



# İşletme ve Yönetim

Bilimleri Uluslararası Kongresi

İŞLETME VE YÖNETİM  
BİLİMLERİ ULUSLARARASI  
KONGRESİ 2019  
BİLDİRİ KİTAPÇIĞI

BUSINESS AND MANAGEMENT  
SCIENCES INTERNATIONAL  
CONGRESS 2019  
PROCEEDINGS BOOKLET

22-23 ŞUBAT 2019  
İSTANBUL

FEBRUARY 22-23, 2019  
İSTANBUL

# İŞLETME VE YÖNETİM BİLİMLERİ KONGRESİ (IYBK) 2019

---

## BİLDİRİ KİTAPÇIĞI

---

### Editör

Dr. Öğr. Üyesi Zeki Yüksekbilgili

### Tarih / Yer

22-23 Şubat 2019 / İstanbul - Türkiye

**BUSINESS AND  
MANAGEMENT SCIENCES  
INTERNATIONAL  
CONGRESS  
(BMSC)  
2019**

---

**PROCEEDINGS BOOKLET**

---

**Editor**

Assc. Prof. Zeki Yüksekbilgili

**Date / Location**

February 22-23, 2019 / Istanbul - Turkey

## **KONGRE EKİBİ**

**Kongre Sekreteri / Congress' Secretary**

Doruk Gülsever

**Kapak Tasarımı / Cover Page Design**

Naime Şimşek Yüksekbiçili

**Yayıncı / Publisher**

İndense Eğitim ve Dış Kaynak Hizmetleri Ltd.Şti.

**Yazışma Adresi / Address**

Kozyatağı Mahallesi, Sarı Kanarya Sk. Byoffice Plaza No: 14 K:17 Kadıköy – İstanbul

**Telefon:** 0850 214 98 04 / **E-Posta:** info@iybk.org

### **Not**

Kongre bildiri kitapçığında yer alan bildiri metinlerinin her türlü bilimsel ve mali sorumluluğu yazarlarına aittir.

© 2019 Yayın Hakları Saklıdır.

**KONGRE ONURSAL BAŐKANI / HONORARY CHAIRMAN of CONGRESS**

Prof. Dr. Asım Saldamlı / Mardin Artuklu Üniversitesi

**KONGRE BAŐKANI / CHAIRMAN of CONGRESS**

Dr. Öğr. Üyesi Zeki Yüksekbiğili / Nişantaşı Üniversitesi

**BİLİM KURULU / SCIENCE COMMITTEE**

Prof. Dr. A. Ercan GEGEZ / İstanbul Altınbaş Üniversitesi

Prof. Dr. Abdullah Kıran / Muş Alparslan Üniversitesi

Prof. Dr. Akiva Fradkin / Universidad Azteca

Prof. Dr. Anarkül Urdaletova / Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Prof. Dr. Asım Saldamlı / Mardin Artuklu Üniversitesi

Prof. Dr. Can Biğili / Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Prof. Dr. David Schwartz / Jerusalem University

Prof. Dr. Derman Küçükaltan / İstanbul Arel Üniversitesi

Prof. Dr. Gerhard Berchtold / Universidad Azteca

Prof. Dr. Gonca Telli / Maltepe Üniversitesi

Prof. Dr. Hasan Ayyıldız / Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Hasan Tutar / Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Muhammed Asıf Yoldaş / T.C. Hitit Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa Taşlıyan / Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Prof. Dr. Ramayah Thurasamy / Universiti Sains Malaysia

Prof. Dr. Reyhan Ayşen Wolff / Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Tuncay Görgülü / Humboldt-Universität zu Berlin

Doç. Dr. Ahmet Özkiraz / Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Doç. Dr. Atınç Olcay / Gaziantep Üniversitesi

Doç. Dr. Hasan Gül / Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Doç. Dr. Helena Nobre / University of Aveiro

Doç. Dr. Kazım Ozan Özer / İstanbul Kent Üniversitesi

- Doç. Dr. Kurtuluş Yılmaz Genç / Giresun Üniversitesi
- Doç. Dr. Mehmet Murat / Gaziantep Üniversitesi
- Doç. Dr. Okyay Uçan / Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
- Doç. Dr. Ömer Faruk Altunç / Muş Alparslan Üniversitesi
- Doç. Dr. Şafak Kaypak / Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Kayaoğlu / Mardin Artuklu Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Ali Özcan / Nişantaşı Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Ali Ünal / Hitit Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Aslı Honça / Kastamonu Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Azamat Maksüdünov / Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Bengü Hırlak / Kilis 7 Aralık Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Bülent Demir / İstanbul Arel Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Ediz Güripek / Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Gülbeniz Akduman / Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Muhammet Çankaya / Hitit Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Nermin Kişi / Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Nurettin Beltekin / Mardin Artuklu Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Osman Sirkeci / University of Malta
- Dr. Öğr. Üyesi Özgür Ergün / Kocaeli Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Remzi Bulut / Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Saadet Uğurlu / Medipol Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Semih Serkant Aktuğ / Siirt Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Serkan Akgün / İstanbul Kent Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Seyil Najimudinova / Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Dinç / İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Hatipoğlu / Nişantaşı Üniversitesi
- Dr. Öğr. Üyesi Uğur Tefvik Kaplancalı / Yeditepe Üniversitesi
- Dr. Av. Altay İltan Aktürk / İstanbul Aydın Üniversitesi
- Öğr. Üyesi Naime Şimşek Yüksek Bilgili / Nişantaşı Üniversitesi



**DESTEKLEYEN ÜNİVERSİTE / SUPPORTING UNIVERSITY**



Conley American University



### **Amaç / Purpose**

İşletme ve Yönetim Bilimleri Uluslararası Kongresi akademik hakemli bir kongredir. Kongrenin amacı; ekonomi, bankacılık, finans, iktisat, maliye, sigortacılık, sosyal bilimler alanlarında özgün çalışmalara dayanan bildirilere yer vererek ulusal ve uluslararası alanda işletme ve yönetim literatürüne katkıda bulunmaktır. Bu kapsamda İşletme ve Yönetim Bilimleri Uluslararası Kongresi; konuyla ilgilenen bütün disiplinlerden gelecek araştırmalara açıktır. Ayrıca kongre, sadece akademisyenlerden gelen yazıları değil, araştırmacı ve uygulamacılardan gelecek yazıları da değerlendirmek arzusundadır.

### **Yasal Sorumluluk / Legal Responsibility**

Bildiri kitabında yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına ve çevirmenlerine aittir.  
The authors and translators are responsible for the content of their papers.

### **Yayın Hakları / Copyright and Permissions**

Tüm yayın hakları saklıdır. Bu bildiri kitabının hiçbir bölümü yazılı ön izin olmaksızın hiçbir biçimde ve hiçbir yolla yeniden üretilemez ve dağıtılamaz, kaynakçada gösterilmeden atıf yapılamaz.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced and disseminated in any means without the prior written permission of Business and Management Sciences International Congress (IYBK). No citation can be made without reference.

## İÇİNDEKİLER

KONGRE EKİBİ.....	IV
BİLİM KURULU.....	V
DESTEKLEYEN ÜNİVERSİTE.....	VIII
AMAÇ.....	IX
YAYIN HAKLARI.....	IX
MALİYET VE ENTELEKTÜEL SERMAYE BAĞLAMINDA İK MUHASEBESİ.....	1
TÜRK DİZİLERİNDE ÜRÜN YERLEŞTİRME ÜZERİNE BİR İNCELEME.....	6
HASTANELERDE KALİTE ÇEMBERLERİ VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ.....	8
TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KREDİLERİN YAPILANDIRILMASI AÇISINDAN BİR DÖNÜM NOKTASI: FİNANSAL SEKTÖRE OLAN BORÇLARIN YENİDEN YAPILANDIRILMASI HAKKINDA YÖNETMELİK'İN MUHTEMEL ETKİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME.....	10
ANTALYA'DAKİ MUHASEBE MESLEK STAJYERLERİNİN STAJA GİRİŞ SINAVI VE STAJYERLİK DÖNEMİNİ DEĞERLENDİRMELERİ.....	12
SENDİKAL HAKLARIN KULLANIMI NEDENİYLE İŞ SÖZLEŞMESİNİN FESHİNE YARGISAL BAKIŞ.....	14
LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN FAKÜLTE ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ALGILARININ BELİRLENMESİ: İ.İ.B.F VE TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI.....	16
TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM BİLİNCİ İLE İLGİLİ ALGILARI.....	20
YAZI KARAKTERLERİNİN ANLAMLARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA.....	23
DEMOGRAPHIC EFFECTS OF JOB RELATED WELL BEING IN A TECHNOLOGICAL COMPANY.....	26
NÖROPAZARLAMA PERSPEKTİFİNDEN TÜKETİCİ BEYNİNE YAPILAN YOLCULUK.....	29
TÜRKİYE'DEKİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN PERFORMANSLARININ ORAN ANALİZİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI.....	32
KOOPERATİFLERDE AMORTİSMAN İŞLEMLERİ.....	36
DISTINGUISHING BETWEEN QUALITY AND RELIABILITY.....	38
GÖNDERİCİ PERSPEKTİFİNDEN AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM ÖLÇEĞİ: TÜRKÇE'YE UYARLAMA ÇALIŞMASI.....	42
CHANGE MANAGEMENT FOR MICRO STRUCTURES IN INDUSTRIES.....	44
TEKNOPARKLARDA MUHASEBE UYGULAMALARI ÜZERİNE ARAŞTIRMA.....	47

ÇAĞRI MERKEZİ TAKIM LİDERLERİNİN LİDERLİK STİLLERİNİN BELİRLENMESİ .....	50
YÖNETSEL BECERİLERİN DİJİTALLEŞEN ÇAĞDAKİ DEĞİŞİMİ .....	52
FİNANSAL BİLGİ GÜVENİLİRLİĞİNİN İÇ KONTROL SİSTEMİ AÇISINDAN ÖNEMİ: COSO VE COBIT MODELLERİ.....	56
ALGILANAN İNSAN KAYNAKLARI UYGULAMALARININ ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ VE KUŞAKLARA GÖRE İNCELENMESİ.....	58
OKUL YÖNETİCİLERİNİN LİDERLİK VE MOTİVASYON ALGISI: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE.....	61
ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	63
DİZİN .....	67



## MALİYET VE ENTELEKTÜEL SERMAYE BAĞLAMINDA İK MUHASEBESİ HR COSTS AND INTELLECTUAL CAPITAL DIMENSIONS OF HR ACCOUNTING

*Gürhan Uysal<sup>1</sup>*

Bu araştırma İnsan kaynakları Yönetimi uygulamasının muhasebeleştirilmesi olgusunu araştırmaktadır. Muhasebe parasal olayları kayıt eder. Araştırmada örnek olay yöntemi kullanılmıştır. Örnek Olay yönteminin İK disiplini için uygun bir yöntem olduğu düşünülmektedir. Araştırmada İK, entelektüel sermaye- maddi olmayan duran varlık ve İK maliyetleri çerçevesinde muhasebeleştirilir. İKY uygulamalarının eğitim maliyeti, işe alma maliyeti, ücretlendirme maliyeti, İSG maliyetleri, insan kaynakları planlaması maliyeti vb. maliyet çeşitleri vardır. İşletmede insan kaynağına yapılan yatırımlar İK muhasebesi aracılığı ile izlenebilir. Bu araştırmanın bir diğer varsayımına göre İK muhasebesi bir yönetim muhasebesi tekniğidir. Çünkü İK muhasebesi aracılığı ile yöneticiye İK yatırımları ve maliyetleri hakkında bilgi sunulur. İK, yönetim muhasebesi tekniği olarak maliyet izleme ve kontrol ve karar alma süreçlerinde İK müdürü ve diğer yöneticilere bir karar destek sistemi rolü oynayabilir.

### GİRİŞ

Bu makale işletme yönetiminde insan kaynakları yönetimi uygulamalarının muhasebeleştirilmesi konusunu incelemektedir. İK Muhasebesi, İK maliyetleri ve entelektüel sermaye'nin işletme kayıtlarında muhasebeleştirilmesi olarak tanımlanabilir.

İKY literatüründe bir işletmenin insan kaynağı, entelektüel sermaye ve temel yetenek olarak nitelenmektedir. Bu yaklaşım Barney'nin (1991) kaynak temelli teorisi ile uyumludur., İK, sahip olduğu entelektüel sermaye ve temel yetenek özelliği ile kaynak olmakta ve işletmeye rekabet avantajı kazandırmaktadır.

İK muhasebesinin amacı, işletmenin insan kaynağına yatırımlarını dış kullanıcılara göstermektir (Kaya, 2013). Bu yatırım geleneksel muhasebede gözükmemektedir. Geleneksel muhasebe İK uygulamalarını muhasebe kayıtlarına aktarmada yetersiz kalmaktadır. Yönetim muhasebesi açısından paydaşlara gerekli bilgiyi sunamamaktadır. Geleneksel muhasebede insan kaynakları gider yazılmakta ve gelir tablosunda gözükmemekte ve bilançoda gözükmemektedir. İK muhasebesinin amacı, insan kaynaklarını bilançoda göstermektir.

### TEORİ

İKY uygulamaları kariyer planlama, eğitim, performans değerlendirme, ücretlendirme, işe alma vd. uygulamalar olarak nitelendirilebilir. İşletmede bu uygulamaları yürütenin çeşitli maliyetleri vardır ve bu maliyetler İK maliyetleri olarak isimlendirilebilir. Örneğin, eğitim maliyetleri, işe alma maliyeti, ücret maliyetleri, kariyer planlama maliyetleri vd. İkincisi, literatürde İK, entelektüel sermaye olarak nitelendirilmektedir. İşletmenin insan kaynakları, bu yönü ile bir temel yetenek özelliği kazanır. Çünkü İK, taklit edilemez ve işletmeyi rakiplerinden farklılaştırır. Bu bağlamda bir varlık (asset) unsuru olarak değerlendirilebilir. İK, entelektüel

<sup>1</sup> Doç.Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İİBF; [gurhan.uysal@yahoo.com](mailto:gurhan.uysal@yahoo.com), [uysal\\_g@omu.edu.tr](mailto:uysal_g@omu.edu.tr)

sermaye bağlamında finansal muhasebede *Maddi Olmayan Duran Varlık* olarak muhasebe kayıtlarına alınmaktadır.

Sonuç olarak, işletmede İK Muhasebesinin iki rolü vardır: İK maliyetleri ve Entelektüel Sermaye. İnsan kaynakları yönetimi ve muhasebede insan kaynağı (İK), entelektüel sermaye olarak kabul edilmektedir.

## **ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ**

Lengnick-Hall vd. (1988), İK muhasebesi yaklaşımında maliyet tekniğinin kullanılabileceğini iddia etmektedir. Aynı zamanda değer perspektifi de İK Muhasebesinde uygulanabilir. Buna göre bu araştırmada İKY uygulamaları maliyetleri Lengnick-Hall vd. (1988) maliyet yaklaşımı ile ve entelektüel sermaye ise değer yaklaşımı perspektifinde muhasebeleştirilmektedir.

İK Muhasebesi araştırmada örnek olay yöntemi ile incelenmektedir.

İşletme sahip olduğu insan kaynaklarının maliyet ve değerini hesaplamalıdır. Yönetime İK ile ilgili bilgileri sağlama görevi İK muhasebesindedir. İK muhasebesi İK maliyetleri ve entelektüel sermaye ile ilgili bir kavramdır. İK muhasebesinin nedeni işletmede insan kaynağına yapılan yatırımların belirlenmesidir. Geleneksel muhasebede insan kaynağına yatırım ortaya çıkmamaktadır. İK maliyetleri sadece gider olarak gözükmektedir.

İK muhasebesi yalnızca insan kaynağının maliyetlerini gösteren bir sistem değildir, aynı zamanda insan kaynağının değerini de göstermektedir. İK muhasebesi insana yatırımın maliyetini, yerine yenisinin konmasının maliyetini ve insanın işletme için değerinin hesaplanmasını amaçlar.

İK muhasebesinin iki boyutu vardır: Maliyet ve değer. Maliyet boyutu İKY uygulamalarının maliyetleri ile ilgilidir. Değer boyutu ise, entelektüel sermaye ile ilgilidir. İnsan kaynakları ile ilgili olarak, insan kaynağı bulma, işe alma, eğitim, işe alıştırma ve geliştirme gibi uygulamalar maliyet unsuru olarak dikkate alınmaktadır. Muhasebe insan kaynağını entelektüel sermaye olarak algılamakta ve bu yönü ile işletme performansı ile ilişkilendirmektedir. İK, entelektüel sermaye olarak zekâsı, yetenek ve bilgi düzeyi ile işletme performansına katkıda bulunmaktadır. Performans ve entelektüel sermaye insan kaynağının işletme için değerini oluşturmaktadır.

## **ÖRNEK OLAY UYGULAMASI**

Para ile ilgili harcamalar genel muhasebede muhasebeleştirilmektedir. İK ile ilgili harcamalar geleneksel muhasebede gider olarak muhasebeleştirilmektedir.

İK bilançoda maddi olmayan duran varlıklarda entelektüel sermaye hesabı ile muhasebeleştirilir. Bilançoda böyle bir hesap yoktur. Yalnız boş hesaplar kullanılarak bir hesap açılabilir. Pasif tarafta ise öz sermaye kalemlerine kayıt yapılır. Entelektüel sermaye, bilançoya piyasa değeri ve defter değeri arası fark gözetilerek kayıt altına alınabilir. İşletmenin elde ettiği kar'ın personel başına düşen miktarı da yine bir ölçüt olarak dikkate alınabilir. Bu çalışmada entelektüel sermayenin muhasebeleştirilmesinde, personelin aldığı ücret toplamı dikkate alınmaktadır.

**ÖRNEK 1** (Ceran, 2007) : Bilgi İşlem Merkezi bölüm yöneticisi için insan kaynağı tedarik giderleri 60.000 TL, işe başlama ve uyum eğitimi giderleri 35.000 TL ve hizmet içi eğitim giderleri 15.000 TL.dir. İnsan kazanım (edinme) amortismanı (%10, tahmini işletmeye bağlılık süresi 10 yıl),  $95.000 \text{ TL} / 10 = 9.500 \text{ TL}$ ; hizmet içi eğitim amortismanı (%20, yararlanma süresi: 5 yıl)  $15.000 \text{ TL} / 4 = 3.000 \text{ TL}$ .dir. İnsan Kaynakları Yatırım hesabında insan kaynağı tedarik, işe başlama ve uyum eğitimi ile hizmet içi eğitim giderleri uygun amortisman payları ile karşılaştırılmaktadır.

---

İnsan Kaynağı Yatırım	
Giderleri Hesabı	110.000
- İnsan kaynağı tedarik giderleri	60.000
- İşe başlama ve uyum eğitimi giderleri	35.000
- Hizmet içi eğitim giderleri	15.000
Amortisman Payları	12.500
- İnsan edinim amortisman gideri	9.500
- Hizmet içi eğitim amortisman gideri	3.000
İnsan Sermayesi Varlık Değeri Hesabı	97.500

---

**ÖRNEK 2** (Kaya, 2013): “R” Bilgisayar Yazılım Hizmetleri Limited Şirketi’nde biri yönetici diğeri programcı olmak üzere iki personel çalışmaktadır. Şirket insan kaynakları muhasebe sistemine geçiş yapma kararı almıştır. Bu amaçla personelini eğitime yollamış, bu eğitim sürecinde yöneticiye 15.000 TL, programcıya da 6.000 TL eğitim harcaması yapılmış, tüm harcamalar peşin ödenmiş, KDV ise ihmal edilmiştir. Bu sektörde yöneticiler ortalama olarak 3 yıl, programcılar ise 6 yıl bir firmada çalışmakta olup, örnek firmada yönetici bir yıldır, programcı ise 4 yıldır çalışmaktadır.

---

265 İnsan Kaynakları Yatırımları	
Hesabı	21.000
Yönetici .....	15.000
Programcı .....	6.000
100 Kasa Hesabı	21.000
Eğitim harcamalarının aktifleştirilmesi	

---

Bu iki örnek olayda insan kaynağı entelektüel sermaye olarak kabul edilmektedir. Yönetici ve programcı olmak üzere işletmenin sahip olduğu personeller.

Geleneksel muhasebe yaklaşımına göre bu yatırımın tamamı ilgili gider hesabına yazılacak ve yılsonunda kar veya zarar hesabı ile ilişkilendirilecektir. İK muhasebesinin bu yaklaşımına göre, İK ile ilgili yatırımlar beklenen hizmet süresince işletme bilançosunda maddi olmayan duran varlık olarak gösterilecektir.

İK muhasebesinin ikinci boyutu, entelektüel sermayedir. İnsan Kaynakları işletmenin görünmeyen varlıkları olarak nitelendirilmektedir. Prahalad'ın (1990) temel yetenek nosyonuna göre İK bir entelektüel sermayedir. Çünkü rakipler tarafından taklit edilemez ve İK işletmeyi rakiplerinden farklılaştırır. Bu nedenle İK bilançonun aktif tarafında Maddi Olmayan Duran Varlıklar kısmında, entelektüel sermaye hesabı ile kayıt altına alınabilir. Bu hesaplamada İK'nın işletmede elde ettiği *ücretler* toplamı dikkate alınabilir. İşletmede entelektüel sermaye bilgi işçisidir. ve sahip olduğu bilgi karşılığı ücret almaktadır. İşletme satışında insan kaynaklarının sahip olduğu bu entelektüel değer, piyasa değeri olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Microsoft personeli bir yılda toplamda 1.000.000 dolar ücret aldığı varsayılmaktadır. Bu durumda entelektüel sermaye karşılığı bilançoda 1 milyon dolar olarak kayıt edilebilir.

#### Bilanço 2016, USD

Dönen Varlık	K.V.Y.K.
Duran Varlık	U.V.Y.K.
Ent.Serm. 1.000.000	Öz Kaynaklar

#### ARAŞTIRMA SONUCU

Bu araştırmanın önermelerine göre, İK muhasebesi bir yönetim muhasebesi tekniğidir.. Böylece işletme üst yönetim ve İK yöneticileri insan kaynakları yönetimi ile ilgili maliyetleri ve yatırımları raporlar halinde görebilir. Muhasebenin bir görevi kayıt ve diğer görevi ise raporlamadır. İkinci olarak, toplam ücretlendirme maliyetleri dikkate alınarak İK, entelektüel sermaye- maddi olmayan duran varlık olarak kabul edilebilir.

#### SONUÇ

Bu çalışma işletmede İnsan Kaynakları Yönetimi uygulamaları ve maliyetlerinin muhasebeleştirilmesi amacını İK Muhasebesi uygulamasını araştırmaktadır. İK muhasebesi yönetim muhasebesi ile de ilgili olabilir. Çünkü İK muhasebesi aracılığı ile yöneticiye, insan kaynakları ile ilgili harcamalar konusunda bilgi verilmektedir (Kaya, 2013). Bu çerçevede insan kaynakları harcamaları ve yatırımlarının tamamı yöneticiye, geleneksel finansal tablolara ek olarak yayınlanacak insan kaynakları raporları ile sunulabilir. Eric Flamholtz'a göre, İK muhasebesi yönetime insan kaynaklarına yapılan yatırımlarla ilgili bilgi sağlamaktadır ve konuyu yönetim muhasebesi teorisi ile ilişkilendirmiştir.

İşletmelerde İKY departmanı, planlama, alınan kararlarda ve konularda İK muhasebesinin ürettiği bilgileri kullanabilir. İnsan kaynaklarının maliyeti ve değeri bilinmeli ve buna göre yönetim stratejileri belirlenmelidir. İK muhasebesi sadece İKY departmanına değil, üst düzey yöneticilere de alacakları kararlarda yardımcı olur.



**Anahtar Kelimeler:** İK muhasebesi, Entelektüel Sermaye, İK maliyetleri, Yönetim Muhasebesi

**Keywords:** HR Accounting, Intellectual Capital, HR costs, Management Accounting

### **Kaynakça**

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Ceran, Yunus (2007). Muhasebede Eskinin Yenisi Bir Kavram: İnsan Kaynakları Muhasebesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 187-206.

Kaya, U. (2013). *İnsan Kaynakları Muhasebesi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Lengnick-Hall, C.A. & M.L. Lengnick-Hall (1988). Strategic Human Resource Management: A Review of the Literature and a Proposed Typology. *Academy of Management Review*, 13(3), 454-470.

Prahalad, C.K. and Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 67(3), 79-91.

## TÜRK DİZİLERİNDE ÜRÜN YERLEŞTİRME ÜZERİNE BİR İNCELEME AN EXAMINATION ON PRODUCT PLACEMENT IN TURKISH SERIES

*Oğuz Göksu<sup>1</sup>*

Pazarlama, halkla ilişkiler ve reklam alanlarının kesişim noktasında bulunan ürün yerleştirme konusu, geleceğin en önemli sektörlerinden biri olacak gibi gözükmektedir. Temelde reklam amaçlı bir uygulama olan ürün yerleştirme, reklam veren firmanın ürün ya da hizmetlerini belirli bir bedel karşılığında iletişim ortamlarında görünür kıldığı bir ortaklığı ifade etmektedir. Ürün yerleştirme, tüketicilerin ürüne yönelik inanç ve davranışlarını olumlu etkilemek amacıyla markalı ürünlerin filmler, televizyon programları gibi tüketiciyle iletişimin sağlandığı ortamlara amaçlı ve planlı bir şekilde yerleştirilme uygulaması olarak tanımlanmaktadır. Sinema filmlerinin ardından televizyon dizilerinde de ürün yerleştirme son dönemin en ilgi çekici ve merak uyandıran alanı haline gelmiştir. Televizyon reklamlarına duyulan ilginin zamanla azalmasıyla, markalar yeni reklam mecraları aramaya yönelmişlerdir. Ürün yerleştirme stratejisiyle markalar kendilerini ve ürünlerini etkili bir yolla tanıtmakta ve konumlandırmaktadır. Şirketler bir yandan markalarını konumlandırırken bir yandan da doğrudan hedef kitlelerine ulaşabilmektedir. Klasik pazarlama anlayışına oranla ürün yerleştirme modern ve inovatif pazarlama anlayışını temsil etmektedir. Hem yerli markalar hem de yurt dışı menşeli markalar pek çok dizide ürün yerleştirme yaparak markalarının görünürlüğü sağlamaktadırlar. Popüler ve yüksek rating oranlarına sahip dizilerde ürün yerleştirme uygulaması daha sık görülmektedir. Başrol oyuncularını üzerinden yapılan ürün yerleştirme yan rollerdeki karakterler üzerinde de uygulanmaktadır.

Çalışmanın amacı, ürün yerleştirmenin iki farklı televizyon dizisinde nasıl uygulandığını ortaya koymaktır. Ürün yerleştirme stratejisini tercih eden markaların doğru dizileri seçerek hedef gruplarıyla reklam yerine ürün yerleştirme yöntemiyle iletişim kurmasının etkisini tartışmaktadır. Çalışmanın hedefi, ürün yerleştirmenin marka bilinirliğine ve farkındalığına nasıl katkı sağlayacağını literatür bağlamında irdelemektir. Bu çalışma markalaşma bağlamında ürün yerleştirme konusuna kapsayıcı bir bakış açısı getirmesi açısından önem taşımaktadır. Çalışma, 'Çocuklar Duymasın' ve 'Adını Feriha Koydum' dizileriyle sınırlandırılmıştır. Çocuklar Duymasın dizisi uzun yıllardır devam etmesi, beş farklı televizyon kanalında gösterilmesi, yüksek rating oranları ve önemli bir izleyici kitlesine sahip olması nedeniyle, Adını Feriha Koydum dizisi de yayımlandığı dönemde yüksek rating alması ve Türkiye'nin dünyanın birçok ülkesine ihraç ettiği bir dizi olması nedeniyle araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışmada metodolojik açıdan literatür taraması tekniği kullanılmıştır. Marka, markalaşma, marka konumlandırma konuları ve ürün yerleştirme kapsamlı şekilde incelenerek çalışmanın kuramsal zemini oluşturulmuştur. Ayrıca ürün yerleştirmenin hukuki boyutu da irdelenmiştir. Televizyon dizileri çevrimiçi kaynaklardan izlenmiştir. Adını Feriha Koydum dizisinin 40. ve 41. bölümleri, Çocuklar Duymasın dizisinin 80. ve 81. bölümleri incelenmiştir. Çocuklar Duymasın dizisi toplam 201 dakika, Adını Feriha Koydum dizisi ise, toplamda 223 dakika izlenerek araştırma gerçekleştirilmiştir.

Her iki dizide de ürün yerleştirme stratejisinden etkin şekilde yararlandığı görülmüştür. İki dizide de uygulama bazında en çok tercih edilen ürün yerleştirme çeşidi doğal ürün yerleştirme tekniğidir. Dizilerin özellikle başrol oyuncularını ürün yerleştirme çalışmasında kullanılmaktadır.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, oguzgoxsu@gmail.com

Her iki dizide de hukuki boyut açısından sorun teşkil edecek bir ürün yerleştirme çalışması yapılmamıştır. Sonuç olarak, doğal ürün yerleştirme iki dizide de yer almaktadır. Uygulama açısından işitsel ürün yerleştirmenin her iki dizide de kullanılmadığı belirlenmiştir. Adına Feriha Koydum dizisinde yabancı menşeli markaların daha fazla ürün yerleştirme yaptığı saptanmıştır. Ayrıca teknoloji firmalarının özellikle cep telefonlarıyla ürün yerleştirme yaptığı görülmektedir. Çocuklar Duymasın dizisinde başrol oyuncu Haluk karakteri üzerinden ürün yerleştirmenin gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Ürün yerleştirme, markalaşma sürecinin bir parçası haline gelerek, pazarlama vizyonuna yeni bir soluk kazandırmıştır. Reklam sürelerinin azalması ve dizilerin ya da televizyon programlarının arasında gösterilen reklamların artık geçmişe oranla izleyicilerin dikkatini çekmemesi ürün yerleştirme uygulamasının yıldızının parlamasına büyük oranda neden olmuştur. İzleyicilerin dizi karakteriyle kendilerini özdeşleştirmesi ve dizi karakterlerine öykünmesine sık rastlanmaktadır. Ürün yerleştirme yoluyla izleyiciler öykündükleri dizi karakterlerinin kullandıkları markaları satın alma eğilimi gösterebilmektedirler. Markaların hedef kitlesiyle ürün yerleştirme yapılan dizilerin hedef kitlesinin örtüşmesi ürün yerleştirmenin başarıya ulaşmasındaki kritik faktördür. Çocuklar Duymasın dizisinin hedef kitlesiyle yaratıcı ürün yerleştirme yapan Nutella markasının hedef kitlesinin örtüştüğü söylenebilir. Adını Feriha Koydum dizisinde ise, Eti çikolata ve BRC otogaz dönüşüm sistemleri yaratıcı ürün yerleştirme yapmıştır. Bu uygulamalarda da dizinin yüksek rating aldığı izleyici kitlesiyle ürün yerleştirme yapan markaların hedef kitlesinin örtüştüğü söylenebilir. Ürün yerleştirme yöntemi markanın izleyicinin zihninde çağrışım oluşturmasına, markaya karşı bir duygusal bağlılık oluşması yol açtığı söylenebilir. Tüketiciler televizyon ekranında gördükleri markaların sembolik gücünden etkilendiği, o ürün ya da markaya karşı yakınlık hissettiği söylenebilir. Markalar kitle iletişim araçlarında ne kadar fazla görünürse zihinlerde o kadar çok yer kazanmaktadır. Hedef kitlenin markaya yönelik tutum ve davranışı ürün yerleştirme çalışmalarıyla değişikliğe uğramakta, olumsuz tutum pozitif çevrilebilmekte var olan olumlu tutum ise daha da güçlü bir hal kazanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Ürün yerleştirme, marka, Türk dizileri, çocuklar duymasın, adını Feriha koydum

**Keywords:** Product placement, brand, Turkish series, çocuklar duymasın, adını Feriha koydum

## HASTANELERDE KALİTE ÇEMBERLERİ VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ QUALITY CIRCLES ON HOSPITALS AND AN APPLICATION EXAMPLE

*Hatice Mutlu<sup>1</sup>, Süreyya Yılmaz<sup>2</sup>*

### **Amaç:**

Uygulama örneği üzerinden gerçekleştirilen bu çalışmada matris organizasyon yapısına uygun olarak yapılandırılan kalite çemberi çalışmalarının hastane operasyonel süreçleri üzerindeki etkisinin ortaya koyulması amaçlanmıştır.

### **Yöntem:**

Çalışmada veriler uygulama örneği olarak konumlandırılan hastanenin operasyonel süreçlerine ait indikatörlerin ölçümü ve analizi ile elde edilmiştir. İndikatör sonuçları en az 3 dönemlik periyodu kapsamaktadır. Süreçlere ait performans verileri yıllar bazında, belirlenen hedeflerle ve ulusal/uluslararası verilerle ya da benzer bir kuruluşun performansı ile karşılaştırılarak süreçlerin gelişimi değerlendirilmiştir.

### **Bulgular:**

Uygulama örneği olarak konumlandırılan hastanenin süreçleri, fonksiyonları göz önünde bulundurularak sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma doğrultusunda hastanenin var oluş nedeni göz önünde bulundurularak, “yatan hasta teşhis ve tedavi süreci” ve “ayaktan hasta teşhis ve tedavi süreci” olarak iki ana operasyonel süreç tanımlanmıştır. Her iki ana sürecin altında da yine fonksiyonlarına göre tanımlanan alt süreçler yer almaktadır. Her bir ana ve alt süreç için akış şemaları oluşturulmuş, akış şemaları aracılığı ile süreç entegrasyonları sağlanmıştır.

Hastanelerdeki matris organizasyon yapısı gereği multidisipliner çalışma prensibi büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda süreçlerle ilgili her çalışanın yer aldığı ana ve alt süreçler bazında kalite çemberleri oluşturulmuştur. Bu ekiplerde; doktor, hemşire, hasta hizmetleri çalışanları, otelcilik hizmetlerinden sorumlu kişilere kadar her fonksiyondan temsilci görev almaktadır. Bu ekipler iyileştirme ve geliştirme amacıyla periyodik olarak ya da ihtiyaç halinde toplanmakta, süreçlerle ilgili iyileştirmeye açık alanları belirlemekte, konu ile ilgili çözümler geliştirmekte, süreç performans göstergelerini takip etmekte, sonuçları hedefler, yıllar, ulusal ve uluslararası veriler ile kıyaslayarak yorumlamakta ve bunları da iyileştirme çalışmalarına girdi olarak kullanmaktadır. Toplantılarda iyileştirmeye açık alanlara ilişkin kök-neden analizi yapabilmek amacıyla problem çözme tekniklerinin kullanıldığı görülmüştür. Her toplantı ve toplantıya ilişkin kararlar kayıt altına alınmaktadır. Çalışmaların kurum içi yayılımının da elektronik posta, toplantılar, yazışmalar ile gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir.

Yapılan çalışmalar doğrultusunda pek çok başarı elde edildiği görülmüştür. Örneğin; sözel order oranı %2,5’ dan %0’ a düşmüş, laboratuvar tekrar kan alma oranı %4’ ten %1’ e düşmüş, hastalara yanlış diyet gönderimi %1’ den %0’ a düşmüş, mavi kod ekibi ulaşma süresi hedeflenen 30 saniye limitinin yaklaşık yarısı oranında gerçekleşmiş, IV katater komplikasyonları %2,5’ tan %0’ a düşmüş, anne sütü alan yeni doğan oranı %100 olarak süre

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Üsküdar Üniversitesi, [haticemutlu@yandex.com.tr](mailto:haticemutlu@yandex.com.tr)

<sup>2</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Üsküdar Üniversitesi, [sureyya.yilmaz@uskudar.edu.tr](mailto:sureyya.yilmaz@uskudar.edu.tr)

gelmiştir. Ortalama hasta kalış süresi 2,4 günden 1.6 güne düşmüş, yenidoğan mortalite oranı binde 2’den binde 1’ e düşmüştür. Kalite çemberlerinin sürekli gelişimi tetiklemesi sonucu hastanenin imajı da bundan olumlu olarak etkilenmiştir. Örneğin; hasta memnuniyet oranı %92’ den %95’ e tavsiye etme oranı %94’ ten %98’ e yükselmiştir.

**Sonuç:**

Kalite çemberlerinin yapmış olduğu çalışmalar sağlık sektörünün en önemli parametresi olan hasta güvenliğini desteklemektedir. İyileştirme örneklerinde de görüldüğü üzere, kalite çemberleriyle hastanelerin hata oranları düşmüş, performans iyileştirme sağlanmış ve süreçlerde aksama yaşanmadan alınan önlemler sayesinde riskler minimuma indirilmiştir.

Kalite çemberleri uygulamalarının kuruma olduğu kadar çalışanlara da faydası bulunmaktadır. Çalışanların farklı bakış açıları kazanmalarına, bireysel gelişimlerine, iletişim, empati ile ilgili yeteneklerinin de gelişmesine yardımcı olan bir deneyim sürecidir. Ayrıca bu deneyim sayesinde çalışanların kurumsal bağlılıkları gelişmekte ve takım çalışması bilinci artmakta, katılımcı yönetim anlayışının göstergesi olan kalite çemberi uygulamaları ile çalışanlar yönetimde söz sahibi olmaktadır. Bu sayede, kalite iyileştirme çalışmalarına başlama ve sürdürme konusunda herhangi bir direnç ile karşılaşılmamış, aksine çalışanlar tarafından destek görülmüştür. Kalite çemberleri uygulamalarının başarılı olmasının en önemli koşulu, yönetimin, kalite çemberleri çalışmalarını teşvik etmesi, gerekli eğitim ve maddi destekleri sağlamasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite Çemberleri, Süreç İyileştirme, Hasta Memnuniyeti

**Keywords:** Quality Circles, Process Improvement, Patient Satisfaction

**TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KREDİLERİN YAPILANDIRILMASI  
AÇISINDAN BİR DÖNÜM NOKTASI: FİNANSAL SEKTÖRE OLAN BORÇLARIN  
YENİDEN YAPILANDIRILMASI HAKKINDA YÖNETMELİK'İN MUHTEMEL  
ETKİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

**A MILESTONE FOR LOAN RESTRUCTURING IN TURKISH BANKING SECTOR:  
AN EXAMINATION REGARDING POSSIBLE EFFECTS OF COMMUNIQUE ON  
THE RESTRUCTURING OF DEBTS TO FINANCIAL SECTOR**

*Mustafa Tevfik Kartal<sup>1</sup>, Sinemis Binicioğlu Zengin<sup>2</sup>*

2002 sonrasında büyüme sürecine giren Türk Bankacılık Sektörü, 2018 Eylül sonu itibari ile 4,21 trilyon TL aktif büyüklüğe, 2,58 trilyon TL kredi büyüklüğüne ve 42 milyar TL net kar büyüklüğe ulaşmıştır. Sektördeki büyümeye karşın, küresel iş ortamının bozulması ve ulusal makroekonomik zorlukların devam etmesi nedeniyle sorunlu kredilerde artış yaşandığı görülmektedir. 2017 yılsonunda 64 milyar TL olan takipteki krediler %34,38 artış göstererek 2018 Eylül sonunda 86 milyar TL'ye ulaşmıştır. Ayrıca büyük ölçekli bazı holdinglerin yüksek tutarlı kredilerinin yapılandırılmasına yönelik bankalarla müzakereler yürüttüğü kamuoyuna yansımaktadır. Piyasadaki likiditenin azalması ve alacak tahsillerinin daha uzun vadelere çevrilmesi ile önümüzdeki dönemde sorunlu kredilerin artması beklenmektedir. Sorunlu kredilerin artmasını önlemek ve şirketlere yeniden ödeme gücü kazandırmak amacıyla 15.08.2018 tarihinde Finansal Sektöre Olan Borçların Yeniden Yapılandırılması Hakkında Yönetmelik (Yönetmelik) yayınlanmıştır. Bu çalışmada Yönetmelik'in bankacılık sektörüne muhtemel etkileri kavramsal olarak ele alınmıştır.

Yönetmelik düzenlemesi ile birlikte kredilerin yenilenmesine, ilave kredi verilmesine, kredi vadelerinin uzatılmasına, kredinin anapara, faiz ve komisyonlarında indirim yapılmasına veya vazgeçilmesine, aynı değerler karşılığında tasfiye edilmesine, alacakların iştirake çevrilmesine imkân tanınmıştır. Ek olarak, finansal kuruluşlar dışındaki alacaklıların da yapılandırma sözleşmelerine katılmasıyla borçlunun tüm borçları tek bir seferde yapılandırılabilir. Diğer taraftan, Yönetmelik çeşitli açılardan eksik düzenlenmiştir. Önemli eksiklikler geri ödeme kabiliyeti kazanamayacağı düşünülen borçluların yeniden yapılandırılma kapsamı dışında bırakılması, alacaklı kuruluşların 2/3'ünün anlaşmayı imzalaması halinde diğer kuruluşların da imzalamak zorunda olması ve düzenlemenin belirli bir geçiş dönemi ile sınırlandırılmamasıdır. Ayrıca, her bir borçlu müşteri grubu bazında çerçeve anlaşma yapılmasına imkân tanındığı için düzenleyici otoritelerin, bankaların ve banka denetçilerinin işlerinin zorlaştırıldığı, Yönetmelik'te müşteri sırrına ilişkin koruma bulunurken banka sırrı için aynı düzenlemenin bulunmadığı belirlenmiştir. Bunların yanı sıra, kredi, faiz ve komisyon alacaklarının aynı değerler karşılığında tasfiye edilmesi ve alacakların iştirake çevrilmesi, bankaların içinin irili ufaklı birçok iştirak şirketle ve ellerinde kalabilecek aynı değerlerle dolmasına neden olabilecektir. Dolayısı ile bu hususta, daha önce mevzuatta yer alan bankaların sahip olduğu gayrimenkul sınırlamasına benzer şekilde bir oran düzenlemesi getirilmesi yerinde olacaktır.

Yönetmelik'in yayınlanmasının üzerinden çok fazla zaman geçmeden ve bankalar ciddi risklerle karşılaşmadan önce eksikliklerin tamamlanmasına yönelik olarak ilave düzenlemeler yapılması önerilmektedir. Yapılacak ilave düzenlemeler, yüksek tutarlı finansal yeniden

<sup>1</sup> Dr., Borsa İstanbul Stratejik Planlama ve Yatırımcı İlişkileri Direktörlüğü, [mustafatevfikkartal@gmail.com](mailto:mustafatevfikkartal@gmail.com), [orcid.org/0000-0001-8038-8241](http://orcid.org/0000-0001-8038-8241).

<sup>2</sup> Dr., [sinemiszengin@gmail.com](mailto:sinemiszengin@gmail.com)

yapılandırma işlemlerinin, bankalar ve müşteriler açısından sağlıklı bir şekilde tamamlanmasına ve oluşabilecek sorunların önlenmesine katkı sağlayacaktır. Böylece müşterilere geri ödeme gücü kazandırılması amacına ulaşabilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Bankacılık, Kredi Yapılandırma, Sorunlu Krediler, Türkiye

**Keywords:** Banking, Loan Configuration, Non-performing Loans, Turkey

**ANTALYA'DAKİ MUHASEBE MESLEK STAJYERLERİNİN STAJA GİRİŞ SINAVI  
VE STAJYERLİK DÖNEMİNİ DEĞERLENDİRMELERİ****EVALUATIONS OF ACCOUNTING PROFESSIONAL INTERNSHIPS IN ANTALYA  
FOR INTERNSHIP ENTRANCE EXAMINATION AND INTERNSHIP PERIOD**

*Güler Ferhan Ünal Uyar<sup>1</sup>*

Bilindiği gibi, ülkemizde Serbest Muhasebeci Mali Müşavir (SMMM) olabilmek için, “3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu” nun 5A/a maddesinde belirtilen ‘Hukuk, İktisat, İşletme, Maliye, Muhasebe, Bankacılık, Kamu Yönetimi ve Siyasal Bilimler’ dallarında eğitim veren fakülte ya da dengi okullardan en az birinden 4 yıllık lisans seviyesinde mezun olunmalı ya da sayılan bölümlerin dışında lisans seviyesinde mezun olunmakla beraber bu fıkra da belirtilen bilim dallarından lisans üstü seviyede mezun olunmalı; bunun yanı sıra, 01.01.2016 tarihinden itibaren uygulanmak üzere, mezuniyet sonrası 30 adet (yabancı dil içeren) “Genel Kültür ve Genel Yetenek” ile 100 adet “Alan Bilgisi” sorularını içermek üzere, toplam 130 adet “çoktan seçmeli sorular” dan oluşan Staja Giriş Sınavı’ na girilmelidir.

Sınav, Türkiye Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Temel Eğitim ve Staj Merkezi (TESMER) tarafından “test” olarak ve belirlenen değerlendirme ölçütü (mutlak ya da bağıl) ile gerçekleştirilmektedir. Sınavın kazanılması durumunda, 3 yıl sürecek olan “SMMM Stajı” başlatma hakkına sahip olunmaktadır. Bu 3 yılın sonunda ise meslek mensubu adayları, SMMM Yeterlilik Sınavını kazanarak SMMM unvanını alabilmektedirler.

Bu uzun soluklu süreçte, Antalya ilinde SMMM stajını yapan 198’i erkek, 193’ü kadın aday olmak üzere, toplam 391 meslek mensubu adayının, 147’si erkek ve 122’si kadın olmak üzere toplamda 269’una, yani ortalama %69’una ulaşılmış ve kendilerine “SMMM Staja Giriş Sınavı ve Staj Süresi” hakkındaki görüşlerini ortaya koyabilmek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır.

Anket çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde “cinsiyet, eğitim durumları, gelir düzeyleri, çalışma şekilleri” ile ilgili olarak demografik veriler; ikinci bölümünde, “Staja Giriş Sınavı hakkındaki genel düşünceleri”; üçüncü bölümünde, “SMMM staj dönemleri ile ilgili genel düşünceleri” ve son bölümünde ise adaylara, “meslek mensubu adaylarının mevcut durumlarından memnuniyet düzeyleri” sorulmuş ve “5’ li Likert Ölçeği” aracılığıyla, “hiç katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum” şeklinde yanıt vermeleri istenmiştir.

Anket çalışmaları, Antalya Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası aracılığıyla ulaşılabilen mail adreslerine gönderilmek üzere “web tabanlı” olarak hazırlanmış ve meslek mensubu adaylarına gönderilmiştir.

Yapılan çalışmanın yalnız Antalya Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası TESMER Şubesi’ ne kayıtlı meslek mensubu adaylarına gönderilmesi, çalışmanın kısıtı olmuştur.

Ortaya çıkan sonuçlar ise, “SPSS 21 İstatistik Paket Programı” kullanılmak suretiyle, “frekans analizleri” aracılığıyla yorumlanmış ve analiz sonucunda, herhangi bir eğitim durumu ya da cinsiyet ayrımı olmaksızın, “Staja Giriş Sınavı sorularının zor olduğu, bu sınavda ‘Genel Kültür

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe Anabilim Dalı, [guleruyar@akdeniz.edu.tr](mailto:guleruyar@akdeniz.edu.tr).



ve Genel Yetenek' sorularının olmaması, 'Alan Bilgisi' kısmında yalnızca 'Muhasebe ve Denetim' soruları olması, 'Maliye, İktisat ve Hukuk' gibi meslek mensubu adaylarının alanının dışından soruların olmaması gerektiği; sınavda verilen sürenin yeterli olduğu ve sınavın test olarak yapılmasının devam etmesi gerektiği, ancak bu sınava her yıl çok fazla adayın katıldığı ve ayrıca tüm İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Hukuk mezunlarının sınava katılmaması gerektiği, bunun yanında meslek mensubu adaylarının staj dönemi boyunca elde ettikleri gelirin çok düşük olduğu" görüşlerinin, baskın görüşler olduğu ortaya çıkmıştır.

Meslek mensubu adaylarının verdikleri yanıtlar dikkate alındığında, "3568 Sayılı Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu' nda birtakım değişiklikler yapılarak tüm İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Hukuk Fakültesi mezunlarının sınava girmesinin önüne geçilmesi gerektiği, Staja Giriş Sınavı' nda, 'Ekonomi, Hukuk, Genel Kültür ve Genel Yetenek' sorularının azaltılarak, 'Muhasebe' alanındaki sorulara ağırlık verilmesi gerektiği, 3 yıllık staj süresince odalar tarafından, 'meslek mensubu adaylarına bir takım sosyal etkinlikler' düzenlenerek bu yorucu süreçte motivasyonlarının artmasının sağlanması, TÜRMOB bünyesinde bir fon oluşturularak bu fonun odalara tahsis edilmesi ve odalar tarafından tespit edilen 'başarılı meslek mensubu adaylarına' dağıtılması ve bu yolla adayların hem daha özveriyle çalışmalarının, hem de meslekten memnuniyetlerinin artmasının sağlanması" gibi birtakım tavsiyeler getirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** stajyer, staja giriş sınavı, staj dönemi

**Keywords:** interns, entrance examination for internship, internship period

## SENDİKAL HAKLARIN KULLANIMI NEDENİYLE İŞ SÖZLEŞMESİNİN FESHİNE YARGISAL BAKIŞ

### JUDICIAL REVIEW OF THE EMPLOYMENT CONTRACT DUE TO THE USE OF TRADE UNION RIGHTS

*Barış Duman<sup>1</sup>*

Örgütlenme hakkı kapsamında, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin 23. Maddesi hükmünce, “Herkes kendi çıkarlarını korumak için sendika kurma ve sendikaya girme hakkına sahiptir.”.Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 51. Maddesi hükmünce de “Çalışanlar ve işverenler, üyelerinin çalışma ilişkilerinde, ekonomik ve sosyal hak ve menfaatlerini korumak ve geliştirmek için önceden izin almaksızın sendikalar ve üst kuruluşlar kurma, bunlara serbestçe üye olma ve üyelikten serbestçe çekilme haklarına sahiptir. Hiç kimse bir sendikaya üye olmaya ya da üyelikten ayrılmaya zorlanamaz. “Sendikal tazminat 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun 25'inci maddesinde düzenlenmiş olup; işçilerin işe alınmalarının, belli bir sendikaya girmeleri veya girmemeleri veya belli bir sendikadaki üyeliği korumaları veya üyelikten istifa etmeleri şartına bağlı tutulamayacağı sendikal hakkın güvencesi olarak maddenin ilk fıkrasında hükme bağlanmıştır. Sözü edilen maddenin ikinci fıkrasında, işverenin, sendika üyesi olan işçilerle sendika üyesi olmayan işçiler veya ayrı sendikalara üye olan işçiler arasında, çalışma şartları veya çalıştırmaya son verilmesi bakımından herhangi bir ayırım yapamayacağı kuralı getirilmiştir. **Çalışma hayatında önemli bir hak olan sendika üyeliği, iş sözleşmesinin feshi nedeni olması durumunda, işçi için yargı kararına dayalı bir kısım hakları beraberinde getirir. Yargısal süreç sonrasında iş sözleşmesinin sendikal nedenle feshinin ispatı, tespiti ve netice kararları işçi sendikal tazminat, işe iade ve ücrete hak kazanabilir. Çalışmamızın amacı bu süreç başlangıcı, işleyişi ve netice kazanımı ortaya koymaktır.** İşverenin, 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun 25'inci maddesinin beşinci fıkrası uyarınca iş sözleşmesini sendikal nedenlerle feshetmesi halinde işçi, 4857 sayılı Kanununun 18, 20 ve 21 inci madde hükümlerine göre dava açma hakkına sahiptir. İş sözleşmesinin sendikal nedenle feshedildiğinin tespit edilmesi hâlinde, 4857 sayılı Kanununun 21 inci maddesine göre işçinin başvurusu, işverenin işe başlatması veya başlatmaması şartına bağlı olmaksızın sendikal tazminata karar verilir. Ancak işçinin işe başlatılmaması hâlinde, ayrıca 4857 sayılı Kanununun 21 inci maddesinin birinci fıkrasında belirtilen tazminata hükmedilmez. İşçinin 4857 sayılı Kanunun yukarıdaki hükümlerine göre dava açmaması ayrıca sendikal tazminat talebini engellemez. Öte taraftan incelememizin esası olarak iş akdinin fesih bildiriminde gösterilenin aksine sendikal nedene dayandığını ileri süren davacı işçi, 4857 sayılı İş Kanunu'nun 20/2 ve 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'nun 25. maddesi uyarınca bu iddiasını ispat ile yükümlüdür.

Bu noktada yargı mercilerinin önüne genel olarak işçi tarafından getirilen ihtilaflarda: Açılan davalarda, davalı işvereniğe ait fabrikada işe başlanıldığı ve iş akdinin feshedildiği güne kadar işçi olarak çalışıldığı, rutin bir şekilde çalışırken insan kaynakları uzmanı tarafından çağrılıp “iş akdinin tazminatsız ve işsizlik maaşı alamayacak şekilde feshedileceği, eğer bu şekilde iş akdinin feshedilmesini istemiyor ise kendilerine bir istifa dilekçesi yazıp vermesi gerektiğinin” beyan edildiğini, bu teklifin kabul edilmemesi üzerine, iş akdinin herhangi bir gerekçe olmadan

<sup>1</sup> Dr., İzmir Bölge Adliye Mahkemesi Cumhuriyet Savcısı, barisduman@hotmail.com

feshedildiğini, esasında iş akdinin gerçekte fesih nedeninin Anayasal bir hak olan sendika üyeliği ve sendikal faaliyet olduğunu beyanla feshin geçersizliğine, işe iade ve sendikal tazminata hükmedilmesi talep konusu yapılmaktadır. Bu şekilde iş mahkemelerine açılan davalarda, çok zaman işveren tarafı: davacı işçinin iş sözleşmesinin çalışma arkadaşlarına yönelik uygunsuz davranışları sebebiyle haklı nedenle feshedildiğini, davacının sendikası üyesi olduğunun açılan davaya ilişkin dilekçe ile öğrenildiğini, fesih işleminin sendikal nedene dayandığı iddiası gerçek dışı olduğunu davacı işçinin e-devlet kapısı üzerinden gerçekleştirdiği sendika üyeliğinin işveren tarafından öğrenilmesi mümkün olmadığı gibi yürürlükte bulunan yasa kapsamında sendika tarafından başlatılan bir yetki prosedürünün de mevcut olmadığını savunarak davanın reddine karar verilmesi talep konusu yapılmaktadır. Yargıtay tarafından sendikal tazminat davalarında ispat yükünün işçide olduğu hallerde, iş yerinde çalışan ve sendikaya üye olan işçilerin sayısı, hangi tarihlerde üye oldukları, üyelikten çekilen işçilerin olup olmadığı, iş yerinde çalışmakta olan işçilerin bulunup bulunmadığı, aynı dönemde yetki prosedürünün işletilip işletilmediği, iş yerinde önceki dönemlerde toplu iş sözleşmelerinin bağitlanıp bağitlanmadığı, yeni işçi alınıp alınmadığı ve alınmışsa yeni işçilerin sendikal olup olmadığı gibi hususlarla, işverence ekonomik veya teknolojik nedenlere dayalı bir fesih yoluna gidilmesi durumunda teknik yönden bu durumun araştırılması gibi ölçütler belirlenmiştir. Yargılama dosyasına sunulan belgelerden sendikal hakların engellenmesi suçundan iddianame düzenlendiği anlaşılmakta ise, ayrıca ceza davası dosyası getirilip değerlendirmeye tabi tutulduktan sonra sonuca gidilmesi gerekir. Diğer bir ifadeyle iş mahkemesince yukarıda belirtilen tüm yönlerden gerekli araştırmaya gidilmeli ve toplanacak tüm hukuki-cezai deliller değerlendirmeye tabi tutularak feshin sendikal nedene dayanıp dayanmadığı hususu kuşkuya yer vermeyecek şekilde açıklığa kavuşturulmalıdır. Davacının iddiasının doğru olduğunun kabulü halinde, davanın kabulüyle, mahkemece feshin geçersizliği tespit edilerek, işe iade, sendikal nedenle fesih nedeniyle tazminat ve işe iade için başvuru halinde belirli süreyle ücret ve diğer hakların tahsiline ilişkin karar verecektir. Davacı işçinin, iddiasını ispatlayamaması halinde, feshin sendikal nedene dayanmadığının anlaşıldığı gerekçesiyle iş mahkemesince davanın reddine karar verilecektir. Ancak davanın kabulü ya da reddinde, hakim tarafından her halükarda delillerin neler olduğu belirtilip, tanık beyanları değerlendirilip, toplanan yazılı deliller tartışılıp; hangilerine neden değer verilmediği, hangilerinin ise neden üstün tutulduğu dayanakları ile ortaya konularak gerekçeli bir şekilde karar verilmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** İşçi, Fesih, Sendikal Tazminat

**Keywords:** Employee, dissolution, union compensation

## LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN FAKÜLTE ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ALGILARININ BELİRLENMESİ: İ.İ.B.F VE TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

### DETERMINATION OF THE GRADUATE STUDENTS' PERCEPTIONS OF ORGANIZATIONAL CULTURE: A COMPARISON BETWEEN BUSINESS SCHOOL AND TOURISM FACULTY STUDENTS

*Turkan Ashurova<sup>1</sup>, Bahar Suvacı<sup>2</sup>*

Örgüt kültürü, örgütteki ilişkileri belirleyen, örgütsel yaşamı düzenleyerek örgütün geleceğini etkileyen, örgüt üyeleri tarafından kabul görmüş olan ve onları bir arada tutmaya yarayan örgüte has tutumlar, davranışlar, değerler ve normlar topluluğudur. Örgütte yer alan bireyler farklı amaç, inanç, değer, tutum, düşünce ve ahlak anlayışına sahip olabilir. Bu bireylerin ortak bir paydada buluşmalarına olanak tanıyan, örgüt içerisinde uyumlu çalışmalarına yardımcı olan ve örgütü diğer örgütlerden ayıran sisteme örgüt kültürü denir ve örgüt başarısı için çok önemli bir unsurdur. Akademik birimler olarak var oluş nedenleri eğitim, öğretim ve bilimsel araştırma yapmak olan üniversitelerin örgüt kültürleri hem kendilerinin hem de mezun ettikleri öğrencilerin başarılarında önemli rol oynamaktadır. Üniversitelerin örgüt kültürlerinin belirlenmesi, bu örgütlerin faaliyetlerine ışık tutarak kurum amaçlarına ulaşmalarına ve başarılı olmalarına yardımcı olabilmektedir (Bakan, Büyükbeşe ve Bedestenci, 2004: 117). Kùltürler genellikle ortak sorunlara, deneyimlere ve etkileşimlere bağlı olarak alt kùltürler oluşturmaktadır. Alt kùltürlerin birbirlerine olan benzerlik ve farklılık düzeyleri, örgüt kùltürünün homojen ya da heterojen olma düzeyini belirlemektedir (Schein, 1984: 7). Alt kùltürlerdeki normlar, değerler ve tutumlar birbirleriyle ne kadar çok örtüşürse, örgüt kùltürü o derece bütünlük göstermektedir. Akademik örgütlerde alt kùltürü yöneticiler, öğretim elemanları ve öğrenciler oluşturmaktadır. Bir alt kùltür olarak öğrencilerin örgüt kùltürüne ilişkin algılarının belirlenmesi, kùltürün araştırma ve öğrenci yetiştirme süreçlerinin geliştirilmesindeki rolü nedeniyle önemli olmaktadır (Erdem ve Özen İşbaşı, 2001: 38). Bu çalışmanın da amacı bir alt kùltür olarak Anadolu Üniversitesinde İ.İ.B.F İşletme ile İktisat bölümü ile Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ve Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin kendi fakülte örgüt kùltürü algılarını belirlemek ve aynı kurumda eğitim gören iki farklı fakülte öğrencilerinin hangi konularda örgüt kùltürü algılarının farklılık gösterdiğini ortaya koymaktır. Bu sayede farklı fakültelerde öğrenim gören öğrencilerin örgüt kùltürü algılarının hangi konularda farklılaştığı ve hangi konularda benzerlik gösterdiği belirlenebilecektir. Uzun dönemli performans için bir örgütün alt kùltürleri arasında sinerjinin yaratılması ve ortak bir anlayışın oluşturulması gerekmektedir. Çalışma, araştırma ve öğrenci yetiştirme süreçlerinin geliştirilebilmesinde etkili olan akademik örgütlerin kùltürlerinin boyutlarının, öğrenciler tarafından algılanma düzeylerinin belirlenmesi ve etkili olmayan boyutların ortaya konularak bu boyutları oluşturan faaliyetlerin tekrar gözden geçirilmesine olanak tanınması nedeniyle önemlidir.

Çalışmanın evrenini Türkiye’de öğrenim gören tüm lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için çalışma bir örneklem seçilerek yürütülmüştür. Çalışmada amaçlama örnekleme yöntemi kullanılarak öğrenci sayısı analiz yapmaya olanak tanıyacak kadar çok olan ve öğrencilerin fakülte örgüt kùltürü hakkında bir algıya sahip olabilecek kadar fakültede zaman geçirmiş olmaları göz önünde tutularak Anadolu Üniversitesi

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi, turkanashur@gmail.com

<sup>2</sup> Dr.Öğr.Üyesi, Anadolu Üniversitesi, bsuvaci@anadolu.edu.tr

İ.İ.B.F'si İşletme ve İktisat bölümü 3. ve 4. sınıf öğrencileri ile Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ve Turizm İşletmeciliği Bölümü 3. ve 4. sınıf öğrencileri çalışmanın örneklemini olarak belirlenmiştir.

Çalışmada veri toplama aracı olarak Erdem ve Özen İşbaşı (2001) tarafından geliştirilen fakülte örgüt kültürü anketi kullanılmıştır. Anket 5'li Likert ölçeğine göre düzenlenmiş olup 31 ifade içermektedir. Ölçek "Aidiyet", "Semboller", "Güç Mesafesi", "İletişim/İlişki" ve Örgütsel Yapı/Etkinlik olmak üzere beş alt boyuttan oluşmaktadır. Örgüt Kültürü Ölçeği'nin alt boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha iç tutarlık katsayıları sırasıyla güç mesafesi (,795), aidiyet (,772), semboller (,889), örgütsel yapı / etkinlik (,657) ve iletişim / ilişki (,699) olarak bulunmuştur. Bu değerler ölçeğin analiz için uygun güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Anket soruları toplamda 400 öğrenci tarafından cevaplanmıştır. Anket sayıları bölümler arasında mümkün olduğunca eşit dağıtılmaya çalışılmıştır. Bölümlere göre anket cevaplayan öğrenci sayıları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 1.** Ankete Katılan Öğrencilerin Eğitim Gördükleri Bölümlere Göre Dağılımları

Bölüm	f	%
Gastronomi ve mutfak sanatları	97	24,3
Turizm işletmeciliği	103	25,8
İşletme	95	23,8
İktisat	105	26,3
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Çalışmaya katılanların %53,8'i (215) kadın, %46,3'ü (185) erkektir. Katılımcıların büyük bir kısmı %64 (256) oranıyla Anadolu Lisesi mezunudur. Bunu Meslek (48), Temel (47) ve diğer (49) lise mezunları takip etmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %52'si (208) 5. yarıyıl öğrencisidir ve 7. yarıyıl (115), 9. yarıyıl ve üstü (41), 6.yarıyıl (19) ve 8. yarıyıl (17) öğrencisidir.

**Tablo 2.** Ankete Katılan Öğrencilerin Fakülte Kültürü Ölçeği Alt Boyutlarını Algılama Düzeyleri

Fakülte Kültürü Alt Boyutları	N	X	Ss
Güç mesafesi	400	<b>3,40</b>	,604
Aidiyet	400	<b>3,46</b>	,774
Semboller	400	<b>3,43</b>	,883
Örgütsel yapı / etkinlik	400	2,83	,740
İletişim / ilişki	400	3,14	,702

Araştırma bulgularına göre öğrenciler fakültelerini güç mesafesi, aidiyet ve semboller ile boyutlarını orta düzeyin üstünde, örgütsel yapı/etkinlik ve iletişim/ilişki boyutlarını ise orta düzeyde algılamaktadır.

**Tablo 3.** Öğrencilerin Eğitim Gördükleri Bölümlere Göre Fakülte Kültürü Alt Boyutlarını Algılama Düzeyleri

Alt boyut	Bölüm	N	X	Ss	Sıra ort.	x <sup>2</sup>	p	Gruplar arası fark
Güç mesafesi	Gast. Mut. San.	97	3,43	,567	202,35	8,629	,035	2>4
	Turizm işletmeciliği	103	3,51	,599	223,36			
	İşletme	95	3,37	,612	200,02			
	İktisat	105	3,30	,621	176,80			
Aidiyet	Gast. Mut. San.	97	3,32	,764	176,12	10,674	,014	1<3, 2<3
	Turizm işletmeciliği	103	3,44	,803	195,22			
	İşletme	95	3,66	,659	229,38			
	İktisat	105	3,44	,823	202,07			
Semboller	Gast. Mut. San.	97	3,11	,842	160,93	63,210	,000	1<3, 1<4, 2<3, 2<4
	Turizm işletmeciliği	103	3,06	,843	150,69			
	İşletme	95	3,86	,795	256,66			
	İktisat	105	3,71	,761	235,11			
Örgütsel yapı / etkinlik	Gast. Mut. San.	97	2,73	,769	186,19	7,589	,055	-
	Turizm işletmeciliği	103	2,81	,709	193,69			
	İşletme	95	2,98	,740	228,06			
	İktisat	105	2,81	,731	195,46			
İletişim / ilişki	Gast. Mut. San.	97	3,18	,605	201,06	10,637	,014	2>3, 2>4
	Turizm işletmeciliği	103	3,31	,678	228,28			
	İşletme	95	3,13	,738	195,46			
	İktisat	105	2,97	,742	177,29			

Öğrencilerin eğitim gördükleri bölümlere göre fakülte kültürü alt boyutlarını algılamalarındaki farklılıklara bakıldığında örgütsel yapı/etkinlik algısı düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmadığı ( $p>0,05$ ), güç mesafesi, aidiyet, semboller ve iletişim/ilişki algısı düzeylerinin ise eğitim gördükleri bölümlere göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı ( $p<0,05$ ) görülmektedir.

Sonuç olarak, araştırmaya katılan öğrenciler fakültelerinin aidiyet, iletişim ve semboller gibi temel örgüt kültürü unsurlarını algılamada bir problem yaşamamaktadır. Ancak örgütsel yapının işleyişi ve eğitim süreçlerine yönelik uygulamaların etkinliği için gerekli olan örgütsel yapı/etkinlik unsurlarının algılanması yeterli düzeyde değildir. Örnekteki yer alan fakültelerde yöneticilerin sorunları daha akılcı yollarla çözmeleri, fakültelerin aile, toplum ve iş dünyasındaki beklentileri karşılayabilmesi, derslerin sadece bilgi aktarmak yerine öğrencilerin düşünce ve beceri gelişimlerine katkı sağlayacak şekilde verilmesi ve aynı fakülte içerisine yer alan farklı bölümler arasında bir uyumun olması, bu algının yeterli düzeye çekilmesinde etkili olabilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültür, Örgüt Kültürü, Fakülte Örgüt Kültürü

**Keywords:** Culture, Organizational Culture, Faculty Organizational Culture

## **Kaynakça**

Bakan, İ., , Büyükbeşe, T. ve Bedestenci, H.Ç. (2004), Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü: Teorik ve Ampirik Yaklaşım. İstanbul: Aktüel Yayınları.

Erdem, F. ve Özen İşbaşı, J. (2001). Eğitim kurumlarında örgüt kültürü ve öğrenci alt kültürünün algılamaları. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi, 1*, ss.33-57.

Schein, H. E. (1984). Coming to a new awareness of organizational culture. *Sloan Management Review, 25*(2), pp.-3-16

## TURİZM ÖĞRENCİLERİNİN TURİZM BİLİNCİ İLE İLGİLİ ALGILARI THE PERCEPTION OF TOURISM STUDENTS ABOUT TOURISM AWARENESS

*Yeşim Coşar<sup>1</sup>*

Turizmin gelişimi ile birlikte etkileri de giderek önem kazanmaya başlamıştır (Ko ve Stewart, 2002). Turizm, destinasyonlar üzerinde sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik alanlarda olumlu ve olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu etkiler genellikle ekonomik katkıları itibariyle olumlu algılanmakla birlikte; yarattığı kalabalık ve çevresel değişim açısından olumsuz olarak algılanmaktadır (Cottrell vd., 2007; Zhang vd., 2006; Korça, 1998; Raymond ve Brown, 2007). Bu açıdan turizm faaliyetlerinin, destinasyon üzerinde yarattığı etkiler sadece ekonomik bakımdan değil, sosyal, kültürel ve çevresel olarak da ele alınması gereken bir konudur. Destinasyonların sürdürülebilirliği için olumlu etkilerden mümkün olduğunca yararlanmak, olumsuz etkileri ise en aza indirmek hedeflenmelidir.

Bu bakımdan sektör çalışanlarına önemli görevler düşmektedir. Turizm öğrencilerinin, geleceğin eğitimi sektör çalışanları olacağı düşünüldüğünde, turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini iyi kavramış, turizm bilinci yüksek bireyler olmaları destinasyonların sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Turizm eğitiminin temel amaçlarından bir tanesi de turizm bilinci yüksek çalışanlar yetiştirmektir. Bu çalışmada turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algılarının ölçülmesi hedeflenmiştir.

Araştırmanın evreni İzmir ilinde bulunan biri devlet, diğeri özel olan iki üniversitenin turizm ve otel işletmeciliği bölümü öğrencilerinden oluşmaktadır. Anket verileri 2014 yılının Nisan – Mayıs aylarında toplanmıştır. Veri toplama sürecinde turizm öğrencilerinden oluşan ve anket doldurmayı kabul eden her öğrenci örnekleme dahil edilmek istendiği için araştırmada olasılığa dayalı olmayan (önyargılı) örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmaya toplam 225 öğrenci katılmıştır. Veriler istatistik programına aktarılarak analizler gerçekleştirilmiştir.

Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların yaş, cinsiyet, gelir, ailelerinin yaşadıkları yer ve bölge, mezun oldukları lise türü, kaç defa üniversite sınavına katıldıkları, girdikleri okul ile ilgili kaç tercihinin olduğu, kaçınıcı tercihin kazandıkları, kaç tanesinin turizm bölümü ile ilgili olduğu, kazandıkları bölümün adı, kaçınıcı sınıfta öğrenci oldukları ve varsa turizm sektöründe çalışma deneyimlerini belirlemek amacıyla hazırlanmış 13 adet soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise araştırmacının alan yazın incelemesine bağlı olarak turizmin etkileri kapsamını içermesi nedeniyle 29 ifadeden oluşan ölçek yer almaktadır. Anket formunda yer alan ifadelerin tepki kategorileri “1= Çok Yüksek 5=Çok Düşük” olarak düzenlenmiştir.

Anket verileri ile araştırma konusuna yanıt aramak amacıyla keşfedici faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Toplam 29 ifadeden oluşan ölçekte, 15 ifade binişik durumda oldukları ve faktör yük farkları 0.10'un altında olduğu için analizden çıkartılmış ve analizlere 14 ifade ile devam edilmiştir. 14 ifadeden oluşan turizm öğrencilerinin turizm etkilerini nasıl algıladığına ilişkin ölçeğin KMO değeri 0.790 ve Barlett test değeri anlamlı ( $p<0.01$ ) olarak belirlendiği için örneklem büyüklüğü yeterli olduğu ve maddelerin çoklu normal dağılımı gösterdiği kabul edilerek keşfedici faktör analizine devam edilmiştir. Faktörlerin toplam varyansın yaklaşık %60'ını açıkladığı, ortalamasının 2.58 ve genel güvenilirlik değerinin 0.81 olduğu belirlenmiştir.

<sup>1</sup> Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, yesimcosar@hotmail.com



Bu çalışmada keşfedici faktör analizi sonucunda turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algıları 4 faktörden oluşmuştur. Bu faktörler (1) Ekonomik Yapı ve Doğal Çevre , (2) Sosyo-Ekonomik Durum, (3) Sosyal Yapı ve (4) Bilinç Düzeyi olarak belirlenmiştir. Birinci faktörde yer alan ekonomik faktörler arasında turizmin enflasyon üzerinde etkili olduğu ve Türkiye ekonomisinin turizm sektörüne bağlı olduğu görüşü ifade edilmektedir. Olumlu ekonomik etki olarak ise turizmin ülke içinde gelir yaratıcı etkisinin olduğu görüşü ifade edilmiştir. Öğrenciler turizm sektörünün doğal çevre üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunu da ifade etmektedirler. Bu ifadeler sonucunda turizm öğrencilerinin turizm sektörünün ekonomik yapı ve doğal çevre üzerinde olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunu bilincinde olduklarını söyleyebiliriz. Bunun yanı sıra ekonomik yapı üzerindeki etkilerin daha çok olumlu olarak algılandığı görülmektedir. İkinci faktör sosyo-ekonomik durum başlığı altında yer alan ifadelerde turizmin ithalat etkisi ve istihdam üzerindeki etkisi önemli görülmektedir. Bireyler arasında barışa ve kadın- erkek ilişkileri üzerindeki etkisi de diğer ifadeler arasında yer almaktadır. Bu ifadeler de turizm öğrencilerinin turizm sektörünün sosyo-ekonomik yönden olumlu ve olumsuz etkileri olduğunu ifade etmektedirler. Özellikle bireyler arasında barışa katkı sağlaması turizmin önemli olumlu etkileri arasında algılanmaktadır.

Üçüncü faktör olan sosyal yapı üzerindeki etkilerin ise olumsuz etkiler olarak algılandığını görmekteyiz. Turizm sektörünün geliştiği bölgelerde halkın suç oranlarının arttığı, yabancı düşmanlığı olduğu, çöp ve atık sorunlarının arttığı yönündeki algılar ön plana çıkmıştır. Bu ifadelerden yola çıkarak turizm öğrencilerinin turizm sektörünün sosyal yapı üzerindeki etkilerini olumsuz olarak algıladığını söyleyebiliriz. Son faktör bilinçlenme düzeyi ile ilgilidir. Bu konuda olumlu algıların yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle boş zaman kullanma üzerine etkisi, temizlik bilinci ve aile bağlarını güçlendirme üzerindeki etkisi olumlu olarak algılanan etkiler arasında yer almaktadır.

Turizmin olumlu ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin yanı sıra bilinçsiz gelişme sonucu olumsuz etkileri de oluşmaktadır. Olumsuz etkiler destinasyondaki çekiciliklerin bozulmasına, bazen de geri dönüşü olmayan sonuçlara sebep olmaktadır. Bu doğrultuda sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda daha fazla önem kazanmıştır. Sürdürülebilirlik ilkesinde turizmden elde edilen faydanın gelecekte devam etmesi ve destinasyondaki kaynakların korunarak kullanılması benimsenmiştir. Sürdürülebilirlik ilkesinin benimsenmesinde en önemli rol ülke yöneticilerine ve sektör çalışanlarına düşmektedir. Bilinç düzeyi yüksek yöneticiler ve sektör çalışanları yerel halkın da turizm bilincinin oluşmasına katkı sağlayacaktır. Turizm sektörünün geleceği ve destinasyonların sürdürülebilirliği için turizmin olumlu ve olumsuz etkilerinin farkında olunması gerekmektedir. Turizm eğitiminin temel amaçlarından bir tanesi de turizm bilinci oluşturmaktır. Bu çalışma turizm öğrencilerinin turizm bilinci ile ilgili algı düzeylerini ölçerek, turizm eğitiminin hedeflediği noktaya ne derece ulaştığını ölçmesi bakımından da önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Bilinci, Turizm Algısı, Turizm Destinasyonu

**Keywords:** Tourism Awareness, Tourism Perception, Tourism Destination

## **KAYNAKÇA**

Cottrell S. P., Vaske J. J., Shen F. ve Ritter P. (2007). "Resident perceptions of sustainable tourism in Chongdugou, China". *Society and Natural Resources*, 20, 511–525, Taylor & Francis.

Ko, D.W. ve Stewart W.P. (2002). A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development, *Tourism Management*, 23: 521-530.

Korça, K. (1998). "Resident perceptions of tourism in a resort town". *Leisure Sciences*, 20, 193-212, Taylor & Francis Group.

Raymond C. ve Brown G. (2007). "A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development". *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5), 520-540.

Zhang J., Inbakaran R. J. ve Jackson M. S. (2006). "Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region". *Tourism Geographies*, 8 (2), 182-204.

**YAZI KARAKTERLERİNİN ANLAMLARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR  
ARAŞTIRMA****A COMPARATIVE RESEARCH ON THE MEANING OF FONTS***Naime Şimşek Yüksekbilgili<sup>1</sup>*

Yazı karakteri abecenin özel bir tasarımı olarak tanımlanırken font terimi, yazı karakteri takımı olarak belirtilmiştir. Font, yazı karakterinin belli bir ölçüde, belli bir dizide, sayıları ve noktalama işaretlerini de kapsayan tüm abecesidir (Sarıkavak, 2009, s. 45). Bilindiği üzere tipografi, karakterlerin bir araya geldiğinde birbirine uyum sağlaması için geliştirilen bir tasarım sistemidir. Günümüz font teknolojisi de bu sistemi esas alarak sayısız karakterler üretmiş ve üretmeye devam etmektedir (Alyap, 2013, s. 4).

Bu araştırmada, Kanada'da Lexmark tarafından Psikolog Eric Sigman (2001) gözetiminde yapılan fontların anlamları araştırması baz alınarak, Kanada'da elde edilen sonuçlar ile Türkiye'de elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır.

Araştırma kapsamında, 138 Türk kullanıcı ile anket çalışması yapılmıştır. Katılımcıların demografik dağılımları şu şekildedir;

- Cinsiyete göre; %52 kadın, %48 erkek
- Yaşa göre; %56'sı 1980 öncesi, %43'ü 1980-1999 arasında, %1'i 2000 sonrası doğanlar,
- Medeni duruma göre; %71'i evli, %29'u bekar.
- Eğitim durumuna göre; %29'u lise, %8'i ön lisans %43'ü lisans, %18'i yüksek lisans ve %2'si doktora mezunu.

Katılımcılara yazı karakterleri gösterilmiş ve her yazı karakterinin anlamını listeden seçmeleri istenmiştir. Toplam 138 katılımcının (n=138) verdiği cevaplar, tablo 1'de özetlenmiştir.

**Tablo 1.** Araştırmada Elde Edilen Sonuçlar

Yazı Karakteri	Araştırmada Elde Edilen Sonuçlar
Times New Roman	Saygın, geleneksel
Bodoni	Stabil
Georgia	Azimli, stabil
Garamond	Geleneksel, modern, stabil
Baskerville	Temiz
Helvetica	Güçlü
Verdana	Temiz, modern
Arial	Evrensel
Century Gothic	Temiz
Calibri	Temiz
Rockwell	Geleneksel
Courier	Geleneksel
Museo	Modern
Clarendon	Evrensel

<sup>1</sup> Nişantaşı Üniversitesi, [naimesimsek@gmail.com](mailto:naimesimsek@gmail.com)

Bevan	Güçlü
Lobster	Şaşırtıcı
Zapfino	Modern
Pacifico	Etkileyici, modern
Lucida	Saygın, geleneksel, temiz, modern
Brush Script	Etkileyici
Infinity	Modern
Eurostyle	Modern
Majaram	Modern
Matchbook	Modern
Politica	Geleneksel

Araştırmanın ikinci kısmında ise, elde edilen sonuçlar ile Sigman (2001) gözetiminde yapılan araştırma sonuçları karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonuçları Tablo 2’de özetlenmiştir.

**Tablo 2.** Araştırmada Elde Edilen Sonuçların Karşılaştırması

Yazı Karakteri	Orijinal Araştırma Sonuçları	Araştırmada Elde Edilen Sonuçlar
Times New Roman	Güvenilir	Saygın, geleneksel
Bodoni	Etkileyici	Stabil
Georgia	Saygın	Azimli, stabil
Garamond	Azimli	Geleneksel, modern, stabil
Baskerville	Geleneksel	Temiz
Helvetica	Evrensel	Güçlü
Verdana	Temiz	Temiz, modern
Arial	Modern	Evrensel
Century Gothic	Objektif	Temiz
Calibri	Stabil	Temiz
Rockwell	Cesur	Geleneksel
Courier	Güçlü	Geleneksel
Museo	Modern	Modern
Clarendon	Sağlam	Evrensel
Bevan	İhtişamlı	Güçlü
Lobster	Feminen	Şaşırtıcı
Zapfino	Seçkin	Modern
Pacifico	Arkadaş canlısı	Etkileyici, modern
Lucida	Şaşırtıcı	Saygın, geleneksel, temiz, modern
Brush Script	Yaratıcı	Etkileyici
Infinity	Özel olma	Modern
Eurostyle	Modaya uygun	Modern
Majaram	Stil sahibi	Modern
Matchbook	Keskin	Modern
Politica	Zeki	Geleneksel

Sonuçlar incelendiğinde; Kanada’da yapılan araştırma sonuçları ile Türkiye’de yapılan araştırmanın sonuçlarının birbirleri ile uyumlu olmadığı gözlemlenmiştir. Yazı karakterleri anlamlarının farklı ülkelerde birbirinden farklı olabileceği söylenebilir. Araştırmanın evreninin

genişletilerek yeniden yapılışı ile farklı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca demografik kırılımlara göre yazı karakterlerinin anlamlarının araştırılması da literature katkı sağlayabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Yazı karakteri, anlam, karşılaştırma

**Keywords:** Fonts, meaning, comparative

**Kaynakça:**

Alyap, L. (2013). Bilimsel Eserlerde Yer Alan Bazı (Kök)Türk Tipografi Modellerinin Tasarım Özellikleri Ve Kemçik-Çırgak (E-41) Yazıtı Üzerine Font Denemesi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 2(3), 1-28.

Sarıkavak, N. (2009). *Çağdaş Tipografinin Temelleri* (2. Baskı ed.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Sigman, A. (2001). *The Psychology of Fonts*. Vancouver: Lexmark.

## DEMOGRAPHIC EFFECTS OF JOB RELATED WELL BEING IN A TECHNOLOGICAL COMPANY

### BİR TEKNOLOJİ ŞİRKETİNDE ÇALIŞANLARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE İŞE İLİŞKİN MUTLULUK ALGISI

*Hanife Gümüş<sup>1</sup>*

#### Conceptual Approach to Happiness

The economics and management sciences are also in a conceptual debate such as sociology, philosophy, psychology and medicine. Happiness is a cluster of many objective and subjective variables. This cluster includes variables such as demographic characteristics, socio-economic status and relationships, physical conditions. It would not be wrong to say that happiness in this big cluster is directly proportional to the pleasure received from life.

The common point of all definitions of happiness is the subjective well-being of the individual. That is the sum of positive thoughts and feelings. The sense of happiness is subjective well-being and the person is feeling good. The main purpose of your life is to be good. The sense of happiness depends on many personal characteristics.

Factors affecting subjective well-being are grouped under three main headings: living conditions, purposeful life activities and genetic factors. According to this, demographic variables such as age, gender, educational status, place of residence, marital status, economic situation are evaluated under the heading of living conditions.

#### Personal Well-Being in Business Life

If the concept of subjective well-being is one of the important inputs of the gross national income, we can not separate happiness in business life with subjective well-being at all. Happiness research has significant potential for change in the economy. Measuring and using the relationship between subjective well-being and well-being brings new definitions and insights. It has emerged that the intangible values have to be taken into consideration. New information emerging from research leads to how the refund can be achieved. Subjective well-being indicates the success of the economic happiness revolution and indicates future research. It encompasses all sectors that affect economic life and economic life.

#### Research

This research was made in one of the biggest technology companies in Turkey. The 530 participants in the study consisted of well-educated, internationally experienced employees whose living standards were above average. When we consider these features, we can say that they are generic.

In this research, a survey consisting of two parts was used as a data collection tool. The first part of the data collection tool includes a personal information form that includes participants' age, gender, education, workplace, marital status, and sector experience.

<sup>1</sup> Dr, Turkcell Superonline, hanife.gumus@turkcell.com.tr

Second part includes JAWS (Job-Related Affective Well-Being Scale) which is created by Katwyk et al.(2000) and analyzed for reliability by Bayram et al.(2004). The original survey consists of 30 questions and it is adapted to 20 questions in Turkish. It was stated that the survey consists of two sub-dimensions, "Negative Feelings" and "Positive Feelings" in the original and Turkish adapted study. Although Turkish adapted scale stated that both subdimensions split into two sub-dimensions within themselves, no validity study was done to prove it.

Satisfaction with the work of the individual in terms of satisfaction with the scale; If they are on the axis of arousal, they have motivation.

4-dimensional distributions of the scale are High Pleasurable/High Arousal - HPHA High Pleasurable/Low Arousal - HPLA, Low Pleasurable/High Arousal, Low Pleasurable/Low Arousal - LPLA . HPHA and HPLA expresses intensity of positive emotions; LPHA and LPLA expresses intensity of negative emotions. Negative emotions (items in LPHA and LPLA dimensions) are inverse coded while the total score of the scale is calculated. Thus, it is understood that the perception of affective well-being perceived to be high on the total score is highly positive. The following expressions are of the likert type of 5 in the range of "1-less dense" to "5-very dense".

Before to the hypothesis testing, a confirmatory factor analysis was performed within the scope of the structure validation in order to verify the 4dimensional structure of the scale. For reliability, upper and lower 27% t test, item total correlation and Cronbach Alpha tests were applied.

SPSS 15.0 was used in the analysis of the data. Scale and subscale scores were presented as mean, standard deviation and skewness descriptive statistics table.

The skewness coefficient was used in the normality test of the scale and subscale scores. It can be interpreted that the scores within  $\pm 1$  of the skewness coefficients used in the normal distribution feature of constantly varying scores do not show a significant deviation from the normal distribution.

24.3% of the participants were female, 75.7% were male. 63.4% are married and 36.6% are single. 5,1% of the participants were in high school, 5,7% in preliminary, 57,2% in undergraduate and 32,1% in graduate level. Work experience of 18.1% of respondents is less than 5 years, 33.6% is 6-10 years, 21.3% is 11-15 years, 27% is more than 15 years. 62.5% of participants were working in technical field and 37.5% were working in social field.

The study was a cross-sectional study conducted with the headquarters staff of a large technology company. The level of education and age ranges are closely related. Working conditions and facilities include employees of a relatively good company. All findings obtained in the present study must be confirmed in future prospective studies.

## **Conclusion**

This work is done in a technology company; to measure and record the happiness perception related to socio-demographic characteristics such as age, gender, marital status, education and work experience. Survey respondents' perception of happiness related to work, statistical data revealed. The findings of the study confirm some of the socio demographic characteristics of the work-related happiness index. These results are consistent with many data in the literature.

In the results of gender dependent t test in this study; women's LPHA scores were significantly higher than males. We can explain this by the worrying situation that is created if we think that it will be relatively less in a technological company where 75% of men are the reason. It is seen as a result of the effort to prove themselves constantly. Although this may seem contradictory to some general research in the literature, there is not enough data in the literature about only the emotional well-being of work-related women in technology companies.

**Keywords:** Sense of Happiness, Employee Happiness, Well-Being



## NÖROPAZARLAMA PERSPEKTİFİNDEN TÜKETİCİ BEYNİNE YAPILAN YOLCULUK

### THE JOURNEY MADE FROM THE PERSPECTIVE OF NEUROMARKETING TO THE CONSUMER'S BRAIN

*Erman Akıllıbaş<sup>1</sup>, Kutalmış Emre Ceylan<sup>2</sup>*

#### Giriş

Son 20 yılda pazarlama üretim, pazar ve satış odaklı olmaktan çıkıp beyin odaklı olmaya doğru yol almıştır. Teknolojinin gelişmesi ile tıp alanında yapılan yenilikler pazarlama biliminin farklı bir yöne kaymasına neden olmuştur. Beynin insan kararlarındaki işleyiş sisteminin çözülmesi, birçok bilim dalının ilgisini çekmiştir. Günümüz rekabet dünyasında, “ben üreteyim tüketici nasılsa alır” döneminden “nasıl üretmeli, kaçta satmalı, nasıl pazarlamalıyım ki tüketici alsın” döneminin geçeli oldukça uzun zaman olmuştur (Girişken, 2017, s. 3-4). Prof Erevelles "İnsanı anlamadan pazarlamayı anlamayı düşünüyorsanız zamanınızı boşa harcıyorsunuz" sözünüyle açıklamıştır (Girişken, 2017, s.2). Geleneksel pazarlama yöntemleri tüketicilerin karar verme mekanizmasını tam olarak anlayamamakta ve açıklayamamaktadır. Bunun temel sebeplerinden biri, tüketicilerin neden satın almayı gerçekleştirdikleriyle ilgili verdikleri beyanların yeterli olmaması, bazen de tüketim kararlarının altında tüketicinin kendisinin bile farkında olmadığı sebeplerin yatmasıdır. Bütün bu parametreler, geleneksel pazarlama yöntemleri ile elde edilen sonuçların doğruluğuna ve geçerliliğine olan inanca gölge düşürmektedir. Bu nedenle değişen tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilmek için pazarlamacılar yeni araştırma yöntemlerine yönelmeye başlamıştır (Valiyeva, 2015, s. 1).

#### Kavramsal Çerçeve

Nöropazarlamadan önce nöro bilim ile iktisadi bilimlerin ilk olarak buluştukları disiplinler arası alan nöroekonomi olmuştur. Sonrasında ise iktisadın bir alt bilimi olan pazarlama da sinirbilimin insan beyini üzerine elde ettiği bulgulardan yararlanmaya başlamıştır (Giray ve Girişken, 2013, s. 609). 2000 yılında ünlü nörolog Antonio Damasio, insanların karar verirken beyinlerinin yalnızca rasyonel bölümünü değil, duygusal bölümünü de kullandıklarını açıklamıştır (Ayata, 2015, s. 4). Nöropazarlama, çeşitli disiplinlerin belirli oranda karışımından oluşan bir alandır. Zurawicki'ye göre, bu alanlar moleküler biyoloji, elektrofizyoloji, nörofizyoloji, anatomi, embriyoloji, gelişimsel biyoloji, hücresel biyoloji, davranışsal biyoloji, nöroloji, davranışsal nörofizyoloji ve bilişsel bilimlerden oluşmaktadır (Akın ve Sütütemiz, 2014). İnsan zihnindeki kara kutuyu açmak ve anlamak konusunda önemli bir adım olarak görülen nöropazarlama, tüketicinin bilinçli veya bilinçsiz olarak verdiği satın alma karar sürecini ortaya koymaktadır (Bayır, 2016, s. 49). David Ogilvy nöropazarlama hakkında "İnsanlar ne hissettiklerini düşünemiyorlar, düşündüklerini söyleyemiyorlar, söylediklerini de yapamıyorlar" sözüyle ifade etmiştir (Giray ve Girişken, 2016, s. 609). Nöropazarlama araştırmalarının yapılma sebebi bilinen klasik yöntemler gibi tüketici tepkilerini dışarıdan tahmin etmeyle değil bu tepkiler oluşturulurken beyinde meydana gelen değişiklikleri çeşitli araçlarla gözlemleyerek anlama ve yorumlama işlemidir (Kılıç ve Öter, 2015, s. 623-624) Carnegie Melon Üniversitesi davranışsal iktisat uzmanı George Loewenstein "Beynin büyük kısmı bilinçli düşünmeden çok otomatik süreçlerin etkisi altındadır Beyinde gerçekleşen

<sup>1</sup> Erman Akıllıbaş, İstanbul Gelişim Üniversitesi Doktora Öğrencisi, [sinopeerman@gmail.com](mailto:sinopeerman@gmail.com)

<sup>2</sup> Dr Kutalmış Emre Ceylan, İstanbul Gelişim Üniversitesi Öğretim Üyesi, [emre@keceylan.com](mailto:emre@keceylan.com)

işlemlerin çoğu bilişsel değil duygusaldır." (Lindstrom, 2016, s. 36). Nöropazarlamanın asıl amacı, tüketici tercihlerini anlamak ve tahmin etmektir. Bu işlem genellikle beynimizdeki limbik sistemde cereyan eden dürtülere dayalı bir süreçte gerçekleşmektedir. Dürtüler üzerinde ise duyguların büyük bir etkisi bulunmaktadır. Hangi duygusal süreçlerin bizi satın alma kararına yönelttiğini bilmek pazarlamaya harcanan çabanın kolaylaştırılmasını, bütçenin verimli kullanılmasını sağlamaktadır. (Erdemir ve Yavuz, 2016, s19).

## Beyin

Beyni bilimsel olarak inceleyenler M.Ö. yy'da Yunanlı Herophilos ve Erasistratos olarak bilinmektedir (Batı, 2017, s. 24). Beyin denilen organ, 1 lt su, 160 gr yağ, 110 gr protein, 15 şeker, 10 gr tuzdan oluşmaktadır (Canan, 2018, s. 31). Merkezi sinir sisteminin en önemli parçası olan beyin, kafatası kemikleri içinde, kütlesi yetişkinlerde ortalama olarak 1300-1400 gram, yüzeyi ise ortalama olarak 2000-2100 cm<sup>2</sup> olan bir organımızdır (Avcı, 2008, s. 4). Vücut ağırlığımızın %2'si oluşturduğu halde dolaşımdaki kanın %18'ini, oksijenin %20'sini ve glikozun da %25'ini kullanmaktadır (Batı ve Erdem, 2016, s. 86). Kafatası içerisinde üç kat beyin zarı ile örtülü olan beyin, gri ve pembe beyaz renkte ve buruşturulmuş kâğıt görüntüsüne sahiptir. Gri renk nöron (sinir hücreleri) kümesi, pembe-beyaz rengin kaynağı ise sinir bağlarıdır. İnsan beyninde ortalama 100 milyar hücre bulunmaktadır. Bunların 10-15 milyarı nöron adı verilen düşünme ve öğrenmeyi sağlayan sinir hücreleri, geri kalanlar ise glia adı verilen beslenme ve temizlik gibi işlevler yürüten yardımcı hücrelerden oluşmaktadır (Keleş ve Çepni, 2006, s. 67). Ayrıca beynin pek çok bölgesi, ak madde denilen, yaklaşık 160 bin kilometre uzunluğundaki liflerle birbirine bağlıdır (Anonim, 2014, s.34). Beyin fonksiyonları bakımından dört bölgeye ayrılır. Frontal bölge, özellikle rasyonel verinin işlenmesinde, karar alma süreçlerinde, konuşma sırasında, motor fonksiyonlarında, cinsel davranışların belirlenmesinde etkin rol oynar. Aynı zamanda sosyalleşme, hafıza ve ani (satın alma gibi) davranışları kontrol eder. Bir anlamda, davranışların planlanması ve hayata geçirilmesi konusunda yardımcı olur. Parietal bölge, vücudun çeşitli bölgelerindeki beş duyu organından gelen bilgileri işleyen bölgedir. Aynı zamanda rakamların ve algılanan objelerin anlamlandırılması konusunda rol oynar. Osipital bölgede görsel korteks bulunmaktadır. Bu bölge görüntünün anlamlandırıldığı bölgedir. Temporal bölge ise özellikle hafıza konusunda aktif rol oynar (Özgüven, Temir ve Tural, s. 6).

## Sonuç

Beynin nasıl çalıştığını ve nasıl karar verdiğini bilimsel tekniklerle ölçen nöropazarlama, insanların karar verme eğilimlerini bilimsel yol ile analiz etmeye ve insan davranışlarını çözümlenmeye odaklanır. İnsanı anlamının hem pazarlamanın hem de nöropazarlamanın doğuşunda çok büyük katkıları bulunmaktadır. Disiplinler arası çalışmalar ortaya koyan nöropazarlama, pazarlama uyarıcıları ile karşılaşıldığında bireylerin beyinlerinin hangi bölümlerinin ya da merkezlerinin aktif hale geldiğine ve insan vücudunda yaşanan kimyasal değişikliklere odaklanmaktadır. Nöropazarlama ile ilgili ele alınması gereken en önemli bir konu da bu yöntemin etik yönüdür. Nöropazarlama kavramına etik açıdan bakıldığı zaman insanların zihinlerinin gözlemleneceği, robotlaştıracağı veya istemsiz olarak satın almaya zorlanarak, zombiye dönüştüreceği düşünceleri insanları endişelendirmektedir. Fakat nöropazarlama dejenere olmuş insanların veya şirketlerin ellerinde, etik olmaktan çok uzaktır. Ağırlıklı olarak son 15 yılda yürütülen çalışmalar sonucunda, tüketicilerin satın alma kararı

vermesinde duygusal faktörlerin etkili olduğu keşfedilmiştir. Global işletmeler tarafından kullanılmaya başlanan bu yöntem insan davranışları üzerinde önemli içgörüler kazandırmaktadır. Nöropazarlama araştırmaları sonucunda tüketiciler tercihlerini yaparken çoğu zaman bilinç dışı girdilerin tesiri altında karar verdiği gözlemlenmiştir. Teknolojide yaşanan gelişmeler sayesinde tüketici davranışlarını anlamak daha kolaylaşmakta ve alınan sonuçlar daha gerçekçi ve rasyonel olmaktadır. Günümüze kadar şirketler tüketicilerin isteklerini ya gözlemleyerek ya da doğrudan soru sorarak öğrenmeye çalışmaktaydı nöropazarlama ile anlaşılmıştır ki tüketici ihtiyaç ve isteklerinin doğru şekilde anlaşılıp bu yönde ürün ya da hizmetler geliştirmek firmaları daha rasyonel sonuçlar almaya yöneltmiştir. Nöropazarlama çalışmaları pazarlama dünyasında büyük heyecan yaratmakta ve yeni ufuklar açmaktadır. Nöropazarlama çalışmaları ilerleyen zamanlar çok daha farklı seviyelere geleceğinden hiç şüphe yoktur. Fakat nöropazarlama çalışmalarının ilerletilmesi ve etki alanlarının genişletilmesi amacı ile eğitim faaliyetleri düzenlenmesi, üniversitelerde, lisans, yüksek lisans veya doktora programlarında nöropazarlama konularının işlenmesi ve teorik bilgilerin pratik deneyime kazandırılması ve pekiştirilmesi amacıyla laboratuvar ortamlarının oluşturulması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Nöropazarlama, Beyinin İşleyişi, Etik

**Keywords:** Neuromarketing, Brain Functioning, Ethics

## TÜRKİYE'DEKİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN PERFORMANSLARININ ORAN ANALİZİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI

### COMPARISON WITH THE RATIO ANALYSIS OF PERFORMANCES OF METROPOLITAN MUNICIPALITIES IN TURKEY

*Meryem Öztürk<sup>1</sup>*

#### Giriş

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, Türk kamu yönetimine birçok yenilik kazandırmıştır. Bunların başında şeffaflık ve hesap verme sorumluluğu gelmektedir (Kırılmaz ve Atak, 2015:189). Şeffaflık ve hesap verebilirlik girdi odaklı muhasebe sistemi anlayışından sonuç odaklı anlayışa geçilmesini sağlamıştır (Alkan, 2018:799). Hesap verme sorumluluğu, kamu kaynaklarının etkili, ekonomik ve verimli kullanımını sağlamayı amaçlamakta; stratejik plan, performans esaslı bütçeleme, faaliyet raporları, kurumsal mali durum ve beklentiler raporu, mali istatistikler, iç denetim ve dış denetim gibi birçok kamu mali yönetimi aracı ile uygulanmaktadır (Kırılmaz ve Atak, 2015:190). Bu kapsamda çalışmanın amacı Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesinin Sayıştay Başkanlığı tarafından yayınlanan denetim raporlarında yer alan bilanço, faaliyet sonuçları tablosu ve bütçe uygulama sonuçları tablolarındaki verilere göre 2017 yılı performanslarını oran analizi ile karşılaştırmaktır.

#### Yöntem

Oran analizi için Maliye Bakanlığı Muhasebat Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan Kamu İdareleri İçin Mali Analiz Rehberinden faydalanılmıştır. Rehberde kamu mali istatistik tablolarının oran analizinde kullanılmak üzere 23 gösterge belirlenmiş olup çalışmada 20 gösterge kullanılmıştır.

#### Bulgular

Çalışmanın bulguları (Göstergelere ait bulgular Ek 1'de sunulmuştur.) aşağıda özetlendiği gibidir:

Bütçe dengesi göstergesi (1): Göstergenin en azından sıfır olması beklenmektedir. Büyükşehir belediyelerinden sadece dördünün (Eskişehir, Kocaeli, Aydın, Trabzon) göstergesi pozitifdir. Kahramanmaraş ve Manisa Büyükşehir Belediyeleri'nin göstergeleri negatif olarak %50'nin üzerindedir.

Faaliyet dengesi göstergesi (2): Göstergenin yüksek olması beklenmektedir. Göstergesi en yüksek olan ilk üç belediye sırasıyla Diyarbakır, Muğla, Tekirdağ Büyükşehir Belediyeleri en düşük olan belediyeler sırasıyla Denizli, Samsun, Mersin Büyükşehir Belediyeleri'dir.

Yükümlülük göstergesi (3): Göstergenin olabildiğince düşük olması beklenmektedir. Diyarbakır Büyükşehir Belediyesinin göstergesi sadece %7,6'dır. Kocaeli Büyükşehir Belediyesi %318,7 yükümlülük göstergesi ile en yüksek göstergeye sahip olan belediyedir. Belediye faaliyet gelirleriyle yükümlülüklerinin sadece %31,4'ünü karşılayabilmektedir.

Yükümlülük dağılımı göstergesi (4): Belediyelerin göstergelerinin ortalaması %37,5 olup Denizli Büyükşehir Belediyesi en düşük (%4,8), Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi en yüksek orana (%89,9) sahip belediyedir. Ancak belediye faaliyet gelirleri ile hem faaliyet giderlerini hem de kısa vadeli yükümlülüklerini karşılayabildiğinden bu durum sorun teşkil etmemektedir.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, meryemozturk@atauni.edu.tr

Vadesi geçmiş yükümlülükler göstergesi (5): 16 büyükşehir belediyesinin vadesi geçmiş yükümlülüğü bulunmamaktadır. Diyarbakır Büyükşehir Belediyesinin göstergesi binde birin altında, Samsun Büyükşehir Belediyesinin göstergesi ise %1'dir. Göstergesi en yüksek (%34,1) belediye Mardin Büyükşehir Belediyesi olup belediyeyi sırasıyla Van ve Sakarya Büyükşehir Belediyeleri izlemektedir.

Tahakkuk esaslı personel harcaması göstergesi (6): Belediyelerin göstergelerinin ortalaması %12,6'dır. Belediyelerin yarısının göstergesi ortalamanın altında yarısının üstündedir. Göstergesi en düşük olan belediye Ankara Büyükşehir Belediyesi en yüksek belediye ise Van Büyükşehir Belediyesi'dir.

Nakit esaslı personel harcaması göstergesi (7): Gösterge personele yapılan ödemelerin bütçe gelirleri içerisindeki payını ölçmektedir. Büyükşehir belediyelerinin gösterge ortalaması (%12,5) tahakkuk esaslı personel harcaması göstergesi ortalamasına (%12,6) çok yakındır.

Personel harcamalarının giderler içerisindeki payı (8): Belediyelerin göstergelerinin ortalaması %14,8'dir. 11 büyükşehir belediyesinin personel harcamalarının giderler içindeki payı ortalamanın üstünde 19'ununki altındadır.

Tahakkuk esaslı faiz gideri göstergesi (9): Oranın düşük olması arzulanmaktadır. Ordu, Diyarbakır ve Van Büyükşehir Belediyelerinde gösterge %1'in altında iken Denizli, Hatay, Balıkesir, Erzurum, Mersin, Kocaeli ve Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyelerinde ise %20'nin üstündedir. Büyükşehir belediyelerinin göstergelerinin ortalaması %11,7'dir.

Nakit esaslı faiz gideri göstergesi (10): Büyükşehir belediyelerinin göstergelerinin ortalaması %5 olup göstergesi en düşük üç belediye Diyarbakır, Muğla ve Van Büyükşehir Belediyesi iken en yüksek üç belediye Gaziantep, Kocaeli ve Adana Büyükşehir Belediyeleridir.

Borçlanma göstergesi (11): 7 büyükşehir belediyesinin iç-dış borçları ile bunların faiz giderlerinin toplamı 2017 yılında elde ettikleri faaliyet gelirlerinden yüksektir. En yüksek göstergeye sahip belediye Samsun Büyükşehir Belediyesi olup Diyarbakır Büyükşehir Belediyesinin göstergesi %1'in altındadır.

Gelirlerin yükümlülük ve giderleri karşılama gücü göstergesi (12): Göstergenin bire eşit ya da yakın olması beklenmektedir. Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi, göstergesi birin üstünde olan tek belediye olup Muğla Büyükşehir Belediyesinin göstergesi bire çok yakındır. Diğer büyükşehir belediyelerinin göstergeleri %90'nın altındadır.

Vergi gelirleri göstergesi (13): Büyükşehir belediyelerinin vergi gelirlerinin bütçe gelirleri içerisindeki payının ortalaması %1,7'dir. Malatya Büyükşehir Belediyesinin göstergesi %3,6 olup en yüksek göstergeye sahip belediyedir. Malatya Büyükşehir Belediyesini %3 ile Antalya, %2,9 ile Şanlıurfa Büyükşehir Belediyeleri takip etmektedir. İstanbul, Tekirdağ, Kayseri ve Erzurum Büyükşehir Belediyelerinin göstergeleri %1'in altındadır.

Tahsilat-tahakkuk göstergesi (14): Göstergenin bire olabildiğince yakın olması beklenmektedir. Sadece iki büyükşehir belediyesinde (Bursa ve Mersin) gösterge %90'nın altında 10 büyükşehir belediyesinde %90'nın üstünde ancak %100'ün altındadır. Büyükşehir belediyelerinin göstergelerinin ortalaması %103,6 olup 18 büyükşehir belediyesinin göstergesi 1'in üstündedir.

Vergi ve benzeri gelirler tahsilat-tahakkuk göstergesi (15): Göstergenin 1'e yakın değerde olması olumlu sonucu ifade etmektedir. Belediyelerin gösterge ortalaması %92,1'dir. Ankara Büyükşehir Belediyesinin göstergesi %64,5; Tekirdağ Büyükşehir Belediyesinin göstergesi ise %64,6 olup ortalamanın ve 1'in çok altındadır. En yüksek gösterge (%136,6) Van Büyükşehir Belediyesine ait olup belediyeyi %120,2 ile Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi takip etmektedir.

Ödeme-tahakkuk göstergesi (16): Göstergenin bire yakın olması olumlu ifade edilmektedir. Büyükşehir belediyelerinin göstergelerinin ortalaması olan %107,4 olup göstergesi 1'in altında olan yalnızca 8 belediye bulunmaktadır.

Gelir tahmini göstergesi (17): Göstergenin %100'e eşit olması beklenmektedir. 30 büyükşehir belediyesinin 6'sının denetim raporlarında bütçe gelir tahminleri yer almadığından göstergeleri hesaplanamamıştır. 24 büyükşehir belediyesinde oranlar %64,9 (Ankara)-%126 (Manisa) arasında değişmektedir. Beş belediyenin (İstanbul, Kayseri, Malatya, Mardin, Trabzon) göstergesi %95-%100 arasında iken Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesinin göstergesi %100,4 ve Tekirdağ Büyükşehir Belediyesinin göstergesi ise %100,5'tir.

Gider tahmini göstergesi (18): Gelir tahmini göstergesine benzer şekilde bire eşit olması beklenmektedir. Büyükşehir belediyelerinin gider tahmin göstergeleri %48,1-%105,4 arasında değişmektedir. Manisa Büyükşehir Belediyesinin göstergesi %100'dür.

Kişi başına düşen gelir göstergesi (19): Göstergenin yüksek olması beklenir. Belediyelerin göstergelerinin ortalaması 612 TL'dir. 10 belediyenin göstergesi ortalamanın üstünde iken 20'sinin altındadır. Göstergesi en yüksek üç büyükşehir belediyesi Kocaeli, Erzurum ve Ankara en düşük üç büyükşehir belediyesi Mardin, Diyarbakır, Sakarya'dır.

Kişi başına gider göstergesi (20): Belediyelerin göstergelerinin ortalaması 726 TL'dir. En yüksek gider göstergesine sahip ilk üç büyükşehir belediyesi Erzurum, İstanbul ve Ankara en düşük gider göstergesine sahip ilk üç büyükşehir belediyesi Diyarbakır, Aydın ve Mardin'dir.

## Sonuç

Oran analizi finansal tabloların analizinde sık kullanılan tekniklerden biridir. Oran bir tutarın bir başka tutar ile ilişkisini ortaya koymaktadır. Oranlar çeşitli amaçlar için kullanılmakta; işletme/idareler için farklı bilgiler sağlamaktadır. Bu kapsamda çalışmada 30 büyükşehir belediyesinin oran analizi ile karşılaştırılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda 20 gösterge hesaplanmıştır. Çalışmanın sonucunda büyükşehir belediyelerinden bir kısmının bazı göstergelerinin (bütçe dengesi göstergesi, faaliyet dengesi göstergesi, gelirlerin yükümlülük ve giderleri karşılama gücü göstergesi, vergi ve benzeri gelirler tahsilat-tahakkuk göstergesi gibi) olması gerekenden ya da istenenden çok düşük olduğu; bazı göstergelerin (yükümlülük göstergesi, tahakkuk esaslı faiz gideri göstergesi, nakit esaslı faiz gideri göstergesi, borçlanma göstergesi gibi) ise çok yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** büyükşehir belediyeleri, performans, oran analizi

**Keywords:** metropolitan municipalities, performance, ratio analysis

## KAYNAKÇA

Alkan, B. Ş. (2018). Yeni kamu işletmeciliği yaklaşımından hareketle kamu idarelerinde mali analiz uygulaması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17.UİK Özel Sayısı, 799-812.

Kamu İdareleri Denetim Raporları. 15.12.2018 tarihinde <https://www.sayistay.gov.tr/tr/?p=2&CategoryId=103> adresinden erişildi.

Kamu İdareleri için Mali Analiz Rehberi. 13.11.2018 tarihinde <https://www.muhasibat.gov.tr/content/duyuru/kamu-idareleri-icin-mali-analiz-rehberi/183794> adresinden erişildi.

Kırılmaz, M., & Atak, F. (2015). Kamu mali yönetiminde şeffaflık ve hesap verebilirlik araçları: Faaliyet raporları. *Ombudsman Akademik Dergisi*, 3, 189-217.

Türkiye İstatistik Kurumu. 17.12.2018 tarihinde <http://tuik.gov.tr/HbGetirHTML.do?id=27587> adresinden erişildi.

## Ek 1. Büyükşehir Belediyelerinin Oran Analizi Sonuçları

	Büyükşehir Belediyeleri	(1) (%)	(2) (%)	(3) (%)	(4) (%)	(5) (%)	(6) (%)	(7) (%)	(8) (%)	(9) (%)	(10) (%)	(11) (%)	(12) (%)	(13) (%)	(14) (%)	(15) (%)	(16) (%)	(17) (%)	(18) (%)	(19) (TL)	(20) (TL)
1	Adana	-26,9	-3,1	252,0	46,7	15,1	19,0	20,6	18,5	11,8	9,7	133,3	28,2	2,7	100,0	82,8	126,8	64,9	82,3	492	624
2	Ankara	-4,7	19,8	105,3	59,1	-	6,8	5,7	8,5	15,3	2,3	58,1	53,9	2,0	120,0	64,5	110,9	94,5	98,9	1.113	1.165
3	Antalya	-20,9	4,2	147,6	38,4	-	13,8	11,6	14,4	12,0	2,0	61,0	41,1	3,0	123,7	81,1	100,3	71,2	86,1	680	823
4	Aydın	5,7	27,9	55,3	41,5	-	16,5	17,0	22,9	7,9	3,6	31,1	78,5	1,6	97,9	85,3	113,6	67,9	48,1	434	409
5	Balıkesir	-40,7	-10,6	129,3	39,9	-	14,9	17,0	13,4	26,9	4,4	73,6	41,7	2,3	104,2	80,9	89,6	-	-	502	706
6	Bursa	-20,3	31,0	138,7	31,1	2,3	7,0	9,9	10,1	6,4	9,3	83,3	48,2	1,6	73,2	94,4	85,7	87,2	96,9	651	784
7	Denizli	-27,7	-33,5	171,7	4,8	-	7,5	7,2	5,6	31,2	9,1	109,8	32,8	1,7	107,7	86,1	44,2	-	-	659	841
8	Diyarbakır	-5,7	45,4	7,6	89,9	0,0	14,8	14,9	27,1	0,1	0,1	0,8	160,9	1,4	98,2	75,0	134,0	82,8	80,3	378	399
9	Erzurum	-27,4	-18,2	227,8	22,9	-	16,5	5,6	14,0	26,6	9,3	136,5	28,9	0,5	137,7	95,4	70,2	90,0	99,5	1.160	1.478
10	Eskişehir	14,0	16,4	108,8	43,4	11,2	16,9	17,4	20,2	7,9	8,1	69,0	52,0	1,3	97,0	101,0	126,8	73,0	58,4	600	516
11	Gaziantep	-16,8	24,5	167,8	8,6	-	6,9	5,9	9,1	8,5	12,8	135,1	41,1	1,6	125,4	74,6	135,5	94,1	88,0	563	658
12	Hatay	-15,4	-9,8	104,5	34,1	-	15,5	15,7	14,1	29,8	2,2	47,9	46,7	1,0	98,3	83,2	78,2	-	-	447	516
13	İstanbul	-33,7	22,6	129,7	37,2	-	8,0	8,1	10,4	1,2	1,2	94,4	48,3	0,9	101,2	94,4	110,0	97,2	99,5	972	1.300
14	İzmir	-22,8	24,4	71,2	31,8	-	9,2	9,9	12,1	3,0	2,8	53,7	68,1	1,0	100,5	97,2	105,9	89,7	93,3	879	1.079
15	Kahramanmaraş	-57,5	-9,7	146,3	33,9	2,3	15,3	15,8	13,9	21,4	5,3	79,3	39,1	2,5	98,8	102,3	93,8	100,4	105,4	445	701
16	Kayseri	-34,4	8,1	140,5	13,4	-	9,6	10,9	10,5	14,5	7,8	95,9	43,0	0,6	99,9	101,4	109,2	97,5	96,0	545	732
17	Kocaeli	6,2	14,7	318,7	10,1	2,2	9,6	10,4	11,2	22,8	10,6	126,9	24,7	1,3	103,9	90,4	81,6	-	-	1.197	1.123
18	Konya	-8,9	5,7	193,4	31,9	-	10,2	10,0	10,8	5,3	7,4	106,3	34,7	1,0	109,7	82,7	130,0	-	-	663	722
19	Malatya	-18,1	3,4	119,8	45,4	-	9,6	10,7	10,0	12,0	8,7	70,4	46,2	3,6	99,9	97,8	115,4	96,1	92,0	525	620
20	Manisa	-59,5	22,1	131,2	44,9	-	9,0	8,2	11,6	12,2	4,8	72,1	47,8	1,2	112,4	95,6	112,5	126,0	100,0	530	846
21	Mardin	-24,7	31,3	74,0	29,7	34,1	10,4	10,9	15,1	7,2	1,1	18,9	70,0	1,0	100,2	117,4	123,3	95,3	67,4	359	447
22	Mersin	-24,3	-23,8	118,1	28,0	-	17,8	19,9	14,4	25,7	4,1	59,4	41,3	2,3	89,8	89,7	91,2	90,2	84,4	625	777
23	Muğla	-1,0	34,8	37,0	36,6	-	15,5	15,3	23,7	8,2	0,2	16,9	97,9	2,3	99,4	91,8	107,7	-	-	532	537
24	Ordu	-33,8	10,9	139,8	56,2	12,9	10,1	11,5	11,4	0,0	4,2	59,4	43,7	1,5	94,1	117,2	144,0	94,4	83,4	528	706
25	Sakarya	-17,5	32,9	233,6	19,5	27,6	14,7	15,0	21,9	2,3	4,9	82,9	33,3	1,9	100,8	86,4	130,0	65,4	76,8	396	466
26	Samsun	-14,5	-28,9	229,1	29,0	1,0	10,7	9,9	8,3	18,2	8,1	151,5	27,9	1,3	108,9	92,4	101,2	90,2	95,3	488	559
27	Şanlıurfa	-24,0	21,3	52,1	51,5	14,8	13,4	11,8	17,0	3,2	0,9	18,0	76,4	2,9	106,2	120,2	102,8	89,6	93,2	440	546
28	Tekirdağ	-8,1	33,6	51,5	36,1	11,6	17,7	17,1	26,6	7,1	2,6	27,4	84,8	0,9	100,1	64,6	103,8	100,5	75,4	600	648
29	Trabzon	1,4	27,3	71,8	65,3	13,6	10,8	10,8	14,8	1,4	1,4	21,8	69,2	1,9	101,5	80,4	135,9	97,4	54,8	492	485
30	Van	-18,0	11,7	78,4	63,6	29,4	19,9	20,7	22,6	0,6	0,6	23,4	60,0	1,2	98,9	136,6	106,5	79,7	94,0	478	564

## KOOPERATİFLERDE AMORTİSMAN İŞLEMLERİ DEPRECIATION TRANSACTIONS IN COOPERATIVES

*Hande Özolgun<sup>1</sup>*

Günümüzde kooperatifler ve kooperatifçilik hareketleri yaygın şekilde görülmektedir. Kooperatifler şahıslara ve kurumlara sosyal ve ekonomik anlamda yararlar sağlarlar. Bu sebeple gerek özel gerek tüzel kişiler tarafından kurulan kooperatiflerin türleri ve sayıları oldukça olmuştur. Kooperatif denildiğinde ilk olarak akla, ortakların sosyal ve ekonomik faydalar elde edebilmek için, güçlerini dayanışma ve işbirliği içinde bir araya getirmeleri suretiyle kurulan ortaklıklar gelmektedir. Bunun yanında kooperatiflerin çok çeşitli tanımını yapmak mümkündür. Kooperatiflerin tanımını tek bir şekilde yapmak mümkün değildir. Fakat yapılan çok çeşitli tanımlarda kooperatifler için ortak olarak söylenen bir ilke bulunmaktadır. Bu ilke ‘belli bir amaca ulaşabilmek amacıyla ortaklaşa ve birlikte yapılacak çalışmalar ve dayanışmalar’dır. Yani kooperatiflerin temel hedefi ve amacı ortakların bir araya gelerek yaptıkları çalışmalar ve dayanışmalar sonunda istedikleri amaca ulaşabilmeleridir. Kooperatifçilik düşüncesinin temelinde birlikte ve ortaklaşa iş yapma düşüncesi yatmaktadır. Bireylerin bir arada yapmış oldukları çok sayıda işlerin örneklerini geçmişte ve günümüzde görmek mümkündür. Önceki zamanlarda kişilerin birlikte ürünleri hasat etmeleri, kendi korunmaları için setler yapmaları gibi işler birlikte çalışmanın önemli örnekleri olarak gösterilebilir. Aynı kolektif çalışma örnekleri günümüzde de devam etmektedir. Zaman geçtikçe teknolojinin yaygın şekilde kullanılması ve ilerlemesiyle birlikte kooperatifçilik düşünceleri de değişime ve gelişime uğramıştır. Daha önceden insan gücü kullanılarak yapılan işlerin çoğu artık makine ve diğer araç ve gereçlerle yapılmaktadır. Kooperatifleri kuran kişiler de bu işleri yerine getirebilmek için bu teknolojileri kullanmaya başlamışlardır. Ekinleri el yordamıyla biçmek yerine biçerdöverler kullanılmakta, ulaşım için uçak, otobüs gibi araçlar kullanılmaktadır. İşte bu teknolojik gelişmelere bağlı olarak kooperatiflerde çalışmalarını gerçekleştirirken insan gücünden çok makine kullanımından faydalanmıştır. Günümüzde, kişilerin yaşam düzeylerinin geliştirilip yükseltilmesinde, kişilerin sosyal ve ekonomik olarak kalkınmalarının sağlanmasında kooperatifçilikten faydalanılmaktadır.

Kooperatifin asıl amacı diğer şirketlerde olduğu gibi kar elde edebilmek değil, kooperatifin ortaklarının ihtiyaçlarını karşılayabilmektir. Kooperatiflerin odağında bireyin kendisi bulunmaktadır. Artık son zamanlarda sadece sermaye odaklı olan anlayışın yanlış olduğu düşünülmüş, böylece kooperatifler gibi insan odaklı girişimlere ilgi artmıştır. Kooperatifler, dayanışma ve yardımlaşmayı esas alan kuruluşlardır. Genel olarak amacı “birlikte iş yapmak” şeklinde de tanımlanabilen kooperatifler, bir ekonomik işbirliği şekli olup, belirli ortak amaçlara ulaşabilmeyi hedefleyen kişilerce oluşturulan bir örgütlenme modelidir. Kooperatifler bir ülkedeki sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel değerlerin gelişmesine katkıda bulunur. Bunun yanında bilinç sahibi ve örgütlü bir toplumun oluşmasında da önemli bir rol oynarlar.

Kooperatifleri aynı zamanda bir girişimcilik okulu olarak da tanımlamak mümkündür. Günümüzde kooperatifler ülke ekonomileri için önemli kalkınma araçlarından biri olarak kabul görmektedir. Kooperatifçilik faaliyetlerinin ülkeler tarafından etkili bir şekilde yürütülmesi durumunda ülke ekonomisine büyük faydalar sağlayacağı aşikardır. Avrupa Birliği ülkeleri, Amerika Birleşik Devletleri, Japonya gibi ekonomilerde kooperatifçilik faaliyetlerinin yaygın

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi Hande Özolgun, Namık Kemal Üniversitesi, hozolgun@nku.edu.tr



ve etkin bir şekilde uygulandığı görülebilir. Kooperatiflerin temel amacı, yeterli derecede ekonomik güce sahip olmayan gerçek kişilerin, karşılıklı yardım ve dayanışma yoluyla, mesleki ve kişisel gereksinimlerini akılcı bir şekilde ve ekonomik olarak karşılamaktır. Bunun yanında kooperatifler bağımsızlığın sağlanması, sosyal dayanışmanın güçlenmesi, mesleki hareket yeteneğinin artması, kültürel yaşamın zenginleştirilmesi gibi birçok amaca ulaşılmasına da aracılık eder.

Özet olarak, iyi ve başarılı bir şekilde yönetilen, başarılı çalışmalar gerçekleştiren kooperatifler içinde buldukları çevreye kooperatif hizmetinin yanı sıra, sosyal, siyasal, kültürel zenginlikler de getirmekte de ülke kaynaklarının etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasına yardımcı olacaktır.

Kooperatifin aktifinde kayıtlı olan birçok bina, tesis makine ve cihaz, taşıtlar, şerefiye gibi birçok maddi ve maddi olmayan duran varlıklar bulunabilir. Bu varlıklar, satılmak için değil, kooperatifte bir yıldan fazla sürede kullanabilmek amacıyla satın alınmışlardır. Fakat bilindiği üzere bu duran varlıkların ömürleri sonsuz değildir, zamanla kullanıldıkça aşınmaya tabi olurlar ve zamanla ekonomik değerini kaybeder ya da eskimeye uğrarlar. Bu çalışmada kooperatiflerin sahip oldukları amortismanla konu olan varlıklardan bahsedildikten sonra, amortisman tutarının hesaplanma yöntemleri üzerinde durulacak ve amortisman kayıt yöntemlerinden bahsedilecektir. Yapılacak olan işlem ve kayıtlardan da anlaşılacağı üzere, kooperatiflerdeki amortisman işlem ve kayıtlarının diğer işletmelerdeki işlem ve kayıtlarla benzer olduğu gösterilecektir. Bunun için de çeşitli örnek monografilerden faydalanılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kooperatif, amortisman, duran varlıklar

**Keywords:** Cooperative, depreciation, fixed assets

## DISTINGUISHING BETWEEN QUALITY AND RELIABILITY

*Serkan Akgün<sup>1</sup>, Altay Aktürk<sup>2</sup>, Tunç Özbilen<sup>3</sup>*

The electronic components for industrial usage have to cover the requirement of the customer. This requirement was from past until now the most important parameter. But in the past the complexity and the requirement were not as same as yet. For example, the component technology was not complex compared to actual products or the requirements were not more. That means, the parameters were strongly different and therefore, the results were in the past enough. The key requirements were always the same like below [10]:

- Excellent quality
- High availability
- Financial affordable systems
- Competitive Systems
- Innovative systems

As mentioned above, the most important requirements have been kept. The functions of the old systems were limited or the amount of the tested components was much more than now. The time management was different based on the technology of the produced products or systems [19]. The development of the created products became important for the financial side.

For the industrial usage, the time for testing takes time which means financial burden. The reliability and the financial burden are important for managing directors. With development of the components, the details of the tests were also changed. The development has to be kept for both sides like development of the products and quality tests. By increasing of the technological aspects, the complexity of the failures were drastically increased which leads to detailed lifetime tests. The requirements which based on high reliability and quality were increased with the technology development. Despite the complexity of the electronic components, the demands for reliability and quality improved [8].

The reliability engineering includes the functional safety, system availability and the financial advantage in case of operation and maintenance. The definition of the reliability is the assurance of the target function over a defined period of use of systems. The technological and process depended variables have to be controlled. The reliability is defined as the quality of the products which is time based. The reliability engineering has two falling distinctive [5]:

- 1- Preventive
- 2- Event based

The preventive distinctive has implemented concepts for assure the reliability of components. The eventbased distinction is important in case of exceeding the tolerable limits. That means,

---

<sup>1</sup>Dr. Assistant Professor, Kent University, jwserkan@gmail.com

<sup>2</sup>Dr. Assistant Professor, American University of Cyprus, altayakturk@gmail.com

<sup>3</sup>Phd Student, Conley University, tuncoezbilen@gmx.de

the operational activities in the according section of companies have to be done by the employees carefully.

On the other hand, the prevention of the fault is for the companies an essential point which is for the longterm results strongly important. In reliability engineering exist several parameters but the distinguishing of these parameters plays a key role for the analysts. It is strongly important from the beginning to know which analyze is necessary for the related parameter. For doing the analysis of the systems, some questions have to be answered:

1. For whom is the analysis important?
2. Which parameter is important for analysis?

These questions are for distinguishing of distinctive important. Without the clarifying of the questions, the analysis results would have no sense for the related scientific research. If the distinguishing is completed, then the parameters for the analysis have to be presented. For example, for automotive area, the vibration test has to be done. On the other hand, the vibration test is for the customer not important. That means the customer has the car, but he is not involved to do vibration test. The table 1 shows the important parameter for industrial usage:

Table 1, [17]

Parameter	Industry
Acceleration	40 g
Vibration	1500 Hz
Shock	25 g
Temperature	-35°C, +125°C

The table 1 shows parameters like acceleration, vibration, temperature and shock. These are necessary for the industrial usage and other parameters exist for industrial engineering. The other parameters like environment, humidity is also important for industrial application. Over than 50 years, the procedures and techniques in quality assurance and reliability engineering have been developed continuously.

Before 1940, the characteristic of quality was defined [3]. The tests were done by employees in the production area. During this time, the quality of producer was defined and applied. The final tests were established in production lines. The demand of development was high and between 1940 and 1950, the parts which were destroyed, were collected and analyzed. The analysis was systemically and this was new for industries. That means, the actions for handling failures were carried out which was an essential step for the production technology. Another important parameter was the development of the statistical control in industries. During this time, the quality control became important and the focus was to build units in the industries. This idea guided to design the quality.

Between 1950 and 1960 became the quality assurance important because of the developing and manufacturing an item with quality level, which is specified [3]. The prevention of the parts became important and there preventive measurements installed into the test systems. During this time, it was recognized that short term solutions were not able to define the reliability. This point was the distinction between quality and reliability. Therefore, the research and development areas in the industries were involved to introduce new preventive tests. Especially

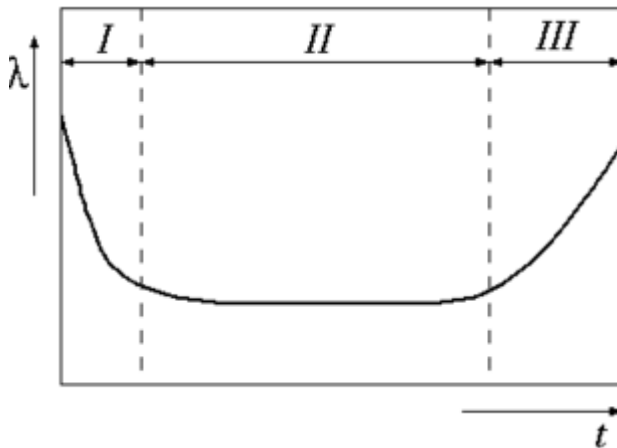
the design reviews and the systematic analysis of the failures like failure mechanisms were important for the research and development areas in the according industries.

In reliability, the most evaluation of the components with high numbers show different failure phases. These phases are grouped in three stages which are going to be presented in the following step:

1. Early failures
2. Random failures
3. Weak failures

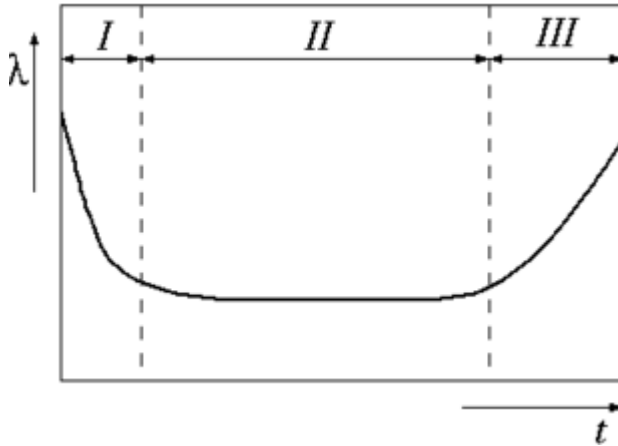
The above-mentioned failures are important facts in reliability engineering because of the failure category which makes the matching rightly. Especially in production lines or in the files, the categorizing of the failures is necessary for doing the related actions. As a matter of fact, the products have been produced in industries or the regarding electrical or mechanical components could be analyzed after this consideration.

That means, every system-based equipment or component-based objects are members of the failure categorizing. The independency of the failure category is an inevitable fact in reliability and quality-based disciplines.



Picture. 1 Explanation of the bath curve [34]

The Picture 1 shows the failures in three stages. The y axis shows the failure rate of the component or system-based product. The x axis shows the time of the duration. The first region is the area of the early failures which could be obtained in production lines or in the field. The second area shows the random failures. This area could be seen as constant function which is be given in the middle. The failure rate is relatively decreased but the value of the random failure is also important for the reliability. The important thing is to decrease this random failure rate as low as possible to achieve the lowest value. The aimed failure arte could be given below:



Pic 2- Failure rate variation of bath curve [29], [9]

The pic 2 shows the lower failure rate in the constant phase which is an index of the constant failure rate. This area is important because of the usage of the reliability of the products. The importance of this area is that the product failure bases on the use time. The amount of the failure rate bases on the failure rate of the whole components. The random plays a key role in this section, but it does not mean that the duration of this phase is randomly. This is the important falling distinctive for this area which is completely useful for the members of the production and the reliability.

**Keywords:** Reliability, Quality, Reliability management, Early failure, Random Failure, Weak Failure, Bath curve

## GÖNDERİCİ PERSPEKTİFİNDEN AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİM ÖLÇEĞİ: TÜRKÇE'YE UYARLAMA ÇALIŞMASI

### WORD OF MOUTH COMMUNICATION SCALE FROM THE SENDER PERSPECTIVE: THE STUDY OF ADAPTATION TO TURKISH

*Tuğba Kılıçer<sup>1</sup>*

Ağızdan ağıza iletişim pazarlamanın hem uygulama cephesinde hem de ampirik araştırmalar bağlamında önemli konuları arasındadır. Modern tüketicilerin geleneksel reklamlara ilgisinin azalması, işletmecilerin geleneksel reklamlara yapılan harcamalarının azalmasına ve güçlü bir pazarlama aracı olarak görülen ağızdan ağıza iletişim kaynaklarına daha çok başvurularına neden olmuştur. Bu durum araştırmacıların da konuya ilgisini artırmış, tüketicileri ağızdan ağıza iletişime yönelten faktörlerin neler olduğu üzerine farklı araştırmalar yapılmıştır (Sweeney, Soutar ve Mazzarol, 2012).

Konuyla ilgili birçok araştırma olmasına rağmen, ağızdan ağıza iletişimin ölçümü bazı araştırmalar tarafından eleştirilmektedir. Ağızdan ağıza iletişimin ölçümünde daha basite indirgenmiş bir eğilimin olması, araştırmaların daha çok iletişimin olumlu ya da olumsuz olmasına odaklanması bu eleştirilerin bazılarıdır. Araştırmalarda ölçek geliştirme girişimlerinden çok varolan ölçeklerin kullanılması ve ad hoc çalışmaların yapılması ağızdan ağıza iletişimin ölçümüne yapılan diğer eleştirilerdir. Araştırmalarda göndericiden çok alıcıya odaklanması bir diğer eleştiri olarak karşımıza çıkmaktadır. Jean Harrison-Walker 2001 yılında bu eleştiriler doğrultusunda ağızdan ağıza iletişimin gönderici açısından ölçümüne yönelik bir ölçek geliştirme çalışması yapmıştır. Araştırmacı geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarının ardından iki boyuttan oluşan bir yapı elde edilmiştir. Bu boyutlardan ilki ağızdan ağıza iletişim eyleminin içeriğiyle ilgili ifadeleri kapsamaktadır. İkinci boyut ise ağızdan ağıza iletişimin olumlu olmasıyla ilgilidir. Harrison-Walker bu boyutları 'ağızdan ağıza iletişim aktivitesi' ve 'övgü temelli ağızdan ağıza iletişim' olarak isimlendirmiştir (Harrison-Walker, 2001).

Bu çalışmanın amacı Harrison-Walker tarafından geliştirilen ağızdan ağıza iletişim ölçeğini Türkçe'ye uyarlamaktır. Araştırmada verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırma kolayda örnekleme tekniğiyle sosyal medya platformları üzerinden ulaşılan katılımcılar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada orijinal ölçekte olduğu gibi spesifik bir hizmet sektörü seçilmiştir. Katılımcılar hizmet aldıkları bir restoran bağlamında ifadeleri cevaplamışlardır. Walker (2001) güvenilirlik ve geçerlilik çalışmalarının ardından iki boyutlu altı maddeden oluşan bir yapıya ulaşmıştır. Bu araştırmada uyarlama süreci bu altı maddelik yapı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Ölçek uyarlama sürecinde önce orijinal ölçekteki maddelerin hedef dile çevirisi yapılmıştır. Çeviri sürecinde 'Tek Yönde Çeviri (Single-Translation Method)' yöntemi (Hambleton ve Bollwark, 1991) uygulanmıştır. Bu yöntemde konuya hakim iki dil uzmanı orijinal ölçek maddelerini Türkçe'ye çevirmiştir. Daha sonra farklı bir dil uzmanı madde eşdeğerliliğini değerlendirmiştir. Değerlendirmede çevrilen maddeler hedef dile uygun olarak düzenlenmiştir. İkinci aşamada Türkçe'ye çevrilen maddelerin dilsel eşdeğerliliği istatistiksel olarak test edilmiştir. Bunun için her iki dili bilen 20 katılımcıdan iki hafta ara ile hem İngilizce hem de Türkçe formu cevaplamaları istenmiştir. Gelen formlar incelenmiş ve eksik doldurulan üç form elenmiştir. 17 form üzerinden maddelere verilen cevaplar arasındaki tutarlılığı test etmek için

<sup>1</sup> Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, tugba.kilicer@gop.edu.tr

korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Maddeler arasında pozitif yönde, yüksek düzeyde korelasyon olduğu görülmüştür ( $r=0.710$ ,  $p<0.5$ ).

Üçüncü aşamada kolayda örnekleme yoluyla seçilen 324 katılımcı ile dilsel eşdeğerliliği sağlanan Türkçe formun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması gerçekleştirilmiştir. Geçerlilik çalışması kapsamında yapı geçerliliği ve madde analizi yapılmıştır. Yapı geçerliliği açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Güvenilirlik kapsamında ise Cronbach  $\alpha$  katsayısı hesaplanmıştır. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda orijinal ölçekten farklı olarak tek boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Açıklanan varyans % 51.40'dır. Altı maddeye ilişkin faktör yükleri .84 ile .41 arasındadır. Cronbach alfa katsayı ise  $\alpha=.79$ 'dur.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda yapısal modele ilişkin uyum iyiliği değerleri açısından yapısal modelin iyi uyum sergilediği bulunmuştur. Buna göre  $\chi^2$  değerinin anlamlı olmasına karşın ( $\chi^2= 23.77$ ;  $df=9$ ;  $p<0.05$ )  $\chi^2/df=2,641$  değerinin mükemmel olarak ifade edilen aralıktadır. Ayrıca modele ilişkin RMSEA=0.07 ve AGFI=0.94 uyum indeksleri iyi uyum sergilemektedir. SRMR=0.039, GFI=0.98 CFI=0.98, NFI=0.97 ve NNFI=0.97 uyum indeksleri ise mükemmel olarak ifade edilen aralıktadır.

Yapı geçerliliğinin ardından alt-üst grup ortalamalarına dayalı olarak madde analizi yapılmıştır. Bu analiz ölçeğin, hizmet alınan restoranı başkalarına tavsiye etme konusunda olumlu tutuma sahip olanlar ile olumsuz tutuma sahip olanları birbirinden ayırt etme gücünü göstermektedir. Analiz toplam puana göre belirlenmiş alt % 27 ve üst % 27'lik grup ortalamaları farkına dayalı olarak yapılmıştır (Erkuş, 2005). Ölçekten elde edilen toplam puanlara göre uyarlama çalışmasına katılan 324 katılımcı 87 kişilik alt ve üst gruba ayrılmıştır. Maddeler ve genel ortalama açısından alt ve üst grup arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak orijinal ölçekteki iki boyutlu yapının Türk kültüründe tek faktörlü bir yapı sergilediği görülmüştür. Uyarlama sürecinde yapılan çalışmalar sonucunda ölçeğin ağızdan ağıza iletişimi gönderici perspektifinden ele alan araştırmalarda kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda uyarlanan bu ölçek farklı örneklemler üzerinde incelenerek geçerlik ve güvenilirlik analizleri yapılabilir. Bu çalışmaların ölçeğin standardize edilmesi açısından faydalı sonuçlar üreteceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ağızdan Ağıza İletişim, Ölçek Uyarlama, Övgü Temelli Ağızdan Ağıza İletişim

**Keywords:** Word of Mouth Communication, Adaptation Study, WOM Praise

## CHANGE MANAGEMENT FOR MICRO STRUCTURES IN INDUSTRIES

*Serkan Akgün<sup>1</sup>, Altay Aktürk<sup>2</sup>, Tunç Özbilen<sup>3</sup>*

First of all, it is important to know what the management and confusion are. In this regard, the famous scientist Prof. Harold Koontz with his researches explores the problems of chaos, especially in his research on management theory. The problem of chaos is a frequently encountered issue in project management. The theories required to solve problems are given below:

1. Behavioral science should not be equivalent to management field
2. Decision-making or mathematical methods should not surround the whole field

The important point here is that the essence of the matter has not to be mixed with the solution tools in management systems. Possible answers to the question of significance, such as which conceptions are formed between concepts, are given below

1. Conceptual turmoil in terms such as organization, leadership, management, decision making
2. The use of management terms for a variety of different situations
3. Misconceptions including wrong rules are the result of the failure of the management principle
4. The difficulty of understanding problems by Management theorists

As explained, the theories give reasons for the formation of chaos, and in the last part they involve communication problems. The last item is especially felt in projects that require high participation. From these approaches, the factors such as the speed of change, the quality and the reflection on the organizations are important nowadays. It is aimed getting organizations to become learnable and as second point the change that has to be achieved is another important parameter. Possible answers to an important question, such as the scope of the change, are given below:

1. Job Description
2. Communication
3. Information technology

Change is a requirement that shows itself directly or indirectly in organizations. For example, the prospect of rapid change in the budgeting process in project work is increasing when it is necessary to make changes in the project. The change which is an essential issue in project management depends strongly on:

1. The speed
2. State of the art
3. What has been changed

---

<sup>1</sup> Dr. Assistant Professor, Kent University, jwserkan@gmail.com

<sup>2</sup> Dr. Assistant Professor, American University of Cyprus, altayakturk@gmail.com

<sup>3</sup> Phd Student, Conley University, tuncoezbilen@gmx.de



Change generally refers to the process of stretching any element to another point. Here, change refers to elements of broad scope such as intention, development, object, technology. For example, changing the processes that need to be done in organizations, determining the number of personnel [3] to be involved in the project, and organizing can be given as an example. What important here is to be in a different spot after the change has been completed. If the change at human level is preferred, it is necessary to accommodate the creativity characteristics in order to realize the change. In addition, knowledge and skill in creating innovation should be gained. The ability for doing this activity should be supported by managers. It is important that the environment in which the work activities are carried out is suitable for innovation and creativity activities. Being aware of employees' limits, knowing employees' boundaries and offering activities that will contribute their development, refusing new ideas from the outset, being conscious of the employees' mistakes, being confident that their ideas are worthy of experimentation and then implementing them and being aware of the possibility of possible mistakes, supporting the implementation shows positive effects of change on people. For example, project staff can be rewarded if a successful outcome of project work is achieved, and this behavior is important for the protection and development of motivation. Finding a quick solution is undoubtedly a difficult step in case of looking for answers that are as important as project management. The parameters, which are actually important, such as the complexity or the importance of the problem, are not considered before the problem is solved. What important here is and indicates another important question, such as the ability for turning the challenges into opportunities are more important than the working difficulties.

The radical changes in companies bases on the external reasons and are strongly strict. The innovation is for external change not important because of the market situation or economic crisis. That means, the external cases determine the moving to a better stable process. But how important is the internal reasons for change which could be seen as minor modification from the view of the company. This is an outgoing point for this paper and the innovation is the reason for a better stable process. It means, the innovational aspect shows the direction and could be assumed as internal reason. Therefore, new databank structure will be presented and this change bases on an intelligent data program for quality issues. This minor change is more important for long term solution in industrial usage.

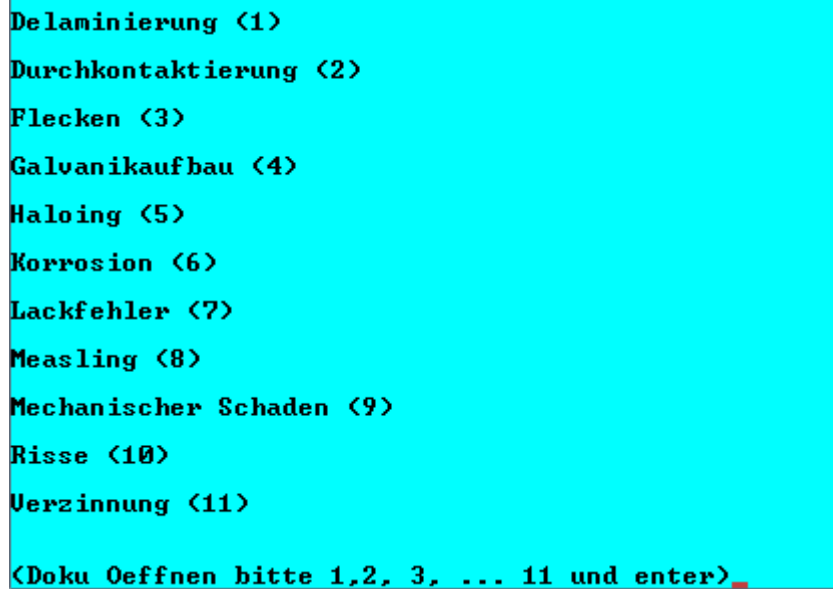
This study focuses on the correlation of software project management and change management. The importance, reason and consequences of change have been relationship especially with projects. By doing minor changes in the project results with customer's satisfaction which makes the project valuable. With high value becomes the project important for customer. A section of the project is presented below:

This software prepares solution to production employees in searching the failure types of electronic components.

The software shows the failure types which is going to be presented:

1. Delamination: Layer splitting, especially printed circuit board related issue
2. Durchkontaktierung: Via; The printed circuit boards has more than one layer and thus, all layer can be contacted
3. Flecken: Marks; The components show on their surface burning mark in case of short
4. Galvanic Aufbau: Galvanic structure; This is the apply technology for components
5. Korrosion: Corrosion; Corrosion is a natural process, which converts a refined metal to a more chemically-stable form, such as its oxide, hydroxide or sulfide (Source Wikipedia).

6. Lackfehler: Varnishing process in printed circuit boards
7. Measling: surface failure on the printed circuit boards
8. Mechanischer Schaden: Mechanical damage of printed circuit boards
9. Risse: Cracks on the printed circuit boards
10. Verzinnung: Tin coating on the printed circuit boards



Pic -1. Presentation of the failure mechanisms

This shows the whole failure detection methods for circuit boards. The intelligent software is able to serve every employee.

**Keywords:** Change, change management, project management, software support, production, change reason, change parameters

## REFERENCES

Prof.Dr Tamer Koçel: **İşletme Yöneticiliği**, 12. Edition April 2010

Tom Peters: **Thriving on Chaos**, Harper and Row, New York, 1987, p.387

Lanny Blake: **Reducing the Employees, Resistance to Change**; Journal 09/1992, p.72

Michael Hitt: **Twenty-First Century Organizations: Business Firms, Business school and academy**, **Academy of Management Review**, 1998, p. 220

E. Denert (1991): **Software Engineering: Projektmanagement**

T. Bindel, D. Hofmann (2017): **Projektierung von Automatisierungsanlagen**, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Lothar Oberender: **Leiterplatten – Technologie in Theorie und Praxis**, Script

## TEKNOPARKLARDA MUHASEBE UYGULAMALARI ÜZERİNE ARAŞTIRMA RESEARCH ON ACCOUNTING PRACTICES IN TECHNOPARKS

*Ayşe Nur Buyruk Akbaba<sup>1</sup>*

Teknoparklar, gerçek ya da tüzel kişilerin, belirli üniversite, araştırma ve geliştirme olanaklarından faydalanarak, teknolojiyi geliştirmek, yönetim ve uzman kişilerle oluşturulan, uluslararası rekabet gücüne, ekonomiye ve ticarete olumlu etkisi olan alanlardır. Teknoparkların sanayiye, üniversitelere, ekonomiye ve bulunduğu bölgeye katkıları vardır. Türkiye’de ilk teknopark kurma düşüncesi 1980’li yılların başında ortaya çıkmıştır. Teknoparkların kurulması, işletilmesi ve denetlenmesi ile ilgili yasal mevzuat, 4691 sayılı ve 26/06/2001 kabul tarihli Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu ve akabinde 19/06/2002 kabul tarihli Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Uygulama Yönetmeliği ile düzenlenmiştir. Türkiye’de mevcut Bakanlar Kurulu Kararı ile ilan edilen Teknoloji Geliştirme Bölgelerinin bazıları faaliyette olup, diğerleri ise geliştirme aşamasındadır. Türkiye’de yapılan araştırmaya göre; ilan edilen Teknoloji Geliştirme Bölgesi 81, bu bölgelerin 60 tanesi şu an için faaliyette, geri kalanı ise geliştirme aşamasındadır. Faaliyette olan teknokentlerde Ar-Ge çalışmalarını yürüten firmaların sayısı 5.219’a ulaşmıştır. Bu firmaların yazılım sektöründe %37, Bilgisayar ve İletişim Teknolojileri sektöründe %17, Elektronik %8, Makina ve Teçhizat İmalatı alanlarında ise %6 oranında faaliyet göstermektedirler. Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde, 2018 yılı toplam 49.759 personele istihdam sağlanmıştır. İstihdam edilen personel sayısında yıllar itibari ile artış olmuştur. Teknoparklar aracılığı ile teknolojik gelişme sağlanması amacıyla vergisel ve diğer olmak üzere bazı teşvikler sunulmuştur. Gelir vergisi, kurumlar vergisi, KDV istisnası, vergi resim ve harç muafiyeti, sigorta primi desteği gibi yapılan teşvikleri örnek verebiliriz.

Teknoparklarda muhasebe uygulamaları ele alındığında; Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği’ne göre; Ar-Ge faaliyetlerine ilişkin araştırma ve geliştirme işlemleri herhangi bir ayırma tabi tutulmamıştır. Tebliğ’de, bu giderlerin aktifleştirilmesine veya dönem gideri olarak muhasebeleştirilmesine olanak sağlamasına rağmen, giderlerin hangi durumda aktifleştirileceği ya da dönem gideri sayılacağı belirtilmemiştir. Cari dönem içerisinde gerçekleştirilmiş olan araştırma ve geliştirme işlemleri maliyetleri gelecek dönemlerde işletmeye ekonomik fayda sağlayıp sağlamaması, harcamanın gider veya aktif olarak değerlendirilmesinde belirleyici unsurdur. Ar-Ge maliyetlerinin aktifleştirme veya giderleştirme esasları aynı kurallara göre gerçekleştirilmelidir. Cari dönemde gerçekleştirilen araştırma/geliştirme maliyetleri, işletmeye gelecek dönemlerde ekonomik fayda sağlıyorsa, tutarı doğru saptanması durumunda maliyet tutarları aktifleştirilmelidir. Araştırma/geliştirme maliyeti ileride herhangi bir fayda sağlamıyorsa, tutarı doğru bir şekilde saptanamıyorsa ilgili araştırma/geliştirme maliyeti dönem gideri olarak muhasebeleştirilmelidir.

Muhasebe standartları açısından ele alınması durumunda; Uluslararası Muhasebe Standartlarına göre teknoparklarda Ar-Ge kapsamında yapılan mali nitelikteki işlemler (38) Numaralı Maddi Olmayan Duran Varlıklar Standardında yer alan açıklamalara göre muhasebeleştirilir. Türkiye Muhasebe Standartlarında (TMS) da benzer düzenleme yapılmıştır. (38) Numaralı Maddi Olmayan Duran Varlıklar Standardında bilgilere yer verilmiştir. Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardına (BOBİ FRS) göre ise (14) Numaralı Maddi Olmayan Duran Varlıklar bölümünde açıklamalar yer almıştır.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Muhasebe Finansman ABD, [abuyruk@beu.edu.tr](mailto:abuyruk@beu.edu.tr)

Teknoparklarda, teşvik ve gelişimi açısından bazı istisna ve indirimler olduğu için muhasebe işlemleri yapılırken bu istisna ve indirimlerin dikkate alınması gerekmektedir. Faaliyetlerin çoğunluğu Ar-Ge kapsamında olduğu için doğrudan gider yazılmaz. Yapılan harcamalar aktifleştirilmelidir. Ar-Ge faaliyeti başarısız olması halinde doğrudan gider yazılmalıdır. Kuruluş işlemleri işe başlama ile ilgili muhasebe kayıtları yapılır. Aktifleştirilmesi gereken harcamalar 263 Araştırma ve Geliştirme Giderleri hesabına kayıt edilir. Aktifleştirilmeyen harcamalar ise 750 Araştırma ve Geliştirme Giderleri hesabında takip edilir. Kullanılan amortisman (itfa) tabii olan duran varlık olması halinde bu duran varlıklardan itfa payı ayrılarak 268 Birikmiş Amortismanlar Hesabı (-) kullanılarak muhasebeleştirilmektedir. Yazılım lisansı gibi hizmetlerden faydalanılması durumunda 260 Haklar hesabı kullanılmalıdır. Ar-Ge faaliyeti başarısız olması halinde 689 Diğer Faaliyetlerden Olağandışı Gider ve Zararlar hesabı kullanılarak kanunen kabul edilmeyen giderler kapsamında gösterilmelidir. Hibe, destek, bağış alınması durumunda 602 Diğer Gelirler Hesabına alt hesaplar açılarak takip edilmelidir. Oluşturulan yazılımların satışında kâr söz konusu olduğunda 649 Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararlar hesabı kullanılır.

Yazılımlar için bu hesaplar kullanılabileceği gibi Tekdüzen Hesap Planında boş olarak yer alan hesaba 265 Yazılımlar hesabı açılmak sureti ile kullanılabilir. Teknoparklarda hesap dönemi itibari ile finansal bilgilerin ve finansal durumun tespiti için muhasebe işlemlerinin muhasebe uygulamalarına göre yapılması büyük önem arz etmektedir. Bu amaç ile çalışmada; Türkiye’de teknoparkların gelişimi ve teşviki için yapılan çalışmaların neler olduğuna yönelik kavramsal bilgilere yer verilmiş, teknoparklarda söz konusu muhasebe uygulamalarına ilişkin örnek uygulamalar yapılarak, elde edilen sonuca göre bilgi sunulması amaçlanmıştır. Yapılan çalışmayla teknoparklar ile ilgili bazı kavramlara, mevcut teknopark bilgilerine ve uygulanan teşviklere değinilmiş, muhasebe örnek uygulamaları ile bilgi sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Teknopark, Muhasebe, Muhasebe Uygulamaları

**Keywords:** Technoparks, Accounting, Accounting Practices

## Kaynaklar

Aydın, Oğuz Alpay ve Atanur Osmançavuşoğlu, Teknopark İstanbul, *Savunma Sanayii Gündemi Dergisi*, Ekim 2009/3, s.52-54.

Başalp, Ahmet ve Bilgin Yazlık, Türkiye’de Teknoparklar ve Sorunları, *XI. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, 21-23 Aralık 2006 TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara.

Demirli, Yunus. Türkiye’de Teknoparklara Yönelik Teşvikler ve Teknoparkların Bilim ve Teknoloji Kapasitesinin Gelişimine Katkısı, *Maliye Dergisi*, Sayı: 166, 2014, s.95-114.

"Dünya da ve Türkiye’de Teknopark Uygulamaları", Anahtar Verimlilik, Ekim 2012, s.30-31.

Elitaş, Cemal, Oğuzhan Aydemir ve Bilge Leyli Demirel, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ve Tekdüzen Hesap Planı Açısından Bir Değerlendirme, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, C. IX, S.1, 2007, s.337-347.

Gelir İdaresi Başkanlığı, "Tekdüzen Hesap Planı Açıklamaları", <http://www.gib.gov.tr/fileadmin/mevzuat/ek/eski/muhsisteb1ekmuhs5c.htm>, Erişim Tarihi: 10.01.2019.

Goel, V. K. Innovation Systems, World Bank Publications, 2004.

Gül Gökdoğan, Tuğba ve Serhat Çakır, Teknoparklar ve Teknoloji Üretimi: İzmir Teknoloji Geliştirme Bölgesi Örneği, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, Cilt IX, Sayı: 1, 2014, s.79-90.

Güneş, Şibli. Teknoloji Geliştirme Bölgelerine (Teknopark) Sağlanan Vergisel Avantajlar, *Mali Çözüm Dergisi*, Sayı: 91, 2009, s.161-170.

IFRS, "IAS 38 Intangible Assets", <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/ias-38-intangible-assets/>, Erişim Tarihi: 10.01.2019.

Keleş, Murat Kemal ve Mustafa Zihni Tunca, Türkiye'deki Teknokentlerin Mevcut Durumun İncelenmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 11, 2010, s.1-22.

Kayalıdere, Gül. Türkiye'nin Teknoloji Politikalarında Teknoparkların Önemi ve Teknoparklara Yönelik Vergi Avantajları, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1, 2014, s.75-96.

KGK, "TMS 38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar", [http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/Türkiye%20Muhasebe%20Standartları/TMS\\_TFRS2011Seti/TMS38.pdf](http://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/Türkiye%20Muhasebe%20Standartları/TMS_TFRS2011Seti/TMS38.pdf), Erişim Tarihi: 10.01.2019.

KGK, "Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS)", [http://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/PDF%20linkleri/bobi\\_frs.PDF](http://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/PDF%20linkleri/bobi_frs.PDF), Erişim Tarihi: 10.01.2019.

Mazur, A. A. Technopark, (Walter L. F. Ed.-Prospects of Integration and Development of R & D and the Innovation Potential of Black Sea Economic Co-operation Countries), IOS Press, 2002.

Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, "Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu", <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4691.pdf>, Erişim Tarihi: 24.08.2018.

Özdemir, Filiz, Teknoloji Geliştirme Bölgelerinde (Teknokentlerde) AR-GE Faaliyetlerinin Muhasebe Standartları ile Vergi Mevzuatı Açısından İncelenmesi ve Buna İlişkin Bir Uygulama Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2010.

"Teknoloji Geliştirme Bölgeleri", Anahtar Verimlilik, Ekim 2012, s.23-24.

"TGBD Üyeleri", <http://www.tgbd.org.tr/firma-arsiv>, Erişim Tarihi: 10.01.2019.

Tunçay, Barış ve Pelin Mastar Özcan, Türkiye'de Teknoparklara Yönelik Vergi İstisnaları, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt: 18, Sayı: 2, 2015, s.41-55.

"Türkiye'de Teknoparklar", <http://www.tgbd.org.tr/turkiyede-teknoparklar-icerik-35>, Erişim Tarihi: 10.01.2019.

Törel Melih, "Dünyada ve Türkiye'de Teknoparklar", <http://arsiv.mmo.org.tr/pdf/10684.pdf>, Erişim Tarihi: 03.04.2017.

Yalçıntaş, Murat. Üniversite-Sanayi-Devlet İşbirliğinin Ülke Ekonomilerine Etkileri: Teknopark İstanbul Örneği, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 10, 2014, s.83-106.

## ÇAĞRI MERKEZİ TAKIM LİDERLERİNİN LİDERLİK STİLLERİNİN BELİRLENMESİ

### DETERMINING THE LEADERSHIP STYLES OF CALL CENTER TEAM LEADERS

*Ahmet Serhan İşeri<sup>1</sup>, Ahmet Güven<sup>2</sup>*

Çağrı merkezleri 7/24 hizmet vermeleri açısından diğer müşteri ile temas kanallarından ayrılmaktadırlar. Kurumsallığın birincil ilkelerinden olan standardizasyonun sağlanması için müşterilere bütün temas kanallarından aynı kalitede hizmet verilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte müşterinin firma ile ilk temasında sorununun çözülmesi (FCR, First Contact Resolution) firmaların müşteri ilişkileri yönetimi için hayati önem arz eden bir durumdur. Gerek ilk temasta çözümün gerek standardizasyonun sağlanması için çağrı merkezi müşteri temsilcilerinin uzmanlaşarak diğer müşteri ile temas kanalları ile aynı kalitede hizmet vermeleri gerekmektedir.

Çağrı merkezlerinde hizmet verilen bankacılık, sivil havacılık, telekomünikasyon gibi alanlarda uzmanlaşmak, alanların kapsamlarının genişliği sebebiyle zaman alan, çalışanın yıllar içerisinde konuya hâkimiyet kazanması ile gerçekleşebilen bir süreçtir. Ülkemizde çağrı merkezlerinde çalışan devir hızı (turnover) diğer sektörlerle göre oldukça yüksektir. Bu durum da çağrı merkezi çalışanlarının uzmanlaşmasını zorlaştırmakta ve müşteri ile şirket arasında iletişim sorunlarına ve hizmet kalitesinin müşteri tarafından daha düşük algılanmasına sebep olmaktadır.

Çağrı merkezi müşteri temsilcilerinin çalıştıkları süre (vardiyaları) boyunca birebir temas halinde oldukları yöneticileri çağrı merkezi takım liderleridir. Müşteri temsilcileri, işleri ile ilgili teknik konularda, takımlarındaki uyumsuzluk gibi idari konularda hatta organizasyon yapısına göre değişiklik gösterebilmekle birlikte çoğunlukla yıllık izin, haftalık tatil günleri, vardiya planlamaları gibi iş gücü yönetimi konularında dahi doğrudan bağlı oldukları orta düzey yöneticileri olan takım liderlerinin idaresi altında çalışmaktadırlar. Bu bağlamda takım liderlerinin yönetsel davranışları müşteri temsilcilerinin üzerinde olumlu veya olumsuz bir takım etkilere neden olabilmektedir.

Yöneticinin liderlik davranışları, çalışanların kurumla olan ilişkilerinin düzenlenmesinde önem kazanmaktadır. Yöneticilerin idareci olmaktan daha çok çalışanların kendilerini içtenlikle izleyecekleri liderlik davranışlarına sahip olmaları beklenmektedir. Örgütsel sorunların çözüme ulaştırılmasında yöneticilerin farklı liderlik stillerini işe koşması beklenmektedir. Bu anlamda öncelikle yöneticilerin sahip oldukları liderlik stillerinin belirlenmesi önemli görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı çağrı merkezlerinde görev yapmakta olan müşteri temsilcilerinin birlikte çalıştıkları takım liderine ilişkin algıladıkları liderlik stillerini ortaya koymaktır. Bu amaçla şu sorulara yanıt aranmıştır: Çağrı merkezlerinde görev yapmakta olan müşteri temsilcilerinin birlikte çalıştıkları takım liderine ilişkin algıladıkları;

a) Dönüşümcü (karizmatik, entelektüel uyarım, bireysel destek boyutlarındaki) liderlik düzeyi nedir?

<sup>1</sup> Yüksek lisans öğrencisi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, [serhaniseri@gmail.com](mailto:serhaniseri@gmail.com)

<sup>2</sup> Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, [ahmet.guven@gop.edu.tr](mailto:ahmet.guven@gop.edu.tr)

b) Sürdürümcü liderlik (ödüle bağlı, istisnalarla yönetim-aktif, istisnalarla yönetim-pasif) düzeyi nedir?

c) Serbestik tanıyan liderlik düzeyi nedir?

Betimsel tarama modelinde gerçekleştirilen araştırmanın çalışma grubunu özel bir çağrı merkezinde görev yapan ve aynı proje içerisinde görev almakta olan 142 müşteri temsilcisinden araştırmaya katılmaya gönüllü olduğunu belirten 100 müşteri temsilcisi oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında ilk bölümünde çağrı merkezi müşteri temsilcilerinin sahip oldukları demografik değişkenler sorularını içeren kişisel bilgi formu; ikinci bölümünde ise çağrı merkezi müşteri temsilcilerinin birlikte çalıştıkları takım liderlerinin algıladıkları liderlik stillerini ortaya koymaya yönelik kullanılan “Çok Yönlü Liderlik Ölçeği” kullanılmıştır. Çok Yönlü Liderlik Ölçeği Bass (1985) tarafından liderlik stillerini, çoklu faktörlere göre ortaya koymak üzere hazırlanmıştır. Liderlik stilleri dönüştürücü, sürdürümcü ve serbestik tanıyan olmak üzere 3 genel faktör altında 7 faktörden oluşmaktadır. Dönüştürücü liderlik faktörü “karizmatik/ilham verici, entelektüel uyarım ve bireysel destek”, sürdürümcü liderlik faktörü “ödüle bağlı, istisnalarla yönetim (aktif) ve istisnalarla yönetim (pasif)” alt faktörlerine sahiptir. Serbestik tanıyan liderlik boyutu tek faktörle ölçülmektedir. Verilerin analizinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda çağrı merkezi müşteri temsilcilerinin algılarına göre birlikte çalıştıkları takım liderlerinin dönüştürücü liderlik alt boyutlarındaki liderlik düzeyleri sırasıyla entelektüel uyarım ( $\bar{X}=4.20$ ), bireysel destek ( $\bar{X}=4.09$ ) ve karizmatik/ilham verici ( $\bar{X}=4.04$ ) olarak; sürdürümcü liderlik alt boyutlarındaki liderlik düzeyleri ise sırasıyla ödüle bağlı ( $\bar{X}=3.78$ ), istisnalarla yönetim-aktif ( $\bar{X}=3.60$ ) ve istisnalarla yönetim-pasif ( $\bar{X}=2.28$ ) olarak belirlenmiştir. Takım liderlerinin en düşük düzeyde ise serbestik tanıyan liderlik stilini ( $\bar{X}=2.30$ ) gösterdikleri ortaya koyulmuştur. Sonuçlar müşteri temsilcilerini algılarına göre takım liderlerinin izleyenlerine saygı duyar, güvenir ve izleyenlerinin isteklerine cevap verecek davranışlarda bulunur, güç kullanarak izleyenlerini etkilemekten kaçınır, lider işleri doğru yapmaktan ziyade doğru işleri yapmaya çalışır (Bass ve Avolio, 1993’den akt. Güzel ve Akgündüz, 2011) şeklinde tanımlanan dönüştürücü liderlik stilini en fazla kullanır iken, liderin sorumluluk almaktan ve karar vermekten kaçınmasını ifade eden serbestik tanıyan liderlik stilini (Den Hartog, Muijen ve Koopman, 1997 ve Berber, 2000’den akt. Demir ve Okan, 2008) en düşük düzeyde gösterdiğini ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** çağrı merkezi, takım lideri, liderlik stilleri

**Keywords:** call center, team leader, leadership styles

### Kaynakça

Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectation*, New York: Free Press.

Demir, H. ve Okan, T. (2008). Etkileşimsel ve dönüşümsel liderlik: Bir ölçek geliştirme denemesi, *Yönetim*, 19(61), 72-90.

Güzel, T. ve Akgündüz, Y. (2011). Liderlik davranışlarının orta düzey yöneticiler üzerindeki etkisi ve yöneticilerin tükenmişlik düzeyleri ile ilişkisi; Kuşadası otel işletmelerinde bir araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 281-296.

## YÖNETSEL BECERİLERİN DİJİTALLEŞEN ÇAĞDAKİ DEĞİŞİMİ DIGITALIZED CHANGE OF MANAGEMENT SKILLS

*Deniz Palalar Alkan<sup>1</sup>, Esin Yücel Karamustafa<sup>2</sup>*

### Giriş

Kömürle çalışan modern buhar motorunun icadının ardından üretim alanında yeni bir dönemin açılmasına sebep olan James Watt, bu icadıyla birlikte sanayi devriminin temellerini atmıştır (Lira, 2013). Hemen ardından, seri imalatta elektrik ve petrolün kullanılmaya başlandığı döneme geçilmiştir (Rifkin, 2014). Günümüzde ise artık internetin yaygınlaşması ve nesnelerin interneti teknolojisinin önem kazanması ile birlikte dördüncü sanayi devrimine ulaşan (Anonim, 2014) iş dünyası, örgütler açısından bir taraftan sürdürülebilir rekabetçi konumlarını korumaları yönünde farklı zorlukları beraberinde getirirken, bir taraftan da içinde bulunduğumuz dijital çağın, yöneticilerin sahip oldukları yönetsel becerilerinin bu değişen trend doğrultusunda güncellemesi yönündeki baskısını artırmıştır. Endüstri 4.0 toplumun tüm kesimlerinde bir paradigma değişimine sebep olacağı düşünülürse; üretim, farklı teknolojilerin etkileşimi ile gerçekleşmekte ve makineleşme giderek artmaktadır. Siber fiziksel sistemler ve nesnelerin interneti gibi kavramlar ile karakterize edilen dördüncü sanayi devriminin; yönetsel becerileri de mevcut gelişmelere paralel olarak yeniden yapılandıracaktır.

### 1. Endüstri Devriminin Tarihsel Gelişim ve Endüstri 4.0

18. yüzyılın ortalarında başlayan endüstri devrimi günümüze kadar farklı evrelerden geçmiştir. Birinci Endüstri Devrimi, feodal sistemin yerini alan buhar, su ve kömür enerjisi ile kitlesel makine üretimi çerçevesinde karakterize edilmektedir (Schwab, 2017; Freeman & Soete, 1997). 19. Yüzyılın sonlarına doğru hissedilen İkinci sanayi devriminin en belirgin özelliği ise elektrik gücünün üretim sürecinde kullanılmasıdır. Fordizm olarak da adlandırılan ikinci sanayi devriminde üretim süreçlerinde esneklik ve yüksek verimlilik en önemli odak noktası olmuştur (Wilson & McKinlay, 2010). Elektriğin üretim sürecinde aktif kullanılmasına ek olarak telgrafın yayılması ve telefonun icadı ikinci endüstri devrimin önemli teknolojik buluşlarındadır Birinci sanayi devriminden farklı olarak özellikle iletişim teknolojilerindeki söz konusu icatlar bir sonraki sanayi devrimine zemin hazırlamıştır (Forbes, 2018).

Üçüncü sanayi devriminin ortaya çıkma nedeni diğer sanayi devrimlerinden farklı olarak üretim süreçlerinde farklı enerji kaynaklarının kullanımı değil; üretimin bilgi tabanlı iletişim teknolojileri ile makineleştirilmesidir. Dönemin önemli teknolojik buluşu olan bilgisayar ile üretim kolaylaştırmıştır. İnternetin yaygın bir biçimde kullanılması ve ulaşım imkanlarının artışı üretimi küreselleştirmiş; verimlilik, esneklik ve maliyet avantajı sağlamıştır (Eğilmez, 2017). İlk olarak 2011 yılında Hannover fuarında ifade edilen Endüstri 4.0 kavramı endüstriyel devrimlerin sonuncusudur. Endüstri 4.0 ile şekillenen üretim süreci imalatta tam otomatikleşmeyi beraberinde getirmektedir. Ayrıca dönemin en önemli teknolojik özelliği olan

<sup>1</sup> Dr.Öğr.Üyesi, Yeditepe Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, deniz.alkan@yeditepe.edu.tr

<sup>2</sup> Arş. Gör, Yeditepe Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, esin.karamustafa@yeditepe.edu.tr



siber fiziksel sistemler de tüm üretim sürecinin her bir halkasını birbirine entegre etmektedir. Hellinger and Seeger, 2011; Lee et al., 2015).

## 2. Endüstri 4.0 ile Dönüşen Yönetmel Beceriler

Yönetmel beceriler bir organizasyonun sürdürülebilir başarısı üzerinde oldukça etkilidir. Robert L. Katz (1974), yönetmel becerileri teknik, insani ve kavramsal beceriler şeklinde üç ana sınıflandırma altında toplamış ve etkili bir yönetim için, söz konusu becerilerin büyük önem taşıdığına altını çizmiştir.

Teknik beceri, eğitim ve deneyim ile zaman içerisinde elde edilen ve daha ziyade ilk seviye yöneticiler için önem arz eder. İnsani beceri, daha çok iletişim kabiliyetleri üzerine odaklanan, grup içerisinde söz konusu grubun üyesi olarak işbirliği içerisinde etkili çalışabilmeyi ifade eder. Kavramsal beceri ise, özellikle büyük resme odaklanarak, kişisel çalışmalarını içerisinde bulunan organizasyona uygun hale getirme şeklinde tanımlanabilir. (Katz, 1955).

Günümüz organizasyonlarında farklı jenerasyonların birlikte görev aldığı gözlemlenmektedir. Ancak “Y” jenerasyonunun işgücündeki payının görece daha artıyor olması, yöneticilerin özellikle teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri zorunluluğunu da beraberinde getirmektedir. 2020 yılında mevcut işgücünün %50’lik bir kısmını oluşturacak bu grubun ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlara yönelik yönetmel becerilerin dönüşümü, yönetmel etkililik ve etkinlik arayışında önemli bir konudur (Barbutto & Gottfredson, 2016). Harvard Business Review ve MIT’in birlikte liderler üzerinde yürüttüğü bir çalışmada katılımcıların büyük bir çoğunluğunun işletmelerin dijital işletme modeli ile sürdürülebilirliğini uzun vadede sağlayabildiğini; ancak %70’inin ise söz konusu dönüşümü gerçekleştirebilecek doğru yetenek ile donanımına sahip olmadığını belirtmektedir (HBR, 2016). “Dijital göçmen” olarak ifade edilen bu jenerasyon teknik becerilerini mevcut koşulların ihtiyaçlarına göre yeniden yapılandırmalıdır. Öte yandan nesnelerin interneti ile birlikte iş yaşamında gelişen akıllı network sistemleri, artan mobilite, esneklik, müşterilerin entegrasyonu, yeni inovatif iş modelleri gibi kavramları beraberinde getirmiş ve bu gelişmeler siber güvenlik ve etik konularının da önemini artırmıştır. Bu bağlamda da geleceğin yöneticilerinin, mevcut aranan teknik becerilerinin yanı sıra siber güvenlik konusunda da donanım sahibi olması beklenmektedir.

İnsani beceri tüm yönetim seviyeleri için oldukça önemlidir. “Y” kuşağı için iki yönlü iletişim ön plana çıkmaktadır. Dolayısı ile bu kuşağı yöneten liderlerden beklenen en önemli insani becerilerinin başında iş süreçlerine herkesi dahil etmek, görüşleri önemsemek, çalışanları dinlemek, rahat iletişim kurabilmek, şeffaf olmak ve sık sık geri bildirim vermekten kaçınmamak gelmektedir (HBR, 2016). Dijitalleşmenin etkileri ile birlikte örgütler arası ilişkiler daha girift bir yapıya dönüşmektedir. Kavramsal beceri doğası gereği işletmeye en fazla rekabet avantajı yaratabilecek taktik ve stratejilerin belirlenmesi ile ilişkilidir. Bu nedenle de yöneticiler dijitalleşmenin etkileri ile birlikte işletmelerine ekosistem perspektifi kazandırarak; tüm paydaşları stratejik ortak olarak görmeleri gerekmektedir. Geleceğin yöneticileri sürdürülebilir başarı sağlamak adına daha çevik, özgün, inovatif olmalı ve paylaşımcı bir örgüt iklimi yaratabilmek adına işbirliğini ön plana koymalıdır (I4CP, 2017).

### 3. Sonuç

Endüstri 4.0. ile birlikte işletmelerin hiyerarşiden ve keskin iş tanımlarından uzaklaşarak daha takım bazlı yapılara dönüştüğü gözlemlenmektedir. Deloitte (2018) raporunda belirtildiği üzere işletmelerin daha dinamik dijital sistemlere dönüştüğü bu süreçte, işletmeler yalınlaşmakta ve tüm iş süreçleri entegre olmaktadır. Bu açık sistem anlayışı işletmelerin ekosistemlerinde de değişime yol açmaktadır.

İşletmeler dördüncü sanayi devrimi ile birlikte verileri gerçek zamanlı olarak işleme ve öğrenme yeteneğini kazanarak daha proaktif ve esneklik arayışı içerisindedir. Mevcut işgücü ise gelişmelere paralel olarak daha nitelikli hale gelmektedir. Geleceğin yönetiminde de yönetsel beceriler benzer bir dönüşüm ile karşı karşıya kalmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Yönetimsel Beceriler, Nesnelerin İnterneti, Endüstri 4.0, IOT

**Keywords:** Managerial Skills, Internet of Things, Industry 4.0, IOT

### KAYNAKÇA

Anonim, 2014. Capitalizing on the Internet of Things. [https://www.boschsi.com/media/bosch\\_software\\_innovations/documents/IoT\\_2/201404\\_boschsoftware-innovations-IoT-infographic.pdf](https://www.boschsi.com/media/bosch_software_innovations/documents/IoT_2/201404_boschsoftware-innovations-IoT-infographic.pdf) (16.05.2016)

Ashton, K. (2009). That 'internet of things' thing. *RFiD Journal*, 22(7), 97-114.

Barbuto Jr(Jay), J. E., & Gottfredson, R. K. (2016). Human capital, the millennial's reign, and the need for servant leadership. *Journal of Leadership Studies*, 10(2), 59-63.

Deloitte Insights (2018). Forces of change: Industry 4.0. Retrieved from [https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4323\\_Forces-of-change/4323\\_Forces-of-change\\_Ind4-0.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4323_Forces-of-change/4323_Forces-of-change_Ind4-0.pdf).

Eğilmez, M. (2017). Endüstri 4.0. *Mart*, 18, 2018.

Harvard Business Review, (2016). Digital leadership is not an option part of being a CEO. Retrieved from <https://hbr.org/2016/12/digital-leadership-is-not-an-optional-part-of-being-a-ceo>.

Hellinger, A., & Seeger, H. (2011). Cyber-Physical Systems. Driving force for innovation in mobility, health, energy and production. *Acatech Position Paper, National Academy of Science and Engineering*, (0), 2.

Institute for Corporate Productivity-I4CP. (2017). Retrieved from <https://www.i4cp.com/infographics/14-future-leadership-capabilities-to-plan-for-now>.

Katz, R. L. (1974). Skills of an effective administrator. *Harvard Business Review*, 52(5), 90-102.

Katz, R. L. (1955). Skills of an effective administrator. *Harvard business review*, 33(1), 33-42.

Kuran, E., 2016. Y Kuşağı Şirketlerden Ne İstiyor?, <https://hbrturkiye.com/dergi/y-kusagi-sirketlerden-ne-istiyor> - (31.01.2019)

Lira, C., 2013. Biography of James Watt a Summary by Carl Lira. <http://www.egr.msu.edu/~lira/supp/steam/wattbio.html> - (16.05.2016)

Lee, J., Bagheri, B., & Kao, H. A. (2015). A cyber-physical systems architecture for industry 4.0-based manufacturing systems. *Manufacturing Letters*, 3, 18-23.

Marr, Bernard. (2018). What is Industry 4.0? Here's a super easy explanation for anyone. Reterieved from <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/09/02/what-is-industry-4-0-heres-a-super-easy-explanation-for-anyone/#271ec57b9788>.

Rifkin, J., 2014. İkinci Sanayi Devrimi. Nesnelerin İnterneti ve İşbirliği Çağı, Ed: Talay, S., Optimist, s. .56, 2014.

Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Crown Business.

Soete, L., & Freeman, C. (1997). The economics of industrial innovation. *Pinter, London*.

Wilson, J. M., & McKinlay, A. (2010). Rethinking the assembly line: Organisation, performance and productivity in Ford Motor Company, c. 1908–27. *Business History*, 52(5), 760-778.

## FINANSAL BİLGİ GÜVENİLİRLİĞİNİN İÇ KONTROL SİSTEMİ AÇISINDAN ÖNEMİ: COSO VE COBİT MODELLERİ

### THE IMPORTANCE OF FINANCIAL INFORMATION SECURITY IN TERMS OF INTERNAL CONTROL SYSTEM: COSO AND COBIT MODELS

*Nusret Yazıcı<sup>1</sup>*

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler işletme faaliyetlerine sağladığı olumlu katkıların yanında daha önce hiç karşılaşılmamış bir takım riskleri de beraberinde getirmektedir. Diğer bir ifadeyle bilgi teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması işletmelerdeki iş süreçlerinin izlenmesi ve raporlanması açısından kolaylıklar sağlarken, iç ve dış kaynaklı suistimallere sebep olabilmektedir. İşletmelerde finansal bilgi kullanıcıları tarafından ihtiyaç duyulan bilginin zamanlı ve doğru bir şekilde sunulması iyi yönetişimin temel unsurlarındandır. Finansal olan ve olmayan bilgi hem işletme içi hem de işletme dışı kullanıcılar için hızlı ve doğru karar almaları açısından kritik öneme sahiptir. Bununla birlikte işletme ölçeklerinde ve pazarlarda gözlemlenen büyüme, finansal verilerin de ölçeğini arttırmıştır. Bu noktada; muhasebe bilgi sisteminin güvenilir bilgiye erişebilmesi ve bu bilgiyi doğru ve hızlı bir şekilde işleyecek sistemlere sahip olması gerekmektedir. Günümüzde muhasebe bilgi sistemi ağırlıklı olarak bilgi teknolojileri aracılığıyla faaliyetlerini yürütmektedir. Bu durum; bilgi kullanıcıları bakımından bilgi güvenliğinin önemini her geçen gün arttırmaktadır.

İşletmelerde güvenilir bilginin elde edilmesi ve sunulması için öncelikle iç kontrol sisteminin kurulması ve etkin olarak yönetilmesi gerekmektedir. İç kontrol sisteminin amaçları; doğru raporlama, faaliyetlerin etkinliği ve verimliliğinin sağlanması, işletme varlıklarının korunması, yasalara ve düzenlemelere uygunluk olarak sınıflandırılabilir. İç kontrol sistemi; işletme içinden ve dışından kaynaklanabilecek her türlü riskin önlenmesinde rol oynayarak işletmelerin finansal olan ve olmayan raporlarının güvenilirliğini sağlayacaktır. Bu çalışmada; iç kontrolün amaçları arasında sayılan doğru raporlama, diğer bir ifadeyle finansal bilginin güvenilirliği COSO ve COBİT modelleri kapsamında değerlendirilecektir. Güvenilir finansal bilgi Amerikan Sermaye Piyasası Kurulu'nun (SEC) da öncelikli konuları arasında yer almıştır. SEC işletme seviyesinde güvenilir finansal bilgi ihlallerinin (siber risk) yönetimi konusunda, kapsamlı bir plan geliştirilmesi gerekliliği üzerinde durmuştur.

İç kontrolle ilgili olarak günümüzde dünyada en geçerli ve etkili düzenleme ABD'de kurulan ve COSO diye ifade edilen komisyon tarafından yapılmıştır. COSO'ya göre iç kontrol, kapsamı itibarıyla; kontrol ortamı, risk değerlendirme, kontrol eylemleri, bilgi-iletişim ve izleme olmak üzere birbiriyle ilişkili beş unsurdan oluşmaktadır. Kontrol ortamı, yönetimin felsefesinin ortaya konduğu, çalışanların yetki ve sorumluluklarının belirlendiği ve hesap verme anlayışının benimsetildiği bir yaklaşımla finansal bilgi güvenliğinin sağlanmasında ilk koşul olarak ortaya çıkmaktadır. Risk değerlendirme bileşeni açısından ise işletmenin güvenilir finansal bilgi yönetimi için işletme varlıklarına ilişkin risklerin değerlendirilmesi, tanımlanması ve bu doğrultuda bilgi sistemlerinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Finansal bilgi güvenliğinin sağlanması bakımından kontrol eylemlerinin geliştirilmesi, politika ve prosedürlerin oluşturulması önem arz etmektedir. Kontrol eylemleri işletme amaçlarına ulaşılmasında ortaya çıkabilecek risklerin azaltılmasına hizmet eder. Güvenilir finansal bilgi için bilgi gereksinimini

<sup>1</sup> Dr., Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, nusretyazici@gmail.com

tanımlamak ve ortaya çıkabilecek risklere cevap vermek bilgi-iletişimin görevidir. İşletme seviyesinde ortaya çıkabilecek risklerin izlenmesi sürecinde; sürekli değerlendirmeler yapılması ve ortaya çıkan yetersizliklerin üst yönetime bildirilmesi yanında gerekli düzeltici önlemlerin alınması izleme bileşenin görevidir. İşletme içerisindeki finansal bilgi güvenilirliğini değerlendirebilmek ve yönetebilmek için daha önce açıklandığı üzere COSO bileşenlerinin tamamı dikkate alınır. COBİT’de ise denetlenecek süreçlerin ve güvenilir finansal bilginin yönetimi açısından etkinliği, verimliliği, gizliliği, bütünlüğü, erişilebilirliği, güvenilirliği ve düzenlemelere uyumluluğu dikkate alan yedi kriterin tamamının sorgulanması gerekir. Üst ve Orta kademe yöneticileri; yönetimin tümünü dikkate alarak riski analiz ve takip ederler, denetim faaliyetlerini gerçekleştirirler, bilgi güvenliğiyle ilgili yönetsel ve operasyonel düzenlemeler yaparak izleme ve değerlendirmeye yönelik sürekli iyileştirme çalışmalarına katkıda bulunurlar. Diğer bir ifadeyle, COBİT; işletmelerde iş hedeflerinin bilgi işlem hedeflerine dönüşümünü, bu hedef ve stratejilere ulaşmak için gerekli kaynaklar ile birlikte gerçekleştirilen süreçleri ve uygulamaları bir araya getiren, aynı zamanda bilgi teknolojileri varlıklarının etkin bir şekilde kullanılmasını sağlayan bir yönetim çerçevesidir.

Gerek COSO gerekse COBİT modellerindeki amaç; işletmelerin hedeflerine ulaşmasında ortaya çıkabilecek finansal olan veya olmayan riskleri en aza indirmektir. Bu durum; aynı zamanda işletmenin ilişkili olduğu diğer tüm paydaşları nezdindeki itibarını da arttıracaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi Güvenliği, Finansal Bilgi, COSO, COBİT

**Keywords:** Information Security, Financial Information, COSO, COBIT

**ALGILANAN İNSAN KAYNAKLARI UYGULAMALARININ ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞA ETKİSİ VE KUŞAKLARA GÖRE İNCELENMESİ****THE EFFECT OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT PRACTICES ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND RESEARCH ON GENERATIONS**

*Merve Uslu<sup>1</sup>, Serdar Bozkurt<sup>2</sup>*

**Araştırma Problemi**

Ekonomik ve ticari çevrenin değişimi, küreselleşmenin de etkisiyle artan rekabet gücü, gelişen teknoloji vb. faktörlerle birlikte insan kaynağının önemi her geçen gün artmaktadır (Friedman, 2007). İşletmeler sadece ürün ve müşteri pazarında değil, en yetkin çalışandan daha uzun süreli ve verimli şekilde faydalanabilmek amacıyla işgücü pazarında da rekabet halindedir. Bu kapsamda, çalışmanın temel amacı insan kaynakları uygulamaları ve örgütsel bağlılık arasında ilişki var mıdır? şeklindeki sorunsalı incelemektir. Ayrıca farklı kuşaklara göre insan kaynakları uygulamaları ve örgütsel bağlılıkları farklılık göstermekte midir? şeklindeki sorunsalın yanıtının bulunması da araştırmanın bir temel diğer problemi olarak düşünülmüştür.

**Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Literatür incelendiğinde insan kaynakları yönetimi kavramının ve günümüz insan kaynakları uygulamalarının, personel yönetimi kavramı olarak başladığını ve yıllar içerisinde ihtiyaçlar doğrultusunda şekil değiştirip geliştiği görülmektedir. 19.yüzyılda Sanayii Devrimi ile birlikte çalışanlarla ilgili yapılan incelemeler daha çok, çalışana nasıl daha az para ödeyerek, daha fazla çalışmasını sağlarız düşüncesi üzerine yoğunlaşmaktadır. Ancak işgücü ihtiyacının artması ve çalışanlar için yeni görev tanımları oluşmasıyla birlikte işe alım süreçleri de daha karmaşık hale gelmeye başlamıştır. Sonraki yıllarda, gelişen teknoloji, küreselleşme ile değişen yönetim anlayışları, insan kaynakları alanında da birçok yeniliği beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda çalışmada insan kaynakları uygulamaları; iş analizi, insan kaynakları planlaması, işe alım, performans değerlendirme, ücret ve ödül yönetimi, eğitim ve geliştirme ile kariyer planlama ve iletişim olmak üzere sekiz boyutta incelenmiştir.

Örgütsel bağlılık kavramı ise uzun süredir araştırılan bir konu olarak literatürde birçok farklı kavramla ilişkisi incelenmiş ve pek çok araştırmanın konusu olmuştur. İşletmelerin en değerli varlıkları çalışanlarıdır. Örgütsel bağlılık kavramının bir sonucu olarak çalışanın kendini ve işini isteyerek geliştirmesi insan kaynakları yönetimi ve dolayısıyla işletme için büyük önem arz etmektedir. Bununla birlikte yetenek ve tecrübe sahibi çalışanların işten ayrılması durumu hem işinde yetkin bir çalışana kaybetmek hem de yeniden işe alım, eğitim ve geliştirme, mevcut çalışanların iş yükünün artması ve motivasyonlarının düşmesi gibi işten ayrılma maliyeti sebebiyle işletmeler için risk oluşturmaktadır. Bu sebeple işletmeler en değerli varlıkları olan çalışanların örgüte olan bağlılıklarını arttırmak için hangi politika ve stratejileri izleyeceklerini belirlemek durumundadır. Bu kapsamda literatürde en çok kullanılan Allen ve Meyer'in (1997) modeli dikkate alınmıştır. Bu modelde bağlılık; duygusal, devam ve normatif olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır.

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak 48 ifadeden oluşan anket çalışması hazırlanmış ve mail, sosyal medya ve yazılı form üzerinden katılımcılara ulaştırılmıştır. Anketin ilk iki

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, [merveguneslu@gmail.com](mailto:merveguneslu@gmail.com)

<sup>2</sup> Doç.Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, [serdarbozkurt34@gmail.com](mailto:serdarbozkurt34@gmail.com)

bölümünde araştırmadaki ölçeklere ait ifadelerle, son bölümünde ise demografik bilgi sağlayan sorulara (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışılan sektör, pozisyon, mevcut işletmedeki çalışma süresi, toplam çalışma süresi) yer verilmiştir. Algılanan insan kaynakları uygulamalarını ölçmek amacıyla birçok ölçek taraması yapılmıştır. Araştırmada Aybas (2014)'ın, Bekmezci ve Gürbüz (2012)'ün çalışmalarındaki ölçeklerindeki insan kaynakları uygulamaları göz önünde bulundurularak bir ölçek hazırlanmıştır. Bu ölçek 29 ifadeden oluşmaktadır. Örgütsel bağlılık için ise Allen ve Meyer (1991) tarafından oluşturulan ve geçerliliği ile güvenilirliği Öztürkci (2015) tarafından yapılmış, 11 ifadeden oluşan üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır.

### **Araştırma Kapsamı**

Araştırma kapsamına üretim ve hizmet sektöründen, X ve Y kuşaklarından, yönetici olarak görev yapan, yapmayan 213 çalışan katılmıştır.

### **Veri Analizi**

Veri analizinde SPSS 18.0 programından yararlanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde korelasyon ve regresyon analizlerinin yanı sıra kuşaklara göre örgütsel bağlılık ve insan kaynakları uygulamaları algısının farklılıklarını incelemek amacıyla t-testi ve tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Güvenilirlik analizinde Cronbach alfa değeri hesaplanmıştır. Bu değer insan kaynakları uygulamaları ölçeği için 0,947, örgütsel bağlılık için ise 0,847 olarak hesaplanmıştır. Ölçeklere ait genele ilişkin ortalamalar, insan kaynakları uygulamaları ölçeği için 2,84 (ss=0,7582), örgütsel bağlılık ölçeği için 2,99 (ss=0,7834), olarak hesaplanmıştır. Her bir demografik özellik için uygulanan t-testi ve tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre cinsiyet, medeni durum, çalışılan sektöre göre örgütsel bağlılık ve algılanan insan kaynakları uygulamaları arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bununla birlikte katılımcıların işletmelerdeki pozisyonu, yaşı, eğitim seviyesi ve kurumdaki çalışma süresi ile örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir fark bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kuşaklar arası fark incelendiğinde X kuşağı olarak sınıflandırılan 54 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların örgütsel bağlılıklarının, Y kuşağı olarak ifade edilen 25-38 yaş grubu katılımcılarına göre daha yüksek olduğu sonucu gözlemlenmiştir. Yine işletmelerinde yönetici olarak görev yapan katılımcıların, yönetici olmayanlara göre ve kurumlarında 21-25 yıl arası görev yapan katılımcıların diğer katılımcılara göre örgütsel bağlılıkları daha yüksek değerlerde gözlenmiştir. İnsan kaynakları uygulamaları ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla yapılan korelasyon analizine göre iki değişken arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki ( $\beta = .602, p < .001$ ) saptanmıştır. Yapılan regresyon analizine göre de insan kaynakları uygulamalarının ve her bir boyutunun, örgütsel bağlılık üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin ( $\beta = .622, p < .001$ ) olduğu saptanmıştır.

### **Araştırma Sonuçları**

Araştırma sonucunda; insan kaynakları uygulamalarının örgütsel bağlılık üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Ayrıca kuşak farklılıklarının örgütsel bağlılık ve insan kaynakları uygulamaları algısında anlamlı farklılıklar oluşturduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu çalışmanın, ileride farklı sektör ve demografik değişkenlerle yapılabilecek çalışmalara katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** İnsan Kaynakları Uygulamaları, Örgütsel Bağlılık, Kuşaklar

**Keywords:** Human Resources Practices, Organizational Commitment, Generations



**OKUL YÖNETİCİLERİNİN LİDERLİK VE MOTİVASYON ALGISI: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE****THE LEADERSHIP AND MOTIVATION PERCEPTION OF SCHOOL MANAGERS: A CONCEPTUAL FRAMEWORK**

*Gönül Kalak<sup>1</sup>*

Liderlik birçok farklı yazar tarafından tanımlanmıştır. Bu tanımlamalarda, ortak kriterler bulunmaktadır; belli bir amaç, bir grup insan ve bu grubu yönetebilecek bir liderin bulunmasıdır. Bu bağlamda liderlik, bir grup kişinin belli bir amaç ve hedef doğrultusunda toplayıp, bu amaç ve hedefleri başarmak için onları harekete geçirme, etkileme bilgi ve yeteneklerinin toplamı şeklindeki bir tanım yapabiliriz (Zel, 2001: 90-91).

Motivasyon; kişiyi harekete geçiren ve hareket yönlerini bulan, aynı zamanda kişilerin düşünceleri, inanç ve umutları, özete ihtiyaç, korku ve arzuları olarak tanımlayabiliriz. Sıralanan bu kelimeler güdüleyici ve aktif birer kuvvettir. Bu kuvvetler etkileşimi, kişiyi kendi psikolojik çabalarıyla bir amaca, bir hedefe ulaşmak için organize edip dinamik ve devamlılık kazandırmaktadır (Öztürk ve Dündar, 2003: 56-58).

Örgüt kültürü kavramını kısaca ve genel anlamıyla açıklamak gerekirse; kişilerin belirli amaç ve hedeflerini yerine getirmek için programlı olarak oluşturdukları düzenlemeler şeklinde tanımlayabiliriz. Eğitim kurumlarında örgüt kültürü olarak nitelendirilen okul kültürü; bünyesindeki örgüt yapısı, liderlik, motivasyon, iletişim, karar verme gibi kavramlarla iç içedir.

Yapılan literatür araştırmasına istinaden şu sonuçlara varılabilir;

Etkileşimci, dönüşümcü ve serbestlik tanıyan liderlik davranış modellerinin boyutları ile birlikte ele alındığı çalışmada okul yöneticilerinin daha çok serbestlik tanıyan liderlik davranışı daha sonra ise sırası ile etkileşimci ve dönüşümcü liderlik davranışlarını sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Dönüşümcü liderlik davranışı; ilham verici motivasyon, idealleştirilmiş etki bireysel ilgi boyutları ve entelektüel uyarım ile; etkileşimci liderlik davranışı da koşullu ödül ya da beklenti ile yönetim boyutlarıyla değerlendirilmiştir. Liderlik boyutları arasında da etkileşimci liderlik boyutları içerisinde yer alan beklentiyle yönetim en çok algılanan liderlik davranışıdır.

Eğitim yapısının temel yapı taşından biri olan okulların etkili yönetimi amaç ve hedeflere ulaşma konusunda önemli olduğu için bu görevleri yürüten kişilere de gereken önemin verilmesi gerekmektedir. Öncelikle makine gibi değil de insan olarak görülmeleri ve motivasyona gereksinim duyabilecekleri hesaba katılmalıdır. Okul yöneticileri başarıya motive oldukları için başarıları üst yönetimler açısından görülebilir ve değişik ödüllendirme sistemleriyle desteklenebilir. Bilgi noksanlıkları motivasyonları olumsuz etkilediklerine göre yönetim bilgisi konusunda kavramsal ve teknik yeterlikleri artırılabilir. Eğitim çalışanlarının tamamında yer alan eğitim konusunda ortak gaye, ortak amaç ve hedef bileşkesi olan paylaşılan bir vizyon ve misyon kazandırılma konusunda üst düzeyde çalışmalar yapılabilir. Okul yöneticilerinin kişisel motivasyon derecelerini tartacak bir ölçek geliştirilebilir. Okul yöneticilerinin kişisel motivasyon dereceleri ile okulun başarı düzeyleri arasındaki ilişki araştırılabilir.

<sup>1</sup> Dr., Universidad Azteca, gonulkalak@hotmail.com

Yöneticilerin, takım liderliği eylemlerini gösterme derecelerinin, öğretmenlerin örgütsel görev ve davranışları ile iş doyum ve örgütsel adanmışlık düzeylerini pozitif yönde etkileşim halinde olduğu görülmektedir. Yöneticilerin, hizmet içi ve hizmet öncesi eğitimlerinde bu yeterliklerle donatılmaları yönünde emek sarf edilmesinde eğitim örgütlerinin etkililiği açısından yarar görülmektedir.

Okul yöneticilerinin; öğretmenlerin meslektaşlarıyla güzel ve samimi ilişkiler geliştirmelerini ve onlarla sağlıklı geçinmelerini sağlayacak bireyler arası iletişim yeteneklerini öğretmenlere kazandırmak için emek sarf etmelerinde ve öğretmenler arasında sağlam ilişkiler gelişmesine zemin hazırlayacak bir ortam hazırlamalarında yarar görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** liderlik algısı, motivasyon algısı, okul yöneticileri

**Keywords:** leadership perception, motivation perception, school managers

#### **KAYNAKÇA:**

Öztürk, Z. ve Dündar, H. (2003) Örgütsel Motivasyon Ve Kamu Çalışanlarını Motive Eden Faktörler. C.Ü. İ.İ B.F Dergisi, 4 (2): 57-67.

Zel, U. (2001) Kişilik Ve Liderlik, 1. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

## ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE RESEARCH METHODOLOGIES: A CONCEPTUAL FRAMEWORK

*Gönül Kalak<sup>1</sup>*

Son yıllarda yalnızca nicel araştırmalardan ziyade nitel araştırmalar önem kazanmıştır. Örneğin bir toplumun belirli bir hastalığa karşı bakış açısını ve algısını anlayabilmek için nicel araştırma yöntemleri yeterli olmayacaktır. Katılımlı gözlem (participant observation), derinlemesine görüşmeler (in-depth interviews), odak grup görüşmeleri (focus group interviews) gibi farklı tipte nitel araştırma yöntemleri kullanılabilir. Nicel ve nitel yöntemlerin farklı özellikleri, avantajlı ve dezavantajlı yönleri olması sebebiyle her iki yöntemin de birlikte kullanıldığı araştırmalar daha çok benimsenmektedir (Güler ve Akın, 2012:32-33). Her iki araştırma yönteminde de araştırma tasarımları ve araştırmanın planlaması aynı olmakla birlikte araştırma yöntemleri sosyal bilimler ile fen ve doğa bilimlerinde, bilimlerin yapısı gereği farklı olmaktadır.

Çoğunlukla fen ve doğa bilimleri alanında yapılacak araştırmaların yöntemi olan nicel araştırma yönteminin son yıllarda giderek arttığı görülmektedir. 1980'ler ve 1990'larda postmodernizm ve post yapısalcılık etkisiyle özellikle psikoloji gibi alanlarda nitel araştırmaların sayısında artış görülmüştür. Bu alanda en çok tercih edilen nitel analiz tipi, içerik analizi olmuştur (Carrera-Fernández ve ark., 2014). Genellemenin nicel araştırmanın en temel amaçlarından biridir. Yapılan araştırmanın genellenebilirliğinin sağlanması, seçilen araştırma örnekleminin araştırmanın evrenini temsil etme yeterliliği ile ilgilidir. Araştırma örnekleminin araştırmanın evrenini temsil etme yeterliliğini sağlamak için birçok yöntemden yararlanılabilmektedir (Güler ve ark., 2013:341). Sosyal bilimler alanında yapılan nitel araştırmalarda genelleme yapılması oldukça zordur. Bunun nedeni ise sosyal olayların süreklilik göstermemesi, aynı sosyal olayın bir başka zaman ve yerde farklı şekilde olması olarak ifade edilebilir. Sosyal olayların doğası gereği sosyal olaylar değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle bir sosyal olayı inceleyen araştırmada elde edilen bulguların başka sosyal olaylara genelleme yapılması güçtür. Bununla birlikte nitel araştırma yöntemlerinde evreni temsil edecek çok sayıda örneklem verinin araştırmaya dahil edilmesi oldukça güç olduğu için veriler daha çok bütüncül yaklaşımla toplanır. Nitel araştırmalarda veri toplama aşamasıyla veri analizi arasında keskin sınırlar yoktur ve bu süreçler birbirinden beslenir. Nitel analizde birçok farklı yöntem kullanılabilir. Yazılım kullanımı konusunda nitel analizciler ortak bir görüş birliği sağlayamamışlardır. Nitel analizde yazılım kullanımının dezavantajlı olduğunu savunanlar olduğu gibi avantajlı olduğunu savunanlar da vardır. Her yöntemin avantajı ve dezavantajı olduğundan tek bir yöntemle sınırlı kalmayıp hem yazılımlı ve hem yazılımsız analiz yapmak, araştırmanın kalitesini yükseltecektir (Güler ve ark., 2013). Yazılımla analiz yapılırken kodlama şemasında hata olmamasına özen gösterilmelidir, zira böyle bir durumda yazılımın yapacağı analiz hatalı sonuç verecektir (Bhattacharjee, 2012:117).

Hem sosyal bilimler hem de fen ve doğa bilimler alanında araştırma yaparken geçerliliği ve güvenilirliği ispatlanmış araştırma yapabilmek için araştırılacak konuya en uygun yöntemi seçilmeli ve araştırma tasarımı yapılmalıdır. Bir araştırma doğru bir şekilde yapılmış olsa bile yanlış seçilmiş bir yöntem tamamen yanlış sonuçlara götürebilir. Bu nedenle, araştırma yöntemine karar vermeden önce ve araştırma probleminin tanımlanması ve araştırmanın ne tür

<sup>1</sup> Dr., Universidad Azteca, gonulkalak@hotmail.com

bir araştırma olduğu, nelerin araştırılmak istendiği gibi sorular göz önünde bulundurularak bu sorulara cevap bulunması bilimsel bir araştırma için önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** araştırma yöntemleri, araştırma, kavram

**Keywords:** research methedologies, research, concept

### **KAYNAKÇA:**

Bhattacharjee A. (2012) Social Science Research: Principles, Methods and Practices. 2nd ed. University of South Florida, Florida.

Carrera-Fernández M.J., Guàrdia-Olmos J. ve Però-Cebollero M. (2014) Qualitative methods of data analysis in psychology: An analysis of the literature. *Qualitative Research*. 14(1): 20-36.

Güler Ç. ve Akın L, (2012). Halk Sağlığı Temel Bilgiler I. Cilt. 2 basım, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara.

Güler, A., Halıcıoğlu B., M. ve Taşgın S. (2013); Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 1. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara

## AN OVERVIEW AND A PROPOSED METHOD FOR VOLUNTARILY RECALL SYSTEM IN TURKEY

*Ali Özcan<sup>1</sup>, Uğur Orhan Karaköprü<sup>2</sup>, Muzaffer Karakuş<sup>3</sup>*

### 1. INTRODUCTION

Automotive sector is one of the three leading sectors in the World. Increases on the sale rates is not the only sequences of this power of the sector, but it ends up with the reverse logistics activities. Most important reverse logistics activity is recall actions. Recall actions start with the Rapex system. Rapex system is obstructed in 2004 by a commission that concludes representatives from the European Union countries, according to the General Product Safety Directive numbered 2001/95. Rapex is a system that allows the quick and active information sharing about the sold and determined as unsafe products and inform the consumers about the health and protection risks of their own of the sold products.

#### 1.1. Methodology

This study is an observation of literature in Turkey and worldwide. This paper concludes, a general overview to automotive sector in the World and in Turkey, detailed information about the recall activities which is important for the highly popular reverse logistics activity in the recent years, prestige of the manufacturer brands and security of the customers.

### 2. LITERATURE REVIEW

#### 2.1. Reverse Logistics

Logistics is defined by The Council of Logistics Management as: The process of planning, implementing, and controlling the efficient, cost effective flow of raw materials, in-process inventory, finished goods and related information from the point of origin to the point of consumption for the purpose of conforming to customer requirements. Reverse logistics includes all of the activities that are mentioned in the definition above. The difference is that reverse logistics encompasses all of these activities as they operate in reverse. Therefore, reverse logistics is: The process of planning, implementing, and controlling the efficient, cost effective flow of raw materials, in-process inventory, finished goods and related information from the point of consumption to the point of origin for the purpose of recapturing value or proper disposal. More precisely, reverse logistics is the process of moving goods from their typical final destination for the purpose of capturing value, or proper disposal (Elmas & Erdoğan, 2011).

#### 2.2. Voluntarily Recall System

Recall is a way for companies to deal with crisis that bring risk to consumers. A company's decision not to conduct a recall, given its knowledge of a product that could pose a hazard to the health of its consumers, hinders its reputation, sales and increases expenses with payments of indemnities for harmed consumers. According to the Consumer Protection Foundation, the recall is an action prescribed by law, adopted by suppliers to warn consumers about the need to

<sup>1</sup> Nisantasi University / Turkey, Asst. Prof. Dr., ali.ozcan@nisantasi.edu.tr

<sup>2</sup> Nisantasi University / Research Assistant, orhan.karakopru@nisantasi.edu.tr

<sup>3</sup> Nisantasi University / muzafferkarakus@yahoo.com

call the consumer back, when problems with products or services placed on the consumer market are encountered. The objective of the recall is to protect and preserve life, health, integrity and consumer's safety, preventing consumption accidents, material and moral damages (Bortoli & Freundt, 2017).

### **3. RESULTS AND PROPOSALS**

It should be considered that as long as consumption and production continue in mutual work, there will always a possibility to presence of products subject to voluntarily recall. Although, a lot of things has been done by far to regulate and legislate, there are still more gaps to fill in theoretically and practically.

When the voluntary recall activities carried out in response to the products supplied to the market in the country are examined, it is important that consumer awareness is not sufficient and public sector needs to be done by the related public institutions.

Recall processes are being pursued worldwide by inquiring online only in a few developed countries. We criticise that this is not enough in this regard and that vehicle inspection stations should also be included in the subject. In this way, the processes for vehicles with recalls and for vehicles traveling in traffic will be carried out much more quickly, and vehicles that do not comply with the legislation will be subject to traffic.

This system, which is considered to be applied, will include insurance companies, notaries, authorized service providers, gentlemen and agents, and a wide use area will be obtained. In addition, the control mechanism of such a system will be left in our country as well as in the General Directorates of Security in many European countries. This practice will reveal the sense of control and trust.

The most important problem faced by manufacturers or importers is that they should not be able to reach recalled vehicles for a long time and should not bring their vehicles to the service when they are invited to authorized services. This situation is thought to be solved by forwarding to the authorized services without the approval of the vehicles to be recalled by the intervention in the vehicle inspection stations.

**Keywords:** Voluntarily Recall System, Reverse Logistics, Automotive Sector

**Anahtar Kelimeler:** Gönüllü Geri Çağırma Sistemi, Tersine Lojistik, Otomotiv Endüstrisi

### **REFERENCES**

- Bortoli, L. V., & Freundt, V. (2017). Effects of voluntary product recall on consumer's trust. *BBR. Brazilian Business Review*, 14(2), 204-224.
- Elmas, G., & Erdoğan, F. (2011). The importance of reverse logistics. *International Journal of business and management studies*, 3(1), 161-171.

## DİZİN

### A

<i>Ahmet Güven</i> .....	50
<i>Ahmet Serhan İşeri</i> .....	50
<i>Ali Özcan</i> .....	65
<i>Altay Aktürk</i> .....	38, 44
<i>Ayşe Nur Buyruk Akbaba</i> .....	47

### B

<i>Bahar Suvacı</i> .....	16
<i>Barış Duman</i> .....	14

### D

<i>Deniz Palalar Alkan</i> .....	52
----------------------------------	----

### E

<i>Erman Akıllıbaş</i> .....	29
<i>Ersin Yücel Karamustafa</i> .....	52

### G

<i>Gönül Kalak</i> .....	61, 63
<i>Güler Ferhan Ünal Uyar</i> .....	12
<i>Gürhan Uysal</i> .....	1

### H

<i>Hande Özolgun</i> .....	36
<i>Hanife Gümüş</i> .....	26
<i>Hatice Mutlu</i> .....	8

### K

<i>Kutalmış Emre Ceylan</i> .....	29
-----------------------------------	----

### M

<i>Merve Uslu</i> .....	58
<i>Meryem Öztürk</i> .....	32
<i>Mustafa Tevfik Kartal</i> .....	10
<i>Muzaffer Karakuş</i> .....	65

### N

<i>Naime Şimşek Yüksekbilgili</i> .....	23
<i>Nusret Yazıcı</i> .....	56

### O

<i>Oğuz Göksu</i> .....	6
-------------------------	---

### S

<i>Serdar Bozkurt</i> .....	58
<i>Serkan Akgün</i> .....	38, 44
<i>Sinemis Binicioğlu Zengin</i> .....	10
<i>Süreyya Yılmaz</i> .....	8

### T

<i>Tuğba Kılıçer</i> .....	42
<i>Tunç Özbilen</i> .....	38, 44
<i>Turkan Ashurova</i> .....	16

### U

<i>Uğur Orhan Karaköprü</i> .....	65
-----------------------------------	----

### Y

<i>Yeşim Coşar</i> .....	20
--------------------------	----