaliyetine ilişkin yasal düzenlemeler, faaliyet sürecinde yol gösterici olmaktadır ancak, bağımsız denetim kuruluşunun büyüklüğü, organizasyon yapısı ve tecrübesi verilen denetim hizmetinin kalitesinde etkili olan faktörlerden en önemlilerinin başında gelmektedir (Kurt, 2015:28). Bağımsız denetçinin, finansal tablolardaki önemli yanlışlıkları tespit edip, bu yanlışlıkları denetim raporuna yansıtması sunulan denetim hizmetinin kaliteli olarak değerlendirilmesini sağlar (Mohammed ve Habib, 2013:127).

Uluslararası piyasalarda yaşanan 2001 Enron skandalı ve sonrasında yaşanan skandallar neticesinde, denetimde kalite anlayışı, güven ve itibar arayışları beraberinde kurumsallaşmayı gündeme getirmiştir. Denetimde kurumsallaşma ve kurumsal yönetim anlayışı ile birlikte şeffaflık, adillik, hesap verilebilirlik ve sorumluluk ilkeleri ön plana çıkarılarak, denetim alanındaki boşlukların doldurulması ve finansal bilgi kullanıcılarının korunması hedeflenmiştir (Cengiz ve Gör, 2016: 62).

Bağımsız denetimde rotasyon, şirketi denetleyen bağımsız denetim kuruluşunun belirli bir süre sonunda söz konusu şirketin denetimine ara vermek zorunda kalması ve söz konusu şirketin denetimini ancak belirlenen bir süreden sonra tekrar üstlenebilmesini ifade eder. Bağımsız denetimde rotasyon uygulamasının amacı, bağımsız denetim kuruluşu/bağımsız denetçi ile denetlenen şirket arasındaki ilişkilerin bir menfaat birliğinin kurulmasına neden olabilecek niteliğe dönüşmesini engellemektir (Arslan, 2010:206). Bağımsız denetimin kalitesinin artırılması ve denetçi bağımsızlığının sağlanması amacıyla denetçi rotasyonu ile ilgili ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından birçok düzenleme yapılmıştır (Gönen ve Rasgen, 2016:1810). Türkiye’de bağımsız denetçi değişikliğiyle ilgili düzenlemelere ilişkin sürekli olarak değişiklikler yapıldığı görülmektedir. Yapılan söz konusu düzenlemeler denetçi rotasyonunu resmen getirmektedir.

Literatürde, bağımsız denetim kuruluşu/bağımsız denetçilere uygulanan zorunlu rotasyonun, denetçi bağımsızlığını sağlaması yönü ile denetimin kalitesini arttıracak görüşü hakim olmakla birlikte, bağımsız denetim kuruluşunun denetlenen şirket ile uzun süreli denetim ilişkisini sürdürmesine yönelik farklı görüşler mevcuttur. Bağımsız denetim faaliyetini yürüten bağımsız

denetçinin aynı şirket ile uzun süreli ilişkisi şirket yönetimi ile denetçi arasında bir yakınlaşma ve çıkar ilişkisi ortaya çıkabilecek, bu durum denetçinin mesleki şüphecilik anlayışını ve bağımsızlığını zedeleyecektir (Mohammed ve Habib 2013; Lennox vd., 2014; Salleh ve Jasmani 2014). Bağımsız denetçilerin zorunlu rotasyonu denetimin kalitesini arttırmakta ve denetçi bağımsızlığını güçlendirmektedir (Gönen ve Rasgen, 2016:1815). Bağımsız denetçi ile müşteri şirketin, uzun süreli iş ilişkisi sonucunda elde edilen bilgi birikimi denetim riskini düşürmektedir (Harris 2012; Cameran vd., 2014).

Tablo 1. Türkiye’deki Bağımsız Denetçi Rotasyonu ile İlgili Düzenlemeler

Kuruluş	Yıl	Değişiklik	Açıklama
Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)	2002 yılı Seri:X No:19 sayılı Tebliğ	5 yıllık rotasyon	Sorumlu ortak baş denetçi (SOBD) en az 2 hesap dönemi için rotasyon getirilmiştir.
	2006 yılı Seri:X No:22 sayılı Tebliğ	7 yıllık rotasyon	Sorumlu ortak baş denetçi (SOBD) en az 2 hesap dönemi için rotasyon getirilmiştir.
	2009 yılı Seri: X, No:25	7 yılı geçen rotasyon	SOBD rotasyonu uygulamak koşuluyla rotasyon süresi uzatılabilir.
	2011 yılı Seri:X No: 27 sayılı Tebliğ	SOBD için 5 yıllık rotasyon	SOBD aynı şirketi denetleyebilmesi için en az 2 yıl geçmesi gerekir.
6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu	400/2. Md.	Aynı şirket için 10 yıl içinde toplam 7 yıl denetçi olarak seçilen denetçi için 3 yıllık rotasyon	KGK, bu uygulanmaya ilişkin usul ve esasları belirlemeye ve bu fbelirtilen süreleri kısaltmaya yetkilidir.
Bağımsız Denetim Yönetmeliği	26/1-ç md.	Denetim kuruluşları için, son 10 yılda 7 yıl, Denetçiler için ise, denetim kuruluşunda da çalışanlar da dahil olmak üzere son 7 yılda 5 yıl denetimini yaptıkları şirketler için 3 yıllık rotasyon	Bu sürelerin hesaplanmasında aynı denetim ağı içinde bulunan kuruluşlar ile ilişkili denetim kuruluşları tarafından yapılan denetimlerde geçen süreler topluca dikkate alınacaktır (26/2. md.).
Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)	2006 yılında	8 yıllık rotasyon	
	2011 yılında	5 yıllık SOBD rotasyonu	Asgari 3 yıl ve azami 8 yıllık bağımsız denetim kuruluşu rotasyonu

LİTERATÜR TARAMASI

Ulusal ve Uluslararası literatür incelendiğinde; bağımsız denetime tabi şirketlerin bağımsız denetçi değişikliğini konu alan çalışmalar bulunmaktadır. Yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunda bağımsız denetim kuruluşu/bağımsız denetçi değişikliğine ilişkin en önemli faktörlerden biri olarak olumsuz denetim görüşü incelenmiştir. Literatürde yer alan çalışmalardan bazıları aşağıda yer almaktadır.

Chow ve Rice (1982) çalışmasında, şirketin geçmiş döneme ilişkin finansal tablolarına bağımsız denetim görüşünün şartlı görüş olması şirketin hisse değerini etkileyeceğinden, olumlu görüş

alma olasılığını arttırmak için mevcut dönemde denetim kuruluşunu değiştirme yoluna gitmekte olduğunu belirtmiştir.

Craswell (1988) tarafından, Avustralya'da yapılan çalışmada, bağımsız denetim kuruluşunun olumsuz denetim görüşü vermesi sonrasında şirket yönetiminin çoğunlukla denetçi değişikliğine gittikleri ve yeni denetçilerin de olumlu denetim görüşü verdikleri tespit edilmiştir.

Gul vd., (1992) tarafından, Hong Kong'da yapılan çalışmada, bağımsız denetim kuruluşunun olumsuz denetim görüşü vermesi ve sonrasındaki bağımsız denetçi değişikliği arasında anlamlı bir şekilde pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Dye (1991) tarafından yapılan çalışmada, bağımsız denetçinin şartlı denetim raporu vermesinin muhtemel olması durumunda, şirketin büyük ihtimalle bağımsız denetçi değişikliğine gideceği görülmüştür.

Teoh (1992) tarafından yapılan çalışmada, olumsuz denetçi görüşü verilmesi sonrasında şirketlerin denetçi değişikliğine gitmesindeki artışın nedeni olarak, bağımsız denetçinin şirket yönetiminin taleplerini yerine getirmek yerine ilgili kural ve yöntemleri izlemesi ile tutarlı olduğu tartışılmıştır.

Lennox (2000) tarafından İngiltere'de borsaya kote olan toplamda 1988-1994 yılları arasında 5441 şirketin verisi üzerine yapılan çalışmada, bağımsız denetçiler tarafından, olumsuz denetim görüşü verilen şirketlerin çoğunlukla bağımsız denetçilerini değiştirdikleri ve bağımsız denetçi değişikliği sonrasında ise olumlu denetim görüşü verilme olasılığının arttığı yönünde iki önemli tespit yapılmıştır.

Hudaib ve Cooke (2005) tarafından yapılan çalışmada, bağımsız denetim raporunda şartlı görüş verilen şirketlerden; finansal yönden sıkıntıda olmayan ve üst düzey yöneticisini değiştirenlerin, finansal yönden sıkıntıda olan ve üst düzey yöneticisini değiştirmeyen şirketlere göre bağımsız denetim kuruluşu değiştirme sıklığının daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Chan vd., (2006) tarafından yapılan çalışmada, bağımsız denetim kuruluşunun şartlı görüş vermesinden sonra gerçekleşen bağımsız denetim kuruluşu değişikliğinin yönünün yabancı denetim kuruluşlarından yerel denetim kuruluşlarına doğru olduğunu tespit etmişlerdir.

Davidson III, Jiraporn ve DaDalt (2006) tarafından yapılan çalışmada, geçmiş dönemde olumlu görüş verilmeyen şirketlerin mevcut dönemde bağımsız denetim kuruluşu değişikliğine gittiği tespit edilmiştir.

Blandon ve Bosch (2013) tarafından yapılan çalışmada, İspanya Borsası'nda yer alan şirketlerin 2001-2009 yılları arasında yaptığı panel veri tahminlerine göre şirketlerin denetçi bağımlılığı ile denetim raporları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır.

Salleh ve Jasmani (2014) tarafından yapılan çalışmada, bağımsız denetim görüşünün, şirketlerin bağımsız denetim kuruluşu değişikliğine gitmesinde önemli bir faktör olmadığını tespit etmişlerdir.

Stanisic ve diğerleri (2014) tarafından yapılan çalışmada, geçmiş dönemde sınırlı olumlu görüş verilen şirketlerin, mevcut dönemde denetçi değişikliğine gitmesinin olumlu denetim görüşüne sahip şirketlere göre daha fazla ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Yaşar (2015) tarafından, olumsuz denetçi görüşü ve bağımsız denetçi değişikliği arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla, Borsa İstanbul'da işlem gören sanayi şirketleri üzerine yapılan çalışma sonucunda, olumsuz denetim görüşü ile bağımsız denetçi değişikliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Literatür incelemesi sonucu yapılan çalışmalar değişkenler açısından özet olarak Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Literatür İnceleme Özeti

Değişkenler	Yapılan Çalışmalar
Bağımsız Denetçi Görüşü	(Chow ve Rice 1982; Schwartz ve Menon 1985; Williams 1988; Craswell 1988; Haskins ve Williams 1990; Dye 1991; Teoh 1992, Gul vd., 1992; Krishnan vd., 1996; Lennox, 2000; Woo ve Koh 2001; Chan, Lin ve Mo, 2006; Davidson III, Jiraporn, DaDalt, 2006; Salleh ve Jasmani 2014; Yaşar 2015; 2016)
Yönetimdeki Değişiklikler	(Burton ve Roberts 1967; Carpenter ve Strawser 1971; Hudaib ve Cooke 2005)
Müşteri İşletmenin Büyüklüğü	(Gul vd., 1992; Krishnan vd., 1996; Willenborg, 1999)
Bağımsız Denetim Kuruluşunun Türü	(Warren, 1980; Chow ve Rice, 1982; Craswell, 1988; Krishnan vd., 1996)
Denetim Ücretleri	(DeAngelo, 1981; Wines, 1994; DeFond vd., 2002; Craswell vd., 2002)
Finansal Problemler	(Schwartz ve Menon 1985; Hudaib ve Cooke 2005)

ARAŞTIRMA

Borsa İstanbul (BİST)’da işlem gören ve dolayısıyla finansal tablolarını zorunlu ve ciddi olarak denetletmek zorunda olan 477 şirketin 2015-2020 yılları arası bağımsız denetim kuruluşlarını değiştirme durumlarını etkileyen faktörler incelenmiştir.

Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Türkiye’de Borsa İstanbul (BİST)’da işlem gören şirketlerin bağımsız denetim kuruluşu değiştirme durumunun, denetlenecek şirketin bulunduğu il, faaliyet gösterdiği sektör ve bağımsız denetçinin görüşü ile ilişkisini yıllar bazında tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla, BİST’te işlem gören 477 şirketin 2015-2020 yılları arasındaki sürekli bağımsız denetim raporları www.kap.org.tr internet sitesinden çekilerek araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, yıllara göre kuruluş değişim oranları hesaplanmış ve dönemler arasında bu oranlar arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı iki oran karşılaştırma testleri ile sınanmıştır. Oran testlerinde iki karşılaştırmalar için Bonferroni düzeltmesi uygulanmıştır. Analiz kapsamında oransal karşılaştırmalar hem şehir hem de sektör bazında ayrı ayrı yapılmıştır. Kuruluş değiştirme durumunu modelleme yaklaşımı ile değerlendirmek için bağımlı değişkenin kategorik olması sonucu Probit Panel Regresyon analizi kullanılmıştır. Uygulamalar R-Project yazılımı (R Core Team, 2021) içerisinde yer alan pglm (Croissant, 2020) ve biostat (Gegzna, 2020) paketleri ile gerçekleştirilmiştir.

Panel regresyon modellerinde bağımlı değişkenin kategorik olması durumunda lojistik panel regresyon analizi uygulanmaktadır. Probit panel regresyon analizinde farklı zaman periyotlarında ele alınan gözlem birimleri kullanılarak, seçilen bağımsız değişkenlerin kategorik bağımlı değişken üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etki yaratıp yaratmadığı incelenir. Probit panel regresyon analizine ilişkin regresyon denklemi aşağıdaki gibi yazılır:

$$\phi^{-1}(\pi(x_{it})) = x_{it}^T \beta \quad (1) \quad \text{Eşitlik}$$

1’de $i=1,2,...,n$ birimleri, $t=1,2,...,T$ zaman periyodunu, $\phi(.)$ standart normal dağılım fonksiyonunun tersini, $\pi(.)$ ilgili olayın gerçekleşme olasılığı, x bağımsız değişkenleri, β ise panel regresyon katsayılarını gösterir (Karlson vd., 2012; Kalkavan ve Ersin, 2019).

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın amacı ve kapsamı çerçevesinde, yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır. İller için yıllık bazda bağımsız denetim firması değiştirme analiz sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Şehirlere Göre Bağımsız Denetim Kuruluşu Değişim Sonuçları

Şehir	Değişim %				
	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Adana	33.3	66.7	0	66.7	100
Amasya	0	0	0	100	0
Ankara	31 ^{ab}	75.9 ^c	10.3 ^a	65.5 ^{bc}	72.4 ^c
Antalya	100	0	100	100	100
Aydın	0	66.7	0	100	66.7
Balıkesir	0	100	0	100	100
Bolu	100	100	0	100	0
Bursa	30.8 ^{ab}	76.9 ^b	7.7 ^a	76.9 ^b	53.8 ^{ab}
Çanakkale	0	100	0	100	100
Denizli	50	100	0	50	100
Erzincan	0	100	0	100	100
Gaziantep	100	0	0	100	100
Hatay	100	100	0	100	0
Isparta	66.7	66.7	0	66.7	66.7
İstanbul	46.6 ^a	55.7 ^a	19 ^b	73.5 ^c	77.5 ^c
İzmir	48.5 ^a	63.6 ^{ab}	0 ^c	87.9 ^b	75.8 ^{ab}
Kahramanmaraş	100	0	0	100	100
Karabük	100	100	0	0	100
Kayseri	57.1	57.1	0	57.1	71.4
Kırşehir	0	100	0	100	100
Kocaeli	53.8 ^{ab}	53.8 ^{ab}	0 ^a	84.6 ^b	76.9 ^b
Konya	50	75	0	100	50
Kütahya	50	50	0	100	100
Manisa	100	50	0	50	50
Mardin	0	100	0	100	100
Mersin	100	100	0	100	100
Niğde	66.7	66.7	0	100	100
Samsun	100	100	0	100	100
Tekirdağ	100	50	0	50	100
Uşak	0	50	0	50	100
Yalova	0	0	0	100	0
Yozgat	0	100	0	100	0

Tablo 3'te şehirlere göre yıllar arası bağımsız denetim kuruluşu değişim oranları ve karşılaştırma sonuçları verilmiştir. Karşılaştırma sonuçlarına göre, Ankara, Bursa, İstanbul, İzmir ve Kocaeli şehirlerinde yıllar arası bağımsız denetim kuruluşu değişim oranları açısından anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0.05$). Oran karşılaştırmalarına göre Ankara'da 2016-2017 ve 2019-2020 dönemindeki kuruluş değiştirme oranı 2015-2016 ve 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha fazladır. Benzer şekilde Ankara'da 2018-2019 dönemindeki kuruluş değiştirme oranı 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir.

Sonuçlara bakıldığında Bursa'da 2015-2016 ve 2019-2020 dönemlerinde kuruluş değiştirme oranı 2016-2017 ve 2018-2019 dönemlerine göre anlamlı ölçüde daha düşüktür. Benzer şekilde Bursa'da 2017-2018 döneminde kuruluş değiştirme oranı 2016-2017 ve 2018-2019 dönemlerine göre anlamlı ölçüde daha düşüktür.

Bu sonuçlara göre İstanbul'da 2015-2016 ve 2016-2017 dönemlerinde bağımsız denetim kuruluşu değiştirme oranı 2018-2019 ve 2019-2020 dönemlerine göre anlamlı ölçüde daha düşüktür. Ayrıca İstanbul'da 2017-2018 döneminde kuruluş değiştirme oranı diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha düşüktür.

Sonuçlara bakıldığında İzmir'de 2016-2017 ve 2019-2020 dönemlerinde bağımsız denetim kuruluşu değiştirme oranı 2018-2019 dönemine göre anlamlı ölçüde düşük, 2015-2016 dönemine göre ise anlamlı ölçüde daha yüksektir.

Karşılaştırma sonuçlarına göre Kocaeli'nde 2018-2019 ve 2019-2020 dönemlerinde bağımsız denetim kuruluşu değiştirme oranı 2015-2016 ve 2016-2017 yıllarına göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Sektörlere göre bağımsız denetim kuruluşu değişim sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Sektörlere Göre Bağımsız Denetim Kuruluşu Değişim Sonuçları

Sektör	Değişim %				
	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Eğitim, Sağlık, Spor ve Diğer Sosyal Hizmetler	50	50	0	100	100
Elektrik Gaz ve Su	50	50	0	83.3	50
Gayrimenkul Faaliyetleri	50	100	0	100	100
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	100	100	0	0	100
İmalat	47.9 ^a	60.7 ^{ab}	4.3 ^c	77.9 ^d	73.6 ^{bd}
İnşaat ve Bayındırlık	55.6	66.7	0	66.7	66.7
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	100	0	0	100	100
Mali Kuruluşlar	43.5 ^a	57.8 ^{ab}	26.6 ^c	71.4 ^{bd}	81.2 ^d
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	0	100	0	100	100
Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık	50	50	0	100	50
Teknoloji	53.8	76.9	15.4	69.2	61.5
Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller	41.4 ^{ab}	51.7 ^{ac}	6.9 ^b	86.2 ^c	75.9 ^{ac}
Ulaştırma, Depolama ve Haberleşme	25	75	12.5	62.5	62.5

Tablo 4'te, sektörlere göre bağımsız denetim kuruluşu değişim oranları ve karşılaştırma sonuçları verilmiştir. Karşılaştırma sonuçlarına göre imalat, mali kuruluşlar, toptan ve perakende ticaret, lokanta ve otel sektörlerinde yıllar arası bağımsız denetim kuruluşu değişim oranları açısından anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0.05$). Farklılıklar incelendiğinde 2015-2016 döneminde imalat sektöründe bağımsız denetim kuruluşu değişim oranı, 2018-2019 yıllarına göre anlamlı ölçüde daha düşük, 2017-2018 dönemine göre ise anlamlı ölçüde daha yüksektir. Sonuçlara göre 2015-2016 dönemi mali kuruluşlar sektöründe bağımsız denetim kuruluşu değişim oranı 2019-2020 dönemine göre anlamlı ölçüde daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Ayrıca sonuçlara bakıldığında 2016-2017 ve 2019-2020 dönemlerinde toptan ve perakende ticaret ve lokantalar ve otel sektöründe bağımsız denetim kuruluşu değişim oranı 2018-2019 döneminde anlamlı ölçüde daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Bağımsız denetim görüşüne göre bağımsız denetim kuruluşu değiştirme sonuçları Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5. Görüşlere Göre Bağımsız Denetim Kuruluşu Değişim Sonuçları

Görüş	Değişim %				
	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020
Şartlı (2015)	60.5 ^b	60.5 ^b	21.1 ^a	71.1 ^b	84.2 ^b
Olumlu (2015)	44.2 ^a	59.8 ^b	12.7 ^c	75.9 ^d	75.1 ^d
Şartlı (2016)	66.7 ^b	52.8 ^{ab}	22.2 ^a	63.9 ^b	77.8 ^b
Olumlu (2016)	43.7 ^a	60.6 ^b	12.7 ^c	76.6 ^d	75.8 ^d
Şartlı (2017)	60.6 ^{ab}	63.6 ^{ab}	27.3 ^a	63.6 ^{ab}	81.8 ^b
Olumlu (2017)	44.4 ^a	59.5 ^b	12.3 ^c	76.5 ^d	75.4 ^d
Şartlı (2018)	59 ^b	48.7 ^{ab}	17.9 ^a	53.8 ^b	76.9 ^b
Olumlu (2018)	44.3 ^a	61.1 ^b	13.1 ^c	77.8 ^d	75.9 ^d
Şartlı (2019)	48.8 ^b	46.5 ^{ab}	16.3 ^a	65.1 ^b	76.7 ^b
Olumlu (2019)	45.4 ^a	61.5 ^b	13.2 ^c	76.7 ^d	75.9 ^d

Tablo 5'te görüşlere göre denetim kuruluşu değişim oranları ve karşılaştırma sonuçları verilmiştir. Karşılaştırma sonuçlarına bakıldığında tüm görüşlere göre yıllar arası bağımsız denetim kuruluşu değişim oranları açısından anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0.05$). Farklılıklar incelendiğinde şartlı (2015)' göre 2017-2018 döneminde kuruluş değişim oranı diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha düşüktür. Sonuçlara göre olumlu (2015)'e göre 2018-2019 ve 2019-2020 dönemlerinde kuruluş değişim oranları diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Benzer şekilde olumlu (2015)'e göre 2015-2016 döneminde kuruluş değişim oranı 2016-2017 dönemine göre daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Sonuçlara bakıldığında şartlı (2016)'ya göre 2017-2018 döneminde kuruluş değişim oranı diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha düşüktür. Ayrıca olumlu (2016)'ya göre 2018-2019 ve 2019-2020 dönemlerinde kuruluş değişim oranları diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Benzer şekilde olumlu (2016)'e göre 2015-2016 döneminde kuruluş değişim oranı 2016-2017 dönemine göre daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir.

Sonuçlara bakıldığında şartlı (2017)'ye göre 2015-2016, 2016-2017 ve 2018-2019 dönemlerinde kuruluş değişim oranları, 2019-2020 dönemine göre daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir.

Sonuçlara göre olumlu (2017)'e göre 2018-2019 ve 2019-2020 dönemlerinde kuruluş değişim oranları diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Benzer şekilde olumlu (2017)'e göre 2015-2016 döneminde kuruluş değişim oranı 2016-2017 dönemine göre daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Sonuçlara bakıldığında şartlı (2018)'e göre 2017-2018 döneminde kuruluş değişim oranı diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha düşüktür. Sonuçlara göre olumlu (2018)'e göre 2018-2019 ve 2019-2020 dönemlerinde kuruluş değişim oranları diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Benzer şekilde olumlu (2018)'e göre 2015-2016 döneminde kuruluş değişim oranı 2016-2017 dönemine göre daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir.

Sonuçlara bakıldığında şartlı (2019)'a göre 2017-2018 döneminde kuruluş değişim oranı diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha düşüktür. Sonuçlara göre olumlu (2019)'a göre 2018-2019 ve 2019-2020 dönemlerinde kuruluş değişim oranları diğer dönemlere göre anlamlı ölçüde daha yüksektir. Benzer şekilde olumlu (2019)'a göre 2015-2016 döneminde kuruluş değişim oranı 2016-2017 dönemine göre daha düşük, 2017-2018 dönemine göre anlamlı ölçüde daha yüksektir.

Probit panel regresyon modelinde bağımsız değişkenlerin bağımsız denetim firması değiştirme durumu üzerinde etkisini gösteren istatistiksel analizi sonuçları Tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 6. Probit Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Katsayı	OR	SH	t-istatistiği	p
Sabit Terimi	1.394	0.525	0.633	0.527
Görüş (Olumlu)	0.989	0.100	-0.112	0.911
Elektrik Gaz ve Su	0.705	0.471	-0.744	0.457
Gayrimenkul Faaliyetleri	1.332	0.587	0.488	0.625
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	0.962	0.699	-0.056	0.955
İmalat	0.789	0.411	-0.578	0.563
İnşaat ve Bayındırlık	0.781	0.447	-0.552	0.581
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	0.973	0.698	-0.040	0.968
Mali Kuruluşlar	0.885	0.408	-0.299	0.765
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	0.973	0.698	-0.040	0.968
Tarım, Ormanlık ve Balıkçılık	0.755	0.569	-0.494	0.621
Teknoloji	0.866	0.436	-0.330	0.742
Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller	0.781	0.420	-0.588	0.557
Ulaştırma, Depolama ve Haberleşme	0.721	0.451	-0.726	0.468
Amasya	0.396	0.716	-1.292	0.197
Ankara	0.899	0.345	-0.309	0.757
Antalya	2.154	0.727	1.055	0.291
Aydın	0.849	0.460	-0.357	0.721
Balıkesir	1.185	0.516	0.329	0.742
Bolu	1.185	0.653	0.260	0.795
Bursa	0.875	0.362	-0.371	0.711
Çanakkale	1.185	0.653	0.260	0.795
Denizli	1.185	0.516	0.329	0.742
Erzincan	1.185	0.653	0.260	0.795
Gaziantep	1.196	0.665	0.269	0.788

Hatay	1.182	0.654	0.256	0.798
Isparta	1.034	0.467	0.072	0.942
İstanbul	0.961	0.331	-0.121	0.904
İzmir	1.046	0.339	0.132	0.895
Kahramanmaraş	1.182	0.654	0.256	0.798
Karabük	1.185	0.653	0.260	0.795
Kayseri	0.886	0.387	-0.312	0.755
Kır	1.185	0.653	0.260	0.795
Kocaeli	0.996	0.360	-0.011	0.991
Konya	0.984	0.434	-0.037	0.970
Kütahya	1.185	0.516	0.329	0.742
Manisa	0.920	0.512	-0.163	0.870
Mardin	1.185	0.653	0.260	0.795
Mersin	2.122	0.718	1.049	0.294
Niğde	1.413	0.466	0.742	0.458
Samsun	2.134	0.716	1.058	0.290
Tekirdağ	1.185	0.516	0.329	0.742
Uşak	0.674	0.516	-0.764	0.445
Yalova	0.396	0.716	-1.292	0.197
Yozgat	0.714	0.653	-0.516	0.606

OR: Odds oranı; SH: Standart hata

Tablo 6'da kuruluş değiştirme durumları için elde edilmiş probit panel regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Panel regresyon modelinde şehir grupları, sektör grupları ve kuruluş görüşü değişkenlerinin bağımlı değişken olan kuruluş değiştirme durumu üzerinde anlamlı etkisi bulunamamıştır ($p>05$). Bağımsız değişkenlerin istatistiksel olarak anlamsız olması; sektör, şehir ve görüş değişkenlerinin model açısından anlamsız olduğuna işaret etmektedir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Ekonomik ve teknolojik gelişmeler, finansal bilgi kullanıcılarının en doğru bilgiye ulaşabilmeleri açısından şirketlerin finansal tablolarının bağımsız denetimden geçmiş olması oldukça önemlidir. Ulusal ve uluslararası düzenleyici kuruluşlar tarafından, bağımsız denetimin bağımsızlığını yitirmemesine yönelik yenilikler getirilmektedir. Türkiye'de söz konusu düzenleyici kuruluşlar tarafından yapılan düzenlemelere göre zorunlu haller dışında, bağımsız denetçi seçimi müşteri şirketin iradesine bırakılmıştır.

Bu çalışmada, şirketlerin bağımsız denetçi değiştirme durumuna, bağımsız denetçinin görüşü, şirketin faaliyet gösterdiği il ve şirketin faaliyet gösterdiği sektörün etkisi ve şirketlerin bağımsız denetçi değiştirme durumunun araştırma kapsamındaki yıllar içerisindeki durumu araştırılmıştır.

Borsa İstanbul (BİST)'da işlem gören ve dolayısıyla finansal tablolarını yasa gereği denetletmek zorunda olan 477 şirketin 2015-2020 yılları arası bağımsız denetim kuruluşlarını değiştirme durumlarını etkileyen faktörler incelenmiştir. Çalışmanın istatistiksel analiz bulgularına göre; Ankara, İstanbul, İzmir, Bursa ve Kocaeli illerinde bağımsız denetim kuruluşları değiştirme

oranlarının yıllar arasında istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılaştığı belirlenmiştir. İllere göre özellikle 2016-17 ve 2018-2019 yılları arasında bağımsız denetim kuruluşu değişim oranlarının yükseldiği gözlenmiştir. Sektörler açısından bakıldığında İmalat, Mali Kuruluşlar ve Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller sektörlerinde bağımsız denetim kuruluşları değiştirme oranlarının yıllar arasında istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılaştığı tespit edilmiştir. Sektörlere göre özellikle 2018-19 ve 2019-2020 yılları arasında bağımsız denetim kuruluşu değişim oranlarının yükseldiği gözlenmiştir. Görüşler açısından değerlendirildiğinde, ele alınan tüm yıl grupları arasında bağımsız denetim kuruluşları değiştirme oranları anlamlı ölçüde değişmiştir. Denetim kuruluşlarına ait görüşlere göre özellikle 2018-19 ve 2019-2020 yılları arasında bağımsız denetim kuruluşu değişim oranlarının yükseldiği belirlenmiştir. Panel veri analizi ile elde edilen probit panel regresyon modellerinde kuruluşlara ait görüşler, iller ve çalışılan sektörler bağımsız denetim kuruluşu değişim durumu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etki oluşturmamaktadır. Bu sonuçlara göre bağımsız denetim kuruluş değiştirme oranları yıllar bazında ve il, sektör, görüş durumlarına göre ayrı ayrı değerlendirildiğinde anlamlı değişimler gözlenmişken; lojistik panel regresyon modelinde bağımsız denetim kuruluş değiştirme durumu olarak incelendiğinde il, sektör, görüş durumlarının istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmüştür.

Ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde bağımsız denetim kuruluşu değişikliğini etkileyen faktörlere ilişkin çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ancak yapılan çalışmalar çoğunlukla denetçi görüşünün bağımsız denetim kuruluşu değişikliğine etkisini tespit etmeye yöneliktir. Bu çalışmada, bağımsız denetçi görüşünün yanı sıra, denetlenen şirketin faaliyet gösterdiği il ve şirketin faaliyet gösterdiği sektörün denetim kuruluşu değişikliği üzerinde etkisi araştırma kapsamındaki yıllar bazında incelenmiştir. Gelecekteki çalışmalar, şirketlerin, bağımsız denetim kuruluşu değiştirme durumunun analizi ve tahminine yönelik farklı değişkenler ve analiz teknikleri kullanılarak yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Arslan, E. (2010). Bağımsız Denetimde Rotasyon Karmaşası. *Mali Çözüm Dergisi*, 99, 201-227.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (2006). Bankaların Bağımsız Denetim Gerçekleştirecek Kuruluşların Yetkilendirilmesi ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik. Resmi Gazete. No:26333.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (2011). Bankaların Bağımsız Denetim Gerçekleştirecek Kuruluşların Yetkilendirilmesi ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik. Resmi Gazete. No:28006.
- Bekçi, İ. ve Gör. Y. (2015). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 165-194.
- Blandon, J.G. and Bosch, J.M.A. (2013). Audit Firm Tenure and Qualified Opinions: New Evidence from Spain. *Spanish Accounting Review*, 16 (2).
- Burton, J.C. and Roberts. W. (1967). A Study of Auditor Changes. *The Journal of Accountancy*, 123(4), 31-36.
- Cameran, M., Prencipe, A. and Trombetta, M. (2014). Mandatory Audit Firm Rotation and Audit Quality:Evidence from the Italian Setting. *European Accounting Review*, 25(1), 35-58.
- Carpenter, C.G. and Strawser, R.H. (1971). Displacement of Auditors When Clients Go Public. *The Journal of Accountancy*, 131(6), 55-58.

- Cengiz, S. ve Gör, Y. (2016). Kurumsal Yönetim Uygulamaları ve Denetim Kalitesi Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksinde Bir Araştırma. *Mali Çözüm*, 136, 61-84.
- Chow, C.W. and. Rice, S.J (1982). Qualified Audit Opinions and Auditor Switching. *The Accounting Review*, 57(2), 326-335.
- Croissant, Y. (2020). pglm: Panel Generalized Linear Models. R package version 0.2-2. <https://CRAN.R-project.org/package=pglm>
- Craswell, A.T. (1988). The Association Between Qualified Opinions and auditor Switches. *Accounting and Business Research*, 19(73), 23-31.
- Cömert, N. Uzay, Ş. Kardeş Selimoğlu, S. ve Uyar, S. (2015). Uluslararası Denetim Standartları Kapsamında Bağımsız Denetim, Sakarya Üniversitesi, Şubat.
- Davidson III, W.N., Jiraporn, P. and DaDalt, P. (2006). Causes And Consequences of Audit Shopping: An Analysis of Auditor Opinions, Earnings Management, And Auditor Changes. *Quarterly Journal of Business and Economics*, 45(1-2), 69-87.
- Deangelo, L.E. (1981). Auditor Independence, 'Low-Balling' and Disclosure Regulation. *Journal of Accounting and Economics*, 3(2), 113-127.
- Dye, R.A. (1991). Informationally Motivated Auditor Replacement, *Journal of Accounting and Economics*, 14(4), 347-374.
- Gegzna, V. (2020). Biostat: Routines for Basic (Bio)Statistics. <https://gegznv.github.io/biostat/>, <https://github.com/gegznv/biostat/>.
- Gönen, S. ve Rasgen, M. (2016). Bağımsız Denetimde Zorunlu Denetçi Rotasyonu. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 1809-1822.
- Harris, K. (2012). *Mandatory Audit Rotation: An International Investigation*, Dissertation Presented to the Academic Faculty of the C.T. Bauer College of Business University of Houston.
- Haskins, M.E. and Williams, D.D. (1990). A Contingent Model of Intra Big Eight Auditor Changes. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 9(3), 55-74.
- Hudaib, M. and Cooke, T.E. (2005). The Impact of Managing Director Changes and Financial Distress on Audit Qualification and Auditor Switching. *Journal of Business Finance & Accounting*, 32(9-10), 1703-1739.
- Karataş, M. (2014). Şirket Denetçiliğinden Bağımsız Denetçiliğe. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 43, 123-140.
- Kalkavan, H. and Ersin, I. (2019). Determination of Factors Affecting the South East Asian Crisis of 1997 Probit-Logit Panel Regression: The South East Asian Crisis. in *Handbook of Research on Global Issues in Financial Communication and Investment Decision Making*, IGI Global, 148-167.
- Karlson, K. B., Holm, A., and Breen, R. (2012). Comparing Regression Coefficients Between Same-Sample Nested Models Using Logit and Probit: A New Method. *Sociological Methodology*, 42(1), 286-313.
- Kurt, O. (2015). *Bağımsız Denetim Firmalarının Organizasyonu ve Bir Uygulama*, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Lennox, C.S. (2000). Do Companies Successfully Engage in Opinion-Shopping? Evidence from the U.K. *Journal of Accounting and Economics*, 29(3), 321-337.

- Lennox, C.S., Wu, X. and Zhang, T. (2014). Does Mandatory Rotation of Audit Partners Improve Audit Quality?. *The Accounting Review*, 89(5), 1775-1803.
- Mackintosh, I. (2014). The Importance and Challenges of Establishing Standards for Global Finance, IASB at the Manchester Business School.
- Mohamed, D. M. and Habib, M. H. (2013). Auditor independence, audit quality and the mandatory auditor rotation in Egypt. *Education. Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 6 (2), 116 – 144.
- Ocak, M. (2016). Kar Yönetimi, Bağımsız Denetim Görüşü ve Denetim Firması Değişimi Arasındaki İlişkiler: Borsa İstanbul İmalat Sektörüne Yönelik Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 7(3), 89-110.
- R Core Team (2021). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. URL <https://www.R-project.org/>.
- Salleh, K. and Jasmani, H. (2014). Audit Rotation and Audit Report: Empirical Evidence from Malaysian PLCS over the Period of Ten Years. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 145, 40-50.
- Sayar, A.R.Z. ve Karataş. M. (2017). Muhasebe Denetimi Alanında Yaşanan Son Gelişmeler ile Muhasebe Mesleğinde Yeni Trendler. *Mali Çözüm*, 139, 13-28.
- Schwartz, K.B. and Menon. K. (1985). Auditor Swithes by Failing Firms. *The Accounting Review*, 60(2), 248-261.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2002). Seri:X No:19
- Sermaye Piyasası Kurulu (2006). Seri: X, No: 22 Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ. Resmi Gazete. No:26196.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2009). Seri: X, No: 25 Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ. Resmi Gazete. No:27387.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2011). Seri: X, No: 27 Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ". Resmi Gazete. No:27886
- Şavlı, T. (2016). Türkiye’de Bağımsız Denetimde Rotasyon: Düzenlemeler, Uygulamalar ve Öneriler. *Mali Çözüm*, 134, 37-57.
- Stanisic, N., Petrovic, Z., Vicentijevic K. and Mizdrakovic. V. (2014). Auditor Switching and Qualified Audit Opinion: Evidence from Serbia. *Singidunum Journal of Applied Sciences*. Doi:10.15308/sinteza-2014-552-558.
- Teoh, S. H. (1992). Auditor Independence, Dismissal Threats and the Market Reaction to Auditor Switches. *Journal of Accounting Research*, 30(1), 1-23.
- Tuan, K. (2015). Bağımsız Denetimde Rotasyon Uygulaması: Sistemin Artıları-Eksileri Üzerine Tartışmalar. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(16), 291-309.
- Türk Dil Kurumu, www.tdk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 21.03.2021).
- Warren, C.S. (1980). Uniformity of Auditing Standards: A Replication. *Journal of Accounting Research*, 18(1), 312-324.
- Willenborg, M. (1999). Empirical Analysis of the Economic Demand for Auditing in the Initial Public Offerings Market. *Journal of Accounting Research*, 37(1), 225-239.
- Williams, D.D. (1988). The Potential Determinants of Auditor Change. *Journal of Business Finance & Accounting*, 5(2), 243-261.

Wines, G. (1994). Auditor Independence, Audit Qualifications and the Provision of Non-Audit Services: A Note. *Accounting and Finance*, 34(1), 75-86.

Woo, E.S. and Koh. H.C. (2001). Factors Associated with Auditor Changes: A Singapore Study. *Accounting and Business Research*, 31(2), 133-144.

Yaşar, A. (2015). Olumsuz Denetim Görüşü ve Bağımsız Denetçi Değişikliği Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Sanayi Şirketleri Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 65, 81-96.

Yazar, B.B. Güneş, R. ve Çukacı, Y.C. (2018). Alınan Bağımsız Denetim Hizmetinin Kalite Kontrol Sistemi Bağlamında Değerlendirilmesi: BİST 100 Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(3), 1071-1083.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 876-888.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.804](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.804)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Covid-19 Sürecinde Turizm Sektörü ve Turizm Eğitiminde Yenilikçi Uygulamalar

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TEKİN, Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Balıkesir, e-posta: yasemin.tekin@balikesir.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8057-5215>

Öz

Covid-19 küresel krizi, başta turizm sektörü olmak üzere pek çok sektörü etkilemektedir. Krizi fırsata çeviren kurumlar ise ürünlerini, hizmetlerini, süreçlerini ve örgütlerini yenileyerek yaşamda kalmayı başarabilmiştir. Turizm işletmeleri ve turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları da bu küresel krizden etkilenmiş ve aynı zamanda yenilikçi uygulamalar ile geleceğe değer bırakmaya çabalamıştır. Bu çalışmada turizm işletmelerinin ve yükseköğretim kurumlarının Covid-19 pandemisi sürecindeki yenilikçi uygulamalarına, geleceğin meslekleri ile insan kaynağının özelliklerine ve geleceğin yenilikçi turizm eğitimi için tavsiyelere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yenilik, Turizm Eğitimi, Covid-19, Pandemi.

Makale Gönderme Tarihi: 14.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2021

Önerilen Atıf:

Tekin, Y. (2021). Covid-19 Sürecinde Turizm Sektörü ve Turizm Eğitiminde Yenilikçi Uygulamalar, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 876-888.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 876-888. DOI:[10.26677/TR1010.2021.804](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.804)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Innovative Practices in Tourism Sector and Tourism Education in The Process of Covid-19

Assistant Prof. Dr. Yasemin TEKİN, Balıkesir University, Faculty of Tourism, Balıkesir, e-mail:
yasemin.tekin@balikesir.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8057-5215>

Abstract

Covid-19, a global crisis, has affected myriad of sectors especially tourism. The enterprises which turn this crisis into an opportunity have achieved to survive by innovating their products, services, processes and organizations. Tourism enterprises and the higher education institutions which provide tourism higher education have also been influenced by this global crisis, meanwhile, have tried to enrich the future via innovative practices. Innovative practices of tourism enterprises and higher education institutions during the process of Covid-19, jobs and qualifications of human resources of future, and the advices for innovative tourism education of future are given in this study.

Keywords: Tourism, Innovation, Tourism Education, Covid-19, Pandemic.

Received: 14.06.2021

Accepted: 03.09.2021

Suggested Citation:

Tekin, Y. (2021). Innovative Practices in Tourism Sector and Tourism Education in The Process of Covid-19, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 876-888.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Rekabetin çok yoğun yaşandığı, yenilik uygulamaları ile sürekli değişen ve gelişen günümüz iş dünyasında işletmelerin fark yaratan, rekabette üstünlük sağlayan en önemli kaynağı, “insan kaynağı”dır. Günümüz iş dünyasında, yaşanan Covid-19 küresel salgını etkisiyle, teknoloji ve dijitalleşmeye daha hızlı bir şekilde uyum sağlamak ve yenilikçi yatırımlar yapmak, işletme yaşamının devamlılığı için önemli bir etken olmuştur. İşletmelerin teknolojiye yaptığı her bir yatırım ile insan kaynağının varlığı sayıca azalacak olsa da “insan kaynağı”, tüm teknolojik yatırımı harekete geçirecek ve işlemlerini sağlayıp süreci yönetecektir. Dolayısıyla, özellikle hizmet sektöründe alanında uzmanlaşmış, yetenek ve nitelikleri ile işletmenin ihtiyaçlarını karşılayan hatta aşarak beklentinin üzerinde işletmeye değer katan insan kaynağı her zaman gereken talebi görecek ve istihdam edilecektir.

İnsan kaynağı, işletmeler için oldukça önemli bir güç olmasına rağmen, tüm dünyayı ciddi şekilde sarsan ve işletmelere de ekonomik zorluklar yaşatan Covid-19 pandemi süreci etkisiyle pek çok işveren insan kaynağını işten çıkarmak zorunda kalmıştır. Ekonomisi güçlü olan veya bu kriz ortamında ayakta kalabilen işletmeler ise teknolojik ve dijital yatırımlarda bulunarak, ürün ve hizmetlerini teknoloji ve sanal dünyadan daha fazla yararlanarak aktif bir şekilde tüketicilerine ulaştırmış ve bu küresel krizin üstesinden gelmeye çalışmıştır. Ayrıca pandemiye sebep olan virüsün insandan insana geçen ve hızla yayılan özellik taşıması, insanları bireysel ve izole olmaya zorlamıştır. Bu sebeple mevcut insan kaynağının büyük bir bölümü ise akıllı cihazlar ve sistemleri kullanıp evden çalışarak hizmet vermiştir. Değişime direnmeden yeniliklere kolaylıkla uyum sağlayabilen, ürün/hizmet ve tüketiciyi sanal ortamlarda buluşturan sistemleri kullanabilen, bu alana yatkın ve yetenekli insan kaynağının istihdamı devam ettirilmiştir.

Küresel ve henüz aşılamayan bir kriz olan Covid-19 pandemisi sebebiyle ülkeler, sektörler, işletmeler ve hatta bireyler, anlık veya kalıcı çözümler ile bu zorlu ve ne zaman son bulacağı belli olmayan süreci yönetmeye devam etmektedir.

Covid-19 pandemisinin insanlar, toplumlar ve işletmeler üzerindeki şiddetini azaltmak ve fayda sağlamak için teknoloji, pandemi sürecinde ve hatta pandemi sonrasında bile faydalı olabilecek bir araçtır (He vd., 2021:1). Mevcut küresel krizin etkilerini yönetmek için işletmeler, teknoloji ile bütünleşmiş ve dijitalleşmiştir (Guo vd., 2020:2-5). Ürün/hizmetler yenilenmiş, internet sayfaları ve sosyal medya hesapları aracılığıyla e-ticaret yapılmaya başlanmış, canlı destek hatları üzerinden satış öncesinden başlayıp satış sonrasına hizmetlere kadar uzanan 7/24 hizmet verilmeye çalışılmıştır. Tüketiciler ise bu dijital satış imkânlarından faydalanarak ürün/hizmetleri inceleme, kıyaslama, yorumları okuyarak karar verme, sipariş verme, satın alma imkânını daha fazla elde etmişlerdir. Bunun da ötesinde artık tüketici, bir ürünü satın almadan önce sanal alışveriş sitesine beden ölçülerini kaydedip fotoğrafını yükleyerek ilgili ürünün üzerinde nasıl duracağını deneyimleyebilmektedir. Hizmet söz konusu olduğunda ise, hem sanal gerçeklik uygulamaları ile hem de giyilebilir teknolojiler ile ilgili hizmeti deneyimlemek mümkün olmaktadır. Böylece, tanıtımdan alışverişe, tüketim tercihinin yön vermekten yorum yapmaya, hatta sanal ortamda deneyimlemeye kadar pek çok işlem, dünyanın bir ucundan diğer ucuna erişim sağlayan özellikler ile akıllı cihazlarda ve sistemlerde bir tuşa dokunma ile gerçekleşmektedir. Bu uygulamaların gelecekte giderek artacağı ve yaşamın ayrılmaz bir parçası olacağı öngörülmektedir.

Bu öngörü ışığında hazırlanan bu çalışmada, son yıllarda ve özellikle Covid-19 pandemi süreci ile yaşamımızda varlığını daha fazla ve hızla hissettiren teknolojinin de etkisi ile turizm sektörü ve turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarında uygulanan yenilik örneklerine yer verilmesi amaçlanmıştır ve geleceğin insan kaynağında aranacak özellikler ile gelecekte var olması

beklenen mesleklere değinilerek, yükseköğretim kurumlarında yenilikçi turizm eğitimi için tavsiyelerde bulunulmuştur.

YENİLİK KAVRAMI

“İnovasyon”, Latince “innovatus” kelimesinden türemiş, uluslararası literatürde “innovation” olarak yer alan, Türk Dil Kurumu Genel Türkçe Sözlük’te ise “yenileşim” ve “yenilik” kelimeleri ile kullanılan bir kavramdır (<https://sozluk.gov.tr/>). Bu çalışmada da Türkçe bir kavram olan “yenilik” kelimesi benimsenmiş ve kullanılmıştır.

Yenilik kavramı ilk defa ekonomist Joseph Alois Schumpeter tarafından “ekonominin ve rekabetin temel itici gücü” olarak tanımlanmıştır. Schumpeter’e göre yenilik, “henüz bilinmeyen bir ürünü veya var olan bir ürünün yeni bir türünün piyasaya sürülmesi, pazarda var olan bir ürüne ait yeni üretim ve satış yöntemlerinin uygulanması, yeni pazarların açılması, hammadde veya yarı-işlenmiş kaynakların tedarik sürecinde yeni kaynaklarının elde edilmesi, örgütlerin yeniden yapılanması” olarak tanımlanmıştır (Śledzik, 2013: 90).

Peter F. Druker’a göre ise yenilik, yeni ya da farklı bir ürün/hizmet oluşturmaya sebep olan bir fırsattır (Ottenbacher ve Gnoth, 2005:206). Daha önceden var olmayan ürün/hizmeti pazara kazandırmak “radikal yenilik” iken, mevcut ürün/hizmetin geliştirilmesi ise “aşamalı yenilik” olarak adlandırılmaktadır. Yenilik türleri çeşitli olmakla birlikte, akademik kaynaklarda başlıca yenilikler; “ürün yeniliği”, “hizmet yeniliği”, “pazarlama yeniliği”, “süreç yeniliği” ve “örgütsel yenilik” olarak yer almaktadır. Turizm sektöründe gerçekleşen her bir yenilik ise, misafirler yanı sıra işletmenin insan kaynağına da faydalar sunmaktadır (Hjalager, 2010:3).

Drucker’a göre başarılı yeniliklerin pek çoğu, “farkında olmak” ve “yenilik fırsatlarını araştırmak” ile gerçekleşmektedir. Sektörde veya işletmede beklenmeyen olayların ortaya çıkması, yaşanan uyumsuzluklar, işletme süreçlerinde ortaya çıkan ihtiyaçlar, değişimler, yeni bilgiler gibi pek çok etmen, her ne kadar riskli, zor ve karmaşık olsa da yenilik yapmak için fırsatlar sunan kaynaklardır (Drucker, 1998:4).

Dünyanın daha önceden tecrübe etmediği, beklenmeyen bir olay olarak başlayıp küresel bir krize dönüşen Covid-19 pandemi süreci, bu krizi fırsata dönüştürerek yenilik yapmanın ve başarmanın mümkün olduğunu gösteren bir kaynak olmuştur.

Covid-19 Pandemisi ve Turizm Sektöründe Yenilikçi Uygulamalar

Covid-19 pandemisi birçok sektörü önemli ölçüde etkilemiştir. Bu krizden en çok yara alan sektör ise turizm olmuştur. Aralık 2019 itibariyle salgının yaşandığı ülkeler başta olmak üzere tüm dünyada uluslararası seyahatlerin hemen hemen tamamı askıya alınmış, hatta seyahatler ülke sınırları içinde de kısıtlanmış veya geçici süre ile durdurulmuştur. Bu durum, turizm hareketlerini tamamen durma noktasına getirmiştir (TÜRSAB, 2020:30). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Haziran 2021 raporuna göre, pandeminin etkisi ile 2021 yılının ilk çeyreğinde uluslararası turizm hareketlerinde %83 düşüş gerçekleştiği bildirilmiştir (UNWTO, 2021).

Tüm sektörleri etkisi altına alan ve belirgin bir şekilde yönlendiren teknolojinin turizm sektöründe de son yıllarda hızla yayıldığı, gerek yatırımcılar ve işletmeler gerekse tüketiciler tarafından aktif kullanıldığı ve bu durumun gelecekte de devamlı olacağı bilinmektedir. Seyahat kısıtlamalarının yaşandığı pandemi döneminde tüm dünyada evlerden çalışan veya evde kalmak zorunda olan bireyler, turizm faaliyetlerine katılamadıkları için sanal ve akıllı turizm faaliyetleri

ile oldukça farklı tecrübeler edinme imkânına sahip olmuştur. Pandeminin etkisi ile yenilik, teknoloji, sanal gerçeklik, akıllı uygulamalar gibi imkânlar artmış ve bu sayede dünyadaki şehirler veya müzeleri 360° sanal turlar ile gezmek, konserleri canlı olarak dinlemek, filmler ve tiyatroları sanal ortamlarda izlemek, sanal fuarlara katılmak mümkün olmuştur.

Seyahat izinlerinin başlaması ile birlikte ise ulaşımdan konaklamaya, yeme-içmeden eğlenceye kadar turizm sektörünün pek çok alanına teknolojinin yayıldığı hissedilmiştir. İnsana temas etmeyen hatta varlığını bile bilmediğimiz noktalara konumlandırılan vücut ısısı ölçen termal kameralar ve tablet cihazlar, hijyenik maske ve dezenfektan kioskları, internet veya telefon ile bir restoran veya marketten verdiğimiz siparişi evimize getiren mini robotlar, restoranlarda veya oda servisinde sipariş teslimi yapan ve boşları toplamak için sizi yeniden ziyaret eden hatta kat hizmetleri görevini üstlenip odanıza temiz havlu getiren robotlar, dijital check-in/out kioskları, sanal ve temassız ödemeler, dijital imzalar gibi pek çok ürün/hizmet turizm deneyiminde karşımıza çıkmıştır.

Teknolojinin, akıllı cihazların ve robotların varlığı turizm sektöründe gün geçtikçe artmaktadır. Bu alanda verilebilecek küresel örneklerden bir tanesi, teknolojik yatırım ile donatılmış, Tokyo’da bulunan, dünyanın ilk robot oteli olan Henn na Hotel’ dir. Bu otelin bazı departmanlarındaki hizmetler robotlar ile sunulmaktadır. Otelden içeri girildiğinde misafiri resepsiyon bankosu ardında sabit duran, insan görünümlü robotlar karşılamaktadır. Misafiri selamlayan robotlar, ardından yaptıkları yönlendirmeler ile bankoya konumlandırılmış kiosklar aracılığıyla misafirin check-in işlemi yapmasını adım adım anlatmaktadır. Dokunmatik ekranda dil seçimi yaptıran kiosklar sayesinde robot resepsiyon görevlileri seçilen dilde konuşarak misafiri yönlendirmektedir. Robotun talimatları ile dokunmatik ekrana kimlik bilgilerini giren misafir yine aynı ekrana imzasını atmakta, pasaportu ve fotoğrafını kioska okutarak tanımlatmaktadır. Tüm bilgiler kaydedilince ise kiosk, oda giriş kartı vermektedir. Oda kapısı ise verilen bu kart yanı sıra yüz tanıma sistemi ile açılmaktadır. Misafir odasına girer girmez televizyon ve klima otomatik olarak çalışmakta, televizyon ekranı misafiri “Welcome” mesajı ile karşılamaktadır. Misafir odasında bulunan giysi dolabı ise kıyafetleri hem temizlemekte hem de ütülemektedir. Odadaki televizyon, klima ve ışıklar gibi cihazları oda içerisinde bulunan akıllı bir cep telefonu ile kumanda etmek mümkündür. Oda camları cama sabit olan, zeminler ise gezen mini robotlar tarafından temizlerken, valizleri akıllı cihazlar taşımaktadır. Otelde yiyecek-içeceklerin hazırlanması ve çamaşırhane hizmeti sunulması için istihdam olmadığından otomatlardan hazır yemek, terlik, pijama, havlu almak veya otomatlarda çamaşır yıkamak mümkündür (<https://www.hennnahotel.com/ginza/en/>). Benzer şekilde, Henn na Cafe’ de garson istihdamı yoktur. Misafir, otomat makinasından kahvesini seçtiğinde kendisine verilen barkodu sipariş cihazına okutur ve siparişi algılayan robot, bardağı alıp, kahve makinası altına yerleştirip, makinanın tuşlarına basıp, hazırlanan kahve dolu bardağı misafire vermektedir (<https://www.hennnacafe.com/>).

Benzer şekilde Türkiye’nin ilk teknolojik restoranı olarak anılan İstanbul Ataköy’deki Touch Restoran’ da ise yemek masalarının yüzeyi menüden sipariş vermeyi sağlayan tablet cihaz olarak kullanılmaktadır. Dokunmatik masalar ile verilen sipariş, sisteme aktarılmakta, mutfakta insan kaynağı tarafından hazırlanmakta ve robotlara sabit konumlanmış tepsiler üzerinde yerleştirildikten sonra robot ile masaya iletilmektedir. Dokunmatik masa ekranından sipariş veren misafir ise siparişini beklerken dokunmatik masa ekranındaki eğlence sistemi ile zamanını değerlendirebilmekte veya interneti kullanabilmektedir (twitter.com/restauranttouch; www.instagram.com/touch.restaurant).

Yenilik ve teknoloji destekli akıllı turizm uygulamalarına güzel bir örnek de “İstanbul Airport App” adıyla hizmet veren İstanbul Havalimanı mobil uygulamasıdır. Bu uygulama, yolculara pek çok kolaylık sağlamaktadır. “Haritalar” özelliği ile bulunulan konumdan havalimanına

ulaşım için destek alınmakta, “Uçuş Takibi” özelliği ile ilgili uçuşu ve talimatları takip etmek mümkün olmaktadır. Bu uygulama, havalimanındaki alışveriş merkezleri, yeme-içme alanları, bankalar, ATM’ler gibi ihtiyaç duyulacak alanlara haritalar ile kolaylıkla ulaşım sağlamaktadır. “Ulaşım” özelliği ile havalimanına gidiş-geliş olarak toplu taşıma, kiralık araç veya şehirler arası seyahat aracı alternatifleri sunmakta ve otopark bilgisi vermektedir. Uygulamaya kayıt olunarak “Ücretsiz WiFi” kullanabilmenin yanı sıra, havalimanı içerisinde bulunan kiosklara uçuş kartını okutup kullanıcı adı ve şifre olarak da ücretsiz internet hizmetine erişim sağlanmaktadır. Havalimanı güvenlik noktalarının tümünde temassız kontrol sistemleri bulunmaktadır. 7/24 temiz hava ile temizlenen terminalde terminal binası, X-Ray cihazlarından geçen bagajlar, yürüyen bantlar hatta “Hızlı Pasaport Geçiş Sistemi” olan e-pasaport sistemini kullanan yolcuların pasaportları morötesi (Ultraviyole-UV) ışınlar ile temizlenmektedir. Yolcuların vücut sıcaklık ölçümleri ise terminal girişinde termal kameralar aracılığıyla gerçekleşmekte, havalimanı içerisinde kişisel hijyen ekipmanları (maske, dezenfektan, vb.) sunan kiosklar bulunmaktadır. Her ne kadar havayollarına ait internet sayfaları veya akıllı uygulamalarının yenilikçi bir hizmeti olsa da, çevrim içi check-in işlemlerini terminal genelinde bulunan akıllı cihaz kiosklar ile sıra beklemeden yapma imkânı sunulmaktadır (<https://www.istairport.com/tr>).

Yüz tanıma sistemi olan robotlar ise bir kez gördüğü kişinin yüzünü hafızasına alarak bir sonraki karşılaşmasında o kişiyi yüzünden tanıyarak ona ismi ile hitap etmekte, iletişim kurarak yürümeye başlamakta ve gideceği yere kadar kişiye eşlik etmektedir. Bu özelliklerin tümünü dünyaca ünlü robot ASIMO’ da görmek mümkündür.

ASIMO, Honda Motor Co. Ltd. tarafından geliştirilmiş, insanlara yardımcı olması için üretilmiştir. Honda’nın insana benzeyen robot çalışmaları 1986 yılında başlamıştır. ASIMO ise 31 Ekim 2000 tarihinde tamamlanmıştır ve yapılan en gelişmiş insansı robot olarak varlığını sürdürmektedir. Çeşitli hareket yeteneklerine sahip, arkadaş canlısı bir robot olan ASIMO, insan gibi koşabilme özelliğine sahip ve merdivenleri inip çıkabilen, dünyanın ilk insansı robotudur. Honda mühendisleri, ASIMO’nun yeteneklerini geliştirmek için çalışmaya devam etmektedir (<https://asimo.honda.com>). Başındaki iki kameradan oluşan gözleri ile ASIMO, içinde bulunduğu çevreyi, hareket eden nesneleri, durumları, el-kol hareketleri ile jest ve mimikleri, engelleri, mesafeler ve yönleri fark etme özelliğine sahip olmakla birlikte, sesleri ve yüzleri algılayarak insanlarla etkileşimde bulunmaktadır. Adı ile kendisine seslenildiğinde ASIMO, öne doğru eğilerek veya farklı dillerde sözlü iletişime geçerek karşısındaki kişiye cevap vermektedir, ortalama 10 farklı yüzü tanıyarak onlara isimleri ile hitap edebilmektedir (Dalal ve Setia, 2017:3). Misafirlerimizi isimleri ile tanımanın ve hitap etmenin turizmdeki önemi söz konusu olduğunda robotlara böyle bir kodu tanımlamak, misafirin deneyimini unutulmaz yapan, memnuniyeti artıran ve belki de sadakati sağlayan yenilikçi bir uygulama olabilir.

Kaliforniya Disneyland Resort’de “Disneyland Yenilikleri” adı altında, Honda ASIMO Tiyatrosu’nda “Say ‘Hello’ to Honda’s ASIMO” isimli, her gün düzenlenen, 15 dakikalık bir gösteride ASIMO başrol oynamış ve böylece toplumun insansı robotlar ve ASIMO’nun mevcut yetenekleri ve kullanımını hakkında bilgi sahibi olması sağlanmıştır (Dalal ve Setia, 2017:4; <https://asimo.honda.com/>). 2016 yılında ise ASIMO, Japonya Narita Uluslararası Havalimanı’nda bir hafta boyunca kendisi için ayrılan alanda Japonya dışından gelen ziyaretçileri dans etmek, futbol topuna vurmak gibi çeşitli yetenekleri ile karşılaşmış ve Narita Uluslararası Havalimanı’nın ziyaretçilere sunduğu arzları tanıtmıştır (<https://asimo.honda.com/>). Benzer şekilde fuar, festival, konser, müze ve gösterilerde yer alan ASIMO, İspanya, Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya, Güney Afrika, Avustralya gibi pek çok ülkeyi ziyareti ile dünya turuna devam etmektedir (Dalal ve Setia, 2017:4). Üstün yeteneklerini sergilemek için gerçekleştirdiği bu seyahatleri ile ASIMO’nun turizm faaliyetlerinin de bir parçası olduğu söylenebilir.

Robotik hizmetlerin turizm sektöründeki varlığı, gelecekte daha da çeşitlenebilir. “Robotik İşletmeler” veya “Akıllı İşletmeler” diye adlandırılabileceğimiz bu tür işletmeler farklı bir deneyim ve anı sunuyor olsa da devamlılığı halinde özellikle hizmet sektöründe misafire insan ile iletişim imkânı sunmadığı için mutluluk vermeyecek ve duygusal bir boşluk oluşturacaktır. İçten bir gülümsemenin olmadığı, herhangi bir konuda kısa da olsa bir sohbet edilemeyen, hatırlanamayan, kodlamaları dışında bir soruya cevap veremeyen, kısacası kendisi ile “iletişim” kuramadığımız, duygu taşımayan bir cihaz, özellikle turizm sektöründe insan ruhunun ve emeğinin yerini asla tam olarak alamayacaktır.

Covid-19 pandemisi, ortaya çıktığı andan itibaren, turizmde teknolojik yeniliklerin itici gücü olmuştur ve bu durum gelecekte de devam edecektir (Zeng vd., 2020:8). Son yıllarda varlığından haberdar olduğumuz, her yeni günde bir yenisi ile karşılaştığımız ve yaşamımızı kolaylaştırmak, keyiflendirmek, zamandan tasarruf sağlamak, salgın sebebiyle bireysel olarak işlerimizi yürütmek gibi pek çok sebeplerle kullandığımız akıllı (smart) cihazlar ve akıllı uygulamalar, yaşamımıza hızla nüfuz etmiştir. Bir zamanlar bilgisayarlar, cep telefonları, tabletler, dokunmatik ekranlarla yaşamımıza giren akıllı sistemler artık akıllı destinasyonlar, akıllı şehirler, akıllı binalar ve odalar, akıllı otomobiller ve ulaşım araçları, akıllı havalimanları, restoranlar, akıllı turizm, akıllı turist, akıllı turizm deneyimi gibi kavramları gündemimize taşımıştır. Artık her yerde internete erişim mümkündür ve internet erişimi sunmayan mekânlar ise neredeyse tercih edilmemektedir. Pandeminin etkisi ile bireysel teması ve ortak alanlara teması azaltan, bu teması ortadan kaldıran veya kendi kendini dezenfekte edebilen akıllı ürün/hizmetleri, sistemleri sunan işletmeler, tüketicilerin öncelikli tercihi olabilmektedir. Ürün/hizmetlerin yenilenmesi, web sayfası/sosyal medya hesapları tasarımları, ürün/hizmetlerin çekilen fotoğrafları ve “influencer” denilen kişilerin sanal ortamlardaki paylaşımları ve yorumları tüketime ve özellikle turizme yön vermektedir. Akıllı cihazlar sayesinde seyahat planı yapılabilmekte hatta seyahat/tatil sürecinde istenilen ürün/hizmetler yine bu cihazlar/uygulamalar ile anında talep edilip karşılanabilmektedir. Turizmde yaşanacak deneyim, biriktirecek anı, artık teknolojik cihaza bir küçük dokunuşla sağlanabilmektedir. Dolayısıyla, “akıllı turist” varlığı da göz önünde bulundurulduğunda, değişimi takip eden, yenilikler sunan, teknolojik yatırım yapıp bu teknolojiyi çok iyi kullanan işletmelerin, geleceğin iş dünyasında başarılı olma şansı yükselecektir.

Covid-19 Pandemisi, Yükseköğretim Kurumları ve Turizm Eğitiminde Yenilikçi Uygulamalar

Covid-19 virüsünün dünyaya hızla yayılmasıyla birlikte sektörler ve işletmeler bu küresel krizden oldukça fazla etkilenmiştir. Pandemi sürecinin başlamasıyla birlikte, teknolojik ve dijital bütünleşmelerin ve çeşitli yeniliklerin yaşandığı bir başka sektör ise eğitim sektörüdür. Pandemi süreci ile birlikte Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından da pek çok yenilikçi uygulama yapılmış, uzaktan eğitim yaygınlaştırılmıştır. Yükseköğretim kurumlarında dersler ve materyaller çevrimiçi ve sınır tanımaz düzeyde, hatta ücretsiz ulaşılabilir olmuştur. Benzer şekilde üniversite kütüphanelerindeki kitaplar, dergiler, makaleler araştırmacıların ve okuyucuların hizmetine sınırsızca sunulmuştur. “YÖK Dersleri Platformu” ekranı açılarak, e-kitaplar okuyucuların hizmetine sunulmuştur. Ülkemizin yükseköğretim kurumlarında dersler dijital ortamlarda yapılmış, canlı veya kayıt yayınlar kullanılmış, materyaller uzaktan eğitim sistemi arşivlerinde yerini almış ve istenildiğinde ulaşılabilir olmuştur. Bunun yanı sıra akademisyenlerin, öğrencilerin ve sektör çalışanlarının faydasına olacak pek çok canlı yayın ile farklı konularda bilgi ücretsiz sunulmuş kişisel ve toplumsal gelişime fayda sağlanmıştır. Canlı yayınlarla başlayan bilimsel paylaşımlar zaman içerisinde yerli ve yabancı katılımcıları bir araya

getiren, katılımcıların sunum yapabileceği, soru-cevap imkânının olduğu, katılımcılara dijital sertifika sunabilen ulusal/uluslararası kongrelerin gerçekleşmesine yol açmıştır. İlk başta belki oldukça yadırganan ve nasıl baş edileceği bilinmeyen uzaktan eğitim süreci, çok hızlı bir şekilde ülkemize nüfuz etmiş ve uzaktan eğitim artık hem kaçınılmaz hem de ergonomik bir seçenek olarak yaşamımızda yerini almıştır. Bunun yanı sıra ülkemizin kütüphaneleri ve arşivleri araştırmacıların hizmetine elektronik ortamda açılmış, “öğrenen ülke” adımları sıklaşmıştır. Ülkemiz sınırları dışında da dünyanın önde gelen üniversiteleri derslerini ve yayınlarını çevrimiçi ve ücretsiz olarak açmıştır, kütüphanelerine erişimi kolaylaştırmıştır ve böylece bilgi, “küresel ulaşılabilir” nitelik kazanmıştır. Tüm bu gelişmelerin, ülkemizdeki ve dünyadaki turizm eğitimine erişimi kolaylaştırdığı ve turizm eğitimine etki ederek, katkı sunduğu söylenebilir.

Üniversitelerimizin pandemi sürecinde teknoloji ile bütünleşmesine güzel bir örnek de “Staj Seferberliği” programıdır. Zorunlu stajı bulunan veya staj yapmak isteyen üniversite öğrencileri için kamu kurumlarının ve özel sektörden gönüllü işverenlerin iş birliği ile yürütülen T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi bünyesinde “Staj Seferberliği” programı başlatılmıştır. www.yetenekkapisi.org internet adresi ile öğrenciler veya mezunlar Sabancı Holding, Odtü Teknokent, Türk Havacılık Uzay Sanayii TUSAŞ, Turkcell, Roketsan gibi lider kurumların işverenleri ile buluşmuş ve açık pozisyonlara sanal ortamda başvurma imkânı bulmuştur (<https://www.cbiko.gov.tr>). Kolay bir kayıt işlemi ile internet sayfasına giriş yapan adaylar, ilerleyen sayfalarda yer alan bilgileri sisteme aktardıkça özgeçmişleri oluşmakta ve havuzda yerini almaktadır. Seyahat ederek veya yüz yüze görüşmeler yaparak iş bulmanın kısıtlı olduğu pandemi sürecine bir çözüm olan bu yenilikçi uygulama ile adaylar ve açık pozisyonlar eşleşerek gençlerin istihdamına katkı sağlanmıştır.

İlklerin yaşandığı pandemi sürecinde benzer bir uygulama da yine Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından “Üniversiteni Keşfet YÖK Sanal Fuarı 2020” ile gerçekleştirilmiştir. Üniversite tercihi yapacak adaylar için <https://sanalfuar.yok.gov.tr/> internet adresi ile sanal ortamda fuar düzenlenmiştir. Fuara katılan 200 adet yükseköğretim kurumu, programları, konaklama ve burs imkânları, sosyal ve kültürel faaliyetleri hakkında bilgi paylaşmış, canlı yayınlar aracılığıyla sesli ve görüntülü görüşme gerçekleştirmiştir. Canlı Destek hattı ile adayların soruları cevaplanmıştır. Fuar, 4 gün içerisinde 153 bin kayıtlı kişi tarafından yaklaşık 250 bin kez ziyaret edilmiştir. Bunun yanı sıra yine Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından yabancı uyruklu öğrencilerin ülkemize gelmesine yönelik “Study in Turkey YÖK Sanal Fuarı 2020” düzenlenmiştir. Bu fuara ise 190 yükseköğretim kurumu katılmış, 164 ülkeden 40 bin öğrenci kayıt olmuş ve fuar yaklaşık 60 bin kez ziyaret edilmiştir. Yurt dışı ve yurt içine yönelik yapılan bu iki sanal fuar ulusal ölçekte yapılan ülkemizdeki ilk yükseköğretim sanal fuarları olarak Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarihinde yerini almıştır (<https://www.yok.gov.tr>).

Turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarımız ise çeşitli sanal eğitim/toplantı programlarını kullanarak turizmde istihdam ve kariyer etkinlikleri düzenlemiş, bu sanal ortamlarda öğrencilerimizi sektörümüz yöneticileri ile buluşturarak tanışmalarını, iletişim kurmalarını, iş ve staj imkânı elde etmelerini sağlamıştır.

Bahsedilen bu uygulamalarda olduğu gibi daha pek çok insan kaynakları sanal ortamları gelecekte de yaşamımızın vazgeçilmez parçası olabilir. Bugüne kadar üniversiteler ve akademik birimler bünyesinde düzenlenen kariyer/istihdam fuarları ise teknoloji ile bütünleşerek dijitalleşecek, sanal ortamlarda gerçekleşecektir. Yüz yüze görüşmenin ikinci plana alınacağı bu ortamlar ile zaman, emek ve sermayeden tasarruf etmek ve teması önleyerek bireysel ve toplumsal sağlığı korumak mümkün olacaktır.

“Yeni dünya düzeni” olarak adlandırılan içinde bulunduğumuz zaman diliminde bugün artık işletmelerin veya ülkelerin dünya liderleri de iletişimlerini sanal görüşmeler ile

gerçekleştirmektedir. Uzaktan eğitimi kullanan akademisyenler, öğretmenler, öğrenciler sanal sınıflarda buluşmakta, eğitim şirketleri ve katılımcıları eğitimlerini dijital ortamlarda gerçekleştirmekte, kurum ve kuruluşların yöneticileri ve çalışanları sanal toplantılar ile bir araya gelmektedir. Dolayısıyla, günlük yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olan, gelecekte de kullanacağımız bu çevrim içi ortamları oluşturan yenilikçi ve yaratıcı bireylerin ve şirketlerin yakın gelecekte daha da artacağı ve talep göreceği öngörülmektedir.

Teknoloji çağını yaşıyor olmamız sebebiyle her ne kadar robotlar, akıllı sistemler, yapay zekâ gibi uygulamalar yaşamımıza yön verse de işletmelerin en değerli ve rekabette fark yaratan en önemli kaynağı “insan kaynağı”dır ve bu asla değişmeyecektir. Günümüzün ve geleceğin işletmeleri, akıllı sistemlerin yazılımlarını ve uygulamalarını yapabilen, kullanabilen, yönetebilen ve hatta çevresine de öğretebilen insan kaynağına büyük ihtiyaç duyacaktır. Bu açıdan değerlendirildiğinde yeni neslin nitelik ve yetenekleri bu ihtiyacı karşılayacak özelliklerle donatılmalıdır. Özellikle genç insan kaynağının taşıması önerilen niteliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Sözlü, sözsüz ve yazılı iletişimde ve insan ilişkilerinde başarılı olmak,
- Liderlik etmek, modern liderlik becerilerine sahip olmak,
- İnsan kaynağını yönetebilmek,
- Uyum sağlamak,
- Takım çalışmasına yatkın olmak,
- Motivasyon sağlamak,
- Esnek olmak,
- Empati yapabilmek,
- Problem çözmek ve yaratıcı çözüm önerileri sunmak,
- Belirsizliği, krizi, stresi, zamanı yönetmek,
- Teknolojiyi öğrenmek, anlamak ve kullanmak ve hatta üretmek,
- Veri analizi yapmak ve yorumlamak,
- Çevik olmak, dayanıklı olmak,
- Merak etmek ve araştırmak,
- Sürekli öğrenmek, kendisini ve işletmesini geliştirmek,
- Dijital yetenek ve yeterliliklere sahip olmak,
- Girişimci, yaratıcı ve yenilikçi olmak.

Yenilik ve teknoloji ile yaşayan dünyada, var olan mesleklerin büyük çoğunluğunun önümüzdeki 10 yıl içerisinde yok olacağı ve 2030 yılına kadar yaklaşık 9 milyon yeni iş oluşacağı öngörülmektedir (Dirier, 2020: 14). 2030 yılında pek çok yeni mesleğin var olması öngörülmekle birlikte, açılacak herhangi bir pozisyona başvuracak aday sayısı, özellikle pandeminin etkisi ile artan işsizlik nedeniyle oldukça fazla olacaktır. Çok sayıda aday arasından doğru olanın seçilmesi için de İnsan Kaynakları Yöneticileri’nin yapay zekâ uygulamalarına başvuracağı öngörülmektedir. Açılacak tek bir pozisyon için bile pek çok adayın başvuracak olması, üniversite eğitiminin diploma ile tamamlansa da yeterli olmayacağını, üniversite eğitiminin mezuniyet sonrasında da yaşam boyu devam eden bir süreç olması gerektiğini ve ancak böyle bir uygulama ile bireyin kendini sürekli yenileyebileceğini yansıtmaktadır.

Gelecekte sürekli var olacak sektörlerin teknoloji, bilişim, robotik, yapay zekâ, dijital iletişim, sağlık ve ilaç sektörü, tarım ve hayvancılık, dev veri merkezleri, e-ticaret, lojistik ve taşımacılık, enerji ve çevre, uzaktan eğitim sektörleri olduğu bilinmekle birlikte geleceğin öngörülen yeni ve yenilecek olacak mesleklerinden bazıları ise şunlar olacaktır (Dirier, 2020: 10-15);

- İnsan Kaynakları ve İlişkileri Uzmanı
- İletişim Uzmanı

- Kültür ve Sosyoloji Uzmanı
- Dijital Müşteri/Misafir İlişkileri Uzmanı
- Dijital Halkla İlişkiler Uzmanı
- İnovasyon Yöneticisi
- Pazar Araştırma Uzmanı
- Dijital İçerik ve İtibar Uzmanı
- Dijital Pazarlama, Dijital Satış ve Satış Sonrası Dijital Hizmetler Uzmanı
- Stratejik Pazarlama Uzmanı
- Bütçe Planlama Uzmanı
- Gelir Yönetimi Uzmanı
- Veri Analisti ve Yöneticisi
- Web Sayfası ve Sosyal Medya Tasarımcısı ve Yöneticisi
- Yazılım Geliştiriciler
- Bilgi Güvenliği Uzmanı
- Sanal Güvenlik Uzmanı
- Örgütsel Dönüşüm Uzmanı
- Uzaktan Eğitim Süreci Eğitmeni.

Bu ve benzeri meslek alanlarına uygun nitelik ve yeteneklere sahip insan kaynağı ve özellikle üniversite öğrencileri ile mezunları, geleceğin iş dünyasının kazananları olacaktır.

Turizm sektöründe ise özellikle pandeminin etkisi ile birlikte yeni bir statü/pozisyon, yeni bir iş sahası oluşmuş ve çoktan yaşam bulmuştur. Türk Hava Yolları bunun ilk örneklerinden biri olarak, yenilikçi bir uygulama ile “Hijyen Uzmanı” kabin memuru istihdam etmeye başlamıştır. Seyahat boyunca uçakta bulunan hijyen uzmanı, yolculara hijyen seti dağıtmakta, uçuş boyunca sosyal mesafe kulları ve maske kullanımı konusunda denetleme yapmakta ve süreci yönetmektedir. Benzer bir uygulama ile İstanbul Havalimanı’nda “İGA Hijyen Takımı” 7/24 sahada görev yaparak havalimanında bulunan insanların sosyal mesafe kuralları, hijyen kuralları, pandemi kurallarına uymasını denetlemek ve hatırlatmak için hizmet vermektedir.

Turizm sektörünün kurumsal işletmelerinde bu ve benzeri değerdeki pozisyonlara ait iş tanımlarının oluşturulması ve istihdam ile yaygınlaştırılması, bu alana yatırım yapan işletmelerin yenilikçi özelliğe sahip olmasına, bilinçli ve akıllı tüketiciler tarafından tercih edilmesine ve rekabette üstünlük sağlanmasına fayda sağlayacaktır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yeniliklerin ve teknolojinin hızı ve çeşitliliği, Covid-19 pandemi süreciyle birlikte artış göstermiş ve bu hızlı değişim pek çok sektörü etkileyerek geleceğin ayrılmaz bir parçası olma özelliği kazanmıştır. Teknolojinin hızı ve pandeminin varlığı, turizm sektöründe de ürün, hizmet, süreç ve örgütsel yenilikleri artırmıştır. Bu yeniliklerle birlikte farklı meslekler ve uzmanlık alanları ortaya çıkmaya başlamıştır ve bu durum gelecekte de devam edecektir. Gelecek nesilleri, yeni meslek alanlarına gerekli olan özellik ve yeteneklere sahip bir şekilde yetiştirmek için;

- Üniversitelerde yüz yüze eğitim tercih edilecektir ancak sanal sınıflarda uzaktan eğitim, alternatif bir eğitim yöntemi olarak kullanılabilir.
- Yeni düzene uyum ve uzaktan eğitimi kaliteli sunmak için fiziki şartlar ve teknolojik yapı oluşturulabilir veya yenilenebilir.
- Kütüphanelerin ve akademik kaynakların elektronik ve ücretsiz ulaşılabilir olması sağlanabilir.

- Ders katalogları yeni nesilden beklenen özelliklere, yeteneklere ve geleceğin mesleklerine uygun şekilde güncellenebilir. Bu güncelleme yapılırken sektör temsilcilerinin, alanında uzman kişilerin görüşleri alınabilir ve yükseköğretim kurumlarının ve sektörün ihtiyaçlarına cevap verecek bir müfredat oluşturulabilir.
- Üniversite ile sektör, akademisyenler ile sektör yöneticileri, yalnızca müfredat veya staj için değil, daha pek çok proje için sürekli iletişim, iş birliği ve dayanışma içerisinde olmalıdır.
- Yenilenecek müfredatta seçmeli derslerin sayısı artırılabilir. Böylece öğrenci, yetenekleri ve ilgi alanlarına uygun olan dersleri seçerek geleceğine, akademik başarısına ve mesleki kariyerine yön verebilir.
- Öğrencilerin yaratıcılıklarını ve girişimciliklerini geliştirecek etkinlikler, ödevler ve projeler ile müfredat çeşitlendirilebilir.
- Derslere turizm sektörü yöneticilerini davet etmek, konuşmacı olarak katılımlarını sağlamak, öğrencilerin sektör ve yöneticileri ile bağ kurmasını ve ilgili konuyu bir de uygulamada dinleyip öğrenmelerine katkı sunabilir.
- Turizm sektörü yatırımcıları/yöneticileri ile turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumları arasında yapılacak iş birliği ve anlaşmalar sayesinde turizm eğitimi alan öğrenciler ve mezunların staj/istihdam fırsatlarında öncelikli aday olmaları ve böylece pandemi gibi kriz süreçlerinin her iki taraf için de faydaya dönüşmesi sağlanabilir.
- Teknoloji ile donatılmış derslere müfredatta yer vermek faydalı olacaktır; “Turizm İşletmeleri Yazılımları”, “Teknolojik Gelişmeler ve Uygulamalar”, “Turizm İşletmeleri ve Robotlar”, “Yaratıcılık ve Sosyal Medya Pazarlamacılığı”, “Robotik Kodlama”, “Web Tasarımı”, “Sosyal Medya Yönetimi” gibi. Böylece gençler yeni mesleklere yönlendirilebilir ve teknoloji odaklı donanıma sahip olabilir.
- Pandeminin de etkisi ile bireyselleşmeyi tercih eden turistler, kitle turizminden ziyade alternatif turizm türlerine talebi artırmıştır. Bu akım, gelecekte de devam edecektir. Bu sebeple, alternatif turizm türlerine ve sağlık turizmine müfredatta yer vermek faydalı olabilir.
- “Kimya ve gastronomi” yi veya “tıp ve turizm” i bir arada çalışmak gibi disiplinler arası iş birlikleri ve projeler geliştirilerek eğitime yön verilebilir. Böylece yeni meslekler ve istihdam alanları oluşabilir.
- Uzaktan eğitimde öğrenciler, ders sürecinde iletişim kurmaya, düşünmeye, soru sorma ve cevap vermeye, yorum yapmaya, yaratıcı ve etkileşimli (interaktif) olmaya daha fazla yönlendirilebilir.
- Öğrencinin son yarıyılı veya son yılı staj dönemi olarak uygulanabilir; böylece yenilikçi uygulamaları sektörde deneyimlemesi sağlanarak öğrencinin kariyerine de yatırım yapılmış olacaktır.
- Öğrencilerin sanal turizm faaliyetlerine katılımı özendirilerek bu deneyimi yaşamaları ve yaratıcılıklarının gelişmesi sağlanabilir.
- İstihdam/kariyer fuarları sanal ortamlarda gerçekleştirilerek, bunun yanı sıra sanal insan kaynakları birimleri oluşturularak her an iş/insan kaynağı bulmaya imkân sağlanabilir.
- Öğrenciler, mezunlar, akademisyenler ve sektör yöneticilerinin bir araya geleceği sanal etkinlikler ile coğrafi sınırları aşan nitelikte, sürekli iletişimde ve dayanışmada olmak, kurum kültürü haline getirilebilir.
- Öğrencilere ve mezunlara kişisel gelişim alanlarında çevrim içi veya yüz yüze çeşitli eğitimler verilebilir ve öğrencinin bu eğitimlere katılımı üniversite yönetimi tarafından belgelendirilebilir; böylece, öğrencinin gelişimine ve özgeçmişine katkı sunularak, mezuniyet sonrasında da üniversiteye bağlılığın devamlılığı sağlanabilir.

- Öğrencileri teori ve uygulama eğitimleri ile yetiştirecek olan akademisyenlerin akademik ve kişisel gelişimleri de göz ardı edilmemeli, Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Başkanlığı veya Üniversite Rektörlükleri bünyesinde düzenlenecek çeşitli konulardaki sürekli eğitimler ile bu süreç desteklenmelidir.

Teknolojideki değişim ve çeşitlilik yaşamımızda varlığını sürdürürken, bu mevcut yapı turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarına da yenilikler kazandırmıştır. Yükseköğretim kurumlarındaki yenilikler ile birlikte uzaktan eğitim süreci başlamış ve gelecekte de bu sürecin “Yenil Nesil Üniversiteler” veya “Hibrit Üniversiteler” adı ile daha da yaygınlaşacağı, kampüslerde yüz yüze eğitimlerin yanı sıra sanal kampüslerin de sayısının artacağı ve talep göreceği öngörülmektedir. Üniversiteler, yerelde konumlanan ancak küresel düşünen ve üreten eğitim kurumlarıdır. Üniversitelerin varlığı ise asla yok olmayacak, yüz yüze eğitim yanı sıra sanal ortamlarda da verilen eğitimler ile üniversitelere duyulan ihtiyaç daha da artacaktır. Başta öğrencileri ve mezunları olmak üzere, insan kaynağına, topluma, ülkeye, insanlığa hizmet vermek gibi son derece önemli bir misyonu olan üniversitelerimizin akıllı yatırımlar ile donatılması, değişim ve yenilikleri takip ederek, öğrenerek, uyum sağlayarak uygulaması, bunun sürekliliği oldukça önemlidir çünkü bir üniversite ülkenin geleceğidir. Eğitim, teknoloji ile daha da güçlendirilecek ancak yüz yüze eğitimin yerini hiçbir teknoloji alamayacaktır.

KAYNAKÇA

- Dalal, V. and Setia, U. (2017). Humanoid Robot: ASIMO, *International Journal of Engineering Research & Technology*, 5(3): 1-4.
- Dirier, Ü. (2020). Yeni Çağ Meslekleri, *Para - Haftalık Ekonomi Dergisi*, 23: 10-15.
- Drucker, P. F. (1998). The Discipline of Innovation, *Harvard Business Review*, https://ogsp.typepad.com/focus_or_die_ogsp/files/drucker_1985_the_discipline_of_innovation.pdf: 3-8.
- Guo, H., Yang, Z., Huang, R. and Guo, A. (2020). The Digitalization and Public Crisis Responses of Small and Medium Enterprises: Implications from A COVID-19 Survey, *Frontiers of Business Research in China*, Springer Open, Open Access: 2-25. [Online] <https://fbr.springeropen.com/articles/10.1186/s11782-020-00087-1> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].
- He, W., Zhang, Z. and Li, W. (2021). Information Technology Solutions, Challenges, and Suggestions for Tackling The COVID-19 Pandemic, *International Journal of Information Management*, 57: 1-8.
- Hjalager, A.M. (2010). A Review of Innovation Research in Tourism, *Tourism Management*, 31(1): 1-12.
- https://asimo.honda.com/ASIMO_DCTM/News/renditions/pdf/ASIMO_Disneyland.pdf [Erişim Tarihi: 27.07.2021].
- https://asimo.honda.com/ASIMO_DCTM/News/renditions/pdf/FINAL_ASIMO_Narita_Airport_Demo_0322UP.pdf [Erişim Tarihi: 27.07.2021].
- <https://asimo.honda.com/downloads/pdf/asimo-technical-faq.pdf> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].
- <https://www.cbiko.gov.tr/projeler/staj-seferbirligi> [Erişim Tarihi: 24.08.2020].
- <https://www.hennnacafe.com/> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].
- <https://www.hennnahotel.com/ginza/en/> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.instagram.com/touch.restaurant/?hl=tr> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.istairport.com/tr> [Erişim Tarihi: 13.07.2021].

<https://sanalfuar.yok.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 25.08.2020].

<https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 12.07.2021].

<https://twitter.com/restauranttouch> [Erişim Tarihi: 27.07.2021].

<https://www.yetenekkapisi.org/> [Erişim Tarihi: 25.08.2020].

<https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/universiteni-kesfet-yok-sanal-fuari-2020-yogun-ilgi.aspx> [Erişim Tarihi: 25.08.2020].

Ottenbacher, M. and Gnoth, J. (2005). How to Develop Successful Hospitality Innovation, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2): 205-222.

Śledzik, K. (2013). Schumpeter's View on Innovation and Entrepreneurship, (ed.) Hittmar, S.: *Management Trends in Theory and Practice* (pg.89-95) Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina.

TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2020). Korona Virüsü (Covid-19) Sonrası Nasıl Bir Dünya Bizi Bekliyor?, Mayıs 2020 Raporu, <https://tursab.org.tr/apps/Files/Content/edfcedc9-e91a-41c0-b680-63e79054da00.pdf> [Erişim Tarihi: 12.07.2020].

UNWTO World Tourism Organization. (2021). Tourist Numbers Down 83% but Confidence Slowly Rising, 2 June 2021 Report, <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-06/210602-unwto-barometer-en.pdf?rNy0Q9kCLL.4MgS3dLlc8vpDxNCUt7LY> [Erişim Tarihi: 13.08.2020].

Zeng, Z., Chen, P. and Lew, A. (2020). From High-Touch to High-Tech: COVID-19 Drives Robotics Adoption, *Tourism Geographies an International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 22(1): 1-11.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 889-902.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.805](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.805)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Picasso ve Braque'nin Kübizm'e Etkileri

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet TÜRE, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Konya,
e-posta: a_ture@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9080-2573>

Öz

Kübizm sanat hareketinin inceliklerini detaylarıyla bilmemek bile Pablo Picasso ve Georges Braque'n önemli temsilcileri olduğunu biliriz. Kübizm, 20.yüzyılın başında Fransa'da Pablo Picasso ve Georges Braque arasındaki iş birliğinden ortaya çıkan bir sanat hareketidir. Fovizm hareketinin geometrik soyutlamasına dayanan Kübizm, geleneksel Batı sanat tarzlarının kurallarının çoğunu kırmıştır. Kübist resimlerin en belirgin iki özelliği, soyut, "dört boyutlu" bir perspektifin kullanılması ve sahnelerin ve insanların geometrik şekillere parçalanmasıdır. Gerçek hayatta bir fotoğrafa veya bir sahneye baktığınızda, sahneyi tek bir perspektiften izliyorsunuz demektir. Çerçevelediği tüm nesneler bu tek perspektife göre birbirine uyar. Picasso sadece Kübizm'in merkezi figürü değil, aynı zamanda çok sayıda sanatsal hareketin en etkili sanatçılarından biri olarak kabul edilen uluslararası üne sahip bir ressam ve heykeltıraş ve ayrıca çizim, gravür, kitap illüstrasyonu gibi diğer sanat biçimlerinin bir uygulayıcısıdır. Kübizm, modern sanatta en etkili hareket olup, Picasso ve Braque sanat dünyasını kendisinden önceki hiçbir figürün yapamadığı şekilde dönüştürmüştür. Bu makalede, bir Kübizm tanımı sunmaya, Kübist hareketin köklerini keşfetmeye, 20.yüzyılın ilk yarısındaki gelişmelerini izlemeye ve en etkili temsilcileri olan Picasso ve Braque incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanat Akımları, Kübizm, Picasso, Braque.

Makale Gönderme Tarihi: 27.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2021

Önerilen Atıf:

Türe, A. (2021). Picasso ve Braque'nin Kübizm'e Etkileri, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 889-902.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 889-902. DOI:10.26677/TR1010.2021.805

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Influences of Picasso and Braque on Cubism

Assistant Prof. Dr. Ahmet TÜRE, Necmettin Erbakan University, Faculty of Fine Arts, Konya, e-mail: a_ture@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9080-2573>

Abstract

Although you do not know the subtleties of the Cubism art movement, we know that it has important representatives such as Pablo Picasso and Georges Braque. Cubism is an art movement that emerged from the collaboration between Pablo Picasso and Georges Braque in France at the beginning of the 20th century. Based on the geometric abstraction of the Fauvism movement, Cubism broke many of the conventions of traditional Western art styles. Two of the most distinctive features of cubist paintings are the use of an abstract, "four-dimensional" perspective and the fragmentation of scenes and people into geometric shapes. When you look at a photograph or a scene in real life, you are viewing the scene from a single perspective. All objects in the frame fit together in this single perspective. Picasso was not only the central figure of Cubism, but also an internationally renowned painter and sculptor, considered one of the most influential artists of numerous artistic movements, as well as a practitioner of other art forms such as drawing, engraving, book illustration. Cubism is the most influential movement in modern art, and Picasso and Braque transformed the art world in a way that no figure before him could. In this article, it is examined to present a definition of Cubism, to discover the roots of the Cubist movement, to follow its developments in the first half of the 20th century, and its most influential representatives Picasso and Braque.

Keywords: Art Movements, Cubism, Picasso, Braque.

Received: 27.06.2021

Accepted: 03.09.2021

Suggested Citation:

Türe, A. (2021). Influences of Picasso and Braque on Cubism, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 889-902.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Kübizmin asıl kurucusu, büyük Fransız post - empresyonist Paul Cézanne'nin takipçisi olan İspanyol sanatçı Pablo Picasso'ydu (d.1881) ve Georges Braque, Picasso'nun yakın bir ikincisiydi. Cézanne, doğadaki her şeyin küre, koni ve silindir üzerinde modellendiği teorisini formüle etmiştir. Önce bu basit figürlerin nasıl boyanacağını anlamalı ve sonra her şeyi boyanabilir. Zenci ve ilkel sanatta karşılaştırılabilir form temellerinin keşfi güçlendirici bir etkiye sahiptir.

Kübist, görselleştirilen herhangi bir nesnenin tam bir reproduksiyonunu vermek için hiçbir girişimde bulunmaz, ancak yüzey görünümünün altında yatan yapıyı kendi yolunda yorumlamaya çalışır.

Kübizm, sanatçılar Pablo Picasso ve Georges Braque liderliğindeki yüzyılın en etkili hareketi olarak kabul edildi.Hareketin başlangıcı, “Les demoiselles d'avignon” (Şekil 4) adını alan Picasso'nun bir resmiyle oldu.

Hareketin temel amacı, sahnenin nesnelerini onlarla temsil etmeye çalışan sanatın yaratılması için geometrik formların kullanılmasıydı. Gerçekliğe ya da estetiğe çok fazla bağlanmamak ve daha soyut, hayali ve gerçeküstü bir şeyi tercih etmemek ana sanatsal hareketlerden biriydi.

Kübizmin en belirgin özelliği de bu üç boyutlu perspektifi tamamen göz ardı etmesidir. Sahnedeki nesneler, her biri nesneleri biraz farklı bir perspektiften (soldan, sağdan, üstten veya alttan) temsil eden çok sayıda farklı geometrik bileşene ayrılır. Sanatçılar daha sonra resmin konusunu aynı anda birçok farklı bakış açısıyla sunmak için tuval üzerindeki her parçayı düzenlerler.

SANAT HAREKETLERİ PİYASASI

Bir sanat hareketi, belirli bir felsefe, amaç veya amaca sahip bir sanat üslubudur ve belirli bir süre boyunca bir nesil sanatçılar tarafından takip edilir. On dokuzuncu yüzyılın ortalarında İzlenimcilik ortaya çıkana kadar sanat hareketlerinden söz edemeyiz. On yedinci ve on sekizinci yüzyılda sanat Fransa ve İngiltere hakimdi ve bir sanat eserinin kabulü kaliteli sanat akımı ortodoksiyle uygun olup olmadığı değerlendirilir ve sanatçılar Salon'da karşılaştırılırdı. (Cottington, 2005).

Ancak, 18. yüzyıla gelindiğinde, sergilenen eser sayısı arttıkça Salon'un bir satış kanalı olarak hareket etme yeteneği azalmaya başladı (Cottington, 1998). Ayrıca, 1870 devlet çıkarılması sonrasında 30 yıl içinde aday sanatçıların sayılarının artması ile 1881 yılında Salon'un kontrolü “bayi bazlı serbest piyasa” olarak belirlendi. Salon'un (modern terimlerle) bu şekilde özelleştirilmesinin nedeni ise; sanat eserlerine harcanacak para, giderek çeşitlenen ve genişleyen bir burjuva müşteri kitlesi için çok sayıda resim stiliydi.

1870 Paris'te eleştirmen sisteminin ortaya çıkması, akademizme bir tepki olarak doğan İzlenimciliği (White ve White, 1993) doğurmuştur.

Hook (2012), İzlenimciliğin yükselişini nihai olarak kolaylaştıran faktörün, resimlerin pazarlanma biçimindeki bir değişiklik olduğunu belirtir. Güçlü tüccar, yeni sanatı yorumlayıp halka pazarlamış ve aynı anda tanıtımını yaptığı sanatçıların eserlerini de satın almayı garanti ederek istihdam etmiştir. Hook (2012), yirmi birinci yüzyılın sofistike çağdaş sanat piyasasının kökenlerinin, 1870'de Paul Durand-Ruel tarafından İzlenimcilik tarafından pazarlanma biçiminde olduğu sonucuna varıyor. Ayrıca, eleştirmenler önemli bir rol oynamıştır (Wijnberg ve Gemser, 2000:328).

Empresyonist sanatçıların kendilerini sanat için ve sonraki sanat hareketlerinin ortaya çıkmasında pazarı oluşturulmasında da rol oynamıştır. Kendi sanatını desteklemek için ticari ve eleştirel sisteminin kurulması ile yeni estetik birleştirerek, yirminci yüzyıl boyunca sanata egemen olacak modern hareketlerin ardışıklığının temeli atılmıştır (Fitzgerald, 1996:7).

On dokuzuncu yüzyıl boyunca sanat hareketlerinin çoğalmasının iki açıklaması vardır. Bir yandan, ressamın sayısındaki artış, büyük bir profesyonel toplumun iç tutarlılığını sağlamayı zorlaştırmıştır (White ve White, 1993). İkinci olarak, sanatçıların lonca sistemi resmen kaldırılmış ve kurumsal düzenine mevcut destek yapısı uygulanmıştır (Hauser, 2005).

Cottington'ın (1998) açıkladığı gibi; ressamın sayısındaki artış, sanatçıların kendileri tarafından düzenlenen daha küçük salon sergilerinin çoğalmasına ve pazarın doygunluğuna yol açmıştır. İronik olarak, kısmen soruna bir yanıt olan salon sayısındaki artış, böylece sorunu daha da kötüleştirmeye hizmet etmiş ve sanat dünyasının parçalanmasına neden bulunmuştur.

Salonlarda sergilenen sanatçıların arasında çok az üslup benzerliği vardır. Salonların çoğalmasına ek olarak, Salon'un sanatçı sayısındaki artışla baş edememesi, aynı zamanda daha rahat, daha az kalabalık ve daha yerli izleme koşulları sağlayan iyi gelişmiş bir sanat galerileri hiyerarşisine yol açmıştır (Cottington, 2013). Ayrıca galeriler acemi, alışılmışın dışında ve bilinmeyen sanatçıların çalışmalarını sergilemeye başladı (Cottington, 1998).

Sanat Hareketlerinin Ortaya Çıkışı

İzlenimcilik ve Kübizm gibi sanat akımlarının etkisi sanat tarihçileri tarafından kapsamlı bir şekilde belgelenmiş olsa da bu akımların doğuşuna daha az dikkat edilmiştir. Kurumsal ve piyasa koşullarındaki değişiklikler, şimdiye kadar bu tarzların ortaya çıkması için ana akım açıklamalar olmuştur.

Wolff (1981), sosyal kurumların kimin sanatçı olacağına, sanatçıların sanatlarını nasıl icra ettiklerine ve sanat eserlerinin nasıl üretilip pazarlanacağına karar vermede rolü olduğunu savunur. Cottington (2004), sanatçıların yerleşik kurumsal sanat eğitimi, mesleki uygulama ve sergi çerçevesinden aşamalı olarak ayrıldığına işaret etmektedir. Cottington (1998) koleksiyoncuların rolünü vurgular. Galeriler, eserlerini salonlarda sergilemek yerine onlarla birlikte sergilemeye istekli sanatçılara ihtiyaç duyarken, aynı zamanda bu eseri satın almak isteyen koleksiyonçılara de ihtiyaç duyuyordu. Koleksiyon olmadan istekliliği spekülasyon yapmak, yeni pazar ortaya koymak mümkün değildir.

Bazı uzmanlar, yeni piyasa koşullarının oynadığı önemli rolü vurgulamaktadır. Cottington (1998 :50) avangardizmden, 'piyasa güdümlü avangardizm' olarak bahseder. Benzer bir şekilde, piyasa modernizmin gelişiminin çevresinde değil, onun merkezindeydi (Fitzgerald, 1996:4). Özellikle Kübizm piyasada kritik bir rol oynamıştır (Sgourev, 2013).

Özetle, İzlenimciliğin yükselişi, görsel sanatlar endüstrisinin seçim sisteminin ekranların egemen olduğu bir sistemden, uzmanların egemen olduğu bir sisteme dönüşmesiyle kolaylaştırılmıştır (Wijnberg ve Gemser, 2000:323). Kübizm de dahil olmak üzere yeni sanat akımlarının ortaya çıkmasında kurumsal ve piyasa koşullarındaki ve konum faktörlerindeki değişiklikler neredeyse kesin olarak bir rol oynamıştır. Bununla birlikte, ortaya çıkmaları için tamamlayıcı ve eşit derecede önemli açıklamalar olduğunu iddia edilmektedir. Özellikle, sanatçıların kendilerinin failliğine odaklanan iddialar vardır. Yaratıcılık, kolektif çabanın bir sonucudur (Suddaby ve Young, 2015; Wolff, 1981). Becker (1982:310) sanat dünyasının, daha önce hiç iş birliği yapmamış insanları bir araya getirdiğinde doğduğunu belirtir ve dışsal nedenlere değil, içsel nedenlere

işaret eder ve sanat hareketlerinin yükselişinde bireysel sanatçıların ve diğer aktörlerin işbirlikçi çabalarını vurgular (Becker, 1982:310-311).

Kübizm ve Tarihçesi

Kübizm, 1907'de Avrupa sanat sahnesine giren, geleneksel resimden güçlü bir mesafe koyan ve sanatsal avangardın ortaya çıkması için hayati bir emsal teşkil eden yirminci yüzyılın sanatsal bir hareketi olarak bilinir. Kübizm, öncülüğünü Pablo Picasso ve Georges Braque'nin yaptığı, Avrupa resim ve heykelinde devrim yaratan ve müzik ve edebiyattaki ilgili hareketlere ilham veren bir yirminci yüzyıl avangard sanat hareketidir. Diğer birçok şeyin yanı sıra, iki boyutlu bir yüzey üzerinde üç boyutlu gerçekliği temsil etmenin yeni bir yoluydu (Wilson, 1983:3). Klasik temsil ilkelerini yıkan (Sgourev, 2013) Kübizm, modern sanatın temelini oluşturdu ve tarihinin en etkili sanat hareketi olarak iz bıraktı (Wilson, 1983). Ayrıca Kübist sözdizimi, yirmi birinci yüzyıl sanatının da sözdizimidir (Karmel, 2003).

Kübist eserlerde nesneler parçalanır, analiz edilir ve soyut bir biçimde yeniden birleştirilir (Şekil 1). Nesneleri tek bir bakış açısından çizmek yerine, sanatçı konuyu daha geniş bir bağlamda temsil etmek için konuyu çok sayıda bakış açısıyla tasvir eder. Genellikle yüzeyler görünüşte rastgele açılarda kesişerek tutarlı bir derinlik hissini ortadan kaldırır. Arka plan ve nesne düzlemleri, sık belirsiz alanı yaratmak için iç içe geçer. Yazarların bilgisine göre, kübizm stilini modelleme ve otomatik olarak üretme girişimi olmamıştır. Stili ve yapım sürecini anlamada kavramsal zorluklar ve hem doku hem de çoklu bakış açılarını modellemede teknik zorluklar vardır.



Şekil 1. Pablo Picasso, "Mandolinli kız", 1910.

Yüzyılın başlarında, Post Empresyonizm ve Fovizm Empresyonistlerin resme deneysel yaklaşımından esinlenen hareketler Avrupa sanatına hükmetti. Fransız ressam, heykeltıraş, matbaa ve ressam Georges Braque (1882-1963), stilize manzara ve deniz manzaralarının polikromatik resimleriyle Fauvist harekete katkıda bulunmuştur.



Şekil 2. Georges Braque, “La Ciotat’ta manzara “nın detayı, 1907.

1907’de Braque, İspanyol ressam, heykeltıraş, matbaa ve tasarımcı Pablo Picasso (1881-1973) ile tanıştı. Picasso, Afrika heykel ve maskelerinden etkilenen ilkel eserler üreten “Afrika döneminde” idi. Braque’nin post-empresyonist resimleri gibi, bu parçalar da formla (ve bazen renkle) oynadı, ancak figüratif kaldı. Ancak tanıştıktan sonra, Braque ve Picasso birlikte çalışmaya başladılar, önceki stillerinden daha da saptılar ve iş birliği içinde yeni bir tür olarak Kübizm’i yarattılar. Kübizm, yükseliş yıllarında üç aşamaya ayrıldı: Cezannian, analitik ve sentetik.

Cézanne 1907-1909 yılları arasında gerçekleşti. Adından da anlaşılacağı gibi, Paul Cézanne bu dönemde Kübizm için en büyük ilham kaynaklarından biriydi ve Afrika eserlerinden ilham aldı. Dönem ayrıca “ön analitik” veya erken faz olarak da adlandırılır (Sgourev, 2013).

Analitik 1910 ve 1912 yılları arasında meydana geldi. Kübizmin yüksekliği ve eserlerin daha büyük bir yorumuna sahip olmak daha ‘zor’ olan şeydi, çünkü çok soyut ve geometrik formların çok kullanılmasıydı.

Son olarak, sentetik 1913 ve 1914 arasında meydana geldi. Bu dönemde kolaj, Kübizmde büyük bir varlığa sahipti, görüntülerin çeşitli rekonstrüksiyonları meydana geldi ve onlara yeni anlamlar verdi. Bu süre zarfında, Özet biraz daha küçüktü ve yorumlama şansı daha yüksekti.



Şekil 3. Pablo Picasso, "Gertrude Stein," 1905-1906.

FAZLAR

PROTO-KÜBİZM

Hareket başlamadan önce hem Picasso hem de Braque, gelecekteki stilin unsurlarını kendi türlerine uyguladı. Kübizme bu büyüleyici geçiş, iki eserinde özellikle belirgindir. Les Demoiselles d'avignon (1907) ve L'estaque'deki Viyadük (1908).

Les Demoiselles d'avignon, belki de Picasso'nun Afrika döneminden kalma en ünlü eseridir. 1907 tarihli, figürlerin maske benzeri yüzlerinde ve parçalanmış öznesinde açıkça görüldüğü gibi, Primitivizm ve Kübizmin zirvesinde yaratılmıştır.



Şekil 4. Pablo Picasso, "Les Femmes d'Alger (O.J.)," 1907.



Şekil 5. Georges Braque, " L'estaque'de Viyadük", 1908.

ANALİTİK KÜBİZM

Hareketin ilk resmi aşaması analitik Kübizm olarak bilinir. Bu dönem 1908'den 1912'ye kadar sürdü ve nötr tonlarda işlenen parçalanmış nesnelerin kaotik resimleriyle karakterize edildi (Sgourev, 2013). Picasso, analitik Kübizm ilkelerini heykel pratiğine de uyguladı ve fazın perspektife deneysel yaklaşımını vurgulayan bir dizi büst ve figürle sonuçlanmıştır.



Şekil 6: Pablo Picasso, " Bir Şişe ROM ile Natürmort", 1911 (Metropolitan Sanat Müzesi).



Şekil 7. Pablo Picasso, Bir Kadının Başı, 1909-10.

SENTETİK KÜBİZM

Sentetik Kübizm, 1912’de ortaya çıkan ve 1914’e kadar süren hareketin ikinci aşamasıdır. Bu süre zarfında Picasso, Braque, Gris ve diğer sanatçılar kompozisyonlarını basitleştirdi ve renk paletlerini aydınlattı. Sentetik Kübizm, resim veya kolaj sanatı olarak işlenen natürmort tasvirlerine ilgi gösterir (Sgourev, 2013). Sentetik Kübizm, Kübist hareketin daha sonraki bir gelişmesidir ve bu tarzın ilk resim temsilcisinin Pablo Picasso’nun 1912’deki ‘Sandalye Sopasıyla natürmort’ olduğu düşünülmektedir. Sentetik Kübizmin temel özellikleri, karışık medya ve kolajın kullanılması ve analitik kübizmden daha düz bir alanın yaratılmasıydı. Diğer özellikler, daha fazla renk kullanımı ve dekoratif efektlere daha fazla ilgi göstermekti. Sentetik Kübizmin gelişiminde Picasso, Güzel Sanatlar resminde kolaj ve metin kullanan ilk kişiydi. Kübist resimler arasında gazetelerden, notalardan, kumaş parçalarından ve boyalı metinlerden kesimler vardı. Sentetik Kübizm, nesneleri analiz için ayırmak yerine bir araya getirme eğilimindeydi. Kullanılan cihazların çoğu, resim düzlemini düzleştirmek ve önceki analitik Kübist resimlerden daha az derinliğe sahip bir görüntü oluşturmak için tasarlanmıştır.



Şekil 8. Georges Braque, "ROM ve Gitar", 1918.



Şekil 9. Pablo Picasso, “kafa”, 1913-1914.

Pablo Picasso, 1881-1973

Elbette Picasso ile başlamalıyız çünkü Kübizmi düşündüğünüzde akla ilk gelen şey Picasso'dur. Pablo Picasso, 1881'in sonunda İspanya'nın Malaga şehrinde doğdu. Ülkesinin tarihi ve kültürü, hayatı ve sanatsal kariyeri boyunca Picasso üzerinde önemli bir etkiye sahipti.

Picasso, Sanat kariyerine genç yaşta başladı ve ilk Sergisi yaklaşık 20 yaşında, Els Quatre Gats kafesinde günün sanat trendlerine maruz kaldıktan sonra başladı. Bu sergiden önce La Lonja'daki Güzel Sanatlar Akademisi'ne katıldı.

Picasso'nun kariyerinin başlarında, ağırlıklı olarak post-empresyonist bir sanatçıydı ve empresyonist tarzının kalıntıları daha sonraki eserlerine taşındı. Picasso 1908'de Kübist dönemine girmeden önce, tarzı Mavi döneminden Gül dönemine kadar değişiyordu.

Kübizm sanat hareketinin Birinci Dünya Savaşı'nın başlangıcında ortadan kalktığı bilinirken, Picasso Kübist tarzını geliştirmeye devam etti. İspanya'da köylülere atılan bombaları protesto eden bir eser olan Guernica, 1937'de tamamlandı ve Picasso'nun Kübist tarzının zirvesini temsil ettiği düşünülüyor. Pablo Ruiz Picasso hiç şüphesiz yirminci yüzyılın en önemli sanatçılarından biridir. Picasso' nun yaşamının dönüm noktalarından biri olan Kübizm döneminin başlangıcı 1907 yılında 'Avignonlu Genç Kızlar' isimli tabloyu resmetmesiyle başlamaktadır (Şen, 2020).

Ulaştığı uluslararası şöhretinin boyutları bir yana, Picasso'nun özellikle modern sanat için değeri tartışmasızdır. Bunun nedeni, geleneksel resim sanatının görme biçimini dönüştürmüş, böylece o ana kadar sanatla ilgili olan her şeyi yeniden tanımlamış ve kendisinden sonra da sanatın tümüyle ve sürekli olarak hep yeniden tanımlanmasına neden olmuştur.

Picasso resimleri hakkın da yaptığı söyleşiler de:

Ben başkalarının adına görürüm. Başka bir deyişle, bana kendisini zorla kabul ettiren görüntüleri tuvale geçiririm. Tuvale ne koyacağımı önceden bilmem, hangi renkleri kullanacağıma ise hiç karar veremem. Çalışırken, tuvalde neyin resmini yaptığımı hiç farkında değilimdir. Yeni bir resme her başlayışında kendimi boşluğa atıyormuş, gibi bir duyguya kapılırım. Ayaklarımın üstüne düşüp düşmeyeceğimi hiç bir zaman bilemem. Yaptığım şeyin etkisini değerlendirmeye ancak daha sonra başlayabilirim (Akt. Berger, 1989: 144).



Şekil 10. Pablo Picasso'nun Guernica'sı İspanya'da Sergileniyor.

"Mandolinli kız (Şekil 1)" (1910), Picasso'nun gerçekliğin çarpıklıklarının etkileyici bir etki için nasıl kullanıldığının daha da çarpıcı bir örneğidir. Resmin büyüğü ve çekiciliği tam olarak ışığın tonlarından ve vücudun formunun basitleştirilmiş karesinden gelir. Resmi siyah beyaz yakınlarındaki yakınlarındaki tüm tonları kullanılabilecek üzerinden gerçek olamayacak kadar kahverengi tüm çünkü. Ve bu tonların birleşimi, resmin olağanüstü atmosferini yaratıyor, ki bu arada, Mavi Döneminkinden çok daha az teatral. Bu büyülü atmosfer, kızın tıngırdayan elinde, mafsalların olacağı çizgi boyunca uzanan saf ışık çizgisinde doruğa ulaşır. Elin inceliği, özellikle bilekte, formunun sadeliği ile vurgulanır. Giorgione 'nin "konser Şampanyası" ndaki tıngırdayan eli çok andırıyor." Oyuncunun sağ göğsü de kahverenginin açık ve koyu tonları arasındaki keskin kontrastın yanı sıra gerçekçi olmayan cömert eğriden de şehvet kazanıyor. "Mandolinli kız" gibi bir resmin tarzının bu kadar narin ve güzel olmasının nedeni, kızlar ve müzikle ilgili olmasıdır. Bu, insani değer açısından anladığımız bir şeyle ilgili. Stil, bu değeri ifade etmekten başka bir şey yapmaz. Ve böylece, kız ve müzik kaybolduğunda, stilin şiirini kaybedeceğimizden ve koyu kahverengi geometri ile bırakılacağımızdan eminizdir.

Georges Braque, 1882-1963

Braque, 1882'de Picasso'dan bir yıl sonra Fransa'da doğdu. Gençliğinin çoğu için Braque, geleneksel Fransız stillerinden etkilendi. Gençliğinde Ecole des Beaux-Arts'ta geçirdiği zaman, erken empresyonist tarzını güçlendirdi. Paris'e taşındıktan sonra, Braque Fauvian sanatçılar tarafından dramatik bir şekilde etkilendi ve tarzındaki değişimi 1906 sergisinde belirgindi. 1908'deki ilk kişisel şovu sırasında, ilk önce Picasso ile yolları geçti ve bu yüzden 1914'e kadar savaş çabası için hazırlandığı ve kafa travması aldığı yakın iş birliğine başladı. Savaşın sonu Braque, daha az yapılandırılmış olan tarzını geliştirmek için tek başına çalıştı. Daha sonraki yıllarda, Braque Paris'te Bale gösterileri için resim yaptı, litografi ve mücevher yaptı ve sağlığı güçlü kaldı.



Şekil 11. Le Tapis Vert (1929) by Georges Braque.

SONUÇ

Kübizmi icat eden kişinin Pablo Picasso olduğu söylenebilir. Çığır açan parça, stilde ani bir değişime işaret eden ve Afrika ve ilkel sanat formlarının etkisini gösteren Les Femmes d'Alger (O. J. 1900) 'dur. Resimdeki çıplaklar maske benzeri yüzlere sahiptir ve keskin açısal formlardan oluşur. Genel etki, kırık ve çarpık görüntülerden biridir. 'Kübizm' gerçek adını kimin icat ettiği açısından, bu 1908'de sanatçı Henri Matisse'nin ortaya çıkmasıyla ortaya çıktı Georges Braque'in 'L'estaque'deki evleri' küçük küplerden oluşuyor olarak tanımlandı. Bunu takiben, vadeli hızlı bir şekilde yaygın olarak kabul olmuştur. Kübizm bir tür gerçekçiliktir. Bu, dünyayı görüldüğü gibi değil, olduğu gibi tasvir etmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Kübizmin özel başarısı, klasiği yeniden keşfetmek, temsille arasını bulmak, geleneği ve zihinsel sürecini göstermek için onu dönüştürmektir. Braque ve Picasso'nun çalışmalarında müzik ve müzik aletlerine duydukları ilginin yanında Picasso'da gitar ya da keman kimi zaman kadının kimliğinin yerine geçer.

KAYNAKÇA

- Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. Oakland: University of California Press.
- Berger, J. (1989). *Picasso'nun Başarısı ve Başarısızlığı*, çev. Yurdanur Salman ve Müge Gürsoy Sökmen, İstanbul: Metis Yayınları.
- Cottington, D. (1998). *Cubism in The Shadow of War: The Avant- Garde and Politics in Paris 1905–1914*. New Haven: Yale University Press.
- Cottington, D. (2004). *Cubism and Its Histories*. Manchester: Manchester University Press.
- Cottington, D. (2005). *Modern Art: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Cottington, D. (2013). *The Avant-Garde: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

- Emre Şen, Ö. K. (2020). Picasso'nun Kübik Resimlerindeki Kadın İmgeleri . *Ulak Bilge*, 8(51), 963-970.
- Fitzgerald, M. C. (1996). *Making Modernism: Picasso and The Creation of the Market for Twentieth-Century Art*. Berkeley: University of California Press.
- Hauser, A. (2005). *Social History of Art, Volume 4: Naturalism, Impressionism, The Film Age*. London: Routledge.
- Hook, P. (2012). *The Ultimate Trophy: How the Impressionist Painting Conquered the World*. Munich: Prestel Verlag.
- Karmel, P. (2003). *Picasso and The Invention of Cubism*. New Haven: Yale University Press.
- Sgourev, S. V. (2013). How Paris gave rise to cubism (and Picasso): ambiguity and fragmentation in radical innovation. *Organization Science*, 24(6), 1601–1617.
- Suddaby, R., and Young, R. (2015). The art of the form: a configurational perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(6), 1371–1377.
- White, H. C., and White, C. A. (1993). *Canvases and Careers: Institutional Change in The French Painting World*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wijnberg, N. M., and Gemser, G. (2000). Adding value to innovation: Impressionism and the transformation of the selection system in visual arts. *Organization Science*, 11(3), 323–329.
- Wilson, S. (1983). *What Is Cubism?* London: Tate Gallery Publications Department.
- Wolff, J. (1981). *The Social Production of Art*. New York: St. Martin's Press.

GÖRSEL KAYNAKÇA

- Şekil 1: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.
- Şekil 2: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.
- Şekil 3: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.
- Şekil 4: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.

Şekil 5: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.

Şekil 6: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.

Şekil 7: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.

Şekil 8: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.

Şekil 9: Admin. (2006, September). *What is Cubism? An Introduction to the Cubist Art Movement and Cubist Painters*. Emtyeasel.com: <https://emptyeasel.com/2007/10/17/what-is-cubism-an-introduction-to-the-cubist-art-movement-and-cubist-painters/> adresinden 23 Temmuz 2021 tarihinde alındı.

Şekil 10: artincontext. (2021, April 28). *Cubism Art Movement – A Guide on The Most Notable Cubism Artists*. 23 Temmuz 2021 tarihinde Art In context: <https://artincontext.org/cubism-art-movement/> adresinden alındı

Şekil 11: artincontext. (2021, April 28). *Cubism Art Movement – A Guide on The Most Notable Cubism Artists*. 23 Temmuz 2021 tarihinde Art In context: <https://artincontext.org/cubism-art-movement/> adresinden alındı



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 903-923.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.806](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.806)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Dijital Ortamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sunumu: Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı

Prof. Dr. Gülcan IŞIK, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, e-posta: gulcankarakaya@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6296-7802>

Yunus Emre TOPRAK, Doktora Öğrencisi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, e-posta: emretoprak0633@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7251-9376>

Öz

Kurumsal sosyal sorumluluk en önemli kurumsal itibar bileşenlerinden birisidir. Günümüzde şirketler kurumsal itibarlarını korumak ve arttırmak amacıyla kurumsal sosyal sorumluluk projelerine giderek artan bir şekilde önem vermektedirler. Şirketler içinde yer aldıkları projeleri kamuoyuna duyurarak toplum ve paydaşların gözünde itibarlarını sürdürmek ve arttırmak istemektedirler. Bu bağlamda, internet erişimindeki artış ve sosyal medya platformlarının bireyler tarafından yoğun bir şekilde kullanımıyla, kurumsal web siteleri ve sosyal medya platformları şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk projelerini topluma ve paydaşlarına tanıtmasında önemli araçlar haline gelmiştir. Çalışmada kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin gelişen iletişim teknolojileri kapsamında kamuoyuna sunulmuş biçimlerine odaklanılmıştır. Ülkemizin en önemli şirket gruplarından ikisi olan Sabancı Holding ve Koç Holding kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı üzerinden yürütmektedirler. Bu bağlamda, Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın web sitesi içerikleri ve 1 Mart 2021-1 Haziran 2021 tarihleri arasında Facebook sosyal medya hesapları üzerinden yaptıkları paylaşımlar nitel ve nicel içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal İtibar, Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İnternet, Sosyal Medya, Facebook, Sabancı Vakfı, Vehbi Koç Vakfı.

Makale Gönderme Tarihi: 28.05.2021

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2021

Önerilen Atıf:

İşık, G. ve Toprak, Y. E. (2021). Dijital Ortamda Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Sunumu: Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 903-923.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 903-923. DOI:[10.26677/TR1010.2021.806](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.806)
ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Presentation of Corporate Social Responsibility Actions in Digital Environment: Sabancı Foundation and Vehbi Koç Foundation

Prof. Dr. Gülcan IŞIK, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Communication, Ankara, e-mail: gulcankarakaya@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6296-7802>

Yunus Emre TOPRAK, Ph.D. Student, Gazi University, Institute of Social Sciences, Ankara, e-mail: emretoprak0633@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7251-9376>

Abstract

Corporate social responsibility is one of the most important components of corporate reputation. Nowadays, organizations increasingly take notice of corporate social responsibility projects so as to keep and increase their corporate reputations. Organizations want to maintain and raise their reputation in the estimation of society and their shareholders. In this context, with the increase in internet access and intensive usage of social media platforms by individuals, social media platforms have become important mediums for organizations to introduce their corporate social responsibility projects to society and their stakeholders. In this study, the presentation shapes of corporate social responsibility actions have been focused within the context of developing communication technologies. Sabancı Holding and Koç Holding, which are two of the most important corporation groups of our country, carry out their corporate social responsibility actions through Sabancı Foundation and Vehbi Koç Foundation. In this regard, web site contents and Facebook social media shares between 1 March 2021 and 1 June 2021 of Sabancı Foundation and Vehbi Koç Foundation have been probed in qualitative and quantitative content analyses method.

Keywords: Corporate Reputation, Corporate Social Responsibility, Internet, Social Media, Facebook, Sabancı Foundation, Vehbi Koç Foundation.

Received: 28.05.2021

Accepted: 01.09.2021

Suggested Citation:

Işık, G. and Toprak, Y. E. (2021). Presentation of Corporate Social Responsibility Actions in Digital Environment: Sabancı Foundation and Vehbi Koç Foundation, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 903-923.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Kurumsal izleyiciler, yatırım yapma ve ürün seçme kararlarını verirken firmaların itibarlarını göz önünde bulundurmaktadırlar. İtibarlar; firmaların ürünlerinin, işlerinin, stratejilerinin nasıl olduğunu bildirmekle birlikte, rekabet içinde bulunan firmaların başarı kıyaslamalarını kamuoyuna sunmaktadır. Bu bağlamda, iyi itibara sahip olmak firmalara yönelik ekonomik anlamda olumlu geri bildirimler meydana getirmektedir (Akt. Fombrun ve Shanley, 1990:233).

Faaliyet gösterdiği alanda kaliteli ve kullanışlı ürün ve hizmetler sunmak, şirketlerin iyi bir kurumsal itibara sahip olabilmesi için yeterli değildir. Rekabetin hâkim olduğu günümüz tüketim toplumunda, şirketler hedef kitleleri tarafından seilmeli, sayılmalı ve takdir edilmelidirler. Finansal açıdan güçlü olduklarını kanıtlayabilmeli ve hedef kitlelerine güven aşılayabilmelidirler. Misyon ve vizyonlarını açık ve net bir şekilde ortaya koyarak faaliyet sundukları alanda hem topluma hem de çalışanlarına liderlik edebilmelidirler. İyi yönetildiklerini ve nitelikli personellere sahip olduklarını topluma kabul ettirebilmelidirler. Yukarıda sayılan unsurları toplumun hassasiyetlerine duyarlı sosyal sorumluluk faaliyetleri ile sentezleyebilen şirketler, organik bir parçası olduğu toplum nezdinde iyi bir itibara sahip olmakta ve kendi faaliyet alanlarında rakiplerinin bir adım önüne geçmektedirler.

Sosyal ve çevresel sürdürülebilir kalkınmaya yönelik taleplerin arttığı günümüz dünyasında, bir itibar bileşeni olarak kurumsal sosyal sorumluluğun önemi de giderek artmaktadır. Doğal yaşamı korumayı amaçlayan yeşil tüketimin ve sosyal bağlamda sorumlu yatırımların gelişimiyle, şirketlerin değerlendirme ve planlamalarında finansal etmenler kadar toplumsal faktörler de göz önünde bulundurulmaktadır. Uzman şirketler kurumsal faaliyetlerini çevresel ve toplumsal perspektiflerden gözlemlemekte ve değerlendirmekte; bu değerlendirmeleri temel alarak karar alan tüketici ve yatırımcılarına bilgi sağlamaktadırlar (Tanimoto, 2004:151).

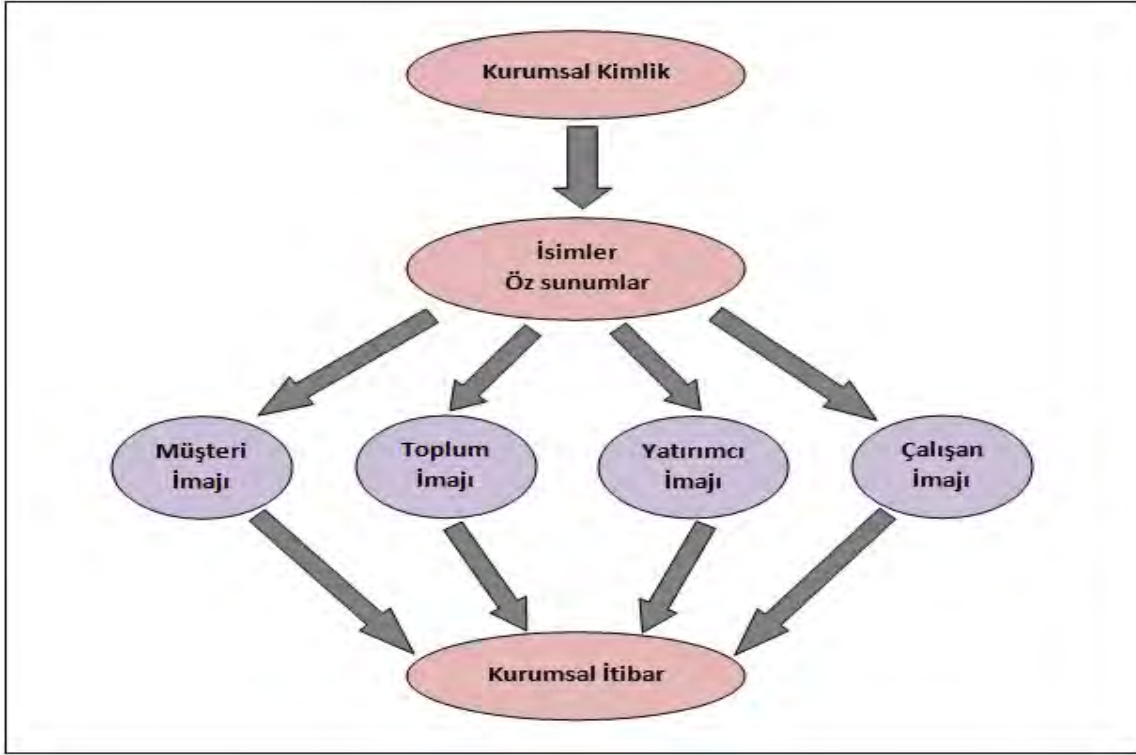
İletişim ve özellikle internet teknolojilerin gelişimi, şirketlere paydaş olarak yer aldıkları sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kamuoyuna sunumu bağlamında büyük avantajlar sağlamaktadır. Şirketler, sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkında kamuoyu ile sürekli ve kesintisiz bir etkileşim halinde bulunabilmede, sosyal medya platformlarının önemini her geçen gün daha fazla kavramaktadır. Şöyle ki; söz konusu platformlarda kullanılan içerikler artık iletişim uzmanları tarafından şirketlerin finansal hedefleri ile toplumun şirketlerden beklentilerini ortak bir paydada buluşturabilecek iletişim stratejileri ile belirlenmektedir.

Bu bağlamda çalışmada Koç Holding'in Vehbi Koç Vakfı; Sabancı Holding'in Sabancı Vakfı aracılığı ile kurumsal itibarlarını sürdürebilmek ve arttırabilmek için uyguladığı kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ele alınmaktadır. Söz konusu vakıfların web sitelerinde ve Facebook sosyal medya hesaplarında sosyal sorumluluk projelerini nasıl ve ne sıklıkta kamuoyuna sunduğu, nitel ve nicel içerik analizi yöntemiyle analiz edilecektir.

KURUMSAL İTİBAR KAVRAMI

Fombrun (2001:293) kurumsal itibarı, *"kilit durumdaki kaynak sağlayıcıların şirketin girişimciliğini yorumlamasını ve değerli çıktılar alma yeteneğini değerlendirmesini ifade eden, şirketin geçmişteki faaliyetleri ile gelecekteki beklentilerinin kolektif bir tasviri"* olarak tanımlamıştır. Acquaah'a (2003:388) göre, bu tanımlama kurumsal itibarın firma ile paydaşları arasında sosyal olarak karmaşık olan bir etkileşim sonucunda geliştiği gerçeğine dayandırılmıştır. Bu bağlamda, kurumsal itibar firmanın geçmişi, şu anki faaliyetleri ya da gelecekteki bir olay karşısında nasıl

davranacağı konusundaki eğilimlerine yönelik paydaşların izlenimlerini ifade etmektedir. Fombrun'un "kimlikten itibara" modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Fombrun'un Kurumsal İtibar Modeli

Kaynak: Lloyd, 2007:33.

Şekil 1'de de görüleceği üzere, Fombrun (1996:37) "kimlikten itibara" modelinde kimliğin; isimler ve öz sunumlar yoluyla sunulabileceğini ve müşteri, toplum, yatırımcı ve çalışan imajlarının bir yansıması olarak kurumsal itibara uzanabileceğini belirtmektedir. Fombrun için "Biz kimiz ve neyi temsil ediyoruz?" sorularının cevabı olarak kimlik; kültür, tarih ve yönetimi de kapsayan etkinlik bağlamında bir ayırt etme aracı olarak hizmet etmektedir.

"Kişilerin bir işletmeyle kurdukları etkileşim esnasında kişisel ve çevresel faktörlere bağlı olarak elde ettikleri bilgiler bağlamında zihinlerinde oluşturdıkları izlenim, düşünce ve görünüm" kurumsal imaj olarak tanımlanabilmektedir (Polat, 2009:2). Kurumsal itibar ise, toplumun işletmelerin performansları ve nitelikleri hakkında genel bir tahmine vurgu yapmaktadır. Kurumsal itibar - kurumsal imajdan farklı olarak- etkili iletişim mekanizmalarıyla güçlendirilmiş tutarlı ve uzun vadeli performansla kazanılabilmektedir. Bu nedenle, inşa edilebilmesi belirli bir zaman gerektiren kurumsal itibarın; kurumsal imaja göre daha istikrarlı ve kalıcı bir yapıya sahip olduğu değerlendirilebilir (Bakan vd., 2019:200).

Fombrun (1996:36), günümüz şirketlerinin imaj ve itibar arasındaki farkı anlamaya başladığını kabul etmekle birlikte; kurumsal imajı bazı durumlarda şirketin kimliğini tam olarak yansıtan bir olgu olarak görmektedir. Bu bağlamda, kurumsal itibar imaj, ilişkiler ve kurumsal performansın bir sonucu olarak belirmeye başlamaktadır. Buna rağmen imaj iki biçimde çarpıtılmaktadır. Bunlardan ilki; şirketlerin reklam ve öz sunumların diğer biçimleriyle kamularını manipüle etmeleridir. İkincisi ise; şirket çalışanlarının çevrelerine ve analistlere yaptıkları gayri resmi açıklamalar sonucunda ortaya çıkan dedikodulardır. Zaman içerisinde kimisi tutarlı, kimisi daha az tutarlı farklı imajlar oluşmaktadır. Gelineen noktada, imaj ve

kurumsal kimlik arasında sürekli ve tutarlı bir uyuma olması durumunda, kalıcı bir değer ortaya çıkmaktadır (Akt. Lloyd, 2007:32).

Fombrun, 4 Aralık 2000 tarihinde Financial Times gazetesinde *The Value to Be Found in Corporate Reputation* (Kurumsal İtibarda Bulunması Gereken Değer) başlığı ile yayımlanan yazısında, insanların şirketler hakkındaki algılarını özetlemek için bir indeks önermiş ve bu indekste katılımcıların şirketleri sevip sevmediklerine yönelik yorumlarından hareketle altı kategoriden oluşan faktörler belirlemiştir. Fombrun söz konusu altı faktörü kullanarak farklı paydaş gruplarının, şirketlerin itibarlarını nasıl gördüklerini değerlendirmek için "itibar katsayısı" geliştirmiştir. Bu katsayı Fombrun'e göre, kurumsal itibarı ölçmek için geçerli bir araçtır (Akt. Kitchen ve Watson, 2010). Fombrun'ün itibar ölçüm faktörleri Tablo1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Fombrun'ün İtibar Ölçüm Faktörleri

Duygusal çekicilik	*Şirketin sevilme derecesi *Şirkete saygı duyulma derecesi *Şirketin takdir edilme derecesi
Ürün ve hizmetler	*İnsanların şirketin kalite, yenilik ve değerine yönelik algıları *Şirketin ürün ve hizmetlerine duyulan güven
Finansal performans	*İnsanların şirketin karlılığı, kazanç olasılığı ve riskleri üzerine algıları
Vizyon ve Liderlik	*Şirket vizyonunun açık ve netliği *Güçlü liderlik
İşyeri Çevresi	*İnsanların şirketin iyi yönetilip yönetilmediğine, çalışanların şirket hakkında tutumuna ve çalışanların kalitesine yönelik algıları
Sosyal sorumluluk	*İnsanların iyi bir yurttaş olarak topluma, çalışanlara ve çevreye olan ilgisi bağlamında şirkete yönelik algıları

Kaynak: Kitchen ve Watson, 2010.

Tablo 1'de görüldüğü üzere Fombrun, itibar ölçümü için altı faktör ortaya koymuştur. Bunlardan ilki; şirketin sevilme, saygı duyulma ve takdir edilme derecesini kapsayan duygusal çekiciliktir. İkincisi; insanların şirketin kalite, yenilik ve değerlerine yönelik algıları ve şirketin ürün ve hizmetlerine duydukları güveni kapsayan ürün ve hizmetlerdir. Üçüncüsü; insanların şirketin karlılığı, kazanç olasılığı ve riskleri üzerine algılarını kapsayan finansal performanstır. Dördüncüsü; şirket vizyonunun açık ve netliği ile güçlü liderliği kapsayan vizyon ve liderliktir. Beşincisi; insanların şirketin iyi yönetilip yönetilmediğine, çalışanların şirket hakkında tutumuna ve çalışanların kalitesine yönelik algılarını kapsayan işyeri çevresidir. Altıncısı; insanların iyi bir yurttaş olarak topluma, çalışanlara ve çevreye olan ilgisi bağlamında şirkete yönelik algılarını kapsayan sosyal sorumluluktur.

Duygusal çekiciliğin ve kullanılan doğru iletişim tekniklerinin, kurumların olumlu bir itibar oluşturmaya katkısı oldukça önemlidir (Budak ve Budak, 2014:186). Nitekim kuruluşların kendisi ile hedef kitleleri arasındaki bağlantıyı iyi yönetmesi durumunda, pazar ile bağlantı

kurabilmeleri de bir o kadar kolay olmaktadır. Bu noktada kurumu başarıya götürecektir etmen, dış müşterisi olan tüketiciler ile iç müşterisi olan çalışanların mevcut işle ilgili ortak bir duygusal güvenceyi paylaşmasıdır. Öte yandan kurum çalışanlarının da iç hedef kitle kapsamında bilgilendirilmesi ve kurumun hedefleri doğrultusunda ikna edilmesi, dış hedef kitlenin iknasında oldukça önemlidir. Öyle ki bir iletişim kampanyasında, çalışanlar kurumun verdiği mesajı yaymak ve güçlendirmek için en önde görev alırlar. Çalışanların şirketin iletişim kampanya ve yöntemlerini benimsemedikleri durumlarda, hedef kitlenin ikna edilmesi zorlaşacaktır.

Fombrun'e (1996:67) göre, iletişim teknolojilerindeki gelişim ile birlikte, çalışanların şirketlere olan bağlılığı da artmaktadır. Bununla birlikte, işletmeler itibarlarını çalışanlarıyla karşılıklı güven oluşturarak sürdürebilmektedirler. Bu bağlamda, işletmeler tarafından çalışanların gelişimleri konusundaki taahhütlere uyulması, azınlıklar ve engelliler gibi gruplara karşı içten çabalar sergilenmesi sonucu oluşturulan çalışma ortamı, kurumsal itibarın yaratılması ve sürdürülebilmesi için son derece önemlidir (Akt. Yirmibeş, 2010:31).

İyi bir kurumsal itibar, müşterileri firmanın ürün ve hizmetlerine çekme, yetenekli ve becerikli çalışanları daha kolay bir şekilde işe alma ve finans kaynaklarına diğer rakip firmalara göre daha düşük bir maliyetle erişme gibi birçok avantajı da beraberinde getirmektedir. Buna ek olarak, iyi bir kurumsal itibar medyanın şirket hakkındaki algısını ve şirkete yönelik davranışlarını olumlu bir biçimde değiştirebilmekte, firmanın ürün ve hizmetleri için daha yüksek fiyatlar belirleyebilmesine olanak tanımakta ve firmaya pazarına girmeye çalışan rakip firmalara karşı kendisini savunabilme şansı vermektedir. Özetle, iyi bir kurumsal itibar, paydaşlar için firmanın çekiciliği ve verimliliğini ifade etmekte ve firmaya gelecekte bu paydaşlardan kâr elde etme fırsatı sunmaktadır (Acquaah, 2003:388-389).

Bu noktada finansal performans, *"bir organizasyonun kârlılık ve yatırım amacı ile rekabet edebilme ve risk edebilme yeteneği"* olarak tanımlanmaktadır (Karatepe, 2008: 89). Buna göre teknik ve fiziksel donanım yetersizliği, örgütlerin hedeflerine ulaşmalarını engelleyen nedenlerinden birisidir. Küresel piyasada rakiplerine oranla daha fazla itibara sahip olan ve daha başarılı olan örgütler, ekonomik yapılarını güçlendiren örgütlerdir. Bu bağlamda, finansal performansı iyi olan bir örgüt; yüksek kâr elde etme olanağına sahiptir, riski düşük yatırımlar yapar, büyüme ile ilgili güçlü tahminlerde bulunur ve rakiplerinden daha iyi performans gösterir (Karaköse, 2007:47).

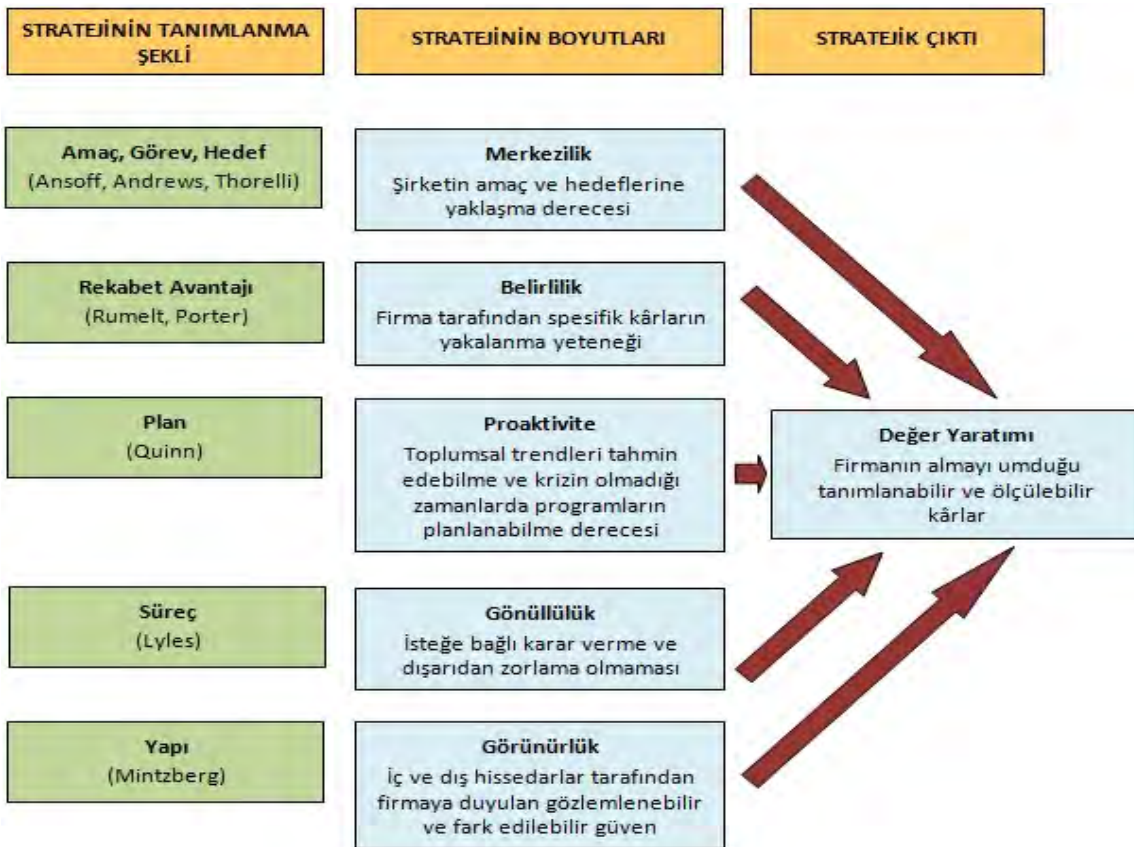
Kurumların itibarlarında önemli etkenlerden biri de liderliktir. Öyle ki, örgütlerin amaçlarının belirlenmesi ve bu amaçlara göre strateji ve vizyonlar geliştirilmesi liderin önderliğinde gerçekleşir. Bu bağlamda lider, vereceği kararlarla şirketin itibarından da sorumludur. Liderin önderliğinde belirlenen vizyonlar gerek iç çevre gerekse dış çevre tarafından olumsuz algılanmamalı, toplumsal hassasiyetler ile örgüt ve çalışanların değerleriyle örtüşmeli ve kurumsal itibarın gelişimine katkıda bulunmalıdır.

BİR İTİBAR BİLEŞENİ OLARAK KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Uzun ve değişken bir tarihçeye sahip olan sosyal sorumluluk kavramı üzerine resmi anlamda üretilen yazımlar genellikle yirminci yüzyılın son elli yıllık bölümünün ürünüdür. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının izlerini dünya genelinde gelişmiş ülkelerde görmek mümkün olsa da; kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili yazımlar genellikle literatürün büyük bir bölümünün yer aldığı Amerika Birleşik Devletleri'nde görülmektedir (Carroll, 1999:238).

Buna göre kurumsal sosyal sorumluluk, kimilerine göre hukuksal sorumluluk ve yükümlülüğü ifade ederken; kimilerine göre ise, etik anlamda sosyal olarak sorumlu davranışlar anlamını taşımaktadır (Votaw, 1972:25). Örneğin McGuire'e (1963:144) göre, sosyal sorumluluk işletmenin ekonomik ve hukuki yükümlülüklerinin yanı sıra, topluma karşı olan sorumluluklarının da bulunduğu fikrine dayanmaktadır. İşletme; toplumun refahı, çalışanlarının ve toplumsal çevrenin motivasyonu, eğitim ve politika konuları ile ilgilenmelidir. Benzer bir şekilde, sosyal sorumluluk ekonomik performansa ek olarak şirket tarafından ağırlık verilmesi gereken amaç ve hedeflerdir. Azınlık gruplarının işe alınması, kirliliğin azaltılması, toplumu geliştirmek için uygulanan programlarda daha fazla yer alma, iyileştirilmiş tıbbi destek, iyileştirilmiş endüstriyel sağlık ve güvenlik gibi yaşam kalitesini artırma amacı ile düzenlenmiş programlar sosyal sorumluluk şemsiyesi altında toplanmış faaliyetlerdir (Backman, 1975:2-3).

Burke ve Lonsdon'a (1996:496) göre, değer yaratımı genel olarak şirketin ve stratejik karar verme sürecinin en önemli unsuru olarak görülmektedir. Burke ve Longsdon'un amaç, görev ve hedef ile merkeziliği, rekabet avantajı ile belirliliği, plan ile proaktiviteyi, süreç ile gönüllülüğü, yapı ile görünürlüğü bağdaştırdığı "değer yaratımında sosyal sorumluluk stratejilerinin boyutları" adlı modeli, Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Değer Yaratımında Sosyal Sorumluluk Stratejilerinin Boyutları

Kaynak: Burke ve Longsdon, 1996: 497.

Buna göre sosyal sorumluluğun değer yaratımı üzerine muhtemel katkıları değerlendirildiğinde; Burke ve Longston tarafından şirketin amaç ve hedeflerine yaklaşma derecesi olarak tanımlanan "merkezilik", firma tarafından spesifik kârların yakalanma yeteneği olarak tanımlanan "belirlilik", toplumsal trendleri tahmin edebilme ve krizin olmadığı

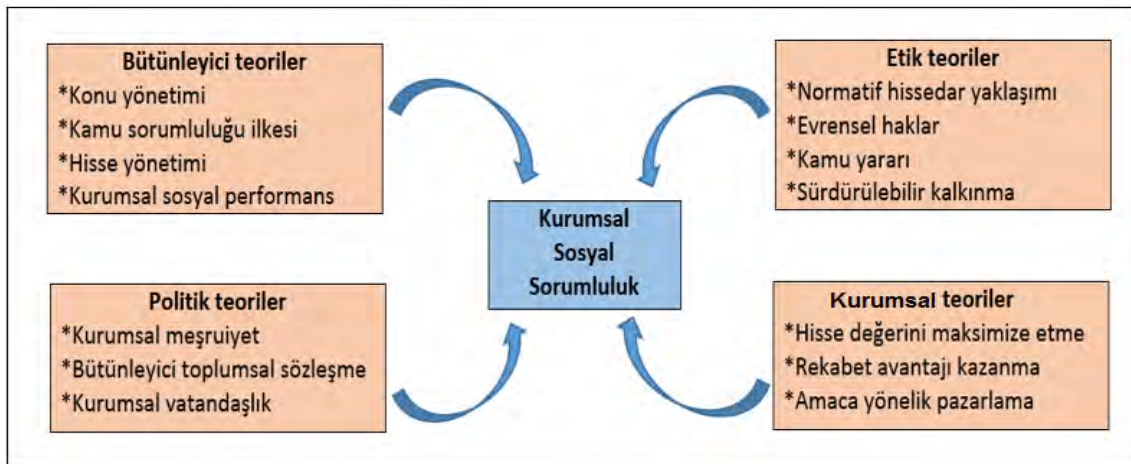
zamanlarda programların planlanabilme derecesi olarak tanımlanan "proaktiflik", isteğe bağlı karar verme ve dışarıdan zorlama olmadan karar verme olarak tanımlanan "gönüllülük", iç ve dış hissedarlar tarafından firmaya duyulan gözlemlenebilir ve fark edilebilir güven olarak tanımlanan "görünürlük" sosyal sorumluluğun stratejik önemde beş boyutu olarak ortaya çıkmaktadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı, şirket ve toplum arasındaki ilişki göz önünde bulundurularak anlaşılabilir (Tanimoto, 2004:158). Davis ve Blomstrom (1966:12), sosyal sorumluluğu "*bireyin karar ve faaliyetlerinin toplumsal sisteme olan etkilerini göz önünde bulundurma yükümlülüğü*" olarak tanımlamışlardır. İş insanları iş ile ilgili faaliyetlerinden etkilenen insanların ihtiyaç ve alakalarını göz önünde bulundurdıklarında sosyal sorumluluğa başvururlar ve bu şekilde davranarak, şirketlerinin ekonomik ve teknik amaçlarının çok daha ötesine bakmış olurlar. Bugünün küresel dünyasında kurumsal sosyal sorumluluk yeni ve gelişen bir finansal risk faktörü durumuna da gelmiştir. Yanlış yönetildiği takdirde, firmaların kurumsal itibarı zarar görebilir. Bununla birlikte, firmalar iş hacimlerinde ve kârlarında olumsuz bir etki ile yüzleşmek durumunda kalabilirler (Ogrizek, 2002:215).

Kurumsal sosyal sorumluluk, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (*Organisation for Economic Cooperation and Development-OECD*) üyesi hükümetlerin politik ajandalarında önemli bir yere sahiptir. Birçok grup, sektör ve paydaş için farklı anlamlar taşısa da sosyal sorumluluğun "*şirketlerin sürdürülebilir gelişimine katkısı*" tanımı genel anlamda kabul görmüştür. Şirketler artık sadece vergilerini ödeyerek ve yasalara uyarak varlıklarını sürdüremeyeceğini anlamış ve bunlarla birlikte toplumdaki etkilerini yönetmek için daha fazla sorumluluk almaları gerektiğinin farkına varmıştır (Nourick, 2001:13-14).

Grunig ve Hunt, kamusal ya da sosyal sorumluluğun organizasyonun halkla ilişkiler fonksiyonuna sahip olması için çok önemli bir sebep olduğunu ve iki yönlü simetrik iletişimin sosyal sorumluluğun değerlendirilmesinde en iyi araç olduğunu ifade etmişlerdir. İki yönlü simetrik model ile iyi planlanmış iki yönlü bilgi akışı neticesinde hem organizasyon hem de paydaşlar davranışlarını ve tutumlarını değiştirebilmektedirler (Akt. Clark, 2000:368).

Garriga ve Mele (2004: 52-53) ise kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili teorileri işletme ve toplum arasındaki etkileşim bağlamında dört ana başlık altında kategorize etmişlerdir. Söz konusu kategorizasyona göre oluşturulmuş görsel Şekil 3'te sunulmuştur.



Şekil 3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Kuramsal Yaklaşımlar

Kaynak: Garriga ve Mele, 2004: 52-53.

Şekil 3'te görüleceği üzere, kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik dört kuramsal yaklaşım bulunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun ekonomik amaçları başarmak için stratejik bir araç olarak görülerek, sadece karı arttırmak olarak değerlendirildiği "kurumsal teoriler" ilk yaklaşımı oluşturmaktadır. Kurumun toplum ve politik alandaki sorumlulukları ile ilişkisinin, yani sosyal gücünün vurgulandığı "politik teoriler" ikinci yaklaşımı oluşturmaktadır. Şirketlerin varlıklarını ve büyümelerini sürdürebilmelerinin, içinde bulundukları topluma bağlı olduğunu ve bunun sonucu olarak, işletmelerin toplumun sosyal taleplerini yeterine getirmeleri gerektiği düşüncesinden ortaya çıkan "bütünleyici teoriler" üçüncü yaklaşımı oluşturmaktadır. İşletmeler ile toplum arasındaki ilişkilerin etik değerler doğrultusunda yapılması gerekliliğinin ve işletmelerin sosyal sorumluluklarını göz önünde bulundurdukları hususların en üstünde etik bir yükümlülük olarak görmelerinin vurgulandığı "etik teoriler" ise dördüncü yaklaşımı oluşturmaktadır.

İşletme politikalarını kurumsal sosyal sorumluluk stratejileri ile birleştiren şirketler, belirgin ve elle tutulur karlar elde etmenin yanı sıra rekabet avantajı da kazanmaktadırlar (Ogrizek, 2002:220). Bununla birlikte, araştırmalar kurumsal sosyal sorumluluğun çalışanlar ve müşteriler üzerindeki etkileri üzerine de odaklanmaya başlamıştır (Akt. Chahal ve Sharma, 2006:208). Tüketiciler, firmaların kurumsal sosyal sorumluluklarına daha fazla ilgi duymaya ve tüketim kararlarını firmaların kurumsal sosyal performansları bağlamında vermeye başlamışlardır (Tanimoto, 2004:151). Zira Creyer (1997:421), etik ve müşteri tercihleri arasında da olumlu bir ilişki olduğunu ileri sürmüştür; Handelman ve Arnold (1999:33) da kurumsal sosyal sorumluluk ile iş performansı arasındaki olumlu ilişki nedeniyle şirketlerin etik stratejileri ile ekonomik odaklı pazarlama stratejilerini bütünleştirdiklerini belirtmişlerdir.

Carroll (1991:40), ortaya koyduğu kurumsal sosyal sorumluluk piramidi ile "ekonomik", "yasal", "etik" ve "gönüllülük"ten oluşan dört sosyal sorumluluk alanının bütüncül sosyal sorumluluğu oluşturduğunu ifade etmektedir. Carroll, ekonomik ve yasal sorumlulukların belirli ölçülerde işletmelerle birlikte her zaman var olduğunu; fakat etik ve gönüllü sorumluluğun daha sonradan önem kazandığını vurgulamaktadır. Carroll'un kurumsal sosyal sorumluluk piramidi Şekil 4'te sunulmuştur.



Şekil 4. Carroll'un Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Kaynak: Carroll, 1991: 42.

Şekil 4'ten de anlaşılacağı üzere bütün işletme sorumlulukları şirketin ekonomik sorumluluklarına dayanmaktadır. Çünkü ekonomik sorumlulukların olmadığı bir ortamda diğer sorumlulukların önemi azalır. Bu bağlamda, sosyal sorumluluk piramidinin temelini ekonomik sorumluluklar oluşturur. Toplumsal sözleşmenin bir unsuru olarak, şirketler ekonomik görevlerini hukuk çerçevesinde yerine getirmelidirler. Ekonomik ve hukuki sorumluluklar dürüstlük ve adalet gibi etik normları içerse de etik sorumluluklar hukuki olarak tanzim edilmemiş olmasına rağmen toplumu oluşturan bireyler tarafından istenen ve istenmeyen faaliyet ve pratikleri kapsamaktadır. Gönüllü sorumluluklar ise toplumun işletmenin iyi bir kurumsal yurttaş olması yönündeki beklentisi üzerine işletme tarafından icra edilen kurumsal faaliyetleri içermektedir (Carroll, 1991:40-42).

Son yıllarda küreselleşme, geleneksel kapitalist düşüncüyü hem piyasa hem de toplumu içine alacak şekilde yeniden yapılanma konusunda zorlamaktadır. Küreselleşme, kurumsal yurttaşlık ve kurumsal itibar konuları üzerinde çok önemli bir etkiye sahiptir. Faaliyet gösterdikleri alanların birleştirici unsuru olarak şirketler, "kurumsal yurttaşlar" olarak değerlendirilmektedirler (Ogrizek, 2002:216). İşletmeler faaliyet gösterdiği toplumu hesaba katmak zorunda oldukları için, iş dünyası ve yöneticiler arasında oldukça popüler bir kavram olan kurumsal yurttaşlık terimi; bir topluma ait olma düşüncesini çağrıştırmaktadır. Kurumsal yurttaşlık toplumdaki bir işletmenin haklarına, sorumluluklara ve muhtemel ortaklıklarına odaklanmaktadır. Terim üzerine farklı tanımlamalar yapılmış olsa da kurumsal yurttaşlığın literatürde genel anlamda kabul görmüş tanımı, işletmenin yerel toplumu geliştirmedeki istek ve arzusu ile çevre hakkındaki duyarlılığının üst seviyede olmasıdır (Garriga ve Mele, 2004:57).

Buraya kadar bahsedilenlerden de anlaşılacağı üzere kurumlar, görev çevresi ve sosyokültürel normlardan oluşan kompleks bir çevresel sistemin organik ve bölünmez bir parçasıdır (Dacin, 1997:46). Meyer ve Scott'a (1992:1) göre, organizasyon sınırlı kaynaklar için rekabet eden mahdut bir aktör olmaktan ziyade, içinde bulunduğu çevre ile iç içe girmiştir. Bu nedenle, organizasyonun yapısı ve faaliyetleri içinde bulunduğu çevrenin normlarını yansıtmaktadır. Rasyonel stratejik amaçların sonucu olmanın ötesinde, organizasyonlar teknik akıcılık ve toplumsal süreçten toplumsal bütünleşme ve adalete kadar büyük toplumsal amaçların meşru araçlarıdır (Akt. Handelman ve Arnold, 1999: 34). Bu noktada, organizasyon ile refahına etki ettiği toplum arasında bir toplumsal sözleşme ortaya çıkmaktadır (Robin ve Reidenbach, 1987:45).

YÖNTEM

Araştırmanın amacı Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın kurumsal itibarını sürdürebilmek ve arttırabilmek için uyguladığı sosyal sorumluluk projelerini, web sitelerinden ve resmi Facebook hesaplarından kamuoyuna nasıl, ne sıklıkta ve hangi içerikler ile sunduğunu analiz etmektir. Bu bağlamda, Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı projelerinin web sitesi ve Facebook sosyal ağ platformundan sunumuna odaklanan bu araştırma, betimleyici bir araştırmadır. Niteliksel ve niceliksel araştırma tasarımının kullanıldığı bu çalışmada Vehbi Koç Vakfı ve Sabancı Vakfı sosyal sorumluluk paylaşımları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İnceleme kapsamında yer alan dönemde vakıfların web sitesi ve Facebook sosyal ağ platformunda yayımladığı kurumsal sosyal sorumluluk içeriklerine odaklanılmasının nedeni, internetin ve sosyal medyanın en çok kullanılan iletişim araçlarından olması ve özellikle sosyal medyanın karşılıklı iletişime olanak vererek kurum ve kullanıcı arasında bir etkileşim oluşturmasıdır.

Örneklem

Araştırmanın evreni Vehbi Koç Vakfı ve Sabancı Vakfı'dır. Araştırmanın örnekleme ise söz konusu vakıfların web sitesi içerikleri ile resmi Facebook hesaplarında 1 Mart 2021-1 Haziran 2021 tarihleri arasında kalan üç aylık dönemde yayımlanan 106 Facebook içeriğinin tamamıdır. Söz konusu tarih aralığının seçilmesinin nedeni; Kadınlar Günü, Anneler Günü, Dünya Sağlık Günü, Dünya Sokak Hayvanları Günü, Dünya Otizm Farkındalık Günü, Dünya Tiyatro Günü, Uluslararası Hemşireler Günü, Emek ve Dayanışma Günü, Sosyal Girişimcilik Günü, Vakıflar Haftası, Engelliler Haftası, Müzeler Haftası, Ramazan Bayramı, Çanakkale Deniz Zaferi, Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, Gençlik ve Spor Bayramı, Tıp Bayramı gibi özel günlerin bu tarihler arasında yoğunlaşmış olmasıdır. İçerik analizi uygulamasının ilk bölümünde vakıflara ait web siteleri, ikinci bölümde vakıfların Facebook hesapları incelenmiştir.

Çözümleme Kategorisi

Web sitesi analizinde kodlama cetveli daha önce Kanada'da bulunan kâr amacı gütmeyen çevreci grupların web varlıklarını inceleyen ve bu bağlamda 43 kuruluşun web sitelerini inceleyen Greenberg ve MacAulay (2009:63-69) tarafından oluşturulmuş 3 kategoriye göre hazırlanmıştır. Bu 3 kategorinin yer aldığı araştırmada Yılmazel'in (2011:64) daha önce hazırladığı 28 kriterden oluşan kodlama cetvelinden yararlanılarak 43 kriterden oluşan yeni bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Kodlama cetvelinde bulunan 3 kategori ve 43 kriter aşağıda belirtilmiştir:

Vakıfla ilgili genel bilgileri açıklama kategorisi: Bu kategoride "vakfın tanımı", vakfın tarihçesi", "vakfın misyon ve amaçları", "vakfın kurucu bilgileri", "vakfın posta adresi", "vakfın telefon/faks numarası", "vakfın elektronik posta adresi", "vakfın logosu", "vakfın harita görseli", "resmi senet", "finansal bilgiler", "vakfın üyesi olduğu kuruluşlar", "vakfın aldığı ödüller", "kurumsal yapı", "faaliyet haritası", "vakfın alt kuruluşları", "vakfa ait Facebook sayfasına bağlantı", "vakfa ait Twitter sayfasına bağlantı", "vakfa ait YouTube sayfasına bağlantı" ve "vakfa ait Instagram sayfasına bağlantı" olmak üzere toplam 20 kriter bulunmaktadır.

Vakıfla ilgili bilgilerin paylaşım kategorisi: Bu kategoride "projeler", "fotoğraflar", "videolar", "oturum açma bağlantısı", "elektronik bülten üyelik bağlantısı", "basın bültenleri", "basında yer alan bilgi/haberler", "duyurular", "kalıcı eserler", "eğitim/burs", "kültür/sanat", "sağlık", "spor" ve "vakfın verdiği ödüller" olmak üzere toplam 14 kriter bulunmaktadır.

Üyelerle bağ kurma kategorisi: Bu kategoride "etkinlikler", "gönüllülük seçenekleri", "bağışta bulunma", "iletişim formu", "arkadaşına öner/paylaş", "Facebook üyeliği", "Twitter üyeliği", "YouTube üyeliği" ve "Instagram üyeliği" olmak üzere toplam 9 kriter bulunmaktadır.

Facebook analizi 3 kategoriye göre hazırlanmıştır. Bu üç kategorinin yer aldığı analizde toplam 21 kriterden oluşan kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bunlar:

İçeriklerin Sayısal Değerleri: Bu kategoride "toplam içerik sayısı", "içeriklerin toplam beğenilme sayısı", "içeriklerin toplam paylaşıma sayısı" ve "içeriklerin toplam yorumlanma sayısı" olmak üzere toplam 4 kriter bulunmaktadır. Her iki vakfın da Facebook hesaplarında paylaştıkları içerikler -silinmedikleri sürece- sürekli olarak beğenilmekte, paylaşılmakta ve yorumlanmaktadır. Analiz kapsamında kodlama cetveline konu nicel veriler 2 Haziran 2021 tarihinde kayıt edilmiştir.

İçeriklerin Konuları: Bu kategoride "kültür ve sanat", "eğitim/burs", "toplumsal cinsiyet eşitliliği ve kadına yönelik", "aile içi şiddete karşı çıkmaya yönelik", "toplumsal değişim", "özel gün paylaşımları", "girişimcilik/motivasyon/tasarımcılık", "sağlık", "anma", "vakıf tarafından verilen ödüller", "vakıfa verilen ödüller", "engelli yurttaşlara yönelik", "kültür, eğitim ve sağlık alanında kalıcı eserler", "hayvan hakları ve doğayı korumaya yönelik" ve "faaliyet raporu" olmak üzere toplam 15 kriter bulunmaktadır.

İçeriklerin Türü: Bu kategoride "fotoğraf" ve "video" olmak üzere toplam 2 kriter bulunmaktadır.

Çözümleme Birimleri

Geray'a (2006:150) göre, çözümleme birimleri dilsel birimler (kelimeler, cümleler, paragraflar) ve dilsel olmayan birimler (belgenin tümü, belgenin parçaları, karakterler) olarak sınıflandırılmaktadır (Akt. Çelik ve Aydın, 2016:230). Bu bağlamda, bu araştırmadaki çözümleme birimi, dilsel olmayan birimlerden belgenin bütünüdür. Bu araştırmadaki temel sayma birimi, Vehbi Koç Vakfı ve Sabancı Vakfı web siteleri ve resmi Facebook hesaplarında yayımlanan içerikler olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda, sosyal sorumluluk projelerinin içerik analizinde kullanılan temel kategorilere göre frekans dağılımları sunulmuştur. İncelemede kapsamında yer alan dönemde Vehbi Koç Vakfı ve Sabancı Vakfı projelerinin web siteleri ve resmi Facebook hesapları üzerinden sunumuna odaklanılan bu çalışmada radyo, televizyon, gazete, dergi, gibi diğer iletişim araçları dikkate alınmamıştır. Bu bağlamda, araştırma bulguları değerlendirilirken bu sınırlılık göz önünde bulundurulmalıdır.

BULGULAR

Web Sitesi Bulguları

Vakıfla İlgili Genel Bilgileri Açıklama Kategorisi Bulguları

Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın kurumsal web sitelerinin kendileriyle ilgili bilgileri açıklama kategorisi bulguları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2'de sunulduğu üzere, vakıflarla ilgili genel bilgileri açıklama kategorisi altında, vakıflara ait web siteleri 20 kriter açısından incelenmiştir. Bu bağlamda, Sabancı Vakfı'nın kriterleri karşılama oranı %95 iken; Vehbi Koç Vakfı'nın kriterleri karşılama oranı %90 olarak hesaplanmıştır. Her iki vakfın da kriterleri karşılama oranları tatmin edici düzeydedir. Günümüzde sosyal medya kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Gerek Sabancı Vakfı'nın gerekse Vehbi Koç Vakfı'nın web siteleri üzerinden Facebook, Twitter, YouTube ve Instagram gibi yaygın sosyal ağ platformlarına bağlantı sağlamak suretiyle; üyeleriyle kurdukları iletişim ve etkileşimi etkili ve sürekli bir hale getirmeyi amaçladığı sonucuna ulaşılabilir. Bununla birlikte, resmi senet vakfın kamuoyu tarafından daha şeffaf bir şekilde algılanmasını kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda; yasal, toplumsal ve ekonomik sorumluluklarını resmi senet olarak web sitesinde paylaşan Sabancı Vakfı'nın; Vehbi Koç Vakfı'nın bir adım önünde olduğu değerlendirilebilir.

Tablo 2. Vakıf Web Sitelerinin Kendileriyle İlgili Genel Bilgileri Açıklama Kategorisi Bulguları

S. Nu.	Kriter	Sabancı Vakfı	Vehbi Koç Vakfı
1	Vakfın tanımı	✓	✓
2	Vakfın tarihçesi	✓	✓
3	Vakfın misyon ve amaçları	✓	✓
4	Vakfın kurucu bilgileri	✓	✓
5	Vakfın posta adresi	✓	✓
6	Vakfın telefon/fax numarası	✓	✓
7	Vakfın elektronik posta adresi	✓	✓
8	Vakfın logosu	✓	✓
9	Vakfın harita görseli	✓	✓
10	Resmi senet	✓	✗
11	Finansal bilgiler	✓	✓
12	Vakfın üyesi olduğu kuruluşlar	✓	✗
13	Vakfın aldığı ödüller	✓	✓
14	Kurumsal yapı	✓	✓
15	Faaliyet haritası	✓	✓
16	Vakfın alt kuruluşları	✗	✓
17	Vakfa ait Facebook sayfasına bağlantı	✓	✓
18	Vakfa ait Twitter sayfasına bağlantı	✓	✓
19	Vakfa ait YouTube sayfasına bağlantı	✓	✓
20	Vakfa ait Instagram sayfasına bağlantı	✓	✓
Toplam		19 (%95)	18 (%90)

Vakıfla İlgili Bilgilerin Paylaşımı Kategorisi Bulguları

Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın kurumsal web sitelerinin kendileriyle ilgili bilgileri paylaşma kategorisi bulguları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Vakıf Web Sitelerinin Kendileriyle İlgili Bilgileri Paylaşma Kategorisi Bulguları

S. Nu.	Kriter	Sabancı Vakfı	Vehbi Koç Vakfı
1	Projeler	✓	✓
2	Fotoğraflar	✓	✓
3	Videolar	✓	✓
4	Oturum açma bağlantısı	✗	✗
5	Elektronik bülten üyelik bağlantısı	✓	✓
6	Basın bültenleri	✓	✗
7	Basında yer alan bilgi/haberler	✓	✓
8	Duyurular	✓	✓
9	Kalıcı eserler	✓	✓
10	Eğitim/burs	✓	✓
11	Kültür/sanat	✓	✓
12	Sağlık	✗	✓
13	Spor	✓	✗
14	Vakfın verdiği ödüller	✓	✓
Toplam		12 (%85,71)	11 (%78,57)

Tablo 3'te sunulduğu üzere, vakıfla ilgili bilgileri paylaşma kategorisi altında, vakıflara ait web siteleri 14 kriter açısından incelenmiştir. Bu bağlamda, Sabancı Vakfı'nın kriterleri karşılama oranı %85,71 iken; Vehbi Koç Vakfı'nın kriterleri karşılama oranı %78,57 olarak hesaplanmıştır. Her iki vakfın da kriterleri karşılama oranları tatmin edici düzeydedir. Hem Sabancı Vakfı'nda hem de Vehbi Koç Vakfı'nda oturum açma bağlantısının bulunmadığı görülmüştür. Bu durumun, vakıfların sosyal medya hesaplarını etkin bir şekilde kullanmasının bir sonucu olduğu düşünülebilir. Sabancı Vakfı web sitesinde sağlık ile ilgili, Vehbi Koç Vakfı web sitesinde ise spor ile ilgili herhangi bir içerik görülmemiştir. Sabancı Vakfı'nın içeriklerini basın bültenleri ile destekleyerek, kendisi ile ilgili bilgilerin paylaşımı konusunda avantaj sağladığı değerlendirilebilir.

Üyelerle Bağ Kurma Kategorisi Bulguları

Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın kurumsal web sitelerinin üyelerle bağ kurma kategorisi bulguları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Vakıfların Üyelerle Bağ Kurma Kategorisi Bulguları

S. Nu.	Kriter	Sabancı Vakfı	Vehbi Koç Vakfı
1	Etkinlikler	✓	✓
2	Gönüllülük seçenekleri	✓	✓
3	Bağışta bulunma	✗	✗
4	İletişim formu	✓	✗
5	Arkadaşlarına öner/paylaş	✗	✗
6	Facebook üyeliği	✓	✓
7	Twitter üyeliği	✓	✓
8	YouTube üyeliği	✓	✓
9	Instagram üyeliği	✓	✓
Toplam		7 (%77,77)	6 (%66,66)

Tablo 4'te sunulduğu üzere, vakıfların üyeleriyle bağ kurma kategorisi altında, vakfa ait web siteleri 7 kriter açısından incelenmiştir. Bu bağlamda, Sabancı Vakfı'nın kriterleri karşılama oranı %77,77 iken; Vehbi Koç Vakfı'nın kriterleri karşılama oranı %66,66 olarak hesaplanmıştır. İki vakıf arasında üyelerle bağ kurma kategorisi bağlamında önemli bir farklılık yoktur. Her iki vakfın web sitesinde de bağışta bulunmaya ve arkadaşlarına öner/paylaşa yönelik bir bağlantıya rastlanmamıştır. Sabancı Vakfı iletişim sekmesi altında iletişim formuna yer verirken, Vehbi Koç Vakfı iletişim sekmesi altında herhangi bir iletişim formu bulunmamaktadır.

Facebook Bulguları

İçeriklerin Sayısal Değerlerine Yönelik Bulgular

Vakıflar tarafından yayımlanan Facebook içeriklerinin toplam sayısal değerleri Tablo 5'te sunulmuştur. Tablo 5'te sunulduğu üzere, Sabancı Vakfı üç aylık zaman diliminde Facebook'ta 66 içerik yayımlamıştır. Bu içerikler 15 bin 148 kez beğenilmiş, 2 bin 191 kez paylaşılmış ve 397

kez yorumlanmıştır. Vehbi Koç Vakfı ise aynı zaman diliminde 40 içerik yayımlamıştır. Bu içerikler 2 bin 357 kez beğenilmiş 434 kez paylaşılmış ve 63 kez yorumlanmıştır.

Tablo 5. Vakıflar Tarafından Yayımlanan Facebook İçeriklerinin Toplam Sayısal Değerleri

Vakıf Adı	Toplam İçerik Sayısı	Toplam Beğeni	Toplam Paylaşım	Toplam Yorum
Sabancı Vakfı	66	15148	2191	397
Vehbi Koç Vakfı	40	2357	434	63

Vakıflar tarafından yayımlanan Facebook içeriklerinin ortalama sayısal değerleri Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Vakıflar tarafından yayımlanan Facebook içeriklerinin ortalama sayısal değerleri

Vakıf Adı	Günlük Ortalama İçerik Sayısı	İçerik Başına Ortalama Beğeni	İçerik Başına Ortalama Paylaşım	İçerik Başına Ortalama Yorum
Sabancı Vakfı	0,71	229,51	33,19	6,01
Vehbi Koç Vakfı	0,43	58,92	10,85	1,58

Tablo 6'da sunulan bilgiler ışığında, Sabancı Vakfı günde ortalama 0,71 içerik yayımlarken; Vehbi Koç Vakfı günde ortalama 0,43 içerik yayımlanmaktadır. İçerik başına ortalama beğeni sayısı Sabancı Vakfı'nda 229,51 iken; Vehbi Koç Vakfı'nda 58,92'dir. İçerik başına ortalama paylaşım sayısı Sabancı Vakfı'nda 33,19 iken; Vehbi Koç Vakfı'nda 10,85'tir. İçerik başına ortalama yorum sayısı ise Sabancı Vakfı'nda 6,01 iken; Vehbi Koç Vakfı'nda 1,58'dir.

İçeriklerin Konularına Yönelik Bulgular

Vakıflar tarafından yayımlanan Facebook içeriklerinin konu dağılımı Tablo 7'de sunulmuştur. Tablo 7'de sunulan bilgiler ışığında, Sabancı Vakfı yayımladığı 66 içeriğin 29'unda (% 43,94) toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yönelik içeriklere, 9'unda (% 13,64) özel gün paylaşımı içeriklerine, 5'inde (% 7,58) eğitim/burs içeriklerine, 5'inde (% 7,58) girişimcilik/ motivasyon/ tasarımcılık içeriklerine, 5'inde (% 7,58) engelli yurttaşlara yönelik içeriklere, 4'ünde (% 6,06) hayvan hakları ve doğayı korumaya yönelik içeriklere, 3'ünde (%4,55) vakıf tarafından verilen ödüllere yönelik içeriklere, 2'sinde (%3,03) kültür ve sanat içeriklerine, 1'inde (%1,51) aile içi şiddete karşı çıkmaya yönelik içeriğe, 1'inde (%1,51) toplumsal değişime yönelik içeriğe, 1'inde (%1,51) anma içeriğine ve 1'inde (%1,51) vakfa verilen ödüllere yönelik içeriğe yer vermiştir. Sabancı Vakfı'nın "sağlık", "kültür, eğitim ve sağlık alanında kalıcı eserler" ve "faaliyet raporu" konu başlıkları altında değerlendirilebilecek herhangi bir paylaşım yapmadığı görülmüştür.

Vehbi Koç Vakfı ise yayımladığı 40 içeriğin 12'sinde (% 30,00) kültür sanat içeriklerine, 9'unda (% 22,50) özel gün paylaşımı içeriklerine, 5'inde (% 12,50) eğitim/burs içeriklerine, 3'ünde (% 7,50) toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yönelik içeriklere, 3'ünde (% 7,50) sağlık içeriklerine, 3'ünde (% 7,50) kültür, eğitim ve sağlık alanında kalıcı eserlere yönelik içeriklere, 2'sinde (% 5,00) girişimcilik/motivasyon/tasarımcılık içeriklerine, 1'inde (% 2,50) toplumsal değişime

yönelik içeriğe, 1'inde (% 2,50) anma içeriğine ve 1'inde (% 2,50) faaliyet raporu içeriğine yer vermiştir. Koç Vakfı'nın "aile içi şiddete yönelik", "vakıf tarafından verilen ödüller", "vakıfa verilen ödüller", "engelli yurttaşlara yönelik", "hayvan hakları ve doğayı korumaya yönelik" konu başlıkları altında değerlendirilebilecek herhangi bir paylaşım yapmadığı görülmüştür.

Tablo 7. Vakıflar Tarafından Yayımlanan Facebook İçeriklerinin Konu Dağılımı

İçerik Konusu	Sabancı Vakfı		Vehbi Koç Vakfı	
	Sayı	%	Sayı	%
Kültür ve sanat	2	%3,03	12	%30,00
Eğitim/burs	5	%7,58	5	%12,50
Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yönelik	29	%43,94	3	%7,50
Aile içi şiddete karşı çıkmaya yönelik	1	%1,51	-	%0,00
Toplumsal değişim	1	%1,51	1	%2,50
Özel gün paylaşımları	9	%13,64	9	%22,50
Girişimcilik/Motivasyon/Tasarımcılık	5	%7,58	2	%5,00
Sağlık	-	%0,00	3	%7,50
Anma	1	%1,51	1	%2,50
Vakıf tarafından verilen ödüller	3	%4,55	-	%0,00
Vakıfa verilen ödüller	1	%1,51	-	%0,00
Engelli yurttaşlara yönelik	5	%7,58	-	%0,00
Kültür, eğitim ve sağlık alanında kalıcı eserler	-	%0,00	3	%7,50
Hayvan hakları ve doğayı korumaya yönelik	4	%6,06	-	%0,00
Faaliyet raporu	-	%0,00	1	%2,50
Toplam	66	%100,00	40	%100,00

İçeriklerin Türüne Yönelik Bulgular

Vakıflar tarafından yayımlanan Facebook içeriklerinin türlerine göre dağılımı Tablo 8'de sunulmuştur. Tablo 8'de belirtildiği üzere, Sabancı Vakfı tarafından yayımlanan 66 içeriğin 37'si (%56,06) fotoğraf, 29'u (%43,94) videodur. Yayımlanan videoların toplam süresi 22 dakika 1 saniyedir ve 3 milyon 958 bin 949 kez izlenmiştir. Vehbi Koç Vakfı tarafından yayımlanan 40 içeriğin 31'i (%77,50) fotoğraf, 9'u (%22,50) videodur. Yayımlanan videoların toplam süresi 4 dakika 23 saniyedir ve bin 785 kez izlenmiştir.

Tablo 8. Vakıflar tarafından yayımlanan Facebook içeriklerinin türlerine göre dağılımı

İçerik Türü	Sabancı Vakfı		Vehbi Koç Vakfı	
	Sayı	%	Sayı	%
Fotoğraf	37	%56,06	31	%77,50
Video	29	%43,94	9	%22,50
Toplam	66	%100,00	40	%100,00

Sabancı Vakfı 66 içeriğin 30'unda (%45,45), Vehbi Koç Vakfı ise 40 içeriğin 7'sinde (%17,50) içerikle ilgili daha detaylı bilgiye ulaşmak için internet bağlantı adresi vermiştir. Sabancı Vakfı 66 içeriğin 65'inde (%98,48) toplam 302 Facebook içi etiketleme (#) yapmıştır. Koç Holding ise 40 içeriğin 16'sında (%40,00) toplam 22 Facebook içi etiketleme yapmıştır.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Sabancı Vakfı'nın icra ettiği sosyal sorumluluk projelerinde Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (*United Nations Development Programme-UNDP*), Birleşmiş Milletler Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlenmesi Birimi (*UN Agency for Gender Equality & Women's Empowerment-UN Women*), Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (*United Nations Population Fund-UNPFA*), Avrupa Vakıflar Merkezi (*European Foundation Center-EFC*), Engellilerin İnsan Hakları Avrupa Vakıflar Konsorsiyumu (*European Consortium of Foundations On Human Rights And Disability*), Kızlar Gelin Değil (*Girls Not Brides*), Clinton Küresel Girişimi (*Clinton Global Initiative*), Synergos Küresel Filantropistler Ağı (*Synergos Global Philanthropists Circle*), Harvard Üniversitesi, Sabancı Üniversitesi, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Belediyeler Birliği, Vehbi Koç Vakfı, Aydın Doğan Vakfı, Enka Vakfı, Mehmet Zorlu Vakfı, Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV), Tohum Otizm Vakfı, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Başka Bir Okul Mümkün Değil Derneği, Köy Okulları Değişim Ağı Derneği, Yüksekova Kadınları Toplumsal Destekleme ve Kültür Derneği, Nirengi Derneği, Madenci Kadınlar Dayanışma ve Sosyal Yardımlaşma Derneği, Türkiye İşitme Engelliler Derneği, Metropolis Sevenler Derneği (MESEDER) ve Eğitim Reformu Girişimi gibi kuruluşlarla işbirliği içinde bulunduğu görülmektedir.

Vehbi Koç Vakfı'nın icra ettiği sosyal sorumluluk projelerinde Birleşmiş Milletler Gelişim Programı (*United Nations Development Programme-UNDP*), Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (*United Nations High Commissioner for Refugees-UNHCR*), Avrupa Vakıflar Merkezi (*European Foundation Center-EFC*), Orta ve Doğu Avrupa'da sivil toplumun ve filantropinin gelişimini teşvik eden *Grantmakers East Forum (GEF)*, Ashoka Sosyal Girişimcilik Programı (*Ashoka Social Entrepreneurship Programme*), Mozaik Vakfı (*Mozaik Foundation*), Birleşik Krallık Sosyal Girişimcilik Ağı (*Social Enterprise UK*), Harvard Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Adıyaman Üniversitesi, Celal Bayar Üniversitesi, Koç Üniversitesi, TED Üniversitesi, Abdullah Gül Üniversitesi, Orman Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Yapı Kredi Bankası, Kızılay, Tema Vakfı, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV), Sabancı Vakfı, Aydın Doğan Vakfı, Enka Vakfı, Mehmet Zorlu Vakfı, Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV), Alternatif Yaşam Derneği, Sosyal İnovasyon İnişiyatifi Derneği, Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yenilikçi Çözümler Derneği, Akdeniz Koruma Derneği, Özel Sektör Gönüllüler Derneği (ÖSGD), Olumlu Davranış Geliştirme Derneği (ODGEDER), Ankara Kalkınma Ajansı, Doğu Kalkınma Ajansı, İpekyolu Kalkınma Ajansı, Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı ve Eğitim Reformu Girişimi gibi kuruluşlarla işbirliği içinde bulunduğu görülmektedir.

Yukarıda bahsedilen işbirlikleriyle, projeler daha güçlü bir şekilde yapılandırılmış ve uygulanabilirliği arttırılmıştır. Her iki vakfın işbirliği içinde bulunduğu yapıların uluslararası kuruluşlar, devlet kuruluşları, özel sektör kuruluşları, kendileri gibi vakıf ve dernek statüsünde bulunan kuruluşlar olması nedeniyle; Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın icra ettikleri sosyal sorumluluk faaliyetlerinde toplumun büyük bir kesimine ulaşmayı hedefledikleri sonucuna ulaşılabilmektedir.

Her iki vakıf da içinde yer aldığı sosyal sorumluluk faaliyetlerinde merkezilik, belirlilik, proaktiflik, gönüllülük ve görünürlük stratejilerini başarı ile uygulayarak bağlı bulundukları holdingler için tanımlanabilir ve ölçümlenebilir ekonomik değer de yaratmıştır. Carroll'un sosyal sorumluluk piramidinde bahsettiği ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük sorumlulukları bağlamında değerlendirildiğinde; her iki vakfın da söz konusu dört sorumluluk ilkesini etkili bir şekilde uygulamaya soktuğu değerlendirilebilir.

Koç Holding ve Sabancı Holding sosyal sorumluluk alanında fark yaratabilmek maksadıyla kurmuş oldukları vakıfların web sitelerinde ve Facebook hesaplarında kültür ve sanat; eğitim; burs; toplumsal cinsiyet eşitliği; kadın hakları; aile içi şiddete karşı farkındalık yaratma; özel gün kutlamaları; sağlık; anma; engelli yurttaşlara yönelik farkındalığı arttırma; kültür, eğitim ve sağlık alanında topluma sundukları kalıcı eserler; hayvan hakları ve doğanın korunmasına yönelik bilinç geliştirme, verdikleri ödüller ve aldıkları ödüller gibi konularda içerik sunmaktadırlar.

Vakıfla ilgili genel bilgileri açıklama, vakıfla ilgili bilgilerin paylaşımı ve üyelerle bağ kurma kategorilerinden oluşan web sitesi analizinde; iki vakfın da iletişim performansının tatmin edici seviyede olduğu değerlendirilmiş ve iki vakıf arasında dikkate değer bir farklılığın bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte, her iki vakfın web sitesinde de oturum açma bağlantısı bulunmaması, vakıfların sosyal medya hesaplarını etkin bir şekilde kullanmasının bir sonucu olarak düşünülebilir.

1 Mart 2021 - 1 Haziran 2021 tarihleri arasını kapsayan Facebook analizi; içeriklerin sayısal değerleri, konuları ve türleri olmak üzere üç başlık altında yapılmıştır. Söz konusu zaman aralığında, Sabancı Vakfı'nın Facebook'ta yayımladığı içerik sayısı, Vehbi Koç Vakfı'nın yayımladığı içerik sayısının 1,65 katıdır. Sabancı Vakfı'nın yayımladığı içeriklerin beğenilme sayısı, Vehbi Koç Vakfı'nın yayımladığı içeriklerin beğenilme sayısının 6,42 katıdır. Sabancı Vakfı'nın yayımladığı içeriklerin Facebook kullanıcıları tarafından paylaşım sayısı, Vehbi Koç Vakfı'nın yayımladığı içeriklerin Facebook kullanıcıları tarafından paylaşım sayısının 5,04 katıdır. Sabancı Vakfı tarafından yayımlanan içeriklere yapılan yorum sayısı, Vehbi Koç Vakfı tarafından yayımlanan içeriklere yapılan yorum sayısının 6,30 katıdır. Yukarıda da belirtildiği gibi Sabancı Vakfı Vehbi Koç Vakfı'ndan daha fazla Facebook içeriği yayımlamıştır. Bu kapsamda; beğeni, paylaşım ve yorum sayılarında daha hassas bir çıkarımda bulunabilmek için, söz konusu sayıların içerik başına ortalamaları da hesaplanmıştır. Sabancı Vakfı'nın içerik başına ortalama beğeni sayısı, Vehbi Koç Vakfı'nın içerik başına ortalama beğeni sayısının 3,89 katıdır. Sabancı Vakfı'nın içerik başına ortalama paylaşım sayısı, Vehbi Koç Vakfı'nın içerik başına ortalama paylaşım sayısını 3,05 katıdır. Sabancı Vakfı'nın içerik başına ortalama yorum sayısı, Vehbi Koç Vakfı'nın içerik başına ortalama yorum sayısının 3,80 katıdır. Gelinek noktada, Sabancı Vakfı'nın sayısal değerler bağlamında Facebook'u Vehbi Koç Vakfı'ndan daha etkin bir şekilde kullandığı sonucuna ulaşılabilmektedir.

Söz konusu zaman diliminde, Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın "eğitim/burs", "toplumsal değişim", "özel gün", "girişimcilik/motivasyon/tasarımcılık", "toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yönelik" Facebook paylaşımlarının benzer oranlarda olduğu görülmektedir. Sabancı Vakfı "sağlık", "kültür, eğitim ve sağlık alanında kalıcı eserler" ve "faaliyet raporu" konularında herhangi bir paylaşım yapmamıştır. Vehbi Koç Vakfı ise "aile içi şiddete karşı çıkma", "vakıf tarafından verilen ödüller", "vakıfa verilen ödüller", "engelli yurttaşlara yönelik farkındalık" ve "hayvan hakları ve doğayı korumaya yönelik farkındalık" konularında herhangi bir paylaşım yapmamıştır. Vakıf tarafından verilen ya da vakıfa verilen ödüller hakkında Vehbi Koç Vakfı tarafından paylaşım yapılmaması, Vehbi Koç Vakfı'nın bu konuyu ihmal ettiği şeklinde

yorumlanmamalıdır. Yapılan incelemede Vehbi Koç Vakfı'nın içerik analizi dışında kalan farklı zaman dilimlerde bu konu üzerine içerik paylaştığı görülmüştür. Sabancı Vakfı söz konusu dönemde engelli yurttaşlara yönelik 5, hayvan hakları ve doğayı korumaya yönelik 4, aile içi şiddete karşı çıkmaya yönelik 1 paylaşım yaparken; Vehbi Koç Vakfı'nın bu üç konu bağlamında herhangi bir paylaşım yapmadığı görülmüştür. Bu, oldukça dikkate değer ve Vehbi Koç Vakfı özelinde eleştiriye açık bir durumdur. Çünkü söz konusu üç konu da zaman aralığı ile bağlantılı olmayan, kuruluşların sürekli ve kesintisiz bir şekilde üzerinde durması gereken toplumsal sorumluluk konularıdır. Vehbi Koç Vakfı'nın "kültür ve sanat" alanında yaptığı 12 paylaşım, Sabancı Vakfı'nın yaptığı 2 paylaşımın oldukça üzerindedir. Buradan hareketle, Vehbi Koç Vakfı'nın yaptığı paylaşımlarda kültürel ve sanatsal faaliyetlere Sabancı Vakfı'ndan çok daha fazla öncelik verdiği değerlendirilebilir. Sabancı Vakfı "toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yönelik farkındalık" konusunda üç aylık dönemde 29 içerik yayınlarken, Koç Holding 3 içerikte kalmıştır. 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü'nün içerik analizinin yapıldığı tarihler arasında kalmasının bu duruma etkisi olduğu değerlendirilebilir. Bununla birlikte, Sabancı Holding Yönetim Kurulu Başkanı Güler Sabancı tarafından toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yapılan vurgunun, Sabancı Vakfı'nın bu konu üzerinde daha fazla durmasına sebep olduğu düşünülebilir.

Sabancı Vakfı tarafından yayımlanan içeriklerde fotoğraf ve videoların birbirine yakın oranda kullanıldığı görülmektedir. Vehbi Koç Vakfı içeriklerinde ise fotoğrafın daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Kullanılan fotoğraf sayısı, video sayısının 3,44 katıdır. Sabancı Vakfı tarafından kullanılan videoların süresi, Vehbi Koç Vakfı tarafından kullanılan videoların süresinin 5,23 katıdır. Bununla birlikte, Sabancı Vakfı tarafından yayımlanan videoların izlenme sayısı, Vehbi Koç Vakfı tarafından yayımlanan videoların izlenme sayısının 2217,89 katıdır.

Sabancı Vakfı yayımladığı Facebook içeriklerini internet bağlantı adresleriyle, Vehbi Koç Vakfı'ndan 2,60 kat daha fazla desteklemektedir. Ayrıca, Sabancı Vakfı Facebook içeriklerini, Vehbi Koç Vakfı'ndan 2,46 kat daha fazla etiketlemektedir.

İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ile birlikte, web siteleri ve sosyal medya platformları en önemli halkla ilişkiler araçları haline gelmiştir. Başarılı bir halkla ilişkiler politikası, izleyiciler ile sürekli ve kesintisiz etkileşim kurularak yürütülebilir. Bu bağlamda uluslararası faaliyet gösteren büyük şirketler ve kurumlar, izleyicilerinin talepleri hakkında ve bilgi almak için yazdıkları yorumlarını sürekli olarak cevaplamaktadır. Yapılan analizde gerek Koç Vakfı'nın gerekse Sabancı Vakfı'nın izleyicilerin yaptıkları yorumlara cevap vermede yetersiz kaldıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı ülkemizde sosyal sorumluluk kavramına vurgu yapan başat aktörlerin başında gelen kuruluşlardır. Her iki kurum da dijital alanda başarılı bir şekilde sosyal sorumluluk faaliyetlerini yürütmektedirler. Sabancı Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı'nın web siteleri kullanımı sosyal sorumluluk bağlamında birbirlerine benzerlik gösterse de; Sabancı Vakfı Facebook sosyal medya hesabını, Vehbi Koç Vakfı'na kıyasla daha etkin bir biçimde kullanmaktadır. Bununla birlikte, vakıfların kullanıcıların sosyal medya hesaplarında daha fazla vakit geçirmelerini sağlayacak anket ve ödüllü oyunlar gibi aktiviteler düzenlemesinin sosyal sorumluluk faaliyetlerinde kendilerine bir avantaj sağlayabileceği değerlendirilebilir. Söz konusu aktivitelerle izleyicilerden daha fazla geri bildirim almaları ve izleyicilerin içerikleri daha fazla paylaşımları sağlanabilir. Bu sayede, vakıfların görünürlüklerinin artması da mümkün olabilir.

KAYNAKLAR

- Acquaah, M. (2003). Organizational Competence and Firm-Specific Tobin's Q: The Moderating Role of Corporate Reputation, *Strategic Organization*, 1(4): 383-411.
- Backman, J. (1975). *Social Responsibility and Accountability*. New York: New York University Press.
- Bakan, İ., Erşahan B., Büyükbeşe T. ve Soğancı G. (2019). Örgütsel Ustalığın Kurumsal İmaj ve Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Araştırması, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(2): 193-213.
- Budak, G. ve Budak, G. (2014). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*. İzmir: Barış Yayınları.
- Burke, L. and Logsdon, J. M. (1996). How Corporate Social Responsibility Pays Off, *Long Range Planning*, 29(4): 495-502.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 34(4): 39-48.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct, *Business & Society*, 38(3): 268-295.
- Chahal, H. and Sharma, R. D. (2006). Implications of Corporate Social Responsibility on Marketing Performance: A Conceptual Framework, *Journal of Services Research*, 6(1): 205-216.
- Clark, C. E. (2000). Differences between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An Analysis, *Public Relations Review*, 26(3): 363-380.
- Creyer, E. H. (1997). The Influence of Firm Behavior on Purchase Intention: Do Consumers Really Care About Business Ethics?, *Journal of Consumer Marketing*, 14(6): 421-432.
- Çelik, Y. ve Aydın, Ö. K. (2016). Reklamların İdari Denetimi: Televizyon Reklamlarına İlişkin Reklam Kurulu Kararlarının Analizi, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1): 220-252.
- Dacin, M. T. (1997). Isomorphism in Context: The Power and Prescription of Institutional Norms, *Academy of Management Journal*, 40(1): 46-81.
- Davis, K. and Blomstrom, R. L. (1966). *Business and Its Environment*. St. Louis: McGraw-Hill Book Company.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- Fombrun, C. J. (2000). The Value to Be Found in Corporate Reputation, *Financial Times*.
- Fombrun, C. J. (2001). Corporate Reputations as Economic Assets. In M. Hitt, R. Freeman and J. Harrison (Eds.), *The Blackwell Handbook of Strategic Management* (pp. 289-312). Malden, MA: Blackwell.
- Fombrun, C. J. and Shanley, M. (1990). What's In a Name? Reputation Building and Corporate Strategy, *Academy of Management Journal*, 33(2): 233-258.
- Garriga, E. and Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory, *Journal of Business Ethics*, 53(1-2): 51-71.

- Geray, H. (2006). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Greenberg, J. and MacAulay, M. (2009). Npo 2.0? Exploring the Web Presence of Environmental Nonprofit Organizations in Canada, *Global Media Journal-Canadian Edition*, 2(1): 63-88.
- Handelman, J. M. and Arnold, S. J. (1999). The Role of Marketing Actions with a Social Dimension: Appeals to the Institutional Environment, *The Journal of Marketing*, 63: 33-48.
- Karaköse, T. (2007). *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayın-Dağıtım.
- Karatepe, S. (2008). İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(23): 77-97.
- Kitchen, P. J. and Watson, T. (2010). *Reputation Management: Corporate Image and Communication*. [Online] http://eprints.bournemouth.ac.uk/12633/2/Chapter_13_def.pdf [Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2021].
- Lloyd, S. (2007). *Corporate Reputation: Ontology and Measurement*, Doctoral dissertation, AUT University Business School, New Zealand.
- McGuire, J. W. (1963). *Business and Society*. St. Louis: McGraw-Hill Book Company.
- Meyer, J. W. and Scott, W. R. (1992), Introduction. In J. W. Meyer and W. R. Scott (Eds.), *Organizational Environments: Ritual and Rationality* (pp. 1-5). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Nourick, S. (2001). *Corporate Social Responsibility: Partners for Progress*. Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Publishing, Paris.
- Ogrizek, M. (2002). The Effect of Corporate Social Responsibility on the Branding of Financial Services, *Journal of Financial Services Marketing*, 6(3): 215-228.
- Polat, S. (2009) Yükseköğretim Örgütlerinde Örgütsel İmaj Yönetimi: Örgütsel İmajın Öncülleri ve Çıktıları. [Online] <http://www.eab.org.tr/eab/2009/pdf/106.pdf> [Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2021].
- Robin, D. P. and Reidenbach, R. E. (1987). Social Responsibility, Ethics, and Marketing Strategy: Closing the Gap between Concept and Application, *The Journal of Marketing*, 51(1): 44-58.
- Tanimoto, K. (2004). Changes in the Market Society and Corporate Social Responsibility, *Asian Business & Management*, 3(2): 151-172.
- Votaw, D. (1972). Genius Becomes Rare: A Comment on the Doctrine of Social Responsibility Pt. I, *California Management Review*, 15(2): 25-31.
- Yılmazel, M. (2011). *Türkiye’de Faaliyet Gösteren Vakıfların Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Bir İçerik Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yirmibeş, S. (2010). *Kurumsal İtibar Yönetimi ve Kamuya Bağlı Bir Kurumda Kurumsal İtibarın Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 924-936.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.807](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.807)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



KAVRAMSAL MAKALE

Dış Ticarete Blokzincir Uygulamaları

Dr. Öğr. Üyesi Selahattin Armağan VURDU, İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri, İstanbul, e-posta: armagan.vurdu@immib.org.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5836-876X>

Öz

Günümüzde son derece hızlı ilerleyen dijitalleşme sürecinde en çok ilgi çeken çalışma konularından biri olan blokzincir, tüm işlemlerin bilgisayar bilimi ve kriptografi yöntemleri kullanılarak kayıtlarda tutulduğu, merkezi olmayan ve onaylanmış kayıtların değiştirilmesi çok zor olan bir veri tabanıdır. Yapıları itibarıyla, kayıtların değiştirilememesi, merkezi olmayan sistemleri, güvenli ve şeffaf olma özellikleri nedeniyle blokzincir teknolojisinin birçok alanda kullanımına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Blokzincirin dış ticarete kullanımı ile ilgili olarak başta finans ve bankacılık hizmetleri, tedarik zinciri yönetimi, gümrük işlemleri, sigortacılık ve dokümanların dijitalleştirilmesi alanları olmak üzere farklı uygulamalara yönelik araştırmalar ve projeler bulunmaktadır. Ayrıca muhasebe, vergi, noter işlemleri, dijital kimlik, patent ve telif hakları, akıllı sözleşmeler gibi uygulamalar üzerinde araştırmalar da yapılmaktadır. Bu çalışmanın amacı blokzincir teknolojisinin dış ticaretteki potansiyel uygulama alanlarının araştırılmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Blokzincir, Dış Ticaret, Blokzincir Uygulamaları.

Makale Gönderme Tarihi: 07.05.2021

Makale Kabul Tarihi: 02.09.2021

Önerilen Atıf:

Vurdu, S. A. (2021). Dış Ticarete Blokzincir Uygulamaları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 924-936.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 924-936. DOI: [10.26677/TR1010.2021.807](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.807)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Applications of Blockchain in International Trade

Assistant Prof. Dr. Selahattin Armağan VURDU, İstanbul Minerals and Metals Exporters' Association, İstanbul, e-mail: armagan.vurdu@immib.org.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5836-876X>

Abstract

Blockchain, emerged as one of the most interesting technology fields in the rapidly digitizing world, is a decentralized database in which the transactions are recorded via cryptographic techniques in an irreversible way. Because of their unalterable, decentralized, secure and transparent structures, blockchains have been widely studied for many use cases, especially for international trade. Finance, banking, supply chain management, customs procedures, insurance and digitization of goods are some of the numerous international trade related areas where blockchain applications and projects are developed. Besides that, research has been conducted on use of blockchains in areas such as accounting, tax collection, notary processes, digital certificates, intellectual property rights and smart contracts. This paper aims to take a detailed look at applications in international trade which employ blockchain technologies.

Keywords: Blockchain, International Trade, Blockchain Applications.

Received: 07.05.2021

Accepted: 02.09.2021

Suggested Citation:

Vurdu, S. A. (2021). Applications of Blockchain in International Trade, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 924-936.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

1990'lı yılların başlarında dijital dokümanların zaman damgalı olarak hazırlanması ve bu sayede oluşturuldukları tarihlerin oynama yapılamayacak şekilde belirlenmesine ilişkin çalışmalar ile birlikte blokzincir teknolojisine ("blockchain") yönelik ilk adımlar atılmıştır (Haber ve Stornetta, 1991: 99). Bitcoin öncesinde de kriptografi yöntemleri kullanan birçok dijital para, ödeme, kart sistemi denemesi yapılmıştır. (Narayanan vd., 2016). 1989 yılında oluşturulan "DigiCash" isimli sistem internet üzerinden yapılan ödemelere ilişkin geliştirilen ilk sistemlerden biridir. "ECash" isimli dijital para kullanılan bu sistemde "çift harcama" durumu engellenmeye çalışılmıştır. "Çift harcama" aynı dijital paranın aynı anda iki farklı ticari işlemde kullanılmasıdır. 1990'lı yılların başında sınırlı olarak kullanılan "CyberCash" sisteminde "CyberCoin" isimli dijital para ile işlem yapılmıştır. "E-gold" ve "DigiGold" isimli sistemlerde dijital paranın değerinin altının değeri ile sabitlemesine yönelik denemeler yapılmıştır. 1997 yılında üretilen "HashCash" uygulamasında bilgisayar tarafından çözümü bulunan sayısal bir problem kullanılarak ticari işlemlerin gerçekleştirilmesi sağlanmıştır. Bugün Bitcoin sisteminde de kullanılan "hash puzzle" ismi verilen matematiksel problemler "HashCash" sistemindekiler ile çok benzerdir. 1998 yılında oluşturulan "b-money" ve 2005 yılında yayınlanan "Bitgold" isimli uygulamalarda Bitcoin'e benzer olarak kullanıcılar arasında para alışverişi sistemi ön plana çıkarılmıştır. Ancak bu dijital para sistemlerinin kullanımı farklı yapısal eksiklikleri nedeniyle çok sınırlı kalmış ve zaman içinde sona ermiştir. Bitcoin ise bu çalışmalarda elde edilen deneyimler kullanılarak geliştirilmiştir. Blokzincir teknolojisinin en popüler uygulaması olan Bitcoin sisteminin çalışma prensipleri, ilk olarak 2008 yılında Satoshi Nakamoto takma adlı bir kişi veya grup tarafından yayınlanan bir araştırma yazısında açıklanmıştır (Nakamoto, 2008). 3 Ocak 2009 tarihinde ise Bitcoin blokzincir ağı aktif olarak çalıştırılmaya başlanmıştır. Kullanılan kriptografi yöntemleri, dijital imzalar, blok zinciri, ticari işlemler zinciri, konsensus mekanizması gibi özellikleri sayesinde merkezi bir kuruma bağlı olmadan internet üzerinden ödeme işlemi gerçekleştirilebilmesini mümkün kılan Bitcoin ve blokzincir teknolojisine olan ilgi artarak devam etmiştir (Narayanan vd., 2016).

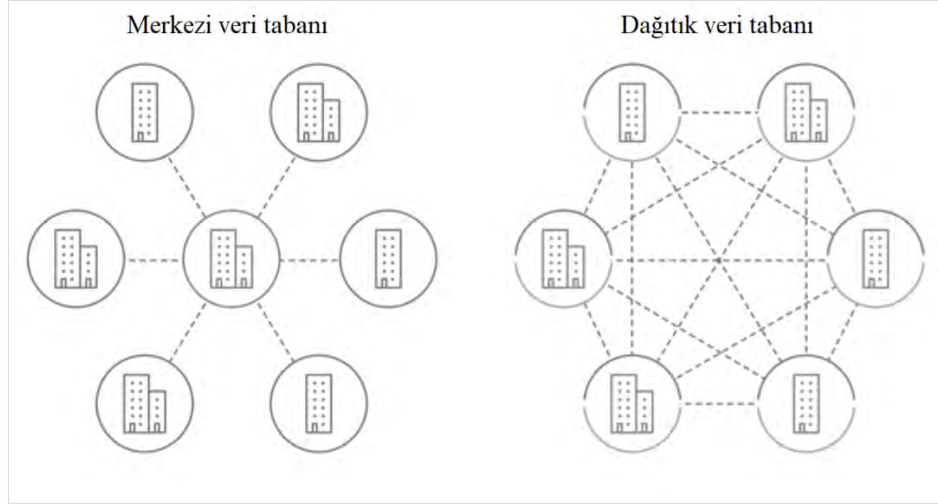
Bu çalışmada blokzincir teknolojisini açıklayıcı bilgiler paylaşılmış, yapılarına göre farklılaşan blokzincir türleri hakkında bilgiler sunulmuş, blokzincir teknolojisinin avantajlı ve dezavantajlı noktaları belirtilmiş, dış ticarete kullanım potansiyeli sunan farklı blokzincir uygulamalarına ilişkin bilgiler verilmiştir. Sonuç ve tartışma bölümünde blokzincirin dış ticarete kullanım potansiyeline ilişkin tespitler yapılmıştır.

BLOKZİNCİR

Blokzincir, gerçekleştirilen tüm verilerin kriptografi yöntemleri kullanılarak kayıtlarda tutulduğu, merkezi olmayan ve onaylanmış kayıtların değiştirilmesi çok zor olan bir veri tabanı olarak tanımlanabilir (Juma vd., 2019: 184115). Bu yapı sayesinde, kişilerin birbirlerine blokzincir üzerinden ödeme gönderirken, ödemenin doğruluğu veya sonradan iptal edilebilme ihtimali ile ilgili yaşadıkları güven sorunu ortadan kalkmış olur. Böylece internet üzerinden ödemelerin banka ve finans kuruluşları gibi aracı kuruluşlara gereksinim duyulmadan gerçekleştirilmesine olanak sağlanmıştır. Merkezi bir otoritenin kontrolünde olan geleneksel veri tabanlarından en büyük farkı, blokzincirin tek bir merkezden kontrol edilmeden, kullanıcıların birbirleri arasında oluşturdukları ağ ile çalışan bir sistem olmasıdır (Nakamoto, 2008).

Blokzincir, bilgisayar biliminde "dağıtık defter teknolojisi" olarak adlandırılan ve Şekil 1'de görüldüğü gibi verilerin tek bir merkezi sistem yerine kullanıcılar arasında paylaşılması ile depolandığı, merkezi olmayan veri tabanı teknolojisi türlerinden biridir. Blokzincir dışında

kullanılan diğer farklı dağıtık defter veri tabanları bulunmaktadır. Ayrıca Bitcoin de blokzincir türlerinden sadece biridir. Bitcoin dışında yapısal olarak farklılık gösteren ve farklı sorunların çözümünde kullanılan blokzincir türleri bulunmaktadır (Patel ve Ganne, 2020).



Şekil 1. Merkezi ve Dağıtık Veri Tabanı Yapısı

Yapılarına Göre Blokzincir Türleri

Blokzincirler temelde, kullanıcıların sisteme katılım türleri bakımından “açık blokzincir”, “özel blokzincir” ve “hibrit blokzincir” olarak sınıflandırılırlar (Biswas ve Gupta, 2019: 225).

Açık blokzincir: Bu tür blokzincirlerde sisteme katılım herkese açıktır. İsteyen herkes ilgili blokzincir verisini bilgisayara yükleyerek ağa dahil olup katkı vermeye başlayabilir. Bu tür blokzincirlerde herhangi bir kısıtlayıcı etken bulunmamaktadır. En önemli avantajı sisteme katılımının herkese açık olması sebebiyle merkezi olmayan bir yapıya sahip olmasıdır. Açık blokzincirlerde sisteme kaydedilen tüm veriler herkesin erişimine açıktır. Bu sayede sistemde güven ve şeffaflık sağlanmış olur. Bu tür blokzincirlerin dezavantajı ise, yapıları itibarıyla verilerin doğrulanma ve kayıt hızının düşük olmasıdır. Ayrıca blokzincir verisi ne kadar büyür ve ticari işlem sayısı ne kadar artarsa, sistemin hızının o oranda düşme riski bulunmakta ve bir “ölçeklendirme” sorunu ortaya çıkmaktadır. Açık blokzincirler günümüzde ağırlıklı olarak başta Bitcoin olmak üzere “kripto para” olarak ifade edilen elektronik para sistemlerinde kullanılmaktadır.

Özel blokzincir: Özel blokzincirlerde, açık blokzincirlerden farklı olarak, ağa katılım tüm herkese açık olmayıp, sadece belirli kullanıcılar ağa katılım hakkına sahiptir. Bu kullanıcılar dışındaki kimseler blokzincirdeki verileri göremez ve erişemezler. Özel blokzincirlerin, açık blokzincirlere göre en avantajlı olduğu nokta, sistemde belirli sayıda kullanıcı olması sebebiyle, ticari işlemlerin ve veri kaydı sürecinin çok hızlı gerçekleştirilebilir olmasıdır. Gizlilik gerektiren bilgiler ile işlem yapılan durumlarda, özel blokzincirler herkesin kullanımına açık olmamaları sebebiyle tercih edilebilmektedirler. Kullanıcı sayısının göreceli olarak az olması sebebiyle güvenlik riski açık blokzincirlere göre daha fazladır. Günümüzde özel blokzincirler daha çok özel sektör ve kamu kuruluşlarının uygulamalarında değerlendirilmektedirler.

Hibrit Blokzincir: Bu tür blokzincirler açık ve özel blokzincirlerin bir karışımı olarak tasarlanırlar. Hem açık hem de özel blokzincirlerin sağlamış olduğu faydaların bir araya toplanması amacıyla

oluşturulurlar. Bu tür blokzincirlerde hangi verilerin kamuya açık olacağı, hangilerinin gizli kalacağı, sistemin hangi bölümlerinin tüm kullanıcıların katılımına açık olacağı, hangi işlemlerin sadece belirli kullanıcılar tarafından gerçekleştirileceği belirlenerek bir esneklik sağlanmış olur.

Blokzincirlerin Avantaj ve Dezavantajları

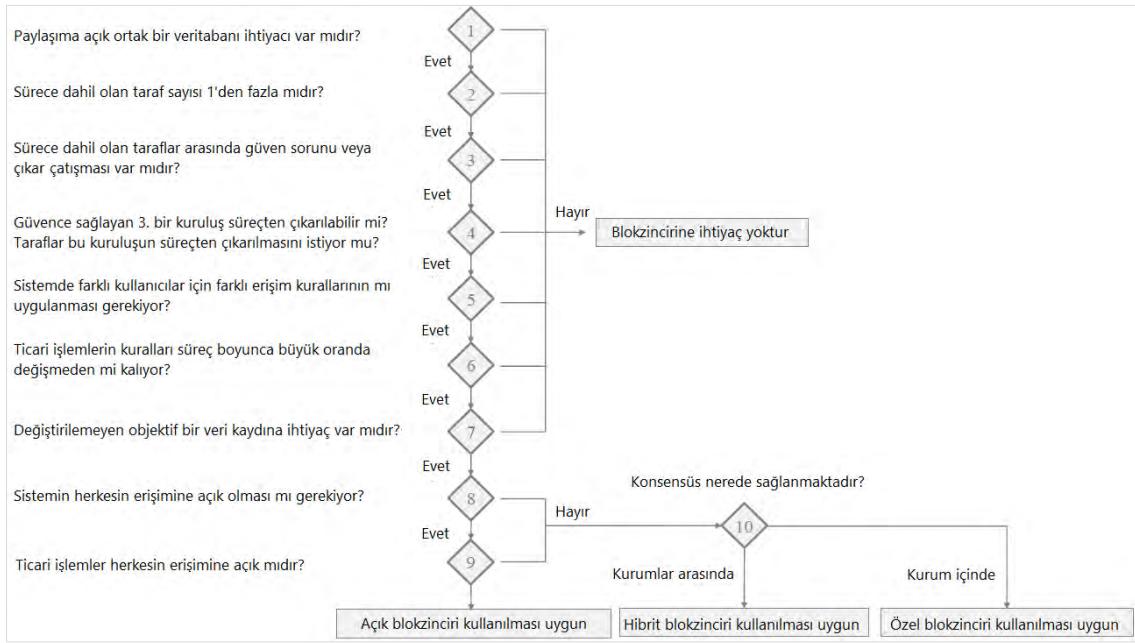
Blokzincirler temel olarak kullanıcılar arasında veri paylaşımının gerçekleştirildiği dağıtık veri tabanlarıdır. Geleneksel veri tabanlarına göre blokzincirlerin farklı avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır (Takaoğlu vd., 2019: 260). Blokzincirlere kaydedilen bir veri değiştirilememektedir. Verilerin yalnızca kötü niyetli saldırılar ile değiştirilebilmesi mümkün olup, bu olasılık geleneksel veri tabanlarına göre oldukça düşüktür. Bu nedenle blokzincirler siber saldırılara karşı daha güvenli bir yapı sunarlar (Golosova ve Romanovs, 2018: 1). Blokzincirleri, tek bir grubun kontrol etmediği, merkezi olmayan yapıları sayesinde güvence sağlayan kuruluşlara ihtiyaç olmadan işlemlerin gerçekleşmesine mümkün kılarlar. Aracı kurumlara olan ihtiyacı azaltması sebebiyle maliyetleri düşürmektedirler. Açık blokzincirler, tüm verilerin herkes tarafından görülebilmesine olanak sağladıkları için şeffaf bir sistem oluştururlar. Blokzincirler içinde uygulanan “akıllı sözleşme” yazılımları sayesinde işlemlerin otomatik olarak gerçekleştirilmesi mümkün olmaktadır. Akıllı sözleşmeler, şartları önceden belirlenen sözleşmelerin bilgisayar kodları ile blokzincire eklenmesi ile oluşturulan, sadece bu şartlar sağlandığında belirtilen işlemleri otomatik olarak gerçekleştiren yazılımlardır (Christidis ve Devetsikiotis, 2016: 2292). Bu yazılımlar blokzincirin tüm kullanım alanlarında yer alarak işlemlerin otomasyonu avantajını getirmektedir. Blokzincir verileri dünyanın farklı bölgelerinde çok sayıda kullanıcının bilgisayarında depolanmış olduğundan, verilerin kaybolma ihtimali yoktur. Sistemdeki veriler zincir şeklinde birbirine bağlı oldukları için takipleri ve izlemeleri çok hızlı şekilde yapılabilir. Bu avantajlarının yanında blokzincirlerin eksik kaldığı bazı noktalar ve dezavantajlar da bulunmaktadır (Ganne, 2018). Bazı türleri İngilizce olarak “Proof-of-Work” adı verilen konsensüs algoritmaları gereğince çok yoğun elektrik enerjisi tüketimine neden olur. Açık blokzincirlerde saniyede gerçekleşen ticari işlem sayısının istenilen seviyede olmaması ve ölçeklendirme sorunu yaygın kullanım açısından önemli bir engel teşkil eder. Blokzincire kaydedilen verilerin değiştirilememesi bazı uygulamalar için sorun oluşturabilir. Bitcoin gibi elektronik para sistemlerinde kullanıcıların “özel anahtar” olarak ifade edilen sayı ve harflerden oluşan dijital imzalarını kaybetmeleri durumunda, kontrollerindeki elektronik paralara bir daha ulaşmaları mümkün olmayacaktır. Blokzincirlerdeki işlemlerin boyutlarının mümkün olduğunca küçük olması gerektiğinden fotoğraf gibi büyük boyuttaki veriler blokzincirlere yüklenememektedir. Bu nedenle blokzincirler hali hazırda kullanılan sistemlere eklenerek gerekli çözümleri sunabilirler.

Blokzincir Kullanımının Uygunluğuna Karar Verilmesi

Blokzincirlerin avantajları ve dezavantajları incelendiğinde, bazı alanlarda kullanımları fayda sağlarken, bazı alanlarda kullanımlarının ise uygun olmayacağı görülmektedir. Bu kapsamda, blokzincirlerin endüstriyel uygulamalarda kullanımlarının uygun olup olmadığı, eğer kullanım uygunsa hangi tür blokzincir teknolojisine daha uygun olacağının belirlenmesine yönelik bir çalışma yapılmıştır (Pedersen vd., 2019: 99). Bu çalışma sonucu elde edilen veriler doğrultusunda, blokzincir teknolojisine kullanımına ilişkin karar almaya yönelik on adımdan oluşan akış şeması Şekil 2’de sunulmaktadır.

Blokzincirlerin farklı endüstrilerde kullanımına yönelik birçok potansiyel uygulama geliştirilmiştir. Yapısı itibarıyla, kayıtların değiştirilememesi, merkezi olmayan sistemi, güvenli

ve şeffaf olma özellikleri ile blokzincir teknolojisinin özel sektör firmaları ve hükümetler tarafından farklı alanlarda kullanımına yönelik araştırmalar yapılmıştır. Blokzincir teknolojisinin uygulama alanları olarak bankacılık uygulamaları, internet güvenliği, tedarik zinciri, nesnelerin interneti, sigortacılık, kişisel ve toplu ulaşım, veri saklama, vakıf ve bağış işlemleri, oy verme süreçleri, kamu uygulamaları, sağlık uygulamaları, enerji yönetimi, fikri mülkiyet ve telif hakkı uygulamaları, emlak ve tapu uygulamaları, dijital kimlik, akıllı şehirler, akıllı sözleşmeler ve hukuki uygunluklarının incelenmesi, eğitim alanında uygulamaları gibi farklı çalışma konuları bulunmaktadır (Takaoğlu vd., 2019: 260). Özellikle dış ticareti kolaylaştırmaya ve maliyetleri azaltmaya yönelik birçok blokzincir projesi tasarlanmıştır.



Şekil 2. Blokzincir Teknolojisi Kullanım Kararı Almaya Yönelik Akış Şeması

BLOKZİNCİR UYGULAMALARI

Blokzincirin dış ticarete kullanımı ile ilgili olarak finans ve bankacılık hizmetleri, tedarik zinciri yönetimi, gümrük işlemleri, sigortacılık, dokümanların dijitalleştirilmesi, muhasebe, vergi, noter işlemleri, dijital kimlik, patent ve telif hakları, akıllı sözleşmeler gibi farklı uygulamalar üzerinde araştırmalar yapılmaktadır.

Finans ve Bankacılık Blokzincir Uygulamaları

Blokzincirlerin elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari işlemlerdeki maliyet azaltıcı rolleri nedeniyle özellikle finans ve bankacılık işlemlerinde kullanımları test edilmektedir (Patel ve Ganne, 2020). İç ve dış ticaretin finansmanı konularında blokzincirlerden yararlanılabileceği düşünülmektedir. Özellikle dış ticaret süreçleri günümüzde konşimento, fatura, akreditif gibi işlem yoğun ve zaman alıcı süreçler içermektedir. Blokzincir sayesinde belirtilen tüm bu doküman ve işlemler dijitalleştirilerek finansman işlemlerinin sağlanması mümkün olmakta ve zaman alıcı doküman yoğun işlemlerin çok daha hızlı sonuçlanması sağlanabilmektedir (Al-Jaroodi ve Mohamed, 2019: 550). Bir ticari işlemi için tüm tarafların kendi verilerini tutmaları, bu

verileri sürekli olarak karşı tarafla mutabakat etmeleri gerekmektedir. Blokzincir kullanılarak tüm bu veri ve dokümanların tek bir veri tabanında saklanması ve yapılan eklemelerin tüm taraflarca anlık olarak takip edilmesi sağlanabilmektedir (Kowalski vd., 2021: 120641).

Bir merkez tarafından kontrol edilen geleneksel veri tabanlarına göre daha güvenli bir yapı sunmaları sebebiyle blokzincirlere olan ilgi finans ve bankacılık sektörü tarafından oldukça fazladır. Özellikle yurt dışı ödeme işlemlerinde blokzincirlerden faydalanılması konusu üzerine yoğun çalışmalar yapılmaktadır. Ayrıca blokzincirin üçüncü taraflara ihtiyaç olmadan para gönderimi yapabilmesini sağlayan sistemi nedeniyle tercih edilebileceği değerlendirilmektedir (Hassani vd., 2018: 256).

Blokzincirlerin finans sektöründe kullanılabileceği düşünülen bir diğer alan sendikasyon kredileridir. Birden fazla kuruluş tarafından verilen sendikasyon kredilerinin sonuçlanması günlerce sürebilmektedir. Kaydedilen verilerin şeffaf olarak tüm taraflarca görülebilmesine imkan veren yapısı sayesinde blokzincirlerin bu işlemlerin süresini belirgin biçimde azaltma potansiyeli bulunmaktadır (Fintech News, 2020).

Blokzincirin finans sektörüne katkı sağlayabileceği bir diğer nokta da kişilerin ve küçük boyutlu işletmelerin kredi not geçmişlerinin sistemde kayıtlı tutulması ile kredi işlemlerinin çok hızlı biçimde sonuçlandırabilecek olmasıdır. Mevcut durumda kredi başvurularının sonuçlandırılması uzun bir süre alabilmektedir. Bu süreçte blokzincirlerin kullanılması hem işlemleri hızlandıracak hem de maliyetlerin azaltılmasında katkı sağlayacaktır (Fintech News, 2020).

Gümrük İşlemlerinde Blokzincir Uygulamaları

Kenya'dan Hollanda'ya gerçekleştirilen bir ihracat işleminin tamamlanması sürecinde gerekli olan tüm işlemler ve dokümanlar takip edilerek bir analiz yapılmıştır. Bu analiz sonucunda, bu dış ticaret işleminin sonuçlandırılabilmesi için 30'a yakın kurumdan 100 farklı kişi ile iletişime geçildiği, ürünlerin üreticiden ithalatçının eline geçmesinin toplam 34 gün sürdüğü ve bu sürenin 10 gününün dokümanların işlem sürecinden kaynaklandığı tespit edilmiştir (Patel ve Ganne, 2019).

Bu analiz gümrük işlemlerinin tamamlanması için harcanan zaman, iş gücü ve maliyetin boyutlarını ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra tüm bu işlemler için büyük miktarda kağıt doküman kullanılması, bu dokümanların arşivlenme ihtiyacı ve gerektiği durumlarda bu arşivlerden ilgili dokümanların tekrar temin edilmesi büyük bir efor gerektirmektedir. Bu nedenle gümrük işlemleri blokzincir teknolojisinin sağladığı çözümler dikkate alındığında üzerinde en fazla çalışma yapılan alanlardan biridir.

Dış ticarette karışık ve doküman yoğun süreçleri içeren gümrük işlemlerinde blokzincir teknolojisinin kullanılması ile bu işlemlerin basitleştirilmesi, daha güvenli hale getirilmesi ve maliyetlerin düşürülmesine yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Gümrük işlemlerinde gerekli olan dokümanların dijital olarak blokzincirlerde saklanması ve bu dokümanların takiplerinin çok hızlı şekilde yapılabilmesi önemli bir potansiyel sunmaktadır (Dünya Gümrük Örgütü, 2021).

Blokzincirlerin kullanımı ile tüm veriler tek bir veri tabanında toplanabilmekte ve tüm taraflarca anlık olarak görülebilmektedir. Bu sayede gümrük işlemleri için gerekli olan belgeler dijital olarak blokzincirde saklanıp takibi yapılabilir.

Tedarik Zinciri Blokzincir Uygulamaları

Tedarik zinciri yönetimi ve lojistik alanında blokzincirlerin kullanımı ile ilgili önemli araştırmalar yapılmıştır. Dijitalizasyon sayesinde bu alanda yaşanan gecikmelerin önlenmesine, ürünlerin izleme ve takibine yönelik çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Patel ve Ganne, 2020).

Günümüzde tedarik zincirleri çok büyük ve karmaşık verileri işleme kapasitesine sahip olmasına rağmen, hala kağıt dokümanlara dayalı olarak yavaş işleyen bir sistem söz konusudur. Blokzincirler, tedarik zincirleri süreçlerindeki işlemleri onaylama ve bu işlemlerin tutarlılıklarını artırma yönünde fayda sağlayabilirler. Bu sayede mevcut durumda elle yapılan ve yavaş işleyen süreçlerin yerlerini alabilirler. Ayrıca takip ve izleme süreçlerinin etkinliğini artırma yönünde önemli potansiyel sunmaktadırlar (McKinsey and Company, 2017).

Sigortacılık Blokzincir Uygulamaları

Sigortacılık da blokzincir teknolojisinden önemli seviyede faydalanma potansiyeli olan bir sektördür. Özellikle blokzincir sistemlerine eklenebilen “akıllı sözleşmeler” ile işlemlerin otomatik olarak gerçekleştirilebilmesi maliyetleri azaltma potansiyeli sunmaktadır. Akıllı sözleşmelerin kullanımı ile ödemelerin otomatik hale getirilmesi sayesinde maliyetlerin önemli ölçüde azaltılabileceği belirtilmektedir. Ayrıca güvence sağlayan aracı kuruluşlara olan ihtiyacın azalması ve dolandırıcılık riskinin en aza indirilmesi öngörülmektedir (Munich RE., 2020). Dünyanın önde gelen sigortacılık şirketleri kendi aralarında konsorsiyumlar oluşturarak blokzincirin sigortacılık sektöründe kullanımına ilişkin denemeler yapmaktadırlar (B3i, 2021). Blokzincir sayesinde daha iyi fiyat ve risk analizi yapılabildiği, yeni tür sigorta ürünlerinin sunulabileceği ve sigorta hizmetlerine ulaşımı zor olan kişiler için bu hizmetlerin daha ulaşılabilir hale getirilebileceği değerlendirilmektedir.

Muhasebe ile İlgili Blokzincir Uygulamaları

Blokzincirlerin muhasebe alanındaki uygulamalarda kullanımının hata ve dolandırıcılık riskini azaltılabileceği belirtilmektedir. Dijital sistemlerden faydalanma hızı giderek artmasına rağmen muhasebecilik işlemlerinin doküman yoğun yapısı devam etmektedir. Çift taraflı kayıt yönteminin blokzincirler üzerinden gerçekleştirilmesi ile muhasebe işlemlerinin çok daha basitleştirilebileceğine yönelik öneriler sunulmuştur. Aralarında ticari işlem gerçekleştiren firmaların ayrı ayrı kayıt tutmaları yerine, ortak bir veri tabanına ticari işlemlerini kaydetmeleri blokzincir teknolojisi ile mümkün olmaktadır. Bu sayede ticari işlemler daha şeffaf olmaktadır. Ayrıca bu verilerde sonradan herhangi bir oynama yapılamadığından sistem güvenli bir yapı sunmaktadır (Faccia ve Mosteanu, 2019: 108).

Vergi ile İlgili Blokzincir Uygulamaları

Blokzincir, işlemlerin sadece yetkiye sahip kişiler tarafından gerçekleştirilmesini sağlayan, bu işlemlerin sistemdeki tüm katılımcılar tarafından doğrulanabildiği, sonuçların anlık olarak izlenebildiği ve değiştirilemediği bir veri tabanı sunmaktadır. Son yıllarda ortaya çıkan paylaşım ekonomisi, yeni dijital iş modelleri gibi kavramlar, mevcut vergi sisteminin bu yeni iş modelleri bakımından yeterliliğinin sorgulanmasına yol açmıştır. Blokzincir teknolojisi, verginin toplanma biçiminin geliştirilmesine yönelik önemli potansiyel sunmaktadır (<https://www.pwc.co.uk>).

Verilere anlık ve şeffaf erişim sağlayan sistemsel yapısı sayesinde blokzincirler, hataların ve sahtecilik işlemlerinin çok daha hızlı ve kolay tespit edilebilmesini mümkün kılmaktadır. Özellikle vergilerin ödenip ödenmediği, nerede ve ne kadar ödendiğine ilişkin takibin mikro işlemler seviyesinde bile yapılabilmesi sürece katkı sağlayacak bir husustur. Blokzincir kullanımı ile vergi kaçığının azaltılabileceği ve vergi kurumlarına önemli faydalar sağlayabileceği değerlendirilmektedir (<https://www.pwc.co.uk>).

Ancak vergi sistemi tüm herkesi kapsayıcı bir süreç olduğundan, tüm vergi sisteminin blokzincir teknolojisi üzerine kurulmasının gerçekçi olmayacağı eleştirileri de yapılmaktadır. Bilgisayar sahibi olmayan veya ticari verilerini dijital ortamda tutmayan kişiler blokzincir sistemine dahil olamayacağından vergi sistemi dışında kalacaktır. Bu nedenle blokzincirlerin vergi sistemlerindeki uygulamalarının, mevcut problemlerin çözümüne yönelik sunulabilecek küçük aşamalarla başlatılması daha olası görülmektedir (Ernst ve Young Global, 2020).

Noter İşlemlerine Yönelik Blokzincir Uygulamaları

Blokzincirlere eklenen verilerin değiştirilememesi sayesinde bu sistemler güven gerektiren uygulamalar için bir çözüm önerisi olarak sunulmuştur. Belgelerin dijital olarak blokzincirlerde depolanması ile dolandırıcılık ve sahte işlemlerin önüne geçilebileceği belirtilmiştir. Blokzincirlerin merkezi bir sisteme bağlı olmamaları sebebiyle geleneksel veri tabanlarına göre daha güvenli oldukları kabul edilir. İsteyen herkesin eklenen her bilgiyi görebileceği şekilde sistem tasarlanabildiğinden, blokzincirlerin şeffaflık gerektiren uygulamalar için bir çözüm olarak kullanılabileceği düşünülmektedir (Forbes, 2019).

Blokzincir ayrıca noter uygulamalarına dijital bir çözüm üreterek bu uygulamaların uzaktan yapılabilmesine olanak sağlayabilecektir. Blokzincire kaydedilen verilerde değişiklik yapılamadığından, kullanıcılar sistemdeki verilerin doğruluğundan emin olmaktadır. Bir dokümanın var olup olmadığı, sahibinin kim olduğu ve bu sahipliğin devir işlemleri ile ilgili kayıtlar blokzincir veri tabanında saklanabilir. Blokzincir, dokümanların güvenli şekilde saklanması, sadece “özel anahtar” olarak adlandırılan dijital imzaya sahip kişilerin dokümanlar ile ilgili işlem yapabilmesi, dokümanların sistemde değiştirilmesi mümkün olmayacak şekilde zaman damgalı olarak depolanması, hızlıca sahiplik devir işlemlerinin yapılabilmesi ve doğrulanabilmesi gibi önemli avantajlar sunmaktadır (Forbes , 2019).

Ancak noter işlemlerinin devletler tarafından kanunlarla uygulandığı düşünüldüğünde, bahse konu bu işlemlerin tamamen blokzincirler üzerinden yürütülmesi beklenmemektedir. Blokzincirler daha çok noter işlemlerinin etkinliğini artmasına yardım edecek bir teknoloji olarak görülmektedir.

Dijital Kimlik Doğrulaması Blokzincir Uygulamaları

Kişilerin dijital kimlikleri özellikle internet üzerinden gerçekleştirilen finans işlemleri için son derece önemlidir. Ancak kimlik doğrulaması kimi durumlarda birçok adımdan oluşan yoğun efor gerektiren bir işlem olabilmekte, ayrı kurum ve işlemler için tekrar tekrar yapılması gerekebilmektedir. Blokzincir teknolojisi, oluşturulan kimliklerin güvenli ve tekrarlı kullanımını mümkün kılarak bu doğrulama işlemini oldukça basitleştirmektedir. Blokzincirdeki dijital kimlik uygulamalarından özellikle İngilizce “fintech” olarak belirtilen finansal hizmetlere yönelik teknolojilerde yararlanılabileceği düşünülmektedir. Blokzincirin dijital kimliklerin daha güvenli saklanması ve yönetilmesine olanak sağladığı, sahte kimlik kullanılmasına karşı daha etkin bir çözüm sunabileceği değerlendirilmektedir (Consensus, 2021).

Diğer Blokzincir Uygulama Alanları

Blokzincir teknolojisinin birçok faaliyet alanına yönelik farklı uygulamaları üzerinde çalışılmıştır. Sisteme kaydedilen verilen değiştirilememesi ve yetki verilen herkes tarafından görülebilmesi birçok farklı kullanımı mümkün kılmaktadır. Telif haklarının korunması yönünde yaşanan sıkıntıların blokzinciri kullanan sistemler ile çözümüne yönelik araştırmalar yapılmıştır (Ito ve O'Dair, 2018: 317). Enerji ve karbon emisyonlarının blokzincir yardımıyla ile kurumlar arasında alım satımını gerçekleştirmek üzere platformlar oluşturulmuştur (Deloitte, 2016). Dijital ortamda daha güvenilir şekilde oy kullanmaya yönelik çalışmalar yapılmıştır (Maesa ve Mori, 2020: 99). Blokzincir teknolojisi ve akıllı sözleşmeler yardımıyla bir aracı kuruma ihtiyaç duymadan konaklama, taksi gibi hizmetlerin paylaşım ekonomisi içindeki uygulamaları üzerinde araştırmalar yapılmaktadır (<https://hbr.org>). Sertifika, diploma ve transkript gibi yükseköğretim ile ilgili belgelerin blokzincire kaydedilmesi durumunda öğrenciler dünyanın neresinde olurlarsa olsunlar bu belgelerin erişimi kolaylıkla sağlanabilmekte ve doğrulanabilmektedir (Takaoğlu ve Gunes, 2019: 104).

Birçok farklı alanda önemli kullanım potansiyeli sunmasına rağmen, blokzincir teknolojisinin günümüzde dünya çapında yaygın olarak kullanılan uygulama sayısı sınırlıdır (Winn, 2020). Bu teknolojinin eksikliklerinin zaman içinde giderilerek iş dünyası ve kamu tarafından kullanıma uygun duruma gelmesinin, internetin ilk çıktığı yıllarda olduğu gibi kademeli olarak gerçekleşecek bir süreç olduğu değerlendirilmektedir (<https://hbr.org>).

SONUÇ

Blokzincir günümüzde en öne çıkan ve en çok ilgi çeken teknolojilerin başında gelmektedir. Hayatın birçok alanı için temel bir değişim vaat eden blokzincir, verilerin bilgisayar ve şifreleme bilimi kullanılarak kaydedildiği, merkezi olmayan bir veri tabanı türüdür. Getirmiş olduğu en önemli yeniliklerden biri blokzincire kaydedilen verilerde geriye dönük değişiklik yapılamamasıdır. Bu sayede güvence sağlayan aracı kuruluşlara ihtiyaç olmadan işleyen bir sistem sunmaktadır. Geleneksel merkezi veri tabanlarına göre blokzincirlerin farklı avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Bu avantajların başında, aracılar ihtiyaç olmadan işlemlerin gerçekleştirilebilmesi sayesinde maliyetlerin azaltılması gelmektedir. Blokzincirler, diğer veri tabanlarına kıyasla siber saldırılara karşı daha güvenli bir yapı sunarlar. Tüm kullanıcılara açık olan blokzincir türleri, verilerin herkes tarafından görülebilmesine olanak sağladıkları için açık ve şeffaf bir sistem oluştururlar. Blokzincirlerde yer alan ve "akıllı sözleşme" olarak ifade edilen yazılımlar sayesinde, şartları önceden belirlenen işlemlerin otomatik olarak gerçekleşmesi mümkün olmaktadır. Verilerin zincir şeklinde birbirine bağlı olduğu yapı sayesinde, sistemde yer alan tüm işlemler hızlı şekilde takip edilebilmektedir. Ayrıca merkezi olmayan yapıları nedeniyle veriler dünyanın farklı bölgelerinde çok sayıda kullanıcının bilgisayarında depolanmış durumdadır. Bu nedenle bu verilerin kaybolma ihtimali son derece düşüktür.

Avantajlarının yanında blokzincirlerin eksik kaldığı bazı noktalar da bulunmakta. Özellikle işleminde bilgisayar işlem gücü gerektiren blokzincir türleri çok yoğun enerji tüketimine sebep olmaktadır. Döngüsel ekonomi, iklim değişikliği ve enerji tüketiminin azaltılması konularının günümüzde giderek daha da önemli hale geldiği düşünüldüğünde, bu durum önemli bir dezavantaj olarak görülebilir. Bunun yanı sıra, tüm kullanıcıların erişimine açık olan blokzincir türlerinde, belirli sürede gerçekleştirilebilen toplam işlem sayısı ticari olarak yaygın kullanım için yeterli seviyeye henüz ulaşamamıştır. Ayrıca blokzincire kaydedilen verilerin değiştirilememesi bazı uygulama alanları için sorun teşkil etmektedir.

Blokszincir teknolojisinin dış ticarete kullanımına yönelik kapsamlı çalışmalar yapılmaktadır. Blokszincirin dış ticarete önemli imkanlar sunduğu alanların başında finans ve bankacılık hizmetleri, gümrük işlemleri, tedarik zinciri yönetimi ve dokümanların dijitalleştirilmesi gelmektedir. Bu kullanım alanlarının dışında sigortacılık, muhasebe işlemleri, vergi toplama yöntemleri, sağlık ve eğitim hizmetleri, noter uygulamaları, dijital kimlik, oy verme süreçleri, enerji yönetimi, fikri mülkiyet ve telif hakları gibi birçok alanda blokszincir kullanımı üzerine araştırmalar yapılmaktadır. Dünya ticaretinde söz sahibi birçok firma son birkaç yıldır kendi sektörlerine yönelik blokszincir konsorsiyumları oluşturmuş ve bu teknolojinin kullanımına yönelik projeler başlatmışlardır. Bu projelerin birçoğunun hazırlık ve test aşamaları devam etmektedir.

Blokszincirlerin özellikleri incelendiğinde, belirli uygulamalar için önemli bir kullanım potansiyeli sundukları, ancak bazı uygulamalarda kullanılmalarının mümkün olmadığı veya verimliliği düşürdüğü görülmektedir. Bu nedenle, blokszincir sisteminin getirdiği fayda ve zararlar değerlendirilip, bir uygulamada blokszincir kullanımının uygun olup olmadığına, eğer uygunsa hangi tür blokszincir sisteminin ve tasarımının seçilmesi gerektiğine detaylı bir araştırma sonucu karar verilmelidir.

Blokszincir teknolojisinin gelecekte dış ticaret ile ilgili alanlar üzerinde önemli etkilerinin olacağı anlaşılmaktadır. Blokszincirin yapısal eksikliklerinin tamamlanarak, iş dünyası ve kamu tarafından kullanıma uygun duruma gelmesi zaman içinde kademeli olarak gerçekleşecek bir süreç olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca blokszincirin dış ticaret alanında etkin kullanımı için özel, kamu ve uluslararası kuruluşların işbirliğinin gerekli olduğu görülmektedir.

Daha sonra yapılacak çalışmalarda, blokszincir sisteminin dış ticaret alanında kullanımı önündeki potansiyel engellere ilişkin ilgili sektörlerde karar verici pozisyonda bulunan yöneticilerden görüşlerin alınması ve elde edilecek veriler analiz edilerek ilgili alanlarda hangi tür blokszincir sisteminin hangi özelliklerle uygulanmasının mümkün olabileceğine yönelik araştırma gerçekleştirilmesi faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

Al-Jaroodi, J. and Mohamed, N. (2019). Industrial Applications of Blockchain. *2019 IEEE 9th Annual Computing and Communication Workshop and Conference (CCWC)*, 550-555.

B3i. (2021). *About B3i*. [Online] <https://b3i.tech/home.html> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].

Biswas, B. and Gupta, R. (2019). Analysis of barriers to implement blockchain in industry and service sectors. *Computers & Industrial Engineering*, 136, 225-241.

Christidis, K, and Devetsikiotis, M. (2016). Blockchains and smart contracts for the internet of things. *IEEE Access*, 4, 2292–2303.

Consensys. (2021). *Blockchain in Digital Identity*. [Online] <https://consensys.net/blockchain-use-cases/digital-identity> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].

Deloitte. (2016). *Blockchain applications in energy trading*. [Online] <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/energy-resources/deloitte-uk-blockchain-applications-in-energy-trading.pdf> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].

Deloitte. (2016). *Blockchain: Opportunities for health care. A new model for health information exchanges*. [Online] <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/public-sector/articles/blockchain-opportunities-for-health-care.html> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].

- Dünya Gümrük Örgütü (WCO). (2021). *Blockchain: unveiling its potential for Customs and trade*. [Online] <https://mag.wcoomd.org/magazine/wco-news-87/blockchain-intro> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Ernst and Young Global. (2020). *How blockchain will transform tax, accounting and more*. [Online] https://www.ey.com/en_cn/tax/how-blockchain-will-transform-tax-accounting-and-more [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Faccia, A. and Mosteanu, N. (2019). *Accounting and blockchain technology: from double entry to triple-entry*. *Bus. Manag. Rev.* 10 (2), 108–116.
- Fintech News. (2020). *10 use cases of blockchain technology in banking 2020*. [Online] <https://www.fintechnews.org/10-use-cases-of-blockchain-technology-in-banking-2020> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Forbes. (2019). *A Blockchain-Based Digital Notary: What You Need To Know*. [Online] <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2019/11/12/a-blockchain-based-digital-notary-what-you-need-to-know/?sh=4e8d6bd14557> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Ganne, E. (2018). *Can Blockchain revolutionize international trade?* Cenevre, WTO Publications.
- Golosova, J. and Romanovs, A. (2018). The Advantages and Disadvantages of the Blockchain Technology. *2018 IEEE 6th Workshop on Advances in Information, Electronic and Electrical Engineering (AIEEE)*, 1-6.
- Haber, S. and Stornetta, W. (1991). How to time-stamp a digital document. *Journal of Cryptology* 3, 99–111.
- Harvard Business Review. (2017). *The Truth About Blockchain*. [Online] <https://hbr.org/2017/01/the-truth-about-blockchain> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Harvard Business Review. (2017). *What Blockchain Means for the Sharing Economy*. <https://hbr.org/2017/03/what-blockchain-means-for-the-sharing-economy> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Hassani, H., Huang, X. and Silva, E. (2018). Banking with blockchain-ed big data. *J. Manag. Analysis* 5 (4), 256–275.
- Ito, L. and O'Dair, M. (2018). A Critical Examination of the Application of Blockchain Technology to Intellectual Property Management. H. Treiblmaier, & R. Beck içinde, *Business Transformation Through Blockchain: Volume II* (s. 317- 338). Zug: Springer International Publishing.
- Juma, H., Shaalan, K. and Kamel, İ. (2019). A Survey on Using Blockchain in Trade Supply Chain Solutions. *IEEE Access*, 7, 184115-184132.
- Kowalski, M., Lee, Z. and Chan, T. (2021). Blockchain technology and trust relationships in trade finance. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120641.
- Maesa, D. and Mori, P. (2020). Blockchain 3.0 applications survey. *Journal of Parallel and Distributed Computing* 138, 99–114.
- McKinsey and Company. (2017). *Blockchain technology for supply chains—A must or a maybe*. [Online] <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/blockchain-technology-for-supply-chains-a-must-or-a-maybe> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].

- Munich R. E. (2020). *Blockchain and its Implications for the Insurance Industry*. [Online] <https://www.munichre.com/us-life/en/perspectives/underwriting/blockchain-implications-insurance-industry.html> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Nakamoto, S. (2008). *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System*. [Online] <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Narayanan, A., Bonneau, J., Felten, E., Miller, A. and Goldfeder, S. (2016). *Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction*. New Jersey, Princeton University Press.
- Patel, D. and Ganne, E. (2019). *Blockchain & DLT in Trade: A Reality Check*. Londra, TFG Publishing Limited.
- Patel, D. and Ganne, E. (2020). *Blockchain & Dlt In Trade: Where Do We Stand?*, Londra, TFG Publishing Limited.
- Pedersen, A., Risius, M. and Beck, R. (2019). A Ten-Step Decision Path to Determine When to Use Blockchain Technologies. *MIS Quarterly Executive*. 18, 99-115.
- PricewaterhouseCoopers. (2016). *How blockchain technology could improve the tax system*. [Online] <https://www.pwc.co.uk/issues/futuretax/assets/documents/how-blockchain-could-improve-the-tax-system.pdf> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].
- Takaoğlu, M. and Gunes, A. (2019). Yükseköğretimde Blokzincir Teknolojisi. 5. *Uluslararası Eğitim Uzaktan Eğitim ve Eğitim Teknolojileri Kongresi - ICDET 2019* (s. 104-116). Antalya, Çözüm Eğitim Yayıncılık.
- Takaoğlu, M., Özer, Ç. ve Parlak, E. (2019). Blokzinciri Teknolojisi ve Türkiye'deki Muhtemel Uygulanma Alanları. *Uluslararası Doğu Anadolu Fen Mühendislik ve Tasarım Dergisi*, 1 (2), 260-295.
- Winn, J. (2020). *Reports of a Blockchain Revolution in Trade Finance Are Greatly Exaggerated*. [Online] <https://ssrn.com/abstract=3526521> [Erişim Tarihi: 05.05.2021].



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2021, 4(9): 937-951.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.808](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.808)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Göçmen Kadınların Erzurum’da Yaşadığı Göçmenlik Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Cengiz KILIÇ, Atatürk Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Erzurum, e-posta: cengiz.kilic@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1640-0132>

Dr. Öğr. Üyesi Derya ÇAKMAK KARAPINAR, Atatürk Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Erzurum, e-posta: derya.cakmak@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0796-1800>

Öz

İnsanların yaşadıkları toplumdan ve çevreden daha iyi yaşam koşullarına sahip olmak ya da yaşadıkları yerdeki insanlardan uzaklaşarak daha güvenli bir yere geçme niyeti ile ayrılmaları olarak nitelendirilen göç günümüzde olduğu gibi tarih boyunca gözlemlenen bir olgudur. İnsanların, toplumların ve kültürlerin yapısal özelliklerinden kaynaklı olarak göç gibi göçe dair algıları ve göçe verdikleri tepkiler her ne kadar değişkenlik gösterse de göç, tüm insanlığı ilgilendiren ve tüm insanlığın yüzleşmek zorunda kaldığı en önemli toplumsal sorunlardan biridir. Bu sorun günümüzde uluslararası ilişkileri ve problemleri belirleyen en önemli maddelerin içerisinde yer almaktadır. Göç kendisi bir problemken kendi içinde de çocuk, kadın, hasta, engelli, yaşlı gibi özel grupların göçe bağlı olarak yaşadığı problemleri de bünyesinde barındırmaktadır. Bu çalışmada çeşitli nedenlerle yaşadıkları yerden ve bireylerden ayrılarak Erzurum’a göç eden kadınların karşılaştıkları ensarlık tutumlarını, göçmen kadın oldukları süreçte yaşadıkları duygusal ve sosyal yalnızlıkları ve bunun üzerinde etkili olan etmenleri ve kendilerinin ensar olmaları durumunda tutumlarının neler olabileceğinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Erzurum’da göçmen olan kadınlara kar topu örnekleme yöntemi ile ulaşılmış olup derinlemesine mülakat yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler NVİVO 12 programı ile analiz edilmiştir. Analiz neticesinde göçmen kadınların genel olarak Erzurum halkının ensarlığından ve diğer göçmenlerle iletişimlerinden memnun olduğu, göç yolculuğuna başladıkları bireylerden Erzurum’a geldikten sonra bekledikleri manevi desteği alan ve alamayan göçmen kadınların olduğu, genel olarak çocuklarının eğitim ihtiyacını karşılamak amacıyla ve savaş nedeni ile can güveliklerinin olmaması nedeniyle Türkiye’ye göçtükleri ve bundan çok memnun oldukları, çok zor şartlarda göç ettikleri için ve diğer nedenlerle çalışmaya katılanların hemen hemen hepsinin ruhsal/psikolojik sorunları olduğu ve ailelerini ve vatanlarını oldukça özledikleri görülmüştür. Ayrıca kendilerinin ensar olma durumunda göçmen kadınlara daha merhametli ve iyi davranacaklarını dile getirdikleri de görülmüştür. Türkiye’de göçmenlerin yerel halkın hem kültürü hem de iş imkanları açısından birer tehdit olarak görülmesine karşın Erzurum’da yaşayan kadınların yerli halktan memnun oldukları, ancak çocuklarının dışlanmaya maruz kaldığı ve dayak yediği sonucuna ulaşılmıştır. Gerçekleştirilen bazı çalışmalar ebeveynlere yönelik sosyal dışlanmayı çocukların kendi üzerlerinde hissettiği ve göçmen öğrencilerin akranları tarafından doğrudan sosyal dışlanmaya maruz kaldıklarını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Göç, Göçmen Kadın, Sosyal ve Duygusal Yoksunluk.

Makale Gönderme Tarihi: 17.06.2021

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2021

Önerilen Atıf:

Kılıç, C. ve Çakmak Karapınar, D. (2021). Göçmen Kadınların Erzurum’da Yaşadığı Göçmenlik Deneyimleri Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(9): 937-951.

© 2021 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2021, 4(9): 937-951. DOI:10.26677/TR1010.2021.808

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

A Qualitative Research on The Migration Experiences of Migrant Women in Erzurum

Assistant Prof. Dr. Cengiz KILIÇ, Atatürk University, Distance Education Faculty, Erzurum, e-mail: cengiz.kilic@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1640-0132>

Assistant Prof. Dr. Derya ÇAKMAK KARAPINAR, Atatürk University, Distance Education Faculty, Erzurum, e-mail: derya.cakmak@atauni.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0796-1800>

Abstract

Migration, which is defined as the departure of people from the society and environment they live in with the intention of having better living conditions or moving away from the people where they live, with the intention of moving to a safer place, is a phenomenon observed throughout history as it is today. Although people's perceptions and reactions to migration, such as migration, vary due to the structural characteristics of societies and cultures, migration is one of the most important social problems that concern all humanity and that all humanity has to face. Today, this problem is among the most important items that determine international relations and problems. While migration itself is a problem, it also includes the problems experienced by special groups such as children, women, sick, disabled and elderly people due to migration. In this study, it is aimed to examine the attitudes of the women who migrated to Erzurum by leaving their place of residence and individuals for various reasons, the emotional and social loneliness they experienced during the process of being a migrant woman and the factors that affect this, and what their attitudes might be if they become a host. For this purpose, immigrant women in Erzurum were reached by snowball sampling method and in-depth interview method was used. The obtained data were analyzed with the NVIVO 12 program. As a result of the analysis, migrant women are generally satisfied with the hosting of the people of Erzurum and their communication with other immigrants, there are those who receive the moral support they expect after coming from the individuals they have started to migrate, and those who do not, and they migrate to Turkey in order to meet their children's education needs and because of the lack of safety because of the war. It was observed that almost all of those who participated in the study because they were very satisfied, migrated under very difficult conditions and for other reasons had mental/psychological problems and missed their families and homeland very much. It was also seen that they expressed that they would treat immigrant women very compassionately and well if they became host. It has been concluded that the women living in Erzurum are satisfied with the local people, but their children are exposed to exclusion and beaten, as immigrants are seen as a threat in terms of both culture and job opportunities of the local people in Turkey. Some studies have revealed that children feel the social exclusion of parents on themselves and that immigrant students are directly exposed to social exclusion by their peers.

Keywords: Migration, Migrant Women, Social and Emotional Deprivation.

Received: 17.06.2021

Accepted: 03.09.2021

Suggested Citation:

Kılıç, C. and Çakmak Karapınar, D. (2021). A Qualitative Research on The Migration Experiences of Migrant Women in Erzurum, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 4(9): 937-951.

© 2021 Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz çağ, küreselleşmenin birden fazla süreci kapsamaları ile birlikte dünya çapında giderek artan uluslararası göç hareketliliğinin ‘göçler çağı’ olarak nitelendirilmesine neden olmuştur. Buradan hareketle küreselleşme sonucunda ortaya çıkan göç hareketi, göç alan ve veren ülkelerin ulusal egemenlik ve güvenliğini doğrudan etkileyen bir konu olmaksızın uluslararası düzeyde ilişkileri çok boyutlu etkilemektedir. Bu minvalde, uluslararası göçe katılan insan sayısındaki düzenli artış sonucunda toplam sayı 258 milyonu bulmuştur (United Nations, 2017).

İnsanın yaşadığı coğrafyadan ve kültürden ayrılıp başka bir mekâna göç etmesi ait olduğu sosyal gruptan bağımsız olarak ciddi etkiler yaratabilmektedir. Bu etkilerin içeriği kısmen olumlu iken (sağlık imkanlarına kavuşabilme, iyi bir eğitim alabilme durumu) öte yandan olumsuz (göç esnasında karşılaşılan riskler, adaptasyon problemleri, travma, istismar) olabilmektedir. Genel olarak bakıldığında bu süreçten bazı alt gruplar diğerlerine göre daha fazla etkilenebilmekte, daha kırılabilir olabilmekte; özellikle kadınlar, insan ticareti gibi bir insanlık suçunun odağı haline gelebilmektedirler (UNODC, 2016).

Kadın göçmenlerin neden ve nasıl göç ettikleri, göç esnasında karşılaştıkları problemler ve göç olgusunun kadınlar üzerindeki etkisinin araştırılması önem arz etmektedir. Mollard’a (2010) göre; yoksulluk, güvenlik sorunları, evlilik, iş gücü, emek farklılıkları, yurt dışı bağlantıları kadın göçünün temel sebepleri olarak ele alınabilir. Genel olarak göç sınıflandırmaları, benzer biçimde kadın göçü öncelikle ‘istekli bir biçimde gerçekleştirilen diğer bir deyişle zorlayıcı dış faktörlerden bağımsız göçler’ ve ‘zorunlu bir biçimde yapılan göçler’ olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır.

Çeşitli nedenlerle yaşadıkları yerden ve bireylerden ayrılarak Erzurum’a göç eden kadınların karşılaştıkları ensarlık tutumlarını, göçmen kadın oldukları süreçte yaşadıkları duygusal ve sosyal yalnızlıkları ve bunun üzerinde etkili olan etmenleri ve kendilerinin ensar olmaları durumunda tutumlarının neler olabileceklerinin incelenmesi amaçlayan bu çalışmada 14 göçmen kadınla görüşmeler gerçekleştirilmiştir ve NVİVO 12 paket programıyla analiz edilmiştir.

GÖÇ ve KADIN

Göç, genel itibarıyla ‘anamlı uzaklık ve etki oluşturabilecek kadar bir zaman dilimi içerisinde gerçekleşen tüm yer değiştirmeler’ olarak tanımlanabilir (Erder, 1986). Bu tanımda da belirtildiği üzere bu geniş perspektif göç konusunun anlaşılmasını güçleştiren konuların başında yer almaktadır. Bu durumun etkisiyle yakın tarihe kadar göç ve göçmenler, toplumsal cinsiyet, çocuk, kadın, aile gibi konularda bağımsız düşünülmüştür. Bu doğrultuda, göç araştırmalarında göçmenler kimliksiz bireyler olarak yer almışlardır. Bu indirgemeci yaklaşım genel itibarıyla göçün ve farklı sosyal gruplar üzerinde yarattığı etkinin anlaşılmasını zorlaştırmıştır.

BM Mülteciler Yüksek Komiserliği’nin (BMYK) verilerine göre 65,6 milyon insanın ülkelerinde yaşadıkları bölgelerden göç etmek zorunda kaldıkları anlaşılmaktadır. Ülkeleri dışında sığınma arayan nüfusun ise 22,5 milyon civarında olduğunu belirtmektedir (UNHCR, 2018). BMYK’ya göre; göçmenler cinsiyetleri açısından gruplandırıldığında erkek göçmenler dünya genelinde toplamda yaklaşık %2’lik bir farkla en büyük göçmen kitlesini oluşturmaktadır. Kadın göçmenlerin oransal olarak büyüklüğü yeni bir olgu olmayıp neredeyse 1960’lardan itibaren kadınların göç bağlamındaki payı erkeklere oldukça yakın bir seyrinde ilerlemektedir. Kadın göçmenler durumu yaş grupları ve göç edilen ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre incelendiğinde ise ekonomik olarak gelişmiş ülkelerde 30-60 yaş aralığında olduğu anlaşılmaktadır (Yılmaz, 2019).

Göçün yönünün ekonomik ve sosyal gelişmişlik anlamında daha ileri düzeyde ülkelere doğru gerçekleştirilmesi kültürel farklılıklar, geri gönderilme kaygısı, kayıt dışılık gibi olumsuz etkiler bir tarafa bırakıldığında daha iyi bir eğitim ve sağlık şartlarına ulaşım da mümkün olabilmektedir. Örneğin; Dünya Bankasının bir araştırmasına göre, Guetemala, Meksika ve Fas'ta kadınların göç ile birlikte daha iyi sağlık imkânlarına kavuşması bu anlamda bilgi seviyelerindeki artış, anne ve bebek ölüm oranlarının düşmesini sağlayabilmektedir. Diğer yandan kırdan kente göç çocuk ölümlerini negatif olarak etkilemektedir (Fleury, 2016).

Göçün bireyler üzerindeki olumsuz etkileri düşünüldüğünde özellikle kadınlar açısından toplumsal anlamdaki rol ve sorumluluklarının yanı sıra ekonomik, sosyal ve kültürel kayıpların da birçok anlamda yoksunluğa sebebiyet verdiği aşikârdır. Dolayısıyla bu meselenin kadınlar üzerindeki etkilerinin farklı boyutlarıyla ele alınması önem arz etmektedir.

MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

İnsanların, toplumların ve kültürlerin yapısal özelliklerinden kaynaklı olarak göç gibi göçe dair algıları ve göçe verdikleri tepkiler her ne kadar değişkenlik gösterse de göç, tüm insanlığı ilgilendiren ve tüm insanlığın yüzleşmek zorunda kaldığı en önemli toplumsal sorunlardan biridir. Göç kendisi bir problemken kendi içinde de çocuk, kadın, hasta, engelli, yaşlı gibi özel grupların göçe bağlı olarak yaşadığı problemleri de bünyesinde barındırmaktadır. Bu çalışmada çeşitli nedenlerle yaşadıkları yerden ve bireylerden ayrılarak Erzurum'a göç eden kadınların karşılaştıkları ensarlık tutumlarını, göçmen kadın oldukları süreçte yaşadıkları duygusal ve sosyal yalnızlıkları ve bunun üzerinde etkili olan etmenleri ve kendilerinin ensar olmaları durumunda tutumlarının neler olabileceklarinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Bu araştırmada ele alınan göç olgusu; birçok toplumsal normların sosyal hayattaki görünürlüğünü arttırdığı bilinmektedir. Buradan hareketle, Erzurum ilinde toplumsal doku itibarıyla toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının, cinsiyete dayalı ayrımcılığının ve kadının iş gücüne katılımının farklı boyutlarda ele alınması önem arz etmektedir.

Göç sürecinin cinsiyet farklılıkları önemsenerek incelenmesi ve göçün asıl aktörünün aileyi kamusal alanda temsil edenin erkek olduğu ön kabulü ile gerçekleştirilen çalışmaların, kadını ikinci planda tuttuğu bilinmektedir. Dolayısıyla göç sürecindeki kadının, erkeklerden ayrı ve kendine özgü durumuyla ele alınıp incelenmesi gerekmektedir.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Göçmen kadınların Erzurum'da yaşarken hissettikleri sosyal ve duygusal yoksunluğu ve nedenlerini ortaya koymaya yönelik olarak planlanan bu çalışmada Afgan uyruklu göçmen kadınlara ulaşılmış ve çalışma kapsamında görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma;

- Örneklem içerisinde yer alan 28 göçmen kadının çeşitli nedenlerden dolayı çalışmaya katılmak istememesi ve çalışmaya katılmaya gönüllü olarak katılan 14 göçmen kadınla,
- Araştırmanın belli bir zaman aralığında gerçekleştirilmiş olması nedeniyle zamanla göçmen kadınların görüş, düşünce, fikir ve beklentilerinin değişme ihtimalinin bulunmasıyla,

- Elde edilen bulguların katılımcıların verdiği cevapların analizi sonucunda ortaya çıkmasıyla,
- Literatürde göçmen kadınların sosyal ve duygusal yoksunluklarını inceleyen çalışmaların bulunmamasıyla sınırlıdır.

Araştırmanın Yöntemi

Çeşitli nedenlerle yaşadıkları yerden ve bireylerden ayrılarak Erzurum'a göç eden kadınların karşılaştıkları ensarlık tutumlarını, göçmen kadın oldukları süreçte yaşadıkları duygusal ve sosyal yalnızlıkları ve bunun üzerinde etkili olan etmenleri ve kendilerinin ensar olmaları durumunda tutumlarının neler olabileceğine odaklanılması nedeniyle nitel araştırma yöntemi esaslı bir çalışma yürütülmüştür.

Nitel araştırma yöntemi nitel veri toplama yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilen ve olay, olgu ve durumların doğal ortamlarında bütüncül bir biçimde ortaya konmasını sağlayan araştırma sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Nitel araştırmada olaylar, olgular ya da sorunlar meydana geldiği çevre, değerler ve algı bağlamında incelenerek ilişki ağının saptamayı ve kuram oluşturmayı içeren çalışmalardır. Nitel araştırmalarda nicel araştırmaya göre daha az sayısal ve istatistiki verilerle ifadeye başvurulmaktadır. Elde edilen verilerin sözlü ya da yazılı analizlerine ağırlık verilmektedir (Neuman, 2012).

Bu çalışmada araştırma deseni olarak araçsal durum çalışması kullanılmıştır. Nitel durum çalışmaları bir ya da birkaç duruma ilişkin etmenlerin gözlem ya da mülakat aracılığıyla derinlemesine araştırılarak duruma olan etkileri üzerine odaklanır. Nitel çalışmalarda yaygın olarak kullanılan durum çalışmasının deseni durumun türü, sayısı ve içeriğine göre farklı türlere ayrılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016; Creswell, 2013). Nitel durum çalışmalarından biri olan araçsal durum çalışması tek bir konu veya bir soruna odaklanıldığında kullanılmaktadır. Bu araştırmada göçmen kadınların Erzurum'da yaşadıkları sosyal ve duygusal yoksunluğun tespitine odaklanılmıştır.

Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın evrenini Erzurum'da yaşayan göçmen kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmanın evreninden örneklem grubu belirleyebilmek amacıyla kartopu/zincir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kartopu/zincir örnekleme yönteminde araştırmanın yapılacağı bireylerden ilkinin ulaşılması ile başlar ve görüşme sonunda görüşme yapılan bireyin önerdiği/yönlendirdiği diğer birey/bireylere ulaşılır ve aynı şekilde görüşme sonunda onunda önerdiği/yönlendirdiği diğer birey/bireylere ulaşılır. Böylece araştırmaya katılan katılımcı sayısı artarak çalışma süreci devam eder (Koç Başaran, 2017). Bu çalışmada öncelikle görüşmenin gerçekleştirileceği ilk göçmen kadına ulaşılmıştır. Afgan uyruklu olan göçmen kadın görüşme sonunda diğer göçmen Afgan kadınları ve onlar da diğer göçmen Afgan kadınları önermiştir. Bu şekilde 28 Afgan uyruklu göçmen kadına ulaşılmıştır. Ancak araştırmaya katılmaya gönüllü 14 göçmen Afgan kadın olduğu için araştırmanın örneklemini bu 14 göçmen kadın oluşturmuştur.

Araştırma Soruları

Göç, göçmen kadın ve sosyal ve duygusal yoksunluk konuları bağlamında incelenen ilgili literatür çerçevesinde araştırmanın amacı ve çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma soruları ortaya konmuş ve bu sorulara yanıt aranmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Göçmen kadınların Erzurum halkı ve diğer göçmenlerle kurdukları iletişimin sosyal ve duygusal yalnızlıkları üzerine etkileri nedir?

Araştırma Sorusu 2: Göçmen kadınların aldıkları manevi desteklerin sosyal ve duygusal yalnızlıkları üzerine etkileri nedir?

Araştırma Sorusu 3: Göçmen kadınların göç etmiş olmalarına ilişkin duygu ve düşüncelerinin sosyal ve duygusal yalnızlıkları üzerine etkileri nedir?

Araştırma Sorusu 4: Göçmen kadınların sosyal ve duygusal yalnızlıklarının kendilerinin ev sahibi olmaları durumundaki düşünce ve davranışları üzerine etkileri nedir?

Araştırma Sorusu 5: Göçmen kadınların yaşadıkları sosyal ve duygusal yalnızlığın duygu durum ve davranışlarına etkileri nedir?

Veri Toplama Araçları, Süreci ve Analizi

Veri toplama sürecinde öncelikle göç, göçmen kadınlar ve sosyal duygusal yalnızlık konu alanlarında literatür taranmış, yazılı ve görüntülü belgeler tespit edilerek incelenmiş ve buna bağlı olarak bir görüşme formu hazırlanmıştır. Hazırlanan görüşme formuna son hali verilmeden önce dil ve alan uzmanlarınca gerekli incelemeler yapılmış ve düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Son hali verilen yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla örneklem içerisine dahil edilen 28 göçmen kadın ile araştırmanın yürütülmesi hedeflenmiştir. Çalışmaya Afgan uyruklu 14 göçmen kadın katılmaya gönüllü olmuş ve çalışma 14 göçmen kadınla yürütülmüştür. Göçmen kadınlar ile gerçekleştirilen görüşmelerin transkripti çıkarılmış ve nitel veri analizi için uygun hale getirilmiştir. Ardından elde edilen tüm görüşme transkriptleri NVİVO 12 programına aktarılmış ve belli kodlar çerçevesinde kodlanmıştır¹. Kodlama işleminden sonra veriler tekrar gözden geçirilmiş ve kodlamalarda birleştirmelere ya da ayrımlara gerek olup olmadığı denetlenmiş ve katılımcıların görüşme sorularına verdikleri cevaplar ve belirttikleri görüşler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir.

BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde göçmen kadınların yaşadıkları sosyal ve duygusal yoksunluğu saptamak amacıyla gerçekleştirilen alan araştırmasına ilişkin bulgular sunularak yorumlanmıştır. Araştırma soruları çerçevesinde elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ilgili başlıklar altında sunulmuştur.

Çalışma Mayıs 2021-Haziran 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya katılan göçmen kadınların %57,14'ü (N=8) 20-29 yaş aralığında, %21,43'ü (N=3) 30-39 yaş aralığında, %14,29'u (N=2) 40-49 yaş aralığında ve %7,14'ü (N=1) 60-69 yaş aralığında yer almaktadır. Ayrıca çalışmaya katılan göçmen kadınların tümü Afgan uyrukludur ve %85,71'i evli ve %14,29'u

¹ Elde edilen nitel verilerin analizi üç ana aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada veriler bir araya toplanarak araştırmanın amacına uygun olarak anlamlı kodlara ayrılmıştır. Tüm verileri kodlama işlemi gerçekleştirildikten sonra bir kod listesi oluşturulmuştur. Kod listesi ile veriler karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve kodlar ile verilerin tutarlılığı sağlanmıştır. Ayrıca kodlar benzerlik ya da ortak özellik yönünden de incelenmiş ve kodlarda birleştirmelere gitmeye gerek olup olmadığına karar verilmiştir. Son hali verilen kodlar her bir araştırma sorusu altında ayrıntılı şekilde açıklanarak yorumlanmıştır.

bekardır. Bekar bireylerden biri göç ettikten sonra eşinden gördüğü şiddet neticesinde eşinden ayrılmıştır. Göçmen kadınların eğitim seviyelerine bakıldığında ise %35,71'inin (N=5) okumadığı, %42,86'sının (N=6) ilköğretim mezunu olduğu, %14,29'unun (N=2) orta öğretim mezunu olduğu ve %7,14'ünün (N=1) halen okumaya devam ettiği görülmüştür. Göçmen kadınların 92,86'sının (N=13) göç yolculuğuna eşi ve çocukları ile başladığı ve %7,14'ünün (N=1) göç yolculuğuna tek başladığı tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak göçmen kadınların %21,43'ünün (N=3) 2 çocuğuyla, %21,43'ünün (N=3) 3 çocuğuyla, %21,43'ünün (N=3) 4 çocuğuyla, %14,29'unun (N=2) 5 çocuğuyla, %14,29'unun (N=2) 6 çocuğuyla ve %7,14'ünün (N=1) çocuksuz olarak göç ettiği saptanmıştır. Bunlara ek olarak göçmen kadınların %14,29'unun (N=2) 1 yıldır, %7,14'ünün (N=1) 2 yıldır, %28,57'sinin (N=4) 3 yıldır, %21,43'ünün (N=3) 4 yıldır, %21,43'ünün (N=3) 5 yıldır ve %7,14'ünün (N=1) 1 yıldır Erzurum'da olduğu görülmüştür (Bkz Tablo 1).

Tablo 1. Göçmen Kadınların Demografik Bilgileri

Yaş Aralığı	Uyuğu	Cinsiyeti	Vatanından Ayrı Olduğu Süre (Yıl)	Medeni Durumu	Kimlerle Göç Ettiği	Eğitim Düzeyi	Çocuk Sayısı
20-29	Afgan	Kadın	2	Evli	Eşi ve çocukları	Okumamış	2
20-29	Afgan	Kadın	3	Evli	Eşi ve çocukları	İlköğretim	2
20-29	Afgan	Kadın	4	Evli	Eşi ve çocukları	İlköğretim	2
40-50	Afgan	Kadın	5	Evli	Eşi ve çocukları	Okumamış	3
20-29	Afgan	Kadın	1	Evli	Eşi ve çocukları	Okumamış	3
20-29	Afgan	Kadın	5	Evli*	Eşi ve çocukları	İlköğretim	5
20-29	Afgan	Kadın	3	Evli	Eşi ve çocukları	Okumamış	4
30-39	Afgan	Kadın	4	Evli	Eşi ve çocukları	Okumamış	6
30-39	Afgan	Kadın	6	Evli	Eşi ve çocukları	İlköğretim	6
60-70	Afgan	Kadın	4	Evli	Eşi ve çocukları	Orta öğretim	4
40-50	Afgan	Kadın	3	Evli	Eşi ve çocukları	İlköğretim	5
20-29	Afgan	Kadın	1	Bekar	Tek	Okuyor	-
20-29	Afgan	Kadın	3	Evli	Eşi ve çocukları	Orta öğretim	3
30-39	Afgan	Kadın	5	Evli	Eşi ve çocukları	İlköğretim	4

*şiddet mağduru olduğu için ayrılmış.

Göçmen Kadınların Erzurum Halkı ve Diğer Göçmenlerle Kurdukları İletişimin Sosyal ve Duygusal Yalnızlıkları Üzerine Etkileri

Erzurum'da yaşayan göçmen kadınların sosyal ve duygusal yalnızlıkları üzerine etkilerini belirlemek amacıyla görüşme gerçekleştirilen göçmen kadınlara "Yerel halkla arkadaşlık kurmada yaşadığınız sıkıntılar nelerdir?", "Diğer mültecilerle arkadaşlık kurmada yaşadığınız sıkıntılar nelerdir?" ve "Yerel halktan insanların sizi anladığını düşünmenizi sağlayan tutum ve davranışları nelerdir?" görüşme soruları sorulmuştur. Görüşmeye katılmayı kabul eden göçmen kadınların tamamı bu sorulara cevap vermişlerdir.

Yerel halkla arkadaşlık kurmada yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınların çoğunluğu bir sıkıntı yaşamadıklarını yani “memnun olduklarını” (N=7- %50,00) hatta az veya çok “Türk arkadaşlarının olduğunu” (N=3- %21,43) ifade ederken çocuklarının “dışlamaya maruz kaldığını dayak yediğini” (N=3- %21,43) ve ev kiralama ve para iadesi konularında sıkıntı yaşadıklarını (N=1- %7,14) söyleyen göçmen kadınlar da olmuştur. Göçmen kadınların yerel halkla arkadaşlık kurmada yaşadığı sıkıntılarla ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Sıkıntılarım var. Çocuklarımı kuran kursundan attılar. Çünkü başka bir çocuk ben bunları burada istemiyorum dedi. GK3

Şu sıkıntılarım var. Ben en kiraladım bana dediler 2000tl peşin ver. Paramı çıktığın zaman geri veririm. Ben 2 ay kaldım sonra çıktım. Ama paramı geri vermedi. GK4

Bir sıkıntım yok ama bazen Türk çocukları çocuklarımı dövüyor ve dışlıyor. GK6

Hayır ben herkesten çok memnunum bana destek oluyorlar. GK10

Hayır ben bazen çocuklarımı dövüyorlar ama ben onu hallediyorum. GK11

Hayır yok hatta benim Türk arkadaşlarım bile var. GK14

Diğer mültecilerle arkadaşlık kurmada yaşadığınız sıkıntılar nelerdir? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınların tamamı diğer mültecilerle arkadaşlık kurmada bir sıkıntı yaşamadığını dile getirmiştir. Göçmen kadınların diğer mültecilerle arkadaşlık kurmada yaşadığı sıkıntılarla ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Hayır diğer mültecilerle ilgili bir sıkıntı yaşamadım. GK4

Yok çok iyi geçiniyoruz. GK5

Hayır ben onlardan memnunum. GK9

Yerel halktan insanların sizi anladığını düşünmenizi sağlayan tutum ve davranışları nelerdir? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınların bir kısmı yerel halkın kendilerine “çok yardımcı olduklarını” (N=10- %66,66) ve kendilerini “çok sevdiklerini” (N=2- %13,33) bu nedenle “anladıklarını düşündüklerini” (N=1- %6,67) ifade ederken diğer kısmı yerel halkın “bazılarının anladığını bazılarının anlamadığını” (N=1- %6,67) ifade etmiştir. Ayrıca yerel halkın kendilerini “hiç anlamadığını” (N=1- %6,67)² düşünenlerin de olduğu görülmüştür. Göçmen kadınların yerel halkın kendilerini anlama durumlarına dair düşünceleri ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Evet, bizi anlıyorlar. Bizi çok seviyorlar. İlk geldiğimiz zamanla bizim maddi durumumuz iyi değildi bize yardımcı oldular. GK3

Evet, bizi anlıyorlar. İlk geldiğim zamanlar eczanede çalışan bir adam vardı bize çok yardımcı oldu. GK2

Evet, anlıyorlar. İlk geldiğim zamanlar çok yardımda bulundular. GK6

Bizi anladıklarını düşünüyorum. Bana çok yardımcı oldular her konuda. GK8

İlk geldiğim zaman bana ev eşyası ve mutfak eşyası verdiler. Yani bizi anlıyorlar. GK7

² Çalışmaya katılan göçmen kadınlardan yerel halkın kendilerini anlama durumlarına dair birden fazla düşünceden bahseden bulunmaktadır.

Göçmen Kadınların Aldıkları Manevi Desteklerin Sosyal ve Duygusal Yalnızlıkları Üzerine Etkileri

Erzurum'da yaşayan göçmen kadınların aldıkları manevi desteklerin sosyal ve duygusal yalnızlıkları üzerine etkilerini belirlemek amacıyla görüşme gerçekleştirilen göçmen kadınlara “Birlikte göç ettiğiniz aile üyelerinden bu süreçte aldığınız manevi destekler nelerdir?” ve “Göçe başlarken görmeyi beklediğiniz manevi desteği geldiğinizde bulabildiniz mi?” görüşme soruları sorulmuştur. Görüşmeye katılmayı kabul eden göçmen kadınların tamamı bu sorulara cevap vermişlerdir.

Birlikte göç ettiğiniz aile üyelerinden bu süreçte aldığınız manevi destekler nelerdir? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınlardan birlikte göç ettikleri bireylerden “manevi destek aldığını” (N=7- %50,00), “manevi destek alamadığını” (N=5- %35,71) ve “hem manevi destek verdiğini hem de aldığını” (N=2- %14,29) ifade edenler olmuştur. Göçmen kadınların aile bireylerinden göç sürecinde manevi destek alma durumları ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Evet, manevi destek aldım ama bende onlara manevi destek verdim. GK1

Evet, bana manevi destekte çok bulundular. GK4

Ben ve çocuklarım geldik. Başka kimse bizimle gelmedi. Manevi destek alabileceğim kimse yoktu. GK5

Evet, manevi destek aldım ama bende onlara verdim. GK8

Ben tek geldim buraya. Bu nedenle kendime tek destek kendimim. GK13

Göçe başlarken görmeyi beklediğiniz manevi desteği geldiğinizde bulabildiniz mi? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınların bir kısmı bekledikleri “manevi desteği aldıklarını” (N=8- %57,14) diğer kısmı ise bekledikleri “manevi desteği alamadıklarını” (N=6- %42,86) ifade etmişlerdir. Göçmen kadınların göçe başlarken görmeyi bekledikleri manevi desteği geldiklerinde bulup bulamama durumları ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Hayır, beklediğim manevi desteği alamadım. GK1

Evet, beklediğim manevi desteği aldım. GK2

Hayır, beklediğim manevi desteği almadık. Biz ev kiralamıştık. Kirayı peşim aldı ve sonra bizi evden çıkardı. Bizim paramızı geri vermedi. GK3

Evet, beklediğim manevi desteği aldım. GK4

Evet, aldım ama çocuklarımı bazen dışladılar. GK6

Evet, aldım bana çok konuda destek oldular. GK13

Göçmen Kadınların Göç Etmiş Olmalarına İlişkin Duygu ve Düşüncelerinin Sosyal ve Duygusal Yalnızlıkları Üzerine Etkileri

Erzurum'da yaşayan göçmen kadınların göç etmiş olmalarına ilişkin duygu ve düşüncelerinin sosyal ve duygusal yalnızlıkları üzerine etkilerini belirlemek amacıyla görüşme gerçekleştirilen göçmen kadınlara “İyi ki bu yolculuğa çıkmışım dedirten kazanımlarınız nelerdir?”, “Karşılaştığınızda keşke ülkemde kalsaydım demenize neden olan olaylar nelerdir?”, “Göçmen bir kadın olmanın zorlukları nelerdir? Göçmen kadın olma deneyiminizi açıklar mısınız?” ve “Erzurum'a göç ettikten sonra en çok neyin eksikliğini hissettiniz?” görüşme soruları

sorulmuştur. Görüşmeye katılmayı kabul eden göçmen kadınların tamamı bu sorulara cevap vermişlerdir.

İyi ki bu yolculuğa çıkmışım dedirten kazanımlarınız nelerdir? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınlar genel olarak cevapları iki seçenek altında toplamışlardır. Bunlardan ilki Erzurum’da “can güvenliklerinin olması” (N=13- %72,22) ikincisi ise “çocuklarının eğitim görebilmesi” dir (N=5- %27,78)³. Göçmen kadınlara göç yolculuğuna iyi ki çıkmışım dedirten sebepleri/kazanımları ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Çünkü orada düşmanlarımız vardı. Hatta kocamı bıçakladılar. Can güvenliğimiz yoktu. GK2

Çünkü benim burada can güvenliğim var. Çocuklarım eğitim görüyor. GK3

Benim yaşadığım yerde savaş vardı ve çocuklarım iyi eğitim görmüyordu o yüzden geldim. GK5

Düşmanlarımız vardı benim. Evimi yaktılar kızımı kaçırmaya çalıştılar ve ben kendim baştan sona yandım. GK7

Can güvenliğim yoktu çocuklarım güvende değildi o yüzden geldim. GK8

Ben buraya mecbur olduğum için geldim. Can güvenliğimiz yoktu. GK10

Canım tehlikede idi çocuklarımın eğitimi için geldim GK12

Çocuklarımın eğitimi için geldim ve orada savaş vardı GK14

Karşılaştığınızda keşke ülkemde kalsaydım demenize neden olan olaylar nelerdir? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınların tamamı Erzurum’da böyle bir olayla karşılaşmadıklarını, burada mutlu olduklarını ve asla geri dönmek istemediklerini ifade etmişlerdir. Göçmen kadınların karşılaştıklarında keşke ülkemde kalsaydım demesine neden olabilecek olaylar ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Hayır, asla öyle bir şey olmadı. GK1

Hayır, ben çok mutluyum. Böyle bir şey yok. GK3

Hayır, ben burada memnunun asla ve asla dönmem. GK4

Hayır karşılaşmadım. Ben ve çocuklarım burada mutluyuz. GK5

Hayır, ben burada çok mutluyum ve dönmeyi düşünmüyorum. GK7

Hayır, asla karşılaşmadım ben buradan çok memnunun. GK8

Göçmen bir kadın olmanın zorlukları nelerdir? Göçmen kadın olma deneyiminizi açıklayınız? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınlar “zorlu yolculuk” (N=13- %44,82), “kötü konaklama şartları” (N=5- %17,24), yolda maruz kaldıkları “açlık ve susuzluk” (N=5- %17,24), “hırsızlık” (N=2- %6,90), “şiddet” (N=2- %6,90), “eşyalarının kaybolması” (N=1- %3,45) durumları ve göç sırasında ve sonrasında ortaya çıkan “sağlık problemleri” (N=1- %3,45)⁴ bağlamında cevaplar vermişlerdir. Göçmen kadınların göçmen bir kadın olmanın zorlukları ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

³ Çalışmaya katılan göçmen kadınlara göç yolculuğuna iyi ki çıkmışım dedirten birden fazla kazanımdan bahseden bulunmaktadır.

⁴ Çalışmaya katılan göçmen kadınlardan göçmen bir kadın olmanın birden fazla zorluklarından bahseden bulunmaktadır.

Tam 10 gün yürüdük. Bütün eşyalarımız kayboldu. Bizi polisler yakaladı ve şiddet uyguladı. GK1

Biz çok zorluk çektik 17 gün yürüdük. Biz 10 gün bir ahırda kaldık ve dağlarda uyuduk. Çok zordu. GK2

Çocuklarım çok zorluk çekti ve tam 24 gün yürüdük. Aç ve susuz kaldık. GK3

Tam 10 gün yürüdük ve çocuklarım günlerce aç kaldı. Çok sıkıntılar çektik. İçecek suyumuz bile yoktu. GK5

Bizi yolda hırsızlar yakaladı kocamı dövdüler çocuklarımı dövdüler her şeyimizi aldılar. GK6

Yolda bizi hırsızlar yakaladı bütün eşyalarımızı aldılar. Aç kaldık susuz kaldık 10 gün yürüdük. GK7

Çok zor bir şekilde geldim 17 gün yürüdüm ve kocam yolda hastalandı dağlarda. 5 gün dağda kaldık. Kocamın hastalığı hala devam ediyor. GK8

Erzurum'a göç ettikten sonra en çok neyin eksikliğini hissettiniz? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınlar; "vatanları" (N=4- %3,45), anne, baba, kardeşleri, akrabaları yani "aileleri" (N=11- %3,45) ve "çocukları" (N=1- %3,45)⁵ olarak ifade etmişlerdir. Göçmen kadınların Erzurum'a göç ettikten sonra eksikliklerini hissettikleri şeyler ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Ben vatanımı çok özledim ve oraya dönemiyorum. Burada kalmaya mecburum. GK1

Annemin, babamın, kardeşlerin ve akrabalarımın eksikliğini çektim. GK2

Vatanımı çok özliyorum ve akrabalarımı özliyorum ama gidemiyorum. Çünkü savaş var. Can güvenliğimiz yok. GK3

İlk geldiğim zamanlar kocamdan şiddet gördüğüm için çocuklarım şiddet gördüğü için onları yurda aldılar ve ben kendimi çok eksik hissettim. GK5

Annem ve babamı öldürdüler sadece kardeşlerim kaldı onlara çok özlem duyuyorum. GK7

Anne ve babamın, kardeşlerimin hep onların eksikliğini hissediyorum. GK11

Anne, babam ve vatanımın eksikliğini hissettim. GK12

Ailemin eksikliğini hissediyorum. GK13

Göçmen Kadınların Yaşadıkları Sosyal ve Duygusal Yalnızlığın Duygu Durum ve Davranışlarına Etkileri

Erzurum'da yaşayan göçmen kadınların yaşadıkları sosyal ve duygusal yalnızlığın duygu durum ve davranışlarına etkilerini belirlemek amacıyla görüşme gerçekleştirilen göçmen kadınlara "Yaşadığınız duygusal ve sosyal yalnızlığın ortaya çıkardığı sonuçlar/yansımalar nelerdir?" görüşme sorusu sorulmuştur. Görüşmeye katılmayı kabul eden göçmen kadınların tamamı bu sorulara cevap vermişlerdir.

Yaşadığınız duygusal ve sosyal yalnızlığın ortaya çıkardığı sonuçlar/yansımalar nelerdir? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınlar; kendilerini "yalnız hissettiklerini" (N=6- %24,0), "özlem duyduklarını" (N=4- %16,0), yaşadıkları sıkıntılara "çok üzüldüklerini" (N=5- %20,0) bu

⁵ Çalışmaya katılan göçmen kadınlardan göçmen bir kadın olmanın birden fazla zorluklarından bahseden bulunmaktadır.

nedenlerle de “ağladıklarını” (N=2- %8,0) ve “bağırdıklarını” (N=1- %4,0) yani “ruhsal sıkıntıları” (N=7- %28,0)⁶ olduğunu ifade etmişlerdir. Göçmen kadınların yaşadıkları duygusal ve sosyal yalnızlığın ortaya çıkardığı birden fazla sonuç/yansımalar ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Çocuklarım için çok üzülüyorum ve kendimi yalnız hissediyorum. Yalnız kaldığımda ağlıyorum, bağıriyorum. GK2

Biz burada tek olduğumuz için içim daralıyor ve psikolojim hiç iyi değil. Psikolojik sorunlarım var. GK3

Ben çok yalnız hissediyorum. Bazen kendi kendime ağlıyorum. GK4

Burada tek olduğum için üzülüyorum ama hayat sıkıntılarım da var onlara çok üzülüyorum hem de çok aşırı. GK5

Psikolojik sorunlarım var çok yalnızım. GK7

Ruhsal sıkıntılarım var vatanımı çok özliyorum ama oraya gidemiyorum. GK8

Kendimi çok yalnız hissediyorum ve ruhsal sıkıntılarım var. GK11

Ben burada çok yalnızım ve psikolojim çok bozuk. GK14

Göçmen Kadınların Sosyal ve Duygusal Yalnızlıklarının Kendilerinin Ev Sahibi Olmaları Durumundaki Düşünce ve Davranışları Üzerine Etkileri

Erzurum’da yaşayan göçmen kadınların sosyal ve duygusal yalnızlıklarının kendilerinin ev sahibi olmaları durumundaki düşünce ve davranışları üzerine etkilerini belirlemek amacıyla görüşme gerçekleştirilen göçmen kadınlara “Siz ev sahibi olsaydınız ve komşularınız göçmen kadınlar olsaydı nasıl davranırdınız?” görüşme sorusu sorulmuştur. Görüşmeye katılmayı kabul eden göçmen kadınların tamamı bu sorulara cevap vermişlerdir.

Siz ev sahibi olsaydınız ve komşularınız göçmen kadınlar olsaydı nasıl davranırdınız? sorusuna çalışmaya katılan göçmen kadınlar, “kendilerini göçmen kadının yerine koyarak” (N=2- %12,50), “göçmen kadın nasıl istiyorsa öyle davranacaklarını” (N=1- %6,25), “çok iyi davranacaklarını” (N=8- %50,0), “çok merhametli davranacaklarını” (N=2- %12,50) ve “kirasında indirim yapacaklarını” (N=3- %18,75)⁷ ifade etmişlerdir. Göçmen kadınların ev sahibi olmaları ve komşularının göçmen olması durumundaki davranışları ile ilgili bazı ifadeleri aşağıdaki gibidir;

Ona çok merhametli davranırdım. GK2

Kirasında indirim yapardım ve çok iyi davranırdım çünkü o bizim ülkemizde misafir. GK3

Kendimi onun yerine koyardım ve ne hissettiğini anlardım. GK4

Ben o göçmene çok iyi davranırdım çünkü o kendi ülkesinden bize sığınmış. GK5

Kendimi onun yerine koyardım ve onun nasıl hissettiğini anlardım. GK7

Çok iyi davranırdım istediği kiraya verirdim. GK9

⁶ Çalışmaya katılan göçmen kadınlardan yaşadıkları duygusal ve sosyal yalnızlığın ortaya çıkardığı birden fazla sonuç/yansımadan bahseden bulunmaktadır.

⁷ Çalışmaya katılan göçmen ev sahibi olmaları ve komşularının göçmen olması durumundaki sergileyecekleri birden fazla davranıştan bahseden bulunmaktadır.

Kendi istediği bir kiraya verirdim. GK12

Çok merhametli davranırdım. GK14

TARTIŞMA ve SONUÇ

Çeşitli nedenlerle yaşadıkları yerden ve bireylerden ayrılarak Erzurum'a göç eden kadınların karşılaştıkları ensarlık tutumlarını, göçmen kadın oldukları süreçte yaşadıkları duygusal ve sosyal yalnızlıkları ve bunun üzerinde etkili olan etmenleri ve kendilerinin ensar olmaları durumunda tutumlarının neler olabileceklerinin incelenmesi amaçlayan bu çalışmada 14 göçmen kadınla görüşmeler gerçekleştirilmiştir ve bu görüşmeler neticesinde elde edilen sonuçlar ilgili literatür bağlamında sunulmuştur.

Bu çalışmada göçmen kadınların Erzurum halkı ile arkadaşlık kurmada sıkıntı yaşamadıkları, Erzurum halkından genel olarak memnun oldukları ancak çocuklarının dışlanmaya maruz kaldığı ve dayak yediği sonucuna ulaşılmıştır. Ersoy ve Turan (2019) gerçekleştirdikleri çalışmada sosyal dışlanma ebeveynlere yönelik bile olsa çocukların bunu kendi üzerlerinde hissettiğini ifade etmiştir. Yine aynı çalışmada göçmen öğrencilerin akranları tarafından dışlanmaya maruz kaldıklarını ortaya koymuşlardır. Sosyal dışlanma, güvenceye sahip olmama ve ait olma hissinden yoksun olmayı içinde barındırmaktadır. Dışlanan bireylerin topluma uyum sürecinde de sıkıntılar yaşanmaktadır. Ayrıca bu çalışmada ev kiralama ve evden taşınma durumlarında para iadesi alma konularında sıkıntı yaşadıklarını ifade ettikleri görülmüştür. Çalışmada göçmen kadınların tamamının diğer mültecilerle arkadaşlık kurmada ve diğer ilişkilerinde bir sıkıntı yaşamadıkları saptanmıştır.

Türkiye'de göçmenler yerel halkın hem kültürü hem de iş imkanları açısından birer tehdit olarak görülmesine (Ünal, 2014) karşın bu çalışmada göçmen kadınların Erzurum halkının kendilerine çok yardımcı olduklarını kendilerini çok sevdiklerini bu nedenle kendilerini anladıklarını düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Ancak göçmen kadınların bir kısmı yerel halkın tam anlamıyla kendilerini anlamadığı, diğer bir kısmı ise hiç anlamadığını düşündüğü de görülmüştür.

Göçmen kadınlar göçe başlarken hem göç yolculuğunda yanında olan bireylerden hem de göç sonucunda vardıkları yerde almayı bekledikleri manevi destekler vardır. Bunda hem göçe çıktıkları bireylerin özellikleri ve kendilerine yakınlık dereceleri etkiliyken hem de göç sonucunda varacakları yerin dini ve kültürel özellikleri de etkili olmaktadır. Bu çalışmada göçmen kadınların göç yolculuğuna başlarken yanlarında olan bireylerden bekledikleri manevi desteği genelde aldıkları aynı zamanda kendilerinin de yanlarındaki bireylere manevi destek verdikleri saptanmıştır. Ayrıca göçe sonucunda vardıkları yerde bekledikleri desteği aldıkları ve alamadıkları durumlarla karşılaştıkları da görülmüştür.

Bu çalışmada göçmen kadınların iyi ki göç yolculuğuna çıkmışım demelerinde can güvenliklerinin olması ve çocuklarının eğitim imkanlarının olmasının önemli etkenler olduğu tespit edilmiştir. Ancak Börü ve Boyacı'ya (2016) göre göçmen öğrenciler okulda dil, ekonomi ve ailesel sorunlarla baş etmek zorunda kalmaktadır. Eğitimde öğrencilerin Türkçe dil bilgi ve becerilerinin yerli öğrenciler kadar iyi olmaması onların eğitim süreçlerinde dezavantajlı konuma geçmesine neden olmaktadır. Ayrıca ailelerin ekonomik ve diğer problemleri de öğrencilerin eğitimleri ile ilgilenilme süresini ve düzeyini etkilediği için yine eğitimlerini etkileyen olumsuz bir sorun olarak karşılırlarına çıkmaktadır (Kaştan, 2015; Topsakal, Merey ve Keçe, 2013). Ayrıca çalışmaya katılan göçmen kadınların tamamı Erzurum'da keşke gelmeseydim demelerine ya da

pişman olmalarına neden olabilecek bir olayla karşılaşmadıklarını, burada mutlu olduklarını ve asla geri dönmek istemediklerini dile getirmişlerdir.

Çalışmaya katılan göçmen kadınlar kötü konaklama şartları, yolda maruz kaldıkları açlık ve susuzluk, hırsızlık, şiddet, eşyalarının kaybolması durumları ve göç sırasında ve sonrasında ortaya çıkan sağlık problemleri nedeniyle göçü zorlu bir yolculuk olarak tanımlamış ve kendileri bunu göçmen kadın olmanın gerçeği olarak görmüşlerdir. Hem göçmen olmalarından hem de zorlu bir yolculuk yaşamalarından dolayı göçmen kadınların kendilerini yalnız hissettikleri, ailelerine/vatanlarına özlem duydukları, yaşadıkları sıkıntılara çok üzüldükleri bu nedenlerle de ağladıkları ve bağırdukları yani ruhsal sıkıntıları olduğunu görülmüştür.

Çalışmaya katılan göçmen kadınların ev sahibi olmaları ve komşularının göçmen olmaları durumunda kendilerini göçmen kadının yerine koyarak, göçmen kadın nasıl istiyorsa öyle davranacaklarını, çok iyi ve çok merhametli davranacaklarını ve kirasında indirim yapacaklarını ifade ettikleri görülmüştür.

Bu çalışma neticesinde göçmenlerin toplumla özellikle çocukların entegrasyonu ile ilgi uyum, ait olma ve kabul konularındaki çalışmaların yanı sıra göçmen kadınların psikolojik durumlarını ve göç sürecinin zorlukları sonucunda ortaya çıkan rahatsızlıkların giderilebilmesi için psikolojik destek programları/uygulamaları gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Börü, N. ve Boyacı, A. (2016). Göçmen Öğrencilerin Eğitim-Öğretim Ortamlarında Karşılaştıkları Sorunlar: Eskişehir İli Örneği. *Turkish Studies*, 11(14), 123-158.
- Cresswell, J.W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri* (3.Baskıdan Çev. Selçuk Beşir Demir). Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Erder, S. (1986). *Refah Toplumunda 'Getto' ve Türkler*. İstanbul: Teknografik Matbaacılık.
- Ersoy, A. F. ve Turan, N. (2019). Sığınmacı ve Göçmen Öğrencilerde Sosyal Dışlanma ve Çeteleşme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(2), 828-840.
- Fleury, A. (2016). Understanding Women and Migration: A Literature Review, KNOMAD Working Paper 8.
- Kaştan, Y. (2015). Türkiye'de Göç Yaşamış Çocukların Eğitim Sürecinde Karşılaşılan Problemler. *Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(4), 216-229.
- Koç Başaran, Y. (2017). Sosyal Bilimlerde Örnekleme Kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(47), 480-495.
- Mollard, B. (2010). *Kadın ve Göç: Göç Deneyimi Boyunca Sağlığın Geliştirilmesi*, Göç ve Kadın Sempozyumu, 11 Mart 2010, Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü, Ankara.
- Neuman, W. L. (2012). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I-II. Cilt. 5. Basım*. İstanbul: Yayın Odası Yayınları.
- Topsakal, C., Merey, Z. ve Keçe, M. (2013). Göçle Gelen Ailelerin Çocuklarının Eğitim-Öğrenim Hakkı ve Sorunları Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), 539-553.
- UNCHR. (2018). Figures at a Glance. <https://www.unhcr.org/figures-at-a-glance.html>. Erişim Tarihi: 13.07.2021
- United Nations (2017). International Migration Report. New York: United Nations.

UNODC. (2016). Global Report on Trafficking in Persons. <https://www.unodc.org/unodc/data-and-analysis/glotip.html>. Erişim Tarihi: 13.07.2021

Ünal, S. (2014). Türkiye'nin Beklenmedik Konukları: "Öteki" Bağlamında Yabancı Göçmen ve Mülteci Deneyimi. *Journal of World of Turks*, 6(3), 65-89.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2010). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 10. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, A. (2019). Göç ve Kadın: 'Göçün Feminizasyonu' ve Kadın Göçmenlerin Durumu. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 383-400.