



**T.C.**  
**Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi**  
*Çanakkale Onsekiz Mart University*

**BİLİM-TEKNOLOJİ-YENİLİK EKOSİSTEMİ DERGİSİ**  
*JOURNAL OF SCIENCE-TECHNOLOGY-INNOVATION ECOSYSTEM*

**CİLT 3 • SAYI 1 • YIL 2022**  
**VOLUME 3 • NUMBER 1 • YEAR 2022**  
**E-ISSN: 2757-6140**

**BİLİM-TEKNOLOJİ-YENİLİK EKOSİSTEMİ DERGİSİ**  
*JOURNAL OF SCIENCE-TECHNOLOGY-INNOVATION ECOSYSTEM*

Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi (BİTYED) yılda İki (Haziran ve Aralık) kez yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Gönderilen yazılar ilk olarak editörler ve yazı kurulunca bilimsel anlatım ve yazım kuralları yönünden incelenir. Daha sonra uygun bulunan yazılar alanında bilimsel çalışmaları ile tanınmış üç ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda yazı yayımlanır veya yayımlanmaz.

Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi'nde yayınlanan yazılarda fikirler yalnızca yazar(lar)ına aittir. Dergi sahibini, yayıncıyı ve editörleri bağlamaz. Bu yayında yer alan tüm çalışmalar başvuru anında ve yayın öncesi olmak üzere iki kez iThenticate uygulaması aracılığıyla benzerlik taramasından geçirilmiştir.

**Yayın Türü:** Yaygın Süreli Yayın  
**Yayın Şekli:** 6 aylık (Haziran ve Aralık) Türkçe ve İngilizce

Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izin alınmaksızın hiçbir iletişim, kopyalama sistemi kullanılarak yeniden basılamaz. Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır.

***Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi (BİTYED)***  
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
Prof. Dr. Ramazan Aydın Yerleşkesi, Ağaköy, Biga, Çanakkale,  
Turkey Phone: +90 (286) 335 8738 Fax: +90(286) 3358736  
Web: [http:// http:// http://bityed.dergi.comu.edu.tr/](http://http://http://bityed.dergi.comu.edu.tr/) E-mail: [bityeddergi@comu.edu.tr](mailto:bityeddergi@comu.edu.tr)



Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi (BİTYED); *Index Copernicus International*, *ASSOS İndeks* tarafından indekslenmektedir.

**E-ISSN: 2757-6140**

**BİLİM-TEKNOLOJİ-YENİLİK EKOSİSTEMİ DERGİSİ**  
*JOURNAL OF SCIENCE-TECHNOLOGY-INNOVATION ECOSYSTEM*

Cilt 3 • Sayı 1 • Yıl 2022 / Volume 3 • Number 1 • Year 2022

**E-ISSN: 2757-6140**

**SAHİBİ**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı  
Prof. Dr. Ercan SARIDOĞAN

**EDİTÖR**

Dr. Öğr. Üyesi Rüya ATAKLI YAVUZ

**EDİTÖR YARDIMCILARI**

Doç. Dr. Burcu KILINÇ SAVRUL  
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa TORUN

**ALAN EDİTÖRLERİ**

Prof. Dr. Suat UĞUR(Çalışma Eko. veEnd. İlişkileri)  
Prof. Dr. Hikmet YAVAŞ (Kamu Yönetimi)  
Prof. Dr. Meliha ENER(İktisat)  
Prof.Dr. Nazan YELKİKALAN (İşletme)  
Prof. Dr. Selçuk İPEK (Maliye)  
Dr.Öğr.Üyesi Cemre PEKCAN (Uluslararası İlişkiler)  
Doç.Dr. Mesut SAVRUL (Ekonometri)

**DİL EDİTÖRÜ**

Doç. Dr. Özgür TOPKAYA

**YAZI İŞLERİ**

Arş. Gör. Bedirhan KALE  
Arş. Gör. Gülistan CAN

## DANIŐMA KURULU/Alfabetik Sıra ile

ACER Yücel (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)	KARAGÜL Soner (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKATAY Ayten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KAYA İbrahim (İstanbul Üniversitesi)
AKCAN Ahmet Tayfur (Necmettin Erbakan Üniversitesi)	KILIÇ Cüneyt (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKDEMİR Ali (Arel Üniversitesi)	KURT Serdar (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ATMACA Metin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	MURAT Sedat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Ahmet (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ÖZEKİCİOĞLU Halil (Akdeniz Üniversitesi)
AYDIN Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖZCAN Burcu (Fırat Üniversitesi)
AYTEMİZ Levent (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	SARIDOĞAN Ercan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
BACAK Bünyamin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	SEREL Alpaslan (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)
BAYAR Yılmaz (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ŞAHİN Levent (İstanbul Üniversitesi)
DARICI Burak (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	TAŞ Fatma (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ENER Meliha (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UĞUR Suat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜLOĞLU Bülent (İstanbul Teknik Üniversitesi)	YAVAŞ Hikmet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
İNCEKARA Ahmet (İstanbul Üniversitesi)	YELKİKALAN Nazan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
İPEK Selçuk (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YİĞİT Yusuf (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

## HAKEM KURULU/Alfabetik Sıra ile

AKATAY Ayten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	İPEK Selçuk (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKCAN Ahmet Tayfur (Necmettin Erbakan Üniversitesi)	KANTEN Selahattin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
AKYILDIZ Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KANTEN Pelin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKDEMİR Ali (İstanbul Arel Üniversitesi)	KARAGÜL Soner (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ALBAYRAK BarıŐ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KILIÇ Cüneyt (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ATMACA Metin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KILINÇ SAVRUL Burcu (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
AYDIN Erdal (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KURT Serdar (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KURT Ünzüle (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Ahmet (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ÖZEKİCİOĞLU Halil (Akdeniz Üniversitesi)
BABA Gürol (Ankara Üniversitesi)	ÖZCAN Burcu (Fırat Üniversitesi)
BACAK Bünyamin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	PAZARCIK Yener (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BALAN Feyza (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	POLAT K. Ebru (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BAYAR Yılmaz (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	SAVRUL Mesut (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
DARICI Burak (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ŞAHİN Levent (İstanbul Üniversitesi)
DAVASLIGİL A. Verda (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)	TAN Sabri Sami (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
DİLBAZ A. Nur (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TOPKAYA Özgür (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ELAGÖZ İsmail (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TORUN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ENER Meliha (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TUNALI Halil (İstanbul Üniversitesi)
EROĞLU Umut (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UĞUR Suat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
EROĞLU Filiz (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YAVAŞ Hikmet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÖKTEPE Ahmet Orkun (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)	YELKİKALAN Nazan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
GÖRÜN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YİĞİT Yusuf (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜLER Ruhi (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YILDIRIM Tansoy Yavuz (Bandırma Onyediy Eylül Üniv.)
İNCEKARA Ahmet (İstanbul Üniversitesi)	YILDIZ Tayfun (Ardahan Üniversitesi)

**İÇİNDEKİLER / CONTENTS**

<b>İçindekiler / Contents.....</b>	<b>V</b>
<b>E7 Ülkelerindeki Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatlarına Etkisi</b> The Effect of R&D Expenditures on High-Tech Product Exports in E7 Countries <i>Nur AKTAŞ .....</i>	<b>1-9</b>
<b>Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İnovasyon ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Mardin İli Örneği)</b> Investigation of the Relationship between Physical Education Teachers Innovation and Emotional Intelligence (Example of Mardin Province) <i>Abdulkadir KOÇHAN, Ayten KOÇHAN.....</i>	<b>10-22</b>
<b>Yeşil Ekonomi Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinde Yeşil Tüketime Yönelik Tutumun Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi</b> The Evaluation Of The Attitudes Towards Green Consumption Of University Students From A Green Economy Perspective In Terms Of Demographic Characteristics <i>Esra YÜKSEL ACI, Funda H. SEZGİN.....</i>	<b>23-33</b>
<b>Rekabet Stratejilerinin Finansal Performansa Etkisi: Aile Şirketleri Örneği</b> The Effect of Competitive Strategies on Financial Performance: A Case of Family Business <i>Pınar TOKAL.....</i>	<b>34-45</b>
<b>Türkiye’de Devletin Kadın Girişimcilere Yönelik Destekleyici Politikaları</b> Supporting Policies of the State for Women Entrepreneurs in Turkey <i>Seyhan YILDIRIM.....</i>	<b>46-66</b>
<b>Özel Hastanelerde Bilgi Yönetimi, Yetenek Yönetimi ve Örgütsel Öğrenmenin Örgütsel Performansa Etkisi</b> The Effect Of Knowledge Management, Talent Management and Organizational Learning on Organizational Performance in Private Hospitals <i>Nursel Aydınтуğ MYRVANG, Sevtap İgaç SEBZECİLİ.....</i>	<b>67-81</b>
<b>Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Ekonomik Büyüme İçin Bir Avantaj Sağlar Mı? Gelişmiş Ülkeler Üzerinden Ampirik Kanıtlar</b> Does Export of High-Tech Products Provide Advantage for Economic Growth? Empirical Evidence from Developed Countries <i>Yahya Can DURA, Ebru Gül YILMAZ.....</i>	<b>82-94</b>

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## E7 Ülkelerindeki Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatlarına Etkisi<sup>a</sup>

Nur AKTAŞ<sup>b</sup>

### Özet

Bu çalışmada gelişmiş ülkelere kıyasla büyük çoğunluk olarak yer alan gelişmekte olan ülkelerden E7 ülke grubu ele alınmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesinde sağlayacakları ivme dünyadaki toplam ekonomik refahın artışına neden olabilmektedir. Bu sebeple gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümelerindeki artışlar dünya refahını da arttıracak için çok önemlidir. Bu çalışmanın amacı E7 ülke grubu olan Türkiye, Rusya, Meksika, Endonezya, Brezilya, Hindistan ve Çin'deki Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojili ürün ihracatlarına etkisini panel eşbütünleşme analizi ile belirlemektir. Analiz 2010-2020 dönemlerine ait yıllık veriler kullanılarak yapılmıştır. Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojili ürün ihracatı ile uzun dönem ve kısa dönem ilişkileri ortaya koyulmuştur. Analiz sonucunda, Ar-Ge harcamaları bağımsız değişkeni, yüksek teknolojili ürün ihracatı değişkenini %11.8 arttırmaktadır. Hem panel genelinde hem de E7 ülke grubunda ele alınan ülkeler için Ar-Ge harcamaları anlamlıdır. Katsayı büyüklüklerine bakıldığında ise, yüksek teknolojili ürün ihracatı üzerinde en etkili olan ülkeler Hindistan, Çin ve Rusya çıkmıştır. Ar-Ge harcamalarının etkisinin en düşük olduğu ülkeler ise Türkiye ve Endonezya'dır.

**Anahtar Kelimeler:** E7 Ülkeleri, Ar-Ge Harcamaları, Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı

**Jel Kodları:** C51, O31, O32

**Başvuru:** 12.04.2022

**Kabul:** 14.08.2022

## The Effect of R&D Expenditures on High-Tech Product Exports in E7 Countries

### Abstract

In this study, the E7 country group from the developing countries, which is the majority compared to the developed countries, was discussed. The acceleration that the developing countries will provide in their economic growth can lead to an increase in the total economic welfare in the world. For this reason, increases in the economic growth of developing countries are very important as they will increase world welfare. The aim of this study is to determine the effect of R&D expenditures on high-tech product exports in E7 country group Turkey, Russia, Mexico, Indonesia, Brazil, India and China by panel cointegration analysis. The analysis was made using annual data for the 2010-2020 periods. Long-term and short-term relationships between R&D expenditures and high-tech product exports have been revealed. As a result of the analysis, the independent variable of R&D expenditures increases the variable of exports of high-tech products by 11.8%. R&D expenditures are significant for the countries considered both in the panel and in the E7 country group. Looking at the coefficient sizes, the countries that have the most impact on high-tech product exports are India, China and Russia. The countries with the lowest impact on R&D expenditures are Turkey and Indonesia.

**Key Words:** E7 Countries, R&D Expenditures, Export of High-Tech Products

**Jel Codes:** C51, O31, O32

<sup>a</sup>Bu çalışma "E7 ve G7 Ülkelerinin İnovatif Performanslarını Belirleyen Faktörler ve Yüksek Teknolojili Ürün İhracatlarına Etkileri" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

<sup>b</sup>Dr., nur\_aktas@hotmail.com, ORCID Numarası: 0000-0001-6149-9405

### GİRİŞ

Ülkeler ekonomik kalkınmalarını sağlamak için çeşitli yatırımlar yapmaktadır. Küresel pazarda rekabet gücünü arttırmak için ülkeler inovatif performanslarını etkileyen faktörlerde iyileştirmeler gerçekleştirmektedirler. Ülkelerin inovatif performansını belirleyen faktörlerden en önemlilerinden biri Ar-Ge harcamalarıdır. Aynı zamanda Ar-Ge harcamaları yüksek teknolojilerin oluşumuna zemin hazırlamasında önemli rol oynamaktadır. Ülkeler rekabet edebilirlik düzeylerini arttırmak için Ar-Ge harcamalarına daha fazla bütçe ayırmaktadırlar.

Ülkeler yüksek teknoloji transferini iki kanaldan yapılabilmektedirler. Birinci kanaldan ülke Ar-Ge çalışmalarına gerekli bütçeyi ayırarak teknolojiyi kendisi bulup ihraç edebilmektedir. İkinci kanal olarak doğrudan yabancı yatırımlarla bu teknolojiyi edinebilmektedir. Ülkeler edindikleri bu teknolojiyle yeni bir ürün üreterek veya var olan teknolojiye yeni özellik ekleyip geliştirerek ihraç edebilmektedirler. Bu sayede ülkeler yüksek teknolojili ürün ihracatını arttırarak ülkelerin büyümesine aynı zamanda ihracat özelinde uluslararası ticaretini arttırmaktadırlar.

Çalışmada E7 ülke grubu Türkiye, Rusya, Meksika, Endonezya, Brezilya, Hindistan ve Çin'deki Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojili ürün ihracatlarına etkisi ele alınmıştır. İlk olarak Ar-Ge'nin teknolojiye etkisini teorik çerçeve olarak ele alınmıştır. Ardından literatür taraması ve E7 ülkeleri için 2010-2020 dönemleri için yıllık verilerle Ar-Ge çalışmalarının yüksek teknolojili ürün ihracatlarındaki etkisi panel eşbütünleşme analizi ile belirlenmiştir. Veriler [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) veri sitesinden oluşturulmuştur.

### 1. TEORİK ÇERÇEVE

Klasik iktisadın temelini atan Adam Smith, üretimdeki verimliliğin artması için makineleşmenin, teknolojik gelişmelerin olmasının ekonomik büyüme açısından öneminin farkındadır (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 33). Neo-klasik büyüme teorisi ise teknolojik gelişmenin sermayenin büyümesine sebep olan yatırım ve tasarrufu teşvik etmesi nedeniyle GSYH'nin büyüyeceği belirtilmektedir. Eğer teknolojik gelişme durursa büyümenin sona ereceğini vurgulamaktadır. En ünlü yorumu ise 1950'li yıllarda Robert Solow yapmıştır (Parasız, 2010: 603). Solow'un 1956 yılında "Contribution to the Theory of Economic Growth" adlı makalesine daha sonradan Swan'ın da katkısı olduğu için Solow-Swan modeli olarak anılmaktadır.

Solow-Swan Modeli'ne göre kalıcı büyümenin yalnızca teknolojik gelişmeyle sağlandığı belirtilmiştir. Teknolojik gelişme olmadığı zaman sermaye birikiminin azalan getiri sağladığı vurgulanmıştır. Solow-Swan modeli teknolojiyi üretim faktörlerinin dışında tutmuştur (Jones, 2001: 42). Bunun üzerine Paul Romer 1986 yılında Solow-Swan modelinin ekonomik büyümeyi yeterli bir şekilde açıklayamadığını düşündüğü için "Increasing Returns and Long Run Growth" makalesinde içsel büyüme teorisi'ni ileri sürmüştür (Yülek, 1997: 1). Bu teoriye içsel büyüme teorisi denilmesinin nedeni teknolojik gelişmenin ekonomik büyümede içsel olarak kabul edilmesidir (Şiriner ve Doğru, 2005: 164).

İçsel büyüme modelleri literatüründe teknolojiyi mal gibi üretebileceği ve ülkelerin teknoloji politikalarını uygulayarak teknolojik gelişmenin içsel bir değişken olarak yönetilebilir olduğu sonucuna varılmıştır (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 57). İçsel büyüme teorisinde neo-klasik teorisinin aksine teknolojik gelişmenin ekonomik sistem içinde oluştuğu belirtilmektedir. Yakınsama teorisini reddederek eğer gelişmekte olan ülkeler yeterli iyileştirmeleri yapmazsa gelişmiş ülkeler ile aralarındaki fark daha fazla artabileceği belirtilmiştir. Optimum büyüme oranlarına ulaşılması için devlet müdahalelerinin gerekliliği vurgulanmaktadır. Yakınsama teorisinin içsel büyüme teorilerinde ortadan kalkışı gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelerle arasındaki farkı azaltabilmek için aktif politikaların uygulanmasını vurgulamaktadır (Yülek, 1997: 2).

Romer, Ar-Ge'nin ekonomik büyümedeki önemini vurgulayarak modele dahil etmiştir. Teknolojik gelişmenin Ar-Ge çalışmalarını sonucunda gerçekleştiğini belirtmiş ve bu görüşe Aghion-Howitt (1992), Grossman-Helpman da katılmıştır (Şiriner ve Doğru, 2005: 164). Romer üretime bilgiyi girdi olarak kabul ederek uzun dönemde ekonomik büyümeye ivme kazandıracağını savunmuştur. Paul Romer'ın Ar-Ge modelinde bilgi üretime girdi olarak kabul edilerek aynı zamanda doğal bir dışsallık içerdiğini ileri sürülmüştür. Yeni bir bilgi üretildiği zaman bu yeni bilginin gizli tutulamayacağı için diğer firmaların da öğrenmesiyle olumlu bir dış etkisinin de olduğu kabul edilmektedir (Romer, 1986: 1002-1003). İşletmeler Ar-Ge çalışmaları sayesinde elde ettikleri bilgileri patent ve fikri mülkiyet hakları ile tekelleştirerek karlarını maksimize etmektedirler. Bu sayede karlarını sektörün daha üzerine çıkararak büyümeyi sağlamaktadırlar (Mankiw, 1995: 297).

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Özer ve Çiftçi (2009) Ar-Ge harcamaları ve ihracat ilişkisini OECD ülkeleri açısından 1993-2005 dönemleri için panel veri kullanarak incelemişlerdir. Ar-Ge faaliyetleri ile ihracat arasında pozitif ve yüksek bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Göçer (2013) 11 Asya ülkesi için 1996-2012 dönemindeki Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojileri ihracatı ve toplam ihracat ile ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini panel veri analizi kullanarak belirlemiştir. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojili ürün ihracatına arttırıcı etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Şahbaz, Yanar ve Adıgüzel (2014) Türkiye ve 17 AB ülkesi için 1996-2011 dönemlerindeki Ar-Ge harcamaları ve ileri teknoloji mal ihracatı ilişkisini panel eşbütünleşme ve panel nedensellik analizleri ile incelemişlerdir. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamaları ve ileri teknoloji mal ihracatı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Kılıç, Bayar ve Özekicioğlu (2014) G8 ülkelerindeki 1996-2011 dönemi için Ar-Ge harcamaları ile reel döviz kurunun yüksek teknolojili ürün ihracatı üzerindeki etkisini panel veri analizini ile ortaya koymuşlardır. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamalarının ve döviz kurunun yüksek teknolojili ürün ihracatında olumlu etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir.

Özkan ve Yılmaz (2017) 12 AB ülkesi ve Türkiye için 1996-2015 yılları arasında Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ürün ihracatı ve kişi başı gelir üzerindeki etkilerini panel veri analizi ile tespit etmişlerdir. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojili ürün ihracatı ve GSYH'yı olumlu yönde etkilendiği tespit etmişlerdir.

Gaberli (2018) G7 ülkelerinin fikri mülkiyet haklarına yapılan ödemeler ve Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ihracatına etkisini 1996-2014 dönemi için panel veri analizi ile belirlemiştir. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamaları ve ekonomik karmaşıklık endeksiyle yüksek teknoloji ihracatı arasında olumlu yönde bir ilişki tespit etmiştir.

Özçelik, Aslan ve Özbek (2018) 10 OECD ülke için Ar-Ge harcamaları ve yüksek teknoloji ihracatı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. 1996-2014 dönemlerini panel veri analizi ile incelemişlerdir. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamalarıyla yüksek teknoloji ihracatı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Boz, Bayramoğlu ve Gültekin (2019) BRICS ve MIST ülkelerinin 2000-2015 döneminde Ar-Ge harcamaları ile yüksek teknolojili ürün ihracatı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Analiz sonucuna göre Çin, Türkiye ve Brezilya'da yüksek teknolojili ürün ihracatından Ar-Ge harcamalarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu, Güney Kore'de ise çift yönlü olduğunu tespit etmişlerdir.

Akyol ve Demez (2020) Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ürün ihracatlarına etkisini seçilmiş 10 AB ülkeleri ve Türkiye için 2007-2017 yılları arasında panel veri analizi ile tespit etmeyi amaçlamışlardır. Analiz sonucunda GSYH, yatırım özgürlüğü, Ar-Ge harcamaları, eğitim düzeyi ve beşeri sermaye gibi değişkenlerde meydana gelen artışların yüksek teknolojili ürün ihracatını olumlu yönde etkilediğini belirtmişlerdir.

Canbay (2020) Türkiye'de araştırma ve geliştirme harcamalarının ihracat üzerindeki etkilerini incelemiştir. 2004-2017 dönemindeki verilerle gecikmesi dağıtılmış otoregresif modele dayalı sınır testi yardımıyla incelemiştir. Sınır testi analizine göre değişkenlerin ilişkisinin uzun dönemli olduğunu tespit edilmiştir.

Durmaz ve Yıldız (2020) BRICS ülkeleri için 1999-2018 yılları arasında yüksek teknoloji ihracatı sürecinde inovasyonun etkisini panel veri analizi ile analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda seçilmiş ülkelerin patent sayısı ve yüksek teknoloji ihracatı arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Sey ve Aydın (2021) Türkiye'de yüksek teknoloji ürün ihracatı ve inovasyon ilişkisini Ar-Ge harcamaları ve patent başvuru sayıları arasındaki uzun dönemli ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada 1990-2018 dönemleri için ARDL sınır testi yaklaşımı ve Toda-Yamamoto nedensellik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamalarının yüksek teknolojili ürün ihracatı üzerinde patent başvuru sayısından daha fazla etkilediği ortaya koyulmuştur.

Tekin ve Demirel (2022) bilimsel ve teknolojik performansın ekonomik büyümeye etkisini 21 OECD ülkesi için 2003-2016 dönemleri için panel veri analizi ile analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda Ar-Ge harcamaları ve patent sayıları ile GSYH arasında uzun süreli bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.



### 3. EKONOMETRİK ANALİZ

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yüksek teknoloji ürün ihracatı yapan ülkelerin ekonomik büyümeleri daha hızlı gerçekleşmektedir. Yüksek teknoloji ürün ihracatında lider olan ülkeler daha çok Ar-Ge faaliyetlerine önem verdiği görülmektedir. Ülkelerin ekonomilerinin sürdürülebilir olması için düşük teknoloji ürün ihracatından ziyade yüksek teknoloji ürünlere daha fazla ağırlık vermesi gerekmektedir. Dünyada gelişmiş ülkelere karşın gelişmekte olan ülkeler daha çoğunluktadır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde yapılacak iyileştirmeler tüm dünyanın toplam refahına da katkı sağlayabilmektedir. Bu sebeple gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümelerinde ivme kazanması dünya refahı için de çok önemlidir. Bu çalışmanın amacı E7 ülke grubu Türkiye, Rusya, Meksika, Endonezya, Brezilya, Hindistan ve Çin'in Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ürün ihracatlarına etkisini panel eşbütünleşme analizi ile belirlemektir.

#### 3.2. Verilerin Tanıtımı ve Örneklem

Çalışmada Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ürün ihracatı ile uzun ve kısa dönem ilişkileri ortaya koyulacaktır. Veriler [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) veri sitesinden oluşturulmuştur. Analiz periyodu verilerin ortak noktada başladığı dönem olarak 2010-2020 yıllık bazda ve verileri bu dönem için eksiksiz olan E7 ülke grubu için ele alınmıştır. Analizler Gauss kodları ve Eviews10.0 sürümü yardımıyla elde edilmiştir. Modelde yer alan değişkenler Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1. Analizde Kullanılan Değişkenlerin Tanıtımı**

Değişkenler	Gösterimi	Tanımı
Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı/Toplam İhracat	YTÜİ	Bağımlı değişken
AR-GE Harcamaları/GSYİH	AR-GE	Bağımsız değişken

**Tablo 2. Değişkenlere Yönelik Tanımsal İstatistik Bilgiler**

İstatistikler	YTÜİ	AR-GE
Ortalama	13.89573	0.890909
Medyan	11.43970	0.900000
Maksimum	32.13548	2.200000
Minimum	2.115046	0.100000
St. sapma	8.697843	0.555637

#### 3.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, ülkeler bazında belirlenen yıllar için değişkenler üzerinden ilişki ölçüleceği için hem zaman hem de kesit boyutu bulunmaktadır ve veri yapısı panel veri yapısındadır. Analizler öncesinde, ele alınan değişkenlere yönelik tanımsal istatistik bilgiler verilerek, grafikler yardımıyla zaman seyri yapıları sunulmuştur. Panel veri analizinde ilk aşamada yapılması gereken, analizde kullanılan değişkenlerin homojenliğinin test edilmesidir. Pesaran ve Yamagata (2008) homojenlik testi uygulanarak, eğitim katsayılarının homojen olmadığına karar verilmiştir. Bu durumda heterojenlik varsayımına dayanan birinci nesil birim kök testleri olan Im, Pesaran ve Shin (2003), Maddala ve Wu (1999) ve Choi (2001) testi uygulanmıştır. Birim kök testlerinde amaç, değişkenlerin zaman içinde sahip olduğu trend etkilerinin belirlenmesi sonucunda, kaçınıcı mertebeden fark için durağan olduklarının ortaya koyulmasıdır. Birinci nesil birim kök testleri sonucunda birinci mertebeye fark için durağanlık belirlenmiştir. Diğer aşamada, yatay kesit bağımlılığının test edilerek ikinci nesil birim kök testlerine ihtiyaç olup olmadığının ortaya konulması gerekmektedir. Panel veri setinde yatay kesit bağımlılığı mevcut ise 2. nesil birim kök testlerini kullanmak daha tutarlı, etkin ve güçlü tahminleme yapılmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada Pesaran (2004)  $CD_{LM}$  testi kullanılmış ve yatay kesit bağımlılığı olduğu anlaşılmıştır. Buradan hareketle her bir ülke için bulunan CADF istatistiklerinin aritmetik ortalaması alınarak, CIPS istatistiği hesaplanarak ikinci nesil durağanlık sonuçlarına bakılmıştır. Bu sonuçlar da birinci mertebeye fark için serilerin durağan oldukları sonucunu vermiştir. Her bir serinin birinci mertebeye farkı alınarak ilişkilerin uzun dönem yapılarının belirlenmesi amaçlı küçük örneklerde iyi sonuçlar veren Westerlund ve Edgerton (2007) LM Bootstrap Panel Eşbütünleşme Testi uygulanmıştır. Serilerin eşbütünleşik olup uzun dönemli ilişkili olduğu belirlenerek, uzun dönem eşbütünleşme katsayıları FMOLS (Full Modified OLS) yöntemiyle incelenmiştir. Diğer aşamada, eşbütünleşik seriler arasında kısa dönemde meydana gelen nedensellik ilişkisinin belirlenmesinde hata düzeltme teriminden yararlanılarak bilgi elde edilmiştir. Bağımsız değişkende meydana

gelen dengesizliğin bir sonraki dönemde ne kadarının düzeltileceğini gösteren hata düzeltme modeli çalıştırılarak, değişkenler arasında kısa dönem ilişkilerin varlığı ortaya konulmuştur.

### 3.4. Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenlik Testleri

Yatay kesit bağımlılığı için Pesaran (2004) LM CD test ve Pesaran vd. (2008) çalışmasında yer alan sapması düzeltilmiş LM adj. test uygulanmıştır. Her iki test için  $p < 0.05$  olduğundan  $H_0$  red edilerek yatay kesit bağımlılığı durumunu belirten  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir. Diğer yandan, Pesaran ve Yamagata (2008) delta tilde ve düzeltilmiş delta tilde testleri yardımıyla homojenlik testi uygulanmıştır. Test sonucunda  $p < 0.05$  olduğundan  $H_0$  red edilmiş ve heterojenliği belirten  $H_1$  hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 3. Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenlik Test Sonuçları**

Yatay kesit bağımlılığı testi ( $H_0$ : Yatay kesit bağımlılığı yoktur)		
Test	Test istatistiği	p-değeri
LM (Breuschand Pagan (1980))	31.572	0.003
LM <sub>adj</sub> (Pesaran vd. (2008))	32.778	0.000
LM CD (Pesaran (2004))	34.105	0.000
Homojenlik testi ( $H_0$ : Eğim katsayıları homojendir)		
Test	Test istatistiği	p-değeri
Delta tilde	7.972	0.000
Delta_tilde_adj	8.135	0.000

### 3.5. Birinci ve İkinci Nesil Birim Kök Test Sonuçları

Birinci nesil birim kök testleri homojen ve heterojen modeller olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Katsayılar heterojen çıktığı için heterojen model varsayımına dayanan Im, Pesaran ve Shin (2003), Maddala ve Wu (1999) ve Choi (2001) birinci nesil birim kök testleri kullanılacaktır.

**Tablo 4. Birinci Nesil Panel Birim Kök Testi Sonuçları**

Değişkenler		Im vd. (2003)	Maddala ve Wu (1999)	Choi (2001)
YTÜİ	Düzyey	-0.717(0.274)	9.812(0.179)	-0.932(0.139)
	∇	-6.852(0.007)*	38.487(0.000)*	-10.567(0.000)*
AR-GE	Düzyey	-0.913(0.129)	8.712(0.215)	-1.386(0.256)
	∇	-7.416(0.002)*	34.156(0.002)*	-9.305(0.000)*

**Not:** ∇ gösterimi birinci mertebeye farkı, \* gösterimi ise, durağanlık durumunu göstermektedir. Testlerin deterministikspesifikasyonu sabit ve trendi içermektedir. Olasılık değerleri parantez içerisinde belirtilmektedir. 0.05 düzeyinde anlamlılık için sınamalar yapılmıştır. Testlerin sıfır hipotezi birim kök vardır şeklindedir. Optimal gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriteri kullanılarak belirlenmiştir.

Değişkenlerin tümü düzey değerlerinde birim köke sahiptir. Birinci mertebeye fark için durağan oldukları  $I(1)$  belirlenmiştir. Yatay kesit bağımlılığı nedeniyle ikinci nesil birim kök testleri uygulanacaktır. Pesaran (2007)'nin geliştirdiği CADF testi uygulanmıştır.

**Tablo 5. İkinci Nesil Panel CADF Birim Kök Testi Sonuçları**

Değişkenler	Düzyey		1.mertebeye fark	
	Sabit	Sabit + Trend	Sabit	Sabit + Trend
YTÜİ	-1.180	-1.209	-4.242*	-4.599*
AR-GE	-1.213	-1.298	-6.121*	-6.463*

\*0.05 içindurağandeğişken

İkinci nesil birim kök testi CADF için gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriterine göre 1 alınmıştır. Test sonucunda, serilerin düzeyde durağan olmadığı, birinci mertebeye fark için durağan oldukları görülmüştür.

### 3.6. Westerlund&Edgerton (2007) LM Bootstrap Panel Eşbütünleşme Testi

Panel veri analizlerinde eşbütünleşme teknikleri, zaman serisi ( $T$ ) ve yatay kesit ( $N$ ) boyutunda değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığını test etmek için kullanılır. Bu çalışmada değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin belirlenmesi amacıyla Westerlund&Edgerton (2007) tarafından geliştirilen LM bootstrappanel

eşbütünleşme testinden faydalanılmıştır. Bu eşbütünleşme testi McCoskey ve Kao (1998) tarafından ileri sürülen Langrage testi çarpanına dayanmaktadır. Bu eşbütünleşme testinde yatay kesit birimleri arasındaki bağımlılık dikkate alınmaktadır. Ayrıca Westerlund ve Edgerton (2007) eşbütünleşme testinin küçük örneklerde iyi sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir. Bu testte  $H_0$  hipotezinin kabul edilmesi tüm kesitler için eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

**Tablo 6. Westerlund ve Edgerton (2007) LM Bootstrap Eşbütünleşme Sonuçları**

LM <sub>N+</sub>	E7 ÜLKE GRUBU					
	Sabit			Sabit+trend		
	İstatistik	Asimtotik p değeri	Bootstrap p değeri	İstatistik	Asimtotik p değeri	Bootstrap p değeri
	7.384	0.129	0.311	8.445	0.324	0.387

Bootstrap olasılık değerleri 10.000 tekrarlı dağılımdan elde edilmiştir. Asimtotik olasılık değerleri, standart normal dağılımdan elde edilmiştir. Gecikme ve öncül seviyeleri 1 alınmıştır. Tablo 7'deki sonuçlar incelendiğinde her iki ülke grubunda ele alınan seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin var olduğu ( $p > 0.05$ ) görülmektedir. Bu durumda seriler uzun dönemde birlikte hareket etmektedir. Serilerin eşbütünleşik olduklarına karar verildikten sonra eşbütünleşme tahmincileri ile modeldeki katsayılar tahmin edilebilirler. Modelin uzun dönem katsayı tahminlerine geçilecektir.

### 3.7. Uzun Dönem Eşbütünleşme Katsayılarının FMOLS (Full Modified OLS) Tahmini

Bu çalışmada uzun dönem eşbütünleşme katsayıları FMOLS (Full Modified OLS) yöntemiyle incelenmiştir. Phillips ve Hansen (1990) göre, FMOLS yöntemi; değişkenlere ait denklemlerin hata terimleri arasındaki eşanlı ilişkileri dikkate aldığından, ikinci derece sapmaları da gidermektedir. FMOLS tahmincisi, standart tahminlerde meydana gelen diagnostik sorunları gidermektedir. Bu yöntem içselliği ve otokorelasyon sorununu dikkate alarak OLS'nin geliştirilmesiyle elde edilmiştir. Ayrıca, OLS tahmincisinin eşbütünleşik denklemlerin optimal değerlerini hesaplamada ortaya çıkan yetersizliğini gidermek için FMOLS'de asimtotik sapmalı ve dışsallık varsayımı kullanılmıştır. Yatay kesit bağımsızlığını varsayan bu tahminci aynı zamanda heterojenitenin söz konusu olması durumunda paneli oluşturan her bir yatay kesit için ise farklı bir eşbütünleşme vektörünün tahminine izin vermektedir.

**Tablo 7. Uzun Dönem Eşbütünleşme Katsayıları Tahmin Sonuçları**

Ülkeler	FLogAR-GE
ÇİN	0.172*
ENDONEZYA	0.101*
TÜRKİYE	0.099*
BREZİLYA	0.103*
RUSYA	0.179*
HİNDİSTAN	0.180*
MEKSİKA	0.114*
PANEL	<b>0.118*</b>

\*%5 için istatistik anlamlı değişken (Analizdeki otokorelasyon ve değişen varyans problemleri Newey-West yöntemiyle giderilmiştir). "F" gösterimi birinci mertebe farkı belirtmektedir.

Tablo 7 sonuçlarına göre, panel geneli için ülke grubunda ele alınan bağımsız değişken AR-GE değişkeni YTÜİ üzerinde pozitif yönde (artırıcı etki) istatistik anlamlı ilişkili çıkmıştır ( $p < 0.05$ ). Ar-Ge harcamaları YTÜİ değişkenini %11.8 arttırmaktadır. E7 ülke grubunda ele alınan ülkeler için AR-GE anlamlıdır, katsayı büyüklüklerine bakıldığında, YTÜİ üzerinde en etkili olan ülkeler Hindistan, Çin ve Rusya çıkmıştır. En düşük Ar-Ge etkisi ise Türkiye ve Endonezya için elde edilmiştir.

### 3.8. Kısa Dönem Analizi: Hata Düzeltme Modeli

Eşbütünleşik seriler arasında kısa dönemde meydana gelen nedensellik ilişkisinin belirlenmesinde hata düzeltme teriminden yararlanılarak bilgi elde edilmektedir. Kısaca, bağımsız değişkende meydana gelen dengesizliğin bir sonraki dönemde ne kadarının düzeltileceğini gösteren hata düzeltme modelidir. Kısa dönem analizinde, farkı alınmış serilerin gecikmeleri ve uzun dönem analizinden elde edilen hata terimi serisinin bir dönem gecikmeli değeri (ErrorCorrectionTerm:  $ECT_{t-1}$ ) kullanılmaktadır.

Tablo 8. Ülke Grubu İçin Kısa Dönem Hata Düzeltme Modeli Katsayı Tahminleri

Bağımlı Değişken: $\Delta \ln Y T \ddot{U}_t$	Katsayı	St. hata	t-İstatistiği	p
$\Delta \ln AR-GE_t$	0.109	0.019	5.736	0.000*
$\Delta ECT_{t-1}$	-0.427	0.056	-7.625	0.000*
Sabit	2.573	0.392	6.563	0.000*
$R^2=0.651$ , $DW=2.02$ , $J-B=0.246$ , $Harvey\ test(p)=0.132$				

**Not:** \*0.05 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı, JB; Jarque-Bera normallik testi olasılık değerini ifade etmektedir. Tahminlerdeki otokorelasyon ve değişen varyans sorunları, Newey-West yöntemi ile giderilmeye çalışılmıştır.

Tablo 8’de hata düzeltme teriminin katsayısı E7 ülke grubunda negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Yani; modelin hata düzeltme mekanizması çalışmaktadır. Bu durumda uzun dönemde beraber seyreden seriler arasında kısa dönemde meydana gelen sapmaların %42.7’si ortadan kalkmakta ve seriler tekrar uzun dönem denge değerine yakınsamaktadır. Değişkenler tekrar uzun dönemde denge değerine yaklaşmaktadır. Böylece seriler arasında hem uzun hem de kısa dönem ilişkiler elde edilmiştir. Kısa dönem katsayı değerlerine bakıldığında, uzun döneme göre daha etkiler düşük çıkmıştır. Bu durumda yüksek teknoloji ürün ihracatını etkileyen Ar-Ge, uzun dönemde daha önemli oranda çıktılar sağlamakta, kısa dönemde etkiler daha düşük seyretilmektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yüksek teknoloji ürünlerin artışı dünyanın ekonomik refahı için çok önemli bir faktördür. Gelişmiş ülkelerin sermaye oranları gelişmekte olan ülkelere göre daha yüksek olduğu için yoğun Ar-Ge çalışmaları sonucunda yüksek teknolojiye daha kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Gelişmekte olan ülkeler gelişmiş ülkelere göre daha çoğunluk olarak yer almaktadır. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerdeki büyüme oranlarındaki artış ve uygulanacak çeşitli politikalarla yapılan iyileştirmelerle dünyanın toplam refahının artışına da katkı sağlayabilmektedirler. Bu sebeple bu çalışmada gelişmekte olan ülke grubu olan E7 ülkeleri ele alınarak Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ürün ihracatı ile uzun ve kısa dönem ilişkileri ortaya koyulmuştur.

Çalışmada Pesaran ve Yamagata (2008) homojenlik testi uygulanarak, eğitim katsayılarının homojen olmadığına karar verilmiştir. Heterojenlik varsayımına dayanan birinci nesil birim kök testleri olan Im, Pesaran ve Shin (2003), Maddala ve Wu (1999) ve Choi (2001) testi uygulanmıştır. Pesaran (2004)  $CD_{LM}$  testi kullanılmış ve yatay kesit bağımlılığı olduğu anlaşılmıştır. Bundan hareketle bir ülke için bulunan CADF istatistiklerinin aritmetik ortalaması alınarak, CIPS istatistiği hesaplanarak ikinci nesil durağanlık sonuçlarına bakılmıştır. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin belirlenmesi amacıyla Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından geliştirilen LM bootstrap panel eşbütünleşme testinden faydalanılmıştır. Uzun dönem eşbütünleşme katsayıları FMOLS (Full Modified OLS) yöntemiyle incelenmiştir. Eşbütünleşik seriler arasında kısa dönemde meydana gelen nedensellik ilişkisinin belirlenmesinde hata düzeltme teriminden yararlanılarak bilgi elde edilmiştir.

Hata düzeltme teriminin katsayısı E7 ülke grubunda negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Yani; modelin hata düzeltme mekanizması çalışmaktadır. Bu durumda uzun dönemde beraber seyreden seriler arasında kısa dönemde meydana gelen sapmaların %42.7’si ortadan kalkmakta ve seriler tekrar uzun dönem denge değerine yakınsamaktadır. Değişkenler tekrar uzun dönemde denge değerine yaklaşmaktadır. Kısa dönem katsayı değerlerine bakıldığında, uzun döneme göre daha etkiler düşük çıkmıştır. Bu durumda yüksek teknoloji ürün ihracatını etkileyen Ar-Ge, uzun dönemde daha önemli oranda çıktılar sağlamakta, kısa dönemde etkiler daha düşük seyretilmektedir.

Analiz sonucunda panel geneli için ülke grubunda ele alınan bağımsız değişken Ar-Ge değişkeni yüksek teknoloji ürün ihracatı üzerinde pozitif yönde ve istatistik anlamlı ilişkili çıkmıştır. Ar-Ge harcamaları yüksek teknoloji ürün ihracatı değişkenini %11.8 arttırmaktadır. E7 ülke grubunda ele alınan ülkeler için Ar-Ge anlamlıdır, katsayı büyüklüklerine bakıldığında, yüksek teknoloji ürün ihracatı üzerinde en etkili olan ülkeler sırasıyla Hindistan, Rusya ve Çin çıkmıştır. Ardından Meksika, Brezilya gelmektedir. En düşük Ar-Ge etkisi ise Türkiye ve Endonezya’da elde edilmiştir.

E7 ülke grubunda yer alan Türkiye en düşük Ar-Ge harcamalarına sahip ülkedir. Ülkeler rekabet güçlerini arttırmak için Ar-Ge çalışmalarına ciddi bütçeler ayırmaktadırlar. Bu sayede yeni teknolojik gelişimlere olanak sağlayarak bu teknolojinin ilk ihracatçısı olabilmektedirler. Türkiye’de ise sermaye oluşumlarının azlığından Ar-Ge faaliyetlerine yeterli bütçe ayırmamaktadır. Ar-Ge faaliyetlerindeki azlık yüksek teknoloji ürün ihracatının da düşük oranlarda kalmasına neden olmaktadır.

Ar-Ge faaliyetleri en düşük olan ülke olan Türkiye'ye baktığımızda eğitim sisteminde yapılacak yeniden yapılandırma ile nitelikli iş gücü artışını sağlamaları gerekmektedir. Sermaye oluşumlarını destekleyecek yeni politikalar uygulanmalıdır. Sermaye oluşumlarını arttıran faktörlerden biri doğrudan yabancı yatırımlardır. Doğrudan yabancı yatırımlar altyapı çalışmaları daha güçlendirilerek güvenli alıcı pozisyonuna gelinmesi gerekmektedir. Bürokratik süreçlerden ziyade daha düşük vergiler ile yeni yatırımlara zemin hazırlanabilir.

Sonuç olarak, Hindistan, Rusya ve Çin Ar-Ge harcamalarına verdikleri önemle yüksek teknolojili ürün ihracatlarını arttırmaktadırlar. Türkiye, Brezilya, Meksika, Endonezya ise Ar-Ge harcamalarına bütçe ayırabilmek için sermaye oluşumlarını artırıcı politikalar izleyerek, eğitim sistemindeki yapılandırmalarla nitelikli iş gücünün artmasını sağlayarak yüksek teknolojili ürün ihracatlarının artışını gerçekleştirebilirler. Üniversite-sanayi arasında daha güçlü bir etkileşim sağlayarak yeni inovasyonların oluşumuna bu sayede de ekonomik büyümelerine destek verebilirler.

### KAYNAKÇA

- AKYOL, M. & DEMEZ, S. (2020). Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknoloji Ürün İhracatına Etkisi: AB'ye Üye Geçiş Ekonomileri ve Türkiye Analizi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(3), 767-781.
- CANBAY, Ş. (2020). Türkiye'de Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) Harcamalarının İhracat Üzerindeki Etkileri. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 63, 131-140.
- CHOI, I. (2001). UnitRootTestsFor Panel Data. Journal Of International Money And Finance, 20(1), 249-272.
- ÇELEBİ BOZ, F., GÜLTEKİN, Ö.F. & BAYRAMOĞLU, T. (2019). BRICS ve MIST Ülkelerinde Ar-Ge Harcamaları ile Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. Journal of the Human and Social Science Researches, 8(2), 1111-1124.
- DURMAZ, A. & YILDIZ, Ü. (2020). The Impact of Innovation in The Process of High Technology Exports: An Analysis On Brics Countries. International Journal of Economic and Administrative Studies, 28, 193-202.
- GABERLİ, Ü. (2018). G7 Ülkelerinde Fikri Mülkiyet Haklarına Yapılan Ödemeler ve Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknoloji İhracatına Etkisi: Bir Panel Veri Analizi. Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar, 64(1), 67-82.
- GÖÇER, İ. (2013). Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı, Dış Ticaret Dengesi ve Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri. Maliye Dergisi, 165.
- IM, K.S, PESARAN, M.H. VE SHIN, Y. (2003). Testing For Unit Roots In Heterogeneous Panels. Journal Of Econometrics, 115(1), 53-74
- JONES, C. (2016). İktisadi Büyümeye Giriş. (İ.Tuncer ve S. Ateş, Çev.). İstanbul: Literatür Yayıncılık. (Orijinal çalışma basım tarihi 2001.)
- KILIÇ, C., BAYAR Y. VE ÖZEKİCİOĞLU, H. (2014). Araştırma Geliştirme Harcamalarının Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı Üzerindeki Etkisi: G-8 Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 44, 115-130.
- MADDALA, G.S & WU, S.(1999). Comparative Study Of Unit Root Tests With Panel Data And A New Simple Test. Oxford Bulletin Of Economics And Statistics, Special Issue, 61(1), 631-652
- MANKIW, N.G. (1995). The Growth of Nations. Brookings Papers on Economic Activity, 1, 275-326.
- MCCOSKEY, S., & KAO, C. (1998). A Residual-Based Test Of The Null Of Cointegration In Panel Data. Econometric Reviews, 17(1), 57-84.
- ÖZÇELİK, Ö., ASLAN, A. & ÖZBEK, R.İ. (2018). Ar-Ge Harcamalarıyla Yüksek Teknoloji İhracatı Arasındaki İlişki: Seçili 10 OECD Ülkesi İçin Panel Veri Analizi. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(3), 57-66.
- ÖZER, M. & ÇİFTÇİ, N. (2009). Ar-Ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23, 39-49.
- ÖZKAN, G. & YILMAZ, H. (2017). Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı ve Kişi Başı Gelir Üzerindeki Etkileri: 12 AB Ülkesi ve Türkiye için Uygulama (1996-2015). Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 12, 1.

- PARASIZ, İ. (2010). İktisada Giriş (10. Baskı). İstanbul: Ezgi Kitabevi.
- PESARAN, M.H. (2004). General Diagnostic Tests For Cross Section Dependence In Panels. Cesifo Working Paper, 1229, 1-46.
- PESARAN, M.H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test In The Presence Of Cross-Section Dependence. Journal Of Applied Econometrics, 22(2), 265-312.
- PESARAN, M.H. & YAMAGATA, T. (2008). Testing Slope Homogeneity In Large Panels. Journal Of Econometrics, 142 (1), 50-93.
- PHILLIPS, P. & HANSEN, B. (1990). Statistical Inference In Instrumental Variables Regression With I(1) Processes. Review Of Economic Studies, 57(1), 99-125.
- ROMER, P.M. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. The Journal of Political Economy, 94(5), 1002-1037.
- SEY, N. & AYDIN, B. (2020). Türkiye’de Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı ve İnovasyon İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme. ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 11(1), 238-252.
- ŞAHBAZ, A., YANAR, R. & ADIGÜZEL, U. (2014). Ar-Ge Harcamaları ve İleri Teknoloji Mal İhracatı İlişkisi: Panel Nedensellik Analizi. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23(1), 47-60.
- ŞİRİNER, İ. & DOĞRU, Y. (2005). Türkiye Ekonomisi’nin Büyüme Dinamikleri Üzerine Bir Değerlendirme. Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2), 162-182.
- TEKİN, A. & DEMİREL, O. (2022). Bilimsel ve Teknolojik Performansın Ekonomik Büyümeye Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Panel Veri Analizi. Sosyoekonomi, 30(51), 353-364.
- TURANLI, R. & SARIDOĞAN, E. (2010). Bilim-Teknoloji-İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- WESTERLUND, J. & EDGERTON, D.L. (2007). A Panel Bootstrap Cointegration Test. Economic Letters, 97(3), 185-190.
- YÜLEK, M. (1997). İçsel Büyüme Teorileri, Gelişmekte Olan Ülkeler ve Kamu Politikaları Üzerine. Hazine Dergisi, 6, 1-15.
- YÜLEK, M. (2019). Ulusların Yükselişi (2. Baskı). İstanbul: Kronik Yayıncılık.

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İnovasyon ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Mardin İli Örneği)

Abdulkadir KOÇHAN<sup>a</sup>  
Ayten KOÇHAN<sup>b</sup>

### Özet

Öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme konusunda yenilikçi bir anlayışa sahip olmaları ve duygularını etkin bir şekilde kullanmaları önemlidir. Öğretmenlerin bu sorumluluklarını yerine getirebilmeleri için öğrenmeye açık, öğrenme sürecine yatkın, yenilikleri ve bilgileri özümsemeye istekli ve öğrenmeye motive olmaları, başkalarının benzer düşüncelerine sahip olmaları gereklidir. Çalışmanın amacı, Mardin ili merkezde bulunan 180 beden eğitimi öğretmeni için, duygusal zekanın bireysel yenilikçiliğe olan etkisine yönelik değerlendirmeler yapmaktır. Ölçeklerden elde edilen boyut ortalamalarına bakıldığında, hem duygusal zeka hem de bireysel yenilikçilik için yüksek değerler olduğu görülmektedir. Korelasyon analizi sonucunda, duygusal zeka (DZ) ile bireysel yenilikçilik (BY) arasında %56.6 pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. Duygusal zeka alt boyutları açısından bakıldığında, bireysel yenilikçilik ile pozitif yönlü anlamlı ilişkili oldukları görülmüştür. Regresyon analizi sonucunda, DZ değişkeni BY üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilidir ( $\beta = 0.631$ ,  $p < 0.01$ ). Alt boyutlar BY üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilidir. Alt boyutlar arasında BY'yi en çok etkileyen deneyime açıklık ( $\beta = 0.612$ ,  $p < 0.01$ ) ve risk alma ( $\beta = 0.619$ ,  $p < 0.01$ ) olarak elde edilmiştir. Çalışmada duygusal zekanın bireysel yenilikçiliği olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Yenilikçi eğitime katkı sağlayan ekonomik teşviklerin ve yenilikçi eğitimin gelişimini destekleyen politikaların desteklenmesi önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Beden Eğitimi Öğretmeni, İnovasyon, Duygusal Zeka  
**Jel Kodları:** C13, M10, O30

**Başvuru:** 03.05.2022

**Kabul:** 08.08.2022

## Investigation of the Relationship between Physical Education Teachers Innovation and Emotional Intelligence (Example of Mardin Province)

### Abstract

It is important that teachers have an innovative understanding of lifelong learning and use their emotions effectively. In order for teachers to fulfill these responsibilities, they must be open to learning, inclined to the learning process, willing to absorb innovations and information, motivated to learn, and have the same thoughts of others. The aim of the study is to evaluate the effect of emotional intelligence on individual innovativeness for 180 physical education teachers in the center of Mardin. Looking at the dimension averages obtained from the scales, it is seen that there are high values for both emotional intelligence and individual innovativeness. As a result of the correlation analysis, a positive relationship of 56.6% was determined between emotional intelligence (EI) and individual innovativeness (CR). In terms of emotional intelligence sub-dimensions, it was seen that they were positively and significantly related to individual innovativeness. As a result of regression analysis, EI variable had a positive and significant effect on CR ( $\beta = 0.631$ ,  $p < 0.01$ ). Sub-dimensions have a positive and significant effect on CF. Among the sub-dimensions, openness to experience ( $\beta = 0.612$ ,  $p < 0.01$ ) and risk-taking ( $\beta = 0.619$ ,  $p < 0.01$ ) were found to affect CR the most. In the study, it was determined that emotional intelligence affects individual innovativeness positively. It is recommended to support economic incentives that contribute to innovative education and policies that support the development of innovative education.

**Key Words:** Physical Education Teacher, Innovation, Emotional Intelligence  
**Jel Codes:** C13, M10, O30

<sup>a</sup> Milli Eğitim Bakanlığı, Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmeni, Okul Yöneticisi, kochankadir@hotmail.com

<sup>b</sup> Milli Eğitim Bakanlığı, Sınıf Öğretmeni, aytenkochan34@gmail.com

## GİRİŞ

Eğitim sisteminin rolünü üstlenen öğretmenlerin çağa ayak uydurmaları ve farklı beceriler kazanmaları çok önemlidir. Günümüz öğretmenlerinin kendileri için belirledikleri hedeflere ulaşabilmeleri ve büyümelerini daha da ileriye taşıyabilmeleri, yenilikçi, duygusal ustalıklarına ve bireylerin sürekli öğrenmelerine doğrudan bağlı olduğu söylenebilir.

Öğretmenler ilgi ve gelişim alanlarına yönlendirildiklerinde bireysel yeteneklerini keşfedebilir ve ruhsal potansiyellerini sonuna kadar geliştirebilirler. Bu düşünceden hareketle öğretmenler bilgi ve becerilerini geliştirmek, hayalleri gerçekleştirmek ve bilgeliğe yükselmek için sürekli çaba göstermelidir. Bu aşamada öğretmenlerin yaşam boyu öğrenme konusunda yenilikçi bir anlayışa sahip olmaları ve duygularını etkin bir şekilde kullanmaları önemlidir. Öğretmenlerin bu sorumluluklarını yerine getirebilmeleri için öğrenmeye açık, öğrenme sürecine yatkın, yenilikleri ve bilgileri özümsemeye istekli ve öğrenmeye motive olmaları, başkalarının benzer düşüncelerine sahip olmaları önemlidir (Özden, 2013: 67). Bir bakıma yeniliklerle uyumludur, yaşam boyu öğrenmenin önemini ve gerekliliğini sağlar. Yeniliklere uyum sağlamak ve yeni şeyler keşfetmek, yaşam boyu öğrenmenin etkisini ve günümüz koşullarında gerekliliğini artırmaktadır (Yaman ve Yazar, 2015: 1553).

Avrupa Komisyonu (AB, 2007) yaşam boyu öğrenmeyle ilgili belirli hedeflerin oluşturulmasına yönelik her türlü faaliyete destek vermiştir. Bu hedef, bireylerin beşik döneminden itibaren edindikleri bilgi, beceri ve anlayışı en üst düzeye çıkarmayı, bunları hem kişisel hem de sosyal açıdan zenginleştirmeyi ve geliştirmeyi amaçlayan tüm öğrenme etkinliklerini içermektedir. Bireylerin yaşam boyu öğrenme alışkanlıklarına sahip olmaları, sürekli yenilik yapmaları, bilgiye erişebilmeleri, bilgiyi kullanabilmeleri ve yorumlayabilmeleri, duygularını kontrol edebilmeleri, çevresindekilere anlamlı bir şekilde katkıda bulunabilmeleri, çeşitli ve birçok koşula uyum sağlayabilmeleri gerekmektedir. Bir öğretmen ne kadar iyi olursa olsun, kendini sürekli güncellemek zorundadır. Eğitimciler olarak öğretmenler, giderek karmaşıklaşan bir dünyada sayısız zorluğun üstesinden gelmek için mevcut eğitim ve öğretim uygulamalarını yeniden düşünmelidir. Bu ise ancak yaşayarak ve toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilecek eğitim deneyimlerini keşfederek gerçekleştirilebilir.

Yenilikçilik, bir bireyin veya kurumun herhangi bir yeniliği diğerlerine göre kabul etme derecesidir. Kişisel yenilik, bireyin yenilik ve yenilik arzusu, benimsemesi ve yeniliğe karşı olumlu tutumu olarak tanımlanabilir. Yenilik olmadan, öğretmenlik sürdürülmesi zor bir meslektir. Yenilikçi bir öğretmen, alanıyla ilgili eğitim modellerini, programlarını, yöntemlerini ve uygulamalarını sürekli takip eden bir lider olmalıdır. Alan yazımına bakıldığında bireysel yaratıcılıkla ilgili araştırmaların öğretmenlerden çok öğretmen adayları üzerinde yapıldığı görülmektedir (Kılıçer, 2011:41). Öğretmen inovasyon araştırmasının yenilikçi doğası; teknik öğretim içerik bilgisi yeterlilikleri üzerindeki etkisini, müfredatta teknoloji kullanımını, öz liderliği, eğitim araştırmalarına yönelik tutumları ve teknik eğitim yeterlikleriyle ilişkisini incelemiştir.

Duygusal zeka; kişinin hem kendi hem de başka kişilerin duygularına dikkat çekme, dikkat çekilen duyguları ayırt edebilme, elde edilen bilgilere dayalı olarak düşünce ve davranışlara rehberlik edebilme ve bunları aktif olarak kullanabilme yeteneği olarak ifade edilen sosyal zekadır (Mayer vd., 2000:11). Duygusal zeka ile ilgili çalışmaların çok sayıda olması nedeniyle bu alan eğitim ikliminde araştırmacıların ilgisini çekmiş ve öğretmenlerin duygusal zekaları ile çeşitli değişkenler arasındaki ilişki araştırmacılar tarafından da tartışılmıştır. Duygusal zeka, kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını anlayabilme yeteneği şeklinde ifade edilmektedir. Nitekim duygusal yönü gelişmiş olan öğretmenlerin ise öğrencilerin hayatlarına olumlu anlamda etki ettikleri görülmektedir. Duygusal zeka becerileri zamanla gelişebilmektedir. Alan yazın gözden geçirildiğinde, duygusal zeka, esenlik, mesleki öz-yeterlik ve kişilerarası problem çözme, iş tükenmişliği, demografik değişkenler, problem çözme becerileri ve psikolojik saldırganlık üzerine öğretmen araştırmalarının sınırlı olduğu tespit edilmiştir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Yenilik (İnovasyon)

İnsanlığın var olma mücadelesi, beklentileri ve arzuları, dinamik sosyolojik yapının ve teknolojik değişimin imkânını sağlamıştır. Yetenek alanlarının gelişmesi, ülkelerin zaman içinde dönüşmesinde ve birbirleriyle rekabet edebilirliklerinde etkili olmuştur (Sezgin, 2018: 8).

Yenilikçilik anlamı taşıyan İnovasyon'un İngilizce'de "innovativeness" ve "innovative" şeklinde ifade edilmektedir. Türkçe'de "yenilik" ve "yenileşim" kelimeleriyle bilinen inovasyon kavramı, günümüzün değişen



şartlarına uyum sağlayabilmek için yeni yöntem, teknik ve modellerin sosyal ortamlarda kullanılması olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017).

Yenilikçilik, yeni bir ürünün ya da hizmetin üretilmesini dile getirmektedir. Nitekim yenilikçilik kavramına daha geniş bir açıdan bakılması gerekmektedir. Ürünün değişimi, üretimi, dönüşümü, servisi çok geniş bir yelpazeyi etkilemelidir. Kısacası, işin devamlılığı ve kullanılabilirliği sürekli ise o zaman gerçek bir yenilikçilik (inovasyon) olacaktır (Hurt vd.,1977:60). Yenilikçilik, içinde yaşadığımız yüzyılın en önemli önceliklerinden biridir. Günümüz ortamında rekabetçi, üretken ve her şeyden önce yenilik yapan, farklılaşan, yeni fikirlere sahip bireylerin daha başarılı olacağı söylenebilir. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'ne (OECD, 2015) göre yenilikçilik; yeni geliştirilen bir pazarlama fikri, ürün veya hizmeti, kavram olarak yenilik, yenileme ve yenilik anlamına gelen yeni bir sosyal hizmet biçimine dönüştürme sürecidir. Görüldüğü gibi yenilikçiliğin birçok farklı anlamı vardır. Yeni bilginin yeni bir uygulamaya veya fikre, yeni bir ürüne veya hizmete dönüştürülmesidir. Başka bir deyişle, geleceği tahmin etmek ve geleceği planlamak ve programlamak anlamına gelir (Yalçınkaya, 2010:375).

Yenilikçilik kavramının araştırmacılar tarafından çok farklı şekillerde ifade edildiği görülmektedir. Yenilikçiliğin tanımı değişim, risk almak ve daha da önemlisi konfor alanınızdan çıkıp sorumluluk alarak üretken, verimli ve hareketli olmaktır (Demirel ve Seçkin, 2008:191). Yenilikçilik, büyüme ve değişim için en iyi araç olarak sunulabilir ve yenilikçiliğe değer vermeyen toplumlar yok olmaya mahkumdur.

İnovasyonun kendisinin hiçbir etkisinin olmadığını, tüm bilimsel ve operasyonel süreçleri ve teknolojiyi kapsadığını iddia eden görüşler literatürde yer almıştır. İnovasyonun bilim ve teknolojinin ortaya koyduklarını pazarlanabilir somut ürünlere dönüştürmesinin beklenmesi gerektiğini dile getirmektedir. Bir yenilik olarak basitleştirilemeyeceğini, teorik aşamadan ticarileşme kalitesine kadar tüm alanı kapsayan bir süreç olduğunu açıklamıştır (Keleşoğlu, 2017: 53).

Barker'a (2002) göre yenilik; izlemsel planlamanın, araştırma üretimi, proje ve strateji yönetimi, toplu çalışma, eğitim ve öğretim, yaratıcı düşünme, yaratma gibi çeşitli faaliyetlerin bir araya gelmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca yenilik, tüketici beklentilerini karşılamak için yeni kaynakların yaratılmasını içermektedir. Bir sonraki izlemsel süreci şunları içermektedir. Öte yandan, Johnston ve Bate (2003) yaratıcılık, işbirlikçidir, dışa dönüktür, geleceğe hazırdır, bir misyon ve vizyona sahiptir, araştırmacı tasarrufludur, açıktır. Fikir ve düşüncelerin, var olan bilgi birikimine değer katan ve yeniliklerin oluşmasında bireylerin görüşlerinin benimsediği ilkelerle tutarlı olması gerekmektedir.

Rogers (2003), yeniliği toplumu oluşturan bireyler tarafından algılanan yeni düşünce ve uygulamanın bir nesnesi olarak tanımlamaktadır. Meydana gelen değişikliklere uyum sağlayabilme ve harekete geçmeye hazır olma durumudur. Ancak meydana gelen her değişim bir yeniliktir (Öğüt ve Bülbül, 2003:117). Bu tanımlarda yenilikçilik, eğitimde, ekonomide, bilimde, teknolojiye kısacası her alanda, ulusal düzeyde, aile, toplum ve bireyde her türlü faydayı sağlamaya yönelik yenilikçilik olarak ifade edilebilir. Bu açıdan bakıldığında öğretmenlerin yeni gelişim ve değişim eğilimlerine sahip olmaları gerektiği söylenebilir.

### 1.2. Eğitimde Yenilikçilik

Eğitim, insanların belirli bir amaç doğrultusunda çalışarak bilgi ve beceri kazanmalarını sağlayan sistemli bir süreçtir. Yenilikçi politikası; eğitim, bilim, teknoloji ve sanayi politikası ile yakından bağlantılı olarak görülebilir. Yenilikçilik hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde giderek daha önemli hale gelmekte ve hükümet politikalarında en önemli konusu haline gelmektedir (Ersoy Açıkgöz ve Şengül, 2008:63). Birçok ülke, eğitim yoluyla yenilikçi politikalarına odaklanarak ve stratejiler ve eylem planları oluşturarak bir yenilikçi kültürünü teşvik etmek istemektedir. Ülkemizde eğitim alanında yenilikçi, tasarlanmış, özgün, modern uygulamaların geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması amacıyla 2012 yılından bu yana her yıl düzenlenen "Eğitim ve Öğretimde Yenilikçilik Ödülleri" çerçevesinde yenilikçi projeler değerlendirilmekte ve ödül kazanmaya hak kazanmış olan projeler de ödüllendirilmektedir. Bu uygulamaların ve teşviklerin sayısı arttıkça eğitim alanında da gelişmeler olması kaçınılmazdır. Eğitimin kişisel ve toplumsal yaşam üzerinde önemli bir etkisi olduğu düşünüldüğünde, etkililiği ortaya çıkan fikir ve düşüncelere uyum sağlamasına bağlıdır.

Eğitimde yenilikçilik, Avrupa Birliği (AB) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı tarafından düzenli olarak düzenlenen platformlarda vurgulanmaktadır. Ayrıca eğitimde yenilik konusunda çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır. Yenilikçi eğitim alanında AB ülkeleri kendini sürekli yenileyen bir bilgi toplumu olmayı hedeflemektedir. Bu değişim ve yenilikler karşısında eğitimi yenilemek ve yeniden düşünmek gerekmektedir.

Eğitim, toplumun ihtiyaçlarını şekillendiren, bir yenilik kültürü barındıran ve öğretmenlerin ve öğrencilerin becerilerini geliştiren yeni öğretme ve öğrenme stratejileri, yöntemleri ve teknikleri uygulanarak sağlanabilir (Söğütçü, 2021: 11).

Eğitimde; yenilikçi yanlısı demokrasilerin temel amacı, bireyleri daha üretken yaşamlara hazırlamaktır (Weber ve Bergan, 2005:44). Aslında, dünyadaki ülkeler yeni eğitim politikalarıyla bireysel inovasyonu desteklemelidir. Avrupa Birliği programları, öğrencilerin farklı yöntem, teknik ve eğitim modellerinin uluslararası düzeyde tanınmasına katkı sağlamaktadır. Bu katkılar, yenilikçi öğretme ve öğrenme yöntemlerine olan ilgiyi artırmıştır (Baroncelli vd.,2014:54). Yenilikçi eğitim, öğrencilerin yararına yenilikçi öğrenme yöntem ve materyallerinin kullanımını içerir (Mandula vd., 2012:32). Ayrıca, yenilikçi eğitime katkı sağlayan ekonomik teşviklerin ve yenilikçi eğitimin gelişimini destekleyen politikaların desteklenmesi gerekmektedir. Eğitim, bir bakıma bir girişimciliktir. Ancak ortaya çıkabilecek zorlu eğitim ortamına rağmen, çeşitli engelleri aşmanın bir yolunu bulan girişimciler her zaman olacaktır. İnovasyon bu yollardan biridir. Eğitimde yenilikçi çabalara bir örnek verecek olursak, uluslararası Bologna sürecidir (Söğütçü, 2021: 34).

Her eğitim sürecinin ardından üretim veya geliştirme sürecidir. Eğitim programının amaç ve hedefleri ile tutarlı olan, öğrencilerin kazanması gereken özellikler, nitelikler ve beceriler vardır. Teknolojinin hızla gelişmesine ve meydana gelen bu gelişmelerin toplum üzerinde çok büyük etkileri olmakta ve bu yeniliklerin eğitim sisteminde de uygulanması gerekmektedir. Bu gelişmelerin eğitim sisteminde uygulanmaması, hayattan kopuk bir durum haline gelmemize neden olacaktır. Bu durum eğitim sisteminde inovasyon uygulamalarını gerektirmektedir (Keleşoğlu, 2017: 51).

MEB inovasyon eğitim programında, ulusal inovasyon sisteminin önemli ayaklarından biri olan; Teknoloji ve Tasarım dersleri olarak yaratıcı düşünme ve iş becerilerini içermektedir. Müfredatın yenilenmesi; inovasyonun, daha önce çözülmemiş sorunları çözerek veya karşılanmamış çözümlere yanıt veren farklı yeni fikirler geliştirerek ve bunları uygulayarak veya mevcut ürün veya hizmet sürecinde yeni yöntemler uygulamaya başlayarak başarılabileceğini belirtmektedir (Keleşoğlu, 2017: 55).

Türkiye’de eğitimde inovasyon uygulamalarına 2004 tarihinden sonra ağırlık verilmeye başlanmıştır. Ancak bu programların etkililiği konusunda soru işaretleri bulunmaktadır. Eğitim programları okullarda merkezi olarak geliştirilmektedir. Bu durum inovasyonun kaynaklarını sorgulamayı gerekli kılmaktadır.

### 1.3. Bireysel Yenilikçilik ve Öğretmen

Toplumun gelişmesinde gelecek nesiller için önemli bir görevi olan öğretmenler, yenilikçi ve öğrenme odaklı bireyler için bir zorunluluk haline gelmiştir (Kılıçer, 2011:31). Birçok ülke, ilk önce öğretmen eğitim sistemlerinde değişiklik ve yenilikler uygulayarak eğitim sistemlerinin geliştirilmesine yenilikçi yaklaşımlara katkıda bulunmak ve bunları geliştirmek istemektedir. Öğretmenler, öğrencilere bilimsel bilgi ve araştırma becerileri kazandırmak için içerik temelli öğretimden öğrenme merkezli bir yaklaşıma geçmelidir (Hoban, 2002:25). Son otuz yılda, günümüz öğrencilerinin çeşitliliği ile başa çıkmak için dünya çapında yenilikçi öğretme ve öğrenme yöntemleri yaygın olarak kullanılmaktadır (Barakzai, 2004:1223).

Öğretmenler teknoloji, yöntem ve araçlardaki yeniliklerin farkındadırlar, bunları zaman alıcı faktörler olarak görürler ve öğrenme yönetimi konusunda endişe duyarlar (Dunleavy ve Dede, 2014:736). Yenilikçi öğretmen; kendi alanında sürekli gelişebilen, müfredat dışı etkinliklerin sayısını artırabilen ve farkındalık yaratabilen, yeni model, yöntem ve öğretim yöntemlerini deneyebilen, öğrenci etkinliğini artırabilen ve alışılmış alışkanlıkları değiştirerek yeni değişiklikleri hayata geçiren kişidir (Ritchhart, 2004:33). Yenilikçi öğretmen özelliklerini belirleyen faktörler, okul gelişimi, öğrenme ortamı, öğretmenin örgüte aidiyeti ve yenilikçi davranışları ile ilgili tutumları değiştirebilmektedir (Munis ve Harris, 2006:962). Yeniliğe açık öğretmenler, öğrenci ve okul başarısı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilmektedirler. Okul ortamında etkili ve verimli bir yaklaşım geliştirmek adına yeni yaklaşımlar önerilmektedir (West ve Farr, 1990:86). Bireylerin yenilikçi davranışları, eğitsel fikirlerin oluşmasını, gelişmesini ve uygulanmasını sağlamalıdır (Janssen, 2000:289). Değişen dünya düzeninin birçok yeniliği beraberinde getirdiği açıktır. Eğitim; çocukları ve gençleri geleceğe hazırlayan bir iştir. Eğitim sistemine yön veren öğretmenler, geçmiş ve geleceğin bireylerinin sahipleri, yoldaşları, çalışanları ve şekillendiricileridir. Öğretmenler, giderek daha karmaşık hale gelen dünyada sayısız zorluğun üstesinden gelmek için eğitimi dönüştürmenin yeni yollarını keşfetmeleri nedeniyle eğitim liderleri olarak bilinirler (Söğütçü, 2021: 13).

## 1.2. Duygusal Zekâ

### 1.2.1. Zekânın Tanımı

Soyut olan ve uzun yıllardır çalışma alanı bulan zeka kavramı, ilgilendiğimiz, sınırlarını zorlamaya çalıştığımız canlıların bir özelliği olarak görülmektedir. Bireylerin hafıza yapısına, tutum ve davranışlarına bakılarak araştırmacılar tarafından zeka ile ilgili çeşitli görüşler ileri sürülmüştür. Bu anlamda zeka bazen bir kontrol noktası, bazen uyum sağlama, bazen de problem çözme becerisi olarak görülmektedir (Tura, 2022: 12).

Zekanın sözlük anlamına baktığımızda; herhangi bir kişinin düşünme, akıl yürütme, yargıda bulunma, anlama ve sonuç elde etme becerisi olarak dile getirilmektedir. Bir bakıma zeka; kişinin rasyonel bir düşünme biçimi ile çevresinde meydana gelen olaylara müdahalede bulunabilme becerisidir (Wechsler, 1958:14). Amerikan Psikoloji Derneği'nce hazırlanan rapora göre zekâ; *“ karmaşık fikirleri anlama, çevreye etkili bir şekilde uyum sağlama, deneyimlerden öğrenme, çeşitli akıl yürütme biçimlerine girme ve engellerin üstesinden gelme düşünebilme yeteneği olduğunu belirtmiştir ”* (Neisser vd., 1996:79).

Zeka, en genel tanımıyla, öğrenme, anlama ve yeni durumlar karşısında hareket etme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Zekaya yönelik pek çok tanım yapılmıştır. Bu tanımlardan biri de İbn-i Sinaa'ya aittir. Zekâyı İbn-i Sina: *“ insanların zekâ yapısının başka canlılardan ayıran en önemli niteliğinin madde boyutundan ayrılmış olarak temel akli yetileri oluşturma kabiliyeti ”* şeklinde ifade etmiştir (Yavuz, 2018: 10).

1921'de yapılan araştırmalarda, bilim adamları zekanın problemleri çözme yeteneği, öğrenme yeteneği ve çevreye uyum sağlama yeteneği olduğuna kanaat getirmişlerdir. 1986'da yapılan bir çalışmada akademisyenler, zekanın üst düzey bir yetenek, kültür ve çalışma prosedürleri açısından çok değerli bir beceri olduğunu belirtmişlerdir. Yukarıda da belirtildiği gibi yapılan bu iki çalışmada da üst düzeylerde beceriler yer almasına rağmen, 1986 çalışmasında kültürden etkilenen bir zeka kavramının ortaya atıldığı görülmektedir. Batı kültüründe zeka, Çin kültüründe kişinin kendini tam olarak anlaması anlamına gelmektedir (Çakanel, 2018: 2).

### 1.2.2. Duygusal Zeka

Duyguların bireyin yaşamında çok önemli bir yer tuttuğunu, duyguların aynı zamanda fiziksel ve zihinsel sağlık ile insan ilişkilerinin de ayrılmaz bir parçası olduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte duygularından haberdar olan, duygularını kontrol altında tutabilen ve başka insanların duygularını anlamaya çalışan bireylerin hayatlarında daha mutlu oldukları fikrinin öne atılması aynı zamanda (EQ) kavramının önemine de dikkat çekmektedir (Certel vd., 2011: 74).

Duygusal zekaya yönelik pek çok farklı tanımlama yapılmaktadır. Bazıları için zekanın bir parçası, diğerleri için kişilik yapısı veya saf düşünme yeteneğidir. Birçok farklı şekilde tanımlanabilmesine rağmen duygusal zeka en basit haliyle; *“ kişinin duygularını etkin bir şekilde kullanma yeteneği ”* olarak tanımlanabilmektedir. Duygusal zeka, doğuştan bir bireyde ortaya çıkan bir durum değildir. İnsan beyninin yapısından dolayı, erken duygusal dersler, duygusal zekayı etkiler ve yaşam boyunca davranışları şekillendirmektedir (Çetinel, 2019: 4). Duygusal zekanın pek çok olumlu tarafı bulunmaktadır. Nitekim duygusal zekaya sahip kişilerin insanlarla daha iyi ilişkiler kurabilmesinin yanında, empati yeteneklerinin de yüksek olduğu tespit edilmiştir. Duygusal zeka dünyaya karşı tutumlarda da önemlidir (Çakanel, 2018: 9).

Duygusal zeka; Bunlar karşısındakinin problemlerini ve isteklerini anlayabilme, kendi duygu ve yeteneklerinin farkında olabilme, başkalarıyla iletişim kurabilme, empati kullanabilme ve kendileri için belirledikleri hedeflere odaklanabilme gibi yeteneklerdir. Bir bakıma kendini tanıma, başkalarıyla empati kurma, başkalarının duygularını algılama ve yapılan işe yön verme yeteneğidir (Yavuz, 2018: 19).

Duygusal zeka kavramı, kişinin kendi duygularını algılama ve başkalarının duygularından ayırt etme yeteneğinin yanı sıra kişinin duygularını yönetme ve kontrol etme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda duygusal zeka; duyguları ifade etme, duyguları düzenleme ve sorunları çözmek için duyguları kullanma kavramlarını içermektedir (Şenocak, 2015: 16).

1920'li yılların başından itibaren zeka kategorisine dahil olan duygu kavramı, daha önce zeka kavramının zitti olarak kullanılmıştır. Bazı araştırmacılar, bireylerin sorunları başarılı bir şekilde çözebilmeleri için duyguların düşüncelere ve eylemlere rehberlik edebileceği sonucuna ulaşmışlardır (Mayer ve Salovey, 1997:13). Gardner'in 1983'teki çoklu zeka kuramı ile içe dönük zeka arasında ayırım yaparak duygusal zekanın temellerini atmıştır (Wells vd.,2000:22). 1984 yılında duygusal zekayı anlamak üzerine bir araştırma yapan Goleman,

Salovey ve New'den etkilenmiş, bireylerin duygularını nasıl kullandıklarını incelemiş ve duygusal okuryazarlık isimli kitabını duygusal zeka olarak değiştirmiştir (Goleman, 1998:31). Duygusal zeka kavramı, son yıllarda birçok bilimsel disiplin (psikoloji, sosyoloji vb.) tarafından giderek daha fazla tercih edilen önemli bir kavramdır. Duygusal zeka teriminin ilk defa 1990 yılında Peter Salovey ve New John Mayer tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Pehlivan, 2015:34). Duygusal zekâ kavramının, İngilizce dilinde ifade edilmesine baktığımızda ise “Emotional Intelligence (EI)” (duygusal zekâ) ve "Emotional Quotient EQ” (bilişsel zekâ) şeklinde ifade edildiğini görmekteyiz (Doğan ve Şahin, 2007:26). Daniel Goleman (1995) “Duygusal Zeka” adlı eserinde duygusal zeka ile bilişsel zekayı karşılaştırmış ve bu karşılaştırma neticesinde duygusal zekanın bilişsel zekaya göre önem bakımından daha önemli olduğuna dikkat çekmiş, duygusal zekanın düşüklüğünün toplum ve bireyin psikolojisi üzerinde olumsuz etkileri olduğunu belirtmiştir. Araştırmalar, IQ ve EI'nin tam olarak zıt olmasalar da, farklı yetenekler olduklarını göstermektedir.

Bressert'e (2007) göre, IQ (bilişsel zeka); standart bir şekilde meydana getirilmiş bir zeka testi sonucu ile meydana gelen zekayı tarif etmektedir. Yapılan bu testlerin alt testlerine bakıldığında hafıza, dil, matematik ve bil işleme hızı yer almaktadır. Test sonucunda elde edilen puanlar IQ puanında toplanmaktadır. EI, duygusal zekanın bir düzeyi şeklinde ifade edilmektedir. İnsan duygularını anlama, kontrol etme, değerlendirme yeteneğini tamamen kapsamaktadır. Örneğin, yüksek IQ'lu insanlar anlama, öğrenme becerisi ve bu beceriler uygulama konusunda daha elverişli bir durumda iken, EI'sı yüksek insanlar ise duyguların anlaşılmasında, ifade edilmesinde ve bu duyguların değerlendirilmesinde de daha yüksek oranda yetenekli olduğu belirtilmektedir. IQ çevresel faktörlerden daha az etkilenmekle birlikte daha çok genetik bir yapıya sahiptir. Oysa EI sadece çevreseldir ve bu nedenle geliştirilebilmektedir. Ancak zekanın her dönem ve her şeyde başarı anlamına gelmez, bu tek başına yeterli değildir. Bilişsel zeka düzeyinin başarıya yaklaşık %10, EI düzeyinin ise %90 etkisine sahip olduğunu belirtmiştir (Bressert, 2007).

Duygusal zeka puan seviyeleri kişiden kişiye değişir ve zaman içindeki gelişimi yaşa, genetik yapıya, cinsiyete, sosyal hayata, ebeveyn tutumlarına ve çevresel etkenlere bağlı olmaktadır. bununla birlikte duygusal zeka düzeyleri iletişimi, problem çözmeyi, stresle başa çıkmayı ve akademik başarıyı olumlu veya olumsuz olarak etki edebilmektedir (Özdemir ve Dilekmen, 2014:57). Sonuç olarak hem EQ hem de IQ önemlidir ve günümüzde her iki alana da ihtiyaç duyulduğunu söyleyebiliriz. Goleman, çalışmalarında, bireylerin zekası ve duyarlılığı karışık olmasına rağmen, IQ ve EI'nin belirli yönleri arasında küçük bir korelasyon olduğunu, ancak farklılıkların çok küçük, yani IQ ve EI'nin birbirinden farklı olgular olduğunu açık bir şekilde dile getirmiştir (Goleman 1995:41).

Duygusal zekayı, kişinin kendisinin ve başkalarının duygu ve düşüncelerini anlama, empati kurma ve olaylara başkalarının bakış açısından bakabilme, korkuyu yenerek duyguları yönetebilme ve en çok da duygulardan sırayla çıkar sağlama yeteneği olarak tanımlamaktadır. Duygusal zeka, kişinin çevresinin ve kişisel duygularının farkında olma derecesi ve duygularının bu farkındalıkla ne ölçüde şekillenebildiğidir. Duygusal zekanın gelişimine katkı sağlayan faktörler; aile ve çevre, değerler ve maneviyattır. Bununla birlikte, saha çalışmaları, duygusal zekanın eğitim kazanımı ile gelişebileceğini göstermiştir (Erbektaş, vd., 2017: 265).

Literatürde farklı yaklaşımlarla duygusal zekanın birden fazla tanımı bulunmaktadır (Locke, 2005:426). Solavey ve Mayer (1990), EI'yi (duygusal zeka) “kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını ve hislerini izleme, bunları ayırt etme ve bu bilgiyi kendi düşünce ve eylemlerini yönlendirmek için kullanma yeteneğini içeren bir sosyal zeka alt kümesi” olarak tanımlamaktadır. İlerleyen dönemlerde EI'nin “duyguları algılama, düşünmeye yardımcı olmak için duygular edinme ve üretme, duyguları ve duygusal bilgileri anlama ve duygusal ve entelektüel bilgiyi teşvik etmek için duyguları yansıtıcı bir şekilde düzenleme yeteneğini” içerdiğini dile getirerek buna yönelik tanımlamaları genişletmişlerdir. Duygusal zeka; duygular konusunda beklenen mantıklı düşünme ve bu düşünceyi geliştirme ve elde edilen duygusal bilgileri kullanma yeteneği olarak ifade edilmektedir.

Duygusal zekanın anlamını daha iyi anlamak için, bileşenlerini (zeka ve duygular) tanımlamak ve bu kavramların duygusal zekanın yapısını oluşturmak için nasıl entegre edildiğini açıklamak büyük önem taşımaktadır. EI (duygusal zeka), hayatta karşılaşılan sorunları çözmeye veya önemli herhangi bir konuda karar vermede IQ'yu (bilişsel zeka) destekleyerek bireylerin daha hızlı hareket etmesine yardımcı olmaktadır (Cooper Sawaf, 2010:28). Kısacası IQ asla yeterli değildir, EQ da çok önemlidir denilebilir. Bununla birlikte duyguların kişinin birtakım olaylar karşısında durum tespiti yapmasına ve bu olaylar karşısında baş edebilme olanağı sağlamasına yardımcı olmaktadır (Alumran Punamaki, 2008:107). Duygusal zeka; Her şeyden önce bireyin kendisini tanımasına ve başkalarının duygularını tanımlayabilmesine, anlamasına ve değerlendirebilmesine,

ayrıca başkalarının işleyişini etkin bir şekilde entegre ederek daha rasyonel ve uyarlanabilir tepkiler önerebilmesine olanak tanımaktadır (Yeşilyaprak, 2001:140).

Goleman (2000) duygusal zekanın, benliği harekete geçirme, yaşamı dengeleme, çeşitli problemler ve aksilikler altında duyguları kontrol etme, duyguları düzenleme, aksiliklerin ve problemlerin düşünmeyi, empatiyi ve iyi düşünmeyi engellemesine izin vermeme yeteneği olduğuna inanmaktadır. Goleman (2000), duygusal zekanın beş yetenekten oluştuğuna dikkat çekmektedir. Bunlar “duygusal farkındalık, duygusal kontrol, öz motivasyon, empati ve sosyal becerilerdir”. Duygusal zeka ile ilgili bahsedilen beceriler, kişiyi başarılı yapan en önemli özelliklerdir. Duygusal zeka, kişinin kişisel ve iş yaşamına yön veren çok önemli bir unsur olduğu için sürekli gelişim ve desteğe ihtiyaç duyan herkes için faydalı görülen bir kavram olduğu söylenebilir.

Duygusal zeka, duyguları kontrol etme, sosyal olarak iletişim kurma, sağlıklı, huzurlu ve mutlu bir yaşam sürme yeteneğidir (Konrad ve Hendl, 2005:12). Duygusal zekâ yüksek kişiler duyguları algılayabilir ve olumsuz duyguları düzenleme yeteneğine sahiptir (Ouyang, 2015:149). Kendini özgürce ve güvenle ifade edebilen kişilerin duygusal zekâ düzeylerinin olumlu ve yüksek olduğu söylenmektedir (Stein ve Book, 2003:42). Duygusal zekâ, bireyin arzuları ve şehvetli çabaları ile artırılabilir de, çevresindeki bireylerin rollerini modelleyerek kendini göstermektedir (Öztürk ve Deniz, 2008:582).

Duygusal zekası yüksek kişilerin aile, sosyal ve iş ortamlarında başarılı olmaları beklenir. Çünkü duygularını sürekli sorgular ve çevrelerindekiileri anlamaya çalışırlar. Aynı şekilde kendi duygularımızı, bireyleri ve etkilenenleri, ailelerini ve çevremizdekileri tanıma ve anlama yeteneğimizi geliştirerek bu olumsuz durumların etkisini en aza indirebilir, kritik krizlere tepki olarak gerginliği azaltabilmektedir(Erbektaş vd., 2017: 265).

### 1.2.3. Duygusal Zekâ ve Eğitim

Günümüz dünyasının en önemli konularından biri haline gelmiş olan eğitim, aynı zamanda duygusal zeka gelişimi açısından da en fazla tercih edilen alanlardan biri olma özelliği haline gelmiştir. Nitekim var olan bir toplumda eğitim düzeyinde bir yükselmenin ya da bilgi toplumu haline gelebilmesinin en önemli şartlarından biri de bireye yönelik eğitimden geçtiğini söylemek mümkündür.

Goleman'ın (1996) belirttiğine göre, IQ'nun bireyin hayatındaki başarıdaki etkisi sadece %20 düzeylerinde katkıda bulunduğunu gösteren araştırmalar, IQ'nun üstünlüğüne inanan araştırmacıların bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Başka bir deyişle, hayattaki başarıyı veya başarısızlığı açıklamak için tek başına IQ yeterli değildir. 1995'te Goleman, akademik başarı sosyal ve duygusal yeterlilik arasındaki bağlantıya odaklanmıştır. Bununla birlikte duygusal zekanın (EI), bireyin akademideki başarısı da dahil, hayattaki başarısının tahmin edilmesinde IQ'dan daha büyük öneme sahip olduğunu savunmuştur. Ek olarak, bu çalışmalar yayılmaya devam ettikçe Goleman'a göre duygusal zeka öğretilebilir bir durumda olduğu için bunun okullarda da müfredata dahil edilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Cherniss ve Adler (2000)'e göre, genel başarıyı ve mutluluğumuzu geliştirmek, zihinsel sağlık sorunları riskimizi azaltmak ve yaşamdaki birçok zorluğun üstesinden gelmek için sosyal ve duygusal öğrenme becerilerini nasıl kullanacağımızı öğrenmemiz zorunlu bir hal almıştır.

Başarı kavramının anlaşılmasının ve tanımının teknolojik çağın ihtiyaçlarına göre değişiklik gösterdiği söylenebilir. Bilginin kendisi genellikle anlamsızdır. Kendini sürekli güncelleyen, iletişimsel, motivasyonu yüksek, yenilikçi, empatik ve daha duygusal EQ özelliklerine sahip kişiler öne plana çıkmaktadır. Duygusal zekası yüksek insanlar, iş yerinde fikirlerinin amacını ve niyetini iletmede iyi olabilir, takım halinde çalışmak için gereken sosyal becerilere sahip olabilir ve liderlik söz konusu olduğunda daha destekleyici bir organizasyonel iklimi sürdürebilmektedirler (Söğütçü, 2021: 19).

İçinde bulunduğumuz yüzyılın eğitim anlayışında akademik zekaya sahip eğitimcilerin varlığı başarıyı artırmak, etkili ve verimli çalışmayı sağlamak için yeterli olmamaktadır. Başta eğitim olmak üzere çeşitli alanlarda giderek artan rekabet ortamında öğretmenlerin kendi duygularının farkında olan ve başkalarının duygularını yönetebilecek liderlik becerilerine sahip öğretmenler olmaları beklenmektedir. Öğretmenlerin sosyo-duygusal yeterlikleri, mesleklerinin doğasında var olan gerek sosyal gerekse de duygusal olan zorlu aşamaların üstesinden gelmek öğrenci ve öğretmen arasında meydana gelen ilişkiler açısından son derece büyük öneme sahiptir. Bu, öğretmenin mesleki refahının ve olumlu öğrenci gelişiminin anahtarıdır. Duygusal zekanın öğretmenlerin kullanması gereken çok önemli bir beceri olduğu ifade edilmektedir.

Günümüz dünyasında bireylerin mesleki ve özel yaşamlarında duygusal zekânın önemini ve onu etkin bir şekilde kullanabilmelerini gösteren çalışmalar literatüre girmiştir. Yapılan araştırmalara bakıldığında; (Craig,

1989; Bressert, 2007; Cooper ve Sawaf, 2010; Özdemir ve Dilekmen, 2014) buna benzer araştırmalarda bireylerin birbirinden farklı zeka ve yeteneklerinin olduğu belirlenmiştir.

Kendini daima yenilemekle uğraşan, yenilik yapan ve farkındalık oluşturacak öğretmenlerin, duygusal zeka düzeylerinin yüksek olmasının yanı sıra uzmanlık alanı bilgisine, kültürel becerilere sahip olmaları çok önemlidir. Duygusal zeka; bir bakıma kişinin zihnini kontrol ederek duygularını rasyonel olarak kullanmasıdır (Aydın ve Tekneci, 2013:6). Darwin vd. (2010), akademik ve profesyonel yaşamda duygusal zeka üzerine yazdığı kitabında, duygusal olan bir öğretmenin bir süreçten geçtiğini bunun bir varış noktası olduğunu, ancak bir sona ulaşma noktası olmadığını ifade etmiştir. Duygusal zekası yüksek öğretmenler öğrencilerin çalışmalarını ve yaşamlarını yönlendirmede etkilidir. Olumsuz strese karşı dayanıklıdırlar. Karamsarlık ve güçlü, olumsuz duygularla kendilerini bunaltmaları daha az olasıdır.

### 3. GEREÇ VE YÖNTEM

#### 3.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Her seviyedeki çalışanlar için aranan duygusal zekâ yeteneği, davranışların şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu açıdan çalışanların, hem özel hem de iş hayatlarında, başarılarında ve mutluluklarında belirli bir entelektüel zekâ kadar duygusal zekâyâ da sahip olmaları gerekmektedir. Duygular hesaba katılmadığında karşılaşılan maliyetler artabilmekte, uyumsuzluk, memnuniyetsizlik, iş tatminsizlikleri, üretim hataları, artan müşteri şikâyetleri gibi önemli problemlerle karşılaşılabilir. Duygusal açıdan zeki bireyler başkalarının ve kendi duygularının farkında olmakta, duygularını yönetebilmekte ve ihtiyaç halinde aktif bir şekilde kullanabilmektedir. Özellikle zor ve elverişsiz koşullarda duygusal zekânın rolünün oldukça önemli olduğunu belirtmek mümkündür. Duygularının farkında olan ve yönetebilen bireylerin stres, tükenmişlik vb. olumsuz durumlardan daha düşük düzeyde etkilenmesi beklenmektedir.

Duygusal zeka bireyin duygularını yönetebilmesi ile ilgilidir dolayısıyla yüksek duygusal zekâyâ sahip bireyler kendilerini negatif duyguların etkisinden kurtarabilmekte, pozitif duygularını artırabilmektedir ve bu bireylerden yüksek performans göstermeleri beklenmektedir (Wong ve Law, 2002:246). Yapılan çalışmalar örgütlerde yüksek performans gösterenlerin, bilişsel zekâsı ya da teknik becerileri yüksek olanlardan ziyade, çalışma arkadaşlarıyla sağlıklı ve doğru iletişim kurabilen, grup çalışmasına yatkın yüksek duygusal zekâyâ sahip kişiler olduğu görülmektedir (Çetinkaya ve Alparlan, 2011:365). Duygusal zekâ ile ilişkili olarak duygusal farkındalığın iş yerindeki stres ve duygu deneyimlerini etkileyerek iş yerindeki sosyal ilişkilere fayda sağlaması beklenmektedir, aynı zamanda kişinin kendi duygularının farkında olması stresin ve negatif duyguların düzenlenmesine yardımcı olmaktadır. Böylece kişinin iş doyumunu artar ve daha yüksek performans gösterebilir (Kafetsios ve Zampetakis, 2008:713). Duygusal zekanın; performans, sadakat ve bağlılık, liderlik gibi örgütü ilgilendiren birçok değişkene etki edebildiği görülmekte, son dönemde bir çok çalışmada yer alan yenilikçi davranışlar üzerinde olumlu etkisinin olduğu görüşü yaygınlaşmaktadır.

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Mardin’de eğitim veren okulların beden öğretmenleri oluşturmaktadır. Örneklem ise bu kişiler arasından çalışmaya gönüllü katılan 180 öğretmenden oluşmaktadır. Örneklem yöntemi olarak “basit tesadüfi örnekleme” uygulanmıştır.

#### 3.3. Hipotezler ve Model

Araştırmanın ana hipotezi; duygusal zekanın bireysel yenilikçilik ile istatistik anlamlı ilişkili olduğu yönüyledir. Alt hipotez olarak; değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık ve risk alma alt boyutları ile bireysel yenilikçilik ile istatistik anlamlı ilişkilidir savı sınanacaktır.

#### 3.4. Veri Toplama Aracı

**Bireysel Yenilikçilik Ölçeği:** Kişilerin bireysel yenilikçiliklerini belirlemeye yönelik Hurt, Joseph ve Cook (1977)’un geliştirerek Kılıçer ve Odabaşı (2010)’nın Türkçe’ye uyarladığı ve aynı zamanda geçerlilik güvenilirlik çalışmasını yaptığı “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği” (BYÖ) yer almaktadır. Toplamda 20 ifadeli olarak geliştirilen ölçeğin “Değişime Direnç” boyutu sekiz maddeden (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17, 20), “Fikir Önderliği” boyutu beş maddeden (1, 8, 9, 11, 12), “Deneyime Açıklık” boyutu beş maddeden (2, 3, 5, 14, 18) ve “Risk Alma” boyutu iki maddeden (16 ve 19) oluşmaktadır. Ankette “1: Hiç Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Kararsızım; 4: Katılıyorum; 5: Tamamen Katılıyorum” seçeneklerinden oluşan beşli likert ölçeği kullanılmıştır.

# Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İnovasyon ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Mardin İli Örneği)

**Duygusal Zekâ Ölçeği:** Kişilerin duygusal zeka ölçeği algısını ölçmek için Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen (WLEIS-Wong and Law Emotinal Intelligence Scale), Hırlak, Taşlıyan, Fidan ve Gül (2017) tarafından geçerlik güvenilirlik analizi yapılan 16 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Wong ve Law (2002) bu ölçekte, toplam 4 alt boyut üzerinden çalışmıştır. Alt boyutların birincisi olan kendi duygularını değerlendirme ile ilgili 4, başkalarının duygularını değerlendirme ile ilgili 4, duyguların kullanılması ile ilgili 4, duyguların düzenlenmesi ile ilgili 4 ifade olmak üzere toplam 16 ifadeye yer vermiştir. Ankette “1: Hiç Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Kararsızım; 4: Katılıyorum; 5: Tamamen Katılıyorum” seçeneklerinden oluşan beşli likert ölçeği kullanılmıştır.

## 4. BULGULAR

Anket çalışmasından elde edilen veriler için güvenilirlik testi olarak Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel, Mutlak Kesin Paralel (strict) testleri uygulanmıştır. Bu çalışmada yapılan anketin güvenilirlik analizi sonuçları; Cronbach-Alpha = 0.876, Paralel = 0.877, Split = 0.875-0.879 ve Strict = 0.876 olarak belirlenmiştir. Cronbach Alpha değerinin %70’in üzerinde olması, anket çalışmasının başarılı olduğunu ifade etmektedir.

Çalışmaya katılan öğretmenlerin demografik ve genel özellikleri şöyledir:

- Katılımcıların %59,2’si erkek, %40,8’i ise kadındır.
- Katılımcıların %62,9’u evli, %31,4’ü bekar, %5,7’si ise dul/boşanmıştır.
- Katılımcıların %60,9’u lisans, %38,4’ü yüksek lisans, %7’si doktora eğitimine sahiptir.
- Katılımcıların %15,8’i 1 yıldan az, %49,3’ü 1-5 yıl arası, %17,3’ü 6-10 yıl arası, %17,6’sı ise 11 yıl ve üzeri çalışma süresine sahiptir.
- Katılımcıların %6,9’u 25 yaşından az, %30,4’ü 25,30 yaş arasında, %20,3’ü 31-35 yaş arasında, %24,9’u 36-40 yaş arasında, %17,5’i ise 41 ve üzeri yaşa sahiptir.

**Tablo 1. Boyutlara Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler**

Boyutlar	Ortalama	St Sapma	Asimetri	Basıklık
Değişime Direnç	3,308	0,820	-0,104	-0,717
Fikir Önderliği	4,300	0,500	-0,963	1,144
Deneyime Açıklık	4,406	0,496	-0,821	0,478
Risk Alma	3,621	1,034	-0,748	-0,220
<b>Bireysel Yenilikçilik Genel Skor</b>	<b>3,792</b>	<b>0,652</b>	<b>-0,405</b>	<b>-0,700</b>
Kendi Duygularını Değerlendirme	3,850	0,670	-0,507	0,120
Başkalarının Duygularını Değerlendirme	4,133	0,722	-0,775	0,381
Duyguların Kullanılması	3,663	0,733	-0,290	-0,646
Duyguların Düzenlenmesi	4,020	0,635	-0,916	1,404
<b>Duygusal Zeka Genel Skor</b>	<b>4,068</b>	<b>0,719</b>	<b>-0,961</b>	<b>0,622</b>

**Tablo 2. Bireysel Yenilikçilik İle Duygusal Zeka İlişki Analizi**

		Kendi Duygularını Değerlendirme	Başkalarının Duygularını Değerlendirme	Duyguların Kullanılması	Duyguların Düzenlenmesi	Duygusal Zeka Genel Boyutu
Değişime Direnç	r	0,495**	0,479**	0,448**	0,492**	0,519**
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Fikir Önderliği	r	0,417**	0,433**	0,417**	0,422**	0,443**
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Deneyime Açıklık	r	0,463**	0,466**	0,435**	0,511**	0,502**
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Risk Alma	r	0,466**	0,479**	0,443**	0,526**	0,511**
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>Bireysel Yenilikçilik Genel Boyut</b>	r	0,520**	0,525**	0,490**	0,552**	0,566**
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

\*0.05 için anlamlı ilişki

Duygusal zeka ile bireysel yenilikçilik arasında %56.6 pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. Duygusal zeka alt boyutları açısından bakıldığında, bireysel yenilikçilik ile pozitif yönlü anlamlı ilişkili oldukları görülmüştür.

Çalışmada, bireysel yenilikçilik bağımlı değişken, duygusal zeka ve alt boyutları bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Varsayımların sağlanması amaçlı Newey-West algoritması kullanılmıştır.

**Tablo 3. Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları**

Bağımlı Değişken: BY	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Sabit	1.278	0.348	3.672	0.003*
DZ	0.631	0.157	4.019	0.001*
$R^2 = 0.721$ $F_{hesap} = 35.67$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.189 LM test (p) = 0.113 Jarque-Bera (p) = 0.325				
Bağımlı Değişken: ÖS	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Sabit	1.593	0.374	4.259	0.000*
Değişime direnç	0.546	0.106	5.150	0.000*
Fikir önderliği	0.506	0.118	4.288	0.015*
Deneyime açıklık	0.612	0.093	6.580	0.000*
Risk alma	0.619	0.088	7.034	0.000*
$R^2 = 0.597$ $F_{hesap} = 35.22$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.135 LM test (p) = 0.124 Jarque-Bera (p) = 0.301				

\*0.05 için anlamlı değişken

DZ değişkeni BY üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilidir ( $\beta = 0.631$ ,  $p < 0.01$ ). Alt boyutlar BY üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilidir. Alt boyutlar arasında BY'yi en çok etkileyen deneyime açıklık ( $\beta = 0.612$ ,  $p < 0.01$ ) ve risk alma ( $\beta = 0.619$ ,  $p < 0.01$ ) olarak elde edilmiştir.

Modelin anlamlılığını belirten F testi  $p < 0.05$  olduğundan model anlamlı çıkmıştır. Eş varsyanlığı test eden Harvey test sonucunda  $p < 0.05$  olarak eş varyanslılık sağlanmıştır, LM test  $p < 0.05$  olduğundan otokorelasyon olmadığı belirlenmiştir. Model sonuçları güvenilirdir. **Böylece ana hipotez doğrulanmıştır.**

#### 4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmanın amacı, Mardin ili merkezde bulunan 180 beden eğitimi öğretmeni için, duygusal zekanın bireysel yenilikçiliğe olan etkisine yönelik değerlendirmeler yapmaktır. Ölçeklerden elde edilen boyut ortalamalarına bakıldığında, hem duygusal zeka hem de bireysel yenilikçilik için yüksek değerler olduğu görülmektedir. Örneklemin duygusal zekası ve bireysel yenilikçilik tutumu olumlu düzeydedir.

Bu araştırma ile katılımcı öğretmenlerin inovasyon ve duygusal zekâ ilişkileri incelenmiştir. Korelasyon analizi sonucunda, duygusal zeka (DZ) ile bireysel yenilikçilik (BY) arasında %56.6 pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. Duygusal zeka alt boyutları açısından bakıldığında, bireysel yenilikçilik ile pozitif yönlü anlamlı ilişkili oldukları görülmüştür. Regresyon analizi sonucunda, DZ değişkeni BY üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilidir ( $\beta = 0.631$ ,  $p < 0.01$ ). Alt boyutlar BY üzerinde pozitif yönde anlamlı etkilidir. Alt boyutlar arasında BY'yi en çok etkileyen deneyime açıklık ( $\beta = 0.612$ ,  $p < 0.01$ ) ve risk alma ( $\beta = 0.619$ ,  $p < 0.01$ ) olarak elde edilmiştir. Çalışmada duygusal zekanın bireysel yenilikçiliği olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

Çalışma sonucunda öneriler şöyle sıralanabilir: beden eğitimi öğretmenlerin her ihtiyaçlarını gidermek için teşvik mekanizmalarının güçlendirilmesi gerekmektedir, beden eğitimi öğretmenlerin verim ve etkilerini artırabilmek için konuyla ilgili projelerle desteklenebilir ve bilinçlendirilebilirler, çalışmanın örneklem grubu genişletilerek farklı illerdeki beden eğitimi öğretmenlerinin İnovasyon ve duygusal zeka düzeyleri karşılaştırılabilir, farklı alanlardaki öğretmenlerin İnovasyon ve duygusal zeka düzeyleri karşılaştırılabilir ve görsel ve yazılı medyada özendirici yayınların MEB ile RTÜK iş birliğinde teşviki sağlanabilir.

#### KAYNAKÇA

AKYAR, D. & SARIKAYA, R. (2020). Türkiye'deki Girişimcilik Kavramına Yönelik Eğitim Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 40(3), 979-1018 .

ALUMRAN, J. & PUNAMÄKI, R. (2008). Relationship between gender, age, academic achievement, emotional intelligence, and coping styles in Bahraini adolescents. Individual Differences Research, 6, 104-119.



## Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İnovasyon ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Mardin İli Örneği)

---

- AYDIN, A. & TEKNECİ, E. (2013). Zihin Engelliler Öğretmenliği Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Tutumları ile Kaygı Düzeyleri. *Pegem Journal of Education & Instruction*, 3(2), 1-12.
- BARAKZAI, Q. (2004). Transition from traditional to innovative teaching in and beyond pharmacology at Ziauddin Medical University. *Acta Pharmacologica Sinica*, 25, 1220-1232.
- BARKER, A. (2002). *Yenilikçiliğin Simyası*, İstanbul: MESS Yayınları
- BARONCELLI, S., IOAN HORGA, R. F. & VANHOONACKER, S (2014). *Teaching and Learning the European Union: Traditional and Innovative Methods*, New York: Springer Science, Business Media, Dordrecht.
- BRESSERT, S. (2007). Duygusal Zekâ (EQ) nedir? Psych Central. Ttp: //psychcentral.com/lib/2020/what-is-emotional-intelligence-eq / (Erişim Tarihi 03.05.2021).
- CERTEL, Z. ÇATIKKAŞ, F. & YALÇINKAYA, M. (2011). Beden Eğitimi Öğretmen Adaylarının Duygusal Zeka ile Eleştirel Düşünme Eğilimlerinin İncelenmesi, *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilim Dergisi*, 13(1), 74-81.
- CHERNISS, C. & ADLER, M. (2000). *Promoting emotional intelligence in organizations: Make training in emotional intelligence effective*. New York: American Society for Training and Development Pbc.
- COOPER, K. R. & SAWAF, A. (2010). *Liderlikte Duygusal Zekâ* (çev: B. Sancar ve Z. B. Ayman). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- CRAIG, E. (1989). *Human Development*. New Jersey: Prentice Hall Pbc.
- ÇAKANEL, Z. (2018). *Duygusal Zekâ, Sosyal Zeka Ve Sosyal Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- ÇETİNEL, G. (2019). *Duygusal Zekânın Çatışma Yönetimi Stratejileri Üzerine Etkisi: Çalışan Algısına Yönelik Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ÇETİNKAYA, Y. & ALPARSLAN, A. A. M. (2011). *Duygusal Zekânın İletişim Becerileri Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(1), 363-377 .
- DARWIN, B., GARY, R. & LOW, G.R. (2010). *Emotional intelligence*, Boston: Prentice Hall Pbc.
- DEMİREL, Y. D. D. Y. & SEÇKİN, Ö. G. Z. (2008). *Bilgi ve Bilgi Paylaşımının Yenilikçilik Üzerine Etkileri* . Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(1), 189-202.
- DOĞAN, S. & ŞAHİN, F. (2007). *Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişimi Ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış*. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1), 231-252.
- DUNLEAVY, M., & DEDE, C. (2014). *Augmented Reality Teaching and Learning*. In J. Michael Spector, M. David Merrill, J. Elen, & M. J. Bishop (Eds.), *Handbook of Research on Educational Communications and Technology* (pp. 735-745). New York: Springer.
- ERBEKTAŞ, E. ÜZÜM, H. ÖZEN, G. ARSLAN, T. ERTAN, G. & ELVEREN, A. (2017). *Amatör Ve Profesyonel Sporcuların Duygusal Zekâlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi*, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(4), 263-274.
- ERSOY AÇIKGÖZ, B. & ŞENGÜL, C. M. (2008). *Yenilikçiliğe Yönelik Devlet Uygulamaları ve AB Karşılaştırması*. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(1), 59-74 .
- GOLEMAN, D. (1995). *Duygusal Zekâ*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- GOLEMAN, D. (1996). *Duygusal zekâ. Neden IQ'dan Daha Önemli Olabilir?* İstanbul: Varlık Yayınları.
- GOLEMAN, D. (1998). *Emotionally competent leader*. In *The Health Places Journal*, 41(2), 36-38.
- GOLEMAN, D. (2000). *İşbaşında Duygusal Zekâ*. İstanbul: Varlık Yayınları.

- HIRLAK, B., TAŞLIYAN, M., FİDAN, E. & GÜL, H. (2017). Duygusal zekânın iş performansı ve bazı demografik özellikler ile ilişkisi: Kahramanmaraş'ta üretim sektöründe bir uygulama. *Kesit Akademi Dergisi*, 3 (9), 108-130.
- HOBAN, A G. F. (2002). *Teacher Learning for Educational Change*. Buckingham: Open University Press.
- HURT, H., JOSEPH K & COOK, C. D. (1977). Scales for the measurement of innovativeness, *Human Communication Research*, 4(1), 58-65.
- JANSSEN, O. (2000). Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness, and Innovative Work Behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287-302.
- JOHNSTON, R.E. & BATE, J.D. (2003). *The Power of Strategy Innovation: A New Way of Linking Creativity and Strategic Planning to Discover Great Business Opportunities*, New York: AMACOM- American Management Association.
- KARASAR, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- KAFETSIOS, K., & ZAMPETAKIS, L. A. (2008). Emotional intelligence and job satisfaction: Testing the mediatory role of positive and negative affect at work. *Personality and Individual Differences*, 44(3), 712-722.
- KELEŞOĞLU, S. (2017). *Öğretmen Eğitiminde Yaratıcı Düşünme Ve İnovasyon Eğitim Programının Tasarımı, Denenmesi ve Değerlendirilmesi*,Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- KILIÇER, K., & ODABAŞI, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- KILIÇER, K. (2011). *Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- KONRAD, S. & HENDL, C. (2005). *Duygularla Güçlenmek*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- LOCKE, E.A. (2005). Why emotional intelligence is an invalid concept. *J. Organ. Behav.*, 26, 425-431.
- MANDULA, K., MEDA, S. R. & JAIN, D. K. (2012). Research and implementation of a mobile video streaming application for ubiquitous learning. *IEEE international conference on technology enhanced education (ICTEE)* (pp. 1-6). IEEE.
- MAYER, J. D. & SALOVEY, P. (1997). What is emotional intelligence? Cited in P. Salovey & D. Sluyter (Eds), *Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators*. New York:Basic Books.
- MAYER, J.D., SALOVEY, P. & CARUSO, D.R. (2000). Emotional Intelligence as Zeitgeist, as Personality, and as a Mental Ability. *Handbook of Emotional Intelligence*, Reuven BarOn'un içinde. Jossey- Bass: California.
- MUNIS, D. & HARRIS, A. (2006). The led school improvement: teacher leadership in the UK. *Teaching and Teacher Education*, 22, 961-972.
- NEISSER, U., BOODOO, G., BOUCHARD, T.J., BOYKIN, A.W. & BRODY, N. (1996). Zeka: bilinenler ve bilinmeyenler. *Am. Psychol.*, 51, 77-101.
- OECD. (2005). *Yetişkin öğreniminin desteklenmesi* Paris : OECD.
- OUYANG, Z. (2015). Organizational justice and job insecurity as mediators of the effect of emotional intelligence on job satisfaction: A study from China. *Personality and Individual Differences*, 76, 147-152.
- ÖĞÜT, A. & BÜLBÜL, H. (2003). Yenilik Yönetiminde Zaman Boyutu Ve Zaman Temelli Rekabet. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 115-136.
- ÖZDEMİR, M. & DİLEKMEN, M. (2014). Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümünde Okuyan Öğrencilerin Duygusal Zekâ Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Yıldız Üniversitesi Uluslararası Eğitim Araştırmaları ve Sosyal Bilimler Konferansı Bildiriler Kitabı*, 56-69, İstanbul.
- ÖZDEN, Y. (2013). *Eğitimde Yeni Değerler: Eğitimde Dönüşüm*. Ankara: Pegem Akademi.

## Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İnovasyon ve Duygusal Zeka Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Mardin İli Örneği)

---

- ÖZTÜRK, A. & DENİZ, E. M. (2008). Analysis Of Emotional Intelligence Job Satisfaction And Burnout Levels Of Preschool Teachers According To Some Variables. *Elementary Education Online*, 7(3), 578-599.
- PEHLİVAN, Ş. (2015). Duygusal Zekanın Satış Elemanlarının (EI) Algıladıkları Satış Performansına Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- RITCHHART, R. (2004). Creative Teaching in The Shadow Of The Standards. *Independent School*, 63(1), 32-40.
- ROGERS, E.M. (2003). *Diffusion Of Innovations*, New York: Simon & Schuster Press.
- SALOVEY, P. & MAYER, J.D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9,185-211.
- SEZGİN, İ.V. (2018). Akademisyenlerin İnovasyon Eğilimlerinin Ölçülmesi Çalışması: Akdeniz Üniversitesi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- SÖĞÜTÇÜ, T. (2021). Beden Eğitimi Öğretmenlerinin İnovasyon, Duygusal Zeka Ve Yaşam Boyu U Öğrenim Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Çanakkale İli Örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- STEIN, J. S. & BOOK, H. E. (2003). *EQ Duygusal Zekâ ve Başarının Sırrı*. İstanbul: Özgür Yayınları.
- ŞENOCAK, M. (2015). Duygusal Zeka Ve Liderlik Tarzlarının Çalışan Verimliliği Üzerine Etkileri Ve Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TATAR, A., TOK, S. & SALTUKOĞLU G. (2011). Adaptation of the revised Schutte Emotional Intelligence Scale into Turkish and examination of its psychometric pro-perties. *Klin Psikofarmakol*; 21, 325-338.
- TURA, B. (2022). Örgütsel Zeka Düzeyinin Öğretmenlerin Yenilikçi Çalışma Davranışları Üzerindeki Etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- TÜRK DİL KURUMU (2017). *Türk Dil Kurumu Sözlüğü*. Ankara: TDK Yayınları.
- WEBER, L. & BERGAN, S. (2005). *The Public Responsibility For Higher Education And Research*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- WECHSLER, D. (1958). *The Measurement and Appraisal of Adult Intelligence*. The Williams & Wilkins Company, Baltimore.
- WELLS, A. (2000). *Emotional disorders and metacognition: b~novative cognitive therapy*. Chichester, UK: Wiley
- WEST, M.A.& FARR, J.L. (1990). *Innovation at work*. In M.A. West and J.L. Farr (Eds), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies*. Chichester, England: Wiley.
- WONG, C. S. & LAW, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study, *Leadership Quarterly*, 13, 243-274.
- YALÇINKAYA, Y. (2010). Bilginin Farkındalık ve Farklılığında Organizasyonların Gelecek Alanı: İnovasyon, *Türk Kütüphaneciliği*, 24(3), 373-403.
- YAMAN, F. & YAZAR, T. (2015). Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin İncelenmesi (Diyarbakır İli Örneği). *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(4), 1553-1566.
- YAVUZ, S. (2018). Meslek Lisesi Öğretmenlerinin Duygusal Zekâlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- YEŞİLYAPRAK, D. (2001). Duygusal Zekâ ve Eğitim Açısından Doğurguları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 25 (25), 139-146.

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## Yeşil Ekonomi Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinde Yeşil Tüketime Yönelik Tutumun Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi

Esra YÜKSEL ACI<sup>a</sup>  
Funda H. SEZGİN<sup>b</sup>

### Özet

Standart ve doğrusal ekonomi paradigmasında tüketiciler yalnızca tüketim ve satın alma ile ilgilenirken, yeşil ve dögüsel ekonomi paradigmasında çevreye karşı oldukça yüksek anlamda duyarlılık gösterebilmektedirler. İşletmeler yeşil tüketim bilincine sahip bireylerin sadık tüketiciler olabileceğini ve karlı bir pazar oluşturabileceğini anlamakta, böylece yeşil pazarlama ve yeşil ürün üretme stratejilerini geliştirmeye önem vermektedir. Yeşil tüketim, dünyanın kaynaklarının sürdürülebilirlik sınırları içerisinde kullanılmasını temel alan ve doğal yaşama verilecek olan zararı en aza indirmenin yollarını arayan bir tüketim şeklidir. Yeni nesil tüketiciler olan gençler başta olmak üzere yeşil tüketimin söz konusu değişkenlerle olan etkileşimi ve yeşil tüketici profiline çerçevesinin çizilmesi önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, iktisat ve mühendislik bölümlerinde okuyan 500 üniversite öğrencisine yönelik olarak, demografik ve genel özelliklerinin, yeşil tüketime yönelik tutumları açısından anlamlı farklılık olup olmadığının belirlenmesidir. Grup farklılığı analizleri sonucunda, cinsiyet ve okunulan bölüm açısından anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Kadın ve iktisat okuyan öğrencilerin yeşil tüketim tutumunun daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yeşil Ekonomi, Dögüsel Ekonomi, Yeşil Tutum, Yeşil Tüketim, Üniversite Öğrencileri, İstatistik Analiz

**Jel Kodları:** C12, C13, D12

**Başvuru:** 19.05.2022

**Kabul:** 03.08.2022

## The Evaluation Of The Attitudes Towards Green Consumption Of University Students From A Green Economy Perspective In Terms Of Demographic Characteristics

### Abstract

In the standard and linear economy paradigm, consumers are only interested in consumption and purchasing, while in the green and circular economy paradigm, they can show a high level of sensitivity towards the environment. Businesses understand that individuals with green consumption awareness can be loyal consumers and create a profitable market, so they attach importance to developing green marketing and green product production strategies. Green consumption is a form of consumption that is based on the use of the world's resources within the limits of sustainability and seeks ways to minimize the damage to natural life. The interaction of green consumption with these variables, especially young people, who are the new generation consumers, and drawing the framework of the green consumer profile are important. The aim of this study is to determine whether there is a significant difference in terms of demographic and general characteristics and attitudes towards green consumption for 500 university students studying in economics and engineering departments. As a result of group difference analysis, significant differences were obtained in terms of gender and the department studied. It has been determined that the green consumption attitude of women and students studying economics is higher.

**Key Words:** Green Economy, Circular Economy, Green Attitude, Green Consumption, University Students, Statistical Analysis

**Jel Codes:** C12, C13, D12

<sup>a</sup> Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü, eyuksel@marmara.edu.tr, ORCID Numarası: 0000-0002-5506-2976

<sup>b</sup> Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, hfundasezgin@yahoo.com, ORCID Numarası: 0000-0002-2693-9601

## GİRİŞ

Mevcut üretim ve tüketim trendlerinin devam etmesi, küresel gündemin İnsan Çağı' nın sona ermesine yol açabilecek tehditlere olan ilgisini her geçen gün arttırmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayınlanan Küresel Risk Algı Araştırması'na göre dünyayı on yılda bekleyen on risk; iklimdeğişikliğile mücadelede atılan adımların yetersizliği, aşırı hava koşulları, biyoçeşitlilik kaybı, sosyal uyumun aşınması, yaşam için gerekli koşulları elde etmeye yönelik krizler, bulaşıcı hastalıklar, insanların çevreye verdiği zarar, doğal kaynak krizleri, borç krizleri, jeo-ekonomik zorluklar gibi çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliği tehdit eden durumlar olarak sıralanmaktadır (WEF, 2022: 14).

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD)'ne göre; iklim değişikliğiyle mücadele için eyleme geçilmediği takdirde, 2060 yılına kadar küresel GSYH'nın %1 ile %3,3 arasında azalması beklenmektedir (OECD, 2015: 12). Doğal kaynakların hızla tükenmesi, buna karşılık nüfusun hızla artması iklim değişikliğinin yıkıcı etkilerini daha da arttırmaktadır. Birleşmiş Milletler (UN) 'e göre dünya nüfusu 2030'da 8,6 milyar, 2050'de 9,8 milyar olarak tahmin edilmektedir (UN, 2017:1)

Yarattığı yıkıcı etkilerden dolayı son yıllarda iklim krizi olarak adlandırılan bu sürecin sorumlusu Sanayi Devrimi ile birlikte artan üretim ve tüketim faaliyetlerinden kaynaklanan, atmosferin ısınmasına neden olan, başta karbondioksit olmak üzere seragazi emisyonlarındaki artışlardır. Sanayileşme ile birlikte görece yavaş artan karbon emisyonu 20.yy ın ikinci yarısından itibaren ivme yapmış; 1950 yılında yıllık ortalama 6 milyar tona, 1990 yılında 22 milyar tona ve 2020 yılı itibarıyla ise 35 milyar tona ulaşmıştır (STATISTA, 2022). Buna karşılık atmosferdeki ısınma (küresel ısınma) karbon emisyonlarındaki artış ile doğru orantılı olarak, 1950'de 0,2 dereceye, 2020'de ise 1 dereceye yükselmiştir (NOAA, 2022).

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP)'e göre insan kaynaklı iklim değişikliği nedeniyle küresel ısınmanın şimdiden yaklaşık 1.2 dereceye ulaştığı ve Paris İklim Anlaşması'nda ülkelerin ve uluslararası birliklerin katkı beyanı adı altında teahhüt ettikleri seragazi azaltım yükümlülüklerini yerine getirmemeleri halinde 2100 yılında 3 dereceye yükselbileceği ileri sürülmektedir (UNEP, 2021:22).

Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC)' nin 1.5 Derece Özel Raporu'nda ise küresel ısınmanın Paris İklim Anlaşması'nda kararlaştırılan 1,5 derece ile sınırlı tutulabilmesi için emisyon azaltımlarının ne kadar olması gerektiğine ilişkin farklı senaryolar, özellikle yoksulluğun önlenmesi ve eşitsizliklerin azaltılması başta olmak üzere sürdürülebilir kalkınma amaçları bağlamında ele alınmaktadır (IPCC, 2018:447).

IPCC' nin 2022 İklim Değişikliği Raporu'na göre de küresel iklim sistemindeki değişikliklerden en çok doğa ve insanın etkilendiği, bu değişikliklerden insanın sorumlu olduğu açıkça ifade edilmekte, iklim değişikliğiyle mücadelenin emisyon azaltımlarıyla sınırlı kalmaması, gıda güvenliğinden temiz su kaynaklarına, geçim kaynaklarından sağlıklı yaşama, altyapıdan ulaşım, hatta farklı kültürlerin korunmasına kadar pek çok boyutta değişime uyum sağlanması gerektiği vurgulanmaktadır (IPCC, 2022:47-48).

Bu bağlamda, insan faaliyetlerden kaynaklanan iklim değişikliğine uyum insan yapımı olan ekonomik ve toplumsal sistemin dönüşmesini gerektirmektedir. Söz konusu dönüşüm ise çevresel, ekonomik ve sosyal açıdan sürdürülebilir olmaktan çıkmış, kaynak bağımlı, atık yaratan, aşırı tüketime ve israfa yol açarak yoksulluğu derinleştiren standart ve doğrusal ekonomi paradigmasının yerine, kaynak kullanımından bağımsız, sıfır atık, türetime dayalı yeşil ve döngüsel ekonomi paradigmasına geçiş ile mümkündür. Bu çalışmanın amacı, dönüşümün bireysel tüketim kalıpları açısından geçerliliğini tespit etmektir.

Çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde araştırmanın önemi, hipotezi ve kapsamı belirtilmektedir. İkinci bölümde hipotezin dayandığı kavramsal çerçeve olan yeşil ve döngüsel ekonomi paradigması anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde istatistiksel analiz yer almakta ve bulgular ortaya konmaktadır. Sonuç bölümünde ise araştırmanın genel değerlendirmesi yapıp önerilerde bulunmaktadır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

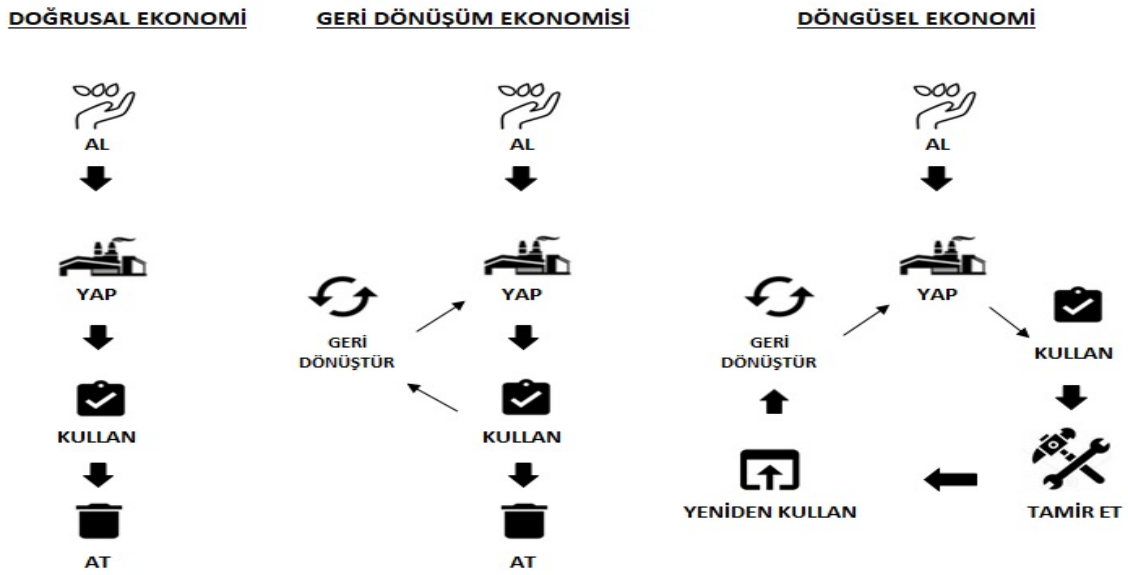
Yeşil ekonomi, doğal kaynakları sürdürülebilir biçimde kullanmaya, dolayısıyla kaynak verimliliğine ve israfın azaltılmasına yardımcı olacağı için çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğin, yoksulluğun önlenmesi ve eşitsizliklerin azaltılmasına yardımcı olacağı için de sosyal sürdürülebilirliğin bir aracıdır. Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) yeşil ekonomiyi; "insanın refahını artırıp sosyal eşitliği sağlarken çevresel risklerin ve ekolojik kıtlıkların önemli ölçüde azaltılmasını sağlayan ekonomi modeli" olarak tanımlamaktadır (UNEP,

2011:1). Dolayısıyla yeşil ekonomi, standart ekonomi paradigmasının maksimum kar odaklı, parasal göstergelerle ölçülen büyüme anlayışı yerine, sürdürülebilir bir dünya düzeni yaratmak üzere, ekonomi, toplum ve çevre arasındaki bağlantıları dikkate alan, yeşil büyüme anlayışını öneren bir ekonomidir.

Yeşil büyüme, sürdürülebilirliği tüm boyutlarıyla dikkate alarak, doğal varlıkların ve çevre hizmetlerinin insanlığın refahını ve esenliğini sağlamaya devam ettiği bir büyüme modeli olarak tanımlanır (OECD, 2011:4). Bu modelde; fosil yakıtlar yerine yenilenebilir enerji kaynaklarının teşvik edilerek çevresel risklerin azaltıldığı, söz konusu risklerin yarattığı atık ve kirlilik gibi tehditleri fırsata çeviren yenilikçi çözümlerin üretildiği, döngüsel ekonomiyle kaynakların daha verimli kullanıldığı, yeni ürün ve üretim yöntemleri ile yeni tüketim kalıplarının üretimi ve tüketimi sınırlandırdığı, insana yakışır iş olanaklarının arttığı, gelir dağılımının iyileştiği, yoksulluğun ve eşitsizliklerin azaldığı bir ekonomi anlayışı söz konusudur (Abaza, 2012:5).

Yeşil ekonomi paradigmasının uygulama yöntemi olan döngüsel ekonomi terimi ilk defa 1992'de Rio'da gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda kullanılmış; enerji, tarım ve sanayi sektörleri başta olmak üzere tüm sektörlerde kaynak verimli yol olarak tanımlanmıştır (UN, 1992:34). Buna göre kaynak verimli yol, ürün ve kaynaklar ekonomide mümkün olduğu kadar uzun tutulmasını, daha az hammadde ve enerji kullanarak üretilen ürünlerin daha az kullanılıp onarılarak yeniden kullanılmasını ve geri dönüşümü ile değer zincirinin kapanmasını, erişilebilir ve temiz enerji kullanımıyla karbon emisyonunun azaltılıp, onarım ve yeniden kullanım yöntemiyle tüketim kalıplarının değiştirilerek sıfır atığa dayalı bir ekonomi modeli üzerine oturmaktadır.

Şekil 1, üret-kullan-at olarak özetlenen doğrusal ekonomiden üret-kullan-onar-yeniden kullan-dönüştür olarak özetlenen döngüsel ekonomi arasındaki farkı göstermektedir. Doğrusal ekonomide atık söz konusu iken, döngüsel ekonomide üretim kaynaktan bağımsız hale geldiği için sıfır atık söz konusudur.



Şekil 1. Doğrusal Ekonomiden Döngüsel Ekonomiye

**Kaynak:** Yazarlar tarafından uyarlanmıştır (EC, 2020)

Döngüsel ekonomi atıksız üretimin ötesinde yeni bir tüketim kalıbını, daha doğru bir ifade ile yeni bir yaşam biçimini referans almaktadır. Bu nedenledir ki yeşil ve döngüsel ekonomi paradigması sürdürülebilir kalkınma amaçlarından özellikle sorumlu üretim ve tüketim amacı başta olmak üzere iklim eylemi, erişilebilir ve temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, eşitsizliklerin azaltılması, hedefler için ortaklıklar gibi sürdürülebilirliğin tüm boyutlarıyla doğrudan ilişkilidir. Söz konusu amaçların gerçekleştirilebilmesi için yeşil ve döngüsel ekonomi paradigması bir yol haritasıdır.

Sonuç olarak; yeşil ve döngüsel ekonomi paradigmasına dayalı sürdürülebilir bir yaşam kültürünün benimsenmesi güçlü bir farkındalık ve sorumluluk bilinci ile mümkündür. Toplumsal bilincin oluşabilmesi ise en az kurumsal değişiklikler ve regülasyonlar kadar bireysel çabalara da bağlıdır. Hem üretim yöntemlerinin hem tüketim kalıplarının sürdürülebilir bir kültürle yeniden şekillenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, üçüncü bölümde söz konusu bilincin bireyin tüketim kalıplarının ölçülmesine yönelik olarak yapılan istatistiksel analiz yer almaktadır.

## 2. İSTATİSTİK ANALİZ

### 2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırma, iktisat ve mühendislik bölümlerinde okuyan üniversite öğrencilerine yönelik olarak, demografik ve genel özelliklerinin, yeşil tüketime yönelik tutumları ve çevresel bilgi ve kaygıları açısından anlamlı farklılık olup olmadığının belirlenmesini amaçlamıştır.

### 2.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini, Marmara Üniversitesi İktisat Bölümü öğrencileri ve İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa'da eğitim alan Endüstri Mühendisliği öğrencileri oluşturmaktadır. Yükseköğretim Kurumu (YÖK) sitesinde bölüm bazında öğrenci sayıları verilmemiştir, bu nedenle her iki üniversite için birinci öğretim lisans öğrenci sayıları evren olarak ele alınmıştır. Marmara Üniversitesi 17.366 öğrenci ve İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa 43.610 öğrenci kayıtlı görünmektedir. Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilen örneklem büyüklüğü tablosunda 0.05 örnekleme hatası için  $p=0.50$  ve  $q=0.50$  için 383 kişi olarak belirlenmiştir. Bu durumda, çalışmaya gönüllü katılan öğrencilerden oluşan 500 kişi örneklem büyüklüğü, istatistik açıdan uygunluk göstermektedir. Araştırmada tesadüfi örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Bu çalışma, deneysel olmayan nicel bir araştırma tasarımına sahip olup yapılmaya metoduna göre tarama modelidir.

### 2.3. Araştırmanın Hipotezi

Araştırmanın ana hipotezi; cinsiyet, yaş, gelir algısı, eğitim alınan bölüm açısından davranışa yönelik inançsızlık, yeşil bilinç, yeşil öncelik, kolektif sorumluluk, satın alma niyeti, yeşil alternatiflere yönelme, çöp algısı, ortadan kaldırma sorunu ve genel skor olan yeşil tüketim farkındalığı boyutları anlamlı farklılık göstermektedir.

### 2.4. Veri Toplama Aracı

Çalışmada Üstündağlı ve Güzeloğlu (2015) tarafından geliştirilen ve yeşil tüketim davranışı ve tutum ölçeği kullanılmıştır. Toplamda 34 maddeden oluşan ölçeğin; davranışa yönelik inançsızlık (7 madde), yeşil bilinç (5 madde), yeşil öncelik (3 madde), kolektif sorumluluk (3 madde), satın alma niyeti (3 madde), yeşil alternatiflere yönelme (4 madde), çöp algısı (3 madde), ortadan kaldırma sorunu (2 madde) ve yeşil ideoloji (4 madde) olmak üzere 9 alt boyutu bulunmaktadır. Ölçekte, "1=Kesinlikle katılmıyorum" ve "5=Kesinlikle katılıyorum" olmak üzere 5'li likert formu kullanılmıştır.

## 3. BULGULAR

### 3.1. Anketin Güvenirliği

Anket çalışmasından elde edilen veriler için güvenilirlik testi olarak Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel, Mutlak Kesin Paralel (strict) testleri uygulanmıştır. Cronbach Alpha değerinin %70'in üzerinde olması, anket çalışmasının başarılı olduğunu ifade etmektedir. Kimi araştırmacılar tarafından ise %75 değerinin geçilmesi esas alınmaktadır (Sart vd., 2018; Sart, 2020). Diğer ölçütlerin de %70'in üzerinde olması, anketin iç tutarlılık gösterdiğini ve sonuçlara güvenilebileceğini ifade etmektedir. Bu çalışmada yapılan anketin güvenilirlik analizi sonuçları; Cronbach-Alpha = 0.927, Paralel = 0.927, Split = 0.926-0.928 ve Strict = 0.927 olarak belirlenmiştir.

### 3.2. Demografik ve Genel Bilgiler Yüzde Dağılım Bilgileri

Çalışmanın ilk aşamasında ankete cevap verenlere yönelik genel bilgiler aşağıda verilmiştir:

- ❖ Katılımcıların %52.8'i kadın ve %47.2'si erkektir.
- ❖ Katılımcıların %50'si Endüstri Mühendisliği ve %50'si İktisat bölümlerinde okumaktadır.
- ❖ Katılımcıların %3'ü 18-20 yaş aralığında, %75.4'ü 21-23 yaş aralığında, %16.8'i 24-26 yaş aralığında, %4.2'si 27-30 yaş aralığında ve %0.6'sı 30 yaş ve üzerindedir.
- ❖ Öğrencilerin %35.6' sının yeşil tüketim kavramı hakkında bilgi sahibi olduğu ve %64.4' ünün yeşil tüketim kavramı hakkında bilgi sahibi olmadığı belirlenmiştir.
- ❖ Katılımcıların %38.6'sının geliri giderlerinden az, %42.6'sının geliri giderlerine eşit, %18.8'inin geliri giderlerinden fazladır.

Tablo 1. Ölçeğe Yönelik Cevapların Yüzde Dağılımı ve Cevap Ortalamaları

Maddeler		Hiç	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle	Ort. ± Ss.
		Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Katılıyorum	
	<b>Davranışa Yönelik İnançsızlık Alt Boyutu</b>	%					
1	Her birimiz çevrenin korunmasına katkı sağlasak da toplam etki önemsiz boyutta olacaktır.	40,4	37,8	8,0	9,2	4,6	2,00± 1,126
2	Çevre tahribatının önlenmesinin faydaları, onun için harcanan parayı garantilememektedir.	28,0	29,0	29,4	11,2	2,4	2,31 ± 1,07
3	Çevresel sorunlarla ilgili çok fazla yaygara koparıldığını düşünüyorum.	65,2	25,6	5,0	3,2	1,0	1,49 ± 0,81
4	Çevrenin önemi genellikle abartılmaktadır.	75,8	18,6	2,4	1,8	1,4	1,34 ± 0,74
5	Kişisel olarak çevrenin tahribatının yavaşlatılmasına yardımcı olamam.	49,6	34,6	10,0	4,2	1,6	1,74 ± 0,91
6	Firmalar her zaman çevrenin korunmasından önce karlılığı düşünmelidir.	50,2	26,6	8,8	9,8	4,6	1,92 ± 1,18
7	Çevrenin korunmasının yararları, korunması için harcanan parayı karşılamamaktadır	38,4	27,8	22,0	9,0	2,8	2,12 ± 1,09
	<b>Yeşil Bilinç Alt Boyutu</b>	%					
8	Mümkün olduğunda çevre-dostu olduğumu düşündüğüm ürünleri satın alırım.	2,0	4,0	21,4	52,8	19,8	3,84 ± 0,85
9	Ürün satın alırken aldığım ürünün çevreyi ve diğer tüketicileri nasıl etkileyeceğini düşünürüm.	1,4	11,4	29,4	45,6	12,2	3,56 ± 0,89
10	Herhangi bir ürünü satın almadan önce çevreye olan etkilerini öğrenmeye çalışırım	2,4	19,2	33,6	37,2	7,6	3,28 ± 0,94
11	Mümkün olduğunda geri dönüşümü sağlarım.	0,8	2,2	8,4	50,8	37,8	4,23 ± 0,75
12	Siyasi partilerin çevre politikaları oy verirken dikkate aldığım bir özelliktir.	4,0	11,4	25,8	34,0	24,8	3,64 ± 1,09
	<b>Yeşil Öncelik Alt Boyutu</b>	%					
13	Geri dönüşümlü olmayan paketli ürünlerden önce geri dönüşümlü paketi olan ürünleri satın almak isterim.	0,6	5,0	17,8	45,4	31,2	4,02 ± 0,86
14	Doğada çözünmeyen paketli ürünlerden önce doğada çözünebilen paketli ürünleri satın almak isterim.	1,6	3,2	13,2	45,8	36,2	4,12 ± 0,87
15	Bence üretim birimleri, bazı ürünler için şu an kullandıkları paket miktarını azaltabilirler.	0,2	1,8	9,8	39,6	48,6	4,35 ± 0,74
	<b>Kolektif Sorumluluk Alt Boyutu</b>	%					
16	Herkes bireysel olarak çevrenin korunmasına katkı yaparsa toplam etki daha büyüyecektir.	0,2	1,6	2,0	23,2	73,0	4,67 ± 0,61
17	Günlük yaşamında herkes kişisel olarak çevrenin korunmasından sorumludur.	0,2	1,2	0,8	22,4	75,4	4,72 ± 0,56
18	Devlet çevrenin korunmasıyla ilgili sorumluluğu almalıdır.	0,6	1,0	1,6	19,6	77,2	4,72 ± 0,60
	<b>Yeşil Alternatife Yönelme Alt Boyutu</b>	%					
19	Yerel teknoloji markalarını tercih ediyorum.	16,4	36,0	32,8	11,2	3,6	2,5 ± 1,01
20	Genellikle organik ürünleri tercih ediyorum.	3,4	13,4	30,4	38,6	14,2	3,47 ± 1,00
21	Alışverişlerde aldığım malzemeleri kendi çantama koyarım, poşet kullanmam.	5,4	11,6	19,0	35,2	28,8	3,7 ± 1,15
22	Geri dönüşümden üretilmiş kağıtları kullanıyorum.	5,4	25,8	34,8	24,6	9,4	3,07 ± 1,04
	<b>Satın Alma Niyeti Alt Boyutu</b>	%					
23	Eğer daha az katı çöp anlamına gelecekse alışkın olmadığım paket dizaynlarını tercih edebilirim	0,2	2,4	15,0	42,2	40,2	4,2 ± 0,79
24	Daha az çekici olsa da eğer tüm gereksiz plastik ve kağıdın kullanılmadığını bilersen o paketli ürünü satın alırım.	0,8	4,2	15,8	43,2	36,0	4,09 ± 0,86
25	Daha az paket tüketmek için küçük boyutlardan ziyade aynı ürünün büyük paketli halini satın almak isterim.	3,8	9,8	22,6	38,6	25,2	3,72 ± 1,06
	<b>Çöp Algısı Alt Boyutu</b>	%					
26	Sokaklarda ve parklarda çöp görmek beni sinirlendiriyor	0,8	0,8	1,4	16,8	80,2	4,75± 0,601



# Yeşil Ekonomi Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinde Yeşil Tüketime Yönelik Tutumun Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi

27	Çöp atan birini görmek beni üzüyor	3,2	2,4	5,0	17,0	72,4	<b>4,53± 0,937</b>
28	Yaşadığım şehirdeki kirlilik derecesi beni endişelendiriyor	0,2	1,2	3,8	21,2	73,6	<b>4,67± 0,628</b>
<b>Ortadan Kaldırma Sorunu Alt Boyutu</b>		<b>%</b>					
29	Şehirde katı çöplerin ortadan kaldırılması sorunu vardır.	1,4	2,6	65,8	16,4	13,8	<b>3,39 ± 0,80</b>
30	Şehirde katı çöplerin ortadan kaldırılacağı yerler azalmıştır.	2,4	4,2	69,8	14,6	9,0	<b>3,24 ± 0,76</b>
<b>Yeşil İdeoloji Alt Boyutu</b>		<b>%</b>					
31	Çevremizi korumak için ciddi miktarlarda para harcamalıyız.	5,2	25,2	20,8	28,4	20,4	<b>3,34 ± 1,20</b>
32	Çevre sorunlarını azaltmak için sıkı küresel ölçüler uygulamalıyız.	0,6	1,6	5,6	39,8	52,4	<b>4,42 ± 0,72</b>
33	Çevrenin korunması gerektiğini herkes anlamadıkça, gelecek nesiller bunun sonuçlarından mağdur olacaktır.	0,4	0,8	2,0	16,6	80,2	<b>4,75 ± 0,56</b>
34	Çevre günümüz toplumlarının en önemli sorunlarından biri haline gelmiştir.	0,4	0,6	2,6	20,8	75,6	<b>4,71 ± 0,58</b>

Ankete verilen genel cevap ortalamalarına bakıldığında, katılımcı öğrencilerin davranışa yönelik inançsızlık boyutu haricinde diğer boyutlarda (ortalama=3.89) “katılıyorum” yönüyle cevaplar verdiği belirlenmiştir. Bu sonuç, hem iktisat hem de endüstri mühendisliği öğrencilerinin yeşil tutum ve davranışlar konusunda bilinçli olduklarını ortaya koymaktadır.

### 3.3. Grup Farklılığı Analizleri

**Tablo 2. Boyutlara Yönelik Tanımlayıcı İstatistik Bilgiler ve Normallik Test Sonuçları**

Boyutlar	Ort.	ss.	Asimetri	Basıklık	Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk	
					ist	p	ist	p
Davranışa Yönelik İnançsızlık Alt Boyutu	1,84	0,65	1,162	2,661	0,098	0,000	0,919	0,000
Yeşil Bilinç Alt Boyutu	3,71	0,645	-0,489	1,022	0,102	0,000	0,971	0,000
Yeşil Öncelik Alt Boyutu	4,16	0,66	-0,699	0,792	0,159	0,000	0,914	0,000
Kolektif Sorumluluk Alt Boyutu	4,70	0,47	-2,69	12,07	0,305	0,000	0,665	0,000
Yeşil Alternatife Yönelme Alt Boyutu	3,18	0,72	-0,258	0,039	0,088	0,000	0,984	0,000
Satın Alma Niyeti Alt Boyutu	4,0	0,67	-0,465	0,391	0,116	0,000	0,949	0,000
Çöp Algısı Alt Boyutu	4,65	0,56	-2,081	5,796	0,329	0,000	0,681	0,000
Ortadan Kaldırma Sorunu Alt Boyutu	3,31	0,698	0,7	1,721	0,352	0,000	0,762	0,000
Yeşil İdeoloji Alt Boyutu	4,30	0,56	-1,162	3,42	0,123	0,000	0,901	0,000

Görüleceği üzere, her iki normallik testi sonucunda  $p < 0.05$  olduğundan normal dağılımın sağlanmadığını belirten  $H_1$  hipotezi kabul edilir. Bu durumda grup farklılığı analizlerinde non-parametrik yöntemler kullanılacaktır. Grup farklılıklarının analizinde 2 grup için Mann-Whitney-U testi ile 3 ve üzeri grup için Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Farkın kaynağı için ortalama değerlerine bakılmıştır.

**Tablo 3. Cinsiyet açısından Mann-Whitney U Sınaması Sonuçları**

Boyutlar	Grup	Ortalama Sıra	Cevap Ort.	Mann-Whitney U	p
Davranışa Yönelik İnançsızlık Alt Boyutu	Erkek	274,72	1,974	25435,5	0,000*
	Kadın	228,85	1,725		
Yeşil Bilinç Alt Boyutu	Erkek	215,22	3,556	22826,5	0,000*
	Kadın	282,04	3,848		
Yeşil Öncelik Alt Boyutu	Erkek	226,23	4,031	25425,0	0,000*
	Kadın	272,19	4,275		
Kolektif Sorumluluk Alt Boyutu	Erkek	237,78	4,637	28150,5	0,038*
	Kadın	261,87	4,760		
Yeşil Alternatife Yönelme Alt Boyutu	Erkek	219,93	3,033	23938,0	0,000*
	Kadın	277,83	3,318		
Satın Alma Niyeti Alt Boyutu	Erkek	237,51	3,940	28086,5	0,034*
	Kadın	262,11	4,058		
Çöp Algısı Alt Boyutu	Erkek	211,66	4,493	21985,0	0,000*
	Kadın	285,22	4,788		
Ortadan Kaldırma Sorunu Alt Boyutu	Erkek	235,36	3,239	27579,0	0,011*
	Kadın	264,03	3,375		
Yeşil İdeoloji Alt Boyutu	Erkek	243,79	4,277	29569,0	0,001*
	Kadın	256,5	4,326		

\*0.05 için anlamlı farklılık

Cinsiyet açısından tüm alt boyutlarda anlamlı farklılık elde edilmiştir. Davranışa yönelik inançsızlık alt boyutunda erkekler daha inançsız bir tutum sergilerken, diğer tüm alt boyutlarda kadınlar çok daha bilinçli bir tutum içindedir. Kadınlarda algı daha yüksek çıkmıştır.

**Tablo 4. Yaş açısından Kruskal-Wallis Testi Sınaması Sonuçları**

Boyutlar	Grup	Ortalama Sıra	Cevap Ortalaması	Ki-kare Değeri	p
Davranışa yönelik inançsızlık alt boyutu	18-20	260,17	1,8293	4,013	0,404
	21-23	250,53	1,8463		
	24-26	263,24	1,8979		
	27-30	205,19	1,6257		
	30 ve üzeri	159,17	1,4767		
Yeşil Bilinç Alt Boyutu	18-20	256,80	3,76	0,336	0,987
	21-23	248,65	3,7146		
	24-26	254,06	3,7024		
	27-30	262,48	3,6286		
	30 ve üzeri	268,50	3,8		
Yeşil Öncelik Alt Boyutu	18-20	229,83	4,0227	5,681	0,224
	21-23	245,22	4,1439		
	24-26	268,63	4,2380		
	27-30	266,74	4,1433		
	30 ve üzeri	396,50	4,7767		
Kolektif Sorumluluk Alt Boyutu	18-20	215,50	4,6667	6,113	0,191
	21-23	245,56	4,6953		
	24-26	270,11	4,7662		
	27-30	270,24	4,5557		
	30 ve üzeri	358,50			
Satın Alma Niyeti Alt Boyutu	18-20	168,10	3,6220	8,703	0,069
	21-23	256,83	4,0302		
	24-26	228,60	3,9088		
	27-30	278,05	4,1271		
	30 ve üzeri	287,50	4,2233		
Çöp Algısı Alt Boyutu	18-20	187,03	4,4673	5,399	0,249
	21-23	255,68	4,6688		
	24-26	238,14	4,6232		
	27-30	246,50	4,4924		
	30 ve üzeri	291,00	4,8900		
Yeşil Alternatife Yönelme Alt Boyutu	18-20	237,97	3,15	1,859	0,762
	21-23	253,47	3,2003		
	24-26	249,04	3,1726		
	27-30	211,21	2,9524		
	30 ve üzeri	255,67	3,2500		
Ortadan Kaldırma Sorunu Alt Boyutu	18-20	274,50	3,5333	1,647	0,800
	21-23	251,52	3,3117		
	24-26	246,54	3,2857		
	27-30	226,29	3,1905		
	30 ve üzeri	283,00	3,6667		
Yeşil İdeoloji Alt Boyutu	18-20	244,10	4,3167	0,921	0,922
	21-23	253,66	4,3123		
	24-26	238,84	4,2619		
	27-30	249,43	4,3095		
	30 ve üzeri	219,17	4,2500		

Ele alınan boyutlarda yaş açısından anlamlı farklılık elde edilmemiştir. Yaş açısından görüşlerde bir değişme yoktur.

**Yeşil Ekonomi Perspektifinden Üniversite Öğrencilerinde Yeşil Tüketime Yönelik Tutumun Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi**

**Tablo 5. Gelir Açısından Kruskal-Wallis Testi Sınaması Sonuçları**

Boyutlar	Grup	Oralama Sıra	Cevap Ortalaması	Ki-kare Değeri	p
Davranışa yönelik inançsızlık alt boyutu	Gelir gidere eşit	233,79	1,7539	5,131	0,077
	Gelir giderden az	265,06	1,9312		
	Gelir giderden fazla	258,47	1,8634		
Yeşil Bilinç Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	251,39	3,7277	1,833	0,409
	Gelir giderden az	257,82	3,7316		
	Gelir giderden fazla	233,45	3,6298		
Yeşil Öncelik Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	258,01	4,1877	1,044	0,593
	Gelir giderden az	244,69	4,1398		
	Gelir giderden fazla	245,43	4,1379		
Kolektif Sorumluluk Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	252,57	4,7453	0,105	0,549
	Gelir giderden az	248,42	4,6687		
	Gelir giderden fazla	250,06	4,6738		
Yeşil Alternatife Yönelme Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	251,16	3,2042	0,059	0,671
	Gelir giderden az	248,68	3,1619		
	Gelir giderden fazla	252,74	3,1835		
Satın Alma Niyeti Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	251,03	4,0033	0,559	0,556
	Gelir giderden az	245,73	3,9916		
	Gelir giderden fazla	259,10	4,0247		
Çöp Algısı Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	242,72	4,6405	1,1829	0,401
	Gelir giderden az	259,85	4,6653		
	Gelir giderden fazla	248,94	4,6347		
Ortadan Kaldırma Sorunu Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	250,33	3,3216	1,144	0,564
	Gelir giderden az	245,11	3,2694		
	Gelir giderden fazla	261,95	3,3723		
Yeşil İdeoloji Alt Boyutu	Gelir gidere eşit	249,21	4,3134	0,320	0,452
	Gelir giderden az	254,62	4,3122		
	Gelir giderden fazla	244,96	4,2633		

Gelir açısından anlamlı farklılık elde edilmemiştir. Gelir grupları için görüş farklılığı yoktur.

**Tablo 6. Bölüm Açısından Mann-Whitney U Sınaması Sonuçları**

Boyutlar	Bölüm	Ortalama Sıra	Cevap Ort.	Mann-Whitney U	p
Davranışa yönelik inançsızlık alt boyutu	İktisat	207,32	1,6737	20455,5	0,000*
	Endüstri Mühendisliği	293,68	2,0121		
Yeşil Bilinç Alt Boyutu	İktisat	270,83	3,7888	26167,0	0,002*
	Endüstri Mühendisliği	230,17	3,6328		
Yeşil Öncelik Alt Boyutu	İktisat	278,78	4,2706	24181,0	0,000*
	Endüstri Mühendisliği	222,22	4,0492		
Kolektif Sorumluluk Alt Boyutu	İktisat	289,93	4,8178	21392,5	0,000*
	Endüstri Mühendisliği	211,07	4,5868		
Yeşil Alternatife Yönelme Alt Boyutu	İktisat	249,43	3,1800	30983,5	0,868
	Endüstri Mühendisliği	251,57	3,1880		
Satın Alma Niyeti Alt Boyutu	İktisat	283,78	4,1388	22929,0	0,000*
	Endüstri Mühendisliği	217,22	3,8668		
Çöp Algısı Alt Boyutu	İktisat	274,81	4,7403	25172,5	0,000*
	Endüstri Mühendisliği	226,19	4,5577		
Ortadan Kaldırma Sorunu Alt Boyutu	İktisat	251,18	3,3100	31079,0	0,903
	Endüstri Mühendisliği	249,82	3,3120		
Yeşil İdeoloji Alt Boyutu	İktisat	260,80	4,3210	28674,5	0,032*
	Endüstri Mühendisliği	240,20	4,2860		

\*0.05 için anlamlı farklılık

Okunulan bölüm açısından bakıldığında, yeşil alternatife yönelme alt boyutu ve ortadan kaldırma sorunu alt boyutu için anlamlı farklılık elde edilmemiştir. Bunun dışında diğer alt boyutlar için anlamlı farklılık belirlenmiştir. Davranışa yönelik inançsızlık alt boyutu için endüstri mühendisliği öğrencileri daha inançsız bir tablo sergilerken, diğer boyutlarda iktisat öğrencileri yeşil tutumda çok daha bilinçli çıkmıştır.

#### 4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı, Marmara Üniversitesi İktisat Bölümü öğrencileri ile İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Endüstri Mühendisliği öğrencilerinin yeşil tüketim tutumlarını demografik özelliklere göre istatistiksel açıdan değerlendirmektir. Toplam 500 öğrenci ankete katılım göstermiştir. Yapılan grup farklılığı analizleri sonucunda, cinsiyet ve okunulan bölüm açısından anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Kadın ve iktisat okuyan öğrencilerin yeşil tüketim tutumunun daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcı öğrencilerin yeşil tüketim farkındalığı ölçeğinin alt boyutları ve genel yeşil tüketim farkındalığına ait puanlarının ortalamasının üzerinde ve yüksek düzeylerde olduğu belirlenmiştir. Üniversitedeki öğrencilerin yeşil tüketim ve çevresel konulara yüksek farkındalık gösterdiği belirlenmiştir. Bu bulgu, Straughan ve Roberts (1999) çalışmasında, Amerika’da üniversite öğrencilerinin çevresel konularda duyarlı oldukları sonucu ile benzerdir. Ayyıldız ve Genç (2008) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin çevre ve yeşil pazarlama konularında olumlu tutuma sahip olduğunu ortaya koymuşlardır.

Diğer yandan, araştırmaya katılan gençler, yeşil ürünlere yönelik sorumluluk ve çöp başlıklarını içeren kolektif sorumluluk” ve çöp algısı” alt boyutlarına, daha olumlu yönde cevap vermişlerdir. Üniversitedeki öğrencilerden kadın ve erkek bireyler değerlendirildiğinde, kadınların erkeklere göre daha fazla “yeşil” davranışlar sergilediği belirlenmiştir. Kadınların çevresel problemlere daha fazla duyarlılık gösterdiği; Straughan ve Roberts (1999), Kollmuss ve Agyeman (2002), Autio ve Heinonen (2004), Sarıkaya (2007), Yılmaz ve Arslan (2011), Karaca (2013), Üstündağlı ve Güzeloğlu (2015), Çakmak ve Özkan (2016), Çetinkaya ve Özceylan (2016) ve Sarıtaş (2018) çalışmalarında vurgulanmıştır.

Chen ve Chai (2010), Başol vd. (2016) ve Sarıtaş (2018) çalışmasında, çevresel algı ve yeşil ürünlere yönelik tutum için, cinsiyet açısından anlamlı farklılık elde etmemiştir. Bununla beraber, Ünüvar vd. (2018) çalışmasında, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre, yeşil tutumun istatistik anlamlı yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Karaca (2013) çalışmasında, 18-25 yaş grubu ve 26-35 yaş grubu tüketiciler, çevre dostu ürünleri satın alma konusunda, 56-65 yaş grubu tüketicilere göre anlamlı farklılık gösterdiğini belirlemiştir. Başol vd. (2016) çalışmasında, Erasmus öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada yaş açısından anlamlı farklılık elde etmemiştir. Sarıtaş (2018) çalışmasında, çevreye duyarlı ürün bilinci ölçeği alt boyutlarından sadece ekolojik bilinç boyutu için yaş değişkeni açısından anlamlı farklılık görülmüştür. Diğer yandan, Cesur ve Memiş (2016) çevresel duyarlılık ile yaş arasında negatif yönde ve zayıf yönlü bir ilişki olduğu belirtmiştir.

Hızla gelişen teknoloji ve değişen dünya çerçevesinde çevrenin korunmasında ve çevreye dost yeşil ürünler oluşturmada, devlete ve özel sektöre önemli görevler düşmektedir. Tüketicilerin, çevre dostu ürünlere yönelik olumlu tutumları konusunda kararlılıklarını göstermesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, devlet tarafından, çevre konusunda eğitim ve çeşitli yasal düzenlemelerin yapılması, çevreye duyarlılıkta toplumun tüm kesimine olumlu davranış değişikliklerinin kazandırılması, çevre sorunlarının sürekli gündemde tutulmasıyla, çevreyle ilgili bir bilinç artışı ya da bir farkındalık yaratılması büyük önem arz etmektedir. Diğer yandan, özel sektör rekabet gücünü arttırmak için, dönüşüm sürecinde geride kalmamalı, farklı sosyal sorumluluk projeleri ile itibar kazanmaya çalışmalıdır. Çevre duyarlılığı artan tüketiciler karşısında, çevre dostu stratejiler hayata geçirilmelidir.

Sonuçların genellenebilmesi için, ileride yapılacak olan çalışmaların farklı üniversitelerde ve illerde, farklı sektörlerde, farklı kültürel dokulardaki tüketiciler üzerinde yapılması araştırmanın genellenebilmesi için önem arz etmektedir.

#### KAYNAKÇA

ABAZA, H. (2012). “Introduction”, Green Economy In Action: Articles and Excerpts that Illustrate Green Economy and Sustainable Development Efforts”, UNDP, <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/Green%20Economy%20Compilation%20Report.pdf>, pp.5-7, (Erişim Tarihi: 30.07.2022).

- AUTIO, M. & HEINONEN, V. (2004). "To Consume or Not To Consume?: Young People's Environmentalism in the Affluent Finnish Society", *Journal of Youth Research*, 12(2), 137-153.
- AYYILDIZ, H. & GENÇ, K. Y. (2008). "Çevreye Duyarlı Pazarlama: Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Pazarlama Uygulamaları ile İlgili Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 505-527.
- BAŞOL, O., DÜLGEROĞLU, İ. & ÖZTÜRK BAŞOL, R. (2016). "Genç Tüketicilerin Yeşil Tüketim Davranışı: Uluslararası Algı Farklılıkları", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 1-16.
- CESUR Z. & MEMİŞ S. (2016). "Yeşil Ürünlere İlişkin Öğrencilerin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (46), 664-673.
- CHEN, T. B., & CHAI, L. T. (2010). "Attitude towards the environment and green products: Consumers' perspective". *Management Science and Engineering*, 4(2), 27-39.
- ÇAKMAK, A. Ç. & ÖZKAN, B. (2016). "Üniversite Öğrencilerinin Ekolojik Farkındalıkları İle Yeşil Tüketim Alışkanlıklarının Farklı Değişkenler Perspektifinden Karşılaştırılması: İnteraktif Bir Uygulama", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 3144-3144.
- ÇETİNKAYA, C. & ÖZCEYLAN, E. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Yeşil Satın Alma Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma: Gaziantep Üniversitesi Örneği", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(1), 289-302.
- EUROPEAN COMMISSION. (EC). (2020). "A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe", [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b735-01aa75ed71a1.0017.02/DOC\\_1&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9903b325-6388-11ea-b735-01aa75ed71a1.0017.02/DOC_1&format=PDF)(Erişim Tarihi: 20.07.2022).
- IPCC (2018). "Global Warming of 1.5"-Special Report, Chapter 5, [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2022/06/SR15\\_Chapter\\_5\\_LR.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/sites/2/2022/06/SR15_Chapter_5_LR.pdf)(Erişim Tarihi: 29.07.2022)
- IPCC (2022). "Climate Change 2022: Impacts, Adaptation And Vulnerability, WGII Sixth Assessment Report", Chapter 1, [https://report.ipcc.ch/ar6wg2/pdf/IPCC\\_AR6\\_WGII\\_FinalDraft\\_FullReport.pdf](https://report.ipcc.ch/ar6wg2/pdf/IPCC_AR6_WGII_FinalDraft_FullReport.pdf), pp.1-102, (Erişim Tarihi: 30.07.2022)
- KARACA Ş. (2013). "Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma". *Ege Bakış*, 13 (1), 99-111.
- KOLLMUSS, A. & AGYEMAN, J. (2002). "Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?", *Environmental Education Research*, 8, 239-260.
- NOAA (2022). "Global Average Surface Temperature", <https://www.ncei.noaa.gov/access/monitoring/climate-at-a-glance/global/time-series>(Erişim Tarihi: 28.07.2022)
- OECD (2011). "Towards green growth", <https://www.oecd.org/greengrowth/48012345.pdf> (Erişim Tarihi: 29.07.2022).
- OECD. (2015). "The Economic Consequences of Climate Change". Paris: OECD Publishing. [https://read.oecd-ilibrary.org/environment/the-economic-consequences-of-climate-change\\_9789264235410-en#page1](https://read.oecd-ilibrary.org/environment/the-economic-consequences-of-climate-change_9789264235410-en#page1) (Erişim Tarihi: 12.06.2022).
- SART G., SEZGİN F. H. & DEMİR N. (2018). "Mobbingin Mesleki Tükenmişlik Algısı Üzerine Etkileri:Kadın Akademisyenler Örneği". *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(1), 118-135.
- SART, G. (2020). "Bireysel Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması". *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 1(5), 58-72.
- SARIKAYA, N. (2007). "Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler Ve Tutumlar Üzerine Bir Saha Çalışması". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (14) , 110-125 .
- SARITAŞ, A. (2018). "Yeşil Satın Alma Davranışının Algılanan Tüketici Etkinliğine Etkisinde Çevresel Kaygının Aracılık Rolü". *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4(5), 47-71 .

- STRAUGHAN, R. & ROBERTS, J. (1999). "Environmental Segmentation Alternatives: A Look at Green Consumer Behavior in the New Millennium". *Journal of Consumer Marketing*, 16, 558-575.
- STATISTA (2022). "Historical carbon dioxide emissions from global fossil fuel combustion and industrial processes from 1750 to 2020", <https://www.statista.com/statistics/264699/worldwide-co2-emissions/> (Erişim Tarihi: 28.07.2022).
- UN (1992). "Report of the United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, 3-14 June 1992", UN, New York: 1993, <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N92/836/55/PDF/N9283655.pdf?OpenElement> (Erişim Tarihi: 28.07.2022)
- UN (2017). "Department of Economic and Social Affairs, Population Division, World Population Prospects: The 2017 Revision", [https://population.un.org/wpp/publications/files/wpp2017\\_keyfindings.pdf](https://population.un.org/wpp/publications/files/wpp2017_keyfindings.pdf) (Erişim Tarihi: 28.07.2022)
- UNEP (2011). "Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication", [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/126GER\\_synthesis\\_en.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/126GER_synthesis_en.pdf) (Erişim Tarihi: 30.07.2022)
- UNEP (2021). "Making Peace with Nature A scientific blueprint to tackle the climate, biodiversity and pollution emergencies", <https://wedocs.unep.org/xmlui/bitstream/handle/20.500.11822/34948/MPN.pdf> ((Erişim Tarihi: 29.07.2022)
- ÜNÜVAR, Ş., KILINÇ, C., SARI GÖK, H. & ŞALVARCI, S. (2018). "Turizm Öğrencilerinin Yeşil Ürün Tercihinin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 20-40.
- ÜSTÜNDAĞLI, E. & GÜZELOĞLU, E. (2015). "Gençlerin yeşil tüketim profili: Farkındalık, tutum ve davranış pratiklerine yönelik analiz". *Global Media Journal TR Edition*, 5(10), 341-362.
- WEF (2022). "The Global Risks Reports 2022", 17<sup>th</sup> Edition, [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2022.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2022.pdf) (Erişim Tarihi: 27.07.2022)
- YILMAZ, V. & ARSLAN, T. (2011). "Üniversite öğrencilerinin çevre koruma vaatleri ve çevre dostu tüketim davranışlarının incelenmesi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 1-10.

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## Rekabet Stratejilerinin Finansal Performansa Etkisi: Aile Şirketleri Örneği

Pınar TOKAL<sup>a</sup>

### Özet

Günümüzde varlığını sürdürmekte olan işletmeler, yoğun rekabet koşullarında rakiplerine karşı üstün gelebilmek ve faaliyetlerini uzun vadede devamlı kılabilme adına, rekabet stratejilerinden yardım alarak işletme performanslarını daha da geliştirebilmek için çaba harcamaktadır. Hem Dünya'daki hem de Türkiye'deki küçük ve orta ölçekli işletmelerin ciddi bir bölümü aile işletmesidir. Rekabet üstünlüğü elde eden işletmeler, finansal performansları konusunda da avantajlı konuma sahip olmaktadır. Burada gerçekleştirilen çalışma, aile işletmeleri tarafından uygulanan rekabet stratejilerinin finansal performansa etkisini ortaya koymaktadır. Söz konusu amaçtan yola çıkarak İstanbul Sanayi Odası (İSO)'nun İlk 500 ve ikinci 500 aile işletmeleri temel alınmış, toplam 310 aile şirketi için analizler gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda, rekabet stratejileri ile finansal performans ile %63.7 pozitif yönlü ilişkilidir. Regresyon analizi sonucunda, rekabet stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta=0.692$ ;  $p<0.01$ ). Maliyet liderliği stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta=0.654$ ;  $p<0.01$ ). Farklılaştırma stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta=0.633$ ;  $p<0.01$ ). Odaklanma stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta=0.505$ ;  $p<0.01$ ). Finansal performans üzerinde en yüksek etki maliyet liderliği stratejileri olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet, Rekabet Stratejisi, Performans, Regresyon Analizi

**Jel Kodları:** C13, M10, M21

**Başvuru:** 10.03.2022

**Kabul:** 07.08.2022

## The Effect of Competitive Strategies on Financial Performance: A Case of Family Business

### Abstract

Companies that exist today are making efforts to further improve their business performance with the help of competitive strategies in order to be able to outdo their competitors in intense competition conditions and to maintain their activities in the long term. A significant portion of small and medium-sized businesses both in the world and in Turkey are family businesses. Businesses that gain competitive advantage also have an advantageous position in terms of financial performance. The study carried out here is to reveal the effect of competitive strategies implemented by family businesses on financial performance. Based on this purpose, the first 500 and second 500 family businesses of the Istanbul Chamber of Industry (ICI) were taken as a basis, and analyzes were carried out for a total of 310 family companies. As a result of the correlation analysis, there is a 63.7% positive correlation between competitive strategies and financial performance. As a result of regression analysis, competitive strategies affect financial performance positively ( $\beta=0.692$ ;  $p<0.01$ ). Cost leadership strategies affect financial performance positively ( $\beta=0.654$ ;  $p<0.01$ ). Differentiation strategies affect financial performance positively ( $\beta=0.633$ ;  $p<0.01$ ). Focusing strategies positively affect financial performance ( $\beta=0.505$ ;  $p<0.01$ ). The highest impact on financial performance has been cost leadership strategies.

**Key Words:** Competition, Competitive Strategy, Performance, Regression Analysis

**Jel Codes:** C13, M10, M21

<sup>a</sup> Dr., Netkent Akdeniz Araştırma ve Bilim Üniversitesi, pinartokal@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2267-8931

## GİRİŞ

İşletmelerin, faaliyetlerini gerçekleştirmiş oldukları sanayi dallarında yüksek performans sergilemeleri, başka bir ifadeyle sanayi ortalamasının üzerinde karlılık elde etmeleri rekabet üstünlüğü biçiminde ifade edilmektedir (Amaoako ve Acquaaah, 2008:576). Porter (1980) tarafından, bir işletmenin rakiplerine kıyasla yüksek oranda kazanımda bulunabilmesi adına farklılaştırma ya da düşük maliyet avantajına sahip olması gerektiği belirtilmiştir. Sözü edilen rekabet stratejileri “Jenerik Rekabet Stratejileri” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu stratejiler kapsamında; farklılaştırma, maliyete dayalı liderlik ve odaklaşma yer almaktadır. Jenerik rekabet stratejiler, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirdiği pazarda rakiplerine oranla yüksek performans sergilemesine yardımcı olacak genel rekabet özelliklerini ifade etmektedir.

Her bir Jenerik rekabet stratejisi, rekabet üstünlüğünün bir başka yönünü içine almakta ve bulunduğu sanayi dalına göre değişiklikler göstermektedir. Porter, söz konusu üç temel stratejinin rekabet koşullarıyla mücadele etmek amacıyla faydalanılabilecek alternatif ve uygulanabilir yaklaşımlar olduğunu savunmaktadır. İşletmelerin sayılan bu üç strateji içerisinden en azından birinde kendi stratejisini oluşturamaması halinde farklı bir pozisyonda bulunacaklarının kaçınılmaz olduğunu belirtmiştir. Porter (1980), bahsi geçen pozisyonu “arada sıkışıp kalan” olarak nitelendirmiştir.

İşletmelerin asgari maliyetlere sahip olma arzusu, sektör genelinde farklılaştırmaya yönelik çalışmaları ya da daha dar bir alanda farklılaştırma veya düşük maliyetli bir konum meydana getirecek odaklanma yoktur (Banker vd., 2014:874). Bundan dolayı, bu şekildeki işletmeler düşük karlılığı garanti etmesi sonucu ya düşük fiyat talebinde bulunan yüksek hacimli müşterilerini kaybederler ya da yüksek marjlı işleri yüksek marj hedefi olan işletmelere kaptırmak durumunda kalırlar (Seedee, 2012:138).

Çoğu işletmede olduğu gibi aile işletmelerinde de sert rekabet koşullarında var olmaya devam edebilmek ve sürdürülebilir kâr marjı elde edebilmek amacıyla çok sayıda rekabet stratejisinden faydalanılmaktadır. Aile işletmelerinde daimi bir başarının yakalanabilmesi amacıyla her bir kuşağın, yeni bir strateji ortaya çıkarması gerekmektedir. Buna bağlı olarak, yeni aile üyeleri arasında otonomi çoğalacak ve iş ilişkileri daha sağlam bir hal alacaktır. Stratejiye dair öneriler, işin ya da riskin yalnızca bir kısmından ziyade tamamını içine almalıdır (Ho, 2015:9). Ülke ekonomileri bakımından aile işletmelerinin oldukça önemli bir yere sahip olduğu kabul edilmektedir (Miles, 2013:398). Birçok ülke ekonomisi dışardan incelendiğinde, aile işletmelerinin oranının büyük olduğu görülmektedir. Bu nedenle, aile işletmelerine ilişkin gerçekleştirilen çalışmalar büyük önem arz etmektedir.

Çalışmanın amacı, 310 aile şirketi için, rekabet stratejilerinin finansal performansa etkisini belirlemektir. Ayrıca, rekabet stratejilerinin alt boyutları ve finansal performans ilişkisini ortaya koymaktır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. İşletmelerde Rekabet Stratejileri

Rekabetçilik terimi, modern yönetim ve ekonomilerde yer alan kavramlar içerisinde en güçlüsü olarak kabul edilmektedir. Rekabetçilik kavram, pazar payı, karlılık ya da verimlilik benzeri ekonomik ölçütlerin performans gelişimi üzerinde yeterli gelmediği durumlarda yönetim ve ekonomi konularında gündeme alınmıştır (Parnell, 2013:45).

İşletmelerin rekabetçiliğine yönelik olarak gerçekleştirilen çok sayıda rekabet teorisi olmasına karşın Porter (1980) ve Porter (1985) tarafından düzenlenen rekabet avantajı ve rekabet stratejisi modelleri daha ön plana çıkmıştır. Porter tarafından ortaya atılan “Beş Kuvvet Modeli”, rekabet stratejisi kaynaklı rekabet avantajına dayanmakta olup işletmelerin karlılıkları üzerinde etkili olan mikro çevrede ortaya çıkan dış güçlerin değerlendirilmesi üzerine kurulu bir modeldir. Bu modelin özelliği, piyasanın cazibesinin ve genel karlılığının piyasa tarafından tanımlanabiliyor olmasıdır. Porter (2008), bir işletme için rekabet ortamının sanayinin ekonomik durumuna dayandığını ve rekabetçi güçler karşısında savunmada bulunarak bu güçleri işletme lehine döndürebilmenin strateji açısından büyük önem taşıdığını ifade etmiştir.

Porter rekabet stratejisinin rekabet üstünlüğü kazandırması gerektirdiğine ve rakiplere karşı finansal yönden pozitif, sürdürülebilir bir konum amaçlayarak uygulanması gerektiğine vurgu yapmıştır (Sekaran ve Bougie, 2016:56). Porter (1980)’ın düzenlemiş olduğu rekabet stratejisi modeli “Jenerik Rekabet Stratejileri” şeklinde tanımlanmıştır. Her çeşit ürün ve hizmet üretimi gerçekleştiren birbirinden farklı ölçeklere sahip şirketlerde genel rekabet özelliklerinden yararlanılarak rakip şirketler karşısında avantajlı bir konum elde etmek adına ortaya çıkarılan söz konusu model “Jenerik” yani kapsamlı, genel olarak ifade edilmiştir. Wilden (2013)’e göre,

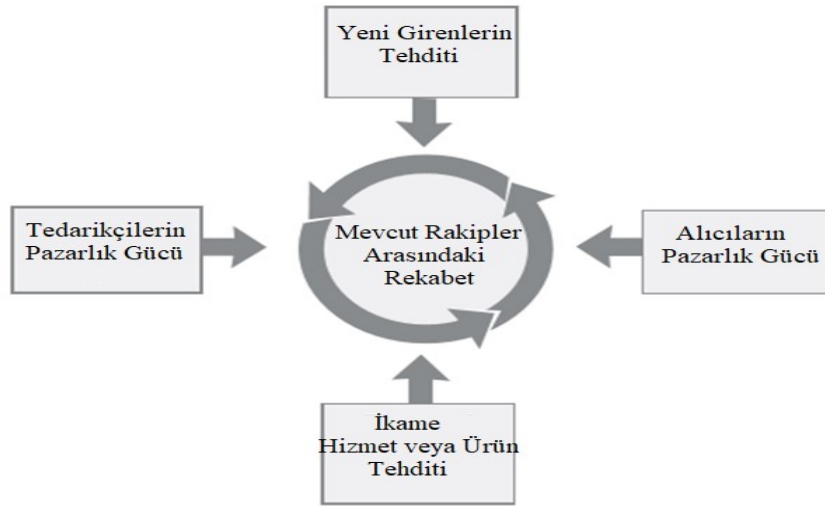


modelin genel rekabet özelliklerinden yardım alınarak kapsamlı bir alanda uygulanabilmesi önemli bir özelliktir. Bu özelliğinden ötürü model, literatürde pek çok uygulama ve araştırmaya konu edilmiştir.

Porter'ın rekabet stratejisi yaklaşımının başlangıcı, şirket çevresindeki rakip güçlerin tespit edilmesidir. Yapılan tespit işlemi sonrasında en uygun rekabet stratejisi belirlenir ve rakip güçlerin baskısının en aza indirilmesi sağlanır (Claver-Cortes vd., 2012:995). Porter (2008), sanayinin yapısının rekabet gücünün belirlenmesini sağlayan birtakım teknik ve ekonomik özelliklerden büyüdüğünü ifade etmiştir. Sanayinin üretkenlik ve rekabetini saptayabilmek adına, sektörün temel yapısı sanayiye göre farklılık gösteren beş güç bakımından analiz edilmelidir. Burada sözü edilen beş güç aşağıda sıralanmıştır:

- Giriş tehdidi (Potansiyel rakipler tarafından)
- Tedarikçilerin gücü
- Alıcıların gücü
- İkame tehdidi
- Mevcut rakipler arasında rekabet

Beş güç; bir işletmenin faaliyetini gerçekleştirmiş olduğu sanayinin yapısını anlamasına yardımcı olabilmekte ve işletme açısından daha karlı ve daha az saldırılara maruz kalan bir konum belirleyebilmektedir. Bir sanayi dalındaki üretkenliği açığa çıkaran ve strateji oluşturma konusunda önemli görülen bu güçlerden en belirgin kuvvet her zaman açık olmamaktadır (Gwangwava ve Zororo, 2021: 4).



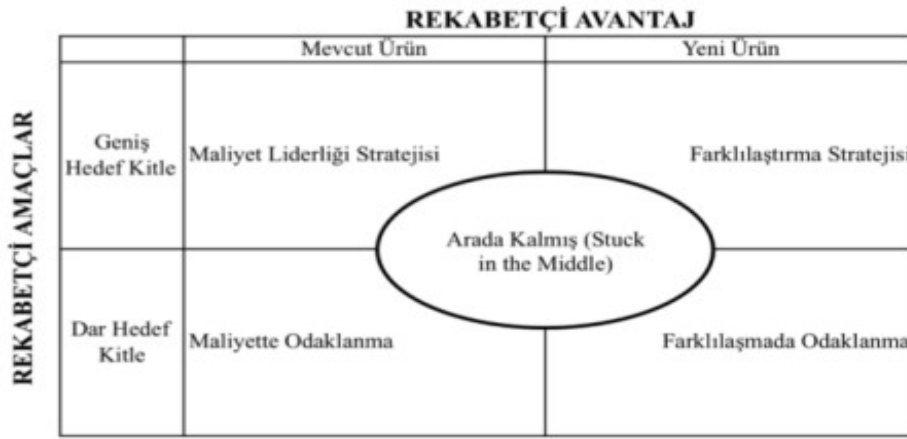
**Şekil 1. Endüstri Rekabetini Şekillendiren Beş Güç**

**Kaynak:** Porter, 2008.

Bir sanayi dalında ortalamanın üzerinde bir performans sergileyebilmek için üç temel stratejiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu stratejilerin her birinin uygulanması sanayiden sanayiye farklılık arz edecek olması nedeniyle spesifik eylemleri zorunlu kılmaktadır (Clegg vd., 2011:67). Genel bir stratejinin belirlenerek uygulamaya konabilmesi için içinde yer alınan sektörde araştırmalarda bulunulması ve rekabet avantajına yönelik rasyonel yollar aranması gerekmektedir (Huang ve Lee, 2013:615). Buradan hareketle, şirketin sanayideki rekabet üzerinde etkisi bulunan söz konusu beş gücü irdeleyip iç ve dış analizlerini tamamlaması sonrasında rakipleri karşısında sürdürülebilir bir avantaj elde edeceğini savunan Porter (1985)'in düzenlemiş olduğu aşağıdaki üç rekabet stratejisinden birinin seçilip, uygulanması gerekmektedir.

1. Maliyet liderliği
2. Farklılaşma
3. Odaklanma

Maliyet liderliği ve farklılaşma stratejileri, geniş bir sanayide ticari konularda üstünlük kazandırırken, odaklanma stratejileri alanlarını dar bir alanda hedefler (Porter, 1985). Porter tarafından oluşturulan modelde, şirketlerin kendilerine en uygun buldukları bu stratejiler içinden sadece birini uyguladıkları taktirde amaçlarını gerçekleştirebilecekleri ve rekabet üstünlüğü elde edecekleri savunulmaktadır. Diğer taraftan, birden çok rekabet stratejisinin karma olarak seçilmesi halinde de işletmelerin başarısız olacaklarını belirterek ve bu durumu "arada sıkışıp kalma" şeklinde ifade etmiştir (Camison ve Villar-Lopez, 2014:2893).



**Şekil 2. Üç Jenerik Strateji**

Kaynak: Porter, 1985

### 1.2. Toplam Maliyet Liderliği Stratejisi

Maliyet liderliği kapsamında; elde edilen deneyimlerden yola çıkarak asgari maliyetler sağlanması, verimli ölçekte faal tesislerin kurulmasını, sıkı maliyet ve genel gider kontrollerinin yapılması, küçük müşteri hesaplarından uzak durulması ve Ar-Ge, satış gücü, servis ve reklam gibi alanlarda maliyetlerin asgari seviyede tutulması yer almaktadır (Gongera ve Okoth, 2012:75). Hizmet, kalite ve başka konular göz önünde bulundurulmak suretiyle rakipler karşısında düşük maliyet avantajı sağlayabilmek, stratejinin tamamını belirleyen en temel unsur olarak görülmektedir (David, 2011:47). İşletmenin düşük maliyetli bir pozisyona sahip olması sonucunda, birbirinden farklı rekabet güçleri karşısında, işletmenin varlığını sürdürdüğü sektörde ortalamanın üzerinde kazanımlar sağlamaktadır (Ho, 2015:11). Düşük maliyetlerin, rakiplerin rekabet sonucu karlarını kaybetmeleri halinde dahi işletmenin hala kazanç elde edebileceği anlamına gelmesinden dolayı maliyet pozisyonu işletmeye rakipleri karşısında bir savunma sağlamaktadır (Pimtong vd., 2012:144). Başarılı bir maliyet liderliğine sahip olabilmek için gereken unsurlar şu şekildedir:

- Maliyet liderliği stratejisindeki asıl hedef; ürün ya da hizmeti temel veya karakteristik özelliklerinin hiçbirinden farklılaştırmaksızın, kalite gibi değerlerinden ödün vermeden yalnızca üretim ve servis süreçlerinin analizi ile maliyeti en aza indirebilmektir (Allen ve Helms, 2006:435).
- Maliyeti meydana getiren eylemlerin objektif olarak tespit edilmesi ve bu maliyetleri en aza indirirken girdi ve çıktı süreçlerinin analizinin iyi bir biçimde gerçekleştirilmesi, destek ve servis hizmetlerinin tanımlamalarının iyi yapılarak maliyet zincirine katılması gerekir (Green vd.,1993:6).
- Toplam maliyet liderliği stratejisinin uygulanması esnasında, güncel üretim stratejileri izlenerek geleneksel üretim sistemlerini terk etmek maliyeti düşürme üzerinde büyük ölçüde etkili olacaktır (Campbell-Hunt, 2000:129).
- Başarıya ulaşabilmek adına, bu strateji genel olarak, ciddi bir pazar payı avantajı ya da emek gücüne, hammaddelere, bileşenlere ya da diğer bazı önemli girdilere düşük maliyetli erişimi gerekli kılar (Hodgetts, 1999:25).
- Sıkı maliyet kontrol sistemlerinin oluşturulması gereklidir.

Böyle bir durumda, maliyet liderliği stratejisinde maliyet en aşağıya çekilerek üretim ve hizmet ortaya çıkarıldığında, ürünün fiyatı sabit kalacağından dolayı şirketin kar marjı yükselecek ve rakipler karşısında avantajlı bir konum elde edilecektir. Maliyet liderliğinin sağladığı avantajlar, Porter (1991) tarafından ortaya atılan rekabete etki eden güçler ile beraber aşağıdaki gibi incelenmiştir:

- Söz konusu sanayi dalında yeni yer alacak şirketlere yönelik olarak, potansiyel rakipler tarafından yapılan fizibilite çalışmasından sonra toplam maliyetlerini lider pozisyona sahip şirket düzeyine çekemediklerini öngörmeleri halinde sanayi dalında yer almaktan vazgeçmeleri gibi bir durum ortaya çıkabilir.
- Porter'ın savunduğu rekabete etki eden beş güçten bir diğeri de "ikame ürünlerin tehdidi" dir. Düşük maliyetlere sahip olan şirket, fiyat kırma politikasından faydalanmak suretiyle karının bir miktar azalmasına razı gelerek piyasadaki ikame ürün üretiminde bulunan bir başka üretici karşısında rekabet üstünlüğü sağlayabilir.
- Fiyat esnekliğini başarabilen maliyet lideri şirketler, Porter'ın rekabeti etkileyen beş gücünden "alıcıların pazarlık gücü" üzerinde de hakimiyet sağlama fırsatını yakalarlar. Standart ürüne yönelik müşteri

talebinde ortaya çıkan değişiklik nedeniyle düşük fiyat politikasından yararlanarak talep yeniden arttırılabilir.

- Porter'ın rekabeti etkileyen beş gücünden bir başkası ise “tedarikçilerin pazarlık gücü” dür. Tedarikçilerin pazarlık gücü bakımından, maliyetleri aşağı çekme noktasında başarıya ulaşmış olan şirket tedarikçilerin fiyat artışlarını rakiplerine nazaran tolere edebilme avantajına sahiptir. Girdi maliyetlerindeki artışı, ürün fiyatlarına yansıtılmaksızın faaliyetlerini sürdürebilir.

### 1.3. Farklılaştırma Stratejisi

Ürünün/hizmetin ön plana çıkarılan özellikleri sayesinde müşterilerin ürünü ikamelerinden daha değerli olarak değerlendirmesi ve ürüne/hizmete ikamelerine göre daha çok bedel ödemeyi kabul etmesi durumu “farklılaştırma” olarak adlandırılmaktadır (Porter, 1991:98). Farklılaştırma stratejisinde, şirket bir sektörde bulunan çok sayıdaki müşterinin önemli olarak kabul ettiği gereksinimleri gidermek amacıyla benzersiz bir biçimde konumlandığı bir ya da daha çok özellik ortaya koyar (Wright vd., 1991:59).

Farklılaşma stratejisi, farklılaşma çalışmalarını içine alan ek maliyetlere nazaran ürünün üzerine eklenecek ilave fiyatın müşteriler nezdinde kabul görmesi halinde karlılığı yükseltir (Sekaran ve Bougie, 2016:29). Müşterilerin markanın özgünlüğüne değer vermemesi halinde ve bir işletmenin farklılaşma yöntemlerinin rakiplerince kolaylıkla kopya edildiği ya da eşleştirildiği durumlarda işletmenin uygulamış olduğu farklılaştırma stratejileri başarısızlıkla sonuçlanır (Indounas, 2015:522). Farklılaşma sayesinde başarıya ulaşmayı planlayan bir işletme, müşterilerin neyin değerli ve önemli olduğunu, ne için para ödemeye istekli olduklarını öğrenebilmek adına onların davranışlarını ve gereksinimlerini göz önünde bulundurmaktadır (Murray, 1988:394). Sonrasında işletme, müşterinin talep ettiği özellikleri, rakiplerinden net bir biçimde ayıracak olan ürün ya da hizmeti fiyatına dahil edebilir. Toplam maliyet liderliği stratejisine benzer olarak bu stratejinin de uygulanması esnasında ürün ya da hizmetin talebine artı değer katacak özellik ve eylemlerin üretici ya da hizmet sağlayıcı tarafından net bir biçimde anlaşılması ve farklılaştırmanın o noktaya odaklanması gerekir (Seedee, 2012:139). Müşteri açısından, artı değer yaratmayan faaliyetlerin tümü için farklılaştırma gereksizdir. Ayrıca farklılaştırma sürecinde değer zincir analizinden yardım alınmalıdır (Breznik ve Labhovnik, 2014:146).

Farklılaşma sayesinde kazanılan marka bağlılığı, alıcıların fiyatlar karşısında hassasiyetini en aza indiren ve şirketlerde ortalamanın üzerinde bir kazanç sağlama konusunda uygulanabilen bir stratejidir. Yükselen maliyetler genel olarak müşterilere yansıtılabilir. Müşteri bağlılığı, giriş engeline hizmet edebilir. Yeni şirketlerin, rekabet konusunda başarılı olabilmeleri adına kendilerine özel yetkinliklerini iyileştirmeleri gerekmektedir (Ge ve Ding, 2005:116). Farklılaştırma sektörden sektöre değişiklik gösterebilmektedir. Bir sektörde ön plana çıkan özellik, tasarım ya da marka adıyla, bir diğer sektörde kalite unsuru öne çıkarılarak farklılaştırma stratejisi uygulanabilmektedir. Porter, farklılaştırma stratejisinin avantajlarını aşağıdaki gibi açıklamaktadır (Porter, 2008):

- Alıcıların markaya yönelik sadakatlerini korur ve hem işletme hem de marka sadakati yaratır.
- Yeni teşebbüsler rakiplerinin sahip olduğu müşteri bağlılığı aşılması gereken bir engeldir ve bundan dolayı farklılaştırma pazarda yer edinebilmek açısından göz korkutucu olarak yeni rakiplerin sayısını düşürür.
- Girdi fiyatlarında ortaya çıkan farklılıklar fiyatlara aktarılabilir. Zira farklılaştırılmış bir ürün ya da hizmet için müşterilerin ikame malzemelere yönelmeleri kısıtlandığından, alıcı malın fiyatını daha az dikkate alır ve sonuç olarak alıcıların pazarlık gücü düşer.
- Rakiplerin, tedarikçilerin, ikame malların, alıcıların pazarlık gücü ve mevcut rakiplerin oluşturacağı tehditler arka plana itilebilir.

### 1.4. Odaklanma Stratejisi

Odaklanma stratejisinin asıl hedefi; Porter'ın diğer jenerik stratejilerinden farklılaştırma ve toplam maliyet liderliği stratejilerinden ayrı olarak sektörün tamamı yerine cinsiyet, alım gücü, coğrafi şartlar, demografik özellikler gibi hususlarda işletmenin faaliyette bulunma kararı aldığı belirli bir pazarda ürün ya da hizmet sunumu gerçekleştirmektir (Campbell-Hunt, 2000:130). Odaklanma stratejisinden yararlanan şirketler, sektörlerin hepsinde faaliyette bulunmaktan vazgeçtikleri için yüksek hacimde satış gerçekleştirme düşüncesinden uzaklaşarak, dar pazardaki alıcılarının gereksinimlerini yüksek kalitede hizmet sağlayacak biçimde gidermeye odaklanırlar ve alıcılara yönelik oluşturduğu uzmanlık algısı, müşteri memnuniyeti ve sadakati ile rekabet avantajı elde etmeyi amaç edinirler (Allen ve Helms, 2006:412). Söz konusu strateji bağlamında odaklanılan pazarın analizinin iyi yapılması, alıcı odaklı davranış sergilenecek olması nedeniyle tüketicilerin istek ve gereksinimlerinin şirketin sahip olduğu yetenekler ile uyum sağlayıp sağlamadığının iyice

anlaşılması ve değişim gösteren koşullara paralel olan pazarın yönelimlerinin iyi algılanıp öngörülerin geçerlilik kazanıyor olması büyük önem taşımaktadır (Hodgetts, 1999:28). Porter (2008) tarafından odaklanma stratejisinin kazandırmış olduğu avantajlar aşağıda belirtilmiştir:

- Pazar alanının dar olmasından dolayı kazanımların cazip gelmeyeceği düşüncesinde olan yeni şirketler açısından pazarda faaliyette bulunmak karlı görülmebilir. Bu sebeple, odaklanma stratejisi yeni teşebbüsler bakımından tehdit olarak algılanabilir.
- Belirli ve özel alıcı grubuna yönelik eylemlerin ikamesinin zor olması nedeniyle odaklanma stratejisinden yararlananlar açısından ikame ürünlerin ortaya çıkarabileceği tehditler en aza indirilmiş olur.
- Dar pazar alanı nedeniyle çeşitli yeteneklere sahip olma gerekliliğinden dolayı buna sahip olamayan şirketlerin büyüme stratejilerinden yararlanması güçleşebilir.
- Geniş bir pazar alanı tercihinine bağlı olarak dar pazardaki rakiplerin sayısı düşebilir ve rekabet daha düşük boyutlarda ortaya çıkabilir.
- Odaklanma stratejileri sayesinde işletmeler büyüme ve yeni pazar olanakları elde edebilme konularında esneklik kazanabilir.

Odaklanma stratejisi, faaliyette bulunmayı amaçladığı dar alana sahip pazarda Porter'ın ortaya attığı farklılaşma ve toplam maliyet liderliği modellerinden yararlanma durumuna göre "*Farklılaştırma Odağı Stratejisi*" ve "*Maliyet Odağı Stratejisi*" olacak şekilde iki grupta ele alınmaktadır (Baroto vd., 2012:124).

## 2. İSTATİSTİK ANALİZ

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

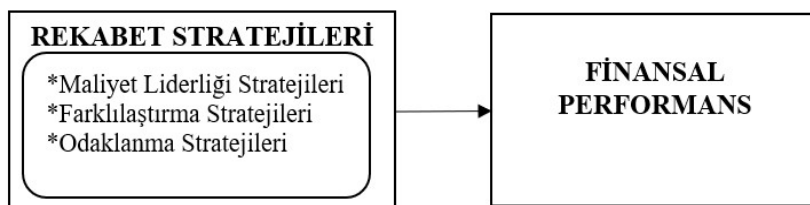
Rekabet yeteneği, işletmelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için gerekli unsurlardan birisidir. İşletmelerin kendi potansiyellerini anlayarak, uygun rekabet ve büyüme stratejileri ile performanslarını artırmaları önem taşımaktadır. İşletmelerin rekabet gücüne sahip olması ve içinde bulunduğu rekabet ortamında sürdürülebilir bir üstünlük sağlaması ekonomi için değer yaratmaktadır. Günümüzde, küreselleşme ile birlikte bilgi, teknoloji, inovasyon kavramlarının önem kazanması rekabeti kaçınılmaz hale getirdiği gerçeği çalışmanın motivasyonunu oluşturmuştur. Bu çalışmanın amacı 310 aile şirketi için rekabet stratejilerinin performansa etkisini belirlemektir.

### 2.2. Araştırmanın Hipotezleri ve Model

Araştırmanın ana hipotezi rekabet stratejilerinin finansal performans ile anlamlı ilişkili olduğudur. Ayrıca çalışmada, maliyet liderliği stratejileri ve farklılaşma stratejilerinin performans ile anlamlı ilişkili olduğu alt hipotezi sınanacaktır.

**Tablo 1. Araştırmanın Hipotezleri**

	Hipotezler
H <sub>1</sub>	Rekabet stratejileri ile finansal performans anlamlı ilişkilidir.
H <sub>2</sub>	Maliyet liderliği stratejileri ile finansal performans anlamlı ilişkilidir.
H <sub>3</sub>	Farklılaşma stratejileri ile finansal performans anlamlı ilişkilidir.
H <sub>4</sub>	Odaklanma stratejileri ile finansal performans anlamlı ilişkilidir.



**Şekil 3. Araştırmanın Modeli**

### 2.3. Örneklem Seçimi

Çalışmanın evrenini farklı ölçeklerdeki aile işletmeleri oluşturmaktadır. İstanbul Sanayi Odası (İSO) İlk 500 ve İkinci 500 işletme listesi temel alınmıştır. Örneklem ise, bu şirketler içinden gönüllü araştırmaya katılan 310 aile şirkettir. Anketler 05.02.2022-05.04.2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Pandemi koşulları nedeniyle anketler google forms üzerinden yapılmıştır. Örneklem yöntemi olarak tesadüfi örneklem yöntemi uygulanmıştır.

## 2.4. Veri Toplama Aracı

**Rekabet Stratejileri Ölçeği:** Rekabet stratejileri ölçeği üç boyuttan oluşmaktadır. Maliyet liderliği stratejisi boyutunu Porter (1980) geliştirmiş, daha sonra Dess ve Davies (1984) ve Slater ve Narver (1993) tarafından revize edilmiş ve 14 maddeden oluşmaktadır. Farklılaştırma ve odaklanma stratejisi ise (Porter 1980) tarafından geliştirilmiş, zaman içinde Dess ve Davies (1984), Kohli ve Jaworski (1990) ve Lynch vd. (2000) tarafından revize edilmiştir. Ölçek 32 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği Zehir (2016) tarafından yapılmıştır. Ölçek 1=kesinlikle katılmıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum 5'li likert biçimindedir.

**Finansal Performans Ölçeği:** Finansal performans ölçeği, Altındağ (2011) tez çalışmasında geçerliği ve güvenilirliği yapılmış, orijinal hali Antoncic ve Hisrich (2001), Zahra vd. (2002) ve Chang vd. (2003) tarafından geliştirilmiştir. Toplam 12 maddeden oluşmaktadır. Ölçek 1=kesinlikle katılmıyorum ile 5=kesinlikle katılıyorum 5'li likert biçimindedir.

## 3. BULGULAR

Genel Bilgilere Yönelik Yüzde Dağılımlar şöyledir:

- Katılımcıların %39.8'i yönetici, %60.2'si çalışan konumundadır.
- Çalışan aile bireyi sayısına bakıldığında, %21.9'u 1-5 kişi, %23.4'ü 5-10 kişi, %29.9'u 10-15 kişi, %24.8'i ise 15 kişi üzeri çalışmaktadır.
- Aile işletmelerinin faaliyet süreleri; %26.1'i 1-10 yıl, %24.7'si 10-20 yıl, %22.3'ü 20-30 yıl, %26.9'u 30 yıl ve üstü olarak belirlenmiştir.
- İşletmede kararlar alınırken yöneticinin karar alma şekli; %48.7'si tek başına, %51.3'ü danışarak-ortaklaşa karar aldığını beyan etmiştir.
- Katılımcıların %18.9'u lise mezunu, %58.2'si üniversite mezunu, %22.9'u lisansüstü eğitim almıştır.
- Katılımcıların %69.1'i erkek, %30.9'u kadındır.
- Katılımcıların %39.6'sı 20-35 yaş, %38.4'ü 36-45 yaş ve %22.0'si 46 ve üzeri yaş arasında olduğunu belirtmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi, birbiriyle ilişkili p tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistiktir (Sezgin,2016; Sart vd., 2018; Sart 2020). Ölçeklere yönelik açıklayıcı faktör analizi sürecinde öncelikle verilerin faktör analizine uygunluğu test edilmiştir.

**Tablo 2. Rekabet Stratejileri Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi**

Faktör 1: Toplam Maliyet Liderliği Stratejisi	Açıkladığı varyans: 30.67	Cronbach Alpha (CA):0.914
	Faktör yükü	Madde silinirse CA
Rakiplerimize göre daha düşük işletme içi maliyetlerle üretim yaparız.	0,623	0.900
Tüm faaliyetlerimizi sıkı bir şekilde maliyet kontrolüne tâbi tutarız.	0,722	0.905
Üretim verimliliğini artırmak için yeni teknolojilerle üretim süreçlerimizi modernleştiririz.	0,780	0.892
Satın alma (hammadde vs.) maliyetlerini minimum hale getiririz.	0.803	0.874
Pazarlama maliyetlerini minimum hale getiririz.	0.677	0.902
Atıl üretim kapasitesini minimum hale getiririz.	0.809	0.880
İsraf bakım onarım ve benzeri maliyetleri minimum hale getiririz.	0.751	0.903
Tüm birim ve faaliyetlerde verimliliği maksimum hale getiririz.	0.608	0.901
Gerektiğinde rakipler ile sert fiyat rekabetine gireriz.	0,768	0.902
Maliyet azaltıcı teknolojilere yatırım yaparız.	0,723	0.901
Verimlilik üzerinde önemle dururuz.	0,716	0.897
Ürünlerimizi maliyet azaltıcı şekilde yeniden dizayn ederiz.	0.684	0.823
Düşük fiyat önerebilmek için tüm maliyetleri mümkün olan en düşük seviyede tutarız.	,639	0.784
Satış ve dağıtım kanallarımızı maliyet etkin olarak kullanırız.	,778	0.822
Faktör 2: Farklılaştırma Stratejisi	Açıkladığı varyans: 23.27	Cronbach Alpha (CA):0.911
	Faktör yükü	Madde silinirse CA

Yeni ürün veya hizmetler geliştiririz.	0,752	0.905
Müşterilerimizin özel ihtiyaçlarına yönelik ürünler sunarız.	0,684	0.901
Rakiplerimizden daha kaliteli ürünler sunarız.	0,707	0.900
Ürünlerimizi rakiplerimizden farklılaştırıcı özelliklerde sunarız.	0,802	0.901
Stratejik hedeflere ulaşabilmek için nitelikli ve yaratıcı kişilerin işe alırız.	0,795	0.866
Ar-Ge, Ür-Ge, ve pazarlama fonksiyonlarımız arasında güçlü bir koordinasyon kurarız.	0,661	0.883
Müşterilerimize yeni ürünleri/markaları tanıtan ilk şirket oluruz.	0,675	0.894
Pazarda işletmemize ait farklılaştırılmış ürünler bulunur.	0,801	0.890
Mevcut ürünlerimiz üzerine ilave model ve boyutlar geliştiririz.	0,750	0.900
Yeni ürün geliştirme ve pazara sunma süresini düşürürüz.	0.814	0.901
Pazardaki mevcut ürünlerimizi sürekli iyileştirir ve geliştiririz.	0.690	0.886
Tespit edilen yeni iş ve pazar olanaklarından istifade ederiz.	0,805	0.910
Farklı pazarlardaki farklı müşteri ihtiyaçlarına cevap verebiliriz.	0,715	0.909
Üretim hattımızı farklı ürünler üretebilecek şekilde genişletebiliriz.	0,762	0.910
<b>Faktör 3: Odaklanma Stratejisi</b>	<b>Açıkladığı varyans: 25.95</b>	<b>Cronbach Alpha (CA):0.910</b>
	<b>Faktör yükü</b>	<b>Madde silinirse CA</b>
İşletmemiz sadece belirli bir ürün grubunu üretir.	0,658	0.900
İşletmemiz sadece belirli bir ürünü üretir.	0,802	0.901
Yalnızca belli bir müşteri grubuna odaklanıyoruz.	0,766	0.899
Ürünlerimiz sadece belirli bir bölgeye hitap eder.	0,721	0.907
<b>KMO= 0.933; Bartlett <math>\chi^2=8665.29</math> p= 0.000; Varyans Açıklama Yüzde: %79.85</b>		

Faktör yapısında, 3 faktör özdeğerleri 1'den yüksek olarak elde edilmiştir. Rekabet stratejileri ölçeği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği, iyi düzeyi ifade eden 0.70 değerinin üzerinde 0.933 olarak elde edilmiştir. Analizi yapılacak olan değişkenlerin tutarlılığını ölçmek için yapılan Bartlett küresellik testinin sonucu istatistik anlamlı ( $\chi^2=8665.29$  ve  $p= 0.000$ ) biçimindedir. Anti-ımağ korelasyon matrisi sonuçlarına göre, ifadelerin çapraz ilişki katsayıları kritik düzey olan 0.5'in üzerinde elde edilmiştir. Diğer yandan, ölçek için extraction (çıkarm) sütununda 0.20'nin altında soru yoktur, böylece soru çıkarımına gidilmemiştir. Faktör ağırlıkları (0.62-0.81) arasında elde edilmiştir.

**Tablo 3. Finansal Performans Ölçeği Açıklayıcı Faktör Analizi**

<b>Faktör 1: Finansal Performans</b>	<b>Açıkladığı varyans: 69.07</b>	<b>Cronbach Alpha (CA):0.909</b>
	<b>Faktör yükü</b>	<b>Madde silinirse CA</b>
Öz sermayenize oranla ortalama net karlılığınız arttı	0,703	0.890
Mevcut tüm kaynaklarınıza oranla vergi öncesi ortalama net karlılığınız arttı	0,824	0.895
Temel faaliyetlerinizden elde ettiğiniz net gelir arttı	0,713	0.883
Pazara sunduğumuz yeni ürünlerin finansal başarısı arttı	0.601	0.880
Finansal açıdan genel başarı düzeyiniz arttı	0.614	0.857
Satışlarımızdaki yıllık ortalama artış yükseldi	0,812	0.879
Pazara sunduğumuz yeni ürün sayısındaki artış	0,806	0.880
Önde gelen rakiplerinize kıyasla pazar payınızdaki artış	0,727	0.883
Çalışan sayınızdaki artış	0,603	0.901
Yeni müşteri sayınızdaki artış	0,696	0.906
Genel olarak pazardaki rekabet ortamındaki konumunuz olumlu	0,702	0.900
Genel olarak karlılık düzeyiniz arttı	0,605	0.905
<b>KMO= 0.925; Bartlett <math>\chi^2=6712.44</math> p= 0.000; Varyans Açıklama Yüzde: %69.07</b>		

Faktör yapısında, 1 faktör özdeğerleri 1’den yüksek olarak elde edilmiştir. Finansal performans ölçeği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği, iyi düzeyi ifade eden 0.70 değerinin üzerinde 0.925 olarak elde edilmiştir. Bartlett küresellik testinin sonucu istatistik anlamlı ( $\chi^2=6712.44$  ve  $p= 0.000$ ) biçimindedir. Anti-imaj korelasyon matrisi çapraz ilişki katsayıları kritik düzey olan 0.5’in üzerinde elde edilmiştir. Diğer yandan, ölçek için extraction (çıkarmım) sütununda 0.20’nin altında soru yoktur, böylece soru çıkarımına gidilmemiştir. Faktör ağırlıkları (0.59-0.78) arasında elde edilmiştir.

Çalışmada alt boyut ve ana boyutlar için korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

**Tablo 4. Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Maliyet Liderliği Stratejileri	Farklılaştırma Stratejileri	Odaklanma stratejisi	Rekabet Stratejileri	Finansal Performans
Maliyet Liderliği Stratejileri	1	0.781*	0.801*	0.783*	0.693*
Farklılaştırma Stratejileri		1	0.607*	0.765*	0.624*
Odaklanma stratejisi			1	0.699*	0.598*
Rekabet Stratejileri				1	0.637*
Finansal Performans					1

\*0,05 için anlamlı ilişki

Tablodan görüleceği üzere, boyutlar arasında pozitif yönde anlamlı ilişki belirlenmiştir ( $p<0.05$ ). Maliyet liderliği stratejileri ile farklılaştırma stratejileri arasında %78.1 pozitif yönde, odaklanma stratejileri ile %80.1 pozitif yönde, rekabet stratejileri ile %78.3 pozitif yönde ve finansal performans ile %69.3 pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. Farklılaştırma stratejileri ile odaklanma stratejileri %60.7 pozitif yönde, rekabet stratejileri ile %76.5 pozitif yönde ve finansal performans ile %62.4 pozitif yönlü ilişkilidir. Odaklanma stratejileri rekabet stratejileri ile %69.9 pozitif yönde, finansal performans ile %59.8 pozitif yönlü ilişkilidir. Rekabet stratejileri ile finansal performans ile %63.7 pozitif yönlü ilişkilidir. Finansal performans üzerinde en yüksek etki maliyet liderliği stratejileri olmuştur.

Çalışmada, bağımlı değişken finansal performans ve bağımsız değişken rekabet stratejileri olarak ele alınmıştır. En küçük kareler varsayımlarının sağlanması amaçlı Newey-West algoritması ile çözümler yapılmıştır.

**Tablo 5. Rekabet Stratejileri ve Finansal Performans için Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları**

Bağımlı Değişken: Finansal Performans				
Değişkenler	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Sabit	1.923	0.385	4.994	0,000*
Rekabet Stratejileri	0.692	0.094	7.361	0,000*
$R^2 = 0.695$ , $F_{hesap} = 22.15$ $F_{anlamlılık} = 0,000$ , Harvey test ( $p$ ) = 0,107 LM test ( $p$ )= 0,126 Jarque-Bera ( $p$ )=0,218				

\*0,05 için anlamlı değişken

Model sonuçlarında görüleceği üzere; rekabet stratejileri finansal performans üzerinde pozitif yönde anlamlı ilişkili çıkmıştır ( $p<0.05$ ). Rekabet stratejileri finansal performansı  $R^2 = \%69.5$  açıklama gücüne sahiptir. Rekabet stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta=0.692$ ;  $p<0.01$ ). Modelin varsayımları sınamaları için ilk olarak normallik varsayımı Jarque-Bera testi ile sınanmıştır ve  $p>0.05$  olduğundan normal dağılımı belirten  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir. Otokorelasyon sınaması için LM testi uygulanmıştır ve  $p>0.05$  olduğundan otokorelasyon bulunmadığını belirten  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir. Heteroskedasite probleminin sınanmasında Harvey testi uygulanmıştır ve  $p>0.05$  olduğundan homoskedasiteyi belirten  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir. Böylece,  **$H_1$  hipotezi doğrulanmıştır.**

**Tablo 6. Rekabet Stratejileri Alt Boyutları ve Finansal Performans için Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları**

Bağımlı Değişken: Finansal Performans				
Değişkenler	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p
Sabit	1.902	0.334	5.694	0,000*
Maliyet Liderliği Stratejileri	0.654	0.103	6.349	0,000*
Farklılaştırma Stratejileri	0.633	0.085	7.447	0.000*
Odaklanma Stratejileri	0.505	0.069	7.318	0.000*
$R^2 = 0.712$ $F_{hesap} = 31.56$ $F_{anlamlılık} = 0,000$ , Harvey test ( $p$ ) = 0,142 LM test ( $p$ )= 0,138 Jarque-Bera ( $p$ )=0,284				

\*0,05 için anlamlı değişken

Tablo 6'ya göre, rekabet stratejileri alt boyutları finansal performans üzerinde pozitif yönde anlamlı ilişkili çıkmıştır ( $p < 0.05$ ). Maliyet liderliği stratejileri, farklılaştırma stratejileri ve odaklanma stratejileri finansal performansı  $R^2 = \%71.2$  açıklama gücüne sahiptir. Maliyet liderliği stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta = 0.654$ ;  $p < 0.01$ ). Farklılaştırma stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta = 0.633$ ;  $p < 0.01$ ). Odaklanma stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta = 0.505$ ;  $p < 0.01$ ). Finansal performans üzerinde yüksek etki maliyet liderliği stratejileri olarak elde edilmiştir. Bu tahmin sonuçları için hata paylarının normal dağılımlı olduğu (Jarque-Bera ( $p$ )=0.284), otokorelasyon bulunmadığı (LM test ( $p$ )=0.138), homoskedastitenin sağlandığı (Harvey test ( $p$ ) = 0.142) belirlenmiştir. Böylece, **H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> ve H<sub>4</sub> hipotezleri doğrulanmıştır.**

#### 4. SONUÇ

İşletmelerin kaynak ve yetenekleri ile uyumlu rekabet stratejisi oluşturması varlıklarını sürdürebilmeleri için en kritik faktördür. Şirketin stratejik eğilimi ve uygulamaları, yüksek getiri sağlayabilmeyi ve küresel ekonomi içerisinde değişim şartlarına ayak uydurabilmeyi amaçlamalıdır. Bu nedenle rekabetin şiddetli olduğu bir ortamda en kritik başarı faktörü işletmenin rekabet stratejisi seçimi ve bu konuda yürütmüş olduğu faaliyetleridir.

Seçilen rekabet stratejisi, işletmenin rekabet ortamında mücadele edebilmesinde öncelikli rol oynayacak, finansal ve finansal olmayan performansını ve inovasyona olan eğilimini etkileyen önemli faktörlerden olacaktır. Teorik olarak geliştirilen rekabet stratejilerine kavramsal olarak hakim olmak ve uygulanması düşünülen stratejinin işletme ile uyumlu olması bu bakış açısından dolayı son derece önemlidir. Çünkü, işletmenin rekabet ortamında yüksek getiri ile faaliyetlerini sürdürebilmesi bu kritik seçim ile ilişkilendirilmektedir.

Bu çalışmanın amacı 310 aile şirketi için rekabet stratejilerinin performansa etkisini belirlemektir. Korelasyon analizi sonucunda, maliyet liderliği stratejileri ile farklılaştırma stratejileri arasında %78.1, odaklanma stratejileri ile %80.1, rekabet stratejileri ile %78.3 ve finansal performans ile %69.3 pozitif yönlü ilişki belirlenmiştir. Farklılaştırma stratejileri ile odaklanma stratejileri %60.7, rekabet stratejileri ile %76.5 ve finansal performans ile %62.4 pozitif yönlü ilişkilidir. Odaklanma stratejileri rekabet stratejileri ile %69.9 finansal performans ile %59.8 pozitif yönlü ilişkilidir. Rekabet stratejileri ile finansal performans ile %63.7 pozitif yönlü ilişkilidir. Regresyon analizi sonucunda, rekabet stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta = 0.692$ ;  $p < 0.01$ ). Maliyet liderliği stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta = 0.654$ ;  $p < 0.01$ ). Farklılaştırma stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta = 0.633$ ;  $p < 0.01$ ). Odaklanma stratejileri finansal performansı pozitif yönde etkilemektedir ( $\beta = 0.505$ ;  $p < 0.01$ ). Finansal performans üzerinde en yüksek etki maliyet liderliği stratejileri olmuştur.

Maliyet stratejileri, farklılaştırma ve odaklanma stratejilerine göre iki önemli üstünlüğe sahiptir. Düşük maliyet, ile işletmenin hem kazancı hem müşteri portföyü hem de pazar payı genişleyecektir. İşletmenin maliyetlerini düşürerek diğer firmalarla aynı kara sahip olması ve mevcut pazar payını daha da arttırabilmesi ve düşük maliyet ve fiyat stratejisi ile çalışan işletmenin pazardaki olası büyüme ile birlikte hem kazancını hem müşteri portföyünü hem de pazar payını genişletebilmesi temel hedef olmalıdır.

Aile şirketleri için, rekabet stratejisi geliştirmek, bir şirketin nasıl rekabet edeceği, hedeflerinin neler olması gerektiği ve bu hedefleri gerçekleştirmek için hangi politikaların gerektiği konularında genel bir formül geliştirmek önem taşımaktadır. Dolayısıyla, bir işletme rekabet stratejisi geliştirmeden önce pazarı incelemeli ve ona göre rekabet stratejisi geliştirmelidir. Rekabet stratejisinin amacı işletmenin sektörde kendisini rekabetçi güçlere karşı en iyi şekilde savunabileceği bir yer bulmasıdır. Küreselleşmeyle birlikte artan rekabet ortamında işletmelerin rakipleri karşısında sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeleri için 1980'li yıllarda Porter tarafından öne sürüldüğü gibi tek bir strateji uygulamak yerine farklı strateji kombinasyonları yaparak müşterilerine daha iyi fiyat ve hizmet sunmaları gerekmektedir.

Bu araştırma, farklı yapıdaki işletmeler üzerinden genişletilebilir, rekabet stratejileri ve performans ilişkisinde aracı ve düzenleyici etkilere sahip farklı kavramlar ele alınarak analizler yapılabilir, daha geniş örneklem için farklı ölçekler kullanılarak tekrarlanabilir.

#### KAYNAKÇA

ALLEN, R.S. & HELMS, M.M. (2006). "Linking Strategic Practices and Organizational Performance to Porter's Generic Strategies". Business Process Management Journal, 12(4), 433–454.



- ALTINDAĞ, E. (2011). "Aile Şirketlerinde Stratejik Yönelim Düzeylerinin Tespiti ve Firma Performansı Üzerindeki Etkisi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- AMAOAKO, G., & ACQUAAH. M. (2008). "Manufacturing strategy, Competitive strategy and Firm Performance: An Empirical study in developing economy environment". *International Journal of Production Economics*, 111 (2), 575-592.
- ANTONCIC, B., & HISRICH, R. D. (2001). "Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross- Cultural Validation". *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495-527.
- BANKER, R. D., MASHRUWALAN, R. & TRIPATHY, A. (2014). "Does a Differentiation Strategy Lead To More Sustainable Financial Performance Than A Cost Leadership Strategy?", *Management Decision*. 52(5), 872-896.
- BAROTO, M.B., ABDULLAH, M.M. BIN & WAN, H.L. (2012). "Hybrid Strategy: A New Strategy for Competitive Advantage". *International Journal of Business and Management*, 7(20), 120–133.
- BREZNIK, L., & LAHOVNIK. M. (2014). "Technological Innovation Capabilities As A Source Of Competitive Advantage: A Case Study From The Home Appliance Industry". *Transformations in Business and Economics*, 13(2), 144-160.
- CAMISÓN, C. & VILLAR-LÓPEZ, A (2014). "Organizational Innovation As An Enabler Of Technological Innovation Capabilities And Firm Performance," *Journal of Business Research*, Elsevier, 67(1), 2891-2902.
- CAMPBELL-HUNT, C. (2000). "What Have We Learned About Generic Competitive Strategy? A Meta-Analysis," *Strategic Management Journal*, 21(2), p. 127-154.
- CHANG, S .C, LIN, N. P., YANG, C .L & SHEU, C. (2003). "Quality Dimensions, Capabilities And Business Strategy: An Empirical Study In Hightech Industry", *Total Quality Management*, 14 (4), 407- 421.
- CLAVER-CORTES, E., PERTUSA-ORTEGA, E.M., & MOLINA-AZORÍN, J.F. (2012). "Characteristics of Organisational Structure Relating to Hybrid Competitive Strategy: Implications for Performance", *Journal of Business Research*, 65(7), 993-1002.
- CLEGG, S., CARTER, C., KORNBERGER, S., & SCHWEITZER, J. (2011). "Strategy: Theory and Practice". London: SAGE Publications Ltd.
- DAVID, F.R. (2011). "Strategic Management: Concepts; Upper Saddle River", New Jersey: Prentice Hall Inc.
- DESS, G.G. & DAVIES P. (1984). "Porter's (1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership And Organizational Performance", *Academy of Management Journal*, 27 (3), 467-488.
- GE, G. L. & DING, D. Z. (2005). "Market Orientation, Competitive Strategy and Firm Performance", *Journal of Global Marketing*, 18:3-4, 115-142.
- GONGERA, E., & OKOTH, O.N. (2012)." Critical Analysis of Competitive Strategies on Performance And Market Positioning: A Case Study of Middle Level Colleges in Mombasa County". *European Journal of Business and Management*, 4, 71-76.
- GREEN, R. F., LISBOA, J. & YASIN, M. M. (1993). "Porter's (1980) Generic Strategies in Portugal." *European Business Review*, 93(2), 3-10.
- GWANGWAVA, E., & ZORORO, M. (2021). "The Effect of Competitive Strategies and Innovation on Firm Performance: A Study of Zimbabwean Textile and Clothing Firms", *Arabian Journal of Business and Management Review*, 11 (6), 1-7.
- HO, P.H.K. (2015). "Analysis of Competitive Environments, Business Strategies, & Performance In Hong Kong's Construction Industry". *Journal Management in Engineering*, 32(2), 1-17.
- HODGETTS, R. M. (1999). "A Conversation with Michael E. Porter: "A Significant Extension Toward Operational Improvement and Positioning", *Organizational Dynamics*, 28 (1), 24-33.

- HUANG, H., & LEE, C. (2013). "Strategic Management For Competitive Advantage: A Case Study Of Higher Technical And Vocational Education in Taiwan". *Journal of Higher Education Policy and Management*, 34, 611-628.
- INDOUNAS, K., (2015). "The Adoption of Strategic Pricing By Industrial Service Firms". *Journal of Business and Industrial Marketing*, 30(5), 521-535.
- KOHLI, A. K., & JAWORSKI, B. J. (1990). "Market Orientation: the Construct, Research Propositions, and Managerial Implications". *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.
- LYNCH, J. W., SMITH, G. D., KAPLAN, G. A., & HOUSE, J. S. (2000). "Income Inequality and Mortality: Importance to Health of Individual Income", *Psychosocial Environment, or Material Conditions*. *BMJ*, 320(7243), 1200-1204.
- MILES, P.C. (2013). "Competitive Strategy: The Link Between Service Characteristics and Customer Satisfaction". *International Journal of Quality and Service Sciences*, 5(4), 395-414.
- MURRAY, A. (1988). "A Contingency View of Porter's Generic Strategies". *Academy of Management Review*, 13(3), 390-400.
- PARNELL, J. A. (2013). "Strategic management: Theory and practice", 4th Edition, Sage Publications.
- PIMTONG, T., HANQIN Q. Z. & HAILIN Q. (2012). "The Effect of Competitive Strategies and Organizational Structure on Hotel Performance", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(1), 140-159.
- PORTER, M. E. (1985). "Competitive Advantage", New York: The Free Press.
- PORTER, M.E. (1980). "What is strategy?", *Harvard Business Review*, 1(1), 61-78.
- PORTER, M. (1991). "Towards a Dynamic Theory of Strategy". *Strategic Management Journal*, 12, 95-117.
- PORTER, M.E. (2008). "The Five Competitive Forces that Shape Strategy". *Harvard Business Review*, 86, 79-93.
- SART G., SEZGİN F. H. & DEMİR N. (2018). Mobbingin Mesleki Tükenmişlik Algısı Üzerine Etkileri: Kadın Akademisyenler Örneği. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(1), 118-135.
- SART, G. (2020). Bireysel Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 1(5), 58-72.
- SEEDEE, R. (2012). "Moderating Role of Business Strategies on The Relationship Between Best Business Practices and Firm Performance", *International Journal of Business and Social Science*, 3(24), 137-150.
- SEKARAN, U. & BOUGIE, R. (2016). "Research Methods for Business: A skill-Building Approach". 6 th Edition. Chichester, West Sussex: John Wiley and Sons Pbc.
- SEZGİN, F. H. (2016). Bayesci Faktör Analizi ve Maslach Tükenmişlik Envanteri Uygulaması, *International Conference on Scientific Cooperation for the Future in the Social Sciences (USAK) Bildiriler Kitabı*, 1283-1296.
- SLATER, S. F., & NARVER, J. C. (1993). "Product-Market Strategy and Performance: An Analysis Of The Miles And Snow Strategy Types". *European Journal of Marketing*, 27(10), 33-51.
- WILDEN, R., GUDERGAN, S.P., NIELSEN, B.B. & LINGS, I. (2013). "Dynamic Capabilities and Performance: Strategy, Structure and Environment", *Long Range Planning*, 46(1), 72-96.
- WRIGHT, P., KROLL, M., TU, H. & HELMS, M. (1991). "Generic Strategies and Business Performance: An Empirical Study of the Screw Machine Products Industry," *British Journal of Management*, 2(I), p. 57-65.
- ZAHRA, SHAKER A., NEUBAUM DONALD O. & EL-HAGRASSY, GALAL M. (2002). "Competitive Analysis and New Venture Performance: Understanding the Impact of Strategic Uncertainty And Venture Origin", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1(1), 1-28.
- ZEHİR, S. (2016). "Pazar Yönelimi, Öğrenme Yönelimi, Rekabet Stratejileri ve Firma Performansı İlişkisi". *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## Türkiye’de Devletin Kadın Girişimcilere Yönelik Destekleyici Politikaları

Seyhan YILDIRIM<sup>a</sup>

### Özet

Girişimcilik, ekonomik gelişme ve büyümede lokomotif görevi görür ve aynı zamanda piyasa ekonomisinde başarıya ulaşmada bir adım rolü oynar. Ülkemizde 1990'lı yıllardan itibaren kadınların aktif olarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunduğunu görüyoruz. Kadınların girişimcilik faaliyetlerine katılımı ve kadın girişimcilerin desteklenmesi hem ekonomik özgürlüklerini elde etmelerini hem de kadın istihdamı yaratmalarını sağlamaktadır. Çeşitli politika, kurum ve kuruluşların sağladığı desteklerle kadınları girişimci olmaya teşvik etmek, sadece kadınlara yapılan bir yatırım değil, aynı zamanda toplumsal kalkınmaya yönelik bir yatırımdır. Güçlü ve donanımlı kadınları topluma kazandırarak ekonomik büyüme ve kalkınma üzerinde olumlu etkisi olduğu için kadın girişimciliği her yıl daha fazla desteklenmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de kadın girişimciliğinin ve devletin kadın girişimcilerine yönelik destekleyici politikalarının incelenmesidir.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın, Girişimcilik, Devlet, Politika, Türkiye

**Jel Kodları:** L26, L32

**Başvuru:** 28.02.2022

**Kabul:** 16.07.2022

## Supporting Policies of the State for Women Entrepreneurs in Turkey

### Abstract

Entrepreneurship acts as the engine of economic development and growth and also plays a step role in achieving success in the market economy. In our country, we see that women have been actively engaged in entrepreneurial activities since the 1990s. The participation of women in entrepreneurial activities and the support of women entrepreneurs enable them to both obtain their economic freedom and create women's employment. Encouraging women to become entrepreneurs with the support provided by various policies, institutions and organizations is not only an investment in women, but also an investment in social development. Women's entrepreneurship is supported more and more every year as it has a positive effect on economic growth and development by bringing strong and well-equipped women into society. The aim of this study is to examine women's entrepreneurship in Turkey and the supportive policies of the state towards women entrepreneurs.

**Key Words:** Women, Entrepreneurship, State, Politics, Turkey

**Jel Codes:** L26, L32

<sup>a</sup> Doktora Öğrencisi, Uludağ Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, seyhan98@hotmail.com, Orcid no: 0000-0003-3180-9980

## GİRİŞ

Sanayi devriminden bilgi çağına geçilen topluluklarda yeni ve farklı öncelikler kazandırılması zorunlu hale gelmiştir. İnsan sermayesi, ekonomik büyüme ve kalkınma gibi temalar ülkelerin ön plana çıkmaları adına gerekli bir hale gelmiştir. İnsana yapılan yatırımlar ve bilginin üretim sürecinde ki önemi daha çok ortaya çıkmıştır. Zamanla rekabetçi toplumlar arasında sektörel yarışlar başlamış ve bu durum çeşitli sorunları doğurmuştur. İşsizlik sorunun çözüm yolu olarak girişimcilik faaliyeti meydana gelmiş ve ülkelerin ekonomik refah seviyelerini güçlendirmek, üretim serüvenlerine yenilik kazandırmak amacıyla girişimcilik çalışmaları arttırılmaya başlanmıştır. Gelişen ülkeler girişimcilik ruhunu benimserken, gelişmekte olan ülkeler de bu ruhu kazanmak ve topluluklara aktarmak adına yoğun bir çaba sarf etmektedirler. İstihdam sağlamak, verimliliği yoğunlaştırmak, ekonomik büyümeyi hızlandırmak ve toplumun refah düzeyini yükseltmek gibi hedeflerin yolu girişimcilik çalışmalarının hız kazanmasıyla orantılı olmaktadır. Girişimciliğin diğer bir özelliği ise; yerel anlamda gelişme seviyesinde ki farklılıkları ortadan kaldırmasıdır. Bu sebeplerle; ülkemizdeki girişimci miktarı, girişimci kabiliyeti ne kadar çoğalır, yatırımlar ve bununla bağlantılı istihdam oranlarında o denli artacaktır (Pehlivanoglu ve Kayan, 2019: 59).

Kalkınmanın sağlanabilmesi ve ekonomik gelişimin süreklilik kazanabilmesi amacıyla bütün kısıtlı kaynakların verimli bir şekilde kullanıma sunulması gerekmektedir. Yıllar boyunca üstlerine yapışan belli roller çerçevesinde sınırlı kalan kadınları da bu sürece dahil etmek, hem onları güçlendirecek hem de ekonomik büyüme, dengeli ve adil bir sosyal kalkınma sağlayacaktır. Kadınların iş yaşamında etkin olmaları bölgelerinin gelişimi açısından oldukça önemli bir durumdur. Kadının sistemin içinde bulunması, ekonomiye hız kazandıracaktır. Bu nedenlerle, yeni iş alanları doğurması, yeni fırsatlar ele geçirilmesi ve ülke ekonomisine katkı oluşturması için devamlının sağlanabilmesi için kadın girişimciliğinin var olması, sayılarının her geçen gün arttırılması gerekmektedir (Yavuz Özgül, 2019: 2). Ancak dünyanın neredeyse yarısını kaplayan kadınların iş gücüne katılımının bu kadar öneme sahip olmasının yanında, halen erkeklere oranla çok az olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Ülkemizde de ne yazık ki kadın girişimcilik faaliyeti oldukça azdır. Kadınların siyasette temsilinin son on yılda gelişimini ele alan Avrupa Belediyeler ve Bölgeler Konseyi (CEMR) tarafından hazırlanan rapora göre; Türkiye, siyasette kadın temsili açısından 41 ülke arasında en alt sıralarda yer alıyor. Türkiye'yi kapsayan tüm temsilciler arasında kadın oranı yüzde 11,1 ve yerel yönetimlerde bu oran yüzde 10,7'dir. Türkiye, Avrupa ortalamasının yüzde 15 olduğu yüzde 3,2 ile kadın belediye başkanının en düşük olduğu ülkelerden biri. Türkiye'de on yıl önce hazırlanan raporun içeriğine göre; Kadın belediye başkanlarının oranının yüzde 0,9'dan yüzde 3,2'ye yükseldiği, yüzde 256'lık bir iyileşme olduğu da rapordaki bilgiler arasında yer alıyor.

Ülkemizde üretim yapan, özgür bir çalışma arzusu barındıran, yenilik sahibi ve her türlü risk alabilen bireylerin sayıları çok değildir. Bundan dolayı, girişimciliğin gelişimi için kullanılan unsurların kullanımı az ve kısıtlıdır. Erkek ve kadına biçilen görev ve sorumluluklar birbirinden tamamen ayrılmış olup toplumsal hayat, kültür, sanat, siyaset, edebiyat ve bilimde ki gibi aynı şekilde girişimcilik anlamında da kadınlar geride bırakılmaktadır. Her sektörde olduğu gibi kadınlara, işletmecilik etkinliklerinde de adil koşullar sunulmamaktadır. Yeni bir iş kurma düşüncesinin karşısında tecrübe, yetenekler ve kendine güven eksikliği boy göstermektedir. Kadınların başlattığı girişim faaliyetleri, Avrupa'da da hemen sona gelmektedir. Bunun sebebi, kadınların talep ettiği sektörlerdir. Kadınlar sektör seçiminde, toplumun kalıplarına uymak adına yetenekler geliştirdiğinden, genellikle hizmet, sağlık, eğitim, tekstil, gıda vb. bölümlerle kısıtlanarak işlerini seçmektedirler (Savrul ve Akyüz, 2016: 167).

Girişimcilik faaliyetlerine karar verme aşamasında ki sorunları geçip, yeni bir iş yeri açma düşüncesi ile harekete başladıklarında da, kadınları sınırlayan ve zorlayan çeşitli problemler karşısına çıkmaktadır. Bunların başında finansman eksikliği problemi yer almaktadır. Toplumun ve kadınların, mali konulara uzak olmalarından, kurumların referans sağlamamalarından ve yeterli kaynakları temin edecek yerler hakkında bilgi sahibi olmamalarından dolayı bilgilendirilmesi, cesaretlendirilmesi ve desteklenmesi oldukça önemlidir. Özellikle ülkemizi kalkındırmak ve ekonomimizi aydınlatmak için kadınların pazarda dahil olmaları zorunlu bir durumdur.

## 1. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

### 1.1.Kadın Girişimciliği Kavramı

Girişimcilik kadınlara muazzam fırsatlar sunuyor. Dünya, daha fazla kendi kendine yeterlilik, kendine saygı, eğitim ve büyüme için fırsatlarla sunuluyor. Üstelik bu fırsatlar sadece kadınlar için değil, aileleri ve çalışanları için de gelişimin kapılarını aralıyor. Kadınlar, uluslararası ölçekte işletme sahipliğinin çehresini değiştiriyor.

Dünyadaki işletmelerin dörtte biri ile üçte biri arasında kadın var. Sayıları büyüdükçe ve işleri geliştikçe dünyanın iş yapma şeklini değiştireceklerdir (Jalbert, 2000: 14).

Kadın girişimciliği tanımı aslında genel girişimcilik tanımıyla farklı bir anlam içermemektedir. Fark eden tek şey cinsiyet unsurudur. Fakat buna rağmen girişimcilik faaliyetinin kadın olmasından kaynaklanan farklı durumlar söz konusu olabilmektedir. Kadınların iş kurma sebepleri, seçtikleri sektörler, işe başlama sırasında ya da devamı halinde yaşanan zorluklar gibi erkek girişimcilerden farklı birçok etken vardır (İpçioğlu, 2012: 71). Yaşadığı ev dışı bir alanda, adına bir işletme sahibi olan, bir işletmede tek başına, çalışanlarıyla birlikte ya da sahibi kendisi olup ortakları bulunan, işletme için gelecek planları vaat eden, işletmesi adına bütün risklere katlanarak, kazancıyla yatırımlar yapan kişi kadın girişimcidir (Soysal, 2010: 90).

Girişimcilik, yeni iş yolları açtığı için bir ulusun ekonomik kalkınmasının bel kemiğidir. Küresel olarak girişimcilik; işletmeler için gelişimsel bir ilham kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır. Nüfusun yaklaşık olarak yarısını oluşturan kadınların, girişimcilik faaliyetlerine katılmadan, ulusun ekonomik büyümesi düzensiz olacaktır. Sayıları neredeyse eşit olmasına rağmen, ekonomik durumlarında büyük bir eşitsizlik vardır. Bu nedenle, ekonomik eşitsizliğin nedenlerinin ortaya çıkarılması ve kadınların statüsünü yükseltmek için tedbirlerin belirlenmesi gerekmektedir. Kadınların girişimci olarak tanıtılması, dünya çapında bu türden bir girişimdir (Lenka and Agarwal, 2017).

Kadın girişimciliğiyle ilgili ilk kayda değer makale 1970'lerin ortalarında yayınlanmıştır. Eleanor Brantley Schwartz'ın (1976) öncü makalesi “Girişimcilik, Yeni Bir Kadın Sınır”, 20kadın girişimciyle yapılan röportajlara dayanmaktaydı. Bu kadınların ortak sahip olduğu bireysel özellikleri, motivasyonları ve tutumları belirleme çabalarında keşifsel ve tanımlayıcı araştırmaları birleştirdi. Bu örnekteki kadınlar için birincil motivasyon kaynaklarının, erkek girişimciler için bulunan aynı motivasyon unsurları olan “başarma ihtiyacı”, iş tatmini, ekonomik getiriler ve bağımsızlık olduğu sonucuna varmıştır. Erkeklere benzer şekilde, kadınların başarma ihtiyacı, iş tatmini ve bağımsızlık tarafından motive edildiği görülmektedir. ABD'deki ilk ve en büyük boylamsal çalışmada başarıya götüren faktörler değerlendirilmiştir. Vardıkları sonuç; kadınların motivasyon açısından erkeklere benzer olduğu, ancak daha az sıklıkla iş eğitimi aldıkları, sermayeye erişimde engellerle karşılaştıkları ve kadınların işletmeleri erkeklere göre daha yavaş büyüttükleri gerçeğidir (Fırça, 2009: 3). Kadın girişimcilerle ilgili konuları ele alan otuz bir ek makale 1980 - 1989 yılları arasında yayımlandı. Bu çalışmalar çoğunlukla tanımlayıcıydı ve bu nüfusun iyi anlaşılmadığı yeni ortaya çıkan bir alanda gerekli bir ilk adımdı. O zamanlar kadın girişimcilerin ulusal bir listesi yoktu ve örneklerin alınabileceği sadece iki ulusal kuruluş vardı. İlk araştırma dalgasında tartışılan temel temalar, işletme sahibinin özellikleri, endüstri / işletme seçimi ve başarının önündeki engellerdi (özellikle sermayeye erişime vurgu yaparak). Araştırma sorularının çoğu benzerdi ve araştırmacılar bulguları doğrulamak ve kopyalamak için sıklıkla aynı anketleri kullandılar (Hisrich and Brush'den [1986] aktaran Fırça, 2009: 10-11). Kadınların genel olarak erkek meslektaşlarına göre daha iyi eğitilmiş olduğu bulunsa da, kadınların eğitimi çoğunlukla iş veya teknik alanlardan ziyade liberal sanatlar alanındaydı. Yazarlar, kadınların finansal alanlarda daha fazla eğitim almak için çalışması gerektiği ve parayla çalışmanın yönleri, bankacılık gereksinimleri, bankacılarla nasıl konuşulacağı ve kredi süreçleri dâhil olmak üzere işletmelerinin finansal ihtiyaçları hakkında daha fazla bilgi edinmeleri gerektiği sonucuna vardı. Ayrıca, geleneksel olmayan alanların çoğunun daha yüksek büyüme potansiyeli ve daha büyük ödüller sunduğunu belirterek, kadınları daha geniş bir endüstri seçenekleri yelpazesine hazırlamak için mühendislik ve bilim gibi geleneksel olmayan alanlarda çalışmaya teşvik edilmesi gerektiği sonucuna vardılar (Hart vd. 2003: 6).

İş ekonomisi literatürü, kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun yalnızca üçüncü sektörde (ticaret ve özellikle hizmetler) yoğunlaştığını bildirmektedir. Kadınların esas olarak hizmetlerde yeni işler kurma eğilimini açıklamak için en az üç tartışma başlatılmaktadır (Rosa, vd, 1994):

En çok bilgi ve deneyime sahip oldukları sektördür.

Kadınlar genellikle belirli teknik becerilerden yoksundur bu durum onları imalat ve yüksek teknoloji sektörlerinde iş kurmaktan caydırır aynı zamanda da bu sektörlerde hayatta kalma olasılıklarını azaltır.

Kadınların mali kaynak elde etmede karşılaştıkları zorluk, onları hizmetler sektöründeki gibi düşük sermaye yoğun faaliyetleri seçmeye sevk eder.

Bu açıklama, istatistikler ve nicel araştırmalarla ortaya çıkan bir durumu yansıtmaktadır (Rosa vd, 1994).

Küresel ekonomide kadın girişimcilerin rolü konusunda çok az şey bulunmaktadır. Mevcut literatür dört geniş kategoriye ayrılmıştır. Bunlar (Jalbert, 2000: 14-15):

1. Kadınların demografik özellikleri, işletme kurma aşamasında karşılaştıkları güçlü ve zayıf yönleri
2. Sivil toplum kuruluşlarında (STK'lar) aktif olan kadın işletme sahipleri ve ağ oluşturma faaliyetleri
3. Kadınların gelişmekte olan ve geçiş ekonomilerine katılımı
4. Yoksulluğun azaltılmasına ilişkin genel literatür, mikro girişim, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler), iş dünyasına giriş engelleri, feminist perspektifler, kadınların iş yönetimi sorunları, stilleri ve tekniklerini kapsamaktadır.

Kısa bir kronoloji ile kadın girişimcilik araştırmasına tarihsel olarak baktığımızda kadın girişimciliğinin alt alanı, bir araştırma alanının olgunlaşmasıyla ilişkili önemli gelişimsel dönüm noktalarının bir çoğunu hâlihazırda geçmektedir. Bununla birlikte, bu dönüm noktalarına bakıldığında, örneğin kadınlar onlarca yıldır iş sahibi ve işletmecisi olsa bile dünya çapında, 1970'lerin sonu / 1980'lerin başına kadar ortaya çıkmamıştır. İlk akademik makale Schwartz tarafından 1976 yılında yazılmış, politika raporu, akademik konferans sunumu Hisrich&O'Brien'in, 1981 yılında ve akademik odaklı kitap Goffee&Scase tarafından 1985 yılında yapılmıştır. Bu konuya dikkatin gecikmesinin birçok olası açıklaması vardır. Birincisi; kadınların bu zamandan önce çoğu ülkede ayrı bir işletme sahibi grubu olarak sayılmamasıdır. İkincisi; kadın işletme sahipleri popüler medyada nadiren resmedildiğinden ve bu nedenle akademisyenler tarafından incelenme olasılığı daha düşük olmaktadır. Son olarak; ilk araştırmacılar erkek ve kadın girişimcilerin aslında aynı olduğunu varsaymış olabilirler. Bu nedenle, erkekler hakkında öğrenilenler kadınlara eşit şekilde uygulandığından ayrı bir araştırma gerektirmemektedir (Jennings and Brush, 2013: 665-666).

## 1.2.Kadın Girişimciliği Modelleri

Kadın girişimcilerin tipolojilerini oluşturma girişimleri olmuştur. En iyi bilinen sınıflandırmalar birleştirilirse kadın girişimciliği modelleri şunlardır (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004: 262):

Aslında işsizliğe alternatif olarak bir iş kuran “amaçsız” genç kadınlar modeli

Girişimciliğin daha rastgele veya zorunlu bir seçim değil uzun vadeli bir kariyer stratejisi olduğu “başarı odaklı” genç kadınlar

Girişimcilik faaliyetlerini daha fazla mesleki tatmin için bir fırsat veya daha önce çalıştıkları kuruluşlarda karşılaşılan kariyer ilerlemesine karşı engellerin üstesinden gelmenin bir yolu olarak gören, genellikle çocuksuz “başarıya odaklı” kadınlar

İş ve aile sorumluluklarını uzlaştırması gereken ve bu nedenle onlara esneklik sağlayan bir çözüm arayan “çoğunlukla ikili iş deneyimi olan” ikili gruplar

Ailelerine bakmak için önceki işlerinden ayrılan ve çoğunlukla ekonomik kaygılar ya da aile alanı dışında kendi kendini gerçekleştirme alanı yaratma arzusu ile motive olan “geri dönüş işçileri” kadınlar (genellikle düşük vasıflı)

Bir işin sahibi olmanın ve işletilmesinin uzun süredir devam eden bir gelenek olduğu aile geçmişine sahip “gelenekçi” kadınlar

Bir kültür muhalifi tarafından kadınların toplumdaki çıkarlarını teşvik etmeyi amaçlayan, girişimler kuran, geleneksel girişimci değerlere motive olmuş “radikaller” kadınlar

Kadınlardan umulan sorumluluklar, kadınların bu sorumluluklarla alakalı duydukları hisleri kadın girişimciler arasında ayrılıklar doğurmaktadır. Bu birbirlerinden farklı duygu ve düşünceler kadınların iş, aile ve sosyal yaşamlarını yönlendirmesi kadın girişimciler ile alakalı türlü tasniflerin yapılmasına neden olmaktadır. Buna göre Dorothy P. Moore kadın girişimcileri, geleneksel kadın girişimciler ve modern kadın girişimciler olarak iki ayrı grupta sınıflandırmaktadır. Bu grupların özellikleri aşağıda belirtilmektedir (Özyılmaz, 2016: 30):

1. Geleneksel kadın girişimcilerin özellikleri; yaşları çoğunlukla 35-45 arasında, evli olan, ülke ortalamasının üzerinde eğitim seviyesine sahip olan, ilk tecrübesi olan firmasının başında, hemen hemen birkaç personeli ile perakende ticaret ya da bir hizmet kolunda etkinlik gösteren, ilk işe başladığı sermayesi ile bireysel tutumları ve kendisine ait olan varlıkları olan kadınlar olarak belirlenmektedir (Özyılmaz, 2016: 30).
2. Modern kadın girişimcilerin özellikleri; İş yönetimi ve teknik alanlarda eğitim almış, çok sayıda erkeğin olduğu platformlarda çalışan, geleneksel kadın rollerinin çizdiği sınırlamalardan uzak kadınlar olarak belirtilmektedir. Çağdaş kadın girişimcilerin ve geleneksel kadın girişimcilerin puanları ve nitelikleri tablo 5'te verilmiştir (Özyılmaz, 2016: 30).

**Tablo 1. Modern Kadın Girişimci ve Geleneksel Kadın Girişimci Özellikleri**

	Geleneksel	Modern
Yaş	35-55	25-35
Öncelikleri	Ev ve Aile	Kariyer Odaklı
Çalışma Amaçları	Ek Gelir Kazanma	Planlı ve İdealleri Doğrultusunda İlerleme
Çalıştıkları Bölüm	Hizmet, Perakende, Ticaret	Erkek Başroldeki İşler
Finansman	Kişisel Kaynaklar	Dış Kaynaklar
Kredi	Ayırım	Eşit Kredi Olanakları
İşletme Türü	Tek Sahiplik Ve Düşük Gelir	Ortaklık Şeklinde Büyüme ve Yüksek Gelir
İdol	Engelleyici	Daha Az Engelleyici

**Kaynak:** Arat, 1993: 176.

### 1.3.Kadın Girişimciliği Özellikleri

Girişimciler genel anlamda birçok ortak özellik taşımaktadırlar. Fakat kadın girişimcilerin yaşamı, erkek girişimcilere göre iş hayatının yanı sıra aile hayatlarını da önemli ölçüde etkilemektedirler. Aile kurumunun yüklediği sorumluluğu çoğunlukla kadınlar aldığı için, geleceği düşünerek ve programlı bir şekilde ilerlemeleri gerekmektedir. Bu sebeplerle farklı özellikler barındıran kadın girişimciler şu şekilde sınıflandırılabilir (Kendirli ve Şenöz, 2019: 100).

Kadın girişimciler;

- Her daim meraklı insanlardır bu sayede fırsat ve tehditleri önden fark edebilirler.
- Tasarladıkları yapı olarak her zaman farklıdırlar, kendilerini bu şekilde yenileme özelliğine sahiptirler.
- Kendisi koyduğu kurallar çerçevesinde hareket ederler.
- Kendilerine güvendiklerinden etraftaki insanlara da güven telkin ederler.
- Düşlerler ve düşlediklerinin ardından sağlam ilerlerler. Bunun sayesinde de düşüncelerine yön vererek, tutarlı bir hedef koyup gerçekleştirirler.
- İşi başarmak için kendine has kullandığı uygulamaları barındırırlar.
- Negatif koşullarla karşılaşabilir fakat pozitif bir düşünce yapısıyla üstesinden gelecek güce sahiptir.
- Yalnız karar vermezler. Ortak bir alanda fikirlerini açıklar ve diğer görüşleri değerlendirirler.
- Çalışmalarını konuşmada bırakmaz yazılı bir düzende ilerlerler.
- İnandığı işin peşinden gider tüm ilgisini ve kuvvetini bu sahada sıklaştırırlar.

### 1.4.Kadın Girişimciliğin Önündeki Engeller

Batı ülkelerinin çoğunda yürütülen çalışmalar, kadın girişimciliğine karşı üç temel engel türünü belirlemektedir. Birincisi, kadınların aile ve yerel sorumlulukları olan birincil rolünü tanımlayan ve çeşitli alanlarda iş kurma niyetinde kadınların sosyo-kültürel durumları girişimciliğe duyulan güvenilirliğini sarsmaktadır (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004: 263). Yapılan çalışmalar neticesinde kadın girişimcilerle alakalı olarak gün yüzüne çıkan sosyal maniler; sosyal ve kültürel anlamda kadına verilen sorumlulukların katı ve değiştirilemez duygusu olması, alınan eğitimlerinin eksikliği, ailelerin negatif etkileri, iş sorumluluğunun çok oluşu gibi bilinmektedir. Sosyal etmenler olarak sınıflandırılan; aile, çevre, eğitim ve deneyim kadınların girişimciliğe adım atmasını bazı durumlarda teşvik ettirirken, bazı durumlarda sınırlandırıcı bir etki ortaya çıkarmaktadır. Bundan önce edinilen iş deneyimi ile girişimci olunması hedeflenen bölüm arasında benzer bir yapı bulunmaktadır. Ancak iş deneyimi mevzusu, erkek ve kadın girişimciler arası çok da önemli bir fark göstermemektedir. Erkek girişimcilerde, önceden çalıştıkları sektör bazında değerlendirildiğinde, girişimci olarak seçtikleri sektör arasındaki yakınlık hemen hemen % 84 oranında iken bu oran kadınlarda % 40 dolaylarındadır. Bu seçimden ötürü kadınlar, girişimci olmak istedikleri yeni işlerinde yaşamaları olası olan tecrübe noksanlığı sebebiyle problemlerle karşılaşabilmektedirler. Kadın girişimciler, iş kurma ve devamlılığını sağlama serüvenlerinde eğitim ve deneyim noksanlığı vs. problemlerle karşı karşıya gelmektedirler. Erkeklerle adil fırsatlara ulaşamayan kadınların eğitim ve deneyim noksanlığı da eklenince, başarısız olmalarına sağlanan katkılar artmaktadır. (Arıkan, 2015: 145).

İkinci bir sorun ise; çoğunlukla bilgi ve iletişimin ana kaynağı olan, ancak çoğunlukla cinsiyet dışlama mekanizmalarını içeren bilgi ve yardım ağlarına erişimin olmasıdır (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004: 263).

Kadın ve erkek arasında cinsiyet eşitsizliğinin doğurduğu farklı sorumluluk beklentileri sebebiyle, kadının ev ve aile hayatı ile limitli kılındığı, erkeğin ise toplum hayatında aile gelirini sağlayan, alınacak kararlarda tek güçlü

etmen olarak geniş bir sorumluluk mekanizması verilmektedir. Toplumun kadına sunduğu roller ve mesuliyetlerle girişimciliğe adım atan kadınlar; beklenen ve istenen davranışlar arası sıkışma, stres, cinsiyet faktörlü beklenen davranış ayrımcılığı, zamanın kısıtlı olması vb. psikolojik sınırlamalarla karşılaşmaktadır (Arıkan, 2015: 146).

Son olarak diğer bir sorun sermayeye erişim konusudur. Kadın girişimcilerin kurumsal bir finansmana (bir banka, bir finans ajansı), bir arkadaşa, bir akrabaya, hatta eşine başvurup uygulamadığı, “kadınların parayı tutamayacağı” varsayımıyla karşı karşıya kalmaları muhtemeldir. Toplumsal cinsiyet varsayımlarının yeniden yapılandırılma ve azınlığa sahip şirketler üzerinde yapılan araştırmalarda bir müttefiklik sağlanması gerekmektedir (Bruni, Gherardi and Poggio, 2004: 263).

Girişimcilikle ilgili beklentiler ve cinsiyet rollerine ilişkin fikirler, kadın ve erkeklerin oranı işletme kredisi verilmesini etkilemektedir. Banka çalışanları, kocanın tam zamanlı çalışmasını, aile gelirini elde etmesini ve kadının da evi yönetip çocuklara bakmasını bekleyerek, cinsel işbölümüne ilişkin geleneksel görüşlere sahiplerdir. Bu, kredi talep ederken kendilerine sorulan farklı sorularla kanıtlanmıştır. Kadın girişimcilerden, kendi eşin maaş bordrosu veya eğer evli değilse mali durum kanıtı için babalarından garanti istenmektedir. Kadınlara çocuk sahibi olup olmadıkları veya gelecekte çocuk sahibi olmayı planlayıp planlamadıkları sorulmakta ve çocuk yetiştirme ile birlikte bir işi nasıl yürütmek istediklerine dair bir çözüm üretmeleri beklenmektedir. Bu kombinasyon genellikle kadınları yarı zamanlı çalışmaya zorlamaktadır. Banka çalışanlarına göre gerçek bir girişimci tam zamanlı veya tam zamanlıdan daha fazla çalışmaktadır. Banka çalışanlarının çoğu şirket kurmakla birlikte büyütme fikri çocuklarla yapılamaz. Hatta bazıları kadınlara kredi verme konusunda bile temkinli, çünkü onların gözünde evlilik ve hamilelik riskleri kadınları uygunsuz kılmaktadır. (Koper, 2017: 64).

Finansman ile ilgili sorunlar: Çok sayıda araştırma, kadınlar için hem başlangıç hem de büyüme finansmanı sağlamanın daha zor olduğunu ve kadınların bankacılarla ilişkilerinde güvenilirlik sorunları ile karşılaştığını öne sürmektedirler. Diğer çalışmalar bu sonuçları yalanlasa da, tartışma büyük ölçüde araştırmacıların açık ve kesin kanıtlar sunmadaki zorlukları nedeniyle devam etmektedir. Finansman alanında dört sorun tespit edilmektedir. Bunlar;

Başlangıç finansmanına erişim: Sektör ve lokasyondan bağımsız olarak, kadınlar iş hayatına erkeklerin kullandığı sermayenin yalnızca üçte biri ile başlamaktadırlar. Bazı çalışmalar, düşük başlangıç sermayesi ile düşük performans arasında bağlantılar olduğunu göstermektedir.

Garantiler: Bazı araştırmalar garanti talebinin cinsiyet boyutunda olabileceğini öne sürse de, araştırma kanıtları bunu desteklememektedir.

Büyüme finansmana erişim: Bir iş geçmişi sicili oluşturmak, kadınların işletmelerde ayakta kalması ve büyümesi için başarılı bir şekilde dış finansman kazanma şansını artırmaktadır. Bununla birlikte, erkeklerin devam eden işler için dış finansman kullanma olasılığı kadınlardan daha fazladır.

Borç verenlerle ilişki: Bazı yenilikçi araştırmalar, bankaların farklı kredi verme politikalarına sahip olup olmadığını veya farkında olmadan kadınlara karşı ayrımcılık yapıp yapmadığını belirlemeye çalışmaktadırlar. Bu daha fazla araştırma için verimli bir yol olsa da, bugüne kadar yapılan çalışmalar kesin sonuçlara ulaşamamaktadır.

İş başlangıcına ilişkin sorunlar:

- İş hayatına başlama isteği ve ilgisi olan kadın ve erkeklerin, bunu gerçekten başaranların karşılaştırmalı dönüşüm oranı.
- Kadın start-up'larda yaşanan bölgesel farklılıklar.
- Girişimci motivasyonları ile bireyin işgücü piyasasına ilişkin önceki deneyimi arasındaki bağlantılar.
- Kadın girişimcilerin kuluçka süresinin daha uzun olmasının nedenleri.
- Başlangıç kaynaklarına kadınların daha kolay erişilebildiği mekanizmalar ve yaklaşımlar.
- Başlangıç boyutunun ve kaynakların uzun vadeli iş performansı üzerindeki etkisi.
- Bir bireyin önceki işgücü piyasası pozisyonunun göreceli iş performansı üzerindeki etkisi.
- Kadınlar kendine mi geçiyor? Örneğin, düşük karla düşük maaşı takas etmek mi?
- Başlangıç finansmanında kısıtlamalar olarak arz ve talep tarafı faktörlerinin rolü.
- Bankaların (farkında olmadan) işe başlayan kadınlara karşı ayrımcılık yapıp yapmadığı.
- Devam eden kurumsal yönetimle ilgili sorunlar:



- Önceki iş deneyimi ile göreceli iş performansı arasındaki bağlantılar.
- Kadın ve erkek arasında yönetim tarzı, yaklaşımındaki farklılıklar ve bu farklılıkların iş performansına etkisi.
- Kadınlar ve erkeklerin sahip olduğu firmalar arasındaki iş performansındaki farklılığın temelini oluşturan faktörler ve süreçler.
- Cinsiyetin küçük işletme yönetimi üzerindeki etkisi.
- Cinsiyetin iş performansına etkisi.
- Eş-evlilik veya aile mülkiyetindeki girişimlerde kadınların kesin katkısı.
- Devam eden ve büyüyen sermayenin kullanımındaki farklılıkları açıklayan faktörler.
- Kadınlar ve erkekler tarafından oluşturulan farklı ağ türleri.
- Ağ kullanımındaki varyasyonlar.
- Hizmet verilen pazar türlerindeki değişiklikler.
- Kadınların ve erkeklerin sahip olduğu işletmelerin performans farklılıkları.
- Performansta bölgesel ve sektörel farklılıklar.

Türkiye’de kadınların girişimcilik faaliyetinde karşılaştıkları engeller şöyle sıralanabilir (İpçioğlu, 2012: 77):

1- Cinsiyet Faktöründen Dolayı Oluşan Engeller

2- Örgüt ve Çevresel Faktörlerden Dolayı Oluşan Engeller

Sermaye Noksanlığı

Çevreye Ait Olan İnanç ve Baskı Durumu

Cinsiyet Faktöründen Kaynaklanan Rol Ayrımcılığı

Cinsel ve Duygusal Taciz

Cam Tavan Engeli

Sosyal Konum ve İletişim Noksanlığı

Kanunlardan Dolayı Oluşan Engeller

Klişe Yargılar, Güven Sorunu, Tecrübesizlik ve Başarısızlık Korkusu

Rol Çatışması

Eğitim Seviyesinin Düşüklüğü

Zamanın Kısıtlı Olması

Girişimcilik Alanında Oluşabilecek Örneklerin Azlığı

3- Örgüt İklimi Ve Kültürü

Liderlik

Örgütlenememe Sorunu

Kurumsal Anlamda Yaşanan Çeşitlilik ve Adaptasyon Zorlukları

Politika Geliştirme ve Uygulama ile İlgili Karşılaşılan Engeller

GEDİ Kadın Girişimciliği Araştırması 2014 yılında “yenilikçi, pazarını büyüten, ihracat odaklı” kadın girişimcileri ele almıştır. İncelemelere Türkiye ve 30 ülke dahil olmuştur. Araştırma değişkenleri, girişimcilik platformu, ekolojik sistem ve kadın girişimcilerde girişimcilik özelliklerinden meydana gelmektedir. Araştırmanın neticelerine bakıldığında, 30 ülkenin 14’ünde kadınların %50 oranından çoğunun banka hesabına rastlanmamaktadır. Ayrıca bu dalda cinsiyet ayrımcılığının en belirgin ortaya çıktığı ülke Türkiye’dir (kadın ve erkek arası %50 ayırım). Ortam şartları elverişli olduğu zamanlarda bile sosyal normların kadın girişimciliğini ve kadınların daha iyi seviyede roller ve farklı sorumluluklar yüklenmelerini sınırlandığını ortaya çıkaran incelemelerde, kadın girişimciliği için eğitimin önemiyle birlikte yaşanan deneyimin de önemli olduğu göz önüne alınmaktadır. Buna bakılarak tepe noktasında bulunan kadın girişimcilerin sayısına bakılmıştır. Ülkemizde ki ölçüt %10 çıkmış, ayrıca 30 ülke kapsamında en alt basamakta bulunduğu görülmektedir. Kadın girişimcilere ait olan işletmelerde, sistemli bir araştırma geliştirme etkinlikleri kapsamında araştırıldığında ise,

ülkemiz geri planda kalacak bir puana sahip olmaktadır. Türkiye kadın girişimciliği gözünden iyi bir gelişim sağlayıcı olarak, 30 ülke kıyaslamasında 18. basamakta bulunmaktadır. Bu sayı, farklı ülkelerle kıyaslandığında kişi başına milli gelir yüksekliği dikkate alınarak, düşük olmaktadır (GİSEP, 2014: 23-34).

Dünyada, hatta Ülkemizde de kadın amaçlı yapılan incelemeler kadınların gerekli ve arzulanan seviyede çalışma hayatında bulunmasına yeteri kadar katkıda bulunamamıştır. Bu anlamda, kadınların işgücüne dâhil edilmelerini sağlama ve sayılarını arttırma, hazır çalışmakta olan kadınların da problemlerine ışık tutacak şekilde politikalar belirlenmiştir. Bu başlıkların değerlendirilmesi kadınlar açısından faydalı olacaktır (Karaca, 2007: 29-30):

- Kadına yatırım gerçekleştirmek,
- Adaletsizliğin sebeplerini belirlemek,
- Kadınların toplumsal pozisyonlarıyla ilgili genel bir siyaset belirlemek,
- Kadının yardımının önemini farkındalığını arttırmak,
- Kadın işgücü ve istihdamı hususunda yasalar gözetilerek incelemeler meydana getirmek,
- Kadınların iş yaşamına dâhil olmalarını teşvik edici özel çalışmalar hazırlamak,
- Toplumun onayını sağlamak,
- Kadın çalıştırma düzenini toplumsal amaç haline getirmek,
- Kanuni sistemi aşan bir bakış açısı ortaya koymak,
- Geleneksel çalışmalar ve mesleklerden uzak kalmak,
- Eğitim ve tüm çeşitli okul ortamını edinmek ve sayılarını çoğaltmak,
- İyi derecede kadın işgücü oluşturulması için uğraşmak,
- Meslekler konusunda bilgi vermek,
- Mesleki yeterlilik ve belgelendirme yapılarına kolaylık sunmak,
- Cinsiyet farklılığına sınırlama getirmek,
- Girişimciliği teşvik etmek,
- Kısmî pozisyon içeren çalışmayı genişletmek,
- Sosyal güvenlik alanını yaygınlaştırmak,
- Örgütlenmeye dahil olmayı özendirmek,
- Çocuk ile ilgilenmek konusunda toplum olarak bir yol bulmak,
- Özürlü ve risk koşullarında çalışan kadınların çalışma yaşamını basitleştirmek,
- İşsizliğin bedellerinden muhafaza olmaktadır.

### 1.5.Kadın Girişimciliğinde Başarıyı Destekleyen Faktörler

Kadınların ideallerinin peşinden gidebilmeleri ve hedeflenen başarıyı sağlayabilmeleri için destek almaları çok önemli adımların başında gelmektedir. Ülkemizde bu destekleri sağlayabilmek ve kadının ekonomik sistemde yerini alması için birçok teşvik programları bulunmaktadır. Mesela bunlar; kanunsal aranjmanlar, destek programları, bağış veya kredi fırsatları, girişimcilik faaliyetlerini teşvik edici tasarı ve aktiviteler, değişik faktörler vasıtası ile sağlanmaktadır. Başta bakanlıklar olmak üzere, bunlara bağlı farklı kurumlar, sivil toplum kuruluşları, uluslararası kuruluşlar, bankalar, toplumun ve medyanın büyük rolleri ve farklı destekleri içermektedir. Kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen faktörler, başlığı altında iki alt başlık olan kurumsal faktörler ve sosyal faktörler irdelenecektir (Arıkan, 2015: 141).

#### 1.5.1.Kurumsal Destek Faktörleri

Kadın girişimciliğinde başarıyı destekleyen kurumsal faktörlere örnek olarak kadın girişimciliği alanında devletin izlediği politikalar, sivil toplum kuruluşlarının hazırladığı faaliyetler, son dönemde üretilen projeler ve uluslararası kuruluşların bu konudaki görevleri sayılabilir. dönemden söz edilebilir. Çeşitli kurum ve kuruluşlar, kadın girişimciliğini arttırmak ve geliştirmek için aracısız faaliyetlerde bulunmaktadır. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na bağlı Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), Aile Bakanlığı'na bağlı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) ve Sosyal Politikalar, üniversiteler, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) vb. kadın girişimciliği konusundaki sorumluluklarını yerine getirerek girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmektedirler (Arıkan, 2015: 141).

Son dönemde ülkemizin ekonomik kalkınmasında girişimcilerin önemli etkileri olduğu bilinmektedir. Özellikle girişimcilik bilincinin artırılması, girişimcilik kültürünün kazandırılması ve çalışma koşullarının artırılmasına yönelik faaliyetler düzenlenmektedir. Bu kazanımları KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimleri ile sağlamaktadırlar. KOSGEB'in bu eğitimlerle sağladığı şey, sadece girişimcilik bilincini arttırmak değil, aynı

zamanda iş fikri olan girişimcilere hibe ve kredi imkanları ile gerekli desteği sağlamaktır. KOSGEB, 2010'dan 2013'e kadar yaklaşık 120.000 kişiye uygulamalı girişimcilik eğitimi verdi. Bu eğitim, iş fikri olan ve girişimci olmak isteyen herkese veriliyor. Bireylerin eğitim düzeyleri dikkate alınmamıştır. Bu girişimcilik eğitimi sonucunda KOSGEB'in ödediği hibe ve krediler 85 milyon TL'yi aşıyor. Bu değer girişimcilik bilincinin sağlanması açısından önemli olmakla birlikte eğitim alan birey sayısı incelendiğinde düşük olarak yorumlanmaktadır (Uluköy, Demireli ve Kahya, 2013: 81).

Uluköy ve arkadaşları aracılığıyla (2013) verilen uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin verimli midir? Verilen eğitimler girişimcilik şuurunun gerçekleştirilmesine yardımcı olmuş mudur? Sorularına KOSGEB çerçevesinde bir araştırma uygulanmıştır. Bu çalışmanın sonucuna göre KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimi alan kişilerin girişimcilik şuurunun gelişmesine yardımcı olduğu ancak yapılan girişimcilik eğitiminin az bir başarı sağladığı sonucu bulunmuştur (Uluköy, Demireli ve Kahya, 2013: 81).

### 1.5.2.Sosyal Destek Faktörleri

Türk aile yapısı içerisinde kadın, “iyi bir ev hanımı” rolünü üstlenmektedir, erkek evin geçimini sağlayan kişi konumundadır. Bu yönde alışlagelen bir yapı olduğundan girişimci olmak isteyen kadınlar ailelerine karşı büyük bir mesuliyet altındadırlar. Aile ve iş basamaklarını dengeleyerek başarıyı kazanan girişimcilerin arkalarında aile, çevre, eğitim düzeyleri, kazandıkları iş deneyimleri gibi öğelerin varlığı büyük ölçüde önemlidir. Sosyal destek faktörleri bazında incelenen; aile, çevre, eğitim ve deneyim kadın girişimcilikte elde edilecek başarıyı kimi zaman desteklerken kimi zamanda işin başarısına taş koyabilmektedir (Arıkan, 2015: 141).

Kadınların girişimciliğe adım atmalarının en önemli sebebi ev gelirine katkıda bulunmak ve bunun yanı sıra sorumluluk alma duygusu ile doğan başarıma isteği, diğerlerine fayda sağlama ve sosyalleşme arzusudur. Geneli evli, çocuklu ve genç bireylerden olan kadın girişimciler özellikle eşlerinden ve ailelerinden işin doğuş kısmında her türlü desteği maddi ve manevi yönde görmek istemektedirler (Palaz ve Turgut, 2009: 113).

Aileden alınan girişimcilik eğilimi, desteği ve motivasyonu ile birlikte, toplumsal çevrenin de aileyi destekleyici teşviğiyle, girişimci gerekli özveriye almış, böylece sosyal destek mekanizması tamamlanmış olur (İlter, 2008: 49).

### 1.6.Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

Yüzyıllar içinde kadın ve erkeklerin toplumda ki sorumluluklarının farklı olması sebebiyle girişimcilik terimi kapsamında cinsiyet farkı gözetilme gereksinimi hissedilmiştir (Bayramoğlu vd. 2020: 36).

Kadın ve erkek girişimcilerin birçok ortak özellikleri de bulunmakla birlikte çoğu yönlerden ayrıldıkları noktalar araştırma sonuçlarına göre saptanmaktadır. Bu özellikler; sektör ve iş seçimi, işletme yapısı ve büyüklüğü, yönetim tarzı, finansman stratejileri, risk yönetimi ve beklentiler gibi farklılıklardır. Kadın ve erkek girişimciler kıyaslamasında, değişik noktaların bulunması ve farklı özellikleri barındırması sonucu olarak kadın girişimciliğin ayrı bir alan olarak incelenmesini öne süren bir durum ortaya çıkmaktadır (Keskin, 2017: 72).

IBM çalışmaları şu sonuçları ortaya çıkarmaktadır (Hofstede, 2011: 12-13):

(a) Kadınların değerleri toplumlar arasında erkeklerin değerlerinden daha az farklılık göstermektedir.

(b) Bir ülkeden diğerine erkeklerin değerleri, çok iddialı ve rekabetçi bir boyut içerir ve diğer tarafta kadınların değerlerinden azami ölçüde farklılık göstermektedir. Mütevazı ve şefkatli bir yapıda olmaları bir yandan kadın değerlerine benzemektedir. İddialı kutup 'erkeksi' ve mütevazı, şefkatli kutup 'kadınsı' olarak adlandırılmaktadır. Kadınsı ülkelerdeki kadınlar, erkeklerle aynı mütevazı, şefkatli değerlere sahiptir; erkeksi ülkelerde ki kadınlar biraz iddialı ve rekabetçidirler, ancak yine de erkekler kadar değillerdir. Bu ülkeler de erkeklerin değerleri ile kadınların değerleri arasında bir boşluk sergilemektedir. Eril kültürlerde genellikle bu boyutun etrafında bir tabu vardır.

Banka çalışanlarının ve girişimcilerin yargıları, yeni girişimcilerde arzu edilen özellikler Tablo 2'de verilmektedir. Çalışanlardan ve girişimcilerden de bu özellikleri erkeklik, kadınlık veya tarafsız statülerine göre sınıflandırmaları istenmiştir. Girişimciler ve banka çalışanları arasında bu iki yargıda da yüksek derecede bir anlaşmaya varmışlardır. Bir iş kurmak için en çok arzu edilen özellikler sebat, hırs, kararlılık ve öz farkındalık olarak kabul edilmiştir. Bunlardan üçünün erkeksi olduğuna ve diğerinin tarafsız olarak sebat olduğuna karar verilmiştir. Bununla birlikte, görüşülen hem kadın hem erkek girişimciler kendilerini bu özelliklere sahip olarak görmektedirler (Koper, 2017: 64-65).

**Tablo 2. Yeni Girişimcilerin Arz ve Cinsiyet Tipine Göre Özellikleri**

	Erkeksi	Kadınsı	Tarafsız
Arzu Edilir	Güçlü Akılcı Öz Bilinçli Hırslı Kararlı	Dikkatli İş Birlikçi Düşünceli Anlayışlı	Aktif Cesur Doğaçlama Ciddi Çok yönlü Meraklı Esnek Azim Hevesli Yaratıcı Dinamik Bağımsız Kusursuz Yaratıcı Mantıksal düşünme Amaçlı
İstenmeyen	Baskın Pervasız	Duygusal Nazik Kararsız	Akılsız
Tarafsız	Neşeli Biçimsel	Spontane Hassas Sezgisel	Çekici

**Kaynak:** Koper, 2017:65.

Her yerde başarılı erkek ve kadın girişimciler bulunmaktadır. Araştırmalar, hem erkeklerde hem de kadınlarda bulunan bazı özellikler olduğunu bulmuştur. İki arasında var olan bazı belirgin farklılıklar vardır. Bu farklılıklar; temel temalar, karar verme tarzları, risk toleransı, işletme için hedefler, işletmenin finansmanı, yönetim tarzları, ağ kurma becerileri, motivasyonlarıdır. Girişimcilik söz konusu olduğunda, çağdaş araştırmalar, kadın ve erkek arasında, bazı farklılıklar olduğunu göstermiştir. Erkek ve kadın girişimciler demografik ve psikolojik olarak benzer olabilmektedir. Evli olma ve ilk doğan çocuk olma girişimsel eğilimlerini etkilemektedir. Harvard ve Columbia üniversiteleri tarafından yapılan bir araştırmaya göre ilk doğan çocukların başarılı olma olasılığı daha yüksektir. Kadın girişimciler, mühendislik veya daha teknik disiplinler gibi alanlarda daha çok liberal sanatlarda derece alma eğilimindedir. Bir kadının girişimci olması erkeklerden çok daha zor bir karardır. Finansal olmayan konular söz konusu olduğunda, kadımlar erkeklere göre daha duyarlıdır. Hem erkeklerin hem de kadınların iş kurmadan önce deneyimleri vardır. Ayrıca girişimci olma kararlarını vermelerine yardımcı olacak rol modelleri ve akıl hocaları olabilmektedir (Shmailan, 2016: 3).

Kadın girişimcilerin bir girişim faaliyetini başlatırken ki esas amacı; bireysel anlamda tatmin sağlamasıdır, erkek girişimcinin esas amacı ise kar sağlama arzudur. Bu sebeple de kadın girişimciler erkeklere oranla daha fazla sosyal destek ve ekonomik desteklere gereksinim hissetmektedirler. Erkek girişimcilerin amaçları arasında ekonomik kar bulunmasının nedeni ise yarınlarnı garanti altına almak istemelerinden ileri gelmektedir. Kadın girişimciler ise girişim faaliyeti edinirken daha fazla başarıya duygusu, özgür olma isteği, bireysel doyum, daha çok başarıya güdüsü, özgür olma, kişisel tatmin ve hayal kırıklıkları sonucunda oluşan hisleri ön plana çıkmaktadır (Bayramoğlu vd., 2020: 36-37).

Erkek ve kadın girişimciler farklı kararlar vermektedir. Erkekler kararları daha hızlı alma eğilimindedir oysa kadınların daha fazla zamana ihtiyacı vardır. Erkek girişimciler, maliyetlerin kontrol altında alınmasını ve daha fazla kâr odaklı olmasını sağlamayı istemektedirler. Kadınlar sosyal bir katkı sağlamaya çalışırlar ve kalitelerini güvence altına almak istemektedirler. Aynı zamanda kadın ve erkekler farklı türden girişimler kurma eğiliminde olduklarını da göstermektedirler. Finansal risk söz konusu olduğunda, erkekler riski üstlenme konusunda kadınlardan daha isteklidir. Erkekler ve kadınlar, işlerini yönetme şekillerinde de farklılık göstermektedir. Erkekler kadınlardan daha fazla görev odaklı olma eğilimindedir. Çalışanlarla iyi ilişkiler kadınlar için daha önemlidir (Shmailan, 2016: 3).

Kadın girişimcilik ile erkek girişimcilik unsurları karşılaştırıldığında yalnızca girişim hedefleri değil yarına yönelik beklentileri sebebiyle de değişiklikler göstermektedir. Bu alandaki incelemelerin sonuçları göstermektedir ki, kadın girişimcilerin girişim nedenlerinden biri gelecekte sosyal güvenceleri olmalarını

düşüncelerinin tespitidir. Hakikaten kadınlar sosyal güvence yapısını bir üstünlük olarak belirlemektedir. Çalışan kadınlar, hali hazırda çalışmayan kadınlara verilen sosyal güvenlik desteklerinin fazlalaşmasının girişimciliğin önünü kapatacağı konusunda görüş belirtmektedirler (Bayramoğlu vd. 2020: 37).

Kadın ve erkek arasında farklılıklarda iş hedeflerine ve yönetim tarzlarına bakıldığında, erkek ve kadın girişimciler genellikle daha fazla özerkliğe ve kontrole sahip olmak için bir iş kurmaktadır. Ayrıca, bir işletmenin onlara sağlayabileceği gelir ve kişisel memnuniyeti de istemektedirler. Erkekler, işletme sahibi olmanın ekonomik nedenlerine odaklanma eğilimindeyken, kadınlar da bir tür sosyal katkı sağlamaya çalışmaktadırlar. Kadınlar aynı zamanda kendilerinin veya eşlerinin hayallerini gerçekleştirmek için de girişimci olabilmektedirler. Girişimcilerin risk alma türleri incelendiğinde ise, tüm girişimciler risk almaktadırlar. Erkeklerin riske karşı farklı tutumları vardır, kadınlar riske biraz daha karşı durmaktadırlar. Araştırmalar, erkeklerin finansal risk almaya kadınlardan çok daha istekli olduğunu göstermektedir. Kadınların riske karşı farklı bir tutumu vardır ve riske daha az toleranslıdırlar (Shmailan, 2016: 3).

**Tablo 3. Kadın Girişimcilerle Erkek Girişimciler Arası Farklılıklar**

Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Erkek ve kadın girişimcilerin genel özellikleri	
Karar vermeyi kolaylaştırır.	Karar vermeyi zorlaştırır.
Ekonomi ve maliyet odaklı iş	Toplumsal Katkı Sağlamaya ve Kaliteye Odaklı İşletme
Finansal Risk Almaya İstekli	Finansal Risk Söz konusu olduğunda Daha İsteksiz
Görev Odaklı Yöneticiler	Çalışanlarla İyi İlişkilere Odaklanma
Ticari üretim ve inşaat	küçük işletme ve hizmet odaklılık
RiskToleransı	
İşletme Sahipliğindeki Tehlikeler Hakkında Daha Az Endişeli	İşletme Sahipliğindeki Tehlikeler Hakkında Daha Fazla Endişeli
Yeterli Bilgiye Sahip Olduğunuzu Hissedin	Daha Ayrıntılı Bilgi İste
İşe Başlamak İçin Daha Az Sosyal Destek Gerekir	İşe Başlamak için Sosyal Destek İste
İş Hayatında Başarısız Olmaktan kaçınmamak	İş Hayatında Başarısız Olmaktan kaçınmak
Genel Olarak Risk Eğilimi almaya yatkın	Genel Olarak Risk almaya Olumsuz
Finansman	
Daha fazla sermaye	Daha az sermaye
Daha fazla borç	Düşük borç
	Finansman için geçmiş performans eksikliği
Banka erkeklere güven duyuyor	Banka kadınlara güvenmiyor
Sermayeye erişim kolay	Sermayeye erişim kolay değil
Motivasyon	
Dış odaklı	Özerk
Güçlü girişim	Daha pozitif
	Sağduyu
	Eleştirel düşünme
	Çok agresif
	Kendi kendinin patronu
Daha fazla para kazanmak	Bir başarı duygusu hissetmek
Önceki deneyim	
Yönetim	
Mantıksal düşünürler	Sezgisel düşünürler
Odaklı liderler	İletişimsel ve ifade edici davranışlar
	İletişim becerileri mükemmel
	Çalışanlarının ihtiyaçlarını anlama
İşletmelerini büyütün	İşletmelerini büyütün
Genişleme söz konusu olduğunda daha agresif	Genişleme konusunda temkinli ve muhafazakar
Ağlar	
Büyük ağ	Küçük ağ
Organizasyonlar	Aile ve arkadaş
Ağa daha fazla erişim	Ağa daha az erişim

**Kaynak:** Shmailan, 2016:3-6.

Finansman konusunda da kadın ve erkek arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Kadınlar genellikle işlerine erkeklerden daha az sermaye ile başlarlar ve işleri daha küçük tutma eğilimindedirler. Bu durum, kadınları işlerini kurarken önemli bir dezavantaja sokabilmektedir. Başlangıç sermayesi eksikliği, kadınlara ait işletmelerin hayatta kalma oranlarını ve büyüme yeteneklerini etkileyebilmektedir. Finansal planlama, muhasebe ve pazarlama konusundaki becerileri onları bankalara karşı daha az güvenilir hale getirebilmektedir. Banka çalışanları kadınları, erkeklerden daha az girişimci olarak görme eğilimindedirler. Erkekler ve kadınlar işlerini farklı sektörlerde kurmaktadır. Ayrıca farklı türde ürünler geliştirebilmektedirler. Kadınların özerk olmak gibi farklı hedefleri olabilirken, bir erkeğin tamamen kâr hedefleri olabilmektedir. İşlerini yapılandırma şekillerinde de farklılıklar olabilmektedir (Shmailan, 2016: 5).

Girişimci olarak kadın ve erkek arasındaki en belirgin farklılıklar yönetim tarzlarıdır. Kadınlar, erkeklerden daha “kadınsı” stratejiler kullanarak idare ettiklerini iddia etmektedirler. Örneğin, kadınların çalışanlarıyla olan ilişkilerine mevcut görevden daha fazla değer verme eğiliminde olmaları olabilir. Erkekler ve kadınlar da farklı düşünmektedirler. Erkek girişimciler daha mantıklı düşünmektedirler. Kadın girişimciler daha sezgisel düşünmektedirler. Kadınlar, iletişimsel ve ifade edici davranışlara odaklanan daha fazla sosyal liderlik stilleri sergilemektedirler. Erkekler görev odaklı liderler olma eğilimindedirler. Kadınların iletişim becerileri mükemmeldir. Daha iyi dinleyici olma eğilimindedirler ve çalışanlarının ihtiyaçlarını anlayabilmektedirler (Shmailan, 2016: 5).

Ağ kurma, herhangi bir işletmenin başarısı için çok önemlidir. Kadınlar için ağlar daha resmi olarak organize olma ve rol modelleri sağlamaya, problem çözüme ve bilgi paylaşımına yardımcı olma eğilimindedir. İyi ağlar geliştirememek, bir kadının başarılı bir girişimci olma ve yeni iş fırsatları bulma şansını engelleyebilmektedir. Ağ kurmanın kadın girişimci için erkek meslektaşlarından daha önemli olabileceğini gösterebilir. İyi geliştirilmemiş ağlar düşük performansla neden olabilmektedir. Tablo 3, erkek ve kadın girişimcilerin farklı özelliklere sahip olduğunu göstermektedir. Kadın girişimcilerin kendilerini bunu başarmaya iten hedefleri bulunmaktadır ve bu hedefler erkeklerinkinden farklı olmaktadır (Shmailan, 2016: 5).

### 1.7. Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Çalışmalar

Osmanlı İmparatorluğu döneminde, kadın evde aktif rol oynaması gereken ve yalnız tüketmekle yükümlü biri gibi görünmektedir. Ancak Osmanlı’da ekonominin ana kahramanı olan tarım sistemi ele alındığında bu fikrin aslında ne kadar hatalı olduğu anlaşılabilir. Kadınlar o dönemde ev işlerini yaparken bir yandan da kendilerince ufak girişimcilik çabalarının basamaklarını çıkmışlardır. Kadınların resmi dairelerde yer almamaları, onların üretim faktörünün tamamen dışında oldukları yanılgısına düşürmüştür. O dönemde yeterli bilgi kaydı yapılamaması da kadınların çalışmadıkları yönünde algı oluşturmuştur. Fakat farklı dönemlere ait kadı evrakları, ferman ve konsolosluk raporlarına bakıldığında ticarethane sahibi kadınlar olduğu gibi madenci kadınlarında var olduğu ve o dönemde kadınlara ait ticaret yerleri bulunduğu gözlemlenmiştir. Bacıyan-ı Rum (Anadolu Bacıları) örgütü kurularak el sanatları alanında ve eşlerine yardım amacıyla çalışmalar yapmışlardır (Gürol, 2006: 237).

Birinci Dünya Savaşı zamanında kadınlar erkeklerden boşta kalan ticari faaliyetleri yürütmüşlerdir. Kadınların ticaretlerini kolaylaştırmak adına İstanbul’da kadın tüccarlar pazarı faaliyete geçmiştir. Enver Paşanın öncülüğü ile 1916 yılında “Osmanlı Kadınları Çalıştırma Cemiyet-i İslamiyesi” isminde bir dernek kurulmuştur. Bu dernek; kadınları işe başlatma, farklı iş alanlarına kadınları dahil etme ve fabrikalar açmanın yanında sırf kadın olmaktan dolayı ayrımcılığa uğrayanlarında yanında olmuştur (Gürol, 2006: 238).

Türkiye’de 90’lı yıllarda, atılan bu adımkadının toplumdaki statüsünü iyileştirmek adına yapılan önemli bir çalışmadır. Kadın girişimciliği, ekonomiye destek ve çözüm sağlarken aynı zamanda işsizlik oranını kontrol altına alabilmek için bir çıkış noktası olarak nitelendirilmiştir. 1990 yılında bu çalışma kapsamında, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’na tabi olarak Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) kurulmuştur. KSGM günümüzde Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı’na bağlı olarak çalışmaları süregelen ve kadın girişimciye finansmana ulaşımı hakkında sağladığı ortaklıklarla yön veren bir kuruluştur. Kadın girişimciliğin gelişimi ve büyümesinde oldukça etkili olan bu kuruluş, sosyal hayatın her bölümünde kadının güçlendirilmesi, kadın istihdamının çoğaltılması amaçlarıyla birçok faaliyete yön vermiştir (Batum vd., 2014: 39).

1990 yılında kadın istihdamının artırılması adına önemli bir çalışma daha yapılmıştır. Bu çalışma, Türk Medeni Kanunu’nda yer alan evli kadınların çalışması ve işletme kurabilmesi için verilmesi gereken “eşinin izni” kuralının kalkmasıdır. 1992 ve 1993 yıllarını kapsayan gelişmeler ise şunlardır (Çakıcı, 2003):

İlk defa “Türkiye’de Kadın Girişimcilik” semineri ve “Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli” temalı başlıklar tartışmaya sunuldu.

“Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri” başlıklı Türkiye genelini ifade eden ilk araştırma, N. Çelebi eliyle gerçekleştirildi.

Halk Bankası, “Kadın Girişimci” kredisi vermek için harekete geçti.

1995 yılında KSGM’nin faaliyete geçirdiği Küçük Girişimcilik Projesi temasında yedi ilde bir anket çalışması gerçekleştirilmiş, çalışmanın sonucunda kadın girişimcilere yönelik finansal hizmetlere olan ulaşımı indirgemek adına çeşitli politika tavsiyeleri ortaya çıkmıştır. Aynı yılda başka bir çalışma ise “Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi Projesi”dir. Proje 2002 – 2004 yılları kapsamında faaliyete geçirilmiş ve bunun AB fonları ile ayarlanmasını Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) üstlenmiştir. 2007 – 2009 yılları arasında bu projenin ikincisi gerçekleştirilmiştir. İkinci projede 255 kadın işyeri açmıştır. Kadın girişimciliği konusunda hedeflenen başarı sağlanmış ve önemli etkiler gözlemlenmiştir. İki projenin toplamında (birinci proje sonucunda 1630 ve ikinci proje sonucunda 6291 kişi) 7922 kadına eğitim verilmiştir (Batum vd, 2014: 39).

2002-2003 yılları arasında da KAGİDER Kadın Girişimci Derneği açıldı. Amacı, kadın girişimcilerin iş dünyasındaki yerlerini sağlamlaştırmak ve ülke ekonomisine katkılarını artırmak olmuştur (Çakıcı, 2003).

Bangladeş Mikro Finans Kuruluşu ve Diyarbakır Valiliği aracılığıyla durumu olmayan kadınları girişimci yapmak amacıyla ‘Mikro Kredi’ projesi gerçekleştirildi.

Avrupa Birliği ve TESK aracılığıyla ‘Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi’ projesi başlatıldı.

Güneydoğu Anadolu Projesi

Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezi (GAP-GİDEM) ve Kadın Merkezi (KAMER) işbirliği ile “Kadın Girişimciliği” projesi faaliyete geçirildi (Çakıcı, 2003).

Türkiye’de kadınların girişimcilik faaliyetini sağlamalarında ki esas sebep, ülkemizde bulunan ekonomik şartların olumsuzluğu olmaktadır. Bu durum, Türkiye’de kadın girişimcilerin miktarını olumlu yönde fazlaştırmakla birlikte, bununla orantılı olarak kişi başına düşen gelir miktarı artmaktadır bu da ülkenin refahını iyi yönde sağlamlaştırmaktadır. Toplumların gelirlerine fayda sağlamak için, küçük iş yeri kurma isteğine sahip kadınların, ücret karşılığı çalışmak amacıyla müracaat ettikleri işler için elverişli eğitim ve becerileri bulunmamasından ötürü, kendi işletmelerini kurmaya başlamaktadırlar (Yavuz Özgül, 2019: 25).

2012 senesinde yapılan Türkiye Girişimcilik Konseyi’nde, girişimciliğin ülke yararı adına olması gereken bir durum olduğu belirlenmiştir. Girişimcilik bir lüks unsur değil, üzerine düşülmesi gereken bir duruma dönüşmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Henüz yeterince gelişmemiş ülkelerde, küçük firmalar bir çıkış unsuru olarak belirlenmektedir. Kadınların, ekonomik güç sağlamada ve işgücü pazarında daha fazla bulunması, fakirliğin ve işsizlik probleminin en aza indirgenmesinde yardımcı olacak bir faaliyet olmaktadır. Buna dayanarak hassas bir dengeye sahip olan ekonomimizin, iyi bir pazarlama ve üretim kabiliyetiyle ülke dışında şirketler oluşturmada, amaçladığı ekonomik büyüme tahminlerini yakalamada, işsizlik problemlerini kaldırarak istihdam yaratmada, ele geçen fırsatları yakalayan yenilikçi ve risk alabilme kabiliyeti bulunduran, kadın girişimcilere ne kadar gereksinim duyulduğu yadsınamaz bir gerçektir. Böylelikle ülke popülasyonunun yarısını belirleyen kadınların, girişimciliğini teşvik edici politika ve faaliyetlerinin azami ölçüde önem taşıdığı ortaya çıkmaktadır (Yavuz Özgül, 2019: 25).

Ülkemizde Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü’nce finanse edilen ve The Strategic Research Foundation aracılığıyla yapılan “Türkiye’de Kadınlara Ait İşletmelerin Desteklenmesi: Gereksinimler, Sorunlar, Fırsatlar ve Stratejiler” temalı bir araştırmanın sonuçları incelendiğinde, ülkemizde ki kadınları kendi işlerini yapmaya yönelten sebepler aşağıda belirtilmektedir (Gürol, 2006: 222):

Bağımsız olma arzusu %24.3

Kişisel ilgi ve kabiliyetler %15.5

Aile Girişimini Devamlı Kılmak %10.6

İşsizlik %08.9

Boş Kalmamak %07.2

Çalışma Süreleri %05.9

Diğer %09.5

Aynı incelemelerde bulunan “İşyeri Sahibi Kadınların İşyeri Açmadan Önceki Aktiviteleri” ile ilgili çalışma sonuçları aşağıda belirtilmektedir (Gürol, 2006: 222):

Hiç Çalışmamış %19.5  
Aile İşi %07.2  
Ev kadını/Ev işi %31.3  
Kendi İşi %09.7  
Özel Sektör Çalışanı %20.3  
Kamu Sektör Çalışanı %11.4  
Diğer %00.6

Çalışmanın sonuçları çerçevesinde, Türkiye’de kadınları girişimciliğe özendiren unsurların ilk basamağında bulunan bağımsız olma arzusu, uluslararası çalışmalarda da bulunan sonuçlarla aynı olduğu görülmektedir. Bağımsız olma arzusu, kadının içinde kodlu olan bir özellik olmasından dolayı, kolaylıkla ortaya çıkan bir durum olmaktadır (Gürol, 2006: 222).

## **2.TÜRKİYE’DE DEVLETİN KADIN GİRİŞİMCİLERE YÖNELİK DESTEKLEYİCİ POLİTİKALARI**

Girişimcilerin finansman temin yolları konusunda, devletin sağladığı destek ve kolaylıklar hakkında öncelikle bilgilendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, 1990 yılında kurulan Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Kurumu (KOSGEB) ve yerel teknoloji geliştirme alanları girişimciliğin temelini oluşturmaktadır. Teknopark ve benzeri uygulamalar girişimcilerin büyümesi ve ilerlemesi için sinerji oluşturmaktadır (Örnek ve Danyal, 2015: 1147).

Kadınların yeteneklerini fark edebilmeleri ve gerekli cesareti sağlayabilmeleri için desteklenmeleri, teşvik edilmeleri ve yönlendirilmeleri gerekmektedir. Gerekli desteği sağlarken de karşılaşılan kadınların niteliklerinin ve problemlerinin farklı olduğu göz önüne alınmalıdır. Günümüz şartlarında devletin hedeflediği ekonomik kalkınma modeli eğer; gelişmiş yaşam koşulları, yoksulluğun son bulması, adaletli bir şekilde iş bulma seyri ve iş yaşamında eşitsizliğin hafiflemesi maddelerini içeriyorsa bu işe kadınlardan başlanması en doğru hareket olacaktır (İlter, 2008: 121).

Birçok kamu ve sivil toplum kuruluşu, Türkiye’de kadın girişimciliğini artırmaya yönelik projeler oluşturmak için faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu faaliyetler kapsamında iş kurma, işi büyüme, finansal kaynak sağlama, girişimcilik eğitimleri, kadınlara istihdam yaratma, teknik destek sağlama, özel projelerin desteklenmesi ve danışmanlık gibi birçok farklı sektörde kendini göstermektedir (İpçioğlu, 2012: 79). Bu çalışmada bu amaçlarla varlığını sürdüren kurum ve kuruluşlar sırasıyla tanıtılmaktadır.

Kadın girişimcilere finansal destek sağlayan kamu kuruluşları; Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), Ticaret Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK), Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM)’dir. Aşağıda kurumların içerikleri açıklanmaktadır.

### **2.1.Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)**

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB): Girişimciler için kamu destekleri temasında oldukça önemli faaliyetleri olan bir kurumdur. KOSGEB içeriğinde bulunan girişimcilik destekleme programları, uygulamalı girişimcilik eğitimleri, yeni girişimci destekleri ve İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM) destekleri olarak çeşitli faaliyetlerle girişimcilerin iş yaşamına geçişini kolaylaştırmıştır. Türkiye’nin faydalandığı en yaygın uygulamalı girişimcilik eğitim programı olma niteliğindedir. Eğitimin amacı; girişimcilik kültürünü yaymak ve gerekli iş planı temelini kurmaktır. 2010 yılıyla birlikte eğitim programı kapsamında; girişimcilerin özellikleri, iş düşüncesi geliştirme, iş planı terimi ve iş planı öğeleri başlıklarında bilgi sahibi olmaları gereken dersler verilmektedir. Bu hedeflerle yol alan ve kurumlarla birlikte iş gören bu program üniversitelerde de yapılabilmektedir. Ücretsiz verilen destek içeriğinde, kadınlar ve engelliler gibi dezavantajlı gruplar için ayrıca programlar yürütülebilmektedir (Batum vd, 2014: 27).



**Tablo 4.** Yeni Girişimci Desteği Destek Unsurları

DESTEK UNSURU		ÜST LİMİTİ (TL)	DESTEK ORANI (%) (1. Ve 2. Bölge)	DESTEK ORANI (%) (3.,4.,5. Ve 6. Bölge)
İşletme Kuruluş Desteği	Geri Ödemesiz	2.000		
Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat, Ofis Donanım ve Yazılım Desteği		18.000	60	70
İşletme Giderleri Desteği		30.000	Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını ve ya Engelli Girişimciye %80 uygulanır.	Kadın Girişimci, Gazi, Birinci derecede şehit yakını ve ya Engelli Girişimciye %90 uygulanır.
Geri Ödemesiz Destekler Toplamı		50.000		
Sabit Yatırım Desteği	Geri Ödemeli	100.000		

**Kaynak:** KOSGEB (www.kosgeb.gov.tr., 2018).

KOSGEB, kuruluşun girişimcilik destek işlerini karşılamaya Dünya Bankası’nın Küçük Ölçekli İşlerin Geliştirilmesi faaliyeti içeriğinde oluşturulduğu belirtilmiştir. Bu faaliyet kapsamında girişimci aday 8-9 ay gibi bir sürede toplam 80 saat olarak iş eğitmeni ile karşılıklı çalışmışlardır. Bu eğitmenler, alanlarında profesyonellerdir ve oluşturulan iş anlaşması, belli bir kabiliyet ölçütünü kapsamıştır. Bu uygulamanın başarılı olduğu sonucu üstünlük kazanmıştır. Fakat uygulamada karşılaşılan yoğun ilgi sebebiyle yeterli gelmeyeceği anlaşılmıştır. KOSGEB bir sonraki çalışmasında, destek hizmetlerinin önemli nicelikte karşılanması gereksiniminden olan hareketle, şunda da olan girişimcilik eğitim temasını geliştirmiştir. 2010 senesinden itibaren eğitimler, KOSGEB’in yerine kurum ile sözleşmeli farklı hizmet vericiler aracılığıyla yapılmaktadır. İncelemeler sonucu fark edilen sorunlar ve fırsat sahaları bunlardır (Çoban, 2018: 16-17):

Sorunlar:

Hizmet sunan kurum, şirket ve uzmanlar sebebi ile eğitimlerin değişen vizyonu,  
Destek aşamasında eğitimlik ve mentorluk hizmetlerinin bulunmaması,  
Kuruluş anlamında raporlama ve gözlemlene sistemlerinin olmaması,  
Kadın girişimciler konulu gerekli çalışmaların bulunmaması,  
Kadın girişimcilere göre özel ve gelişmiş araçların sağlanmasında hizmet vericilerin yeterli olmaması,  
Kadın girişimciler ve yatırımcılar ile gerekli ağın olmamasıdır.

Fırsat Sahaları:

Eğitim, mentorluk, eğitimlik ve şebeke yardımı temin edici, KAGİDER, ANGİKAD, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu vs. işkadını teşkilatlarının miktarındaki artış,  
Piyasa ve üniversitelerde girişimcilik teşvikine doğru iyileşen profesyonellik,  
Girişimcilik ve KOSGEB faaliyetlerine doğru çoğalan bilinçlenme,  
Rol modeli ve mentörlük yapabilecek kadın girişimcilerin miktarındaki çoğalma,  
Girişimciliği teşvik eden çeşitli kurum ve kuruluşların verdiği hizmetlerin kapasitesinde çoğalma ve kurumlarda ki işbirliği imkânlarında ki büyümedir.

## 2.2. Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)

İşgücü özelliklerinin kalitesini arttırmak hedefiyle, üretken ve katma değeri üst düzeyde istihdamın teşvik edilmesi amacıyla çalışmalar sürdürülmektedir. Bu çalışmalar kapsamında, kişilerin hem işgücü piyasasına girişlerine hem de istihdamda sürekliliklerinin sağlanmasına faydalı olmaktadır. Özellikle başta kadınlar, gençler ve engellileri kapsayan aktif bir işgücü çalışmasına yoğunlaşmaktadır (www.iskur.gov.tr, 2019).

İŞKUR üyeleri, kadın girişimci adaylarının gereksinimlerinin sağlanabilmesi amacıyla çeşitli kadın topluluklarının ayırımına varılması gerekliliğinin farkındadır. Girişimcilik eğitimlerinin geniş ölçülerde ve tanıtımlık bir kapsam şeklinde sunulması ise, bu değişen gereksinimlere çözüm üretme amacı ile çalışmaktadır. Bu sorunun içeriğinde ki sebepler aşağıda belirtilmektedir (Çoban, 2018: 16):

İş bulmak amacıyla İŞKUR'a müracaat edenlerin girişimcilik eğitimleri ile mesleki eğitimler bağlantısını yanlış anlamalarıdır.

İŞKUR'un hedeflediği topluluklar, İŞKUR organizasyonlarını değerlendirerek uygulayabilecekleri ücretli çalıştırma programı ve girişimcilik programı arası ayrımları net bir şekilde belirleyememektedirler.

İŞKUR'un kurumsal kimliği:

İŞKUR hedef kitlesi olarak, işi olmayanlar veya iş yaşamlarını farklılaştırmak arzusunda olan kişileri kapsamaktadır. Bu topluluklar farklılaşan insan sermayesi, mesleki yeterlilik ve kabiliyet seviyelerini elde etmektedirler. Fakat kamuoyunda İŞKUR'un genellikle düşük kabiliyetli ve düşük görünüşteki çalışmayan topluluklara hizmet sunan bir kurum olduğu yanlışlığı bulunmaktadır. Oysaki İŞKUR'un hedef kitlesi, işi olmayanlar veya iş yaşamlarını farklılaştırmak arzusunda olan kişilerden oluşmaktadır ve bu topluluklar değişen insan sermayesi, mesleki yeterlilik ve kabiliyet seviyeleri bulunmaktadır.

Katılan kişilere ödenen günlük harçlıkların, bu sisteme ait olamayacak toplulukların eğitimlerle ilgilenmesine neden olmaktadır.

Kadın girişimciliğinin yoksulluk, zorda kalma gibi algılanması sonucu, orta ve yüksek görünüşteki kadınlara doğru oluşan kurumsal bakışı kötü etkilemektedir.

Girişimcilik eğitim organizasyonlarını talep edenler, iş ve meslek eğitimliği uygulamalarından faydalanırken, adayın girişimcilik eğitimine dâhil olma arzusunu incelemek için çeşitli araçlar kullanılmakta, hizmet verici kurum veya kuruluş üyeleri ve eğitimci ile birlikte görüşmeler uygulanarak, organizasyona bu şekilde kabul edilmektedirler. Bu adımların daha faydalı bir şekilde yapılması, isteyen kişilerin seçim ve gruplama hizmetlerinin daha verimli davranılmasını temin ederek, eğitimlerin yararını arttıracaktır.

Kosgeb'in destek organizasyonlarını kapsayan Girişimcilik Destek Programı'nın verimli bir biçimde yapılması amacıyla, Türkiye İş Kurumunun üstlendiği "Uygulamalı Girişimcilik Eğitim" faaliyetlerinden faydalanılmaktadır. Bu eğitim faaliyetleri, 2010 senesinden şimdiye dek yürütülmektedir. Girişimcilik eğitim faaliyeti, kuruma kayıt olmuş bireylere özgü olarak kendi işlerini başlatmalarına ve büyütmelerine destek olmak hedefiyle yürütülen etkinliklerdir. Girişimcilik eğitim programı içeriğinde esas ölçüt girişimcilik eğitimi, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) aracılığıyla Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) arasındaki Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi İş Birliği Protokolünde" belirtilen kanunlar kapsamında yapılmaktadır. Eğitim programı sonunda, katılan bireylere, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılım Belgesi temin edilmektedir. Bu belge ile KOSGEB Girişimcilik Destek Programından faydalanılmaktadır. Bu program içeriğinde, yeni girişimciler için uygulanan destek oranı % 60 iken, kadın girişimciler için bu oranın % 70 olduğu görülmektedir (www.işkur.gov.tr, 2016).

### 2.3. Ticaret Bakanlığı

Ticaret Bakanlığı: Pazardaki rekabeti iyileştirmek, katma değeri yüksek olan yatırımları sağlamak, büyük ölçekteki yatırımları arttırmak, çevre duyarlılığı ve bu alandaki yatırımların artması hedefiyle bünyesinde birçok teşvik programı bulundurmaktadır. Büyük Ölçekli Yatırımlara Olan Destek, Genel Destek Mevzuatı, Bölgesel Yapılan Destek Faaliyetleri, Öncelikli Yatırımlara Olan Destekler, Stratejik Yatırımlara Olan Destek faaliyetleri ile işletmelere bu anlamda yapılan faiz yardımı ve vergi indirimi uygulamaları mevcuttur. Bu faaliyetler kapsamında; KDV istisnası, gümrük vergisi özgürlüğü, vergide sağlanan indirim, sigorta primi işveren hissesi desteği, gelir vergisi stopaj desteği, sigorta primi desteği, faiz desteği, yatırım alanının ayarlanması gibi kolaylaştırıcı ve yatırımı özendirici destek faaliyetleri bulunmaktadır (Yavuz Özgül, 2019: 43).

Ticaret Bakanlığı'nın sağladığı diğer desteklerden biri ise; Yurt Dışı Fuar Desteğidir. İşletmelerin bu fuarlara katılımlarının, Türk ürünlerinin yurt dışında tanıtımı söz konusu olduğundan ihracatın artmasına da fayda sağlamaktadır. Gerçekleşen tanıtım masrafları bu hedefler doğrultusunda desteklenmektedir. Yurt Dışında sağlanan Birim, Marka ve Tanıtım Destekleri ise; işletmelerin yurtdışında tanınırlık seviyelerini arttıracaktır. Marka/TURQUALITY Programı kapsamında firmaların; üretim, pazarlama, satış sonrası servislerini de kapsayan tüm organizasyonda Türk malı imajını oluşturmak adına çeşitli destekler sağlamaktadır (<https://ticaret.gov.tr/>, 2019).

2020-2022 yılları arası Yeni Ekonomi Programı kapsamında bakanlık sorumluluğunda Politika ve Tedbirler Kooperatif Destek Sistemi hayata geçirilmesi planlanmaktadır. Bu konuda finansal destek vasıtaları arttırılacaktır. Öncelikli olarak kadınlar tarafından kurulan kooperatiflere yönelik; eğitim, girişimcilik ve

danışmanlık gibi alanlarda verilecek destekler arttırılacak ve gerekli hukuki altyapı hazırlanmak üzere kadınların kooperatif kurmaları kolaylaştırılacaktır (<https://ticaret.gov.tr/>, 2019).

### 2.4.Gıda, tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Kırsal kesimde yaşayan kadınlara tarımsal ve sosyal konularda eğitim ve yayım hizmetleri verilmekte, kooperatiflerin kurulmasının desteklenmesine yönelik çalışmalar yapılmakta, tarıma özgü iş kollarında kadın girişimciliği teşvik edilmekte, gelir artırıcı, faaliyet çeşitliliği sağlayan projeler ve sosyo-ekonomik olarak güçlendirmek organize edilmektedir. Başta kadınlar olmak üzere aile çiftçiliğinin korunması ve devamlılığının sağlanması için; Çocuklara ve gençlere göre eğitim, program ve projeler düzenlenmekte, kadın sorunlarının çözümüne yönelik stratejik çalışmalar düzenlenmektedir. Kırsal kesimde kadınlara yönelik devam eden tüm faaliyetler fırsat eşitliğini gerçekleştirmek, girişimciliği ve istihdamı arttırmak amacıyla yürütülmektedir (<https://www.tarimorman.gov.tr>, 2019).

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK): KOBİ’ler ve girişimciler için 2014-2020 IPARD Programı etkinleştirilmiştir. Program, kalkınmanın sürekliliğini sağlamak ve işletmelerin AB düzeyine ulaşmasını sağlamak için kapasite oluşturmayı hedefliyor. IPARD ve diğer kırsal kalkınma destekleri kapsamında, kırsal kesimde kırsal tarım, kırsal ekonomik altyapı yatırımları ve çiftlik faaliyetleri, kırsal turizm, el sanatları ve bilişim uygulamalarına yönelik desteğin sürdürülmesi hedeflenmektedir. Ulusal politikalar ve teşvikler sayesinde kadın, genç çiftçi vb. gençlik ve kadın girişimciliği bilincini yaymak için. Gruplara pozitif ayrımcılık uygulanması hedeflenmektedir (<https://www.tkd.gov.tr>, 2019).

### 2.5.Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı; Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Teşvik ile üniversiteler, araştırma kurumları ve üretim sektörleri bağlantısında birlikte ilerlemeyi öngören ülke, sanayinin uluslararası alanda rekabetçi ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşmasını desteklemektedir. Öncelikle girişimcilere yönelik bu teşvik, katma değer vergisi, gelir ve kurumlar vergisi, personel ücretlerinden muafiyet, bölgede teknolojik ürünlere yatırım gibi kalemleri içermektedir (Yavuz Özgül, 2019: 43).

Kadın, genç ve mesleki yeterlilik belgesine sahip istihdam teşvik başvuruları, işsizlik ödeneği alanları, işveren istihdam teşvikleri, ek istihdam teşvikleri, üç aylık ücret desteği, işyerlerine yönelik mesleki eğitim kursları, işbaşı eğitim programları, işyerinde -Gelecekteki meslekler için iş eğitim programları işe ilk adım projesi gibi uygulamalar var. Özellikle kadınlara yönelik çocuk bakımı destek uygulaması, iş başında anne projesi, mesleki eğitim ve beceri geliştirme işbirliği projesi adı verilen projeler de bulunmaktadır (<https://tobb.org.tr/>, 2018).

İşgücü piyasasına giriş aşamasında ve istihdamda yer bulma alanında diğer gruplara göre daha fazla desteklenmesi gereken kişiler kadın girişimcilerdir. İstihdamın artırılması ve işsizliğin önlenmesi hedefiyle uygulamaya geçilen “İşte Anne Projesi” ile kadınların istihdam garantili mesleki eğitim kurslarına ve işbaşı eğitim programlarına katılmasını ve daha sonra bu kadınların istihdam edilmesi planlanmaktadır. İŞKUR aracılığıyla ayarlanan en az yüzde 50 istihdam garantisi bulunan mesleki eğitim kursları ile işbaşı eğitim programlarına davet edilmektedirler (<https://www.sanayi.gov.tr>, 2019).

### 2.6.Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)

KOBİ’lerin başvuru yapabileceği KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı uygulamaktadır. Ar-Ge olma özelliği taşıyan sanayi projelerini desteklemek amacıyla, yeni teknolojilerle bu projeyi geliştirmiştir. Girişimcilik faaliyetinin görevini yapması için, yeni düşünceler, teknolojiler ve nitelikli istihdam alanı oluşturabilmek için fikrin üretiminden Pazar aşamasına kadar tüm faaliyetleri desteklemektedir. Nitelikli girişimci teşviki için Tekno girişim Sermayesi Desteği Programı (BiGG) uygulanmaktadır (<https://www.tubitak.gov.tr>, 2019).

Ulusal ve uluslararası kabul edilecek ar-ge yenilik desteklerinin tümü aşağıda verilmektedir (<https://www.tubitak.gov.tr>, 2018).

TÜBİTAK TEYDEB Destekleri

TÜBİTAK Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı

Üniversite-Sanayi İşbirliği Destek Programı

TÜBİTAK KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı

TÜBİTAK Uluslararası Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı

TÜBİTAK Öncelikli Alanlar Araştırma Teknoloji Geliştirme ve Yenilik P. D. P.

Teknogirişim Sermayesi Desteği Programı (BiGG)

TEYDEB Yenilik Destek Programı

TÜBİTAK ARDEB Destekleri

Öncelikli Alanlar Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı

Kamu Kurumları Araştırma ve Geliştirme Projelerini D.P.

KOSGEB Destekleri

Ar-Ge İnovasyon Destek Programı

KOBİ Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri

Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı

Teknogirişim Sermayesi Desteği

Ekonomi Bakanlığı Yatırım Teşvikleri

2012/3305 Sayılı Karar'ın 17/h fıkrası uyarınca Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, TÜBİTAK ve KOSGEB tarafından desteklenen AR-GE projeleri neticesinde geliştirilen ürünlerin/parçaların üretimine yönelik yatırımlara ilişkin desteklerdir (<https://www.tubitak.gov.tr>, 2018).

**Tablo 5.** Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı, Hibe Destek İstatistikleri

2013 Hibe Destek Tutarı (Milyon TL.)	2014 Hibe Destek Tutarı (Milyon TL.)	2015 Hibe Destek Tutarı (Milyon TL.)	2016 Hibe Destek Tutarı (Milyon TL.)	2017 Hibe Destek Tutarı (Milyon TL.)	2018 Hibe Destek Tutarı (Milyon TL.)	2019 Hibe Destek Tutarı (Milyon TL.)	Toplam (2013-2019) (Milyon TL.)	Toplam İçindeki Payı
13,9	28,3	18,4	18,1	33,4	55,7	26,3	194,2	3,61%

**Kaynak:** TÜBİTAK (<https://www.tubitak.gov.tr>, 2020).

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), süreçlerinde daha fazla kadın araştırmacının bulunması amacıyla çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmalar içeriğinde TÜBİTAK kadın araştırmacıların katılımının artırılması için çeşitli politika ilkeleri yayınlamaktadır. Bu İlkelerin içeriğine göre; Ar-Ge ve yenilik projeleri kapsamında oluşturulan proje ekipleri içinde kadın araştırmacılara yer verilmesini teşvik etmektedir. Kadın araştırmacılarının desteğini sağlamak üzere araştırmacıların bakmakla sorumlu oldukları bebek veya küçük çocukları için gereksinim duydukları kolaylaştırıcı tedbirler alınmaktadır. Teknoloji tabanlı girişimcilik alanında kadın araştırmacılara özel çağrılarının yayınlanmasını teşvik etmektedirler. Araştırma kalitesini sağlamak için merkez ve enstitülerde bulunan araştırmacılar arasında kadın ve erkek araştırmacı dengesinin sağlanmasına üst derecede özen gösterilmektedir. Ar-Ge ve yenilik alanındaki TÜBİTAK tarafından yürütülen faaliyetlerde kadın araştırmacılara sağlanan kolaylıklar ve verilen öneme ilişkin farkındalık faaliyetleri yürütülmektedir (<https://www.savunmasanayiidergilik.com/tr>, 2019).

## 2.7. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)

Cumhuriyetin kurulması ile birlikte esnaf-sanatkarlar kesiminin günümüz modern örgütlenmesinin başlangıcı olan 5373 sayılı Esnaf Dernekleri ve Esnaf Birlikleri Kanunu çıkarılmıştır. 1964 senesinde yürürlüğe geçen 507 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu ile de esnaf-sanatkarlar kurumu şu anki düzenine kavuşmuştur. En son 21 Haziran 2005'de yürürlüğe konulan 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu yasaları kapsamında hizmet sunmaktadır (<https://www.tesk.org.tr>, 2020).

2007-2009 yılları arasında, Kadın Girişimciliği Desteklenmesi Projesi adı altında, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) aracılığıyla uygulanan projenin hedefi; kadınlar içinde girişimciliğin teşvik edilmesi ve desteklemesidir. Proje bitiminde 7 kadın girişimci kendi işini kurmuştur (Cici, 2013: 96).

### 2.8.Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM)

1990 yılında, kadın politikaları geliştirmek ve kadının yerinin her sektörde önemliliğini göstermek hedefleriyle, milli olarak ancak uluslararası alanda da kendini göstermek adına kurulan bir kamu kuruluşudur. Türkiye’nin Birleşmiş Milletler Kadınlara Karşı Her türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi’ne taraf olması ve 5. ve 6. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında kadın konularına yer verilmesi bu kurumun faaliyet göstermeye başlamasını tetiklemiştir (Bolcan, 2006: 145).

KSSGM aynı zamanda kadın girişimcilerin problemlerinin parlamentoya iletilmesinde ve kadınların yararına kararlar verilmesinde başarılı çalışmalar gerçekleştirmektedir (<https://sugender.sabaciuniv.edu.>, 2008).

KSSGM’nin en önemli hedeflerinden biri tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinde kadınların ekonomik yaşamdaki faaliyetlerini artırmaktır. Bu hedef doğrultusunda Türkiye’de, kadın işgücü kapsamlı en geniş projeleri yönetmektedir. Uluslararası kuruluşlarında verdiği desteklerle hayata geçirilen projeler; Kadın İstihdamının Geliştirilmesi Projesi, Kadının Kalkınmaya Katılımını Güçlendirme Ulusal Programı Projesi, Küçük Girişimcilik Projesi’dir (Bolcan, 2006: 146).

KSSGM’nin diğer çalışmaları kapsamında; kadınların iş dünyasında var edilmeleri ve girişimci kadınların özel bir fonla, özel kredi olanaklarıyla ya da vergi indrimi ile kalkındırılmalarını sağlamaktadır. Girişimlerini başlatmaları anında karşı karşıya kaldıkları bürokratik engellerin azaltılması, pazarlama, iletişim, yönetim vb. konularda ihtiyaç duyacakları bilgi birikiminin eğitim programlarıyla sağlanması adına çalışmalar bulunmaktadır (İlter, 2008: 124).

Türkiye’de kadınların ekonomik fırsatlara ulaşımını hızlandırmak, ekonomik büyümeyi önemli miktarda hareketlendirecek, fakirliği azaltacak ve aynı zamanda kadınların genel anlamda siyasete ve karar alma süreçlerine dâhil olmalarında olumlu bir etki oluşturacaktır (<https://www.ailevecalisma.gov.tr>, 2018: 12).

### 3. SONUÇ

Ülkemizde son zamanlarda olumlu bir gelişim gösteren kadın girişimcilerin durumu gözle görülür oranda, iş hayatında da varlıklarını göstermektedirler. Kadın girişimcilerin kendi ayakları üzerinde durma isteği ile aldıkları eğitim ve tecrübeler eklendiğinde, iş hayatında kendilerini kanıtlama imkanı kazanmaktadırlar. Çoğu zaman aile hayatının anne rolünde aktif olan kadının düzenli iş hayatına uyum sağlamakta zorlanması sonucu, çalışma saatlerini kendileri belirlemek ve yeteneklerini gözler önüne sermek için maaşla çalışma yerine kendisine belirli finansman temin ederek hayalindeki işini kurması sağlanmaktadır. Bu finansman temin yolu genellikle kendi birikimi, aileden sermaye temini ya da borç alma koşullarıyla elde edilmektedir.

İş hayatına dahil olan kadın girişimci, kendini yenileyen firmalar ve rakiplerle karşı karşıya kalmaktadır. Kendilerini çalıştıkları alanda yenilemedikleri anda çalışma hayatında kadın girişimci olarak yenik düşmektedirler. Kadın girişimci olarak bir adım değil iki adım ileri atmak gerekmekte çünkü kadın girişimciler genellikle geride kalmaktadırlar. Bunun çoğunlukla sebebi, sermaye olarak güçlü bir şekilde başlayamamaktan kaynaklanmaktadır. Zaten çok büyük sermaye ile girildiğinde bile erkek girişimciyle kadın girişimcinin mentalitesi aynı olmamaktadır. Bazen çalışma hayatında onların düşündüğü gibi düşünmek zorunda bırakılmaktadırlar. Ancak son zamanlarda bu durum, bilgi ve tecrübe açığının kapatılması, kadınların daha sakin ve farklı açılardan bakabilme özellikleri sayesinde değişmektedir. İş hayatında başarıları, erkeklere oranla daha iyi durumlara ulaşmaktadır.

Kadın girişimcilerin sorunlarına çözüm olabilmek ve istenilen noktaya ulaştırabilmek adına sivil toplum kuruluşları ve devlet kurumlarının faaliyetleri söz konusudur. Bu anlamda kurumlara çok önemli görevler düşmektedir. KOSGEB’in verdiği “Girişimcilik Desteği” nde cinsiyetten ötürü pozitif ayrımcılık uygulanmaktadır. Günümüzde kadının ve kadın girişimciliğinin bu denli yaygın olduğu bir ortamda kadın girişimcilerin tüm sorunları ortaya çıkarılmalıdır. Sorunların ışığında çözüm önerileri geliştirilmeli, böylece hem kadın girişimcilerin iş yaşamında karşılaştıkları sorunlar çözüme kavuşurken hem de daha fazla iş kolu ve kadın girişimcinin doğmasına da yol açacaktır. Ayrıca kadın girişimci olmak isteyen adayların finansman temini konusunda bilgi sahibi olacağı bir pusula niteliği taşıması düşünülmektedir. Bu amaçlar doğrultusunda literatürde eksikliğin yaşandığı düşünülerek, kadın girişimciliğinde kullanılan finansman temin yolları araştırılmış ve karşılaşılan sorunlar açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Böylelikle kadın girişimciliğine finansman temini yolları konusunda da literatür anlamında katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Araştırmada bazı kısıtlamalar bulunmaktadır. Yalnızca Gaziantep ilinde yapılması açısından başka illerde yapılacak çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilebilir. Sonucu, tüm Türkiye’ye genellemek yanlış olacaktır. Ayrıca kadın girişimciler

belirlenirken, inşaat sektörü ve hizmet sektörü kapsamlı sektörel bir daraltma yapılmıştır. Bu nedenle de farklı sektörlerde yapılan çalışmalardan, farklı sonuçlar doğabilir.

### KAYNAKÇA

- ARAT, N. (1993). Türkiye’de Kadın Girişimcilik. Ankara.
- ARIKAN, S. (2015). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. Siyasal Kitabevi. Ankara.
- BATUM, U., TAKAY, B., TÜZÜN, İ., KIRAL, S. & ÇİFTÇİ, S. (2014). Ankara’da Kadın Girişimciliği: Örnekler ve Yol Haritası. Ankara Kalkınma Ajansı. Ankara.
- BAYRAMOĞLU, Z., AĞIZAN, K., BOZDEMİR, M. & AĞIZAN, S. (2020). Örgütlü Kadınların Girişimcilik Potansiyellerinin Belirlenmesi. Atlas Akademi. Konya.
- BOLCAN, A. E. (2006). Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Çalışma Hayatında Kadının Yeri ve Kadın İşsizliği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi. İstanbul.
- BRUNI, A., GHERARDI, S. & POGGIO, B. (2004). Gender and Entrepreneurship: An Ethnographic Approach. *Organizational Change Management Journal*, 17 (3), 256-268.
- ÇİCİ, E. N. (2013). Kadınların Girişimcilik Yolunda Karşılaştıkları Sorunların Öz Girişimcilik Yetenekleri Üzerindeki Etkisi: Konya İlinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- ÇAKICI, A. (2003). Mersindeki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Önerileri. 11.Ulusal Yönetim Kongresi (s.71-90). Afyon.
- ÇOBAN, A. (2018). Kadın girişimciliğini girişimcilik eğitimleri ile teşvik etmede daha iyi bir uygulama. *International Labour Organization, ILO Office for Turkey*. Ankara: ILO.
- FIRÇA, C. G. (2009). Kadın Girişimciler: Araştırmaya Genel Bakış. *Oxford Handbooks Çevrimiçi*, (Erişim Tarihi:04.01.2022).
- GİSEP. (2014). Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı. <http://www.sp.gov.tr>. (Erişim Tarihi:11.12.2021).
- GÜROL, M. A. (2006). Küresel Arenada Girişimci ve Girişimcilik. Ankara: Gazi Kitabevi.
- HART, M. M., GATEWOOD, E. J., BRUSH, C. G. & CARTER, N. M. (2003). *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory*.
- HOFSTEDE, G. (2011). *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. Produced by The Berkeley Electronic Press. 1-26.
- İLTER, B. (2008). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- İPÇİOĞLU, İ. (2012). Girişimcilik Ve Kobiler Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Ekin yayınevi.
- JALBERT, S.E. (2000). *Women Entrepreneurs in the Global Economy*. <https://numerous.files.wordpress.com/2012/04/17women-entrepreneurs-in-the-globaleconomy.pdf>.
- JENNINGS, J. E. & BRUSH, C. G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? *Academy of Management Annals*. 7(1), 663-715.
- KARACA, A. (2007). Kadın Yöneticilerde Kariyer Engelleri: Cam Tavan Sendromu Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- KENDİRLİ, H. Ç. & ŞENÖZ, Ş. A. (2019). Hizmet Sektöründe Kadın Girişimciler: Çorum Araştırması. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 93-118.
- KESKİN, S. (2017). Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergi*, 1 (1), 1-23.
- KOPER, G. (2017). *Routledge Library Editions: Women And Business Volume*. University of California, San Diego.

- LENKA, U. & AGARWAL, S. (2017). Kadın Girişimcilerin Ve STK'ların Girişimciliği Teşvik Etmedeki Rolü: Uttarakhand, Hindistan'dan Vaka Çalışmaları. *Asya İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 451-459.
- ÖRNEK, A. S.& DANYAL, Y. (2015). Increased Importance of Entrepreneurship from Entrepreneurship to Techno-Entrepreneurship (Startup): Provided Supports and Conveniences to Techno-Entrepreneurs in Turkey. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 195, 1146-1155.
- ÖZYILMAZ, A. M.(2016). Türkiye’de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- PALAZ S. & TURGUT B. (2009). Kadın Girişimcilerin Kişisel ve İş Yaşamına İlişkin Özellikleri, Motivasyonları ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 34-51.
- PEHLİVANOĞLU, F. & KAYAN, K. (2019). Türkiye’de Girişimcilik: Mevcut Durum Analizi Ve Çözüm Önerileri. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 11-19.
- ROSA, P., HAMILTON, D., CARTER, S. & BURNS, H. (1994). Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, 12 (3), 25-32.
- SAVRUL, B. & AKYÜZ, D. (2016). Türkiye Ekonomisinde Kadın Girişimcilerin Mevcut Durumu Ve Geliştirilmesine Yönelik Çözüm Önerileri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11 (1), 165-185.
- SHMAİLAN, A.B. (2016). Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study. *J Entrepren Organiz Manag.* 5, 203.
- SOYSAL, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 65(1), 83-114.
- ULUKÖY, M., DEMİRELİ, C. & KAHYA, V. (2013). KOSGEB Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması. V. Uluslararası Girişimcilik Kongresi (ss. 30-36). SDU Yayınları.
- YAVUZ ÖZGÜL, S. (2019). Kamu Desteklerinden Yararlanan Kadın Girişimciler: Ankara İli Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ankara.

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## Özel Hastanelerde Bilgi Yönetimi, Yetenek Yönetimi ve Örgütsel Öğrenmenin Örgütsel Performansa Etkisi

Nursel Aydınтуğ MYRVANG<sup>a</sup>  
Sevtap İgaç SEBZECİLİ<sup>b</sup>

### Özet

Sağlık sektöründe performans yönetimi kavramı, hastanenin operasyonel ve finansal süreçlerinin tamamını kapsamaktadır. Dijitalleşen dünyada bilginin elde edilmesi ve yönetilmesi, tüm birimlerdeki işe alım süreçleri ve personel konumlandırmanın yetenek yönetimine göre planlanması ve oluşturulan şirket kültürlerinin örgütsel öğrenme tabanlı planlanması, kurumların rekabetini ve performansını önemli ölçüde etkilemektedir. Buradan hareketle çalışmanın amacı, İstanbul'da hizmet veren özel hastane çalışanlarına yönelik bilgi yönetimi, yetenek yönetimi ve örgütsel öğrenmenin örgütsel performansa etkisini yapısal eşitlik modeli yardımıyla ortaya koymaktır. Çalışmada, farklı görevlerdeki 906 sağlık personeli örnekleme oluşturmaktadır. Analiz sonucunda, bilgi yönetimi, yetenek yönetimi ve örgütsel öğrenme, örgütsel performans boyutu üzerinde anlamlı ilişkili çıkmıştır ( $p<0.05$ ). Analiz sonucunda, bilgi yönetimi boyutu örgütsel performans üzerinde pozitif yönde anlamlı ilişkili ( $\beta=0.258$ ,  $p<0.01$ ), örgütsel öğrenme örgütsel performans üzerinde pozitif yönde anlamlı ilişkili ( $\beta=0.221$ ,  $p<0.01$ ) ve yetenek yönetimi örgütsel performans üzerinde pozitif yönde anlamlı ilişkili ( $\beta=0.178$ ,  $p<0.01$ ) olarak belirlenmiştir. Örgütsel performansı artırıcı yönde etkili değişken bilgi paylaşımı, ikinci olarak örgütsel öğrenme ve üçüncü olarak yetenek yönetimi olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yetenek Yönetimi, Bilgi Yönetimi, Örgütsel Öğrenme, Örgütsel Performans, Yapısal Eşitlik Modeli

**Jel Kodları:** C13, M10, M21

**Başvuru:** 22.03.2022

**Kabul:** 09.07.2022

## The Effect Of Knowledge Management, Talent Management and Organizational Learning on Organizational Performance in Private Hospitals

### Abstract

The concept of performance management in the health sector covers the entire operational and financial processes of the hospital. In the digitalized world, the acquisition and management of information, the recruitment processes in all units and the planning of personnel positioning according to talent management and the organizational learning-based planning of the created company cultures significantly affect the competition and performance of institutions. From this point of view, the aim of the study is to reveal the effects of knowledge management, talent management and organizational learning on organizational performance for private hospital employees serving in Istanbul with the help of structural equation model. In the study, 906 health personnel in different positions constitute the sample. As a result of the analysis, knowledge management dimension is positively related to organizational performance ( $\beta=0.341$ ,  $p<0.01$ ), organizational learning is positively related to organizational performance ( $\beta=0.230$ ,  $p<0.01$ ), and talent management is positively significant to organizational performance. correlated ( $\beta=0.192$ ,  $p<0.01$ ). The most effective variable in increasing organizational performance was determined as knowledge sharing, secondly organizational learning and thirdly talent management.

**Key Words:** Talent Management, Knowledge Management, Organizational Learning, Organizational Performance, Structural Equation Model

**Jel Codes:** C13, M10, M21

<sup>a</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Biruni Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, nurselaydintug@gmail.com, ORCID Numarası: 0000-0003-3077-1693

<sup>b</sup> Doktora Öğrencisi, Biruni Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, sevtap\_igac@hotmail.com, ORCID Numarası: 0000-0002-4151-6463



## GİRİŞ

Çalışma hayatı, üretim odaklı rekabet anlayışını terk ederek yeni rekabet alanları arayışına yönelmiştir. Günümüz koşullarında örgütler açısından yetenek sahibi personele sahip olmak yeni bir rekabet alanı olarak görülmektedir. Eğitim ve bilgi seviyesi yüksek olan çalışanların işletmeye çekilmesi, bağlılıklarının sağlanması ve sonrasında da işletmede tutulması zaman ilerledikçe daha zor bir hal almaktadır. Yetenekli personelin doğru zaman ve doğru pozisyonda istihdam edilmesi, şirketlerin uygun stratejiler geliştirmesine bağlı bir durumdur. Yeteneklerine göre iş planı geliştirilmiş personelin mevcut niteliklerine göre yönetilmesi gerekmektedir. Bu noktada yetenek yönetimi kavramı karşımıza çıkmaktadır.

İşletmelerin başarıya ulaşma hedeflerinin yanında, bilginin etkin bir şekilde meydana getirilerek yayılmasına yardımcı olan içsel becerilerin geliştirilmesi ve bunun devam ettirilmesi gerekmektedir. Günümüzde, işletmeler artan rekabet baskısı karşısında daha da önemli bir kaynak olarak görülen insan ve bilgi kaynağını devamlı optimize etmeye çabalamaktadır. Bu kaynakların, dahili ve harici kaynaklar ile uyum ve güç birliği içerisindeki etkin kullanımı işletmelere artı değer sağlayacaktır.

Bilgi yönetimi, herhangi bir işletmede bilginin kavramsallaştırılması, yaratılması, elde edilmesi, gözden geçirilmesi, kullanımı ve paylaşımı ile ilgili tüm süreçlerin planlanması ve uygulanmasıdır. Bilgi yönetimi modelini oluşturmak için kurumsal bilginin yönetilmesi için gerekli olan stratejilerin belirlenmesi de oldukça önemlidir. Bilginin sistematik ve kollektif olarak toplanması, yaratılması, geliştirilmesi, paylaşılması ve kullanılması yoluyla organizasyonların karlı, rekabetçi ve sürdürülebilir olarak büyümesi sağlanabilir. Örgüt içinde öğrenme bireyler aracılığıyla gerçekleştiğinden, bilgi yönetiminin teknik olduğu kadar sosyal bir süreç olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu nedenle, farklı eğitim ve becerilere sahip kişilerin bir araya gelmeleri ile etkinliği artacaktır.

Örgütsel öğrenme ve performans arasındaki ilişkiye yönelik, literatür çalışmalarına bakıldığında, örgütsel öğrenmenin hem bir süreç hem de sonuç şeklinde ele alınabildiği görülmektedir. Bununla birlikte, literatürdeki genel fikir birliği, örgütsel bazda öğrenmenin başarılı örgütsel performans ve değişim açısından bir ön şart olduğu yönündedir. Bu kapsamda örgütsel öğrenmenin, yetenek ve kaynakların geliştirilmesini amaç edinen dinamik bir bilgi meydana getirme, edinme ve entegre etme süreci olarak kişisel iş performansı üzerinde olumlu etki yaratacağı düşünülmektedir. Bunun yanında, sürdürülebilir avantaj sağlamak ve örgütsel açıdan yenilenme için stratejik bir unsur şeklinde belirtilmektedir.

İşletmelerde, performansı artıracak yeni nesil uygulamalar, yetenek yönetimi, bilgi paylaşımı ve buradan hareketle örgütsel öğrenme olarak tanımlanabilir. Özellikle, dijital çağ olarak anılan günümüz dünyasında, bilgi paylaşımının ve örgüt temelli öğrenmenin önemi tartışılmazdır. Bu gerçek, çalışmanın motivasyonunu oluşturmuştur. Çalışmada, özel hastanelerde çalışan farklı görevlerdeki sağlık çalışanları için bilgi yönetimi, yetenek yönetimi ve örgütsel öğrenmenin örgütsel performansa etkisinin araştırılması amaçlanmıştır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Yetenek Yönetimi

Yetenek, kişinin belirli kavramlar arasında bulunan ilişkileri kavrayabilme, tahlil edebilme, çözümlenebilme ve sonuca kavuşturabilme gibi zihinsel özelliklerinden başka, olguları yaşama uyarlayabilen bedensel özelliklerinin tümünü içine almaktadır. Kişinin devamlı olarak yaşadığı duygu, düşünce ve davranışları tüm alanlarda üretici olarak yaşama geçirebilmesine yetenek denmektedir. Yetenek, bireyin bir işi gerçekleştirebilmesindeki gücü ya da kapasitesi biçiminde ifade edilmektedir (Sainy ve Bhambhani, 2017:48).

Bir başka tanımda yetenek kavramı, kişinin kabiliyetlerinin toplamı şeklinde açıklanmaktadır. Başka bir ifadeyle; kişinin bilgi, beceri, deneyim ve zekası, doğuştan gelen ayırt edici kabiliyetleri, düşünce, karakter ve dürtülerin tümünü kapsamaktadır. Ayrıca yetenek girişkenlik, akıl, kapasite, dahilik ve deha gibi kavramlarla bağlantılı olmakta, diğer taraftan da öğrenebilme ve gelişebilmeyi içine almaktadır (Turan, 2015:45).

Günümüzdeki yetenek uzmanları, dinamik ve hızla değişmekte olan çevrenin karmaşıklığı, net olmayışı ve belirsizliği içinde çalışmaktadır. İşletme, maksimum işgücü elde etmeyi hedefliyorsa yetenek politikasının uygulamasını büyük bir ustalıklarla gerçekleştirmelidir. Buna bağlı olarak yetenek ile neyin anlatılmaya çalışıldığının bulunması için kurumsal düzeyde bir tanımlamaya gerek vardır. Yetenek; örgütün tepe yönetimine ya da idari pozisyonlara yükseltilmesi amacıyla seçilen sayıda çalışanın yüksek performans ve potansiyelidir. Diğer bir tanımda yetenek, kurumda çalışanların tümüne hitap eden kapsamlı bir ifadedir. Zamanla yeteneğin hiyerarşiden uzaklaştığı ve örgüt içinde çalışanların tamamına ilişkin hamlede bulunduğu görülmektedir (Turner ve Kalman, 2014:66).

Yetenek yönetimi insan sermayesi motoru vasıtası ile yetenek arzını, talebini ve akışını yönetmeyi kapsamaktadır. Etkili yetenek yönetimiyle birlikte insan sermayesi motoru, doğru beceriyi en uygun zaman diliminde sağlayabilir. Yetenek yönetimini uygulamayan örgütler üretkenlik unsurunu riske atmaktadır. Etkili gerçekleştirilen bir yetenek yönetimi, örgütlerin değerlerinde artış yaratmakta, riski düşürmekte, yeniliği teşvik etmekte ve emek gücü verimliliğini yükseltmektedir. Söz konusu neticeleri herhangi bir şirketin stratejik başarısından ayrı tutmak mümkün değildir (Schweyer, 2004).

Yetenek yönetimi, doğru kişilerin doğru zamanda doğru göreve getirilmesine yardımcı olmaktadır. Bunun yanı sıra, büyümeyi cezbederek fırsatlar yaratmaktadır. Diğer taraftan da yeniliğe yol açarak yeni endüstriler meydana getirir ve örgütte çalışanların tümü için yaşam standardında daha kaliteli bir gelecek ve sürdürülebilir iyileştirmeler yaratır (Schweyer, 2004:39). Yetenek yönetimi, günümüzdeki örgütlerin en kritik stratejik hedeflerinden biri olarak kabul edilmektedir. Her alanda yetenek esastır ve çoğunlukla rekabet üstünlüğü yaratmada önemli bir strateji olarak görülmektedir. Başarı, verimlilik ve tutarlılığın elde edilmesi bakımından yetenek yönetimi bir zorunluluktur (Philips ve Edwards, 2009:87).

## 1.2. Bilgi Yönetimi

İşletmelerin içinde yer aldıkları zorlu rekabet ortamının günümüzdeki temel belirleyicisi durumunda olan bilginin ortaya çıkarılmasında esas unsurun insan olması, bugünün örgütlerinde bilgi üretiminin temel alındığı, insan merkezli bir yönetim anlayışını mecbur kılmaktadır. Bilginin oluşturulmasının yapısı ve işleyişini açıklığa kavuşturabilmek adına, bir işletmenin bilgisinin tabiatını keşfetmek ve var olan bilgi kaynaklarının hangi unsurlardan meydana geldiğini ele almak ve sonuçta da kurumsal bilginin gelişimini organizasyonun stratejik hedefleriyle bağdaştırmak gerekmektedir (Lynch, 2006:41).

İşletmeler bilgiyi; satın alma, taklit etme, dış kaynaktan elde etme, karşılaştırma, türetme, alternatif üretme ve keşif gibi yöntemlerden yararlanarak sağlamalarının yanında kendi bünyelerinde de üretebilmektedirler (Özer, 2008:21). Bilginin işletme tarafından sağlanması, bir başka kurumsal sistemin olduğu gibi satın alınması ya da bilgiyi elinde bulunduran personelin işletme bünyesine alınması aracılığıyla olabilmektedir. Dış kaynaktan yararlanma, kendi eylemlerinin bir bölümünü bilgiyi üretmek adına vakit kaybetmek yerine o sahada bilgi birikimi bulunan bir başka işletmeye yaptırmak suretiyle gerçekleşmektedir. Türetme, bir projeden sağlanan bilgi birikiminin diğer projeye uygulaması; alternatif oluşturma, mevcut bir bilginin yerine kullanılabilir seçenекler üretmek; keşif ise kurumun bünyesinde bulunan örtülü bilginin oluşturulması olarak tanımlanmaktadır (Allameh vd., 2011:1213). Önceki zamanlardan gelen bilgilerden oluşturulmuş olan bilgi birikimi, yeni bilginin üretimi noktasında ana kaynak olarak görülmektedir. Bilgi üretimi hususunun en önemli girdisi, bilginin kendisidir. Bilimsel düşünce yapısının değerlendirilmesinden geçerek yeni bilgi üretimine girdi oluşturan bilgi “üretken bilgi” biçiminde ifade edilmektedir (Gholami vd., 2013:208).

Örgütsel bilgi, işletmenin öncesinde tanımlanmış olan görevlerini yerine getirdiği esnada karşılaşmış olduğu problemlerin çözümünde kullandığı ortak bilgi birikimini belirtmektedir (Hsiao vd., 2011:647). Geçmişten gelen tecrübeler neticesinde oluşup ileride alınacak olan kararlara taşınabilen, işletme çalışanlarının kişisel hafızalarını, kurum kültürünü, standartlaştırılmış faaliyet prosedürlerini, beklenen rol davranışlarını ve çevresel etkenlerden doğan içsel hafızayı içine alan, örgütsel öğrenme ve hafızadan oluşan, işletme içinde karşılaşılan problemleri çözme davranışlarının neticelerine bağlı olarak devamlı değişiklik gösteren ve gelişmekte olan bir bilgi türü biçiminde görülmektedir (Akgün, 2005:7). İşletmeler, çevreleriyle olan münasebetleri neticesinde elde ettikleri enformasyonu bilgiye dönüştürür ve bu bilgiyi de örgütsel tecrübeler, ortak değerler ve kurumsal kurallar ile bütünleştirerek kendileri açısından tanımlanan işlevleri gerçekleştirirler (Dervişoğlu, 2004:14).

Bilgi yönetimi, devamlı olmayan bir moda olmaktan ziyade, süreklilik arz eden bir yönetsel araç olacaksa, rekabet üstünlüğü ve ekonomik değer yaratma hususlarında kendini ispatlamak durumundadır (Zack, 1999:127). Çünkü, başarmanın anahtarı rekabet üstünlüğü, rekabet üstünlüğünün de anahtarı işletmenin bildiği şeylerin neler olduğunu ve bunları daha fazla ne kadar bilmesi gerektiğinin bilincinde olabilmesidir. Tam bu noktada, işletmelerin başarmayı arzuladıkları işi gerçekleştirebilmeleri adına neleri bilmeleri gerektiğinin bilincinde olmaları ve bu bilginin ne şekilde bir değer meydana getirdiğini anlamaları ciddi bir özellik şeklinde karşılıklarına çıkacaktır (McIver vd., 2013:599).

Beijerse (1999) yapmış olduğu bilgi yönetimi tanımı; işletme stratejisi aracılığıyla motive edilen bilginin işgörenlerin bilgi ve verilere anlam yükleme ve onları değerlendirme becerilerinin ilerletilmesi ve bu becerilerden yararlanılarak örgütsel amaçlara varılması şeklindedir. Bilgi yönetimi ifadesi üzerine yapılmış olan başka bir tanım Jennex (2007) çalışmasında, işletmenin etkinliğini arttırmak adına öncesinde gerçekleştirilmiş olan karar verme tecrübelerinden sağlanan bilgilerin yakalanması, toplanması, depolanması ve tekrardan kullanılmasını basitleştirerek, mevcut ve ilerideki karar alma süreçlerine seçici biçimde uygulanması amacıyla düzenlenen bir sistem olması şeklindedir.

Bilgi yönetimi; rekabet üstünlüğü yaratacak biçimde, işletmeye ait entelektüel varlıkların (belgeler, politika ve prosedürler, veri tabanları gibi) ve enformasyonun sistematik biçimde yönetilmesi uygulamalarının bütünüdür (Fettahlıoğlu ve Akdoğan, 2015:46). İşletme içinde iç ve dış kaynaklı bilginin sağlanarak kullanıcılara sunulması ve bilginin yeni ürün ve hizmetler oluşturmak, yeni değer katma kaynaklarını keşfedebilecek yetenekler geliştirmek, iç ve dış müşteriler açısından sunulan hizmetleri daha verimli kılabilmek adına rekabet üstünlüğü sağlayacak biçimde uygulamaya konması, bilgi yönetimine dair yapılan tanımlamalarının ortak noktası olarak görülmektedir (Lengnick-Hall ve Lengnick-Hall, 2004:36).

### 1.3. Örgütsel Öğrenme

Hızla değişmekte olan ve gittikçe artan rekabet ortamında, öğrenen örgütlerin avantajları bulunmaktadır. Bunlar; değişim karşısından daha hızlı ve etkili olabilmek, yenilikçi ürün ve hizmet yaratarak rakiplerinin önüne geçmektir. Söz konusu avantajlardan en önemlisi, en iyi çalışanları işletmeye çekmeleri ve işletmede tutmalarıdır (Yang, 2011:18). Öğrenen örgütler, en iyi personeli istihdam etme ve onlara daha cazip olanaklar sunma açısından avantaj sağlamaktadır. Bunun sebebi de, bir tercihte bulunulduğunda çalışanların, kendilerini geliştirme ve büyüme şansı tanıyan işletmelerde çalışmak istemelerinden kaynaklanmaktadır (Kessel 2012:150).

Tarihsel açıdan ele alındığında, örgütsel öğrenme teorisi, örgütsel gerçekliğin anlaşılabilirliği mikro ve makro seviyelerde görülen üç ana araştırma akımıyla sınıflandırılmaktadır. Bunlar; örgütsel ve toplumsal seviye dinamikleri (örgütsel yapılar vs.), bireysel ve grup düzeyinde dinamiklere odaklanan mikro seviye yaklaşımlar (örneğin iç-dış değişimler) ve bu ikisinin entegrasyonuna yönelik çalışan orta düzeyli yaklaşımlardır (Beauregard vd., 2015:715).

Öğrenen örgütlerde öğrenme unsuru, örgüt geneline yayılmalıdır. Bunun sonucunda, örgütsel öğrenme meydana gelmektedir. Örgütsel öğrenme, işletme bünyesindeki işgörenlerin değişik kaynaklardan elde ettikleri bilgileri bir arada toplayıp paylaşmaları ve elde edilen bu yeni bilgiyi geliştirerek yeniden işletmede kullanmaları sürecidir (Sarder, 2016:51). Örgütsel öğrenme, bilgiye erişme ve bilgiyi paylaşma çalışmasıdır. Örgütsel öğrenmenin temel unsuru, bilginin yayılması ve işletme bünyesinde ortak bir şekilde kullanılmasıdır. Bu durum oluştuğunda, örgütsel öğrenmeden söz edilebilir. Öğrenme eylemiyle beraber örgütsel davranışta bir değişim meydana gelmektedir (Karahana ve Yılmaz, 2011:138). Örgütsel öğrenme, işletmedeki aktörlerin tümünü içine alan gelişimsel süreçler ile oluşturulması, devamlı bir şekilde sürdürülmesi gereken ve “sosyal” olarak inşa edilmesi gereken bir olgudur. Buradaki amaç, bir teori ya da yapısal bir şablon kullanmaktan ziyade, söylemden türetilen ve bir işletmenin deneyimlerini paylaşan anlamlar meydana getirmektir (Nyhan vd., 2003:24).

Örgütsel öğrenme, çalışan veya kurumda daha önceden çalışmış bireylerin deneyimlerini çevresindekilere ve kendinden sonra gelenlere aktararak elde edilen bilgi ve değerleri geliştirmeyi amaçlayan bir süreçtir. Örgüt sadece rakiplerine karşı varlığını sürdürmek veya rakiplerinin önüne geçmek için değil, herhangi bir rakip olmaması durumunda dahi kendi iç işleyişini yönetsel, teknik ve

sosyal olarak aksatabilecek ve dolayısıyla kendi varoluşunu içten tehdit edebilecek durumlara karşı öğrenmek zorundadır (Prugsamatz, 2010:245-246).

#### 1.4. Örgütsel Performans

İşletme ve yönetim kuramının temelini oluşturan kavram olarak performans, işletmeyi verimli ve etkin bir kaynak kullanımı sayesinde hedeflerine varabilecek biçimde tasarlayıp yönetme becerisi şeklinde açıklanmaktadır (Altuntaş ve Dönmez, 2010:52). Performans ifadesi, planlanmış ve bir amacı bulunan bir etkinlik neticesinde edinileni, nicel veya nitel yönden saptamaya yarayan bir kavramdır (Özutku, 2010:34). Örgütsel performans, belirli bir zaman dilimi içerisinde çıktı ya da varılan hedefler esas alındığında, kurumsal görevin/amacın gerçekleştirilme düzeyini belirtmekte olup; örgütsel performans değerlendirme ise bazı ölçütler setinden yararlanılmak suretiyle (Turunç, 2016:228), örgütsel eylemlerin planlananın gerçekleştirilmesini belirten etkililik, belli bir çıktının asgari maliyet ile üretilmesi açısından etkinlik ve verimliliğinin (Yükçü ve Atağan, 2009:7) saptanmasını ifade etmektedir. Performans kavramına ilişkin farklı disiplinler tarafından yapılmış olan çok sayıda tanımlama mevcuttur.

İşletmelerin belirledikleri amaçlara varabilmeleri adına faydalanmış oldukları kaynaklar içinde en büyük önem taşıyanı ve en zor elde edileni insan kaynağıdır. Malzeme, mekan, para, zaman türü kaynaklar teknolojik gelişmeler ile beraber değişim göstermekteyken, insan kaynağında böyle bir değişim söz konusu değildir (Gomes vd., 2011:9). Bunun yanı sıra; günümüzdeki teknolojik gelişmeler sayesinde, insan kaynağının verimliliğinin arttırılmasına katkıda bulunmakta fakat teknoloji tümüyle insan kaynağının yerine geçememektedir. Ayrıca, teknolojiye yaşanan gelişmeler de insanın üretkenliği ve verimliliği yardımıyla meydana gelmektedir. Söz konusu durum, ileriki zamanlarda daha fazla nitelikli insan kaynağına gereksinim duyulacağına işaret etmekte ve işletmeler bakımından insanın en önemli kaynak olabileceğini göstermektedir (Tortop vd., 2007:39). Örgütler çalışanlarının becerilerinden verimli ve etkin biçimde yararlanabilmek için, çalışanlarından bir takım meydana getirir. Takımlar çevreye kolay adapte olmaları, planlara göre yerleşebilmeleri, mevcut konulara kolaylıkla odaklanabilmelerinden dolayı, işletmelerde çokça tercih edilmektedirler (Jääskeläinen ve Thitz, 2018:125).

Örgütsel performans belirli bir dönem sonunda, o örgütün amacına ulaşma başarısını ifade eden bir ölçüttür. Örgütsel performansta örgüt stratejisi, insan kaynakları, pazarlama, üretim hatta tedarikçiler dahi önem teşkil etmektedir (Kuhlmann ve Bogumil, 2018:546). Bunun yanı sıra, örgütsel performans, performansın en genel türü şeklinde kabul edilmektedir. Çünkü, örgütsel performans, ekonomik ve insani boyutun tamamını kapsayan performansların bütünüdür (Martinho vd., 2016:1089).

Örgütsel performans, işletmenin stratejik yönden planlama yaparak önceliklerini saptadığı ve yapmış olduğu planları gerçekleştirmek adına üst yönetimden alt bölümlere yayarak istediği sonuçları elde etme sürecidir. Ayrıca, örgütsel performans, örgütün saydamlılığı ve hesap verebilirliğinin sağlanmasında, verimlilik ilkelerinin yönetim üzerinde etkili olmasında en uygun araçtır. Örgütsel performans ölçmek için yararlanılan bazı ölçütler; zaman, kalite, iş gücü, maliyet, güvenilirlik ve hizmet şeklindedir (Smith ve Bititci, 2017:1209). Diğer bir ifadeyle, örgütsel performans, işletmenin planlardan iş sonuçlarına harcamış olduğu süreçlerin tümünü içine alan ve bunları teknolojik altyapıyla bağdaştıran performans çeşiti şeklinde ifade edilmektedir.

Performans çeşitleri girişimcilik ve yenilikçiliği içine alan bütünleştirici unsurlardır (Pedroso ve Gomes, 2020:499). Kurum, kuruluş ya da projelerin tümü başarı ve varlıkları hakkında iki temel soruya yanıt vermektedirler. Bu sorulardan birincisi, belirlenen hedeflerle edinilmesi gereken sonuçlar nelerdir? İkincisi de, belirtilen hedeflere ulaşmak adına takip edilmesi gereken süreçler nelerdir? Sözü edilen iki soruya yanıt verilmesinin ardından, proje, kurum ya da örgüt yöneticisi, yüksek performans taleplerini giderecek ve etkili iletişimde bulunarak ortak hedefler belirleyebilecek ve performans yönetimini uygulayabilecek iç ve dış çevre şartlarının bilincinde olmalıdır (Turulja ve Bajgoric, 2018:260).

## 2. İSTATİSTİK ANALİZ

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde, işletmelerin rekabetçi üstünlüklerini korumada yetenekli işgücüne sahip olması, onları elde tutması ve işletme hedefleri doğrultusunda kullanabilmesi kritik önemdedir. Bu nedenle, günümüz rekabet şartlarında işletmelerin başarısında belirleyici unsur, sahip olunan yetenekli iş gücüdür. Yüksek potansiyelli, engin bilgi ve beceriye sahip, değişim yönetiminde ve örgütün amaçlarına ulaşmasında etkin

rol oynayan, değer yaratan ve yüksek performans gösteren, örgüte sağladığı katkısıyla değer yaratan, diğerlerine göre daha başarılı performans gösteren ve örgütün temel yetkinliklerine sahip az sayıdaki kişilere yetenekli çalışanlar olarak nitelendirilmektedir. Diğer yandan, bilgi çağı daha çok değişen çevrelere hızlı uyum yeteneğine sahip organik örgütleri gerekli kılmaktadır. Bilgiyi üreten, kullanan ve ona sahip olan kişiler ve örgütler, toplumların gelişmesinde kilit rol oynar hale gelmişlerdir. Bu durum bize, küresel rekabetin olmazsa olmaz şartı olarak, geleneksel üretim etmenlerinin yanında bilgi kavramının stratejik bir değer olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Bilgi yönetimi modelini oluşturmak için kurumsal bilginin yönetilmesi için gerekli olan stratejilerin belirlenmesi de oldukça önemlidir. Bilginin sistematik ve kollektif olarak toplanması, yaratılması, geliştirilmesi, paylaşılması ve kullanılması yoluyla organizasyonların karlı, rekabetçi ve sürdürülebilir olarak büyümesi sağlanabilir. Örgüt içinde öğrenme bireyler aracılığıyla gerçekleştiğinden, bilgi yönetiminin teknik olduğu kadar sosyal bir süreç olduğu da bilinmelidir.

Sağlık çalışanları, insan sağlığını korumaya dayalı en küçük bir hata ve yanlışın telafisi mümkün olmayan zararlara neden olabileceğinden dolayı, kendi çalışma kapsamları içinde risk taşımaktadırlar. Bu sebeple, sağlık çalışanlarının öğrenmesi, kendi çalışma alanına giren ve diğer sağlık konularında öğrenme koşullarının, bağlı oldukları sağlık kurumlarının sağlanması büyük önem arz etmektedir. Sağlık kurumları için bireysel öğrenmenin, takım halinde öğrenmenin, öğrenen örgüt olmanın ve örgütsel öğrenme sürecinin devam ettirilmesinin gerekliliği, sağlık kurumlarında yapılan en niteliksiz hatanın bile telafisi mümkün olmayan zararlar getirebileceği, buna bağlı olarak sağlık kurumlarının itibarını ve meşruiyetini sorgulanabilir hale getirebilmesinden kaynaklanmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı, İstanbul'da hizmet veren 4 özel hastane çalışanlarına yönelik, yetenek yönetimi, bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenmenin örgütsel performansa etkisini belirlemektir. Böylece, performans üzerinde önem arz eden yeni nesil kavramlar olan; yetenek yönetimi, bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenmenin sağlık sektörü için hangisinin daha etkili olduğu ortaya konulacaktır. Bu da yöneticiler ve örgütler açısından önemli bir bilgi olarak stratejik planlara yön verecektir.

## 2.2. Araştırmanın Deseni

Araştırma deneysel olmayan nicel yapıda ilişki tarama yöntemidir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama deseni ile hazırlanmıştır. Tarama deseni, bir evren içerisinde seçilen bir örneklem üzerinde yapılan çalışmalar ile evren genelindeki eğilim, tutum ve görüşlerin nicel olarak betimlenebilmesini sağlar. Tarama deseni, bir grubun belirli bir konu ya da sorun hakkındaki görüşlerinin bir dizi soru aracılığıyla belirlenmesidir. İlişki tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımına denir. İlişki tarama modelinde, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği; değişme varsa bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır. Genel olarak tarama modelleri; seçilen grup içindeki bireylerden grubun mevcut durumunu belirlemeyi, görüş, inanç ve tutumları hakkında bilgi elde etmeyi sağlar. Örneklem yöntemi olarak seçkili örneklem yöntemlerinden "basit tesadüfi (rastsal) örneklem" yöntemi kullanılmıştır.

## 2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul'da hizmet veren 4 özel hastanede çalışan sağlık personeli oluşturmaktadır. Ele alınan özel hastaneler ve çalışan personel sayısı şöyledir:

Biruni Üniversitesi Eğitim Araştırma Hastanesi çalışan sayısı: 500 kişi

Biruni Üniversitesi Diş Hastanesi çalışan sayısı: 70 kişi

Bahçelievler Medicalpark Hastanesi çalışan sayısı: 600 kişi

Başakşehir Medicalpark Hastanesi çalışan sayısı: 500 kişi'dir.

Bu durumda araştırmanın evreni 1670 kişi olarak belirlenmiştir. Belirli anakütleden çekilecek örnek sayısı Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilen tabloda 0.05 örneklem hatası için  $p=0.50$  ve  $q=0.50$  için 333 kişi olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada 906 sağlık personeli örnekleme oluşturmaktadır. Pandemi nedeniyle, anketler online olarak ve kısıtlı sayıda yüz yüze görüşme yöntemiyle gönüllülük esaslı çerçevesinde yapılmıştır.

## 2.4. Veri Toplama Aracı

**Demografik Bilgiler:** Anket, literatür incelenerek oluşturulmuş, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek kıdemi, kurumda çalıştıkları yıl, kurumdaki görevleri, gelir algıları vb. demografik ve genel bilgilere yönelik sorular anketin birinci bölümünü oluşturmaktadır.

**Yetenek Yönetimi Ölçeği:** Duran vd. (2019) tarafından geçerliği ve güvenilirliği yapılan yetenek yönetimi ölçeği 49 ifadeden ve 7 alt boyuttan oluşmaktadır. Ödüllendirme, Eğitim, Elde Tutma, Bağlılık, Cezbetme, Yetenek Havuzu ve Seçme-Yerleştirme olarak alt boyutlar tanımlanmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri 0.958 olarak elde edilmiştir. Katılımcılar cevapları “kesinlikle katılmıyorum” (1) “kesinlikle katılıyorum” (5) olarak Likert formatında vermişlerdir.

**Örgütsel Öğrenme Ölçeği:** Örgütsel öğrenme düzeyini ölçmek amacıyla, Calantone, Cavusgil ve Zhao (2002) tarafından geliştirilmiştir. Sezgin ve Karabetyan (2019) çalışmasında Türkçe'ye uyarlanmış hali alınmıştır. Örgütsel öğrenme ölçeği; öğrenmeye olan bağlılık (4 ifade), paylaşılan vizyon (4 ifade), açık fikirlilik (4 ifade) ve örgüt içi bilgi paylaşımı (5 ifade) olmak üzere dört boyut ve 17 ifadeden oluşmaktadır. Katılımcılardan her bir ifadeye katılım düzeylerini 5'li likert ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ile belirtmeleri istenmiştir.

**Bilgi Yönetimi Ölçeği:** Bilgi yönetimine ilişkin genel algıları belirlemeye çalışılmıştır. Bu bölüm tek boyut ve 6 ifadeden oluşmaktadır. Bu ölçek, Choi'nin (2000) bilgi yönetimini etkileyen etmenleri araştırdığı doktora tezinden alınmıştır. Ayrıca Türkçe geçerlik ve güvenilirliği Karabetyan (2019) doktora tezinde yapılmıştır. Ayrıca, Sezgin ve Karabetyan (2019) çalışmasında kullanılmıştır. Katılımcılardan her bir ifadeye katılım düzeylerini 5'li likert ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ile belirtmeleri istenmiştir.

**Örgüt Performansı Ölçeği:** Örgüt performansı ölçeği ile toplam 12 ifadeyle işletmenin performansı değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Kılınç vd., (2010) çalışmasından yararlanılarak, Karabetyan (2019) ve Sezgin ve Karabetyan (2019) tarafından geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Katılımcılardan her bir ifadeye katılım düzeylerini 5'li likert ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ile belirtmeleri istenmiştir.

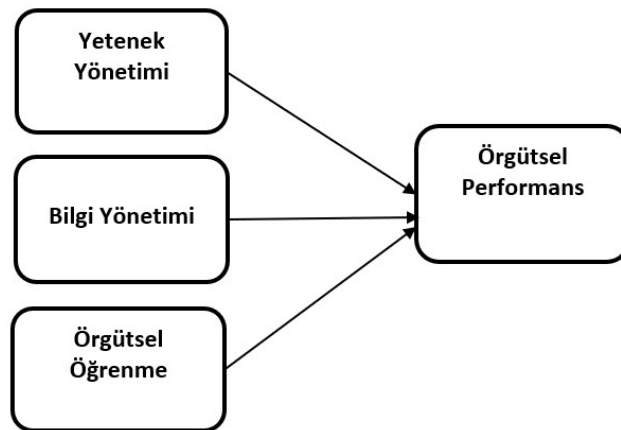
## 2.5. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın ana hipotezi, bilgi yönetimi, yetenek yönetimi ve örgütsel öğrenmenin örgütsel performans ile istatistik anlamlı ilişkili olduğudur. Diğer yandan geliştirilen alt alt hipotez ise, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, yaş, gelir vb. genel bilgiler açısından bilgi yönetimi, yetenek yönetimi, örgütsel öğrenmenin ve örgütsel performans ve alt boyutlarının anlamlı farklılık gösterdiği biçimindedir.

$H_1$ : Yetenek Yönetimi (YY) ile örgütsel performans (ÖP) istatistik anlamlı ilişkilidir

$H_2$ : Bilgi yönetimi (BY) ile örgütsel performans (ÖP) istatistik anlamlı ilişkilidir

$H_3$ : Örgütsel öğrenme (ÖÖ) ile örgütsel performans (ÖP) istatistik anlamlı ilişkilidir



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

## 3. BULGULAR

### 3.1. Katılımcılara Yönelik Tanımsal İstatistikler

Katılımcıların %65,6'ı Kadın, %34,5'i Erkektir. Katılımcıların %29'u 21-26 yaş arasında, %35,9'u 27-32 yaş arasında %24'ü 33-38 yaş arasında ve %8,6'sı 39-44 yaş arasındayken, %2,5'i 44 yaş ve üzeridir. Katılımcıların %54,5'i bekar, %45,5'i ise evlidir. Katılımcıların %32,7'si ilise, %48,7'si lisan,

## Özel Hastanelerde Bilgi Yönetimi, Yetenek Yönetimi ve Örgütsel Öğrenmenin Örgütsel Performansa Etkisi

%8,8'iyüksek lisans, %9,8'idoktora eğitimdurumunasahiptir. Katılımcıların%14,4'ü Hemşire, %4,3'ü Yardımcı Sağlık Personeli, %9,5'i Teknisyen/Tekniker, %40,1'i İdari Kadro, %1,1'i Teknik Ekip, %14,5'i Doktor, %0,6'sı Ebe, %0,2'si Eczacı, %12,4'ü Destek Ekibi meslek gruplarındandır. Katılımcıların %47'si 0-5 yıl arası, %38,6'sı 6-10 yıl arası, %11,4'ü 11-15 yıl arası, %3'ü ise 15 yıl ve üzeri süredir görev yapmaktadır. Katılımcıların %83,1'i 0-5 yıl arası, %14,3'ü 6-10 yıl arası, %1,8'i 11-15 yıl arası ve %0,8'i ise 15 yıl ve üzeri süredir bulunduğu hastanede çalışmaktadır. Katılımcıların %9,5'i 0-40 saat, %69,3'ü 40-50 saat, %20,4'ü 50-60 saat, %0,8'i ise 60 saatten fazla çalışmaktadır. Katılımcıların %75,1'i sürekli gündüz, %6,6'sı sürekli gece, %18,2'si ise vardiyalı çalışmaktadır.

### 3.2. Korelasyon Analizi

Çalışmada ana boyut ve alt boyut ilişkilerinin belirlenmesi amaçlı korelasyon analizi uygulanmıştır.

**Tablo 1. Örgütsel Performans ile Örgütsel Öğrenme Korelasyon Analizi**

		Çalışanlar Alt Boyutu	Öğrenme Alt Boyutu	Örgütsel Performans Genel Skor
Öğrenmeye Olan Bağlılık Alt Boyutu	r	0,474*	0,451*	0,482*
	p	0,000	0,000	0,000
Paylaşılan Vizyon Alt Boyutu	r	0,473*	0,463*	0,489*
	p	0,000	0,000	0,000
Açık Fikirlilik Alt Boyutu	r	0,494*	0,499*	0,522*
	p	0,000	0,000	0,000
Örgüt İçi Bilgi Paylaşımı Alt Boyutu	r	0,534*	0,494*	0,539*
	p	0,000	0,000	0,000
Örgütsel Öğrenme Genel Skor	r	0,555*	0,530*	0,581*
	p	0,000	0,000	0,000

\*0,05 için anlamlı ilişki

Öğrenmeye olan bağlılık alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %47,4 ( $r=0,474$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %45,1 ( $r=0,451$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %48,2 ( $r=0,482$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Paylaşılan vizyon alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %47,3 ( $r=0,473$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %46,3 ( $r=0,463$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %48,9 ( $r=0,489$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Açık fikirlilik alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %49,4 ( $r=0,494$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %49,9 ( $r=0,499$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %52,2 ( $r=0,522$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Örgüt içi bilgi paylaşımı alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %53,4 ( $r=0,534$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %49,4 ( $r=0,494$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %53,9 ( $r=0,539$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Örgütsel öğrenme genel boyutu; çalışanlar alt boyutunu %55,5 ( $r=0,555$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %53,0 ( $r=0,530$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %58,1 ( $r=0,581$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

**Tablo 2. Örgütsel Performans ile Bilgi Yönetimi Korelasyon Analizi**

		Çalışanlar Alt Boyutu	Öğrenme Alt Boyutu	Örgütsel Performans Genel Skor
Bilgi Yönetimi Genel Skor	r	0,453*	0,441*	0,476*
	p	0,000	0,000	0,000

\*0,05 için anlamlı ilişki

Bilgi yönetimi genel boyutu; çalışanlar alt boyutunu %45,3 ( $r=0,453$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %44,1 ( $r=0,441$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %47,6 ( $r=0,476$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

Tablo 3. Örgütsel Performans ile Yetenek Yönetimi Korelasyon Analizi

		Çalışanlar Alt Boyutu	Öğrenme Alt Boyutu	Örgütsel Performans Genel Skor
Cezbetme Alt Boyutu	r	0,393*	0,390*	0,412*
	p	0,000	0,000	0,000
Seçme Yerleştirme Alt Boyutu	r	0,358*	0,378*	0,383*
	p	0,000	0,000	0,000
Bağlılık Alt Boyutu	r	0,346*	0,317*	0,356*
	p	0,000	0,000	0,000
Elde Tutma Alt Boyutu	r	0,417*	0,392*	0,435*
	p	0,000	0,000	0,000
Eğitim Alt Boyutu	r	0,380*	0,401*	0,414*
	p	0,000	0,000	0,000
Ödüllendirme Alt Boyutu	r	0,328*	0,342*	0,354*
	p	0,000	0,000	0,000
Yetenek Havuzu Alt Boyutu	r	0,333*	0,345*	0,356*
	p	0,000	0,000	0,000
Yetenek Yönetimi Genel Skor	r	0,435*	0,437*	0,470*
	p	0,000	0,000	0,000

\*0,05 için anlamlı ilişki

Cezbetme alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %39,3 ( $r=0,393$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %39,0 ( $r=0,390$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %41,2 ( $r=0,412$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Seçme yerleştirme alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %35,8 ( $r=0,358$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %37,8 ( $r=0,378$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %38,3 ( $r=0,383$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Bağlılık alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %34,6 ( $r=0,346$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %31,7 ( $r=0,317$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %35,6 ( $r=0,356$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Elde tutma alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %41,7 ( $r=0,417$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %39,2 ( $r=0,392$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %43,5 ( $r=0,435$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Eğitim alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %38,0 ( $r=0,380$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %40,1 ( $r=0,401$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %41,4 ( $r=0,414$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Ödüllendirme alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %32,8 ( $r=0,328$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %34,2 ( $r=0,342$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %35,4 ( $r=0,354$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Yetenek havuzu alt boyutu; çalışanlar alt boyutunu %33,3 ( $r=0,333$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %34,5 ( $r=0,345$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %35,6 ( $r=0,356$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir. Yetenek yönetimi genel boyutu; çalışanlar alt boyutunu %34,5 ( $r=0,435$ ,  $p=0,000$ ), öğrenme alt boyutunu %43,7 ( $r=0,437$ ,  $p=0,000$ ), örgütsel performans genel boyutunu ise %47,0 ( $r=0,470$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde (artırıcı) etkilemektedir.

### 3.3. Regresyon Analizi

Çalışmada bilgi yönetimi, yetenek yönetimi ve örgütsel öğrenmenin örgütsel performansa etkisinin belirlenmesi amaçlı, regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon tahmin katsayılarının yorumlanabilir özellikte olması için t testi  $H_1$ , F testi  $H_1$  ve  $R^2$  belirginlik katsayısı değerinin yüksek olması yanısıra; hata payı normal dağılımlı olmalı, otokorelasyon bulunmamalı, heteroskedasite olmamalı gibi varsayımların da sağlanması gerekmektedir. Ancak bu koşullar altında katsayılar güvenilir ve yorumlanabilir özellikte olacaktır.



Tablo 4. Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları

Bağımsız değişkenler	Standartlaştırılmamış		Standartlaştırılmış katsayı	t istatistiği	p
	$\beta$	Std. Hata	$\beta$		
Sabit	1.894	0.253		7.496	0.000*
Yetenek Yönetimi	0,260	0,086	0,178	3,027	0,003*
Bilgi Yönetimi	0,460	0,102	0,258	4,493	0,000*
Örgütsel Öğrenme	0.346	0.118	0.221	2.924	0.004*

$R^2 = 0.785$ ,  $F_{hesap} = 32.97$   $F_{anlamlılık} = 0.000$ , Harvey test (p) = 0.109, LM test (p) = 0.128, Jarque-Bera (p) = 0.236

#### Bağımlı Değişken: Örgütsel Performans

\*0.05 için anlamlı değişken

Tablo 4'deki regresyon denkleminde, bilgi yönetimi, yetenek yönetimi ve örgütsel öğrenme, örgütsel performans boyutu üzerinde anlamlı ilişkili çıkmıştır ( $p < 0.05$ ). bilgi yönetimi, yetenek yönetimi ve örgütsel öğrenme boyutları örgütsel performans boyutunu  $R^2 = \%78.5$  açıklama gücüne sahiptir. Yetenek yönetimi uygulamaları 1 br. arttığında örgütsel performans 0.178 br. artış gösterecektir. Bilgi yönetimi 1 br. arttığında örgütsel performans 0.258 br. artış gösterecektir. Örgütsel öğrenme 1 br. arttığında örgütsel performans 0.221 br. artış gösterecektir. Bu tahmin sonuçları için hata paylarının normal dağılımlı olduğu (Jarque-Bera (p)=0.236), otokorelasyon bulunmadığı (LM test (p)= 0.128), homoskedasitenin sağlandığı (Harvey test (p) = 0.109) belirlenmiştir. Varsayımlar sağlanmıştır.

#### 4. SONUÇ

Yapılan bu çalışmada, İstanbul'da hizmet veren özel hastanelerde farklı görevlerde çalışan sağlık personeline yönelik olarak, yetenek yönetimi uygulamaları, bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenmenin örgütsel performansa etkisi yapısal eşitlik modeli yardımıyla ortaya konulmuştur. Çalışmada 906 sağlık çalışanı için analizler gerçekleştirilmiştir.

Literatürde, çalışmada yer verdiğimiz değişkenler ele alınarak araştırılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır, ama ele alınan değişkenlerin farklı bileşimlerle çalışıldığı görülmüştür. Buna göre; yetenek yönetimi uygulamalarının örgütsel performansa etkisinin pozitif yönlü anlamlı etkisini bulan çalışmaların başlıcaları, Davies ve Davies, 2010; Yllner ve Brunila, 2013; Nafei, 2015; Behera, 2016; Thunnissen ve Buttiens, 2017; Sheehan, Grant, ve Garavan, 2018; Almaaitah vd., 2020; Al Aina ve Atan, 2020 olarak sıralanabilir.

Yetenek yönetiminin farklı çıktılarla olan ilişkisini ele alan çalışmalar mevcuttur. Tarakçı ve Öneren (2018) tarafından yapılmış çalışmada yetenek yönetiminin örgütsel bağlılık, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerine etkileri incelenmiş ve elde edilen sonuçlara göre yetenek yönetiminin iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinden anlam pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Dinçer (2021) tarafından yapılmış bir başka çalışmada örgüt kültürünün örgütsel bağlılık üzerindeki etkisinde yetenek yönetiminin aracılık rolü incelenmiş yetenek yönetiminin örgütsel bağlılık ile pozitif yönde anlamlı ilişkili olduğu belirlenmiştir. Örgüt kültürü ile yetenek yönetimi arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer benzer araştırmalar Aslan ve Kurşun (2020) ve Kontoghiorghes (2015) sayılabilir.

Çalışmada bilgi yönetimi ve örgütsel performans arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki belirlenmiştir. Bu bulgu, bilgi yönetimi stratejileri ile firma performansı arasındaki ilişkinin varlığına dair destek sağlayarak ilgili literatüre paralel şekilde (Gold et al., 2001; Darroch, 2005; Marques and Simon 2006; Ho, 2008; Imran et al., 2018; Ferraris et al., 2019) sonuçlar ile benzerlik taşımaktadır. İşletme amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek üzere ellerindeki bilgi varlığından etkin bir şekilde faydalanma doğrultusunda teknoloji ve insan odaklı stratejiler izlemek; teknoloji ve teknoloji bazlı yeniliklerin rekabet koşullarını belirlediği günümüz bilgi tabanlı ekonomik düzeninde, firma performansının hayati bir unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bilgi yönetimi uygulamalarının alt boyutlarının toplam firma performansı üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre; bilgi edinme, bilgi entegrasyonu ve bilgi koruma boyutlarının toplam firma performansını pozitif yönlü ve anlamlı etkilediği tespit edilmiştir. Bu

bulgu literatürdeki Ward ve Zhou, 2006; Mills ve Smith, 2011; Andreeva ve Kianto, 2012; Alegre vd., 2013; Inkinen, 2016; Karabetyan, 2019 çalışmalarında ortaya konulmuştur.

Diğer yandan, örgütsel öğrenme ve örgütsel performansın pozitif yönlü ilişkili olduğunu bulan çalışmalar, Jimenez-Jimenez ve Sanz-Valle 2011; Lantz vd., 2015; Kaminska ve Borzillo, 2018; Reese ve Sidani, 2018; Goh, 2019; Marquardt, 2019 ve Rose vd., 2020 belirtilebilir.

Yetenekli personeli işletmeye çekebilmek, işletmelerdeki insan kaynakları biriminin bu konuda yetenek yönetimi sürecini özümsemiş ve tüm örgüt yapısına bu süreci entegre etmiş olmasıyla mümkündür. Kimi zaman da yetenekli personeli işletmede tutabilmek adına bire bir çalışmış olduğu kişi olmasından dolayı bir üstünde bulunan yöneticinin rolü insan kaynaklarından daha etkili olabilmektedir. Bu nedenle, yöneticilerin çalışanların gereksinimlerini iyi şekilde belirleyebilmesi, çalışan dostu bir yaklaşım ile onlara yol gösterebilmesi büyük önem taşımaktadır.

İşletmeler piyasalarda faaliyetlerine devam edebilmeleri adına bilhassa iflas gibi dahili ve çevresel koşullar nedeniyle ortaya çıkan krizleri yönetebilmek için kurum çalışanlarının özverili çabalarına gereksinim duyarlar. Bu durum da ancak kurum kültürü ile uyumlu yetenek yönetimi sistemi ile başarılabilir ve örgüte olan sadakat da bu şekilde güçlenebilmektedir. Başka bir ifadeyle, yetenek yönetimi zaman geçtikçe daha fazla önem kazanarak bir örgüt bileşeni biçiminde kabul gördüğünde hem örgüt hem de işgörenler bundan fayda sağlayacaktır. Çünkü yetkinlikler dikkate alınarak öz gelişim imkanları tanınması çalışanların tümü açısından güdüleyici nitelik taşımaktadır.

Organizasyonel bakımdan incelendiğinde; kişilerin zihinsel modellerinin gelişimi, algıladıkları bilgi ve iş birimleri arasındaki etkileşim ve sinerji sistematik bir yaklaşım ile mümkündür. Buradan hareketle, örgüt ve yöneticilerin zamanla değişmekte olan şartlar karşısından kendini yenileyebilmeleri ve güncel yenilikleri örgüt hayatına katarken bir direnmeyle karşı karşıya kalmamaları için esnek ve teşvik edici bir davranış sergilemeleri gerekmektedir. Bilgiye, yeniliğe ve ilerlemeye açık bir bakış açısının oluşturulması için de, eğitimlerin uygunluğu, programları, periyodu, yatay ve dikey yapılar, iş birimleri arasındaki bilgi akışı, geri bildirim, iyileştirmenin devamlılığı gibi pek çok yönetsel araçlar yardımıyla geliştirilmeli ve sürdürülebilir kılınmalıdır. Bunun yanında örgütsel öğrenme bir organizasyonun tamamını içine almalıdır. Gelişim hem işgörenler hem de işletme yöneticilerinin yeteneklerini güncellemesiyle sağlanabilir. Örgütün tamamında birlikte uygulanmalı ve öğrenme ortamı desteklenmelidir. Çalışanların sunmuş oldukları fikirler dikkate alınmalı, mevcut hatalar için de çözümsel açıdan yaklaşılmalıdır. Örgütün tamamında oluşturulan güvene dayalı kültür ortamı kalıcı olmalıdır.

Örgütsel performans arttırmak, bilgi yönetiminin nihai amacıdır. Bilgi yönetimi süreçlerinin örgütsel performans açısından analiz edildiğinde bilginin elde edilmesi, bilginin dönüştürülmesi, bilginin uygulanması ve bilginin korunması süreçlerinin hepsinin aynı sonucu vermediği görülmüştür. Bilginin elde edilmesi, bilginin dönüştürülmesi ve bilginin uygulanması örgütsel performansa pozitif etki ederken, bilginin korunmasının örgütsel performans üzerinde pozitif bir etkiye sahip olmadığı araştırmalarda ortaya konulmuştur. Yöneticilerin bu gerçekten yola çıkarak, şirket bilgi akışı ve örgütsel öğrenme stratejilerini paylaşımcı biçimde oluşturması büyük önem taşımaktadır.

Örgüt içinde, öğrenme sürecinin en alt birimden en üst yönetim pozisyonlarına kadar her birim tarafından paylaşılması örgütsel öğrenmenin gerçekleşmesi için temel bir gereksinimdir. Öğrenme süreci, çalışanların ve kuruluşların becerilerini ve uzmanlıklarını geliştirmelerini sağlayacak olup bu durumun da iş tatminine yol açacağı ve örgütlerin daha kaliteli hizmetler sunmasını sağlayacağı söylenebilir. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda, bu çalışma, çalışanların iş tatmin seviyelerini yükseltmek isteyen işletmelerin, örgütün öğrenme düzeyini göz ardı edemeyeceklerinin kanıtı niteliğindedir.

Sağlık hizmetleri doğası gereği yüksek seviyede stres ortamına sahiptir. Sağlık hizmetleri konusunda gerçekleştiren her bir faaliyet, yapılan her girişim direkt olarak insan yaşamına ya da yaşamın kalitesine etki etmektedir. Sağlık çalışanları oldukça yüksek seviyede; mental açıdan güç durumlar ile karşı karşıya kalabilmekte, yoğun çalışmadan dolayı fiziki yorgunluğun psikolojik etkilerine maruz kalabilmektedirler. Hizmet sunulan kişilerin, sağlıklarının bozuk olması ya da yüksek seviyede hayati risk taşıyor olmaları, sağlık insan kaynağının mücadele ruhu ve stresle başa çıkabilme becerisine sahip olmasını gerektirmektedir. Sağlık kurumlarının yoğun ve stresli ortamında, personelin psikolojik dayanıklılığının yüksek olmasının kritik bir zorunluluk olduğunu açıklamaktadır. İyimser ve umut verici bir kurumsal

kültürün ve takım çalışmasının, psikolojik dayanıklılık üzerinde olumlu etkisinin olacağı aşikârdır. Bu açıdan bakıldığında, psikolojik dayanıklılığın yüksek tutulması adına; kişilerin özgüvenlerini arttıracak insan kaynağı araçlarından yararlanılması, örgüt ile çalışanlar arasında gelecek vadeden bir iletişim ortamının yaratılması; çalışma performansında ve sağlık çıktılarında olumlu bir etki meydana getirecektir. Diğer yandan, liderleri tarafından destek aldıklarının farkında olan sağlık personeli, çalışma ortamlarında daha olumlu duygular içersinde olmakta, buna bağlı olarak da bu çalışanlar amaçlarına varmak amacıyla daha fazla motive olarak gerektiğinde amaçlara varabilmek için alternatif yollar oluşturmaktadırlar. Sağlık personeli liderlerinden aldıkları destek sayesinde büyük olasılıkla kendilerini daha güvende hissederek kurumsal amaçlara varabilmek adına sinerji meydana getirmeye çabalayacaktır. Bu da örgütsel performansı artıracak bir etki yaratacaktır.

### KAYNAKÇA

- AKGÜN, A.E. (2005). “Örgütsel Hafıza ile Enformasyon Teknolojileri Arasındaki İlişkiler”, *Yönetim ve Ekonomi*, 12(2), 1-16.
- AL AINA, R. & ATAN, T. (2020). “The Impact of Implementing Talent Management Practices on Sustainable Organizational Performance”. *Sustainability*, 12(20), 1-21.
- ALLAMEH, S. M., ZARE, S. M. & DAVOODI, S. M. R. (2011). “Examining the Impact of KM Enablers on Knowledge Management Processes”, *Procedia Computer Science*, 3:1211-1223.
- ALEGRE, J., SENGUPTA, K. & LAPIEDRA, R. (2013). “Knowledge Management And Innovation Performance in A High-Tech Smes Industry”. *International Small Business Journal*, 31(4), 454-470.
- ALMAAITAH, M., ALSAFADI, Y., ALTAHAT, S. & YOUSFI, A. (2020). “The Effect of Talent Management on Organizational Performance Improvement: The Mediating Role of Organizational Commitment”. *Management Science Letters*, 10(12), 2937-2944.
- ALTUNTAŞ, G. & DÖNMEZ, D. (2010). “Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39(1), 50-74.
- ANDREEVA, T. & Kianto, A. (2012). “Does Knowledge Management Really Matter? Linking Knowledge Management Practices, Competitiveness and Economic Performance”. *Journal of Knowledge Management*, 16(4), 617-636.
- ASLAN, Ş. & KURŞUN, A. (2020). “Yetenek Yönetimi İle Örgüt Kültürü İlişkisinde Duygusal Zekâ Liderliğinin Ve Psikolojik Sözleşmenin Aracı Rolü”, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 23(1), 165-190.
- BEHERA, M. K. (2016). “Talent Management: Still a Clandestine”. *The international journal of Business and Management*, 4(7), 271-276.
- BEIJERSE, R. (1999). “Questions in Knowledge Management-Defining and Conceptualising a Phenomenon”, *Journal of Knowledge Management*, 3(2), 94-109.
- BEAUREGARD, N., LEMYRE, L. & BARRETTE, J. (2015). “The Domains of Organizational Learning Practices: An Agency-Structure Perspective”, *Societies*, 5(1), 713-733.
- CALANTONE, R. J., CAVUSGIL, S. T. & ZHAO, Y. (2002). “Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance”. *Industrial Marketing Management*, 31, 515-524.
- CHOI, Y.S. (2000). “An Empirical Study of Factors Affecting Successful Implementation of Knowledge Management”, *Doktora Tezi, Nebraska Üniversitesi, ABD*.
- DAVIES, B. & DAVIES, B.J. (2010). “Talent Management in Academies”, *International Journal of Educational Management*, 24, 418-426.
- DARROCH, J. (2005). “Knowledge Management, Innovation and Firm Performance”. *Journal of knowledge management*, 9(3), 101-115.
- DERVİŞOĞLU, H.G. (2004). *Stratejik Bilgi Yönetimi (1.b.)*, İstanbul: Dışbank Kitapları.

- DİNÇER, E. (2021). “Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde Yetenek Yönetiminin Aracılık Rolünün İncelenmesi”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- DURAN, C. BOZ,D., BEHDİOĞLU, S. & KUTLU, S. (2019). “Yetenek Yönetimi Uygulamaları Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(2), 158-189.
- FETTAHLIOĞLU, Ö.O. & AKDOĞAN, Z. (2015). “Bilgi Yönetimi ve Örgütsel Sapma Davranışları Arasındaki İlişkiye Yönelik Alan Araştırması”, Social Science Studies Journal, 1(1), 42-51.
- FERRARIS, A., MAZZOLENI, A., DEVALLE, A. & COUTURIER, J. (2018). “Big Data Analytics Capabilities and Knowledge Management: Impact on Firm Performance”. Management Decision. 57(1), 1-25.
- GHOLAMI, M. H., ASLI, M. N., NAZARI-SHIRKOUHI, S. & NORUZY, A. (2013). “Investigating The Influence of Knowledge Management Practices on Organizational Performance: An Empirical Study”, Acta Polytechnica Hungarica, 10(2):205-216.
- GOLD, A. & MALHOTRA, A. & SEGARS, A. (2001). “Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective”. Journal of Management Information Systems. 18(1),185-214.
- GOH, S.C. (2019). “Measurement of the Learning Organization Construct: A Critical Perspective and Future Directions for Research”, The Oxford Handbook of the Learning Organization, Oxford: Oxford University Press.
- GOMES, C. F., YASIN, M. M.& LISBOA, J. V. (2011), “Performance Measurement Practices in Manufacturing Firms Revisited”, International Journal of Operations and Production Management, 31(1), 5-30.
- HSIAO, Y. C., CHEN, C. J. & CHANG, S. C. (2011). “Knowledge Management Capacity and Organizational Performance: the Social Interaction View”, International Journal of Manpower, 32 (5/6), 645- 660.
- HO, L. A. (2008). “What Affects Organizational Performance? The Linking of Learning and Knowledge Management”, Industrial Management & Data Systems, 108(9),1234-1254.
- IMRAN, M., AZIZ, A., NORASYIKIN, S., SHABBIR, M., SALMAN, R. & JIAN, Z. (2018). “The Mediating Role of Total Quality Management Between Entrepreneurial Orientation and SMEs Export Performance”. Management Science Letters. 8(1), 519-532.
- INKINEN, H. (2016). “Review of Empirical Research on Knowledge Management Practices and Firm Performance”. Journal of Knowledge Management, 20(2), 230-257.
- JÄÄSKELÄINEN, A. & THITZ, O. (2018). “Prerequisites for Performance Measurement Supporting Purchaser-Supplier Collaboration”, Benchmarking, 25(1),120-137.
- JENNEX, M.E. (2007). “What is Knowledge Management?”, M.E. Jennex, & J. Neidig (Dü.) içinde, Knowledge Management in Modern Organizations (4), Hersey, USA: Idea Group Publishing.
- JİMÉNEZ-JİMÉNEZ, D. & SANZ-VALLE, R. (2011). “Innovation, Organizational Learning and Performance”. Journal of Business Research, 64(4), 408-417.
- KAMINSKA, R. & BORZILLO, S. (2018). “Challenges to the Learning Organization in The Context of Generational Diversity and Social Networks”, The Learning Organization, 25(2), 92-101.
- KARAHAN, A. & YILMAZ, H. (2011). “Örgütsel Öğrenme, Personel Güçlendirme ve Takım Performansı Arasındaki İlişkilerin Analiz Edilmesi: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(25), 136-156.
- KARABETYAN, L. (2019). “Örgütsel Öğrenme, Bilgi Yönetimi ve İnovasyonun Örgütsel Performansa Etkisi: Hizmet İşletmelerinde Bir Uygulama”, Doktora Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- KESSEL, M., KRATZER, J. & SCHULTZ, C. (2012). “Psychological Safety, Knowledge Sharing and Creative Performance in Healthcare Teams”. *Creativity and Innovation Management*, 21(2), 147-157.
- KONTOGHIORGHES, C. (2015). “Linking High Performance Organizational Culture and Talent Management: Satisfaction/Motivation and Organizational Commitment as Mediators”, *The International Journal of Human Resource Management*. 27(16), 1833-1853.
- KUHLMANN, S. & BOGUMIL, J. (2018). “Performance Measurement And Benchmarking as ‘Reflexive Institutions’ For Local Governments: Germany, Sweden And England Compared”, *International Journal of Public Sector Management*, 31(4), 543-562.
- LANTZ, A., HANSEN, N. & ANTONI, C. (2015). “Participative Work Design in Lean Production: A Strategy for Dissolving the Paradox Between Standardized Work and Team Proactivity by Stimulating Team Learning?”, *Journal of Workplace Learning*, 27(1), 19-33.
- LEGNICK-HALL, M .L. & LENGNICK-HALL, C. A. (2004). “Bilgi Ekonomisinde İnsan Kaynakları Yönetimi”, İstanbul: Dışbank Kitapları.
- LYNCH, R.L. (2006). “Corporate Strategy”, Harlow, England: Prentice Hall.
- MARTINHO, J. L., GOMES, C. F. & YASIN, M. M. (2016). “The Role of People And Social Context in Promoting The IT Organizational Performance: Evidence from Portugal”, *Personnel Review*, 45(5), 1087-1107.
- MARQUARDT, M. J. (2019). “Building Learning Organization With Action Learning, *The Oxford Handbook of the Learning Organization*”, Oxford: Oxford University Press.
- MARQUES, D. P. & SIMON, F. J. G. (2006). “The Effect of Knowledge Management Practices on Firm Performance”, *Journal of Knowledge Management*, 10(3), 143-56.
- MCIVER, D., LENGNICK-HALL, C. A. & LENGNICK-HALL, M. L. (2013). “Understanding Work and Knowledge Management from a Knowledge-in-Practice Perspective”, *The Academy of Management Review*, 38(4), 597-620.
- MILLS, A. M. & SMITH, T. A. (2011). “Knowledge Management and Organizational Performance: a Decomposed View”, *Journal of Knowledge Management*, 15(1), 156-171.
- NAFEI, W. (2015). “The Effects of Talent Management on Service Quality: A Study on Commercial Banks in Egypt”. *International Business Research*, 8(4), 41-58.
- NYHAN, B., CRESSEY, P., TOMASSINI, M., KELLEHER, M. & POELL, R. (2003). “Facing Up To The Learning Organisation Challenge”, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, Belgium.
- ÖZER, M.A. (2008). 21. Yüzyılda Yönetim ve Yöneticiler, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- ÖZUTKU, H. (2010). Örgütsel Performans Boyutuyla İnsan Kaynakları Yönetimi, Ankara: Gazi Kitabevi.
- PEDROSO, E. & GOMES, C.F. (2020). “The Effectiveness of Management Accounting Systems in SMEs: A Multidimensional Measurement Approach”, *Journal of Applied Accounting Research*, 21(3), 497-515.
- PHILIPS, J. J. & EDWARDS, L. (2009). “Managing Talent Retention: An ROI Approach”, USA: Pfeiffer Publishing.
- PRUGSAMATZ, R. (2010). “Factors that Influence Organization Learning Sustainability in Non-profit Organizations”. *The Learning Organization*, 17(3), 243-267.
- REESE, S. & SIDANI, Y. (2018). “A view of the Learning Organization From the Practical Perspective: Interview with Michael Marquardt”, *The Learning Organization*, 25(5), 353-361.
- ROSE, A.L., DEE, J. & LEISYTE, L. (2020). “Organizational Learning Through Projects: A Case of A German University”, *The Learning Organization*, 27(2), 85-100.

- SAINY, M. & BHAMBHANI, G. (2017). "The Emergence of Talent Management and Diffusion of HRM". *Epra International Journal of Research & Development*, 2(7), 44-52.
- SARDER, R. (2016). "Building an Innovative Learning Organization: A Framework To Build a Smarter Workforce, Adapt To Change, and Drive Growth", John Wiley & Sons, Inc.
- SEZGİN, F. H. & KARABETYAN, L. (2019). "Örgütsel Öğrenme, Bilgi Yönetimi ve İnovasyonun Örgütsel Performansa Etkisi: Hizmet Sektörü Örneği", *ICOME'19 Bildiriler Kitabı*, Vol.1, İstanbul, Turkey, 270-284.
- SCHWEYER, A. (2004). "Talent Management Systems: Best Practices in Technology Solutions for Recruitment, Retention and Workforce Planning". New Jersey: John Wiley & Sons.
- SHEEHAN, M., GRANT, K. & GARAVAN, T. (2018). "Strategic Talent Management. Worldwide Hospitality and Tourism Themes", 10(1), 28-41.
- SMITH, M. & BITITCI, U.S. (2017). "Interplay Between Performance Measurement and Management, Employee Engagement and Performance", *International Journal of Operations and Production Management*, 37(9), 1207-1228.
- TARAKÇI, H. & ÖNEREN, M. (2018). "Yetenek Yönetiminin Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri", *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 71-86.
- THUNNISSEN, M. & BUTTIENS, D. (2017). "Talent Management in Public Sector Organizations: A Study on The Impact of Contextual Factors on the TM Approach in Flemish And Dutch Public Sector Organizations". *Public Personnel Management*, 46(4), 391-418.
- TORTOP, N., AYKAÇ, B., YAYMAN, H. & ÖZER, M.A. (2007). "İnsan Kaynakları Yönetimi", Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- TURUNÇ, Ö. (2016). "Bilgi Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Örgütsel Performansına Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma", *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 225-247.
- TURAN, N. (2015). "Çalışma Yaşamında Yetenek, Beceri, Yetkinlik ve Yeterlilik", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- TURNER, P.A. & KALMAN, D. (2014). "Make Your People Before You Make Your Products", London: Wiley and Sons Pbc.
- TURULJA, L. & BAJGORIC, N. (2018). "Information Technology, Knowledge Management and Human Resource Management: Investigating Mutual Interactions Towards Better Organizational Performance", *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(2), 255-276.
- WARD, P. & ZHOU, H. (2006). "Impact of Information Technology Integration and Lean/Just-in-Time Practices on Lead-Time Performance", *Decision Science*, 37(2), 177-203.
- YANG, D. (2011). "The Effect of Knowledge Management on Product Innovation – Evidence from the Chinese Software Outsourcing Vendors", *iBusiness*, 3(1), 16-22.
- YLLNER, E. B. & BRUNILA, A. (2013). "Talent Management: Retaining and Managing Technical Specialists in A Technical Career". Stockholm: KTH Industrial Engineering and Management.
- YÜKÇÜ, S. & ATAĞAN, G. (2009). "Etkinlik, Etkililik ve Verimlilik Kavramlarının Yarattığı Karışıklık", *Atatürk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 4(23), 1-13.
- ZACK, M.H. (1999). "Developing a Knowledge Strategy", *California Management Review*, 41(3), 125-145.

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Ekonomik Büyüme İçin Bir Avantaj Sağlar Mı? Gelişmiş Ülkeler Üzerinden Ampirik Kanıtlar

Yahya Can DURA<sup>a</sup>  
Ebru Gül YILMAZ<sup>b</sup>

### Özet

Günümüzde dış ticarete artan rekabet, ülkeleri yüksek teknoloji ile üretimle ürün çeşitliliğini artırmaya, etkinlik ve verimliliği yükseltmeye yöneltmiştir. Katma değeri yüksek, teknoloji odaklı ürünler ve bunların ihracatı ile hem dış ticaret hacmini artırma hem de birim ürün başına daha fazla döviz kazancı sağlamak günümüzde ülkelerin önceliği haline gelmiştir. Bu noktada yüksek teknoloji ile ürünlerin ihracatının ekonomik büyüme üzerindeki etkilerinin incelenmesi yönündeki çalışmalar artan bir ilgi görmektedir. Bu çalışmada gelişmiş ülkeler özelinde yüksek teknoloji ile ürün ihracatı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki test edilmiştir. 28 gelişmiş ülkenin 2007-2019 verileriyle yapılan analizde gelişmiş ülkelerde yüksek teknoloji ile ürün ihracatının iktisadi büyüme üzerinde olumlu bir etkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı, İhracat, Teknolojik Gelişme, Ekonomik Büyüme  
**Jel Kodları:** E60, F43, O40

**Başvuru:** 10.03.2022

**Kabul:** 14.08.2022

## Does Export of High-Tech Products Provide Advantage for Economic Growth? Empirical Evidence from Developed Countries

### Abstract

Nowadays, the increasing competition in foreign trade has led countries to increase product diversity and increase efficiency and productivity with high-tech production. Nowadays, it has become the priority of countries to increase foreign trade volume and earn more foreign currency per unit product with high value-added, technology-oriented products and their exports. At this point, studies on the effects of exports of high-tech products on economic growth attract increasing attention. In this study, the relationship between the export of high-tech products and economic growth in developed countries was tested. In the analysis made with the 2007-2019 data of 28 developed countries, it has been concluded that the export of high-tech products in developed countries has a positive effect on economic growth.

**Key Words:** High-Tech Export, Exports, Technological Development, Economic Growth  
**Jel Codes:** E60, F43, O40

<sup>a</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Nişantaşı Üniversitesi, Finans, Ekonomi ve Politika Uygulama ve Araştırma Merkezi (FEPAM) Müdürü, yahyacan.dura@nisantasi.edu.tr, ORCID Numarası: 0000-0002-5662-7748

<sup>b</sup>Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İİSBF Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, egyilmaz@gelisim.edu.tr, ORCID Numarası: 0000-0002-3610-4982

## GİRİŞ

İktisat biliminde toplumların maddi sermaye birikimi meselesi her zaman önemli araştırma ve çözüm üretme alanı olarak görülmüştür. Ticari ve finansal küreselleşme sürecinde artan ve yıkıcı bir hale dönüşen rekabet olgusu ile gelir dağılımında yaşanan küresel adaletsizlik ve çarpıklık, ülkeleri ve toplumları, daha etkin ve rekabetçi üretim teknikleri geliştirmeye, yeni teknolojiler ve inovasyon odaklı bir bakış açısına yöneltmiştir. Günümüzde, teknolojik ilerlemeye, yeni teknolojilere ve yaratıcılığa, mevcut iktisadi düzen içinde sermaye birikiminin bir hızlandırıcısı olarak ve tabiki ekonomik büyümedeki pozitif rolü üzerinden bakılmaktadır.

Büyüme, gelişme ve kalkınmanın sürdürülebilirliği için dış ticari ilişkileri sürdürülebilir kılmak bunun için de yüksek katma değerli, rekabetçi ürünlerin üretimine ve bunların ihracatına ağırlık vermek önemli bir politika tercihi olarak görülmektedir. Ar-ge harcamalarının artırılması, üretimde dijitalleşmeyi ve inovasyonu destekleyen ve teşvik eden hükümet programlarının hayata geçirilmesi, teknoloji yatırımlarının artırılması, günümüzde ülkelerin sıklıkla başvurduğu adımlar arasında sayılabilir. Ülkeler dünya gelirinden azami düzeyde bir pay alabilmek, dış ticaretteki ağırlıklarını artırmak ve ihracatta mukayeseli üstünlük elde edebilmek için yüksek teknoloji üretimlerini artırmak durumundadır.

Bu çalışmada, birikim ve tasarruflarını teknolojik yatırıma dönüştürmüş olan, sermaye birikimi yüksek gelişmiş ülkelerin, bu yatırımlarıyla gerçekleştirdikleri yüksek teknoloji ihracatın ekonomik büyümeleri üzerindeki etkilerinin gücü ve yönünü ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Çalışmada, IFC (International Finance Cooperation)'nin gelişmişlik kriterlerine göre belirlenen, Avustralya, Avusturya, Belçika, Kanada, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Hong Kong, İzlanda, İrlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Kore, Lüksemburg, Hollanda, Yeni Zelanda, Norveç, Portekiz, Singapur, Slovakya, Slovenya, İsviçre, Birleşik Krallık ve Birleşmiş Milletler olmak üzere 28 ülkenin, 2007-2019 dönemi verileri esas alınmıştır. Söz konusu verilerden hareketle, yüksek teknoloji ürün ihracatına dayalı büyüme hipotezini sınamak üzere oluşturulan iki farklı model kurulmuştur. Bunlardan ilki teknolojiyi dışsal olarak ele alan temel Solow büyüme modeline dışa açıklık, ihracat ve yüksek teknoloji ihracat eklenilerek elde edilen model, ikincisi ise Solow atığı olarak da nitelendirilen ve emek ve sermaye artışına bağlı olmayan uzmanlaşma, teknoloji gibi unsurların yarattığı çıktı artışını ifade eden toplam faktör verimliliğinin de eklenerek elde edilen modeldir.

### 1. TEORİK ÇERÇEVE

İktisat yazınında toplumun maddi birikiminin kaynağı ve bu birikimin istikrarlı bir şekilde artışı sorunsalı her zaman önemli bir odak noktası olmuştur. Bu noktada ise teknolojinin bir kaynak olarak, iktisadi büyüme açısından taşıdığı misyon tartışmasız bir şekilde hemen hemen tüm dönemlerin ana konuları arasında yer almıştır. Burada teknolojik ilerlemenin kapitalist ekonomik düzen içinde özellikle sermaye birikiminin bir hızlandırıcısı olarak, büyümedeki rolü üzerinde durulmuştur. Yeni ürünler ve yeni piyasalar, teknolojinin ve bu alandaki ilerlemenin eseri olarak görülmüştür. 20. yy.'ın ikinci yarısında, büyüme yönelik kuramsal çalışmalar, modellemelere teknoloji parametresini önce dışsal sonra içsel bir şekilde dâhil etmeye başlamıştır. Teknolojinin dışsal kabulünün yapıldığı Solow-Swan Büyüme Modelinden, bilginin yani teknolojik ilerlemenin içsel kabul edildiği büyüme modellerine (Romer ve Lucas) doğru evrilen bir süreç yaşanmıştır. Gelinek noktada teknoloji, büyüme teorilerinde en önemli güç olarak kabul edilmektedir.

Neo-Klasik büyüme modelinde teknoloji ve teknolojik değişim dışsal bir güç olarak ekonomiyi etkiler. Fakat ilerleyen dönemlerde, teknolojik değişimin firmaların endüstriyel yenilik süreçlerinin ürünü olduğu, teknoloji yatırımları yoluyla teknolojik ilerlemenin mümkün olduğu fikri egemen görüşe dönüşmüştür. Dışsal bir güç olarak görülen teknoloji artık içsel bir faktör olarak analizlere dahil edilmektedir.

Aslında içsel büyüme teorilerinin kuramsal temelleri çok daha eskilere dayanmaktadır. Bu noktada Veblen ve Schumpeter'in çalışmaları alana ışık tutar. Veblen'e göre teknoloji, kurumsal yapıları ve değişim süreçlerini tetikleyen etkisiyle, ekonomik parametreler üzerinde önemli bir tesir yaratır. Veblen'deki teknolojik ilerlemenin bireyin teknik eylemlerinden ivmelendiği ve bu eylemlerin de esasen onun doğal eğilimlerinin-içgüdülerinin bir eseri olduğu vurgulanmaktadır (Rutherford, 1998: 463-476). Bireylerin oluşturduğu toplumun iktisadi eylemlerinin gelecek nesillere aktarımı görevini üstlenen kurumlar, teknolojik ilerlemenin de altyapısını teşkil eder. Teknolojik ilerleme ise o toplumun yine gelecekteki maddi koşullarını, refahını ve genel manada iktisadi büyümesini ifade etmektedir (Dura ve Güler, 2022). Veblen kurumları düşünce alışkanlıkları olarak tanımlamakla birlikte bu alışkanlıklardaki değişimi teknolojik ilerlemeye bağlamaktadır. Dolayısıyla kurumsal değişim ve dönüşüm için teknolojik değişim ve dönüşüm gerekmektedir. Toplumun maddi koşullarının



belirleyicisi olan teknoloji ve kurumlar, iktisadi ajanların eylemlerini etkilemekte, bu etki ise toplumun ve onun ekonomisinin büyümesi üzerinde doğrudan etkili olmaktadır (Derya, 2021: 102). Schumpeter'in teknolojiye ve yeniliğe yönelik çizdiği çerçeve de içsel büyüme modelleri için önemli bir kaynaktır. Schumpeter teknolojik gelişmeyi iktisadi büyümenin bir kaynağı olarak görür. Ekonomik büyümenin lokomotifi olarak gördüğü yaratıcı yıkım kavramında, geleneksel ürün ve hizmet üretiminde bulunan endüstrilerin yerlerini yeni ürün ve hizmet üreten endüstrilere bırakacağı argümanını ortaya atmaktadır (Şeker ve Özcan, 2019: 867-868).

Günümüzde teknolojik gelişmeye dayalı endüstrilerin, yüksek teknolojili üretimin ve Ar-Ge harcamalarının ülkelerin dış ticarete rekabet avantajı sağlamalarında ve nihai hedef olan gelişmişlik, kalkınma ve iktisadi büyümede en kritik faktörler arasında olduğu kabul edilmektedir. İnovasyon ve ar-ge harcamalarıyla yüksek teknolojili ürünlerin üretimi ve ihracatı, yüksek katma değere sahip ürünlere dayalı bir dış ticaret yapısını mümkün kılarak, milli gelirin artmasına doğrudan katkı sağlar.

İktisadi büyüme, gelişme ve kalkınmada sürdürülebilirlik kilit bir kavramdır. Ülkelerin büyümenin ve kalkınmanın motoru olan dış ticari ilişkilerini sürdürülebilir kılmalarının en önemli yollarından biri yüksek katma değerli, rekabetçi ürünlerin üretimine ve bunların ihracatına ağırlık vermesidir. Artan dış rekabet, üretimde etkinlik ve verimlilik dostu teknolojilerin önemini her geçen gün artırmaktadır. Bunun için ar-ge harcamalarının artırılması, üretimde dijitalleşmeyi ve inovasyonu destekleyen ve teşvik eden hükümet programlarının hayata geçirilmesi, teknoloji yatırımlarının artırılması gibi bazı adımlar, ülkelerin izledikleri kritik politika tercihleri arasında sayılabilir. Ülkeler dünya hasılasından azami payı alabilmek, dış ticaret paylarını artırmak ve karşılaştırmalı üstünlük elde edebilmek için yüksek teknolojili üretimlerini artırmak durumundadır. Yüksek teknolojili ürün ihracatı bir yandan ülkelere rekabet avantajı sağlarken, diğer yandan da ürün çeşitliliğinin önünü açarak, hacmen de dünya ticaretindeki ağırlığını yükseltici etki yaratır (Şeker, 2019: 378).

Di Pietro ve Anoruo (2006)'ya göre, dış ticarete rekabet avantajı için teknolojik birikim ve kapasite önemli bir faktör olarak görülmektedir. Harbi vd. (2009), ülkelerin teknoloji üretme potansiyeli ile iktisadi büyüme arasında doğrusal bir ilişki kurmaktadır. Yüksek teknolojinin sektörel gelişimi desteklediği ve refah seviyesini olumlu etkilediği ifade edilmektedir. Tebaldi (2014), ihracatın hem milli gelir hem de sektörel üretkenlikte önemli rolü olduğunu, yüksek teknolojili üretimin ve neticesinde artan ihracatın ülkelerin iktisaden performans gelişiminde büyük katkıları olduğunu nakletmektedir. Srholec (2007), 2000'li yıllarda yüksek teknolojili ürün ihracatının artan trendini vurgulamakta, özellikle gelişmiş ülkelerin ihracatında yüksek teknolojili ürünlerin payının yüksekliğine işaret etmektedir (Akyol ve Demez, 2020: 56-58).

Baesu vd. (2015) ve Zhang (2007)'ye göre yüksek teknolojili ürünler sektörel anlamda hızlı ve sürekli büyüme avantajına sahiptir ve niteliği gereği yoğun bilgi, teknoloji ve kapasite gerektirdiği için doğal bir giriş engeli oluşturarak, rekabet avantajını güçlendirmektedir. Aynı zamanda hükümetlerin yüksek teknolojili üretimi teşvik yönünde uyguladığı politikalar ve programlar da iktisadi büyümeye olumlu yönde etki etmektedir. Yüksek teknolojili ürünlerin üretimine odaklanmış işletmeler de sürekli bir devinim içinde olup, alanla ilgili gelişmeleri takip etme davranışı içinde hareket ederler. Bu da sürdürülebilir büyümeyi teşvik edici ve gelecek yatırımları da destekleyici pozitif bir güç oluşturmaktadır (Akyol ve Demez, 2020: 57).

Dunusinghe (2009)'ye göre yüksek teknoloji ve teknolojinin yaygınlaşması, ihracatın çeşitlenmesine, hacim ve değer olarak artmasına ve diğer sektörler üzerinde de olumlu bir etki yaparak iktisadi büyümenin hızlanmasına katkı sağlamaktadır.

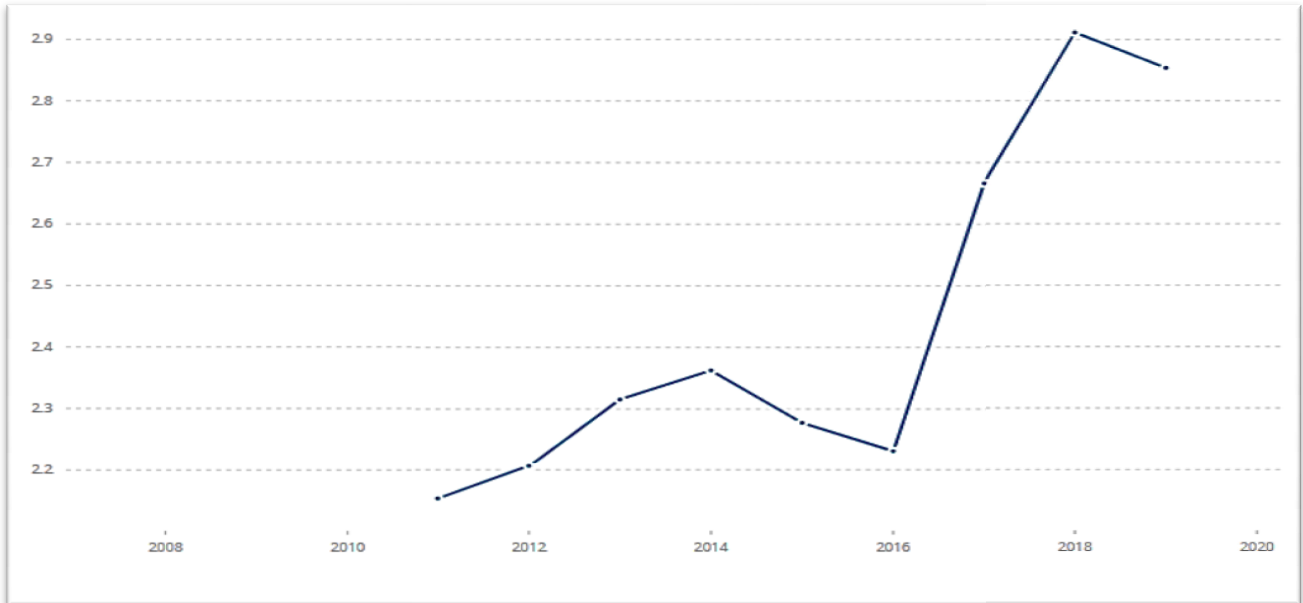
Spulber (2007) ise ülkelerin yüksek teknolojili ürün üretme kapasitelerine farklı bir açıdan bakmaktadır. Kapasitesi yeterli olmayan ülkelerin dış ticaret vasıtasıyla bu açığı kapatabileceklerini belirtmekte ve bunun için de teknoloji yoğun ithalat ve yatırımları önemli adımlar olarak vurgulamaktadır. Süreç içinde bir yandan teknoloji yoğun ürün ithalatının diğer yandan da teknoloji odaklı yatırımların, ülkedeki yüksek teknolojili üretimi artıracığı ve nihayet bunun ihracata da pozitif yönde yansıtacağı belirtilmektedir.

Yüksek teknolojili ürünlerin 21.yy.'ın son çeyreğinde teknolojinin hızlı dönüşümü ve üretimde dijitalleşmeye bağlı olarak artan şekilde ticarete konu olduğu ve dünya ekonomisinde önemli bir konuya evrildiği söylenebilir. Dünya Bankasının, yüksek teknolojili ürün ihracatının payına ve değerine ilişkin verilerine bakıldığında bu gelişimin seyri çok çarpıcı bir şekilde görülmektedir.

**Grafik 1. Yüksek Teknolojili İhracat (Toplam Ürün İhracatı İçindeki Payı, %)**

**Kaynak:** World Bank (2022)

Grafik 1’de sunulan Dünya Bankası verilerine göre 2008-2020 döneminde yüksek teknoloji ürün ihracatının toplam ihracat içindeki payı dönem sonunda %22,5 düzeyine çıkmıştır. Esasen istikrarlı şekilde artış trendi gösteren yüksek teknoloji ihracatta 2008 küresel iktisadi krizinin etkisiyle şiddetli bir düşüş yaşanmıştır. Bu sebeple 2011 senesinde yüksek teknoloji ürün ihracatının toplam ihracat içindeki payı %18,5 gibi en alt seviyeye gerilemiştir. Ancak 2011 yılını müteakip oldukça istikrarlı bir artış koridoruna girildiği söylenebilir. Grafik 2’de ise yüksek teknoloji ihracatın toplam değeri 2011-2019 dönemi kapsamında sunulmaktadır. Dünya’da yüksek teknoloji ürün ihracatının toplam değeri 2018 yılında 2,9 Trilyon USD’ye ulaşmıştır.

**Grafik 2. Yüksek Teknolojili İhracat (Trilyon USD)**

**Kaynak:** World Bank (2022)

Gelişmişlik düzeyine göre ülke gruplarına bakıldığında üst orta gelir grubunda yüksek teknoloji ihracatın toplam ihracat içindeki payının (2020 yılı) %28; orta gelir grubunda %23,4; yüksek gelir grubunda %21,7; alt orta gelir grubunda %18,5 ve düşük gelir grubunda %5,4 olduğu görülmektedir. Bu oranlar, OECD ülkelerinde %18,1 iken Avrupa Birliği ülkelerinde %16,1 seviyesindedir (Dünya Bankası, 2022).

## Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Ekonomik Büyüme İçin Bir Avantaj Sağlar Mı? Gelişmiş Ülkeler Üzerinden Ampirik Kanıtlar

Bölgesel açıdan bakıldığında yüksek teknolojili ürün ihracatı Doğu Asya ve Pasifik bölgelerinde en yüksek seviyede görülmektedir (%35,7). Bu bölgeyi, %18,7 ile Kuzey Amerika, %15,9 ile Avrupa ve Orta Asya, %15 ile Latin Amerika ve Karayipler, %13,7 ile Orta Avrupa ve Baltık, %10,3 ile Güney Asya, %9,9 ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika, %4,5 ile Doğu ve Güney Afrika ve en düşük orana sahip Arap Dünyası (%2,68) izlemektedir. Hong Kong SAR (China) %69,6 ile en çok yüksek teknolojili ürün ihracatı yapan özel idari bölgedir. Bunu Çin Halk Cumhuriyeti %31,3; Amerika Birleşik Devletleri %19,5 ile izlemektedir. 2020 senesinde Türkiye'nin yüksek teknolojili ürün ihracatının toplam ihracat içindeki payı ise sadece %3,1 seviyesindedir. Bu oran düşük gelir grubu ülkelerinin genel ortalamasının bile altındadır (Dünya Bankası, 2022).

### 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Yüksek teknolojili ürün ihracatı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelendiği ampirik çalışmalar kapsam-dönem ve sonuçları itibarıyla Tablo 1'de sunulmaktadır. 1997 yılından 2021 yılına kadar uzanan bu çalışmalar tek ülkeli veya ülke grupları kapsamında yapılmış olup, ağırlıklı olarak yüksek teknolojili ürün ihracatının ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri olduğu yönünde sonuçları destekler mahiyettedir.

**Tablo 1. Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı – İktisadi Büyüme İlişkisi Üzerine Çalışmaları Kapsayan Literatür Tablosu**

Yazar	Kapsam ve Dönem	Sonuç
Landesmann ve Pfaffermayr (1997)	OECD ülkeleri (Amerika, İngiltere ve Japonya), 1967-1987	Ar-Ge harcamaları ihracat ve ekonomik büyüme üzerinde pozitif etki yaratmaktadır.
Cuaresma ve Wörz (2005)	-	Gelişen teknoloji yoğun sanayi ihracatının uzun vadede ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Ho (2007)	ABD	Yüksek teknoloji endüstrisinin tüm bölgede istihdam artışı üzerinde önemli ve olumlu bir etki yarattığını ortaya koymuşlardır.
Yoo (2008)	91 ülke, 1988-2000	Yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Dunusignhe (2009)	Sri Lanka	Yüksek teknolojiye dayalı ihracattaki çeşitliliğin ekonomik büyümeye yol açtığı, özellikle imalat sektörlerindeki bir büyümenin ekonomik büyümeye olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Falk (2009)	22 OECD ülkesi, 1980-2004	Yüksek teknoloji ürünleri ihracatı iktisadi büyüme üzerinde olumlu etki yaratmaktadır.
Erdil vd. (2009)	Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, 1995-2006	Bilgi ve iletişim teknolojilerine dayanan yüksek teknoloji ihracatı iktisadi büyümeye pozitif yönde etki etmektedir.
Özer ve Çiftçi (2009)	OECD ülkeleri, 1990-2005	Ar-Ge harcamaları ile hem genel ihracat hem de bilgi-iletişim teknolojileri ve yüksek teknolojili ürün ihracatı arasındaki ilişki pozitif yönlü ve güçlüdür.
Sun ve Heshmati (2010)	Çin	Yüksek teknoloji ürünleri ihracatının Çin'in ekonomik büyümesi üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Lee ve Hong (2010)	71 ülke, 1970-2004	Yüksek teknolojiye dayalı ürünlerin dış satımını yapan ülkelerde iktisadi büyümenin göreceli olarak daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Lee (2011)	Yüksek teknoloji üreten ülkeler	Yüksek teknoloji ürünlerinde (uçak, elektronik ve ilaç gibi ürünler) uzmanlaşan ülkelerin daha yüksek büyüme performansına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Kılavuz ve Topçu (2012)	22 ülke, 1998-2006	Yüksek teknolojili ürün ihracatının, ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Jarreau ve Poncet (2012)	Çin	Yüksek teknolojili, sofistike ürünler üreten ve bunun ticaretini yapan bölgelerin daha yüksek ekonomik büyüme performansı yakaladığı sonucuna ulaşılmıştır.
Koh ve Mah (2013)	Güney Kore	Ekonomik büyüme ile ihracat kompozisyonu arasında çift yönlü bir nedensellik bulmuşlardır. Tekstilde karşılaştırmalı üstünlüğe

		sahip ülkelerin tekstil endüstrisinde uzmanlaşmak yerine katma değeri daha fazla olan ve daha yüksek teknolojlili endüstrilere yönelmeleri gerektiği sonucuna varmışlardır.
Göçer (2013)	11 Asya ülkesi, 1996-2012	Ar-Ge harcamalarındaki artışın yüksek teknolojlili ürün ihracatını ve ekonomik büyümeyi arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.
Grancay, Grancay ve Dudas (2015)	-	İhracat kalitesi-çeşitliliği ile ekonomik büyüme arasındaki bağlantıyı incelemiştir. Yazarlara göre yüksek teknolojlili ürünlerin üretimi ve ticareti, gelişmekte olan ekonomiler için her zaman daha yüksek bir ekonomik büyüme anlamına gelmeyebilir. Ancak, ihracatın çeşitlendirilmesi ve imalat sektörlerine yönelik kaynak tahsisi, uzun vadede istikrarlı bir ekonomik büyümenin anahtarı olarak vurgulanmaktadır.
Telatar vd. (2016)	Türkiye, 1996-2015	Yüksek teknolojlili ürün ihracatından ekonomik büyüme doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.
Ustabaşı ve Ersin (2016)	Türkiye, 1989-2014	Yüksek teknolojlili ürün ihracatının ekonomik büyüme üzerinde kısa vadede pozitif bir etkide bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Usman (2017)	Pakistan, 1995-2014	Pakistan'da yüksek teknoloji ihracatının ekonomik büyüme üzerinde önemli ve olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Fotros ve Ahmadvand (2017)	İran, 2002-2012	Yüksek teknoloji endüstrilerinin ithalat ve ihracatının İran'ın ekonomik büyümesi üzerinde olumlu ve önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Satrovic (2018)	70 ülke, 1995-2015	Yüksek teknolojlili ürün ihracatı ile ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Erkişi ve Boğa (2019)	Avrupa Birliği, 1998-2017	Yüksek teknolojlili ürün ihracatının iktisadi büyüme, brüt sabit sermaye oluşumu ve istihdam üzerinde önemli bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Şeker ve Özcan (2019)	Türkiye	Yüksek teknolojlili sektörlerde yapılan dış satımın iktisadi büyümeyi daha fazla arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.
Şahin ve Şahin (2021)	20 ülke, 2007-2018	Yüksek teknoloji ihracatının, tarımsal ürün ihracatı ile kıyaslandığında ekonomik büyümeyi daha fazla artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Kaynak:** Yazarlar tarafından çeşitli kaynaklardan derlenerek, hazırlanmıştır.

### 3. VERİ VE METODOLOJİ

Çalışmada, yüksek teknolojlili ürün ihracatına dayalı büyüme hipotezini sınamak üzere oluşturulan iki farklı model aşağıdaki gibidir; Modellerden ilki teknolojiyi dışsal olarak ele alan temel Solow büyüme modeline ( $Y=f(K,L)$ , dışa açıklık, ihracat ve yüksek teknolojlili ihracat eklenilerek elde edilen 1 numaralı denklemde belirtilen model, ikincisi ise Solow atığı olarak da nitelendirilen ve emek ve sermaye artışına bağlı olmayan uzmanlaşma, teknoloji gibi unsurların yarattığı çıktı artışını ifade eden toplam faktör verimliliğinin de eklenerek 2 numaralı denklem ile ifade edilen modeldir.

$$\text{Büyüme}_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 DışAç_{it} + \beta_2 İhr_{it} + \beta_3 YTI_{it} + \beta_4 İşg_{it} + \beta_5 Serm_{it} \cdot \epsilon_{it} \quad (1)$$

$$\text{Büyüme}_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 DışAç_{it} + \beta_2 İhr_{it} + \beta_3 YTI_{it} + \beta_4 İşg_{it} + \beta_5 Serm_{it} + \beta_6 TFV_{it} \cdot \epsilon_{it} \quad (2)$$

Formüllerde; Büyüme: Ekonomik büyümeyi, DışAç: Dışa açıklık düzeyini, İhr: İhracat düzeyini, YTI: Yüksek teknolojlili ihracatı, İşg: İstihdam düzeyini, Serm: Gayrisafi Sabit Sermaye Oluşumunu, TFV: Toplam Faktör Verimliliğini,  $i=1,2, \dots, N$  araştırmaya konu 28 adet gelişmiş ülkeyi,  $t=1,2, \dots, N$  ise incelenen dönemi ifade etmektedir. Çalışmanın temel amacı, yeterince sermaye birikimi oluşturma imkânını yakalamış olan gelişmiş ülkelerin, tasarruflarını teknolojik yatırıma dönüştürmüş ve bu yatırımlarıyla gerçekleştirdikleri yüksek teknolojlili ihracatla ise ekonomik büyüme üzerinde pozitif sonuçlar elde etmiş oldukları, görüşü çerçevesinde oluşturulan hipotezi doğrulamaktır.

Araştırmaya konu hipotezler aşağıda belirtilmiştir:

**Hipotez I** Dışa Açıklık ve Büyüme arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki vardır.

**Hipotez II:** İhracat ve Büyüme arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki vardır.

**Hipotez III:** Yüksek Teknolojili İhracat ve Büyüme arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki vardır.

**Hipotez III:** Sermaye ve Büyüme arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki vardır.

**Hipotez III:** İşgücü ve Büyüme arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki vardır.

**Hipotez III:** Toplam Faktör Verimliliği ve Büyüme arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki vardır.

## 3.1. Veri

Çalışmaya IFC (International Finance Cooperation)'nin gelişmişlik kriterlerine göre belirlenen, Avustralya, Avusturya, Belçika, Kanada, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Hong Kong, İzlanda, İrlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Kore, Lüksemburg, Hollanda, Yeni Zelanda, Norveç, Portekiz, Singapur, Slovakya, Slovenya, İsviçre, Birleşik Krallık ve Birleşmiş Milletler olmak üzere 28 ülkenin, modele konu tüm değişkenlerin temin edilebilirlik durumuna göre belirlenen; 2007-2019 dönemi ele alınarak, ihracata dayalı büyüme ve yüksek teknoloji ihracata dayalı büyüme hipotezlerinin gelişmiş ülkeler için geçerliliği sınanmıştır.

Araştırmada kullanılan verilere ait detaylar Tablo 2'de yer almaktadır.

**Tablo 2. Veri Detayları**

Kısaltma	Veri	Kaynak	Açıklama
Büyüme	GSYİH Büyüme Oranı	Dünya Bankası	%
DışAç	Dışa Açıklık	Dünya Bankası	İhracat ve İthalat Toplamı/GSYİH (%)
İhr.	İhracat	Dünya Bankası	İhracat/GSYİH (%)
YTİ	Yüksek Teknolojili İhracat	Dünya Bankası	YTİ/Toplam İhracat (%)
İşgücü	İstihdam Oranı	Dünya Bankası	%
Sermaye	Gayrisafi Sabit Sermaye Oluşumu (GSSO)	Dünya Bankası	GSSO/GSYİH(%)
TFV	Toplam Faktör Verimliliği	Penn World Table	-

## 3.2. Metodoloji

28 ülke ve 13 yıllık verilerden oluşan panel veri üzerinden gerçekleştirilecek analiz için ilk aşamada yatay kesit bağımlılığının varlığını test etmek amacıyla, Pesaran's CD (2004) testi uygulanmıştır. Test sonucunda yatay kesiti oluşturan birimler için hesaplanan hata terimleri arasında korelasyon olduğunun tespiti, ikinci nesil birim kök testlerden birisinin seçimini zorunlu kılmıştır. Pesaran'ın (2007) Yatay Kesit Genişletilmiş Dickey Fuller (CADF) testi,  $N < T$ -Birim sayısının zaman kesitinden küçük ya da  $N > T$ -büyük olduğu durumlarda da sağlıklı sonuç vermesi gerekçesiyle (Pesaran, 2007: 266-267), tercih edilmiştir. Yatay kesit bağımlılığı ya da uzamsal korelasyon; paneli oluşturan her bir birim için hesaplanan hata terimleri arasında korelasyon olduğunun ifadesidir (Tatoğlu, 2016:9). Özellikle benzer özellikler taşıyan ülke ve bölgelerle çalışırken söz konusu durumun varlığıyla karşılaşılması ihtimali yükselmektedir.

Veri setinin yapısının çok yönlü analizi, doğru model seçimi ve dolayısıyla etkin sonuç elde etme noktasında kritik önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle öncelikli olarak birim ve zaman etkilerin varlığı sınanmış ve söz konusu etkilerin varlığı tespit edildiğinden klasik modellerle ilerlenmeme kararı alınmıştır. Bir sonraki aşamada sabit etkiler ve rassal etkiler modelleri arasında seçim yapabilmek adına Hausman testi uygulanmış ve tesadüfi etkilerin geçerliliği belirlenmiştir.

Tesadüfi etkiler modelinin seçilmesi sonrasında, otokorelasyon, heteroskedastisite (değişen varyans) sınamaları gerçekleştirilmiştir. Otokorelasyon ve heteroskedastisite sorununun varlığının tespiti sebebiyle dirençli hatalar durumunda uygun olan iki ayrı tahminci olan Huber, Eicker ve White ve DriscollKraay tahmincileri kullanılarak hipotezler sınanmıştır.

## 3.3. Analiz Sonuçları

Çalışmanın metodoloji bölümünde belirtilen testlere ait sonuçlara sırasıyla aşağıda yer verilmiştir.

### Model Belirleme Test Sonuçları

Veri setinin yapısı; F testi (birim etkisi ve zaman etkisi için ayrı ayrı) ve Olabilirlik (Likelihood) testi, klasik modelin geçerli olup olamayacağını belirlemek amacıyla uygulanmıştır.

**Tablo 3. F ve Olabilirlik Testi**

Test İst.	Model 1		Model 2	
	İstatistik	Olasılık Değeri	İstatistik	Olasılık Değeri
F testi-Birim Etki	4.09	0.000		
Olabilirlik Testi	3.35	0.034		
F testi-Zaman Etki	2.42	0.0067		

**Birim Etkisi:****F testi Sonucu**

Klasik model ve sabit ya da tesadüfi etkiler modellerinden hangisinin geçerli olacağını belirlemek üzere bazı testler uygulanmıştır. İlk aşamada klasik modelin geçerliliği geçerli olup olmadığını analiz eden testlerden F testleri ve Olabilirlik testi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu testler birimler arasında ve zaman içerisinde meydana gelen farklılıklar olup olmadığını ortaya koymaktadır. Birim ve zaman etkinin varlığı durumunda klasik model seçeneği elenmekte ve ikinci aşamaya geçilmektedir. İkinci aşamada Hausman testi uygulanarak sabit ve tesadüfi etkilerden hangisinin geçerli olabileceği konusu netleştirilmektedir (Tatoğlu, 2016 :194).

Gerçekleştirilen f testi sonuçlarına göre birim etkilerin varlığı sınanmış ve birim etkilerin standart hatalarının sıfıra eşit olduğu H0 hipotezi reddedilerek birim etkilerin varlığı kabul edilmiştir. Aynı şekilde zaman etkilerin varyansının sıfıra eşit olduğu H0 hipotezi reddedilerek zaman etkilerinin varlığı da kabul edilmiş, böylelikle klasik modelin geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Hausman Testi**

Birim ve zaman etkilerin varlığı gerçekleştirilen F testi ve Olabilirlik testleri ile kabul edilmiş; söz konusu çıkarım ile klasik modelin geçerli olmadığı netleşmekle birlikte, tesadüfi etkiler ya da sabit etkiler tahmincilerinden hangisinin daha etkin sonuç vereceğine dair bilgi edinilememiştir. Bu nedenle, sabit veya tesadüfi etkiler tahmincilerinden hangisinin kullanılmasının uygun olacağı bilgisine erişmek için Hausman testi (İşleyen, 2019: 108) kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre tesadüfi etkiler modelinin kullanılmasına karar verilmiştir (Tablo 4).

**Tablo 4. Hausman Test Sonucu**

Model 1	Model 2
$\chi^2(5) = (b-B)'[(V_b - V_B)^{-1}](b-B) = 7.35$ Prob>chi2 = 0.1957 (V_b - V_B is not positive definite)	$\chi^2(6) = (b-B)'[(V_b - V_B)^{-1}](b-B) = 0.00$ Prob>chi2 = 1.0000 (V_b - V_B is not positive definite)

Hausman test sonucuna göre, model 1 ve model 2 için Ho hipotezi reddedilmiş; tesadüfi etkiler tahmincisinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

**Yatay Kesit Bağımlılığı**

Küreselleşmenin günümüzde geldiğini noktanın etkisiyle ülkelerin birisinde yaşanan sıradışı bir iktisadi gelişme, ekonomik dengede sapma, diğer ülkeleri de büyük ölçüde etkileme potansiyeline sahiptir. Panel veri ile gerçekleştirilen çalışmalarda söz konusu etki yata kesit bağımlılığı olarak ifade edilmekte ve söz konusu bağımlılığın geçerli olduğu durumların, analiz sonuçlarını etkisizleştirebileceği durumlarda, farklı yöntemlerle sorun giderilebilmektedir. Bu minvalde, çalışmaya konu ülkeler arasında bir bağımlılığın söz konusu olup olmadığını belirleyebilmek adına Pesaran's CD (2004) testi uygulanmıştır.

**Tablo 5. Yatay Kesit Bağımlılığı Sonuçları**

Test	İstatistik	P-Değeri
CD	7.216	0.0000

Tablo 5'deki sonuçlar dikkate alındığında Ho: Yatay kesit bağımlılığı yoktur hipotezi güçlü bir şekilde reddedilmektedir.

**Birim Kök Testi**

Verilerin durağan olmamaları durumunda, sahte uzun dönemli ilişkinin varlığı söz konusu olabilme ve söz konusu durum araştırma sonucunun hatalı elde edilmesine yol açmaktadır (Altun ve İşleyen, 2019: 666).

## Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı Ekonomik Büyüme İçin Bir Avantaj Sağlar Mı? Gelişmiş Ülkeler Üzerinden Ampirik Kanıtlar

Sahte uzun dönemli ilişki sorununa yol açabilecek durumu bertaraf edebilmek adına birimler arası yatay kesit bağımlılığı tespit edildiğinden ikinci nesil birim kök testlerinden Pesaran'ın (2007) Yatay Kesit Genişletilmiş Dickey Fuller (CADF) testi, birim sayısı ya da zaman serisinin birbirlerinden büyük ya da küçük olma durumlarının her ikisinde de etkin sonuç vermesi sebebiyle (Pesaran, 2007: 266-267), tercih edilmiştir. Test sonuçları Tablo 6'da belirtildiği gibidir.

**Tablo 6. CADF Birim Kök Test Sonuçları**

Değişken	Düzy		Birinci Fark		Karar
	tbar	Olasılık Değeri	t-bar	Olasılık Değeri	
Büyüme	-2.466	0.000	-3.760	0.000	Düzy
DışAç	-1.000	1.000	-2.350	0.001	1.Fark
YTI	-2.358	0.000	-3.159	0.000	Düzy
İhr.	-1.190	0.995	-2.505	0.000	1.Fark
İşgücü	-1.045	0.999	-2.417	0.000	1.Fark
Sermaye	-1.663	0.609	-2.806	0.000	1.Fark
TFV	-1.485	0.871	-2.800	0.000	1. Fark

Not : \*\*\* % 1, \*\* %5 ve \* %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

### Heteroskedasite ve Otokorelasyon Test Sonuçları

Kullanılacak modelin tesadüfi etkiler olarak belirlenmesinden sonra, en etkin sonuç verecek tahmincinin belirlenebilmesi adına, heteroskedastisite ve otokorelasyon sorunlarının varlığı test edilmiştir. Söz konusu sorunların varlığı durumunda regresyon sonucu istatistiksel olarak anlamlı olarak elde edilse dahi yanıltıcı bir sonuç elde edilmiş olması ihtimali yüksektir ve en etkin sonuçları elde edebilmek adına bu sorunların düzeltilmesi gerekmektedir (Güriş vd., 2013: 199). Bahsi geçen sorunlardan; heteroskedastisite her bir gözlemin varyansının değişken olmasını, otokorelasyon ise hata terimleri arasındaki ilişki anlamına gelmektedir (Güriş vs., 2013: 199, 255, 292). Bu durum büyük veri setleri ile çalışıldığında tutarsızlığa neden olmamakla birlikte, güven aralıklarının, R<sup>2</sup>'nin, t,F istatistiklerinin ve standart hatanın geçerliliğini ve modelin etkinliğini etkilemektedir. Bu gibi durumlarda modelin etkinliğini artırabilmek için dirençli hatalar için uygun tahminçiler ile analiz gerçekleştirilmelidir (Tatoğlu, 2016: 252).

Gerçekleştirilen test sonucunda, dirençli test istatistiklerinden w0, W50 ve W10'a göre sabit varyansı ifade eden H0 hipotezi reddedilmekte ve her iki model için de heteroskedasitenin varlığı kabul edilmektedir (Tablo 7).

H0:  $\sigma(i)^2 = \sigma^2$  for all i  $\chi^2(28) = 7123.02$  Prob> $\chi^2 = 0.0000$

**Tablo 7. Levene, Brown ve Forsythe'nin Heteroskedasite Sınaması**

	Model 1	Model 2
W0	6,436 (0.000)	6,436 (0.000)
W50	4.812 (0.000)	4.812 (0.000)
W10	5.990 (0.000)	5.990 (0.000)

### Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin Watson ve Baltagi Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Otokorelasyon Test Sonucu

Otokorelasyon sınaması sonucunda, DW ve LBI değeri 2'den küçük olduğu için H0 hipotezi reddedilmiş ve otokorelasyonun varlığı kabul edilmiştir (Tablo 8).

**Tablo 8. Otokorelasyon Test Sonucu**

	Model 1	Model 2
Durbin Watson	1.542	1.667
Baltagi Wu	1.692	1.835

### HuberEicker ve White & DriscollKraay Sonuçları

Değişen varyans ve otokorelasyonun varlığı durumunda en yaygın olarak kullanılan dirençli tahmincilerden varlığı durumunda dirençli tahmincilerden Huber, Eicker ve White (White (1980), Eicker (1967), Huber (1967)) ve DriskollKraay'ın (Driscoll&Kraay, 1995, 1998) tesadüfi etkiler dirençli tahmincileri kullanılarak, Model I ve Model II'ye ait sonuçlar karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir (Tablo 9).

**Tablo 9. HuberEicker ve White & DriscollKraay Sonuçları**

Değişken	Model 1 Katsayı	Model 1 HuberEicker ve White (t,P)	Model 1 DriscollKraay (z,P)	Model 2 Katsayı	Model 2 HuberEicker ve White (t,P)	Model 2 DriscollKraay (z,P)
dİhr	1.71446	4.13 (0.000)	7.90 (0.000)	1.51202	4.24 (0.000)	9.00 (0.000)
YTİ	.041882	2.31 (0.021)	2.21 (0.049)	.041844	1.78 (0.075)	2.44 (0.033)
DışAç	- .825833	-4.01 (0.000)	-7.15 (0.000)	- .727778	-4.02 (0.000)	-8.27 (0.000)
dSermaye	1.01111	8.63 (0.000)	10.15 (0.000)	.386554	1.98 (0.048)	2.80 (0.017)
dİşgücü	1.10679	5.35 (0.000)	15.58 (0.000)	1.01723	4.89 (0.000)	15.00 (0.000)
dTFV	yok	yok	yok	60.6828	5.08 (0.000)	5.21 (0.000)
Sabit	.82326	1.91 (0.056)	1.47 (0.170)	.83163	1.82 (0.069)	1.72 (0.113)
Gözlem		336	336		336	336
Wald chi2		486.72	1153.63		896.05	2815.00
Prob>F		0.000	0.000		0.000	0.000
Ülke Sayısı		28	28		28	28
R-sqoverall		0.5784	0.5784		0.6702	0.6702
Sigma_u		.869896	.869896		.801068	.801068
Sigma_e		1.72036	1.72036		1.50132	1.50132
RHO		.203619	.203619		.221610	.221610

Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre; TFV verimliliğinin dahil edilmediği model I ve dahil edildiği model II için hem HuberEicker ve White hem de DriscollKraay tahmincileri sonuçları istatistiki olarak anlamlı ve tutarlıdır. Öncelikli olarak ihracata dayalı büyüme hipotezinin her iki tahminci sonuçlarına göre gelişmiş ülkeler için geçerli olduğu görülmektedir: HuberEicker ve White tahmincisi sonuçlarına göre ihracat düzeyinde meydana gelen %1 oranındaki bir artış büyüme üzerinde %1.71 oranında, DriskollKraay tahmincisine göre ise %1.51 oranında artışa sebebiyet vermektedir.

Araştırmanın ana amacını oluşturan yüksek teknoloji ürün ihracatına dayalı büyüme hipotezinin gelişmiş ülkeler için geçerli olup olmadığı sorusunun yanıtı olarak elde edilen sonuçlar, HuberEicker ve White tahmincisi sonuçlarına göre Model I ve II için % 95, DriscollKraay tahmincisine göre ise Model I için % 90 güven aralığına göre, Model II için ise %95 güven aralığına göre, yüksek teknoloji ürün ihracatının büyüme üzerinde pozitif bir etki yarattığı şeklindedir. Elde edilen sonuçlara göre yüksek teknoloji ihracat düzeyinde meydana gelen %1 oranında artış, büyüme oranını %0.42 oranında artırmaktadır.

Modelin diğer değişkenleri olan sermaye, işgücü ve toplam faktör verimliliğinin büyüme üzerinde pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir etkisinin olduğu, bununla birlikte dışa açıklığın büyüme üzerinde negatif ve istatistiki olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir.

### 4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Dijital teknolojilerin yaygınlaştığı, üretim süreçlerinde yoğun bilgi ve teknik kapasitenin arandığı, etkin ve verimli, zaman ve maliyet avantajlı yöntemlerin öne çıktığı günümüz dünya ekonomilerinde, dış ticari ilişkilerde avantajlı konuma kavuşma ve rekabetçi bir güce ulaşmanın anahtarı yüksek teknoloji üretiminde görülmektedir. Yüksek teknolojiye sahip endüstrilerin hızlı ve süreklilik arz eden bir büyüme avantajına sahip



olması, yoğun bilgi ve teknolojik kapasite gerektirmesi, bu endüstriler için doğal bir giriş engeli oluşturmasına yardımcı olmakta ve ticari açıdan rekabet avantajı yaratmaktadır. Hükümetlerin yüksek teknoloji üretimi teşvik edici uyguladığı programlar da iktisadi büyümeye olumlu yönde etki etmektedir. Yüksek teknoloji ürünlerin üretimine odaklanmış endüstrilerin yeni teknolojileri sürekli bir şekilde takip etme gerekliliği de yeni teknoloji yatırımlarının gerçekleştirilmesine, üretim ve istihdam artışı ile ekonomik büyümeye olumlu tesir etmektedir.

Bu çalışmada özellikle birikim-tasarruf süreçlerini başarılı bir şekilde devam ettiren, sermaye birikimi güçlü gelişmiş ülkelerin, söz konusu tasarruflarını yüksek teknoloji ürünlerin üretimi ve bunların ticareti kanalıyla, ekonomik büyüme performanslarına yansıtıp yansıtamadığı sorusuna cevap aranmıştır.

Yapılan ekonometrik analiz Avustralya, Avusturya, Belçika, Kanada, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Hong Kong, İzlanda, İrlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Kore, Lüksemburg, Hollanda, Yeni Zelanda, Norveç, Portekiz, Singapur, Slovakya, Slovenya, İsviçre, Birleşik Krallık ve Birleşmiş Milletler olmak üzere 28 ülkenin, 2007-2019 dönemi verileri üzerinden gerçekleştirilmiştir. İhracata dayalı büyüme hipotezinin gelişmiş ülkeler için geçerli olduğu görülmektedir. HuberEicker ve White tahmincisi sonuçlarına göre ihracat düzeyinde meydana gelen %1 oranındaki bir artış büyüme üzerinde %1.71 oranında, DriskollKraay tahmincisine göre ise %1.51 oranında artışa neden olmaktadır. Yüksek teknoloji ürün ihracatına dayalı büyüme hipotezinin gelişmiş ülkeler için geçerli olup olmadığı sorusunun yanıtı olarak elde edilen sonuçlar ise yüksek teknoloji ürün ihracatının büyüme üzerinde pozitif bir etki yarattığı şeklindedir. Elde edilen sonuçlara göre yüksek teknoloji ihracat düzeyinde meydana gelen %1 oranında artış, büyüme oranını %0.42 oranında artırmaktadır.

### KAYNAKÇA

- AKYOL, M. ve DEMEZ, S. (2020). İnovasyonun Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı Üzerindeki Etkisi: Yeni Endüstrileşen Ülkeler İçin Panel Veri Analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15 (57), 56-62. DOI: 10.19168/jyasar.568712
- ALTUN Y. ve İŞLEYEN Ş. (2019). Türkiye’de iktisadi büyüme ile sanayi sektöründe istihdam arasındaki ilişkinin ardl sınır testi yaklaşımı ile ekonometrik analizi: 1991-2017. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 17, 657-676.
- CUARESMA, J. C., and WÖRZ, J. (2005). On export composition and growth. *Review of World Economics*, 141(1), 33-49.
- DERYA, H. (2021). Kurumsal İktisadın Katkıları Üzerine Değerlendirme. In *Kurumsal İktisat: Kurallar ve Kurumların İktisadi Gelişme Açısından Önemi* (pp. 99–121). Astana Yayınları.
- DRİSCOLL, J. and KRAAY, A. (1995), Spatial Correlations in Panel Data, The World Bank Policy Research Department, Policy Research Working Paper, No: 1553.
- DRİSCOLL, J. and KRAAY, A. (1998). Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependent Data, *Review of Economics and Statistics*, 80, 549-560.
- DUNUSINGHE, P. (2009). On Export Composition and Growth Evidence from Sri Lanka. *South Asia Economic Journal*, 10 (2), 275-304
- DURA, Y. C. and GÜLER, C. (2022). The Relationship of Technological Change With Economic Growth From the Perspective of Institutional Economics. In *Technological Development and Impact on Economic and Environmental Sustainability* (pp. 143-153). IGI Global.
- EİCKER, F (1967). Limit theorems for regressions with unequal and dependent errors. In Lucien M. Le Cam and Jerzy Neyman, editors, *Proceedings of the Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability*, volume 1, pages 59–82, Berkeley, CA, 1967. University of California Press.
- ERDİL, E., TÜRKCAN, B. and YETKİNER, H. (2009). Does Information and Communication Technologies Sustain Economic Growth, The Underdeveloped and Developing Countries Case”, *Science and Technology Policies Research Center Working Paper Series*, Paper No. 09/03: 1-16.
- ERKİŞİ, K. and BOĞA, S. (2019). High-Technology Products Export and Economic Growth: A Panel Data Analysis for Eu-15 Countries, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18): 669-683.

- FALK M., (2009). High-tech exports and economic growth in industrialized countries. *Applied Economics Letters*, 16(10): 1025-1028.
- FOTROS, M. and AHMADVAND, N. (2017). Impact of Import and Export of High Technology Industries on Economic Growth of Iran. *Quarterly Journal of Quantitative Economics*, 14(2), 1-24. doi: 10.22055/jqe.2017.21355.1593
- GÖÇER, İ. (2013). Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı, Dış Ticaret Dengesi ve Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri, *Maliye Dergisi*, 165: 215-240.
- GRANCA Y, M., GRANCA Y, N. and DUDAS T. (2015). What You Export Matters: Does it Really?, *Contemporary Economics*, Vol. 9, No. 2, 233-244
- GÜRİŞ, S., ÇAĞLAYAN, E., ve BURAK, G. (2011). Eviews ile Temel Ekonometri. D&R Yayınları
- HO, Y. (2007). Contribution of High-Technology Industry to Regional Economic Growth at Different Positions in the Distribution of a Region's Size, *International Review of Public Administration*, Vol. 12 (1), pp. 41-50.
- HUBER, P.J. (1967). The behavior of maximum likelihood estimates under nonstandard conditions. *Proceedings of the Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability*. (1): 221-233, Berkeley, CA, 1967. University of California Press.
- ISLEYEN, S. (2019). Investigation with panel data analysis of the effect on economic growth of employment in agriculture and industrial sector: example of some OECD countries (1993- 2017). *Journal of Economics, Finance and Accounting (JEFA)*, V.6(2), 102-114.
- JARREAU, J. and PONCET S. (2012). Export sophistication and economic growth: Evidence from China, *Journal of Development Economics*, 97 (2), 281-292
- KILAVUZ, E. and TOPÇU, A. (2012). Export and Economic Growth in the Case of the Manufacturing Industry: Panel Data Analysis of Developing Countries, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2(2): 201-215.
- KOH, R. K. and MAH, J.S. (2013). The Effect of Export Composition on Economic Growth: The Case of Korea, *The Journal of Developing Areas*, 47, 171-179.
- LANDESMANN M. and M. PFAFFERMAYR (1997). Technological Competition and Trade Performance, *Applied Economics*, 29(2): 179-196.
- LEE, J. (2011). Export specialization and economic growth around the world. *Economic Systems*, 35(1), 45-63.
- LEE, J. and HONG, K. (2010). Economic Growth in Asia: Determinants and Prospects, *Asian Development Bank Economics Working Paper Series*, Manila, No. 220.
- ÖZER, M. ve ÇİFTÇİ, N. (2009). Ar-Ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analiz, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23: 39-49.
- PESARAN H.M., SMİTH R. and IM K.S. (1995). Dynamic linear models for heterogeneous panels. *Working Papers in Economics 9503*, Faculty of Economics, University of Cambridge.
- PESARAN, H. M. (2004), General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Discussion Paper*, No. 1240 August, p. 5. <https://doi.org/10.17863/CAM.5113>
- PESARAN, H. M. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22 (2), 265-312.
- RUTHERFORD, M. (2001). Association Institutional Economics: Then and Now. *The Journal of Economic Perspectives*, 15(3), 173-194.
- SATROVIC, E. (2018). Economic Output and High-Technology Export: Panel Causality Analysis, *International Journal of Economic Studies*, 4(3): 55-63.
- SOLOW, R. M. (1957). Technical Change and Aggregate Production Function. *The Review of Economics and Statistics*, 39(3), 312-320.
- SPULBER, D. (2007). *Global competitive Strategy*. Cambridge University Press.

- SUN, P. and HESHMATI, A. (2010). International Trade and its Effects on Economic Growth in China. IZA Discussion Paper No. 5151, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1667775> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1667775>
- ŞEKER, A. (2019). Teknolojik Gelişme ve Yüksek Teknoloji İhracatının Ekonomik Karmaşıklık Endeksi Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26 (2), 377-395 . DOI: 10.18657/yonveek.581397
- ŞAHİN, L. and ŞAHİN D. K. (2021). The Relationship Between High-Tech Export and Economic Growth: A Panel Data Approach for Selected Countries, *Gaziantep University Journal of Social Sciences* 20(1): 22-31
- ŞEKER, A. ve ÖZCAN, S. (2019). Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Dergisi* 6(3): 865-884
- TATOĞLU, F. Y. (2016). Panel veri ekonometrisi . İstanbul: Beta.
- TATOĞLU, F. Y. (2018). Panel zaman serileri analizi. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- TELATAR, O. M., DEĞER, M. K. ve DOĞANAY, M. A. (2016). Teknoloji yoğunluklu ürün ihracatının ekonomik büyümeye etkisi: Türkiye örneği (1996: Q1-2015: Q3), *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(4): 921-934.
- USMAN, M. (2017). Impact of High-Tech Exports on Economic Growth: Empirical Evidence from Pakistan, *Journal on Innovation and Sustainability*, Vol. 8 (1), pp. 91-105.
- USTABAŞ, A. and ERSİN, Ö.Ö. (2016). The Effects of R&D and High Technology Exports on Economic Growth: A Comparative Cointegration Analysis for Turkey and South Korea, *Proceedings from International Conference on Eurasian Economies*: 44-55,
- WHITE, H. (1980) A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. *Econometrica*, 48(4):817–838.
- World Bank (2022). <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.MF.ZS>
- YOO, S.H. (2008). High-Technology Exports and Economic Output: An Empirical Investigation, *Applied Economics Letters*, Vol. 15, pp. 523-525.