

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
AKŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU
SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Cilt 2•Yıl:6•Sayı 6•ISSN 1309-6729•Ocak 2015 (Basım Tarihi 31/12/2015)

Sahibi

Selçuk Üniversitesi
Akşehir Meslek Yüksekokulu Adına
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN

Editör

Öğr. Gör. Habip Mehmet SEVGİ

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU & Prof. Dr. Muammer ZERENLER
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN & Yrd. Doç. Dr. Kadir ÖZTAŞ
Yrd. Doç. Dr. Alper Tunga ALKAN & Yrd. Doç. Dr. Emine ARSLAN

Yazışma Adresi

Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Dergisi Editörlüğü
Kozagaç Mevkii 42550 – Akşehir – Konya
Telefon: 0 332 814 01 11
E-mail: aksehirdergi@selcuk.edu.tr
<http://aksehirdergi.selcuk.edu.tr>

Dergide yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

Makale yazım kurallarını internet adresimizden öğrenebilirsiniz.

HAKEMLER

- Prof. Dr. Abdülkadir BULUŞ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Adem ESEN, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
Prof. Dr. Adem ÖĞÜT, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ACAR, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ALAGÖZ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ŞAHİN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet AY, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet YATKIN, Fırat Üniversitesi
Prof. Dr. Aşır GENÇ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Birol AKGÜN, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN, KTO Karatay Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan UYSAL, Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Gülise GÖKÇE, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza ATEŞ, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Hüseyin BAYRAKLI, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Kürşat GÜLEŞ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. M. Akif ÇUKURÇAYIR, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut TEKİN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Meryem Akoğlu KOZAK, Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mikail ALTAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer ZERENLER, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Naim Ata ATABEY, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan ÇOBAN, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Orhan GÖKÇE, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Osman OKKA, KTO Karatay Üniversitesi
Prof. Dr. Önder KUTLU, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Rıfat IRAZ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman KARAÇOR, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Tahir AKGEMİCİ, Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep KARAÇOR, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Adnan KALKAN, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet ERDOĞAN, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Atilla KARAHAN, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Aykut BEDÜK, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Baki YILMAZ, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Ceyhan Çağlar KILINÇ, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Çetin BEKTAŞ, Erzincan Üniversitesi
Doç. Dr. H. Tuğba EROĞLU, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. H. Serdar ÖGE, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Haldun SOYDAL, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Haluk DUMAN, Aksaray Üniversitesi
Doç. Dr. Haluk TANRIVERDİ, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail SEVİNÇ, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Kerim GÜNDOĞDU, Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Melek Acar BOYACIOĞLU, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Mete SEZGİN, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Murat ÇEMREK, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Murat ÇETINKAYA, Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa SEMİZ, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Metin AKSOY, Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAYA, Harran Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Alper ATEŞ, Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Alper Tunga ALKAN, Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Emine ARSLAN, Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Erdal BAYRAKÇI, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR, Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İbrahim Emre GÖKTÜRK, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Kadir ÖZTAŞ, Selçuk Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mustafa METE, İstanbul Aydın Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN, Selçuk Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

<i>Şebnem ASLAN Demet AKARÇAY ULUTAŞ Şerife GÜZEL Seda UYAR</i>	SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA ÖĞRENEN KÜLTÜR, BİLGİ YÖNETİM TATMİNİ VE GÖREV ÇEŞİTLİLİĞİ 1
<i>Ömer AKKAYA</i>	TOPLAM KALİTE YÖNETİMİNİN YENİLİK UYGULAMALARI ÜZERİNE ETKİSİ 13
<i>Ahmet KAYA</i>	BİLGİ SİSTEMLERİNDE MODEL, VERİ VE İNSAN KAYNAKLI RİSKLER 21
<i>Mustafa ATSAN</i>	KURUMSAL İMAJ YÖNETİMİ'NİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ31
<i>Şebnem ASLAN Demet AKARÇAY ULUTAŞ Şerife GÜZEL Seda UYAR</i>	TÜRKİYE'DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ 37
<i>Mustafa ATSAN</i>	SAĞLIK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ VE ETKİNLİĞİ 47
<i>Fatih KALECİ</i>	MATEMATİK ÖĞRETMENLERİNİN EPİSTEMOLOJİK İNANÇLARI İLE MATEMATİK VE MATEMATİK EĞİTİMİ DEĞERLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ 55
<i>Zührem ERGÜN Muammer ZERENLER</i>	ALGILANAN HİZMET KALİTESİNİN KURUMSAL İTİBARA ETKİLERİ: KONYA İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN HASTANELERDE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA 65
<i>Huriye İrem KALAYCI KIRLIOĞLU Özlem KARAKUŞ</i>	TÜRKİYE'DE ZİHİNSEL ENGELLİLER ÖZELİNDE ENGELLİ BİREYLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUN ALANLARI 77
<i>Habip Mehmet SEVGİ Soykan UYSAL</i>	YETİŞKİN ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA ETKİLEŞİMLİ UZAKTAN MATEMATİK EĞİTİMİ HAKKINDAKİ DÜŞÜNCELERİ: BİR DURUM ÇALIŞMASI 87
Dergi Yazım Kuralları	 99

SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA ÖĞRENEN KÜLTÜR, BİLGİ YÖNETİM TATMİNİ VE GÖREV ÇEŞİTLİLİĞİ¹

Doç. Dr. Şebnem ASLAN*

Öğr. Gör. Demet AKARÇAY**

Arş. Gör. Şerife GÜZEL***

Arş. Gör. Seda UYAR****

ÖZET

Çalışmada sağlık sektöründe öğrenen kültür ve bilgi yönetim memnuniyet ilişkisi araştırılmıştır. Bu çalışmada ayrıca sağlık çalışanlarının görev çeşitliliği hakkındaki görüşleri araştırılmıştır.

Araştırma Türkiye'nin Konya ilinde 4 büyük hastanede 290 sağlık çalışanıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Wood'un (2005) Bilgi yönetim tatmini ölçeği "Knowledge management satisfaction scale", ana kaynağını Daft ve Macintosh'un (1981) oluşturduğu Wood'un (2005) çalışmasından alınan görev çeşitliliği ölçeği "task variety scale" ve ana kaynağını Marsick ve Watkins (2003) çalışmasından alınan Wood'un (2005) Öğrenen kültür "Learning Culture" ölçeklerinden yararlanılmıştır.

Araştırmanın sonucunda sağlık çalışanlarında öğrenen kültür, bilgi yönetim memnuniyetini pozitif yönde etkilemektedir. Sağlık çalışanları meslekleriyle ilgili işlerinin rutin iş olmadığı yönünde görüş bildirmişlerdir.

Anahtar kelimeler: Bilgi Yönetim Tatmini, İş Çeşitliliği, Öğrenen Kültür ve Sağlık Yönetimi

LEARNING CULTURE, KNOWLEDGE MANAGEMENT SATISFACTION AND TASK VARIETY AMONG THE HEALTHCARE EMPLOYEES

ABSTRACT

The relationship between learning culture and knowledge management satisfaction, and also the viewpoints of health employees about task variety were investigated within the study.

The study was conducted among 290 health employees in four large scaled hospitals in the province of Konya in Turkey. "Knowledge Management Satisfaction Scale" of Wood (2005), "Task Variety Scale" of Daft and Macintosh (1981) that was obtained from the study of Wood (2005) and "Learning Culture Scale" of Marsick and Watkins (2003) that was obtained from the study of Wood (2005) were used within the study.

As a result of the study, learning culture has a positive impact on knowledge management satisfaction among health employees. Furthermore, health employees express toward having not a routine job.

Keywords: Knowledge Management Satisfaction, Task Variety, Learning Culture and Healthcare Management

¹ Bu çalışma 8-9 Ekim 2015 tarihinde Marmara Üniversitesinde, 9. Ulusal Sağlık ve Hastane Yönetimi Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

* Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağ. Kur. Yön. Org. ABD, sebnemas@hotmail.com, sebnemas@gmail.com, sebnemaslan@selcuk.edu.tr

** KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, demetakarcay@gmail.com

*** Selçuk Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağ. Kur. Yön. Org. ABD, serife_eren.89@hotmail.com

**** Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağ. Kur. Yön. Org. ABD, seda_inan@outlook.com

GİRİŞ

İnsanoğlu dünyada var olduğundan bu yana günlük yaşantısını sürdürebilmek için kendisine yardımcı olacak her türlü veriyi derlemiş ve bilgiye dönüştürmüştür. Bilgi gereksinimi ve kullanımı eski tarihlere kadar dayanmaktadır (Esgin, 2015: 1). Günümüz küreselleşme dünyasında bilgi bir güç olarak kendini göstermektedir (Moore ve Benbasat, 1991: 194).

Teknolojinin sağlamış olduğu yenilikle bilgiye erişim eskiye nazaran kolay olsa da önemli olan elde edilen bilgiyi ihtiyaç doğrultusunda kullanabilmektir (Moon ve Bretschneider, 2002: 193). Örgütler bilginin sağladığı olanaklardan yararlanabildikleri ölçüde ve yenilik getirebilecek bilgileri ayıklayabildikleri sürece yaşamlarını idame ettirebileceklerdir (Yalçınkaya, 2011: 1).

Sağlık kurumları ise bilgi temeline dayanan bir sektör olduğundan, sağlık hizmetleri faaliyetleri ile ilgili işlemlerin her aşamasında gereksinim duyulan bilgiyi sağlayacak bir bilgi sisteminin varlığı kaçınılmaz hale gelmiştir. Karar verme süreçlerini kolaylaştıran bilgi yönetimi (Carneiro, 2000) insan merkezli değerlerin yönetilmesi için gerekli taktikler ve stratejiler ile ilişki eylemler olarak tanımlanmaktadır (Brooking, 1997). Bilgi yönetimi, zihinsel sermayeyi kontrol edilebilir bir değer olarak ele alan önemli bir yönetim alanı olarak da ifade edilmektedir (Odabaş, 2003: 10).

Bilgi toplumunun bir gereği olarak toplum üyeleri öğrenmeyi öğrenmek durumundadır. Değişime uyum ve değişimi yönetebilmek için her örgütte olduğu gibi sağlık kurumları da örgütsel öğrenme ve öğrenen örgüt olmak zorundadır. Öğrenen kültür kavramının esası, tüm organizasyon çalışanlarının çevrelerinden, geçmiş deneyimlerinden ve araştırma yolu ile yeni fikirler üretmeleri, yeni iş yapma usulleri ve yeni ürünler geliştirerek organizasyonun rekabet gücünü artırmalarına dayanmaktadır (Koçel, 2014: 357).

Öğrenen kültüre sahip bir yapı olabilmek, yenilikleri hızlı bir şekilde fark edip uygulamayı, eğitime önem vermeyi ve sürekli bir öğrenme dinamiği içinde olmayı gerektirmektedir (Vural ve Sohodol, 2011: 319). Sağlık kurumlarında öğrenme daha dinamik bir durumdur. Zira sağlık kurumlarının kendi içerisinde görev çeşitliliğini görmek mümkündür. Görev çeşitliliği kavramı, çalışanın her zaman aynı işte kalmayarak farklı işlere yönlendirilmesi olarak ele alınmaktadır (Staats ve Gino, 2011: 2-5).

Bu çalışma, sağlık sektöründeki öğrenen kültür ve bilgi yönetim memnuniyet ilişkisinin araştırılması amacıyla geliştirilmiş ve sağlık çalışanlarının görev çeşitliliği hakkındaki görüşleri araştırılmıştır. Bu kapsamda öğrenen kültür ortamının varlığı önemli bir değişkendir.

Öğrenen Kültür

1900'lerin başında sosyal etkililik hareketiyle birlikte bilimin sektörleşme ve bölgeselleşmeden gelen sorunları çözmekle uğraşması gerektiğine inanılmaya başlanmıştır (Shepard, 2000: 4). Bu bakış açısıyla bilimin örgütsel işlerlikte de yansımaları değişmeye başlamıştır. Örgütler artık mevcut durumlarını teşhis ederek değişim için rehber oluşturmaya, kendilerini diğer kurumlarla kıyaslayarak örgütsel öğrenme ve performans çıktıları arasındaki bağı geliştirmeye çalışmaktadırlar. Bu bakış açısıyla devam eden örgütleri inceleyen araştırmalar da öğrenen kültür kavramını literatüre katmışlardır (Marsick ve Watkins, 2003: 132).

Öğrenen örgüt, çağın gerektirdiği örgüt olarak varsayılmaktadır (Kofman ve Senge, 1993: 5). Öğrenen organizasyonlar, değişen çevre içerisinde kendini sürekli yenileme amacıyla güçlendirilmiş personel ve teknoloji yanında gelişmiş öğrenmeyi de kullanarak başarı elde edebilen organizasyonlardır (Marquardt, 1996: 2). Öğrenen örgütler, öğrenmenin temel bir değer ve doğal bir süreç haline geldiği örgütlerdir (Çalık, 2003: 116). Bu organizasyonlar örgüt içerisinde çalışanlarının gelişmesine fırsat tanıyan bir atmosfer yaratarak sürekli bir dönüşümü hedef almaktadırlar (Dikmen, 1999: 63).

Örgütlerde öğrenen kültür, bir örgütün işlerliği hakkında normlar ve değerler bütünü olarak tanımlanmakta ve kavramsallaşmaktadır. Bu öğrenme süreci ise bilginin elde edilmesi, yorumlanması ve davranışsal ve bilişsel değişimlerde kullanılması şeklinde görülen sistematik bir yapıyı oluşturmaktadır (Şkerlavaj, Štemberger, Škrinjar ve Dimovski, 2007: 346). Örgütsel seviyede öğrenme uzun vadede bilgiyi elde tutan ve sürekli dönüşümü gerçekleştiren kolektif bir öğrenme sürecidir (Watkins ve Golembiewski, 1995: 88). Ayrıca bilgiyi ortaya çıkaran, paylaşan ve öğrenme sürecini sürdürebilen yapılar öğrenen örgüt olarak ifade edilmektedir (Garvin, 1993: 80-82). Bireysel öğrenme kapasitelerinin sınırlı ve yetersiz kaldığı günümüzde örgütlerin daha başarılı olmaları ancak rakiplerinden daha hızlı şekilde öğrenmelerine bağlı olmaktadır (Senge, 2009).

Örgütsel öğrenmenin düzeyinin belirleyicisi, örgütün maddi manevi değerlerinden oluşan ve örgüt kültürü olarak tanımlanan davranışlardır. Yani rekabetin keskin gücü olan bilginin ortaya çıkması örgütün sahip olduğu değerlere bağlı olmaktadır (Akdemir ve Çukacı, 2010: 1174). Örgüt kültürü, örgüt üyelerinin kendilerini ve davranışlarını yorumlayıp değerlendirdiği normlar, değerler veya kurallar biçiminde ortaya çıkmaktadır (Khatri, 1999: 518). Alas ve Vadi (2003),

öğrenmenin kişilerin sosyal etkinliklere katılımıyla gerçekleştiğini belirtmekte ve ortak bir havuz haline getirilen bu öğrenme süreci de kişilere ortak bir kimlik kazandıran kültürün oluşturulmasını sağlamaktadır (Gizir,2008,190).

Örgüt kültürü, örgütün tutum ve değerlerinden oluşan çalışanların davranışlarını yönlendiren ve örgütü oluşturan en önemli unsur olduğu için örgütsel öğrenmenin düzeyini de etkilemektedir (Akdemir ve Çukacı, 2010: 1191). Öğrenmeyi amaç edinmiş öğrenen kültür bilginin keşfinin, ulaşımının ve paylaşımının desteklediği bir ortam anlamına gelmektedir. Yani öğrenme örgütsel yaşamın her alanında kendisini göstermektedir (Shaw, 2005: 49). Güçlü bir öğrenme fenomeni olarak tanımlanan öğrenen kültür, değişimin amansız hızına karşı örgüte ve çalışanlara sınırsız yetenekler kazandırmakta, sınırlı alanlarda eylem özgürlüğü sağlamakta ve elde edilen bilgileri kurumlaştırmaktadır (Thomas ve Brown, 2011: 17-18).

Öğrenen kültür yapısında, örgüt içinde bilgi akışının sağlanması önemli bir noktayı oluşturmaktadır. Bunun yanında, örgütün öğrenen kültür yapısı ve çevresi öğrenme ile ilişkili fonksiyonların türünü ve sayısını, çalışanların iş memnuniyetini ve iş yerinde bilginin paylaşımını noktasında motivasyonlarını etkileyebilmektedir (Egan, Yang ve Bartlett, 2004: 280). Ayrıca, örgütlerde öğrenen kültür ile öğrenmenin paylaşılması iklimini tahmin edilebilmekte ve örgütsel yenilikçilik faaliyetleri açıklanabilmektedir (Bates ve Khasawneh, 2005: 96). Örgütsel öğrenme ve bilgi yönetimi arasında gösterilen kesişim noktası öğrenmenin artan biçimde bir bilgi işleme süreci olarak tanımlanmasına dayanmaktadır (Kapu, 2008: 87).

Bilgi Yönetim Tatmini

Bilgi kavramı, Latince ‘information’ kökünden gelmiş olup, şekillendirme, biçim verme, bilgi veya haber verme eylemi olarak ifade edilmektedir (Balay, 2004: 66). Kautz ve Thaysen’e (2001) göre ise bilgi:“insanlarda, kitaplarda ya da bir bilgisayarın içinde saklanmış olabilir”. Bilgi, öznel bir oluşumdur; bir kişiden diğerine doğrudan doğruya transfer olunamaz veya iletilemez; ama ilk enformasyona dönüştürülebilir. Enformasyon ise, bilginin iletilebilir ve kaydedilebilir şeklini oluşturmaktadır (Kautz ve Thaysen, 2001: 350)

Bilişim ve iletişim teknolojilerinin gelişimi, küreselleşmenin etkileri, kurumsal ve toplumsal boyutta kaçınılmaz bir dönüşüme yol açmıştır. Bu dönüşüm günümüzde “enformatik devrim”, “bilgi toplumu” olarak nitelendirilmektedir. Bilişim teknolojileri sayesinde yaşanan değişim, dinamik bir sürecin varlığını ortaya koymaktadır (Yıldırım, 2004: 49).

Bilgi toplumu kavramı 20. yy’ın ikinci yarısından bu yana sıklıkla kullanılmaktadır. Bazı düşünürlere göre bilgi teknolojisindeki gelişmelerin doğal sonucu olarak ABD, Japonya ve Batı Avrupa ülkelerinde sanayi toplumu aşamasından bilgi toplumu aşamasına geçilmektedir. Geleneksel ağır sanayinin yerini de bilgi teknolojisi almaktadır (Çelik: 1998: 54).

Bilgiden yararlanılmadığı sürece tek başına önemli bir değer yaratmamaktadır. Örgüt mensupları arasında bilginin paylaşımı, bilgiden faydalanmanın değerini de artırmaktadır (Göksel ve Ark., 2010: 89) Bilgi paylaşımı, çalışanların işleri ile ilgili sahip oldukları tecrübelerini işletmedeki bireyler, gruplar ve paydaşlar ile (Kim ve Lee, 2006: 375) gönüllü olarak paylaşmalarıdır.

Bilgi paylaşımı, her örgütte farklı seviyelerde farklı şekillerle gerçekleşmektedir. Bilginin örgüt içi paylaşımında, politikalar ve stratejilerin yanı sıra çalışanların tutum ve davranışları belirleyici olduğu görülmektedir (Yeniçeri, 2007: 222). Kurumların sürekliliği için hangi bilginin, nasıl, niçin, ne zaman ve ne kadar paylaşılacağı son derece önemlidir. Bilgiye sahip olmanın çok ayrıcalıklı bir güce sahip olma anlamı taşıması nedeniyle paylaşımının da bu gücün yitirilmesi veya artırılmasına neden olacağı düşünülmektedir (Köseoğlu ve diğerleri, 2011: 220).

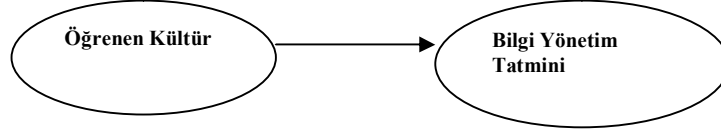
Örgütlerde iki tip bilgi olduğuna dikkat çekmektedir. Bunlar, açık ve örtülü bilgidir. Açık bilgi, biçimsel ve sistematik olarak toplanabilen, açık bir şekilde ifade edilebilen bilgidir. Örtülü bilgi ise eyleme, tecrübeye, fıkre ve belirli bir duruma gömülmüş bilgidir (Nokata, 1994: 16).

Bilgi yönetimi terimi “doğru karar vermek için doğru formda, doğru kişiye, doğru maliyetle, doğru zamanda, doğru yerde, doğru bilgiyi sağlamak” olarak tanımlanmaktadır (Woodman, 1985: 97). Bilgi yönetimi, bireysel ve kurumsal bilgi kaynaklarını etkili bir biçimde örgütleyen, bu kaynakları en üst düzeyde örgüte katan ve örgütün amaçlarına ulaşması için her türlü bilgi kaynağını örgütle bütünleştiren bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır (Odabaş, 2008: 184) Bilgi yönetimi, örgütlerin rekabet güçlerini artırmak ve sürdürmek için bilginin etkin bir biçimde tanımlanması, elde edilmesi ve kullanılmasını amaçlayan strateji veya süreçler olarak da tanımlanmaktadır (Çakar ve Yıldız, 2010: 73).

Bilgi yönetimi tatmini ise, gerek örgüt çalışanlarının gerek liderin sahip oldukları bilgiyi ya da bilgi sistemini maksimum seviyede kullanmış olmaları şeklinde tanımlanmaktadır (Janz ve Prasamphanich, 2003: 352). Bununla birlikte kullanıma hazır hale getirilmiş olan bilgi örgüt içerisinde bir memnuniyete de katkı sağlamış olmalıdır (Ong ve Lai, 2007: 1330). Söz konusu memnuniyetin var olması elde edilen bilgilerin kurumun yapısına uyulanabilirliğine ve uygulanabilirliğine bağlı olmaktadır (Kim, 2002: 51). Hem yapısal hem de insan sermayesini doğru yönetebildiği sürece bilgi değer yaratmakta ve tatmin edici olmaktadır (Storey ve Barnett, 2000: 147). Karar almayı etkinleştiren, rekabet gücünü artıran ve yeniliğe teşvik eden bilgi, tatmini üst seviyeye çıkarmaktadır (Jarrar, 2002: 322).

Öğrenen kültür yapısı örgütlerdeki bilgi yönetimi ve performans çıktılarına etkileyerek örgütün gelişimini ve rekabet avantajı kazanmasını sağlamaktadır (López, Peón ve Ordás, 2004: 93). Öğrenen kültür bilgi üretme, işleme ve paylaşma sürecini etkilediği için örgütsel yaratıcılığı, performansı artırmaktadır (Lee ve Choi, 2003: 179). Kültürün etkili bilgi paylaşımının bir göstergesi olduğu düşünüldüğünde öğrenme ve bilgi paylaşımının kültür yapısına işlendiği örgütlerde bilginin paylaşımı noktasında uyum ve motivasyonunun daha yüksek olduğu görülmektedir (McDermott ve O'Dell, 2001: 76). Bu yaklaşıma dayalı olarak öğrenen kültürün bilgi yönetim tatminini olumlu etkilediği varsayılmıştır ve hipotez 1 geliştirilmiştir:

Hipotez 1. Öğrenen kültür, bilgi yönetim tatminini pozitif yönde etkilemektedir.



Görev Çeşitliliği

Sağlık sektöründe bir diğer işle ilgili kavram ise görev çeşitliliğidir. Günümüzde örgütlere baktığımız zaman, çalışanların iş alanının daraltıldığı görülmektedir. Çeşitlilik azlığı işçinin çalışma kapasitesini düşürdüğü için işin artık uyarıcı veya motive edici fonksiyonunu kaybettiği ve işçinin örgüte faydasının azaldığı dikkati çekmektedir (Özkalp, 2003: 10).

Görev çeşitliliği, iş tatmini ile ilgili bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Fried ve Ferris, 1987: 287). Görev çeşitliliği, çalışanların farklı yerlerde farklı işleri yapmasıyla yani farklı görevler içeren işler arasında dolaşarak sağlamaktadır (Marangoz ve Biber, 2007: 204). Görev çeşitliliği, motivasyon ve iş doyumunu artıran bir özelliğe sahiptir (Hackman ve Lawler, 1971).

Bir işte uzmanlaşmanın faydaları olmasına rağmen, görev çeşitliliğinin çalışanın verimliliğini sürdürmek için gerekli olduğu tespit edilmektedir (Fried ve Ferris 1987: 287; Humphrey ve Ark. 2007: 1337). Değişen görevler motivasyon faydası sağlarken, çalışanlardan aynı gün içerisinde uzmanlık kazanmaları beklenmemelidir. (Staats ve Gino, 2011:2). Çalışana performans geliştirmesi için zaman tanımak gerekmektedir (Edmondson, 2002: 128).

Aynı gün içerisindeki farklı görevlerin çalışanlar için oldukça rahatsız edici olduğu da bilinmektedir. Ancak birden fazla iş günü dikkate alındığında bu çeşitlilik yararlı da olmaktadır (Staats ve Gino, 2011: 2). Ayrıca çalışan farklı işleri tamamladığında belirgin bir şekilde motivasyonu artmaktadır (Hackman ve Oldham, 1976: 251). Görev çeşitliliği iş sorumluluğunu artırarak çalışanın işe katılımına etki etmektedir (Herzberg 1968: 6; Hackman ve Oldham, 1976: 254).

Örgütsel davranış çalışmalarında iş tasarımı ve motivasyonda görev çeşitliliğine olan ihtiyaç vurgulanmaktadır (Hackman ve Oldham 1976: 251; Humphrey ve Ark. 2007: 1336). Görev değiştirme çalışanın zihinsel olarak uyarılmasını ve göreve katılmasını artırmaktadır. Ayrıca görev çeşitliliği, görevler arasında bilgi aktarımı için bir fırsat yaratmaktadır (Schilling ve Ark. 200: 40). Görev çeşitliliği sayesinde çalışanların can sıkıntısı düzeyi düşerek iş memnuniyeti artmaktadır (Griffeth, Hom ve Gaertner, 2000: 463). Görev çeşitliliği sonucunda çalışanların motivasyonu ve işten duydukları haz artmaktadır (Hackman ve Oldham 1976: 251-253). Bu yaklaşımlara dayalı olarak çalışmanın ikinci kısmında sağlık çalışanlarının görev çeşitliliği hakkında ne düşündükleri araştırılmıştır.

YÖNTEM

Araştırmada SPSS 10.0 ile tanımlayıcı istatistikler, korelasyon ve regresyon analizi, Lisrel 8.0 ile doğrulayıcı faktör analizi (Confirmatory Factor Analysis) uygulanmıştır.

Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Araştırmada öğrenen kültür ölçeği, bilgi yönetim tatmini ölçeği ve görev çeşitliliği ölçeği olmak üzere üç ölçekten yararlanılmıştır.

Öğrenen Kültür Ölçeği: Ana kaynağını Marsick ve Watkins (2003) oluşturduğu Wood'un (2005) Öğrenen kültür "Learning Culture" kaynağından alınan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha).70 olarak saptanmıştır. 7 sorudan oluşan ölçek 7'li Likert ile (1=Hiç katılmıyorum, 7=Tamamen katılıyorum) şeklinde derecelendirilmiştir. Bu çalışmada 5'li Likert ile derecelendirilmiştir (1=Hiç katılmıyorum, 5=Tamamen katılıyorum).

Bilgi Yönetim Tatmini Ölçeği: Wood'un (2005) çalışmasından alınan Bilgi tatmini ölçeği "Knowledge satisfaction scale", 7'li Likert ile (1=Çok az boyutta, 7=Çok fazla boyutta) şeklinde derecelendirilmiştir. 5 sorudan oluşan bu ölçek, çalışmada 5'li Likert ile derecelendirilmiştir (1=Çok az boyutta, 5=Çok fazla boyutta). Ölçek iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha).85 olarak saptanmıştır.

Görev Çeşitliliği Ölçeği: Ana kaynağını Daft ve Macintosh'un (1981) oluşturduğu Wood'un (2005) çalışmasından alınan görev çeşitliliği "task variety scale" ölçeği, 4 sorudan oluşan, ölçek iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha).77 olarak saptanmış bir ölçektir. Ana kaynağında 7'li Likert ile (1=Çok az boyutta, 7=Çok fazla boyutta) derecelendirilen ölçek, bu çalışmada 5'li Likert ile (1=Çok az boyutta, 5=Çok fazla boyutta) derecelendirilmiştir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma Türkiye'nin Konya ilinde 4 büyük hastanede 290 sağlık çalışanıyla gerçekleştirilmiştir. İki hastaneden 70'şer, diğer iki hastaneden 75'şer olmak üzere (4 hastane) "rastgele örnekleme" metodu kullanılarak katılımcılara ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu, lisans (%47.2), lise (%24.5) ve ön lisans (%20) düzeyinde öğrenime sahip, kadın (%64.8) ve evli (%52.61) çalışandan oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların ortalama 29.43 yaşında, 4.87 yıl kurumda çalışma yılına sahip oldukları anlaşılmıştır.

BULGULAR

Araştırmada yer alan ölçeklerin doğrulayıcı faktör analiziyle yapısal geçerliliği ve Cronbach Alpha katsayısıyla (iç tutarlılık: internal consistency of measures) yapı güvenilirliği (construct reliability) araştırılmıştır. Alpha (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği şu şekilde yorumlanmaktadır. $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir, $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise güvenilirlik düşük, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise oldukça güvenilir ve $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise yüksek derecede güvenilir bir ölçektir (Kalaycı 2014).

Doğrulayıcı faktör analizinde t değerinin de anlamlı olması gerekir (Hui 2003). Madde-toplam korelasyonları ilişkinin gücünü göstermekte +1.0 ile -1.0 arasında bir değer almaktadır (Büyüköztürk, Çokluk ve Köklü, 2012; 86).

Model uygunluğunun değerlendirilmesinde χ^2/df oranı, RMSEA değeri, GFI, NFI, CFI, NNFI, AGFI uyum iyiliği indeksleri araştırılmıştır. χ^2/df oranının <5 olması kabul edilebilir olduğunu, <2 olması iyi uyum düzeyinde olduğunu göstermektedir (Li, Ragu-Nathan, Ragu-Nathan, 2005; Bagozzi 1981). RMSEA değerinin $RMSEA \leq 0$. iyi bir uyumu, $.05 < RMSEA < .08$ yeterli bir uyumu, $.08 < RMSEA < 1$ vasat bir uyumu göstermektedir ve $.10 < RMSEA$ olması ise modelin kabul edilemeyeceğini göstermektedir (Steiger 1994). NFI değeri $.95 \leq NFI \leq 1.00$ iyi bir uyumu, $.90 \leq NFI < .95$ yeterli bir uyumu göstermektedir (Raykov, Marcoulides, 2006). CFI değeri için uyum indeksi, $.97 \leq CFI \leq 1.00$ iyi bir uyumun olduğunu gösterirken $.95 \leq CFI < 1.00$ kabul edilebilir uyumu göstermektedir (Raykov, Marcoulides, 2006). NNFI değeri için, $.97 \leq NNFI \leq 1.00$ iyi bir uyum iken, $.95 \leq NNFI < .97$ kabul edilebilir bir değeri göstermektedir (Schermelleh-Engel ve diğerleri 2003). AGFI değeri için $.85 \leq AGFI < .90$ kabul edilebilir uyum değeri iken $.90 \leq AGFI < 1.00$ iyi uyum değeri olmaktadır (Hooper ve diğerleri 2008). GFI değeri için iyi uyum değeri $.95 \leq GFI < 1.00$ iken, $.90 \leq GFI \leq .95$ kabul edilebilir bir uyumun göstergesidir (Mels 2004).

Tablo 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları: Öğrenen Kültür Ölçeği

Boyutlar	(CFA)*	(CFA)* Sonuç /Cronbach Alpha	t-Değer	Arit. Ort.	Std Hata	Madde-Toplam Korelasyonları
Öğrenen Kültür Ölçeği*	Faktör Yüğü	.774				
28.	.45 ^a					
29.	.43 ^a					
30.	.76 ^a					
31.	.71	.65	10.95	2.59	1.059	.753**
32.	.66	.62	10.25	2.69	1.050	.745**
33.	.70	.79	13.58	2.78	1.140	.823**
34.	.64	.66	11.09	2.81	1.090	.764**

Note: Standardized item loadings reported for CFA. $p < .001$ for all loadings. * Ana kaynağını Marsick ve Watkins (2003) oluşturduğu Wood'un (2005) kaynağının sorularıdır. **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). ^a Düzeltme indeksi veren ölçekten çıkartılan sorular.

Öğrenen kültür ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeğin uyum iyiliği araştırılmıştır. Öğrenen kültür ölçeğinin başlangıç versiyonunda iyi uyum değerlerine ulaşılamamıştır (Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df = 73.45/14 = 5.24$, NFI= .89, NNFI=.87, CFI=.91, AGFI=.86, GFI=.93, RMSEA=.121). İkinci aşamada düzeltme indeksi gösteren 3 soru çıkarılarak ölçek yeniden analize tabi tutulmuş ve iyi uyum değerlerine ulaşılmıştır (Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df = 4.52/2 = 2.26$, NFI= .98, NNFI=.97, CFI=.99, AGFI=.96, GFI=.99, RMSEA=.06). Türkiye'de geçerliliği ve güvenilirliği yüksek 4 sorudan 1 boyuttan oluşan yeni bir öğrenen kültür ölçeğine ulaşılmıştır.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları: Bilgi Yönetim Tatmini Ölçeği

Boyutlar	(CFA)*	(CFA)* Sonuç /Cronbach Alpha	t-Değer	Arit. Ort.	Std Hata	Madde-Toplam Korelasyonları
Bilgi Yönetim Tatmini Ölçeği*	Faktör Yüğü	.829				
15.	.71	.71	12.78	2.54	1.039	.801**
16.	.77	.80	14.84	2.49	1.050	.841**
17.	.77	.73	13.30	2.47	1.049	.815**
18.	.71	.72	12.89	2.40	.990	.794**
19.	.67 ^a					

Note: Standardized item loadings reported for CFA. $p < .001$ for all loadings. * Wood'un (2005) kaynağının sorularıdır. **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). ^a Düzeltme indeksi veren ölçekten çıkartılan sorular

Bilgi yönetim tatmini ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeğin uyum iyiliği araştırılmıştır. Bilgi yönetim tatmini ölçeğinin başlangıç versiyonunda iyi uyum değerlerine ulaşılmıştır (Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df = 13.05/5 = 2.61$, NFI= .98, NNFI=.97, CFI=.99, AGFI=.95, GFI=.98, RMSEA=.075). Ancak düzeltme indeksi gösteren 19. Soru ölçekten çıkarılarak ölçek yeniden analize tabi tutulmuş ve daha yüksek düzeyde iyi uyum değerlerine ulaşılmıştır (Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df = 2/2 = 1$, NFI= 1.00, NNFI=1.00, CFI=1.00, AGFI=.98, GFI=1.00, RMSEA=.00).Türkiye'de geçerliliği ve güvenilirliği yüksek 4 sorudan 1 boyuttan oluşan yeni bir bilgi yönetim tatmini ölçeğine ulaşılmıştır.

Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları: Görev Çeşitliliği Ölçeği

Boyutlar	(CFA)* Sonuç	(CFA)** /Cronbach Alpha	t-Değer	Arit. Ort.	Std Hata	Madde-Toplam Korelasyonları
Görev Çeşitliliği Ölçeği*		.652				
1.	.50	.49	5.85	2.59	1.220	.695**
2. (Ters kod)	.29 ^a			2.47		
3.	.65	.67	6.68	2.27	1.118	.704**
4.	.48	.48	5.82	2.26	1.046	.624**

Note: Standardized item loadings reported for CFA. $p < .001$ for all loadings. * Ana kaynağını Daft ve Macintosh'un (1981) oluşturduğu Wood'un (2005) kaynağının sorularidir. **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). ^a Düzeltme indeksi veren ölçekten çıkartılan sorular

Görev çeşitliliği ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeğin uyum iyiliği araştırılmıştır. Görev çeşitliliği ölçeğinin başlangıç versiyonunda iyi uyum değerlerine ulaşamamıştır (Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df=0.74/2=.37$, NFI=.99, NNFI=1.05, CFI=1.00, AGFI=.99, GFI=1.00, RMSEA=.00). İkinci aşamada düzeltme indeksi gösteren 2. soru çıkarılarak ölçek yeniden analize tabi tutulmuş ve iyi uyum değerlerine ulaşılmıştır (Goodness-of-Fit Statistics*: $\chi^2/df=0.0/0=0$, RMSEA=.00).Türkiye’de geçerliliği ve güvenilirliği yüksek 3 sorudan 1 boyuttan oluşan yeni bir görev çeşitliliği ölçeğine ulaşılmıştır.

Çalışmanın görev çeşitliliği sorularından üç soruda (“işle ilgili kararlar günden güne farklılaşmaktadır.” (%60), “bir sorun meydana geldiğinde bu konu ile ilgili ne yapmak gerektiğini bilmek için çok fazla tecrübe ve eğitim gerekmektedir.” (%68.6), “işe neden olan olaylarda çeşitlilik görülmektedir.” (%68.6) yargılarında katılım oranları yüksek iken; “yapılan iş rutin olarak tarif edilebilmektedir.” Sorusunda farklı olarak (%84.5) büyük çoğunluk karara katılmadıklarını beyan etmişlerdir. Sağlık çalışanlarının kendi işleriyle ilgili değerlendirmelerinde işlerini rutin görmedikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 4. Korelasyon Analizi

	Arit. Ort	Stand. Sapma	Bilgi Yönetim Tatmini
Bilgi Yönetim Tatmini	2.57	.894	
Öğrenen kültür	2.84	.901	.379**

Tablo 4’de görüldüğü üzere bilgi yönetim tatmini ile öğrenen kültür arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde ilişki saptanmıştır ($r=.38$, $p<.001$).

Tablo 5. Basit Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	R ²	B	Std hata	t	p	β	F	D-W Katsayısı
Öğrenen Kültür	.144	.376	.05	6.958	.000	.379	48.419	1.846

Bağımlı Değişken: Bilgi Yönetim Tatmini

Tablo 5’de görüldüğü gibi öğrenen kültür arttıkça bilgi yönetim tatmini yükselmektedir [$R^2=0.144$, $p<.01$]. Bilgi yönetim tatminindeki değişimin yaklaşık %14’ü öğrenen kültürle açıklanmaktadır. Bu sonuca göre Hipotez 1 kabul edilmiştir.

SONUÇ

Araştırmanın sonucunda sağlık çalışanlarında öğrenen kültür, bilgi yönetim memnuniyetini pozitif yönde etkilemektedir. Sağlık çalışanları görev çeşitliliğiyle ilgili olarak meslekleriyle ilgili işlerinin rutin iş olmadığı yönünde görüş bildirmişlerdir.

Örgütlerde görülen öğrenen kültür liderlik, bilginin üretilmesi ve yönetimi gibi boyutlarla ilişkili olarak görülmekle birlikte çalışanların iş memnuniyetlerine de olumlu bir yönde katkı sağlamaktadır (Chang ve Lee, 2007: 155). Örgüt, öğrenmeye açık olduğu sürece elde etmiş olduğu bilgiler, amacı yönünde kullanacak ve bilgi dolayısıyla sağlanan tatmin artacaktır (Çapar, 2003: 425).

Bilgi yönetimi, bilginin değeri, kalitesi ve güvenliği ölçüsünde örgütsel performans bağlamında etkili bir role sahip olmaktadır (Wilson, 2002). Bilginin yoğun kullanıldığı sağlık sektörü için de performansa etkisi önemli olmaktadır. Bilgi yönetimi, doğru karar vermek için ve doğru doğru zamanda, doğru maliyetle, doğru yerde, doğru bilgiyi sağlamaya katkıda bulunmaktadır (Woodman, 1985: 97). Bununla birlikte belirsizlik alanını daraltmaya yardımcı olmakta ve yönetimde yeni yaklaşımlar ortaya koymaktadır (Özdemirci ve Aydın, 2008: 68).

Bunun yanı sıra bilgi yönetiminin örgütsel etkililik, iç kaynakların etkili bilgi aktarımıyla kullanımı ve rekabet avantajı kazanma noktasında örgütün kültürünü etkilediği de vurgulanabilmektedir (Zheng, Yang ve McLean, 2010: 763). Örgütün sahip olduğu özellikler etkili bilgi aktarım yeteneğini ve bu yöndeki uyumu etkilemekte ve rekabet avantajı ve yüksek performans çıktıları için bir temel oluşturmaktadır (Goh, 2002: 23).

Son olarak görev çeşitliliği ile çalışanlar rutin işler dışına çıkarak farklı işlere yönelebilmektedir. Bu durum çalışanı hem monotonluktan kurtarmakta hem de yeni bir iş başarabilmenin olumlu duygusuna sahip olmaktadır. Ayrıca çalışan önceki görevinde elde ettiği bilgi ve beceriyi yeni göreve aktarma fırsatı bulabilmektedir. Staats ve Gino (2012) çalışmasında, görev çeşitliliğinin fazla olmasının, bireyin örgütten ayrılma ihtimalini azalttığı sonucuna ulaşmıştır (Staats ve Gino, 2011). Buradan hareketle görev çeşitliliği ile bireylerin işe bağlılıklarının ve motivasyonlarının arttığı konusunda da çıkarımda bulunabilir.

Dolayısıyla sağlık sektörü rutin iş olmayan görev çeşitliliğinin yüksek olduğu bir hizmet sektörüdür. Bu sektör çalışanlarında öğrenen kültür felsefesinin varlığı, bilgi yönetim tatminini artırmaktadır. Bilgi tatmini artan çalışanın performansı ile ilgili gelişimi ise müşteri memnuniyetini etkileyecek önemli bir katkıdır. Tıbbi hatanın, geri dönüşmez müşteri ilişkileri sisteminin olduğu sağlık sektöründe öğrenen kültürün kurulması kaçınılmazdır.

Çalışmanın sınırlılığını Konya ilinde sınırlı sayıda örnekleme çalışılması oluşturmaktadır. İleriki çalışmalar için bilgi yönetim memnuniyetinin diğer iş sonuçlarına olan etkisinin araştırılması önerilebilir.

KAYNAKLAR

- Akdemir, B. ve Çukacı, Y.C. (2010). Örgüt Kültürü Değerleriyle Örgütsel Öğrenme, 2, 1174- 1191.
- Alas, R. ve Vadi, M. (2003). The impact of organizational culture on organizational learning at six Estonian Hospitals. *Trames*, 7(2), 83-98.
- Alavi, M. ve Leidner, D.E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 107-136.
- Balay, R. (2004). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 37(2), 61-82.
- Bates, R., ve Khasawneh, S. (2005). Organizational Learning Culture, Learning Transfer Climate and Perceived Innovation in Jordanian Organizations. *International Journal of Training and Development*, 9(2), 96-109.
- Brooking, A. (1997). The Management of Intellectual Capital", *Long, Range Planning*, 30(3), 364-365.
- Carneiro, A. (2000). "How Does Knowledge Management Influence Innovation and Competitiveness?", *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 87-98.
- Chang, S.C., ve Lee, M.S. (2007). A Study on Relationship among Leadership, Organizational Culture, the Operation of Learning Organization and Employees' Job Satisfaction. *The Learning Organization*, 14 (2), 155-185.
- Çalık, T. (2003). Öğrenen Örgütler Olarak Eğitim Kurumları, *Manas Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 115-130.
- Çapar, B. (2003). Bilgi Yönetimi: Nasıl Bir İnsan Gücü?, 11. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetimi Kongresi, Kocaeli.

- Çelik, A. (1998). Bilgi Toplumu Üzerine Bazı Notlar, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 15(1), 53-59.
- Daft, R.L. ve MacIntosh, N.B. (1978). A New Approach to Design and Use of Management Information, California Management Review, 21(1), 82-92.
- Daft, R.L. ve MacIntosh, N.B. (1981). A Tentative Exploration into the Amount and Equivocality of Information Processing in Organizational Work Units," Administrative Science Quarterly (26), 207 - 224.
- Demircan Ç.N. Yıldız, S. ve Dur, S. (2010). Bilgi Yönetimi ve Örgütsel Etkinlik İlişkisi: Örgüt Kültürü ve Örgüt Yapısının Temel Etkileri. Ege Akademik Bakış, 10(1), 71-93.
- Edmondson, A.C. (2002). "The local and variegated nature of learning in organizations: A group-level perspective." Organization Science 13(2), 128.
- Egan, T.M., Yang, B. ve Bartlett, K.R. (2004). The Effects of Organizational Learning Culture and Job Satisfaction on Motivation to Transfer Learning and Turnover Intention. *Human Resource Development Quarterly*, 15(3), 279- 301.
- EGoh, S.C. (2002). Managing Effective Knowledge Transfer: an Integrative Framework and Some Practice Implications. *Journal of Knowledge Management*, 6(1), 23-30.
- Eşgin, E. (2015). Kamuda Kurumsal Bilgi Yönetimi İçin E-Dönüşüm Modeli: Marmara Üniversitesi Elektronik Belge Yönetim Sistemi Örneği. Doktora Tezi T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı.
- Fried, Y. ve Ferris, G.R. (1987). The validity of the job characteristics model: A review and metaanalysis. *Personnel Psychology*, 40(2), 287-322.
- Garvin, A.D. (1993). Building a Learning Organization, Harvard Business Review, July-August.
- Gizir S. (2008). Örgütsel Değişim Sürecinde Örgüt Kültürü ve Örgütsel Öğrenme, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 4(2), 182-196.
- Göksel, A., Aydınhan, B. ve Bingöl, D. (2010) Örgütlerde Bilgi Paylaşım Davranışı: Sosyal Sermaye Boyutundan Bir Bakış, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 4-65.
- Griffeth, R. W., P. W. Hom, et al. (2000). A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover, *Journal of Management*, 26(3): 463-488.
- Hackman, J.R. ve G. R. Oldham (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance* 16(2), 250-279.
- Herzberg, F. (1968). One more time: How do you motivate employees?, Harvard Business Review 46 (1), 53-62.
- Humphrey, S. E., Nahrgang, J.D., et al. (2007). Integrating motivational, social, and contextual work design features: A meta-analytic summary and theoretical extension of the work design literature. *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1332-1356.
- Janz, B.D. ve Prasarnphanich, P. (2003). Understanding the Antecedents of Effective Knowledge Management: The Importance of a Knowledge-Centered Culture. *Decision Sciences*, 34(2), 351- 384.
- Jarrar, Y.F. (2002). Knowledge management: Learning for Organizational Experience. *Managerial Auditing Journal*, 17(6).
- Kapu, H. ve Aybas M. (2008). Bilgi ve Öğrenme Üzerine Tartışmalar ve Kapsayıcı bir Kavram Olarak Örgütsel Öğrenme Yönetimi. *Karamanoglu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 10(5), 80-100.
- Kautz, K. ve Kim T. (2001). Knowledge, Learning and IT Support in A Small Software Company, *Journal of Knowledge Management*, 5(4): 349-357.
- Khatri N. (1999). Emerging Issues in Strategic HRM in Singapore, *International Journal of Manpower*, 20(8), 516-529.
- Kim, S. ve H. Lee (2006), The Impact of Organizational Context and Information Technology on Employee Knowledge-Sharing Capabilities, *Public Administration Review*, 66(3), 370- 384.
- Kim, S. (2002). The roles of knowledge professionals for knowledge management. In Ershova, T. V. ve Y. E. Hohlov (Eds.), *Libraries in the information society*, 50-55).
- Kofman, F. ve Senge, M.P. (1993). Communities of commitment: The Heart of Learning Organization, *Organizational Dynamics*, 22(2), 5-23.
- Köseoğlu, M.A., Gider, Ö. ve Ocak, S. (2011). Bilgi Paylaşımı Tutumunu Etkileyen Faktörler Nelerdir? Bir Kamu Hastanesi Örneği, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 215-243.

- Lee, H., ve Choi, B. (2003). Knowledge Management Enablers, Processes, and Organizational Performance: An Integrative View and Empirical Examination. *Journal of Management Information Systems*, 20 (1), 179-228.
- López, S. P., Peón, J. M. M., ve Ordás, C.J.V. (2004). Managing Knowledge: the Link between Culture and Organizational Learning. *Journal of Knowledge Management*, 8(6), 93-104.
- Marangoz, M. ve Biber, L. (2007). İşletmelerin Pazar Performansı ile İnsan Kaynakları Uygulamaları Arasındaki İlişkinin Araştırılmasına Yönelik Bir Çalışma, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (2), 202-217.
- Marquardt, M.J. (1996). *Bulding The Learning Organization*, New York: McGraw-Hill.
- Marsick, V.J. ve Watkins, K.E. (2003). Demonstrating the Value of an Organization's Learning Culture: The Dimensions of the Learning Organization Questionnaire, *Advances in Developing Human Resources* 5(2), 132.
- McDermott, R. ve O'Dell, C. (2001). Overcoming Cultural Barriers to Sharing Knowledge. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 76-85.
- Moon, M. J. ve Bretschneider, S. (2002). Does the Perception of Red Tape Constrain IT Innovativeness in Organizations? Unexpected Results from a Simultaneous Equation Model and Implications. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 12(2), 273-291.
- Moore, G.C. ve Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192-222.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation, *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- Odabaş, H. (2008). Bilgi yönetimi ve yüksek öğrenim kurumlarında kurumsal açık erişim, XIII. Türkiye'de İnternet Konferansı, ODTÜ, Ankara, 1-2.
- Odabaş, H., (2003). Kurumsal Bilgi Yöntemi, *Aylık Strateji Bilim Dergisi*, 10.
- Ong, C.S. ve Lai, J.Y. (2007). Measuring user satisfaction with knowledge management systems: scale development, purification, and initial test. *Computers in Human Behavior* 23, 1329–1346.
- Özdemirci, F. ve Aydın, C. (2008). Kurumsal Bilgi Kaynakları ve Bilgi Yönetimi, *Türk Kütüphaneciliği*, 22(1), 59-81.
- Özkalp, E. (2003). Örgütlerde İşin Çalışanlar İçin Anlamı ve İş Dizayını, *Kamu-İş*, 7 (2).
- Schilling, M.A., Ark. (2003). Learning by doing something else: Variation, relatedness, and the learning curve. *Management Science* 49(1), 39-56.
- Senge, M.P. (2009). *The Learning Organization*, <http://www.infed.org/thinkers/senge.htm>
- Shaw, G.B. (2005). Creating a Learning Culture https://us.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/29978_Chapter3.pdf, 27-51.
- Shepard, L.A. (2000). The Role of Assessment in a Learning Culture *Educational Researcher*, 29(7), 4-14.
- Skerlavaj, M., Štemberger, M. I., Škrinjar, R. ve Dimovski, V. (2007). Organizational Learning Culture—the Missing Link between Business Process Change and Organizational Performance. *International Journal of Production Economics*, 106(2), 346–367.
- Staats, B.R. ve Gino, F., (2011). Specialization and Variety in Repetitive Tasks: Evidence from a Japanese Bank, Harvard Business School, Working Paper 11-15.
- Storey, J. ve Barnett, J.S. (2002). Knowledge management initiatives: Learning from Failure. *Journal of Knowledge management*, 4(2), 145-156.
- Tamer K. (2014). *İşletme Yöneticiliği*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Thomas, D. ve Brown, J.S. (2011). A New Culture of Learning Cultivating The Imagination for A World of Constant Change, <http://www.newcultureoflearning.com/newcultureoflearning.pdf>, 13-49.
- Vural, Z.B.A. ve Sohodol, Ç. (2011). Öğrenen Organizasyonlarda Kültürel Değerler. *İletişim Fakültesi Dergisi*, 309-326.
- Watkins, K.E., Golembiewski, R.T. (1995). Rethinking Organization Deveipment for Learning Organizations, *The International journal of Organizational Analysis*, 3(1), 88-101.
- Wilson, T.D. (2002). Information management. In *International Encyclopedia of Information and Library Science*. Ed. By J. Feather and P. Sturges. 2d ed. London: Routledge. http://informationr.net/tdw/publ/papers/encyclopedia_entry.html.
- Wood, C. (2005). An Empirical Examination of Factors Influencing work-unit knowledge management effectiveness in Organizations”, doctor of philosophy the university of texas at Arlington, Unpublished Doctoral Thesis.

- Woodman, L. (1985). Information management in large organizations. Information management: From strategies to action içinde (97-114). Ed. by Blaise Cronin. London: Aslib.
- Yalçinkaya Y. (2011). Bilgi Yönetimi ve Sanal Organizasyonlar: Bir Uygulama Örneği. Yüksek lisans tezi, Marmara üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Yeniçeri, Ö. ve Demirel, Y. (2007). Örgüt İçi Bilgi Paylaşımına Yönelik Bireysel Ve Örgütsel Engeller Üzerine Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, 12: 221-234.
- Yıldırım, U. ve Öner, Ş. (2004). Bilgi Toplumu Sürecinde Yerel Yönetimlerde Eğitim-Bilişim Teknolojisinden Yararlanma: Türkiye’de E-Belediye Uygulamaları, The Turkish Online Journal of Educational Technology, 3(1): 49-60.
- Zheng, W., Yang, B. ve McLean, G.N. (2010). Linking Organizational Culture, Structure, Strategy, and Organizational Effectiveness: Mediating Role of Knowledge Management. *Journal of Business Research*, 63(7), 763–771.

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİNİN YENİLİK UYGULAMALARI ÜZERİNE ETKİSİ

Arş. Gör. Ömer AKKAYA*

ÖZET

İşletmeler için yenilik kimi zaman yeni bir ürün kimi zaman yeni bir hizmet kimi zaman da yeni bir uygulama halini alabilmektedir. Yenilik müşterilere değer katacak yeni ürünlerin veya hizmetlerin sunulmasıdır. Yenilik aynı zamanda işletmede kaliteyi artırıcı bir faaliyet olduğu gibi bazı durularda kalitenin önüne geçebilmekte ve kaliteyi negatif etkileyebilmektedir. Toplam Kalite Yönetimi (TKY), müşteri, sistem ve süreç üzerine odaklı bir yönetim anlayışıdır. TKY'nin temel amacı ürün ve hizmet kalitesini artırarak müşteri tatmini sağlamaktır. Bu nedenlerden dolayı TKY ile yenilik performansı arasında yadsınamaz bir ilişki bulunmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı TKY ve yenilik performansı arasındaki bu ilişkiyi açıklamak ve TKY prensiplerinin yenilik faaliyetlerini nasıl etkilediklerini analiz etmektir. Ayrıca TKY'nin yenilik üzerindeki pozitif ve negatif etkileri tartışılacak ve örnekler verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Toplam Kalite Yönetiminin Prensipleri, Yenilik, Yenilik Türleri

EFFECT OF TOTAL QUALITY MANAGEMENT ON INNOVATION ACTIVITIES

ABSTRACT

Innovation for businesses means a new product and service and sometimes a new implementation. Also, innovation means providing new products or services that will create additional value for customers. Although, innovation makes contributions to quality level, sometimes it may have negative effect on quality. Total Quality Management is a management philosophy which focuses on customer, process and system. There is a certain relationship between principles of Total Quality Management and innovation performance. Main aim of this study is to show how the implementation and principles of Total Quality Management (TQM) affects a firm's innovation performance. Also, this paper discusses positive and negative effects of Total Quality Management on innovation performance and demonstrates some examples in order to show the link between TQM and innovation performance.

Keywords: Innovation, Innovation Types, Principles of Total Quality Management

GİRİŞ

Toplam kalite yönetiminin geliştirilmesi ve şirketlere kazandırılması günümüz çağdaş yönetim stratejileri arasında büyük bir rol oynamaktadır. Kalite kavramı örgütlerin hedefledikleri başarı seviyesini yakalayabilmeleri açısından kilit bir role sahiptir. Kalite geçmişte olduğu gibi günümüz pazar koşullarında da vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Maliyet temelli rekabet üstünlüğü, yerini kaliteye bırakmıştır. Küresel rekabet ortamında kaliteye öncelik vermek işletmelere rekabet kazandırmıştır ve kazandırmaya devam etmektedir. Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarındaki farklılaşma işletmeleri farklı yollar, ve stratejiler geliştirmeye yöneltmiştir. Artık sadece kaliteli ürün veya hizmet sunmak rekabet avantajı sağlamamaktadır. Özellikle içinde olduğumuz bilgi çağında tüketiciler istedikleri bilgilere hemen ulaşabilmekte ve birçok talepte bulunabilmektedir. Bilgi toplumunda yaşanan bu gelişmeler işletmeleri daha yenilikçi olmaya itmiştir. Özellikle son on yılda yenilikçilik artık rekabet üstü avantaj sağlamak ve müşteri memnuniyeti sağlayıp işletmeyi karlı hale getirmek için temel stratejilerden birisi haline gelmiştir.

* Selçuk Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, omerakkaya@selsuk.edu.tr

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

Toplam kalite yönetimi kalitenin işletmenin her aşamasına yayılması olarak tanımlanabilmektedir. İnsan ihtiyaçlarının, teknolojinin ve kalite kavramının tanımının kişiden kişiye değişmesi TKY'nin gelişmesinde etkili olmuştur. TKY, müşteri memnuniyeti, tedarikçilerle iyi ilişkiler kurmak, çalışanların motivasyonu ve katılımı, sürekli yenilik gibi kavramları içermektedir. TKY, müşteri odaklılık, liderlik, stratejik planlama, çalışan sorumluluğu ve katılımı, sürekli iyileştirme, iş birliği, istatistiksel metot, ve eğitim gibi kavramları kapsayan bir disiplindir (Russel ve Taylor, 2011).

Toplam Kalite Yönetiminin İlkeleri

TKY'nin üç temel prensibi vardır: müşteri odaklılık, tam katılım, sürekli iyileştirme. Bu prensipler aynı zamanda yenilikçilik faaliyetleri için de oldukça önemli kavramlardır. TKY ve yenilik ilişkisinin daha iyi anlaşılabilmesi açısından bu kavramlar açıklanacaktır.

Müşteri Odaklılık

Rekabetin artması, teknolojiadaki gelişmeler, ve bilinen müşterilerin ihtiyaçlarının değişmesi işletmeleri müşteri odaklı stratejiler izlemek zorunda bırakmıştır. Kalite odaklı ürünler ve hizmetler geliştirmek hem müşteri tatmini sağlamış hem de işletmelere rekabet avantajı kazandırmıştır. TKY yönetiminde müşteri odaklı olmak, müşterilerin istedikleri kalite ve özelliklerde ürünler üretebilmektir. Bunun yanında, birer iç müşteri olan çalışanlar, motive edilmeli, yönetime katılımları sağlanmalı ve çalışanların sadakati sağlanmalıdır. İç müşterinin tatmininin sağlanması üretkenliğini artırır ve bunun sonucunda dış müşteri tatmini artar.

Tam Katılım

Tam katılımda işletmede çalışanların tamamının kalite ile ilgili görüşleri dinlenir ve sorun çözümüne katılımları sağlanır. TKY felsefesi içerisindeki çalışanların ihtiyaçlarını sadece maddi olarak karşılamak yeterli değildir. İnsanların başkaları tarafından takdir edilmesi, önemsenmesi, beğenilmesi katılımın oluşmasında ve gelişmesinde önemlidir. Kalite anlayışı işletmedeki herkesin katılımıyla gerçekleştirilebilecek bir kavramdır. En alttaki işçiden en üstteki yöneticilere kadar herkes bu sürece dahil olmalıdır. Bir işletmedeki yöneticiler uzun dönemde sürekli olarak toplam kaliteyi geliştirmeye kendilerini adanmazlarsa, TKY felsefesi başarısız olur (Reed, vd., 2000; 7).

Sürekli İyileştirme

Sürekli gelişme, çalışanlarını yenilik yapmaya cesaretlendiren, ve çeşitli alet ve makinalarla onları destekleyen bir işletme kültürü gerektirmektedir. Gelişme, hatalardan ders çıkarmak, yeni uygulamalarla çözümler üretmek ve geçmişten öğrenilen tecrübelerden meydana gelir. Bu yüzden gelişme fırsatı olan uygulamalar belirlenmeli ve geri bildirim ile desteklenmelidir.

YENİLİKÇİLİK

Yenilik, bir ürünün veya sürecin başarıya ulaşmış ilk uygulaması olarak ifade edilebilir (Cumming, 1998; 22). Yenilikçilik, yeni fikirleri ve ürünleri etkili bir şekilde müşteriye ulaştırmak ve müşteri tatmini sağlamaktır (Kelly, 1998; 141). Yenilik, müşteri tatmini sağlayabilmek, rekabet avantajı elde edebilmek ve işletmenin devamlılığını sağlayacak olan süreçlerin bütünü olarak ifade edilebilir. İnovasyon, girdi, süreç ve çıktının birinde ya da birkaçında değişiklik yaparak ortaya yeni ya da gelişmiş bir ürün ya da hizmet çıkarmaktır. Böylelikle işletmeler rakiplerine karşı rekabet avantajı elde ederler, pazar payları artar ya da kendilerine yeni bir pazar bulabilirler. Yenilik bir ürün, süreç, politika, sistem veya hizmet olabilir. Başka bir tanıma göre yeniliği aynı zamanda, işletme tarafından geliştirilen veya satın alınan işletme için yeni sayılabilecek alet, sistem, politika, program, süreç veya hizmet olarak adlandırmak da mümkündür (Prajogo ve S. Sohal, 2001; 540). Yenilik kavramı teknolojiye bağımsız olarak düşünülemez. Teknolojide meydana gelen her değişim, her gelişme yeniliğin gelişmesine de katkı sağlar.

Yenilikçilik Türleri

Yeniliğin bir sınırlaması veya kısıtlanması yoktur. Her alanda ve her an yenilik yapılabilir. Yenilik çalışmalarının amacı daha çok ürün ve süreç bazlı gerçekleştirilmektedir. Yapılan çalışmaların geneline bakıldığı zaman ürün ve süreç yeniliği başlıklarının esas alındığı görülmektedir. Bu nedenle yenilik ürün ve süreç yenilikleri olarak iki temel başlık altında incelenebilir (Güleş ve Bülbül, 2004). Bunun dışında bazı yazarlar çalışmalarında ürün ve süreç yenilikleri dışında üçüncü bir

temel başlık olarak pazarlama yeniliğini kullanmışlardır (Axel, 1999; 204). Tübitak ise yaptığı çalışmaları temel olarak yeniliği dört ana başlık altında incelemiş, ek olarak organizasyonel yeniliği de çalışmıştır (Tübitak,2005;20). Bu çalışmada yeniliğin beş türü incelenecektir; ürün bazlı yenilik, hizmet bazlı yenilik, süreç bazlı yenilik, organizasyonel yenilik ve pazarlama bazlı yenilik.

Ürün Yeniliği

Farklı ve yeni bir ürün geliştirilmesi veya var olan üründe bir takım değişiklikler, eklemeler yapılarak yeniden piyasaya sürülmesi ürün yeniliği olarak tanımlanabilir Ürün yeniliği bir işletmenin üretmekte olduğu ürün ve hizmetlerin çıktısının değişmesidir Ürün yeniliği, yeni ürün kategorileri belirlemek ve bunları geliştirmekle ilgilidir (Axel, 1999; 204).

Süreç Yeniliği

Süreç, işgücü, makine, malzeme, teknoloji gibi girdileri değer katıcı faaliyetlerden geçirecek şekilde haline dönüştüren faaliyetler bütünüdür. Bu bakımdan düşünülürse eğer süreç yeniliği üretim aşamasındaki faaliyetlerin, aşamaların yenilenmesi olarak düşünülebilir.Süreç yeniliği, üretim sisteminin daha üretken ve etkin kapasitede çalışmasını sağlayan, üretim sistemini ve dizinini etkileyen çalışmaların bütünüdür (Garcia ve Calantone, 2002; 111). Süreç yeniliğinde ürün ya da hizmet üretmek için kullanılan tekniklerde, ekipmanlarda, yazılımlarda ya da dağıtımda olabilir. Süreç yeniliğinde amaç; gereksiz olan süreçleri değiştirerek maliyetleri en aza indirebilmektir.

Organizasyonel Yenilik

Yeni çalışma ve iş yapış yöntemlerinin geliştirilmesi ya da varolan yöntemlerin işletme değerlerine uyarlanarak kullanılmasıdır (Elçi, 2007;). Organizasyonel yeniliği tanımlarken, yenilikçi organizasyonun da tanımlanması gerekmektedir. Yenilikçi organizasyon, organizasyonlar arasında daha önce yapılmamış bir şeyi ilk olarak yapan organizasyondur(Becker, 1996; 465).

Yenilikçi organizasyon olarak anılmak için sürekli yenilik yapmak, yeniliğin öncüsü olmak gerekmektedir.Organizasyonel yenilik işletmenin işyeri organizasyonundaki veya dış ilişkilerindeki iş pratiklerini yeni bir örgütsel yöntemle yürütmesini sağlar.

Pazarlama Yeniliği

Ürün ve hizmetler pazara sunulmak amacıyla geliştirilir ve üretilir. Ürün ve hizmetlerin daha çok satılması için daha fazla sayıda müşteri çekebiliyor olması gerekir. Daha fazla müşteri çekebilmek için ürün ve hizmetlerde farklı, değişik ve yeni tasarımların, ambalajların ve pazarlama yöntemlerinin geliştirilip kullanılması pazarlama yeniliği olarak adlandırılır.Müşteri isteklerinden kaynaklanan ve işletmede değişime yol açan bütün yenilikler pazarlama yenilikleridir (Becker,1996; 466). Axel' e göre pazarlama yeniliği, hedef kitleyi geliştirmek ve bunlara nasıl hizmet sunulacağı ile ilgili strateji geliştirmek demektir (Axel, 1999; 205). Müşteri isteklerinde ve ihtiyaçlarında meydana gelen değişimlere cevap olarak pazarlama yeniliği kullanılır.

Radikal Ve Kademeli Yenilik

Yenilik iki şekilde meydana gelir; ya daha önce hiç denenmemiş bir ürün veya hizmet geliştirilir, *radikal yenilik*; yada zaten var olan ürün ve hizmetlerde değişim yapılarak ortaya çıkar, *kademeli yenilik*. Bir yenilik yeni bir ürün veya endüstri ortaya çıkarırsa radikal yenilik olarak adlandırılır; var olan teknolojide değişiklikler yapan yeniliğe ise kademeli yenilik adı verilir (Garcia ve Calantone, 2002; 125).Radikal yenilikde , hem endüstride hem de müşterilerin tercihlerinde ve kullanımlarında büyük değişikliklere yol açan gelişmeler söz konusudur

Yeniliğin radikal olarak değerlendirilmesi, daha önce benzeri bir gelişmenin yapılmamasından, yani çalışmanın veya ürünün ilk olmasından kaynaklanır. Kademeli yenilik ise aşamalı olarak müşteri ihtiyaçlarını gidermek veya yeni pazarlara giriş yapabilmek için geliştirilen yeniliktir. Örnek olarak, üretimi gerçekleştirilen ilk cep telefonu radikal yeniliğe; sonradan geliştirilen modeller ise kademeli yeniliğe örnek olarak verilebilir. Radikal yenilik ve kademeli yenilik arasındaki temel farklılıklar Tablo 1'de görülebilir.

Tablo 1: Radikal ve Kademeli Yenilik Karşılaştırması

Radikal Yenilik	Kademeli Yenilik
Yeni talep oluşturarak, teknolojiyi yenileyerek ve yön vererek yeni hedefe kitlesi, müşteri ve pazarlar yaratır.	Teknoloji, bilgi, ve beceriyi birleştirip genişleterek müşterilerin isteklerine cevap verir.
Teknolojide, üretimde, süreçte, metod ve yöntemlerde kapsamlı değişiklikler yapar.	Fiyatta, ürün ve hizmet içeriğinde, dizaynda ve süreçlerde küçük değişiklikler yapar.
Teknik ve pazar bilgisinin karmaşık ve kesin olmamasından dolayı yüksek derecede risk taşır.	Bilginin var olmasından dolayı düşük seviyede risk taşır.
Sıklıkla yapılmaz ama; yeni ürün kategorileri, yeni talep ve hedef pazar, yeni teknoloji ve yeni pazar koşulları yaratır.	Sıklıkla meydana gelir; teknolojiyi derinleştirir ve genişletir, ürün ve hizmetlerde değişiklik yapar, marka ve ürün kategorisini genişletir, yeni rekabet koşulları yaratır.
Genel olarak endüstri dışındaki işletmeler tarafından geliştirilir.	Genel olarak endüstri işletmeler tarafından geliştirilir.
Genellikle girişimci işletmeler tarafından yapılır ve endüstriye girmelerini sağlar.	Endüstrideki mevcut işletmelerin rekabet koşullarını artırır.

Kaynak: (Güleş ve Bülbül, 2004; Kim vd., 2012)

Toplam Kalite Yönetiminin Yenilikçiliğe Katkıları

Bu anlayışa göre TKY bütün evreleri ve uygulamalarıyla, yeniliğin gelişmesine katkı sağlamaktadır. İşletmelerin yeniliğe olan ihtiyaçları onları TKY felsefesini uygulamaya yönlendirmiştir. TKY'nin en önemli ilkelerinden birisi müşteri odaklı olmak ve onların isteklerini tatmin etmektir. TKY ilkelerini ve yöntemlerini uygulayan işletmeler bu konuda başarılı olmaktadır. Hızlı yeni ürün geliştirme, etkili bir toplam kalite felsefesi ile gerçekleştirilebilir. (Flynn, 1994;60). Bu konuda işletmeler yenilik uygulamalarını devreye sokarak müşteri istekleriyle uyumlu yeni ürünler ve hizmetler piyasaya sunarlar (Hoang vd., 2006; 1114).

Müşteri talebinin belirlenebildiği, bilgi paylaşımının olduğu, ve sürekli gelişmenin desteklendiği bir ortamda TKY uygulamaları, Ar-Ge çalışanlarına TKY'nin prensiplerini ve tekniklerini yenilik çalışmalarına başarılı şekilde uygulamalarını sağlamaktadır (Kim vd., 2012;313). TKY'nin müşteri odaklı olmak prensibi, organizasyonları yeni müşteriler ve ihtiyaçlar bulmaya sevk eder bunun bir sonucu olarak da değişen isteklere ve ihtiyaçlara cevap verebilmek için organizasyonlar yenilikçi olur ve yeni ürünler sunarlar (Prajogo ve S.Sohal, 2001; 563).

Sürekli iyileştirme organizasyonları ve çalışanları yenilikçi fikirler bulmaya sevk eden bir disiplindir. Sürekli iyileştirme prensibine bağlı olarak, çalışanların rakipler, müşteriler ve pazar hakkında bilgi sahibi olmaları yeni ürünler için fikirler üretmeleriyle sonuçlanmıştır (McAdam vd., 1998;145). Başarılı yenilik yapmanın TKY ilkelerine bağlı olduğunu kabul edersek, sürekli iyileştirme felsefesi organizasyonlar için gelecekte rekabet avantajı elde etmelerini ve büyümelerini sağlayacaktır (Kanji,2010;5). TKY uygulamalarıyla desteklenen sürekli iyileştirme prensibi, bir işletmenin yenilikçi olması için kullanabileceği sağlam bir temeldir (Abrunhosa ve Sa, 2008; 216). Sürekli iyileştirme felsefesi, aşamalı ürün yeniliği yapan işletmelere rakiplerine oranla daha hızlı lisans alma ve pazara yayılma fırsatı sunmaktadır (Flynn, 1994;59). Sürekli iyileştirme felsefesini uygulayan işletmeler, hem dışardan aldıkları yenilik fikirlerini kolay bir biçimde kabullenip onu geliştirirler hem de felsefeden faydalanarak kendileri yenilik ortaya çıkarabilirler.

TKY'nin liderlik, geri bildirim, organizasyon yapısı gibi özellikleri göz önüne alındığında yeni ürünlerin üretilip sunulma hızında büyük farklılıklar ortaya çıkmaktadır (Flynn,1994;61). Takım çalışması ve çalışanların yetkilendirilmesi, onların değişim ve yenilik çalışmalarını daha çok kabullenmelerini ve ortaya dinamik bir çalışma gücü çıkarmalarını sağlar (Lorente vd., ;12-19).

Yenilik bir çok farklı fonksiyonun birleşiminden meydana gelir, gelişme, pazarlama, organizasyonel katılım, teknoloji ve çalışan katılımı bu yüzden TKY bu fonksiyonların daha iyi bir uyum içerisinde çalışmalarına yardımcı olmaktadır. Toplam kalite yönetiminin başarılı bir şekilde uygulanması, işletmelere değişen koşullara ve yenilikçilik çalışmalarına adapte olmasına yardımcı olur. Gelişme sürecine kalite yönetiminden başlayan işletmeler, müşteri isteklerini daha hızlı anlamakta ve yenilik çalışmalarını etkili bir şekilde gerçekleştirmektedirler.

Toplam Kalite Yönetiminin Yenilikçiliğe Olumsuz Etkileri

Yukarıda açıklanan olumlu ilişkinin yanında, TKY ve yenilikçilik arasında negatif bir ilişki olduğunu iddia eden çalışmalar da yapılmıştır. Bunlar iki şekilde özetlenebilir. Bir görüşe göre TKY ve yenilikçilik farklı rekabet öncelikleri olan stratejiler geliştirmektedirler, bu yüzden birbirlerini tamamlamazlar aksine ikame ederler; ikinci görüşe göre ise, müşteri odaklı yaklaşım TKY'nin yenilikçiliğe olumsuz etki etmesine neden olur (Ortiz vd., 2006; 1183).

Yukarıda belirtildiği gibi TKY ve yenilik arasındaki pozitif ilişkiye karşı olarak negatif bir ilişkinin, kalite uygulamalarının ve yönetiminin yeniliği bastırıldığını ileri süren çalışmalar da yapılmıştır. Müşteri odaklı olmak prensibi olumlu etkilerinin yanında işletmeleri yenilikçilik çalışmaları konusunda olumsuz etkilemektedir. Müşteri odaklı felsefe organizasyonları köklü ve radikal yenilikler yapmak yerine var olan ürün ve hizmetlerde aşamalı yenilikler yapmalarına neden olabilir (Prajogo ve S.Sohal, 2001;557). Müşteri odaklılık ve yeni ürün geliştirmek arasında negatif bir ilişki söz konusudur (Atuahene-Gima, 1996; 100). Organizasyonların müşteri odaklı olmaları yenilik yapmalarını engeller çünkü organizasyonlar yenilik yapınca müşterilerini ile olan ilişkilerini kaybedeceklerinden korkabilirler (Wind ve Mahajan, 1997;10). İşletmeler iyi müşteri ilişkileri kurmak ve müşteri sadakatini sağlamak için onların istekleri doğrultusunda ürün geliştirirler. Müşteri odaklı olmak, yöneticilerin sadece müşterilerin gözünden bakarak pazara odaklanmalarına ve potansiyel isteklerini görememelerine neden olabilir (Prajogo ve Sohal, 2003;915) Bu süreç yenilikçilik yaklaşımının geri plana itilmesi ve pazar ne talep ederse onun üretilmesi demektir. Bu durumda yenilik ikinci plana düşmektedir. Öncelikli amaç müşteri tatmini sağlamaktır.

Sürekli iyileştirme standart bir prosedür izlenmesini gerektiren bir felsefedir. Yaklaşımlar ve kurallar bellidir. Standardizasyonun olması hata payını azaltmakla beraber, yenilik açısından çalışanları sadece uygulanabilir fikirler ve ürünler düşünmeye yönlendirip, yenilikçi fikirler sunmalarını olumsuz etkileyebilir (Prajogo ve S.Sohal, 2001;556).Sürekli gelişmedeki popüler kalite geliştirme araçları genellikle analitik, yapısal ve lineer düşünme üzerine kuruludur. İnovasyon ise daha yapay, yapısal ve lineer olmayan bir düşünce sistemi üzerine kurulmuştur (Prajogo ve S.Sohal, 2001; 556).Kurallara bağlı olarak süreçleri yönetmek ve hata yapmaktan kaçınmaya çalışmak, çalışanların yeni fikirler edinmelerine engel olur ve yenilikçi ürünler sunulamaz.

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ VE YENİLİKÇİLİK İLİŞKİSİ ÖRNEKLERİ

Bu bölümde TKY ve yenilik arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılabilmesi için iki tane örnek sunulmuştur. Örnekler Kanji'nin (2010) yaptığı çalışmadan alınmıştır.

Konica Kamera

1950'lerde fotoğrafçılık çoğu insana göre, açık ve güneşli bir günde dışarıda resimler çekmek demektir. Genel olarak mekanların içerisinde fotoğrafçılık doğum günleri ve düğünler gibi özel anlarla sınırlıydı. Fotoğraf çekmek o günlerde kolay değildi, çünkü, net bir fotoğraf elde edebilmek için kamerayı odaklamak belirli bir tecrübeye ihtiyaç duymaktaydı. 1970'lerin başında daha küçük flaş makineleri yapılmaya başlandı ve göz merceğinin içinde görünen nesneye göre lenslerin hareketlerini ayırt eden kilitlerin) mekanizması tanıtıldı. Düşük ışıklandırma ve odaklanma eksikliği gibi problemler çözülmüş ve kullanımı kolay olan makineler daha ucuza satılmaya başlamıştı. Sonuç olarak kamera üreticileri arasında rekabetçi bir pazar yapısı oluşmaya başlamıştı. Ama yüksek rekabet Konica'nın kamera bölümünde problemler yaşamasına, pazar payını kaybetmesine neden olmaya başlamıştı. Konica işletmesi kamera imalatını devam ettirip ettirmeme konusunda bir karar vermek zorundaydı. Kamera bölümünün isteği üzerine yönetim üretime devam etme kararı aldı. Bunun üzerine kamera bölümü yeni bir ürün planlama faaliyeti başlattı. Çalışanlar yeni ürünün modifiyeden ziyade pazar payını arttıracak yeni bir ürün olması gerektiğinin düşünüyorlardı. Konica yıllardır TKY'ni uyguladığı için çalışanlar müşterileri nasıl etkileyeceklerini biliyorlardı. Çeşitli tüketici araştırmaları ve beyin fırtınası toplantıları sonucunda, kaliteli bir resmin nasıl ortaya çıktığını anlamak için bir film işleme laboratuvarını ziyaret etme kararı alındı. Daha sonra çeşitli TKY metotları laboratuvarından bilgi alma noktasında kullanılmıştır. Pareto grafiğinin kullanıldığı bir analizde, başarısızlığın nedeninin düşük ışıklandırma olduğu anlaşıldı. Ayrıca bir çok tüketicinin flaş makinesini kullanmayı unuttukları anlaşılmıştı. Tüm bu bilgiler derlendikten ve TKY analizleri tamamlandıktan sonra, Konica içinde flaş makinesinin sabit bulunduğu yeni bir kamera geliştirdi. Ürün 1979 yılında pazara tanıtıldı ve sonrasında büyük bir başarı elde etti. Bununla beraber, bu başarının ardından bir çok tüketicinin halen kilitleme mekanizmasını kullanmakta zorlandığı ve başarısız olduğu anlaşıldı. Bu probleminde

üstesinden gelebilmek için Konica bir yenilikçi yaklaşım daha kullandı ve ürüne otomatik odaklanan, film yükleyen ve saran bir mekanizma eklenir. Sonuç yüksek düzeyde müşteri memnuniyeti ile ortaya elde edilen büyük pazar payı oldu.

Ford Model T

Otomotiv endüstrisinde Ford Model T önemli bir başarı olarak düşünülür çünkü orta sınıfın kullanımına uygun olarak dizayn edilmişti. Ayrıca seri üretimin ilk defa kullanılmasıyla yeni bir dönem başlamıştır. Üretim sürecinin ilk günlerinde, bir arabayı üretebilmek için gerekli görevlerin neredeyse tamamını yapmak bir işçi için pratik yapmak gibiydi. Etkin bir sistem değildi çünkü işçiler belirli bir görevde ustalaşmamışlardı. Sonuç olarak bir araba sadece bir kişi tarafından toparlanırdı ve daha sonra dağıtım bölümü tarafından kontrol edilirdi. Henr Ford'un yeni üretim süreci geliştirmesiyle, iş bölümü anlayışı uygulanmaya başladı. Bir işçi sadece belirli bir görevden sorumlu olacaktı, örneğin tamponu arabaya yerleştirmek. Böylece yetkin olmayan iş gücü üretim sürecinde sorumluluk gerektirmeyen, tekrarlı işlerde kullanılmaya başlandı. Yetkin olmayan iş gücünü yönetebilmek için Ford ayrıca yeni yönetim tarzı geliştirdi, ürünlerin son kontrolü ve endüstri mühendislerinin etkin çalışabilmesi için kalite kontrolörü anlayışını geliştirmesi gibi. Bütün üretim tesislerini işletmeye katmak, maliyetleri azaltmak, rekabeti arttırabilmek ve daha etkili çalışabilmek için Ford bazı operasyonları merkezileştirmeyi başardı. Bunun dışında, yetkin olmayan iş gücü sayısının giderek artması sonucunda, işleri organize edebilmek için tek amaçlı makinalara yatırım yapılması gerekti. Bunun sonucunda, Ford, sadece bir görevi olan üretim sürecini hızlandıran ve seri üretim dönemini başlatan yeni makinalar icat etti.

SONUÇ

Günümüz rekabet ortamında işletmelerin başarısının, yeni rekabet üstünlüklerini sürekli bir şekilde aramalarına ve bunları rakiplerine karşı sürekli bir şekilde korumaya çalışmalarına bağlıdır. Küresel rekabet ortamında rekabet üstünlüğü elde etmek ve sürdürmek için gerekli faktörlerin başında gelişme, yenilik yapma ve değişim gelmektedir. Bu açıdan bir çok işletme için üstesinden gelinmesi gereken konu, gelişme ve yenilik yapma yeteneklerini arttırmaktır. Değişim ve yenilik açısından bakıldığında TKY temel değişim araçlarından biridir. TKY' de gelişme; çevreye uyum, mükemmelin aranması, müşterilerin değişen beklentilerinin karşılanması, artan uluslar arası rekabet gibi faktörler dikkate alınarak kısa aralıklarla ve sürekli iyileştirmeye yönelik bir araç ve yönetsel bir bakış açıdır. Günümüz lider işletmeleri incelendiğinde bu işletmelerin müşteri ihtiyaç ve isteklerinin değişmesini beklemeden risk alarak, yenilikçi özelliklerini kullanarak yeni ürünler ya da rekabet unsurlarını geliştirecek süreç yeniliklerine özel önem verdikleri görülmektedir. TKY' nin merkezinde yer alan müşteri odaklılık prensibi sayesinde yenilik çalışmaları müşteri istekleri ve beklentileri doğrultusunda gerçekleştirilebilecektir. Bu sayede ortaya çıkan yeniliğin ticarileştirilebilme oranı daha yüksek olacaktır.

Günümüzde dünyada teknolojinin hızlı ilerlemesi ve buna bağlı olarak da değişimlerin yaşanması işletmeler arasında rekabeti arttırmaktadır. Bu zorlu koşullarda işletmelerin ayakta kalabilmeleri ve kar sağlayabilmeleri için mevcut işleyiş yöntemlerini değiştirip yeni yöntemler denemeleri gerekmektedir. Bunun bir yolu da TKY uygulamalarını tam anlamıyla işletmelerine adapte etmekten geçmektedir. Diğer bir yol da yenilikçilik uygulamalarıyla yeniliği sürekli hale getirebilmektir. İşletmeler bu iki konsepti tüm ilkeleriyle işletmelerinde uygulamaya koyarlarsa rakiplerine göre büyük rekabet avantajı elde edeceklerdir.

KAYNAKLAR

- Abrunhosa, A., ve Sa, P. M. (2008). Are TQM principles supporting innovation in the Portuguese footwear industry? *Technovation*, Sayı: 28, s. 208-221.
- Atuahene-Gima, K. (1996). Market Orientation and Innovation. *Journal of Business Research*, Sayı: 35, s.93-103.
- Axel, J. (1999). Using Market Vision to Steer Innovation. *Technovaion*, Sayı:19, s.203-207
- Becker, S. W. (1967). The Innovative Organization: A Selective View of Current Theory and Research . *Graduate School of Business University of Chicago, Selected Papers*. s.462-469
- Cumming, B. S. (1998). Innovation Overview and Future Challenges. *European Journal of Innovation Management*. Sayı:1, s.21-29
- Elçi, Ş. (2007). *Inovasyon, Technopolis Yayınları*, 2007
- Flynn, B. B. (1994). The Relationship Between Quality Management Practices, Infrastructure and Fast Product Innovation. *Benchmarking for Quality Management & Technology*, Sayı:1, s. 48-64.

- Garcia, R., ve Calantone, R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. *Journal of Product Innovation Management*, Sayı:19, s.110-132.
- Güleş, H. K., ve Bülbül, H. (2004). *Yenilikçilik, Nobel Yayınları, Ankara, s.125-142*
- Hoang, D. T., Igel, B., & Laosirihongthong, T. (2006). The Impact of Total Quality Management on Innovation Findings From a Developing Country. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Sayı:23, s.1092-1117.
- Kanji, G. K. (2010). Can Total Quality Management Help Innovation ? *Total Quality Management*, Sayı:7, s. 3-10.
- Kelly, R. M. (1998). Investigation of the relationship between total quality and innovation:a research study involving small organisations. *European Journal of Innovation Management*. Sayı: 1, s.139-147
- Kim, D.-Y., Kumar, V., ve Kumar, U. (2012). Relationship Between Quality management Practices and innovation. *Journal of Operations Management*, Sayı:30, s.295-315.
- Lorente, A. R., Dewhurst, F., ve Dale, B. G. (1999). TQM and Business Innovation. *European Journal of Innovation Management*, Sayı:2, s.12-19
- McAdam, R., Armstrong, G., ve Kelly, B. (1998). Investigation of Relationship Between Total Quality and Innovation: A Research Study Involving Small Organisations. *European Journal of Innovation*, Sayı:1, s. 139-147.
- Ortiz, J. P., Benito, J. G., ve Galende, J. (2006). Total Quality Management as a Forerunner of Business Innovation Capability. *Technovation*, Sayı:26, s.1170-1185.
- Prajogo, D. I., ve S.Sohal, A. (2001). TQM and Innovation: A literature review and research framework. *Technovation*, Sayı:21, s.539-558.
- Prajogo, D. I., ve Sohal, A. S. (2003). The Relationship Between TQM Practices , Quality Performance, and Innovation Performance; An Empirical Study. *International Journal of Quality and Reliability Management*, Sayı:20, s.901-918.
- Reed, R., Lemak, D. J., ve Mero, N. P. (2000). Total Quality Management and Sustainable Advantage. *Journal of Quality Management*, Sayı:5, s.5-26.
- Russel, R. S., ve Taylor, B. W. (2011). *Operations Management*. Wiley, s.67-70
- Tübitak, (2005), *Oslo Klavuzu*, s.20
- Wind, J., ve Mahajan, V. (1997). Issues and Opportunities in New Product Development: An Introduction to the Special Issue. *Journal of Marketing Research*, Sayı:34, s.1-12.

BİLGİ SİSTEMLERİNDE MODEL, VERİ VE İNSAN KAYNAKLI RİSKLER

Doç. Dr. Ahmet KAYA*

ÖZET

Bilgi sistemleri, yöneticilerin kararlarına destek amacı taşıyan önemli referanslardır. Veriler, modeller vasıtasıyla bilgiye dönüşür. Veriden bilgiye giden yolda sistemler bulunur. Verilerden bilgi elde edilen sistemlere bilgi sistemi adı verilir. Bilginin güvenilir olması, veri ve modellerinin doğru ve etkin olmasına bağlıdır. Bu bakımdan bilgi sistemlerinde model, veri ve kişi kaynaklı bazı riskler söz konusu olabilmektedir. Bu çalışmada, bilgi sistemlerinde karşılaşılan riskler istatistiksel zaman serileri (ARMA) yaklaşımı ile tespit edilmekte ve çözüm önerileri sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Sistemleri, Bilgide Yanlılık, Verilerde Kirlilik, Zaman Serileri, Hata Modelleme.

MODEL, DATA AND HUMAN CAUSED RISKS IN INFORMATION SYSTEMS

ABSTRACT

Information systems are important reference for managers who constantly have to make decision. Data are converted to information by models. Systems are called information systems to obtain information from data. Reliable information is depends on models which has to be true and effective. Therefore, there may be some risks about model, data, and person arising in information systems. This study is aimed at to identify risks encountered in information systems by statistical time series (ARMA) approach and some inferences given.

Keywords: Information Systems, Bias On Information, Pollution In Data, Time Series, Error On Modelling.

GİRİŞ

Yöneticiler, sıklıkla kararlar vermek durumundadır. Karar verme süreci, çok yönlü düşünmeyi, belirsizlik ortamlarını nispeten kararlı ortamlara dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Bununla birlikte, alınan kararlardan olumlu veya olumsuz etkilenecek bireylerin durumlarını, muhtemel mali getirileri, kayıpları ve riskleri göz önünde bulundurmaya gerektiren bir süreçtir. Yöneticilerin verdiği kararların etki alanları genişler. Yönetimsel her bir kararın yol açacağı bir dizi değişim bulunmaktadır. Değişimler genelde rekabet üstünlüğü ve verimliliği artırmaya yönelik olup yeni istihdam alanları yaratmak üzere kullanılabilir (Peppard, 1993: 1). Bu sayede değişimin gerektirdiği bilgilerle yeni bir dinamizmi hayata geçirmek, yeni kazanımlar ve fırsatlar yakalamak ve değişimlere adapte olmak mümkün hale gelir (Kaya, 2015:348-350) ve (Gates, 1999).

İşletmelerde bilgi sistemlerini doğru yönetmek ve etkili kullanmak başlı başına önemlidir. Verilerden bilgiye giden yolda bir dönüşüm gerçekleşmektedir. Bu dönüşümleri bilgi sistemleri sağlamaktadır (Demirhan, 2002: 118). Böylece, ham olgu olarak nitelendirilen verilerin bilgiye dönüşümü ile sağlanan yararlı ve anlamlı sonuçlara ulaşılmış olmaktadır (Ergun, 1995: 3). Ham bilginin hazırlanması, işlenmesi ve iletişimi gibi bir takım işlemler dizisinden geçilerek, gereksinime uygun stratejik bilgiye dönüşüm bilgi sistemleri sayesinde gerçekleşmektedir (Soyuer, 2000: 38). Görüldüğü gibi, bilgi sistemlerinin bir de işletmeler açısından stratejik rolü bulunmaktadır. İşletmelerin rakipleri karşısında üstünlük kazanmasını sağlayan ürün, hizmet ve yeterliliklerin geliştirilmesinde bilgi sistemlerinin önemi büyüktür (O'Brein, 1977: 334).

Stratejik bilgi sistemleri; işletme stratejilerinin geliştirilmesi, uygulanması, dönüşümü ve iletişimini kullanan araçlar biçiminde tanımlanmaktadır (Earl,1993: 47).

Bu durumda bilgi sistemleri; organizasyonda kontrolü ve koordinasyonu sağlayarak karar almada kullanılmak üzere veriyi toplamak, işlemek, saklamak ve dağıtmak üzere oluşturulan ilişkili elemanlar kümesidir (Kalıpsız, Buharalı ve Biricik, 2011: 25).

* Ege Üniversitesi, Tire Kutsan Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Programcılığı Bölümü, ahmet.kaya@ege.edu.tr

Bununla beraber; bilgi sistemi, karar almayı destekleyen ve organizasyonda kontrolü sağlayan organize edilmiş işlemler dizisidir (Lucas, 1982: 8).

Lucas (1982), göre bir bilgi sistemi karar almaya katkı sunan 7 aşamalı bir hiyerarşik yapıdır. Bu yapı şu şekildedir:

1. Veri Toplama,
2. Veri düzenleme,
3. Veri işleme,
4. Sonuçlar,
5. Sonuçlardan bilgiye dönüşüm,
6. Karar vericiye sunum,
7. Karar verme.

Bilgi sistemlerinden elde edilen ve kararların desteklenmesine katkı sunan bilgiler; model, veri ve insan kaynaklı hatalar içerebilir. Bu hatalar; bilgi sistemi ne kadar mükemmel çalışırsa çalışsın, yanlış bilgi üretme sonucunu doğurmakta ve karar verici durumunda bulunan yöneticilerin yanlış kararlar almalarına sebep olmaktadır. Modellere, dolayısıyla bilgiye temel teşkil eden veriler, kişi kaynaklı olarak yanlış kaydedilebilir, veriler eğer ölçüm ve tartım aletlerinden elde edilmekte ise bu aletlerin yanlış kullanımı ile veriler üzerinde bir yanlışlık meydana gelebilmektedir. Bir de veriler, doğaları gereği beklenenden farklı biçimlerde elde edilebilirler. Bu durum; öngörülmeden bir deprem, grev ya da savaş durumunun söz konusu olduğu veya konjonktürel bir gelişme sonucunda veriler üzerinde meydana gelen değişim biçiminde izah edilmiştir (Chang, Tiao ve Chen, 1988: 193).

Bunun dışında veriler tamamen sağlıklı bir biçimde elde edilmiş olsalar bile uygun model seçiminin yapılmaması durumunda yanlış tahmin sonuçları elde edilebilir.

BİLGİ SİSTEMLERİ

Sistem, bir hedef veya amacı gerçekleştirmek üzere bir araya gelmiş ilişkili parçalardan oluşan, girdileri ve çıktıları bulunan sınırları belirlenmiş bir bütün ve ilişkili elemanlar kümesi olarak tanımlanmaktadır (Kalıpsız, Buharalı ve Biricik, 2011: 17) ve (Ergen, 1990).

Sistem tanımı, bilgi sistemlerini de içine alabilecek ölçekte genel bir tanımdır. Bilgi sistemleri, sistem temelinde belli amaçları gerçekleştirmek üzere geliştirilmiş özel amaçlı sistemlerdir. Bilgi sistemleri, verileri somut bilgilere dönüştüren özellikli ve özel amaçlı yazılımlardır.

Tablo 1. Veriden Bilgiye dönüşüm Süreci



Bilgi sistemlerinde girdi bilgisi olan **VERİ**, organizasyonda veya fiziksel çevrede oluşan olayları temsil eder. Veri kendi başına bilgi niteliği ve özelliği taşımaz ve de bilgi amaçlı kullanılamaz. Ancak bir gözlem veya işlem sonucunda ortaya çıkan verilerin ilişkilendirilmesi ve işlenmesi ile elde edilen **BİLGİ** kullanılabilir. Bu durumda veri kendi başına bir referans niteliği taşımaz.

Bilgi Sistemi Türleri

Bilgi sistemleri, işlevleri ve amaçlarına uygun bazı isimlendirmelerle anılmaktadır Bu bağlamda aşağıda belirtilen altı adet bilgi sistemi bulunmaktadır (Kalıpsız, Buharalı ve Biricik, 2011: 25). Bunlar;

- İşlemsel Bilgi Sistemleri (TPS: Transaction Processing System),

- Yönetim Bilgi Sistemi (MIS: Management Information System),
- Ofis Otomasyon Sistemleri (OOS: Office Otomation System),
- Karar Destek Sistemleri (DSS: Decision Support System),
- Üst Yönetim Bilgi Sistemleri (EIS: Executive Information System),
- Bilgi Tabanlı İş Sistemleri (KWS: Knowledge Work System) sistemlerdir.

Yukarıda anılan ve bu kategoriler dışında geliştirilen özel amaçlı çok sayıda bilgi sistemi ile karşılaşmak mümkündür. Bütün bilgi sistemlerinin ortak girdisi veridir. Bu konuda Louden (2003) tarafından hazırlanan ve bilgi sistemleri için girdi bilgilerini betimleyen tabloya bakılabilir (Louden, 2003).

Veriler ne kadar sağlıklı ise bilgi o kadar güvenilir ve doğrudur. Verilerin güvenliği, onları elde eden ve sisteme aktaran kişilerin dikkatine ve deneyimine bağlıdır. Her zaman işini iyi yapan insanlarla bir süreç yürütülemeyeceğini göre, verilerin sağlıklı olup olmadıklarını test etmek ve onların güvenilir olduklarından emin olmak gerekir. Bunun için modellemeye temel teşkil edecek verileri uygun bir modele fit etmek (uydurmak), modelin uygunluğundan emin olduktan sonra kişi veya doğası gereği veriler üzerinde hatalı bir durumun bulunup bulunmadığını test eden algoritmaları işletmek gerekir. Veriler üzerinde hatalı bir durum varsa bunun etkisini belirlemek ve veriler üzerinden bu etkiyi (hatayı) silerek veriyi optimize etmek gerekir. Çalışmanın bundan sonraki kısmı istatistiksel süreçler ve veri optimizasyonu ile ilgili olacaktır.

Bilgi Sistemlerinin Stratejik Rolü

Bilgi sistemlerinin önemli stratejik rolleri bulunmaktadır. Bu roller, işletmelerin rakipleri karşısında kalıcı bir üstünlük kurmak ve teknolojik yenilikleri yerinde ve zamanında üretimin faktörleri haline getirmektir. Bununla birlikte bu yenilikleri işletme sürecinin içerisine dâhil etmekle teknolojik değişimlere adaptasyon sağlanabilmekte, üretimde otomasyona geçmek mümkün hale gelmekte, daha ucuz ve kaliteli üretimin önü açılmaktadır. Başlangıç evresinde maliyetli bir o kadar da zor olan bu adaptasyonun zaman içinde elde edilen kazanımları büyük ve dikkate değerdir. Bilgi sistemleri literatürü göz önünde bulundurulduğunda stratejik bilgi sistemlerinin iki tür faydası olduğu kabul edilmektedir (Kini, 1993: 47).

- Birincisi, işletmeye özel bir takım teknolojik fikirlerden elde edilen ve yaratıcı fikirlerle edinilen bilgi temelli kazanımlar.
- İkincisi, hali hazırda mevcut olan ve herkesin edinebileceği, stratejik önemi yaygın ve etkili kullanım ile ortaya çıkan faydalardır.

Geçmişte işletmeler bakımında önemi kavranamamış bilgi sistemlerinin artan rekabet ve engellenemeyen teknolojik değişim karşısında önemi her geçen gün artmaktadır.

Bilgi Sistemlerinin Avantajları

Strateji rolleri göz önünde bulundurulduğunda işletmeler bakımından bilgi sistemlerinin sunduğu bir dizi avantaj bulunmaktadır. Bunlar;

- Kaliteli ve ucuz üretim,
- Teknolojik değişime adaptasyon,
- Bilimsel yöntemlerle işbirliği,
- Rekabet edebilme direnci,
- Yenilikleri takip ve işletmelere uyarlanabilme olanağı,
- Yüksek kârlar ve büyüme şansı,
- Değişime adaptasyon kolaylığı,
- Araştırma Geliştirme faaliyetlerine temel oluşturma.

İSTATİSTİKSEL MODELLEME SÜRECİ

Çalışmanın istatistik modelleme işlemleri MINITAB paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Günümüzde yoğun bir şekilde kullanılan istatistik paket yazılımları; SPSS, MINITAB, SAS, STATISTICA ve benzer isimler altında anılmaktadır. Bir nevi bilgi sistemi niteliğinde olan bu paketlerin kullanılması ile verilerin muhtemel hatalardan arındırılması amacıyla model parametreleri elde edilmektedir. Bunun için elde edilen verilerin bir zaman serisi (ARMA) verisi olduğu kabul edilmektedir.

Box-Jenkins Modellemede Hata Modelleri

Box-Jenkins zaman serisi tahmin modellerinde iki türlü hatalı duruma rastlanmaktadır (Fox, 1972). Birinci tip hata durumu (Additive Outlier (AO)) kişilerin, cihazların veya cihazların hatalı kullanımı ile ortaya çıkmaktadır. Veri kaynaklı olmayan bu hataların doğurduğu etkiler gözlem üzerinden mutlaka ayrıştırılmalıdır (Ljung, 1993: 561). İkinci tip hata durumu (Innovational Outlier (IO)), doğal rastgelelik sonucu ortaya çıkan ve çıktığı pozisyondan itibaren etkisi azalarak bütün gözlemleri etkileme özelliğine sahip bir türdür. İkinci tip hata etkisinin ayrıştırılıp ayrıştırılmaması konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Görüldüğü üzere, zaman serilerinde ortaya çıkan hata durumlarını, kaynağı ve nedenleri ile belirlemek mümkün olmaktadır (Chang, Tiao ve Chen, 1988) ve (Fox, 1972).

Ayrıca zaman serilerinde hata tespiti, artık terimler (e_t) , ler arasında kurgulu otokorelasyona (ρ : otokorelasyon; $\varepsilon_t = \rho\varepsilon_{t-1} + \varepsilon_t^*$, $(E(\varepsilon_t, \varepsilon_{t-1}) \neq 0)$ $E(\varepsilon_t) = e_t$) dayalı olarak yapılmakta olup, birinci tip hatanın tespiti, tarama süreçleri tarafından daha kolay bir şekilde yapılabilmektedir (Kaya, 2010).

Öte yandan birinci tip hata durumunda parametre tahminleri üzerindeki etki daha fazla ve şok bir etki olarak tanımlanmıştır (Ljung, 1993:560).

Box-Jenkins zaman serisi modeli şu şekilde tanımlanmaktadır:

$\{x_t\}$, $ARMA(p, q)$ modeli ile üretilmiş hatalı veri içermeyen zaman serisi olsun. $ARMA(p, q)$ Modeli;

$$\phi(B)x_t = \theta(B)e_t$$

Burada, $\phi(B) = 1 - \phi_1 B - \dots - \phi_p B^p$, $\theta(B) = 1 - \theta_1 B - \dots - \theta_q B^q$, $B^k x_t = x_{t-k}$, $E(x_t) = 0$, $\{e_t\} \rightarrow (0, \sigma^2)$

özelliklerine sahiptir. Eşitlik modelinde tanımlanan $\phi(B)$ fonksiyonunun kökleri ϕ_1, \dots, ϕ_p değerleri birim çemberin dışında kalıyorsa model durağanlık, $\theta(B)$ fonksiyonunun kökleri $\theta_1, \dots, \theta_p$ değerleri birim çemberin dışında kalıyorsa çevrilebilirlik koşulunu, dolayısıyla tersinirlik varsayımlarını sağladığı kabul edilir (Box ve Jenkins, 1976).

Seri durağanlığı kısaca, gözlemler ve hata terimleri arasındaki korelasyonun öngörülen sınırlar içerisinde olması ve gözlemlerin kısmi otokorelasyon değerlerinin, gecikme değerlerinin artmasına paralel azalması anlamına gelir. Bununla birlikte seri durağan ise zaman serisi modellemesi için ön koşul olan varsayımların karşılanması sağlanmış demektir.

Kişi Kaynaklı Hata Tipi

Bir gözlem değeri, beklenmedik bir şekilde kişi ya da alet kaynaklı veya hatalı ölçümler sonucu beklenenden farklı olarak elde edilmiş ise, bu tip sapan değerler birinci tip veya kişi kaynaklı hata durumları olarak tanımlanmaktadır. Bu tip hatalı durumlar, parametre tahmin değerleri üzerinde şok değişimlerin ortaya çıkmasına neden olurlar (Ljung 1993). Ayrıca, bu tür hatalarda parametre yanlılığı daha keskin ve daha büyüktür. Bu tip gözlemler üzerinde meydana gelen etki mutlaka

giderilmelidir. Literatürde Additive outlier (AO) veya A tipi sapan modeli olarak ta tanımlanır. İlk kez 1972 yılında Fox tarafından tanıtılmış ve modellenmiştir (Fox, 1972:351).

Kişi kaynaklı hata modeli;

$$y_t = z_t + \delta x_t$$

Burada y_t gözlenen değer, δ ; hatanın büyüklüğü, x_t ; hata anında ($T = t$) 1, aksi halde 0 değeri alan değişkendir (Chang, Tiao ve Chen, 1988:194).

Veri Kaynaklı Hata Tipi

Veri kaynaklı model; ortaya çıktığı pozisyonundan itibaren kendinden sonraki gözlemleri etkileme özelliğine sahiptir. Bu durum, etkisi uzun süre devam eden bir ekonomik krizi, etkili ancak iyileşen bir hastalık durumunu, bir depremin yol açtığı enflasyon veya sosyal etkileri ve benzeri durumları betimleyen bir durumdur. Literatürde Innovational Outlier (IO) veya B tipi model olarak da tanımlanmaktadır.

Veri kaynaklı hata modeli;

$$y_T = \frac{\theta(B)}{\phi(B)}(e_T - \delta x_T)$$

$\theta(B)$; MA fonksiyonunu, $\phi(B)$; AR fonksiyonunu e_T , hata anında oluşan artık terimini, x_T ; $T = t$ anında 1, diğer durumlarda 0 değerini alan değişkendir (Chang, Tiao ve Chen, 1988:193).

Hata tarama işlemlerinde yüksek duyarlılıklı taramalar için kritik değerler $C = 3.00$ orta duyarlılıklı taramalar için $C = 3.50$, düşük duyarlılıklı taramalar için $C = 4.00$ olarak kullanılmaktadır.

Model Kaynaklı Hata Tipi

Bilgi sistemlerinde karşılan diğer bir risk, verilere uygun, model denkleminin yanlış seçilmesidir. Bu durumda tamamen normal sayılabilecek gözlemlerin, modelin yanlış tespit edilmesi sonucunda sapan (hatalı) veri haline gelmektedir. Bununla birlikte veriler üzerinde bulunması muhtemel hata etkilerini ayırıştırılmadan kurulan modellerin yanlış seçilme riski bulunmaktadır. Bu türden hatalı durumlarla karşılaşmamak için verilerin serpmme diyagramları üzerindeki eğilimlerini gözlemlenmelidir. Bu sayede, verilere uygun modeller konusunda ön bilgi sahibi olmak olanaklı hale gelir.

Hata Tarama Algoritması

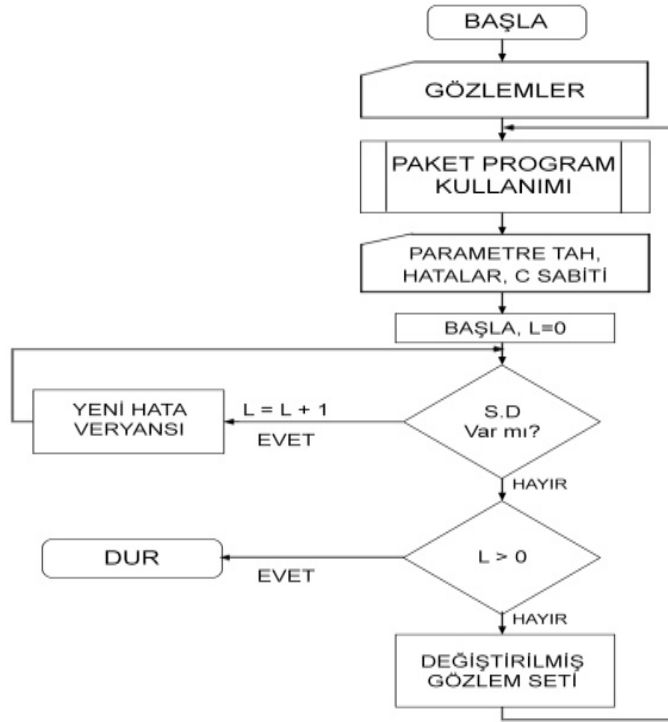
- Tanımlı dosyadan gözlemleri oku.
- Paket program vasıtasıyla elde edilen ARMA parametrelerini oku.
- Tahmini modelden π_j leri hesapla.
- $\hat{\sigma}_a^2$ 'yı kullanarak \hat{e}_t 'leri elde et ve hatalı verileri bul.
- 3.00, 3.50 ve 4.00 değeri alabilen C kritik değerini oku.
- Do Döngü içerisinde;

1. \hat{e}_t lerden $\hat{\sigma}_a^2$ yı hesapla.
 2. Geçerli değeri bir artırarak;
 3. Veri etkilerini tanımlayan $\lambda_{1.T}, \lambda_{2.T}$ 'yı hesapla.
 4. Eğer $\lambda_{1.T} > C$ ise hatalı veri pozisyonunu ve IO'yu görüntüle.
 5. Eğer $\lambda_{2.T} > C$ ise hatalı veri pozisyonunu ve AO'yu görüntüle.
 6. Aksi halde hatalı veri bulunmamaktadır. Dur.
 7. IO ve AO etkilerini hesapla ve bu etkileri gözlemler üzerinde güncelle.
 8. Güncellenmiş gözlemler için yeni \hat{e}_T 'ler hesapla.
- End Do.
 - Güncellenmiş yeni gözlemleri oku ve algoritmayı tekrar et.
- (Kaynak: Kaya, 2004: 92).

Hata Tarama Akış Şeması

Veri setleri üzerinde hata tarama işlemlerinin nasıl yapılacağına dair algoritmik akış şeması Grafik 3.1'de verilmiştir. Bu akış şemasına ilişkin yazılım, hata tarama süreçleri arasında en etkin olduğu belirlenen ve ardışık yöntem (iterative procedure) adı verilen, C# programlama dili ile modül haline getirilerek gerçekleştirilmektedir (Kaya, 2003).

Buna göre; gözlemlere ilişkin veriler istatistik paket programına (MINITAB) okutulurken zaman serisi modeline ilişkin parametreler ve her bir gözleme ilişkin artık değerler (e_t) 'ler elde edilmektedir. Bu işlemden sonra veriler üzerinde hata tespiti yapan bir yazılım kullanılmakta ve tarama süreci başlatılmaktadır. Tarama süreci, yinelemeli olarak seri üzerinde hatalı veri kalmayınca kadar devam etmektedir. Seri üzerinde hatalı gözlemler sona erdiğinde yazılımın işletimi de sona ermektedir. İşlem sonucunda varyans ve parametre değerleri değişmekte, dolaylı bir işlem olarak model optimize edilmektedir.



Grafik 1. Hata Tarama Akış Şeması

UYGULAMA

Veriler üzerinde hata analizi yapmak amacıyla Box-Jenkins A serisi olarak bilinen ve 197 adet gözlemden oluşan, iki saatte bir elde edilen kimyasal konsantrasyon değerleri kullanılmıştır (Box ve Jenkins, 1976).

Gözlemler iki saatte bir elde edilmiş olduklarından eşit zaman periyotlarında elde edilmiş olup zaman serisi modelleme varsayımlarını gerçeklemektedir. Veriler üzerinde kısmi otokorelasyon değerleri, korelogramlar üzerinde gözlenerek durağanlık kontrolü yapılmıştır. Bu işlemlerden sonra, bir bilgi sistemi olarak MINITAB istatistik paket programı kullanılarak ARMA parametreleri tahmin edilmiştir. 13 iterasyon işleminden sonra elde edilen parametre tahminleri; AR(1)=0.9151, St. Sapma=0.0433 ve t-değeri 21.11 biçiminde, MA(1)=0.5828, St. Sapma=0.0849 t-değeri=6.87 biçiminde elde edilmiştir. t-değerleri $\alpha = 0.05$ önem düzeyinde test edilmiş ve model parametrelerinin önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Bu değerlere göre; Hata Kareler Toplamı (HKT)=19.188 ve Hata Kareler Ortalaması (HKO)=0.0989 olarak elde edilmiştir. Bu değerlerle birlikte Box-Pierce 28.00>Tablo değeri 33.92 olduğundan modelin verilere uygun bir model olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre parametre tablosu şu şekilde elde edilmiştir:

Tablo 2. Başlangıç Parametre Tahminler Tablosu

Parametreler	Tahmin Değ.	St. Sapma	t-Değeri
AR(1)	0.9151	0.0433	21.11
MA(1)	0.5828	0.0849	6.87
HKT=19.188, HKO=0.0989			
Box-Pierce=28.00<Tablo=33.92 => Model Uygun.			

Elde edilen parametre değerleri, C# programlama dili ile tarafımdan geliştirilen ve yine bir bilgi sistemi olan, iteratif hata tarama sürecine input bilgileri olarak okutulmuş ve tarama işlemi başlatılmıştır. Buna göre 197 adet veri için tarama

tablosunda belirtilen iki adet hatalı durum tespiti yapılmıştır. Tablo 2 sonuçlarına göre 43. Pozisyonda kişi kaynaklı bir hata (contamination) durumu, 64. Pozisyonda ise doğal rastgelelik kaynaklı bir hata durumunun söz konusu olduğu görülmüştür.

Tablo 3. Birinci Döngü Hata Tarama Sonuçları

Parametreler	HATA TESPİTLERİ		DÖNGÜ
AR(1)=0.9151	AO=16.5	IO=18.0	Döngü Sayacı
MA(1)=0.5828	43.Pozisyon	64.Pozisyon	1
Parametreler Aynı ..	Hatalı Değeri Rastlanmadı !...		2

Tablo 3'den görüldüğü üzere, 197 adet veri taranmış, 43'üncü pozisyonda kişi kaynaklı (AO) hataya rastlanmıştır. Gözlem değeri 16.5 olan veri için, tahmini parametre değeri, 17.4626 olarak elde edilmiştir. Bu pozisyon için artık değer -0.96259 olarak bulunmuş ve bu etki ile tarama süreci, verinin kişiden kaynaklı bir hata içerdiğini tespit etmiştir. Gözlemler arasından ulaşılan diğer bir hatalı durum 64'üncü pozisyonda gözlenmiştir. Bu pozisyon için gözlem değeri 18.0, tahmin değeri, 16.8645 olarak tahmin edilmiştir. Veri için artık (etki) değeri 1.13547 olarak bulunmuş ve bu gözlem veri özellikli veya doğal rastgelelik sonucunda, hatalı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumda 43 ve 64. pozisyonlar için yeni etki değerleri tahmin edilmiş, böylece söz konusu pozisyonlar için yeni gözlem değerleri bulunmuştur. İki tahmin edilmiş gözleminin seriye dâhil edilmesi ile yeniden istatistik paket program vasıtasıyla parametre tahminleri elde edilmiştir. Elde edilen parametreler Tablo 4.3'te belirtildiği şekilde bulunmuştur.

Tablo 4. Düzeltilmiş verilerle Parametre Tahminler Tablosu

Parametreler	Tahmin Değ.	St. Sapma	t-Değeri
AR(1)	0.8917	0.0399	22.34
MA(1)	0.4718	0.0669	7.05
HKT=17.978, HKO=0.0913			
Box-Pierce=28.00<Tablo=33.92 => Model Uygun.			

Tablo 4 parametreleri ile veriler üzerinde yeniden tarama işlemi yapılmış ve hatalı bir durumun gözlenmediği görülmüştür. Böylece Tablo 4.3'te elde edilen parametre değerlerinin 197 gözlem için nihai parametreler olduğu sonucuna varılmıştır. Veriler üzerinde hata düzeltme işlemleri sonucunda hata kareler ortalaması bazında Tablo 4.4'te belirtilen iyileştirmeler gerçekleştirilmiştir. Hata kareler ortalaması, varyansın tahmin edicisidir. Dolayısıyla, hata kareler ortalamasında meydana gelen minimizasyon, parametrelerin optimize edildiği anlamı taşımaktadır. Parametreler de model denkleminin parametreleri olduğuna göre, modelin daha etkin hale geldiği anlaşılmalıdır.

Tablo 5. Parametre Optimizasyon Tablosu

Parametreler	Tahmin Değ.	St. Sapma	t-Değeri
AR(1)	0.9151	0.0433	21.11
MA(1)	0.5828	0.0849	6.89
HKT=19.188, HKO=0.0989			
AR(1)	0.8917	0.0399	22.34
MA(1)	0.4718	0.0669	7.05
HKT=17.978, HKO=0.0913			
Etkinlik: 0.0989/0.0913*100=% 108.32.			

Tablo 5 sonuçlarına bakıldığında hata kareler ortalamasında % 8.32'lik bir iyileşmenin meydana geldiği görülmektedir. Buna göre; verilerde ortalama % 1'lik bir düzeltme, varyansın tahmin edicisi olarak kabul edilen hata kareler ortalaması üzerinde % 8'i aşan bir iyileşme ya da varyans küçülmesi sağlanmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Soyut veri kümelerinden anlamlı bilgi sistemlerine erişilmesini sağlayan riskler, genelde veri temelli risklerdir. Bu riskleri ortadan kaldırmak mümkündür. Bunun için veri setleri üzerinde mutlaka bir kontrol işlemine gereksinim bulunmaktadır. Bu işlemlerle daha minimal varyans değerlerine, daha yansız parametre tahminlerine ve daha etkin modellere erişmek mümkündür. Böylece bu modellerden elde edilen sonuçlarla daha etkin ve doğru bir biçimde elde edilmiş olmakta ve bilgi niteliğine ulaşılabilir. Bununla birlikte; veriler üzerinde kişilerden kaynaklı riskler olsa bile bu verileri düzeltmek ve bilgi etmeye uygun hale getirmek mümkündür. Veriler üzerinde; kişi kaynaklı veya veri kaynaklı riskler, aynı zamanda yanlış model parametreleri elde etmeye neden olmaktadır. Bu sapma o kadar yüksek olabilir ki, bazen modelin şekli tamamen değişebilir. Bu bakımdan veriler üzerinde meydana gelen kişi veya veri kaynaklı hataların doğal sonucu, yanlış modellerin elde edilmesidir. Bu da model riski biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Bu çıkarsamalar doğrultusunda aşağıda belirtilen sonuç ve önerilerin dikkate değer olduğu değerlendirilmektedir:

- Veri kaynaklı hatalar, doğaldır. Bu verilerin etkileri de doğaldır. Bilimsel literatüre göre bu etkileri ortadan kaldırmak veya kaldırmamak araştırmacının tercihine bırakılmıştır. Çünkü, modeller üzerinde olması muhtemel doğal sapmalar, modellemenin doğasında vardır.
- Kişi kaynaklı riskler ki, bunların veri üzerinde tespit edilmeleri çok daha kolaydır. Bu türden veriler, literatürde “contamination” yani “enfekte olmuş” veya “bulaşmış” biçiminde isimlendirilmektedir. Bu etkiler mutlaka tahmin edilmeli ve veriler üzerinden ayrıştırılmalıdır. Kaldı ki, bu etkiler varyans ve parametre tahminleri üzerinde şok bir etki meydana getirir (Ljung, 1993: 561). Bununla birlikte; en güncel araştırmalarda, hatalı durumlar konusunda yapılan tarama çalışmaları büyük oranda kişi kaynaklı hataların söz konusu olduğu çalışmalar üzerinden gerçekleştirilmektedir (Bkz: Akouemo ve Povinelli, 2015).
- Veri kaynaklı risklerin model üzerinde meydana getirdiği etki normal, kişi kaynaklı risklerin model üzerinde meydana getirdiği etki anormaldir ve mutlaka giderilmelidir.
- Veriler modellenmeden evvel, serpm diyagramı adı verilen grafikler üzerinden gözlenmeli ve verilere uygun model grafikler üzerinde irdelenmelidir. Bu sayede, parametre tahminleri bakımından daha sağlıklı sonuçların elde edilmesini sağlanmış olur.
- Bu türden hata ayıklama amaçlı analizler, parametreleri optimize eden ve modellerin daha güçlü ve dinamik olmasını sağlayan analizlerdir.
- Bilgi sistemlerinden beklenen faydayı sağlamak için, bu sistemlerin adeta gıdası olan verilerin sağlıklı olduğundan emin olmak gerekir. Unutulmaması gereken önemli bir husus, sistem ne kadar mükemmel çalışırsa çalışsın hatalı verilerle besleniyorsa, elde edilen sonuç, bilgi olma özelliğinden uzaklaşacaktır.

Bütün bu amaçlara ulaşmak, bilgi sistemlerinin geliştirilmesi ve denetimi için bilgili ve nitelikli personelin istihdamına gereksinim duyulmaktadır. İşletmelerin rekabetçi bir güce erişmesi için bu, maliyetli olsa bile ön koşuldur.

KAYNAKLAR

- Akouemo, H., Povinelli, R. (2015). “Data Improving in Time Series Using ARX and ANN Models”, *IEEE PES Transaction on Power Systems*, (in Press).
- Box, G.E.P ve Jenkins, G.M. (1976). *Time series analysis : Forecasting and control*, Sect 6.4.3 San Francisco : Holden-Day.
- Chang, Ih., Tiao, G. C., Chen, C. (1988). “Estimation of Time Series Parameters in the Presence of Outliers”, *American Statistical Association and the American Society for Quality Control*.
- Demirhan, D. (2000). “İşletmelerde Stratejik Bilgi Sistemleri Yönetimi ve Rekabet Üstünlüğü Elde Edilmesindeki Rolü”, *Ege Üniversitesi Yönetim ve Strateji Dergisi*.
- Earl, M. J. (1993). “Experiences in Strategic Information System Planning”, *MIS Quarterly*. Vol.17, Is. 1
- Ergen, M. Ö (1990). *Sistem Analizi ve Tasarımı*, Ege Üniversitesi Basımevi, Bornova, İzmir.
- Ergun, Ü. (1995). “Bilgi Teknolojilerinin Yarattığı Çağdaş Yönetim Muhasebesi Uygulamaları”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 11, Sayfa 1-17.

- Fox, A.J. (1972). "Outliers in Time Series", *J.R. Statist. Soc. B*, 34, 350-363.
- Gates, B. (1999). *Düşünce Hızında Çalışmak*, (Çev: Ali Cevat Akkoyunlu), Doğan Kitap, İstanbul.
- Kalıpsız, O. Buharalı, A. Biricik G. (2011). *Sistem Analizi ve Tasarımı*, Papatya Yayıncılık Eğitim, İstanbul
- Kaya, A. (2003). "Zaman Serilerinde Sapan Değer Tarama Süreçlerini Modelleme ve Performans Analizi", *Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt XXII, Sayı:1, Sayfa:271-279.
- Kaya, A. (2004). "Outlier Effects On Databases", *LNCS 3261, Advances in Information Systems, Third International Conference, ADVIS 2004*, İzmir, Turkey, October 2004 Proceedings.
- Kaya, A. (2010). "AR(1) Modelinde A Tipi Sapan Etki", *İstatistikçiler Dergisi*, No:3, 1-7, Ankara.
- Kaya, A. (2015). "Bilişim Eğitiminde Değişim Yönetimi", *International Conference on Research in Education and Science (ICRES)*, April 23-25, 2015, Antalya, Turkey.
- Kini, R. B. (1993). "Strategic Information Systems", *Information Systems Management*, Vol. 10, 4, sayfa 42.
- Ljung, G.M (1993). "On Outlier Detection in Time Series", *J.R. Statist. Soc. B*, 55: 559-567.
- Louden KC., Loudon JP. (2003). *Management Information Systems: managing the digital firm* (8. Edition), McGraw-Hill, USA.
- Lucas, H. (1982). *Information System Concept for Management*, McGraw-Hill. USA.
- O'Brein, J.A. (1997). *Introduction to Information Systems*, Irwin Mc Graw Hill, Boston.
- Peppard, J. (1993). *IT strategy fot Business*. Pitman Publishing, New York.
- Soyuer, H. (2000). "İşletmelerde Bilgisayar Destekli Bilgi Sistemi Uygulamaları ve Üretim/İşlemler Yönetiminde Bilgisayara Dayalı Sistemler", Yayımlanmamış Doktora Çalışması, Ankara.

KURUMSAL İMAJ YÖNETİMİ'NİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ

Mustafa ATSAN*

ÖZET

Bu çalışmada Türkiye genelinde tüm sektörlerde kurumsal imaj yönetiminin müşteri memnuniyeti ile ilişkisine dair yapılan incelemeler sonucunda müşteri ile iletişimin önem durumu ve bu müşteri memnuniyeti faktörünün etkililik ve değer faktörleri tarafından betimlenmesi durumu ele alınacaktır. Araştırmamızın ana amacı, kurumsal imaj yönetimi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi tespit etmektir.

Anahtar Kelimeler: Kurum, İmaj, Müşteri, Memnuniyet.

THE MANAGEMENT OF CORPORATE IMAGE ON THE IMPACT OF CUSTOMER SATISFACTION

ABSTRACT

In this study, we will consider importance of the communication with customer and description of this customer satisfaction factor by effectiveness and value factors at the result of examinations made related to the relationship between institutional image management and customer satisfaction in all sectors across Turkey. The main purpose of our study is to determine the relationship between Institutional image management and customer satisfaction.

Keywords: Institution, Image, Customer, Satisfaction.

GİRİŞ

İMAJ KAVRAMI

İlk kez 1955 yılında Sidney Levy tarafından ortaya konmuş olan imaj kavramı, 1980 sonrası ülkemizde popüler hale gelmiş ve gerçekte ona ait olmayan anlamlar yüklenmiştir. Bu nedenle imajın ne olduğunu değil ne olmadığını bilmek de faydalı olacaktır. Öncelikle imaj gerçekte hiç olunamayacağı gibi iyi görünme çabası değil, kendini iletişimin tüm imkânlarından yararlanarak olabildiğince doğru ve etkileyici bir şekilde ifade etmek, gerçek kimliği ortaya çıkarmaktır (Çakır, 2007: 21).

İmaj sözcüğünün Türkçeleştirilmiş hali, imgedir. İmge için Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde yapılan tanımlara bakacak olursak ([http: 1](http://1));

Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey,

Genel görünüş, izlenim,

Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilince yansıyan benzeri,Duyularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar,

Gerçekle ilişkisi olmadığı halde insanın zihninde tasarlayıp canlandırdığı şey,

Bir nesneyi doğrudan doğruya yeniden tanıtmaya yarayacak bir biçimde göz önüne seren şey, duyu organları ile algılanmış olan bir şeyin somut ya da düşünsel kopyası.

* Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi, mustafaatsan@gmail.com

Çeşitli yazarların imaj tanımlarına bakacak olursak;

İmaj, bir şeyin ya da kişinin hem zihinsel hem de duygusal yorumu, algılanmasıdır; eldeki hayali ve gerçek bütün kanıtlardan yola çıkarak akıl yürütme yoluyla oluşturulmuş bir yapıdır ve var olan etkilerden, inançlardan, fikirlerden ve duygulardan etkilenir (Davis, 2006: 55-56).

Görünüş, görüntü, resim, fikir, kavram ve çoğunlukla da imge sözcüğüyle karşılanan imaj, bir kişi veya nesnenin görüntüsel / resimsel benzeridir (Robins, 1999: 21).

İmaj, bir obje ile ilgili subjektif bilgidir (Gotsi ve Wilson, 2001: 25).

İmaj, kendimizin ya da başkalarının zihninde oluşan, bilgilenme, yargılama, ilişkiler gibi etkileşimlerle biçimlenen bir imgedir (Çakır, 2007: 19).

İmaj, organizasyon ve diğer sosyal, tarihsel ve somut faktörler ve edinilmiş kişisel tecrübeler tarafından bireye gönderilen mesajların birey tarafından karmaşık ve çok yönlü bir sürece tabi tutulması sonucunda oluşur (Kazoleas vd., 2001: 206).

İmaj, imgeleme yoluyla zihinde canlandırılan nesne, kavram, durum ve sembollerdir. İmaj, algı vasıtasıyla elde edilerek zihinde depolanmış bilgilerin canlandırılmasıyla oluşmaktadır. İmaj, zihinde canlandırılan bir kroki, plan, kavram, sembol, harita veya resimdir. İmaj, bireyin çeşitli kanallar vasıtasıyla elde ettiği bilgi ve verilere ilişkin değerlendirmesi, yorumudur. Bu kanallar arasında reklamlar, doğal ilişkiler, içinde yaşanılan kültürel ortam ve sahip olunan önyargılar yer almaktadır (Bakan, 2005: 11).

İmaj; bir şeyin nasıl bilindiği ve insanlar tarafından nasıl açıklanıp hatırlandığı ve kendisiyle ne gibi bir bağ kurulduğudur. Bu, insanların bir nesne hakkındaki inançları, fikirleri, hisleri ve izlenimlerinin etkileşiminin bir sonucudur (Van Riel ve Fomburn, 2007: 40).

Bir objeye, kişiye, kuruma veya ülkeye ait düşünce ve izlenimlerin beyinde algılanması sonucu olduğu kabul edilen imajın genel bir tanımı yoktur. En basit anlamıyla imaj, kısa ve uzun vadede bir kişinin, kurumun, objenin veya ülkenin sahip olduğu tüm değerleriyle ilgili simgelerin algılanışdır (Gültekin, 2005: 127).

İmajın bir yanılsama olduğu, gerçeklikten çok yönlendirilmiş, daha doğrusu yaratılmış bir şey olduğu günümüzde oldukça yaygın bir kanıdır. İmaj ürünler ya da kişiler arasında her tür rekabet ortamında farklılaştırıcı bir değer yanılsaması (illüzyon) olarak da değerlendirilmektedir. Zihinde oluşturulmaya çalışılan resmin yanılsama olduğu ve gerçekliğin tartışılır olduğu bilinmektedir. Bu açıdan imajın “yalan ve gerçekdişi” bir algılanışı vardır (Özdemir, 2006b: 55).

İmaj, hadiselerin ve kişilerin zihin dünyamızda bıraktığı iz ve etki anlamında, doğal bir sonuçtur. Görüş ve yargılarımızın oluşmasında bu sonuç belirleyici olur. Etki potansiyelinden dolayı, imaja dışarıdan müdahale çalışmaları yapılır: Hakiki imaj gölgenerek, onun yerine bir sahte imaj kurgulanır. Bir bakıma, imajın imajı oluşturulur. İşte bundan sonra tehlikeli süreç başlar. Tehlike, imaja takılanlar içindir, çünkü böylelikle onların gerçeği fark etmeleri engellenir. Yaratılan sahte imaj ise işlevselliği öldürür (Canbolat, 2007: 2).

KURUMSAL İMAJ

“İmaj günümüzde sadece pazarlama alanının bir konusu olmaktan çıkmış ve üst yönetimin kullanması gereken stratejik bir araç haline gelmiştir. Olumlu bir kurumsal imaj, organizasyonun devamlılığı ve stratejik başarısı için bir gereklilik olmuştur. Pazarlama alanının belirli bir ürüne veya hizmete yönelik olumlu bir imaj oluşturma çabaları üzerinde, güçlü bir kurumsal imaj ürün ve hizmetlerin satışını arttıran bir güdüleyicidir. Şirket olumlu kurumsal imajı sayesinde doğru çalışanları işe alabilir. Sadece çalışanları değil başarısı için ihtiyaç duyduğu analistleri, yatırımcıları, müşterileri ve ortakları da şirkete çekebilir. Güçlü bir kurumsal imaj şirketlere duygusal bir katma değer ekler onları ayırt edilebilir ve inandırıcı kılar, buda rakiplerinden bir adım öne geçmelerine olanak verir (Erdoğan ve diğerleri, 2006: 56).”

“Marken’e göre kurum imajı, bir kuruluşun tüm amaçlarının ve planlarının algılanması olarak tanımlanmaktadır. Kurum İmajı şirketin ürünlerini, hizmetlerini, yönetim tarzını, iletişim faaliyetlerini ve dünya çapındaki diğer faaliyetlerini destekler” (Okay, 2012: 214).

“Regenthal’e göre kurumsal imaj, kurum kimliği etkilerinin çalışanlar, hedef grupları (müşteriler, ortaklar) ve kamuoyu üzerindeki neticesidir ve dört ana noktayı kapsamaktadır: Kurum hakkındaki düşünce, kurumun tanınırlığı, kurumun prestiji ve kurumun diğerleriyle, rakipleriyle çatışabilirliğidir ” (Okay, 2012: 214).

Elden ve Yeygel’e göre kurum imajı bir kurumla ilgili tüm hedef kitlelerin edinmiş olduğu genel izlenim ve kurumun bu kitleler üzerinde bırakmak istediği izlenimdir (Elden ve Yeygel, 2006: 183).

Kurum imajı, bireylerin zihinlerinde tecrübe ve algı ile oluşan düşünsel resimler anlamına gelmektedir (Sabuncuoğlu, 2001: 57).

Köktürk ve diğerleri ise kurum imajını, bireylerin o ana kadar kurumla etkileşimleri sonucu zihinlerinde oluşan ve o kuruma dair bilgi, duygu, düşüncelerin yol açtığı algıların hepsi olarak nitelendirmiştir (Köktürk ve diğerleri, 2008: 29).

“Yaratılmak istenen kurumsal imajın inandırıcılığı ve güvenilirliği gerçekte ne derece örtüştüğüne bağlıdır. Geçmişte salt grafik tasarımına indirgenmiş olan kurum imajı, küresel ekonominin hâkim olduğu günümüz koşullarında yönetim ve pazarlama disiplini olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle kurum imajının yalnızca tasarlanması değil, aynı zamanda yönetilmesi de gerekmektedir. Kurum imajı kavramı işletmelerin varlık nedenlerinden, temel amaçlarına kadar uzanan çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu nedenlerdir ki, işletmelerin herhangi bir departmanında meydana gelen yapısal değişim (yönetim anlayışı, insan kaynakları yönetimi, vb.) kurum imajıyla yakından ilişkilidir (Erdoğan, 2006: 58).”

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

İşletmelerin geleceğini belirleyen temel unsur, müşteridir. Rekabet ve ayakta kalmanın aracı olarak değerlendirilen müşteri hizmetleri var olan müşterileri işletmeye bağlarken, yeni müşteri portföyünün oluşması ve müşterilere satın alma alışkanlıklarının devamlılığında en önemli etkeni oluşturmaktadır. Müşteri; belirli bir işletmenin belirli bir marka malını, ticari veya kişisel amaçları için satın alan kişi veya kuruluştur.(Taşkın,2000).

İşletme bünyesindeki tüm faaliyet ve çabalar müşteriyi tatmin etmek, müşteriyi elde tutmak ve müşteri sadakatini sağlamak üzerine kurulmuştur. Firma için yeni müşteriler bulmak, mevcut müşterileri korumaktan daha güç ve pahalı olabilmektedir. Bu nedenle firma için müşteriyi tutma, yeni müşteri bulmaktan daha önemli ve kritik olabilir. Başka bir tanıma göre ise müşteri tatmini, hizmetten yaralandıktan sonra tüketicinin hizmetten ne kadar hoşlanıp hoşlanmadığını yansıtan satın alma sonrası bir olaydır.(Kavaş,1995).

Bir mal veya hizmeti kullanan veya tüketenlerin sağlayacağı memnuniyet, o mal veya hizmetin üretim ve pazarlanmasından sorumlu olanların, yaptıkları işten tatmin olmalarını da sağlayabilecektir. Fiziksel mallar için müşteri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği, satın alma sonrası bir ürün veya hizmetin kalite, performans vb. açılardan değerlendirilmesiyle ortaya çıkmaktadır. Hizmetlerde ise hizmet sunumu esnasında müşterinin o hizmetten beklentilerininkarşılanması sonucu ortaya çıkmaktadır. Buna göre müşteri memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği müşterilerin beklentileri ile algılamalarının bir kıyaslaması olarak ortaya çıkmaktadır. Müşteri memnuniyetinin bir kuruluşun mevcut piyasa koşullarında ayakta kalması ve rekabet üstünlüğü kazanmasında önemli rolü bulunmaktadır. Firma bu sayededir ki geleceğini temin altına alabilmektedir. Müşteri memnuniyetinde en önemli kavramlardan biride müşteri ilişkileridir. Müşteri ilişkileri; işletme ile müşterileri arasında kurulan, satış öncesi ve sonrası tüm faaliyetleri kapsayan, karşılıklı yarar ve ihtiyaç tatminini içeren bir süreçtir.(Varinli,2004).

Müşteri ilişkilerini sadece satış eylemini kapsayan bir zaman dilimde değerlendirmek, ilkel ve çağdışı bir değerlendirmeden öteye gidemez. İşletme ile müşteri arasındaki ilişki çok ender olarak satışın ve hizmetin gerçekleştirilmesiyle bitmektedir. İşletme için satış sonrası ilişkiler ise müşterilerle uzun ilişkiler kurabilmenin ana yolunu oluşturmaktadır. Müşterilere yönelik geliştirilen uzun dönemli ilişkiler sonucunda, müşteri tatmini ve bağlılığı yaratmanın işletme için en önemli amaç olduğu söylenebilir. Böyle bir amaca müşteri ilişkilerinin yönetimi ve işi ilk başta doğru olarak yapma sonucunda ulaşılabılır. Müşteri tatmin ve bağımlılığı için izlenmesi gereken diğer aşamalar ise aşağıdaki şekilde gösterildiği gibidir.(Odabaşı,2000).

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE KURUMSAL İMAJ İLİŞKİSİ

Olumlu kurumsal imajın müşteri bağlılığının önemli bir öncülü olduğu konusunda yazında geniş bir fikir birliği mevcut görünmektedir (Kandampully ve Suhartanto, 2000; Atalık, 2006; Kandampully ve Hu, 2007: 441). Kurumsal imaj müşterinin sahip olduğu değer inancını destekleyerek ya da ortadan kaldırarak dolaylı bir şekilde müşteri tutum ve davranışlarını etkileyebilmektedir (Hsieh ve Li, 2008: 35). Kurumsal imajın işletmelerin sunmuş oldukları hizmetin birbirine yakın ya da kıyaslanmasının zor olduğu durumlarda müşteri tercihlerinde önemli rol oynadığı ve iletişim ve tecrübe yoluyla müşterinin zihninde oluştuğu ve zaman içerisinde gelişerek müşterinin kararlarında etkili olduğu düşünülmektedir (Nguyen ve Leblanc, 2001: 228). Yoo ve Chang'e göre (2005: 19-41), imaj işletme seçiminde ve müşteri bağlılığının oluşumunda önemli bir faktördür.

Kurumsal imajın müşteri bağlılığı üzerindeki etkisini araştırmak üzere otel işletmelerinde yapılan bir araştırmada otel işletmelerinin sahip olduğu olumlu imajın müşteri bağlılığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur (Kandampully ve Suhartanto, 2000). Yazarlara göre, müşteriler otel hakkında olumlu bir imaja sahiplerse tekrar satın alma ve tavsiye etme eğiliminde olmaktadır. Lüks, orta düzey ve ekonomik olmak üzere üç otel kategorisinde 1500 müşteriyi kapsayan bir diğer araştırmada ise, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti ile kurumsal imaj arasında anlamlı bir ilişki bulunurken, kurumsal imajın da müşteri bağlılığı üzerinde güçlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin kurumsal imaj aracılığıyla müşteri bağlılığı üzerinde dolaylı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kandampully ve Hu, 2007: 440). Selvi ve Ercan (2006: 173)'ün otel işletmelerinde müşteri bağlılığını değerlendirdikleri benzer bir çalışmada da otel işletmesinin çevreye sunduğu imajın sözkonusu otel işletmesinin tercih edilmesinde belirleyici bir faktör olduğunu belirtilmiştir. Hizmet işletmelerinde müşteri bağlılığının araştırıldığı bir çalışmada kurum imajı ve müşteri bağlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (Hong ve Goo, 2004: 536). Yazarlar, kurumsal imajı iyi olan işletmelerin müşterilerini elde tutma ve yeni müşteriler çekme konusunda rekabetçi bir ortamda daha avantajlı olacaklarını da ifade etmektedirler.

Kurumsal imajın havayolu işletmelerinin tercihinin ve müşteri bağlılığına olan etkisinin araştırıldığı bir diğer çalışmada ise, kurumsal imajın müşterilerin havayolu tercihlerine ve işletmeye olan bağlılıkları üzerinde kesinlikle önemli bir belirleyici olduğu sonucuna varılmıştır (Atalık, 2006). Yazar, bir havayolu işletmesi, müşterilerinin gözünde ne kadar iyi ve yüksek bir imaja sahip olursa, yolcuların o havayolu işletmesini tercih edeceklerini ve o havayoluna bağlılık gösterebileceklerini ifade etmektedir. Paket tur endüstrisinde müşterilere yönelik yapılan bir diğer çalışmada kurumsal imajın müşteri bağlılığı üzerinde doğrudan ve güçlü bir etkisi bulunurken, müşteri memnuniyetinin bağlılık üzerinde bir etkisi görülmemiştir (Andreassen ve Lindestad, 1998: 8). Yazarlara göre bu durum, paket tur hizmetlerinin karmaşık bir yapıda olması neticesinde hizmetin değerlendirilmesinin de zor olduğu görüşüyle ilişkilendirilmiştir. Andreassen ve Lindestad (1998)'in kurumsal imaj-müşteri bağlılığı modelinin test edildiği bir araştırmada önceki çalışma sonuçlarına uyumlu olarak kurumsal imajın müşteri bağlılığı üzerinde doğrudan etkisi olduğu saptanmıştır (Hart ve Rosenberger, 2004: 88).

SONUÇ

Modern pazarlamada müşteri memnuniyetinin sağlanması önemlidir. Müşterilerin istek ve gereksinimlerine uygun mal ve hizmetlerin pazara sunulması ile müşteri doyumu sağlanabilir. Müşterilerin istek ve gereksinimlerinin belirlenmesi ile gizlenmiş istek ve gereksinimlerinin ortaya çıkarılması amacı ile davranış bilimleri yardımı ile tüketici davranışları analiz edilmeye çalışılmaktadır. Bu durumda müşterilerin giderek bilinçlenmesi nedeni ile modern pazarlamada asıl amaç müşteri memnuniyeti haline gelmiştir. Hizmet sektöründe müşteri memnuniyetinin pazarlamaya etkisi üzerine yapılan incelemeler sonucunda müşteri ile iletişimin önemli olduğu ve bu müşteri memnuniyeti faktörünün etkililik ve kurumsal imaj tarafından betimlendiği bulunmuştur.

KAYNAKÇA

- Andreassen T.W. ve B. Lindestad (1998), "Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise", *International Journal of Service Industry Management*, Vol 9, No:1, pp 7.
- Atalık Özlem (2006), " Havayolu İşletmeleri Örneğinde İşletme İmajının Havayolu İşletmesi Tercihlerine ve Müşteri Bağlılığına Olan Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", (Çevrimiçi) <http://www.akademikbakis.Org/pdfs/7/Anadolu.pdf>, 04.02.2010.
- Alican Kavaş, Pazar Fırsat Analizi, Ege Genç İşadamları Derneği, EĞİAD, İşletme Yönetim ve Kalkınma Araştırmaları Dizisi, İzmir, 1995.
- BAKAN, Ö., (2005), Kurumsal İmaj Oluşumu ve Etkili Faktörler, Konya: Tablet Kitabevi.
- ÇAKIR, Ö., (2007), Profesyonel Yaşamda Kişisel İmaj ve Sosyal Yaşam Etiketi, İstanbul:Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- CANBOLAT, İ. S., (2007), "İmaj-Gerçek ve İşlevsellik Bağlamında Eleştirel Bir Uluslararası İlişkiler Çözümlemesi Üzerine", *Akademik Bakış Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, s.1-24.
- DAVIS, A., (2006), Halkla İlişkilerin ABC'si, Ü.ğendilek (çev.), İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.

- Erdoğan Taşkın, Müşteri İlişkileri Eğitimi, Papatya Yayınları, 2000.
- Erdoğan, B. Zafer; Develioğlu, Kazım; Gönüllüoğlu, Sevgi ve Özkaya, Hakan: "Kurumsal İmajın Şirketin Farklı Paydaşları Tarafından Algılanması üzerine Bir Araştırma", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:15, Sayfa 55-76, 2006.
- Hart A. E. ve P. J. Rosenberger (2004), "The Effect of Corporate Image in the Formation of Customer Loyalty: An Australian Replication", Australasian Marketing Journal (AMJ), Vol 12, No:3, pp 88-96.
- Hong S.C. ve Y.J.J. Goo (2004), "A Casual Model of Customer Loyalty in Professional Service Firms : An Empirical Study", International Journal of Management, Vol 21, No:4, pp 531-540.
- İnci Varinli, "Hizmet Kalitesi, Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki- Kayseri'de Poliklinik Hastalarına Yönelik Bir Araştırma", Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 2004/2, Sayı: 17, s. 33-52.
- Kandampully J. ve D. Suhartanto (2000), "Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol 12, No: 6, pp 346-351.
- Köktürk, Mehtap Sümersan ve diğerleri: "Kurum İmajı: Oluşum ve Ölçümü", Beta Yayım, 2008.
- Nguyen N. ve G. LeBlanc (2001), "Corporate Image and Corporate Reputation in Customer's Retention Decisions in Services", Journal of Retailing and Consumer Services, Vol 8, pp 227-236.
- Selvi M.S. ve F. Ercan (2006), "Otel İşletmelerinde Müşteri Sadakatinin Değerlendirilmesi: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama", Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 9, No: 15, Mayıs, s. 159-188.
- Okay, Ayla ve Okay, Aydemir: "Halkla İlişkiler; Kavram, Strateji ve Uygulamaları", Der Yayınları, 2002.
- Sabuncuoğlu, Zeyyat: "İnsan Kaynakları Yönetimi; Uygulama Örnekleriyle", Beta Yayım, 2011.
- GOTSI, M., WILSON, A. M., (2001), "Corporate Reputation: Seeking A Definition", Corporate Communications: An International Journal, Vol.6, No.1, pp.24-30.
- GÜLTEKİN, B., (2005), "Türkiye'nin Uluslararası imajında Yükselen Değerler ve Eğilimler", Selçuk Üniversitesi iletişim Dergisi", Cilt 4, Sayı 1, s.126-140.
- KAZOLEAS, D., KIM, Y., MOFFIT, M. A.,(2001), "Institutional Image: A Case Study", Corporate Communications, Vol.6, pp. 205-216.
- ÖZDEMİR , S., (2006b), Politik Pazarlamada İmaj Türk Siyasal Yaşamında Kalitatif Bir Araştırma "Melih Gökçek Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- VAN RIEL, C. B., FOMBURN C. J., (2007) , Essentials of Corporate Communications: Implementing Practices for Effective Reputation Management, New York: Routledge Publishing.
- Yavuz Odabaşı, Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000.

TÜRKİYE’DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ¹

Doç. Dr. Şebnem ASLAN*

Öğr. Gör. Demet AKARÇAY**

Arş. Gör. Şerife GÜZEL***

Arş. Gör. Seda UYAR****

ÖZET

Girişimciliğin ekonominin motoru sayıldığı günümüz şartlarında toplumsal cinsiyet ayrımcılığının olmadığı varsayımıyla aile ekonomisine katkı sağlayan kadın girişimcileri öne çıkartmaktadır. Bu çalışmada kadın girişimcinin önemi Türkiye ekonomisi içindeki yeri tartışılmakta ve kadın girişimci örnekleri verilerek kadınların girişimci potansiyellerinin artması hedeflenmektedir. Bu bağlamda Türkiye’deki kadın girişimciliğinin geçmişten günümüze araştırılması hedeflenmiştir.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Türkiye’de Kadın Girişimciliği.

WOMAN ENTREPRENEURSHIP IN TURKEY

ABSTRACT

Entrepreneurship as the motor of economy puts forward the women entrepreneurs, who contribute to family budgets, as to assumption that there is no gender apartheid today. The importance of woman entrepreneur and her place in Turkey’s economy were discussed and was aimed to enhance the potential of woman entrepreneurship by giving examples of women entrepreneurs within the study. In this context, it was also targeted to evaluated the woman entrepreneurship in Turkey from past to present.

Keywords: Entrepreneurship, Woman Entrepreneurship, Woman Entrepreneurship in Turkey.

GİRİŞ

Girişimcilik kavramının kökeni Fransız Cantillon’un kullandığı ve girişimci anlamına gelen “entreprendre” terimine dayanmaktadır. 1755’de Fransız Cantillon bu terimi, ekonomik parametreler içerisinde, kazanç elde etmeye ve belirsizliği göğüslemeye arzulu, önsezi ve yaratma yeteneği olan bir bireyi tanımlamak için kullanmaktadır (Culhane, 2003: 18-19).

Girişimci emek, teknoloji, sermaye ve doğal kaynaklar olarak sayılan üretim faktörlerini en güncel teknik yöntem ve bilgilerle analiz edip bir araya getirerek mal veya hizmet üreten birey olarak ön plana çıkmaktadır (Bozkurt ve diğ., 2012: 232). Bygrave ve Hofers girişimciyi, "fırsatları algılayarak, fırsatlar doğrultusunda işletmesini şekillendiren kişi" olarak ifade etmektedir (Mueller ve Thomas, 2001). Girişimci fikir, iş ve ekonomik değer yaratan kişi olarak da ele alınabilmektedir (Thornbery, 2001: 527). Ayrıca Girişimciler hayatın her alanında karşımıza çıkmaktadır (Thompson, 1999: 209-210).

¹ Bu çalışma 21-22 Aralık 2015 tarihinde Uluslararası Sosyal Yaşam ve Kadın Sempozyumunda sözlü bildiri olarak sunulmuştur..

* Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağ. Kur. Yön. Org. ABD, sebnemas@hotmail.com, sebnemas@gmail.com, sebnemaslan@selcuk.edu.tr

** KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, demetakarcay@gmail.com

*** Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağ. Kur. Yön. Org. ABD, serife_eren.89@hotmail.com

**** Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sağ. Kur. Yön. Org. ABD, seda_inan@outlook.com

“Girişimcilik” kavramıyla ilgili yazında pek çok bilim insanının tanımlamalarını görmek mümkündür. Muzyka ve diğ (1995) girişimciliği, birey ve toplum için değer yaratan, ekonomik fırsatlara cevap verebilen veya ekonomik fırsatlar yaratan bireyler tarafından ortaya konulan, getirdiği yeniliklerle ekonomik sistemde değişikliklere neden olan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Muzyka ve Ark., 1995: 352). En genel şekliyle girişimcilik, belirli fırsatlardan yararlanmak için bazı kaynakların ve süreçlerin araştırıldığı, değerlendirildiği ve bunlardan faydalanıldığı bir süreç olarak ifade edilmektedir (Shane ve Venkataraman, 2000: 218). Yani girişimcilik değer yaratabilmek amacıyla bazı fırsatların araştırıldığı, bu fırsatlardan faydalanmak için farklı kaynakların bir araya getirildiği bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 83). Girişimcilik çok boyutlu bir kavramdır. Ekonomik, psikolojik ve işletme yönetimi gibi bağlamlarda ve her çeşit organizasyonda gerçekleşmektedir (Ağca ve Yörük, 2006: 157). Girişimcilik kendi işletmesini kurmanın veya küçük işletme sahipliğinin ötesinde bir toplumsal olgu olarak ele alınmaktadır (Thompson, 1999: 209-210).

Kalkınmanın ve sosyal faydanın temeli olan girişimcilik, iş fırsatlarını görebilmeyi, farklı planlar geliştirmeyi sağlamaktadır (Şahin, 2006: 288). Girişimcilik anlayışının 1980’lerden günümüze kadar dünyada çalışanların demografik yapısında birçok değişikliğe yol açmıştır. Ülkemizdeki ekonomik dalgalanmalara rağmen istihdamı artırmanın ve kalıcı bir üretim ve pazarlama anlayışı ile faaliyet gösteren işletmelerin ortaya çıkmasında etkin bir rol oynamaktadır (Soysal, 2010: 72-73). Ayrıca işletmelerin içinde yer aldıkları dinamik çevreye uyum sağlamalarında da girişimcilik faaliyetlerinin rolü yadsınmaz (Akoğlan ve Yıldız, 2010). Girişimcilik yenilikçilik faktörü ile hem işletmeciliğin hem de toplumun yapısında değişimi başlatmakta (Öztürk, 2008), ülkemizde dar boğazlardan geçmesine rağmen toplumdaki işsizlik sorununa önemli bir çözüm olanağı sunmakta ve ekonomik büyümenin de anahtar faktörü olmaktadır (Güleç, 2011: 3). Girişimci yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırdığı gibi yeni endüstrilerin doğmasına yol açmaktadır (www.tusiad.org.tr). Girişimci, ekonomideki kullanılmayan üretim kaynaklarını yenilikçi bir tarzda bir araya getirip üretimin artmasına katkıda bulunmaktadır. Bu yönüyle de toplumda fayda yaratan ekonomik aktör olmaktadır. Böylelikle, ekonomik kaynakların görece verimsiz ve düşük üretkenlik alanlarından daha verimli yüksek alanlara aktarılmasını sağlamış olmaktadır (Güleç, 2011: 3). Ayrıca sektörlerde verimliliği artırıcı teknolojileri de kullanarak ekonomik büyümeyi de hızlandırmaktadır (www.tusiad.org.tr). Her bir girişimcilik faaliyeti, yeni iş olanakları yaratmakta, yeni ürünler ve üretim süreçleri geliştirmekte ve buna paralel olarak da refah düzeyinin yükselmesine katkıda bulunmaktadır (Müftüoğlu ve ark., 2005; Alpagun, 1998).

Girişimcilik kavramını sadece ticari anlamda ve alanda anlamamak gerekir. Literatüre girmeye başlayan farklı girişimcilik türlerinin de dikkate alınması önemlidir. Bu girişimcilik türlerinden birisi kadın girişimciliğidir (Thompson 1999: 209-210).

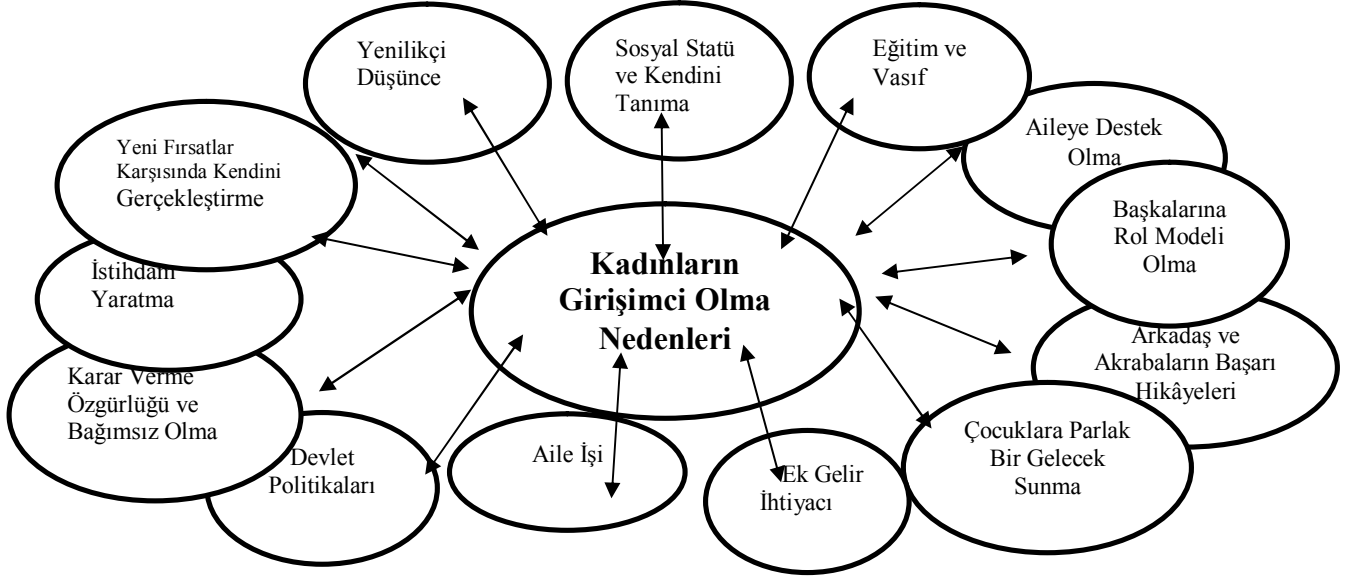
KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KAVRAM VE KAPSAMI

Kadın girişimci, bir işletmeyi başlatıp organize eden ve işleten kadın olarak tanımlanabilir. Kadın girişimci aynı zamanda kendi kariyerini de çekip çevirmektedir (Keskin, 2014: 72). Kadın girişimciler, yenilikçi, kendine güvenen ve üretkendir. Ayrıca bireysel ve başkaları ile işbirliği içerisinde ekonomik bağımsızlık elde etmede yetenekli kişisel aile ve sosyal yaşama ayak uydurarak bir kuruluşu başlatıp, kurup ve işleterek başkaları için iş imkânı üretebilen kadınlardır (Keskin, 2014: 72-73).

Toplumların genelinde koşullar ve yasal haklardan yararlanma konusunda, kişiler için çifte standartların varlığı ve sonuçta farklı değerlendirmeye tabi tutulması, çok sık rastlanan olgulardandır. Bu ayrımcılıktan payını alan kesim ise, genel olarak, kadınlardır (Narin v.d., 2006: 66). Dünya çapında erkek girişimci oranı kadın girişimci oranından daha yüksek olsa da (Zhang vd., 2009:94; Yordanova, 2011:289; Gorji ve Rahimian, 2011:33), hemen hemen tüm gelişmiş ülkelerde kadın girişimciler erkek girişimciler kadar etkili olmakta ve araştırmalara göre ekonomik değer üretmede de kilit rol oynamaktadır (Rao ve ark., 2013: 136). Kadın girişimcilerin iş gücüne katılımı hem kendilerine hem de başkalarına istihdam yaratmak anlamına geldiği için ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasında önemi büyük olmakta, böylelikle hem kadınların toplumdaki konumu güçlendirilmiş olmakta hem de toplumların gelişmişlik düzeyini artırmış olmaktadır (Şahin, 2006: 309).

Ekonomik hayata katkı veren kadınlar kendilerine olan güvenlerinin arttığını, maddi yönden kendilerini güçlü hissettiklerini, toplumda gördükleri saygınlığın arttığını ve kararlarında bağımsız olarak hareket edebildiklerini ifade etmektedirler (Ecevit & Kaptanoğlu, 2014: 27). Girişimci kadınlar işi kuran ve işleten oldukları gibi kendilerine için yeniliği yaratıcılığı ve vizyonu da içinde barındıran bir kariyer sunmaktadır (Moore, 2000: 2).

Şekil 1: Kadınların Girişimci Olma Nedenleri



Kaynak: Goyal ve Parkash'ın (2001: 197) çalışmasından uyarlanmıştır.

Dünya'da Kadın Girişimciliği

Dünyada kadın girişimciliği ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde, Amerika'nın konuyla ilgili çalışmaları, incelenen diğer ülkelere² göre daha fazla ağırlık verdiği görülmektedir. Yayımlanan çalışmaların tanımlayıcı ve deneysel çalışmalar olduğu ve % 83'ünün İngilizce dilinde olduğu da başka bir betimleyici noktayı oluşturmaktadır (Ahl, 2004:84). Asya ülkelerinde eğitim seviyesinin, sermayenin düşük olması, kültürel ya da dini baskıların ve engellerin olması nedeniyle kadın girişimciliğinin göreceli olarak daha düşük olduğu görülmektedir (Tambunan, 2009: 27). Bu nedenle kadınlara yönelik olarak daha iyi eğitim ve daha iyi kazanç noktasında fırsatların artırılması kadın girişimciliğinin gelişmesi açısından önem taşımaktadır. Bu duruma verilebilecek en iyi örneklerden birisi Hindistan'daki kadınlarla bağlantılı sosyal inşa³ olabilmektedir. Ataerkil bir toplum yapısının hâkim olduğu Hindistan'da kadınların eşit haklara sahip olması, toplumda statü kazanabilmeleri ve girişimcilik noktasında desteklenerek ekonomik döngü içinde yer alabilmeleri özellikle eğitimle yordandığıdır (Goyal ve Parkash, 2011: 195). Etiyopya'da yapılan başka bir çalışmada ise kadın girişimciliğinin düşük seviyede olmasının nedenleri arasında teşvik edici noktaların ve devlet desteğinin düşük olması, yönetim becerileri noktasında yetersizlik yaşanması ve kadınların bu yetersizlikten kaynaklanan uygulamalara maruz bırakılmaları da sayılabilmektedir (Singh ve Belwal, 2008: 120).

Ülke özelinde toplam girişimcilik aktiviteleri değerlendirildiğinde, dünyada kadınların erkeklerden daha fazla aktif olduğu bir ülke bulunmama birlikte, Tayland, Çin ve Güney Afrika gibi ülkelerde kadın ve erkekler arasındaki farkın

²Ahl (2004) tarafından yayımlanan kitapta kadın girişimciliğini konu alan çalışmaların derlenmesi noktasında ortaya çıkan ülke dağılımları, Amerika, İngiltere, Kanada, Norveç, İsveç, İsrail, Yeni Zelanda, Pakistan, Polonya, Singapur şeklinde olmuştur.

³Sosyal inşacılık, Berger ve Luckman (1966) tarafından geliştirilen ve bireylerin sahip oldukları gerçekliği ve bu gerçekliğin etkileşimde bulunulan sosyal yapı, kişilerarası etkileşim ve dünyanın kabulleri üzerinden nasıl yordandığını açıklamaya çalışan bir teoridir (Teater, 2014, s. 88).

diğer ülkelere göre daha az olduğu ancak bu farkın da yapılan çalışmada istatistiksel olarak bir anlam ifade etmediği görülmüştür (Minniti & Arenius, 2003: 5).

Tablo 1. Kadın Girişimciliği Endeksine Ait Bazı Bilgiler, 2015

Ülkeler	Kadın Girişimciliği Endeksi Puanları	Global Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği Endeksi 2015 ⁴	Ülkelere göre Kadın Girişimciliği Endeksinde Yüksek Puan Alınan Göstergeler
ABD	82.9	0	Eşit haklar
Avustralya	74.8	0	Orta ve Küçük Ölçekli Girişimcilere Destek ve Eğitim
Birleşik Krallık	70.6	2	Eşit haklar ve Orta ve Küçük Ölçekli Girişimcilere Destek ve Eğitim
Danimarka	69.7	6	Çocuk bakımı olanaklarına ulaşım
Hollanda	69.3	1	Eşit haklar Çocuk bakımı olanaklarına ulaşım
Fransa	68.8	3	Çocuk bakımı olanaklarına ulaşım
İzlanda	68.0	1	Çocuk bakımı olanaklarına ulaşım ve Orta ve Küçük Ölçekli Girişimcilere Destek ve Eğitim
İsveç	66.7	-5	Eşit haklar ve Çocuk bakımı olanaklarına ulaşım
Finlandiya	66.4	3	Çocuk bakımı olanaklarına ulaşım ve Orta ve Küçük Ölçekli Girişimcilere Destek ve Eğitim
Norveç	66.3	-6	Eşit haklar ve Çocuk bakımı olanaklarına ulaşım
Türkiye	39.3	2	Kurumsal teknolojiyi benimseme

Kaynak: Kadın Girişimciliği Endeksi 2015 Raporu

Tabloda görüldüğü gibi Küresel Girişimcilik ve Gelişim Enstitüsü (The Global Entrepreneurship and Development Institute) tarafından yayınlanan 2015 Kadın Girişimciliği Endeksi Raporuna göre, kadın girişimciliğinde öne çıkan ilk on ülke ABD, Avustralya, Birleşik Krallık, Danimarka, Hollanda, Fransa, İzlanda, İsveç, Finlandiya ve Norveç olarak sayılabilmektedir. Bu ülkelere ait Global Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği Endeksinin karşılaştırıldığı puan değerleri incelendiğinde seçilen ülkeler arasında Danimarka'da kadın girişimciliği ile ilgili olanakların diğer ülkelere göre daha da iyileştiği, Norveç'te ise olanaklar konusunda olumsuz yönde bir gidiş olduğu görülmektedir. Göstergeler değerlendirildiğinde ise Norveç, İsveç gibi sosyal demokrat refah devleti sınıflandırmasına dâhil olan ülkelerde kadın girişimciliğinin desteklenmesi noktasında eşit hakların, Fransa, Danimarka, Finlandiya gibi ülkelerde ise çocuk bakımı olanaklarına ulaşımın öne çıktığı görülmektedir. Kadın girişimciliğinde önemli noktalardan biri olan çocuk bakımının kolaylaştırılması kadınların ekonomik yaşama girişlerinde etkili olmaktadır.

Benzer şekilde aynı raporda Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Slovakya ve Slovenya gibi Doğu Avrupa ülkelerinde Kadın Girişimciliği Endeksinden alınan puanların Küresel Girişimcilik Endeksinden alınan puanlardan daha yüksek olduğu ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi adına bu ülkelerde daha iyi bir performans gösterdiği belirtilmiştir (Kadın Girişimciliği Endeksi 2015 Raporu, s. 12). Bunun yanında, ülkelerin yıllık gelirleri ile kadın girişimciliği arasında bir ilişkinin olmadığı vurgulanmaktadır. Avustralya ve ABD'de kişi başına düşen gelirleri göreceli olarak kadın girişimciliği için iyi olanaklara sahiptirler. Singapur ve Suudi Arabistan daha yüksek kişi başı millere gelir sahipken, İran ise bu ülkelere daha düşük gelire sahip olmasına rağmen bu ülkelerde kadın girişimciliği olanaklarında daha kötü koşullar olduğu vurgulanmaktadır (Kadın Girişimciliği Endeksi 2015 Raporu, s. 16).

Birleşik Devletler Uluslar arası Gelişim Kurumu (USAID) tarafından Kenya'da yürütülmesi planlanan projede gıda güvenliğini artırmak ve çiftçi ailelerin iş güvencelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Projenin detaylarından kadınların seracılık, su tasarrufu gibi konularda teknolojileri takip edebilmeleri ve öğrenebilmeleri, buna bağlı olarak da aile işine katkı verebilmeleri amaçlanmaktadır. Aynı şekilde, Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler Kadın tarafından yürütülen projede, kadınlar tarafından üretilen el işlerinin diğer ülkelere satılması ve böylece kadınların hem ekonomiye katkıda bulunmaları hem de bireysel anlamda ekonomik olarak güçlenmeleri sağlanmıştır (Dünya Bankası, Kadın Girişimciliği Program Rehberi

⁴ Cinsiyete göre Global Girişimcilik ve Gelişim Endeksi 2014 puanları ile Kadın Girişimciliği Endeksi 2015 puanları arasındaki değişimin karşılaştırıldığı puanlar. Bu rakamların artması ülkelerin kadın girişimciliği noktasında bir önceki yıla göre daha fazla gelişme yaşadığını göstermektedir.

ve

Vaka

Çalışmaları,

<http://siteresources.worldbank.org/EXTGENDER/Resources/FemaleEntrepreneurshipResourcePoint041113.pdf>.

Türkiye’de Kadın Girişimciliği

Türkiye’de kadın girişimci çalışmalarının yapılmasında, gelişmiş ülkelerden başlayarak artış gösteren kadın girişimci sayısı ve AB, OECD, BM gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini destekleyici ve yaygınlaştırıcı politikalar izlemesi etkili olmuştur (Tamer, 2013:651). Garanti Bankasının desteğiyle ODTÜ tarafından Türkiye’de kadın girişimciliğinin ortaya konulmasına yönelik yürütülen çalışmada araştırmaya katılan kadın girişimcilerin %66’sının 40 yaşın üzerinde olduğu, çocuklarının küçük olduğu dönemde güvenilir bir bakıcı desteği bulamadıkları için çalışma yaşamına geç başladıklarını ifade ettikleri belirtilmiştir (Ecevit ve Kaptanoğlu, 2014). Özellikle çocuk sahibi olmanın kadın girişimciliğinin gelişimi noktasında bir engel gibi düşünüldüğü ve çocukları belli bir yaşa geldikten sonra kadınların pozitif saygılarını artırabilecek girişimlerde bulunabildikleri görülmektedir. Yağcı ve Bener (2005)’in çalışmasında ise, araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğu, 35-39 yaş aralığında, evli ve 2 çocuğa sahip olmaktadır. Bununla birlikte Türkiye’de kadınların ekonomik faaliyetlere katılımlarının sınırlı olması genellikle; aile içindeki rol, bu role bağlı tercihler ve aile içindeki ataerkil ilişkilerle açıklanmaya çalışılmaktadır (Tamer, 2013:651).

Tablo 2. Yıllara Göre Kadın Girişimci Sayıları (Bin kişi, 15+ yaş)

Yıllar		Toplam		Tarım		Tarım Dışı	
		İşveren	Kendi Hesabına	İşveren	Kendi Hesabına	İşveren	Kendi hesabına
2004	Yıllık	49	490	6	337	43	154
2005	Yıllık	50	667	8	445	42	222
2006	Yıllık	69	659	10	434	59	225
2007	Yıllık	75	617	9	435	66	182
2008	Yıllık	77	616	14	400	64	216
2009	Yıllık	77	749	7	408	70	342
2010	Yıllık	83	822	10	426	73	397
2011	Yıllık	87	816	8	434	79	381
2012	Yıllık	93	788	8	413	86	376
2013	Yıllık	94	821	5	406	89	416
2014	Yıllık	94	701	4	268	90	434
2015	Ocak	92	700	1	237	91	463
	Şubat	88	701	1	237	87	464
	Mart	89	698	1	262	88	437
	Nisan	98	729	4	282	94	446
	Mayıs	105	744	5	289	100	455
	Haziran	101	754	5	294	96	459
	Temmuz	101	716	3	263	99	453
	Ağustos	98	702	4	258	94	444
Eylül	97	699	3	248	94	451	

Kaynak: TÜİK 2015 Raporu

Tablo 2'deki verilere bakıldığında tarım sektöründe işveren olarak çalışan kadın girişimci sayısı, 2004 yılında 6 bin iken 2015 (bin) yılında bu rakam azalma göstermektedir. 2015 yılı kendi içerisinde dalgalanma gösterse de önceki yıllardaki sayılara ulaşamamıştır. Tarım sektöründeki kendi hesabına çalışan kadın girişimci rakamlarına bakıldığında 2004 yılında 337 bin olan girişimci sayısı 2015 yılında 248 bin kişi olmaktadır. Tarım sektörü içerisinde işveren kadın girişimci sayısı 2015 (bin) yılında en düşük rakamları görünürken 2008 yılında en yüksek rakamlara ulaşarak 14 bin kişi olmaktadır. Yine tarım sektöründe kendi hesabına çalışan kadın girişimci sayısının en düşük olduğu yıl 2015 (248 bin) iken, en yüksek rakama 2005 yılında (445 bin) ulaşılmıştır.

Tarım dışı sektörlerde işveren olarak çalışan kadın girişimci sayısına bakıldığında, 2004 yılında 43 bin kişi olan rakam 2015 yılının her ayında bu artış göstermektedir. Tarım dışı sektörlerde kendi hesabına çalışan kadın girişimcilerde ise, 2004 yılında 154 bin kişi olan rakam, 2015 yılında 464 bin kişi olmaktadır. Tarım dışı sektörlerde işveren olarak çalışan kadın girişimci sayısı en düşük 2005 yılında (42 bin) olurken en yüksek rakam 2015 yılı Mayıs ayında 100 bin kişi olarak görülmektedir. Tabloya göre tarım dışı sektörlerde kendi hesabına çalışan kadın girişimci sayısı en düşük 2004 (154 bin) yılında iken en yüksek 2015 yılı mayıs ayı (464 bin) olarak görülmektedir.

Tablo 2'ye göre kadın girişimciler işveren olarak çalışmaktan ziyade kendi hesabına çalışan olarak faaliyet göstermektedir. İşveren kadın girişimci olarak tarım ve tarım dışı sektörleri ele aldığımızda, kadın girişimcilerin ağırlıklı olarak tarım dışı sektörde çalıştığı görülmektedir. Kendi hesabına çalışan kadın girişimciler ise, 2004 ile 2011 yılları arasında tarım sektöründe, 2012 yılından itibaren ise tarım dışı sektörlerde çoğunluk göstermektedir.

Tablo 3. Yıllara Göre Kentsel Alanda Kadın Girişimci Sayıları (Bin kişi, 15+ yaş)

Yıllar		Toplam		Tarım		Tarım Dışı	
		İşveren	Kendi Hesabına	İşveren	Kendi Hesabına	İşveren	Kendi hesabına
2004	Yıllık	41	183	2	57	40	126
2005	Yıllık	41	252	3	74	38	178
2006	Yıllık	60	242	4	61	56	181
2007	Yıllık	65	200	4	52	61	148
2008	Yıllık	68	224	6	50	62	175
2009	Yıllık	67	330	3	47	64	283
2010	Yıllık	70	396	3	55	67	341
2011	Yıllık	75	386	2	57	73	330
2012	Yıllık	80	367	2	47	77	320
2013	Yıllık	83	400	2	46	81	354
2014	Ocak	73	412	2	34	71	377

Kaynak: TÜİK 2014 Raporu

Tablo 3'te görüldüğü gibi kentsel alanda ve tarım sektöründe işveren olarak çalışan kadın girişimci sayısı 2004 yılında 2 bin kişi iken, 2013 yılında da aynı şekilde 2 bin kişi oluğu dikkatimizi çekmektedir. Burada dikkati çeken, bahsedilen değerlerin yıllar içerisinde en yüksek 2008 yılındaki (6 bin) yükselişidir. Kentsel alanda ve tarım sektöründe kendi hesabına çalışan kadın girişimci sayısı 2004 yılında 183 bin iken, yıllar içerisinde genel olarak artarak 2013 yılında 412 bin kişiye yükselmiştir.

Tarım dışı sektörlerde işveren olarak çalışan kentsel alandaki kadın girişimci sayısı 2004 yılında 40 bin kişi iken, yıllara göre istikrarlı bir şekilde artarak 2013 yılında 81 bin kişiye yükselmiştir. Kentsel alandaki, tarım dışı sektörde kendi hesabına çalışan kadın girişimci sayısı 2004 yılında 126 bin kişi iken, bu rakam yıllara göre genel olarak artış göstererek 2013 yılında 377 bin kişiye yükselmiştir.

Tablo 4. Yıllara Göre Kırsal Alanda Kadın Girişimci Sayıları (Bin kişi, 15+ yaş)

Yıllar		Toplam		Tarım		Tarım Dışı	
		İşveren	Kendi Hesabına	İşveren	Kendi Hesabına	İşveren	Kendi hesabına
2004	Yıllık	8	307	4	280	4	27
2005	Yıllık	9	416	4	371	4	44
2006	Yıllık	9	417	6	373	3	44
2007	Yıllık	10	416	5	382	5	34
2008	Yıllık	9	392	7	351	2	41
2009	Yıllık	10	419	4	360	6	59
2010	Yıllık	13	426	6	371	6	56
2011	Yıllık	11	430	5	378	6	52
2012	Yıllık	14	421	6	366	8	56
2013	Yıllık	12	421	3	359	8	62
2014	Ocak	12	381	2	322	10	60

Kaynak: TÜİK 2014 Raporu

Tablo 4’deki verilere göre kırsal alanda ve tarım sektöründe işveren olarak çalışan kadın girişimci sayısı 2004 yılında 4 bin kişi olarak görülürken, 2013 yılında ise 3 bin kişiye düşmüştür. Kırsal alanda ve tarım sektöründe kendi hesabına çalışan kadın girişimci sayısı 2004 yılında 280 bin iken 2013 yılında 359 bin kişiye yükselmiştir.

Tarım dışı sektörlerde işveren olarak çalışan kırsal alandaki kadın girişimci sayısı 2004 yılında 4 bin kişi iken, 2013 yılında 8 bin kişiye yükselmiştir. Tarım dışı sektörde kendi hesabına çalışan kırsal alandaki kadın girişimci sayısına baktığımızda ise 2004 yılında 27 bin kişiyi gösteren rakamlar 2013 yılında 62 bin kişiye yükselmiştir.

Kırsal alanda ve tarım sektöründe faaliyet gösteren kadın girişimci sayısı işveren olarak en düşük 2013 yılında iken, en yüksek 2008 yılında, kendi hesabına çalışan rakamları ise en düşük tarım dışı sektörde ise en düşük 2004, en yüksek 2007 yılında olduğu görülmektedir.

Tablodan görüldüğü üzere kırsal alanda ve tarım dışı sektörde işveren olarak faaliyet gösteren kadın girişimci sayısı en düşük 2008 yılında iken, en yüksek 2012 ve 2013 yılında, kendi hesabına çalışan kadın girişimci sayısı da en düşük 2004, en yüksek 2013 yılında olduğu görülmektedir.

Kırsal alandaki kadın girişimciler daha çok tarım sektöründe kendi hesabına çalışmayı tercih etmektedirler. Buradaki en önemli neden olarak iklim koşulları ve o bölgedeki geçim kaynağının çoğunluğunun tarımsal faaliyetlerden oluşuyor olmasını gösterebiliriz.

SONUÇ

Ülkemizde ve Dünyada son yıllarda büyük bir atılım içinde olan kadınların çalışma hayatında ağırlıkları gittikçe artan bir oranda hissedilmektedir. Günümüzün hızlı değişen ekonomik ve sosyo-kültürel koşulları, kadının iş yaşamındaki yerini daha da güçlendirmektedir. Ücret karşılığı çalışan kadınlar yanında kendi işini kuran (kadın girişimci) sayısında da belirgin bir artış söz konusu olmaktadır. Girişimciliği kadınların gözünde cazip hale getirenler etmenlerin başında, kendilerini daha bağımsız hissedebilmek, sosyal hayata katılabilmek ve kendini güvende hissetmek istemeleri gelmektedir (Göküş ve ark., 2013: 95).

Bedük’ ün (2005) yapmış olduğu çalışmaya göre, kendi hesabına çalışan kadın girişimciler yaptıkları işten daha fazla memnuniyet duymakta ve kendilerine daha çok güvenmektedir. Yağcı ve Bener (2005)’in girişimci kadınların demografik verilerini araştırdıkları çalışmada, araştırmaya katılanların çoğunluğu orta ve yükseköğrenime sahip, 35-39 yaş aralığında,

evli ve 2 çocuğa sahip olmaktadır. Ayrıca kadınların girişimci olmaya karar vermelerinin nedenleri olarak, bir işle meşgul olma isteği, bağımsızlık, başarılı olma ve ev bütçesine katkıda bulunmak şeklinde sıralanabilir.

Soyal'ın (2010) yapmış olduğu çalışmada da, kadınların, girişimci olabilme potansiyellerine orta yaş aralığında sahip oldukları, ilk ve orta öğretim gibi kendi işlerinde profesyonelleşemeyecek kadar düşük eğitim seviyesinde oldukları ve erkek egemen sektörlerden çok az sermaye gerektiren kadınsı alanlarda faaliyette bulunarak daha çok kendi yetenek ve bilgilerine uygun, müşterisi daha çok bayan olan faaliyet alanlarında yoğunlaştıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

Ekonomik hayatta girişimci olarak önemli rol oynayan kadının; işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir (Tamer, 2013:651).

Güleç'in (2011) çalışma sonucunda kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunmalarının altında yatan en önemli etkenler; maddi açıdan daha rahat olmak, ideallerini gerçekleştirmek ve ekonomik bağımsızlık şeklinde ortaya çıkmıştır (Güleç, 2011: 119).

Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla az olmasının nedenleri arasında, kadın girişimcilerin risk almak ve sorumluluk yüklenmekte çekingen davranışları, ayrıca kadın girişimcilerin, kendi işlerini kurma esnasında bir takım kaygılara sahip olmaları, sermaye konusunda sıkıntı yaşamaları ve toplumun kendilerine yüklemiş olduğu roller ile kadın girişimciliğin gerektirdiği roller arasında çatışma yaşamaları diğer nedenler arasında görülmektedir (Şahin, 2006: 308).

Kendine güven, cesaret ve sabırlı olma Türkiye'de girişimci kadınları belirleyen temel karakteristikler olarak ifade edilmektedir. Kadınlar, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kârdan çok sosyal itibara önem vermekte, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadırlar (Tamer, 2013:651).

Bu çalışmada Türkiye ve Dünyada kadın girişimciliği rakamları incelenmiştir. Türkiye sonuçlarına göre, geçmişten günümüze kadın girişimciliği sayısı artış göstermektedir. Bununla birlikte işveren olarak çalışmaktan ziyade kendi hesabına çalışan olmayı tercih etmektedirler.

KAYNAKLAR

- AĞCA, V.,YÖRÜK, D., (2006), "Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve", **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, 8(2), s.155-173.
- AHL, H., (2004), **The Scientific Reproduction of GenderInequality: A Discourse Analysis of ResearchTexts on Women's Entrepreneurship**. Sweden: DalekeGrafiska AB.
- AKOĞLAN, M.K., YILMAZ, G.E., (2010). Otel Yöneticilerinin İç Girişimcilik Algılamaları: Frigya Bölgesi Örneği, **Turizm Araştırmaları Derneği**, 21(1).
- ALPAGUN, O. (1998), **İşletme Bilimine Giriş**, Derya Kitabevi, Trabzon.
- BEDÜK, A.,(2005),"Türkiye'de Çalışan Kadın Ve Kadın Girişimciliği",**Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 3(12), s.106-117.
- BOZKURT, Ö., KALKAN, A., KOYUNCU, O., ALPARSLAN A.M., (2012), "Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma", **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 1, Sayı:15.
- CULHANE, JANN-MARIE, H., (2003), The Entrepreneurial Orientation- Performance Linkage in High Technology Firms: An International Comparative Study, Thesis for The Degree of Doctor of Philosophy, Graduate School of The University of Massachusetts Amherst, s.19.
- ECEVİT, Y., KAPTANOĞLU, İ. Y. (2014). Kadın Girişimciler Araştırması.
- GORJI, M.B., VE RAHİMİAN, P. (2011),"The Study of Barriers to Entrepreneurship in Men and Women Australian", **Journal of Businand Management Research**,1(9), s.31-36.
- GOYAL, M., PARKASH J. (2011). "Women Entrepreneurship in India-Problems and Prospects, ZENITH", **International Journal of Multidisciplinary Research**, 1(5), s.195-207.
- GÖKÜŞ, M.,ÖZDEMİRAY, S.M., GÖKSEL, Z.S., (2013). "Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi",**Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 29, s.87-97.

- GÜLEÇ, S.,(2011), Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- KESKİN, S.,(2014), "Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 9(1), s.71-94.
- MİNNİTİ, M.,& ARENIUS, P. (2003), Women in Entrepreneurship Paper Presented at the Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium ABD.
- MÜFTÜOĞLU, T., ÜRPER, Y., BAŞAR, M. ve TOSUNOĞLU, B.T., (2005), **Girişimcilik**. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı. Eskişehir.
- MUELLER, S., THOMAS, A. S. (2001), "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness", Florida International University, Miami, National Academy of Management, **Journal of Business Venturing**, 16(1), s.51-75.
- MUZYKA D., KONİNG A.D., CHURCHİLL N.,(1995), “On Organization and Adaptation: Building the Entrepreneurial Corporation”, **European Management Journal**, 13(4), s.346-362.
- NARİN, M., MARŞAP, A., ve GÜROL, M.A., (2006), “Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 8(1).
- ÖZDEVECİOĞLU, M., CİNGÖZ, A., (2009), "Sosyal Girişimcilik Ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve", **Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 32, s.81-95.
- ÖZTÜRK, İ. (2008). İGİAD Girişimcilik Raporu .
- RAO, V., VENKATACHALM, A., JOSHI, H.G.,(2013), "A Study on Entrepreneurial Characteristics and Success of Women Entrepreneurs Operating Fashion and Apparel Business". **Asian Journal of Management Sciences and Education**, 2(2), s.136-147.
- SHANE, SCOTT VE S. VENKATARAMAN; (2000), “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research”, **Academy of Management Review**, 25(1), s.217-226.
- SİNGH, G.,& BELWAL, R. (2008), "Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia: Evaluating the Role, Prospects and Problems Faced by Women in This Emergent Sector", **Gender in Management: An International Journal**, 23(2), s.120-136.
- SOYSAL, A. (2010). "Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma", **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 5(1), s.71-95.
- ŞAHİN, E. (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Bu makale T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalında 2006 yılında kabul edilen aynı başlıklı yüksek lisans tezinin özetidir. 287-309.
- TAMBUNAN, T. (2009), "Women Entrepreneurship in Asian Developing Countries: Their Development and Main Constraints", **Journal of Development and Agricultural Economics**, 1(2), s.27-40.
- TAMER, G. (2013). “Dünya’ya Kıyasla Türkiye’de Kadın Girişimciliği”, **International Conference on Eurasian Economies**, 649-656.
- TEATER, B. (2014). **Sosyal Hizmet Kuram ve Yöntemleri: Uygulama için Bir Giriş** (A. Karatay, Trans.). Ankara: Nika Yayınevi.
- THOMPSON, JOHN J.;(1999), “The World of The Entrepreneur-a new perspective”, **Journal of Workplace Learning-Counselling Today**, 11(6), 1999, ss.209-224. 4: 346-361.
- THORBERRY, NEAL, (2001), “Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron?” , **European Management Journal**, 19(5), s.526-533.
- TUİK, 2014 Faaliyet Raporu
- TUİK, 2015 Faaliyet Raporu
- www.tusiad.org.tr Erişim Tarihi:10.12.15.
- YAĞCI, F. VE BENER, Ö., (2005). Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler, *bilig&Bahar*, 33, 85-100.
- YORDANOVA, I.D.,(2011), "The Effects of Gender on Entrepreneurship in Bulgaria: An Empirical Stud", **International Journal of Management**, 2(1), s.289-305.

ZHANG, Z., ZYPHUR J. M., NARAYANAN, J., ARVEY, D. R., CHATURVEDİ, S., AVOLİO, J. B., LICHTENSTEİN, P., LARSSON, G. (2009), "The Genetic Basis of Entrepreneurship: Effects of Gender and Personality", **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 110, s.93-107.

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ VE ETKİNLİĞİ

Mustafa ATSAN*

ÖZET

Halkla ilişkiler kavramı, uzun zaman sonra önem kazanmış ve birçok işletmenin vazgeçilmez birimleri içinde yerini almıştır. Bu kavram her ne kadar tüm sektörler için önemli bir yere sahip olsa da bazı sektörler tarafından öneminin tam olarak anlaşılammış olması, işletmelerin potansiyelinde ve organizasyonunda önemli kayıplara neden olmuştur. Bu kayıpların giderilmesi için harekete geçilmesi birçok işletmeyi hem müşteriler hem de çalışanlar açısından daha sistemli ve güvenilir bir çalışma ortamına kavuşturmuştur. Sözüünü etmiş olduğumuz sektörlerden biri olan sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmeler de birçok kez benzer sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Sağlık sektörü gerek kamuda gerekse özel sektörde faaliyet gösteren vazgeçilmez bir sektör olduğu için büyük önem taşımaktadır. Çalışmamızda yer verdiğimiz gibi amacımız; Türkiye’de sağlık sektöründe faaliyet gösteren kamu ve özel işletmelerin, halkla ilişkiler birimine verdiği önem ve bunun sonuçlarını kıyaslamaktır. Bunun için çalışmada ilk olarak halkla ilişkiler kavramının tanımı ve tarihi süreci ele alınacak; ikinci olarak halkla ilişkiler ile sağlık sektörü arasındaki ilişki genel çerçevede değerlendirilerek, kamu ve özel sağlık işletmelerinin önemine ayrıca değinilecek ve sonuca bağlanacaktır. Çalışmada veri toplama tekniği olarak belge tarama yöntemi toplanan bu verilerin yorumlanmasında içerik çözümleme yöntemi kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Halkla İlişkiler, Kamu Sektörü, Özel Sektör, Sağlık Sektörü.

THE IMPORTANCE AND ACTIVITY OF PUBLIC RELATIONS ON HEALTH INDUSTRY

ABSTRACT

The concept of public relations has gained importance after a long time and carved a place out for itself in fundamental units of many business. Although nevertheless it occupies an important position for all sectors, incapable of fully understanding the importance of this concept by some sectors has led to significant losses in potential of businesses and their organizations. Having mobilized to compensate these losses has allowed many businesses to find a more systematic and reliable working environment in terms of both customers and employees. Businesses operating in the healthcare sector that is one of the sectors in which we mentioned above have also faced with similar problems many times. It is of great importance since the health sector is an indispensable segment operating in both public sector and private one. Our goal in this study is to compare the extent to which the public and private enterprises operating in the health sector in Turkey gave importance to the public relations unit, and its results. So then, first of all, definition of the concept public relations and its historical process will be addressed. Second of all, the relationship between public relations and the health sector will be evaluated in a general framework. Finally, it will be concluded by referring also to the significance of public and private health enterprises. Document scanning method for data gathering technique and content analysis method for interpreting these data collected will be employed in the study.

Keywords: Public Relations, The Public Sector, The Private Sector, The Health Sector.

GİRİŞ

Geniş bir yelpaze şeklinde karşımıza çıkan hizmet birimlerinde, hizmetin sunumunda kalite beklentilerinin artması, gelişen ve değişen ekonomik yapı ve teknolojik gelişmelerin insanların hizmet konusundaki anlayışını değiştirmesi sonucunda alternatif hizmet alanları doğmuştur. Bu durum halkla ilişkiler çalışmalarının öneminin artmasını sağlamıştır. Hizmet kalite beklentilerinin artmasında; insanların bilinçlenmeleri, medyanın kaliteye ilgisinin artması, reklam çalışmaları büyük rol oynamıştır.

* Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Öğrencisi, mustafaatsan@gmail.com

İnsanların ihtiyaç duyduğu hizmetin karşılandığı kurumlar özel ve kamu birimleri tarafından iki ayrı yelpazede gerçekleştirilmektedir. Bu iki hizmet birimi arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu durum halkla ilişkiler uygulamaları açısından da kendini göstermektedir. Çünkü kamu sektöründeki hizmet birimlerinin ekonomik beklentileri yoktur. Başka bir deyişle, kar amacı gütmeyizler. Böyle bir beklentinin olmaması, halkın hizmetten memnun kalmadığında başka kurumu seçme hakkının bulunmaması sebebiyle, kamusal alanda halkla ilişkiler çalışmalarına olan gereksinim, çok sonraları ortaya çıkmıştır. Özel sektörde ise kamu sektörünün aksine faaliyet gösteren hizmet kuruluşlarındaki en büyük kaygı ekonomik getiridir. Özel kurumların etkili bir şekilde tanıtılması ekonomik getiri için önem taşıdığından halkla ilişkiler çalışmalarına özel bir önem verilmektedir.

Bu iki sektör arasında her ne kadar ekonomik beklenti açısından farklılık olsa da, ister kamu sektöründeki hizmet birimleri olsun, ister özel sektördeki hizmet sektörleri olsun ortak amaç kamuoyunda iyi bir imaj oluşturmaktır. Toplum tarafından kabullenilmek, desteklenmek ve ilgi görmek, olumlu tutum ve davranışların sağlanması başlıca amaçlar arasında yer almaktadır. Bu sayede özel sektör iyi reklam ve getiri sağlama şansına kavuşacak, kamu sektörü ise uluslararası alanda sağlık konusunda iyi bir imaja sahip olacak ve ülke kalkınmışlığına olumlu yönde etki edecektir.

Bunların dışında hizmet sunan birimlerin uyguladıkları çalışma yöntemleriyle ne kadar başarılı oldukları, var olan olumsuz düşünceleri ne derece değiştirebildikleri, birtakım kriterlere bağlı olmaktadır. Bu çalışmada, bu kriterlere değinilmiş ve ne tür işletmelerde ne gibi anlayışla halkla ilişkiler çalışmaları uyguladıkları gösterilmiştir. Bunun için çalışmamızda kavramlar ayrıntılı biçimde anlatılmış daha sonra hem kamu hem de özel sektör açısından sonuca bağlanmıştır.

HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Halkla İlişkiler Kavramı

Geniş anlamda halkla ilişkiler bir tanıma ve tanıtmaya sürecidir. Bu açıdan bakıldığında, halkla ilişkiler, kuruluşların duyarlı olduğu çevreyi tanıması ve kendisini bu çevreye tanıtmaya amacıyla iletişim tekniklerini planlı, programlı biçimde iki yönlü olarak ve yönetim felsefesine dayandırılarak uygulanmasıdır (Sabuncuoğlu 1993). Bu faaliyet işletmelerin çevreyle olan iletişim kalitesini ve müşteri memnuniyetini belirleyebilecek zemini hazırlamaktadır. Müşteri memnuniyeti tüm işletmeler için büyük önem arz etse de asıl rolü kamudan çok özel sektörde ön plana çıkmaktadır.

Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi

Son yıllarda büyük önem kazanan ve büyük gelişme gösteren halkla ilişkilerin, başlangıcı çok eski tarihlere dayanmaktadır. İnsanlık tarihi boyunca insanlar birbirleriyle sürekli olarak iletişim içinde olmuşlardır. Daha sonraları devletler kurulduktan sonra krallar yönetimlerindeki halkla ilişkilerini sevdirmek ve hizmetlerini en iyi şekilde sunabilmek için sürekli olarak halkın içine karışmışlardır. Sümerlerin destanlara konu olmuş ünlü kahramanı ve kralı Gilgames'in, kral olduktan sonra kıyafetlerini değiştirmeyip halktan biri gibi davranması ve halkın içine girerek sorunlarıyla ilgilenmesi bir halkla ilişkiler çalışmasıdır. Hatta kendilerine savaşmak niyetiyle gelen Kiş Prens'i'nin karşısına çıkarak: "selam sana, soylu Kiş prensi Akka! Seni bizzat selamlamakta biraz geç kaldığım için beni affetmeni dilerim", deyip kibar bir şekilde başını öne eğdi. Akka hiç beklemediği bu kibar selamlama karşısında büyük bir şaşkınlığa düşer" (Braem 2004). Bu örnekten de anlaşılacağı gibi davranışlarla, olumsuz ve kötü bir gelişmeyi olumlu hale getirmek iletişim becerisine ve anlayışına bağlıdır. Yine Osmanlı padişahlarının zaman zaman kıyafet değiştirerek halkın arasına karışıp esnafın sorunlarını dinlediklerini, halkın, padişah ve saray hakkındaki düşüncelerini öğrenmeye çalıştıklarını tarih kitaplarında görmekteyiz.

İlk çağlarda önemli filozof ve konuşmacıların, çeşitli konularda halkı bilgilendirmek, desteğini almak, kendi taraflarına çekebilmek amacıyla yaptıkları "forum"lar o devirler için birer halkla ilişkiler çalışmaları olarak değerlendirilmektedir. Okuryazarlık durumunun olmadığı ya da düşük düzeyde olduğu devirlerde konuşmacı tarafından belirli bir süre içinde geniş topluluğa değişik fikirlerin iletilmesini sağlayan forum, konferans ve söylev biçiminde karşılıklı, yani yüz yüze iletişim kurulmaktaydı (Uluğ 1989).

Günümüzdeki anlamıyla halkla ilişkilerin ortaya çıktığı yer Amerika Birleşik Devletleri'dir. 1807 yılında ABD Başkanı Thomas Jefferson 10. Kongreye gönderdiği mesajda ilk defa halkla ilişkiler deyimine yer vermiştir. 1897 yılında Amerikan Demiryolları ile ilgili olarak çıkarılan "Demiryolu Yılı"nda halkla ilişkiler deyimine yer verilmiştir (Ertekin 1986).

Halkla ilişkilerin gerçek öncüsü 1900'lü yılların başında gazeteci Lvy Lee olmuştur. 1916 yılında ilk halkla ilişkiler bürosunu kurmuştur. Lvy, basın ile iş çevresini birbirine yakınlaştırmaya çalışmış, hazırlanan bültenler ile iş çevreleri ilk kez

kamuoyuna seslenme fırsatı bulmuşlardır. Kamuoyu ücret politikası, arz-talep ve tekeller konusunda aydınlatılmaya başlanmıştır.

Birinci Dünya Savaşından sonra halkla ilişkilerde hızlı bir gelişme başlamıştır. Başta kamu kuruluşları olmak üzere, büyük firmalar, kiliseler, sendikalar ve diğer kuruluşların kendi bünyelerinde halkla ilişkiler bölümü oluşturmaya yöneldikleri görülmektedir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra önemi daha iyi anlaşılan halkla ilişkiler ABD'den sonra Kanada, Fransa, İngiltere, Hollanda, Norveç, İtalya, Belçika, İsveç, Finlandiya ve diğer Batı Avrupa ülkelerine 1950'li yıllarda yayılmaya başlamıştır (Sabuncuoğlu 1993).

Bu yayılma sonucu halkla ilişkiler kavramı, zaman içinde tüm dünyada büyük önem kazanmış ve bireysellikten çıkmış, işletmelerin ayakta kalabilmesinin yanı sıra başarılı bir iş sahasına sahip olması için gerekli tüm çalışmaların başında gelmiştir.

SAĞLIK SEKTÖRÜ VE HALKLA İLİŞKİLER

Piyasada çok sayıda sektör ve bu sektörlerle bağlı çok sayıda işletme vardır. Bu işletmelerin bazıları kamu bazıları özel sektörde faaliyet göstermektedir. Bu sektörlerden birisi ve en önemlisi sağlık sektörüdür. Bu sektör kamuda öncelik görmesine rağmen özeldede de gerekli ilgiyi görmektedir.

Sağlık hizmetlerinin sunulduğu kurumlardan ön önemlisi hastanelerdir. Bu sağlık kurumları için halkla ilişkiler faaliyetleri, hastanenin dışı açılan penceresi olarak özel bir öneme sahiptir (Sivrikaya 2007). Sağlık hizmetleri veren kuruluşlar olarak hastanelerin bakım kalitesini arttırmaktan etkin idareye, maliyet dengesini sağlamaktan, çalışanların memnun olmasını sağlamaya ve toplumun hastane yönetimi hakkındaki imajının olumlanmasına kadar pek çok sorun alanında, halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütmelerinin önemli olduğu belirtilmektedir (Altıntaş 2005). Çünkü kurum içi ve kurum dışı halkla ilişkiler faaliyetlerinin bütün içeriğiyle yerine getirilmesi zorunluluğu bulunan hastanelerde, hastane yönetiminin gerek çalışanlarına gerekse de hedef kitlesini oluşturan hastalara yönelik bütün sorunları aşması gerekmektedir (Esatoğlu vd. 1999).

Hastanelerde halkla ilişkiler faaliyetlerinin profesyonelce icra edilebilmesi amacıyla, özellikle kurumu idare edenlerin olaya daha sorumlu yaklaşarak, kurumlarında bu konuyla ilgili sürekli bir organizasyonu oluşturmaları gerekmektedir (Esatoğlu vd. 2008).

Halkla ilişkiler, halkın tutumlarını değerlendirip toplumun kurumu sahiplenmesine yardımcı olacak iletişim programlarını uygulamaya koyan bir araç olarak, çok önemli bir konuma sahiptir. Buna rağmen sağlık sektöründeki halkla ilişkiler sektöründen oldukça az verim sağlanmıştır (Gümüş 2005). Bu birimin etkinliği her işletmede farklı seviyelerde önem taşımaktadır. Hastanelerdeki halkla ilişkiler birimlerinin etkinliği, birimin örgüt kademesinde hangi konuma oturtulduğuna göre değişmektedir. Örneğin danışmaya yerleştirilen, daha doğrusu yamayan 'halkla ilişkiler' biriminin, örgüt politikalarında ve örgütün etkin bir biçimde iş görmesiyle ilgili sorun tespiti ve çözümünde hiçbir fonksiyonu bulunmamaktadır (Erdoğan 2006). Halkla ilişkiler, bir sektörün herhangi bir birimi olarak yer almaktaydı. Bu nedenle gereken ilgiye uzun süre kavuşamamıştır.

Hastanelerde yürütülen halkla ilişkiler uygulamaları değerlendirildiğinde, hem hastane yönetimi ile dış çevre arasında hem de hastane personelinin kendi arasında iletişimi sağlayacak araçlardan faydalanılması beklenir. Hastane hakkında bilgi veren broşür, dergi, bülten, el kitabı ve rehber gibi yayınların çok yetersiz oluşu, kamuoyu araştırmalarının yapılmayışı, hastane hizmetlerinin idaresinde ve finansmanında çevre ile iki yönlü faydaya dayalı ilişkilerin kurulamaması veya kısa süreli ilişkiler kurulması, halkla ilişkiler uygulamalarının çağdaş anlayışı yansıtmadığını gösterir (Sarı 2006).

Halkla ilişkiler açısından hastanelerin en önemli özelliği, toplumun her kesiminden her yaş ve cinsiyette insana hizmet sunan, diğer bir söylemle tüm bu kesimlerin ilgili buldukları kuruluşlar olmalarıdır. Çocuk olsun yaşlı olsun, erkek ya da kadın olsun, zengin veya fakir olsun sağlık problemi olan herkes hastanelere gitmek durumundadır. O anda ihtiyacı bulsun veya bulunmasın, hastaneler hakkında çıkan olumlu ya da olumsuz bir haber toplumun dikkatini çekmektedir (Seçim 1994).

Hastanelerde yürütülmekte olan halkla ilişkiler faaliyetleri değerlendirildiğinde bu faaliyetlerin başlıca şu özellikleri içerdiği saptanmıştır (Altıntaş 2005):

- Hastaneler faaliyetleri ve hizmet verdikleri kitleler açısından diğer kurumlardan farklı bir yapıya sahiptirler. Bunun nedeni, hastanelerin toplumun tüm kesimlerine hitap eden bir konuma sahip olmasıdır.
- Halkla ilişkiler açısından hastanelerin diğer önemli özelliği ise, hastanelerin çevreye bıraktığı tıbbi atıklar bakımından çevreyi kirleten kurumlar olmalarıdır. Bundan dolayı toplumun ve basının ilgisi sürekli hastanelerin üstündedir.

- Hastanın menfaatinin korunması açısından bakıldığında, hastanelerde sunulan hizmetin algılanması, hizmet satın alındıktan sonra gerçekleşmektedir. Bu bakımdan hastanın tüm süreçlerle ilgili bilgilendirilmesi, kurumun halkla ilişkiler yaklaşımına sahip olması ve bu yaklaşımı uygulamasıyla ilgilidir.
- Hastanede halkla ilişkiler faaliyetlerinin belki de en önemli özelliği, kurumun toplu halde halkla ilişkiler faaliyeti yürütmesi gerekliliğidir.

Hastanelerin varlık nedeni, hastalara kaliteli sağlık hizmeti sunabilmektir. Müşteri bir bakkala ya da manava girdiğinde satın almak istediği malın fiyatını ve kalitesini tespit edebilmektedir. Fakat hastaneye gelen hastaların, alacakları hizmetin niceliğini ölçme yeteneği yoktur. Bir başka deyişle hasta, kendisi için gerekli olan hakkında bilgi sahibi olmadığı için istismara açıktır. Hastanın çıkarının korunması ve kendisi için gerekenin yapılması, halkla ilişkiler açısından hastane çalışanlarının başta gelen görevidir (Erkaya 2007).

Hastane hizmetlerinde halkla ilişkilere daha fazla gereksinme hissedilmektedir. Bunun sebepleri, hizmet kurumu olan hastanelerin, insan ve insan sağlığını konu edinmeleri, sağlık hizmeti veren ve satın alan arasındaki iletişimin önemli duruma gelmesi; hastanelerde hasta ile değişik toplum kesimleri, doktorlar, hastalar ve diğer sağlık kurumları ile haberleşmeyi ve bilgi iletimini sağlama ihtiyacıdır. Ayrıca hastalık, sağlık ve sağlık kuruluşlarını konu edinen ve toplumun sağlık seviyesini arttırmaya dönük haberlere her geçen gün daha fazla yer ayıran medyanın bu konudaki etkisi unutulmamalıdır (Erin 2006).

Halkla ilişkiler departmanlarının faaliyet gösterdiği sağlık kurumlarında, bütün hassas ve önemli çalışmaları içeren organizasyonlarda halkla ilişkiler uzmanı yer alır. Sağlık kuruluşlarında halkla ilişkiler departmanı, birçok önemli bilgiyi yorumlayan ve halkla iç içe olarak bu bilgileri onlarla paylaşan bir konuma sahiptir. Halkla ilişkiler departmanında çalışan uzmanların, sağlık alanıyla ilgili kullandıkları bir politikadan ziyade tanıtım taktikleri bulunur (Gordon, Kelly 2000).

Hastaneler açısından yürütülen halkla ilişkiler faaliyetleri değerlendirildiğinde; hastanelerde bu faaliyetlerin temel konusunu, toplumu tanımak ve hedef kitlelere kurumu tanıtarak olumlu bir kurum imajı oluşturmaktadır. Hastanenin hedef kitleleri arasında hasta, hasta yakınları, doktor, yardımcı sağlık personeli, dernekler, basın, belediyeler, partnerler, tedarikçiler, teknik elemanlar ve diğer sivil toplum kurumları yer almaktadır (Tuna 2006).

Genel olarak halkla ilişkiler faaliyetleri denilince kastedilen, tanıma ve tanıtma faaliyetleri olmaktadır. Hedef kitlenin veya halkın bilgilendirilmesi, kurumun eylem ve faaliyetlerinin açıklanmasına ve duyurulmasına tanıtma; toplumun ya da hedef kitlelerin beklentilerini, şikâyetlerini tespit etme, tanıma olarak nitelenmektedir (Tengilimoğlu 2001). Halkla ilişkilere yüklenen tanıma ve tanıtma görevi sadece müşteriler için değil sağlık sektörü içinde görev yapan personel ilişkileri ve sektörü tanımaları konusunda da etkili olmaktadır.

Kamu Hastanelerinde Halkla İlişkiler

Kamu hastanelerinin genelinde halkla ilişkiler eylemlerine pek yer verilmediği görülmektedir. Yapılan halkla ilişkiler çalışmaları da sadece danışma hizmetleri ve basının takip edilmesi işlemleridir. Bunun en önemli sebebi de kamu sektöründe işletmecilik ve halkla ilişkiler, buna paralel olarak da hastanelerde halkla ilişkiler uygulamalarının gerçek işlevlerinin bilinmemesidir. Yapılacak uygulamalarda birçok resmi prosedürün gerekmesi halkla ilişkilerin yapmayı düşündüğü uygulamaları engellemekte ve karar verme mekanizmasını geciktirmektedir. Buna ek olarak kamusal hizmet sektörlerinde ekonomik kaygı olmadığı için halkla ilişkilere gereken önem verilmemektedir.

Toplum artık sağlık bakım hizmetlerinin kalitesini yalnızca hastanenin yatak sayısına, sahip olduğu teknolojiye ve uzman gücüne bakarak değerlendirmemektedir. Hastanenin, hastaların ihtiyaçlarını en uygun şartlarda tam olarak giderebilme özelliğine sahip olup olmadığına ve hastaların aldıkları hizmetlerden tatmin olma derecesine bakmaktadır.

Hastanelerde halkla ilişkiler uygulamalarına bakıldığında, gerek hastane yönetimiyle dış çevre arasında, gerekse hastane çalışanları arasında iletişimin sürekliliğini sağlayacak araçlardan yararlanılmaması, hastane hizmetlerini ve faaliyetlerini tanıtıcı dergi, broşür, el kitabı veya rehber gibi yayınların çok yetersiz oluşu, kamuoyu araştırmalarının yapılmaması, hastane hizmetlerinin yürütülmesinde ve finansmanında çevreyle ilişkilerin kurulmaması ya da kurulan ilişkilerin kısa süreli olması halkla ilişkiler uygulamalarının çağdaş halkla ilişkiler uygulamalarından uzak olduğunu gösterir (Tengilimoğlu 2001).

Hastaneler hizmet üreten örgütlerdir. Çevreleriyle sürekli olarak etkileşim içinde bulunmaktadırlar. Örgütler ile çevreleri arasındaki etkileşim, örgütsel amaçları da etkilemektedir. Sürekli olarak değişen çevre içinde bulunan örgütler, amaçlarını sürekli olarak değerlendirmek ve gözden geçirmek durumundadır. Örgütsel amaç ve hedefler ile örgüt üyelerinin kişisel amaçları uzlaştırılmalıdır (Tokat 1998).

Kamu sektöründe amaç, kurumun iyi bir imaj oluşturması, olumsuz olan imajın olumlu hale getirilmesidir. Kamu birimlerinde hizmet sunulurken ekonomik kaygı bulunmamaktadır. Bu nedenle kurumun amaçları çalışanların amaçlarıyla uzlaştırılmalıdır.

Hastane yönetiminin genel amacı hizmet üretmektir. Yönetimde halkla ilişkilerin amacı, sunulan hizmet konusunda halkı doğru biçimde aydınlatmak; halkın etki ve tepkisini ölçmek ve değerlendirmek; halkla işbirliği yapmak; halkın yönetime katılmasını ya da katkıda bulunmasını sağlamak; halkta örgüt hakkında olumlu bir imaj yaratmak; böylece halkın güvenini ve desteğini sağlamaktır. Kısaca, kuruluşun faaliyetleri hakkında halkı bilgilendirmek, yanlış anlaşılma da kendini aklamayı suretiyle halkın destek ve güvenini kazanmaktır (Peker 2000).

Halkla ilişkiler çalışmalarının kamuda başlaması ve etkin bir hal alması kısa sürede gerçekleşmemektedir. Kısa sürede çağdaş anlamda halkla ilişkiler çalışmalarının yapılabileceğini söylemek imkansızdır. Halkla ilişkiler departmanının görevleri arasında basını takip etmek, çıkan yazılar hakkında yönetimi bilgilendirip cevap verilmesini sağlamak yer almaktadır. En çok yürüttüğü görev olarak da danışmanlık hizmetleri gösterilebilir. Bu durum tüm kamu hizmet birimlerinde görülmektedir. Bu tür işlevler, öncesinde de bir şekilde başka çalışanlar tarafından yerine getirilmekteydi. Çağdaş halkla ilişkiler çalışmalarının yapılması için bir sürecin geçmesi gerekmektedir. Devlet hastanesinde önceki dönemde çalışan personele yönelik hiçbir kurum içi halkla ilişkiler çalışması yapılmamışken, yeni kurulan halkla ilişkiler biriminin eksikliğini duyduğu ve çaba gösterdiği faaliyetlerden birisi de kurum içi halkla ilişkiler çalışmaları olmuştur.

Halkla ilişkiler departmanının kamuya getirmiş olduğu bir başka yenilik, Hasta Hakları Uygulamalarının başlatılmasıdır. Hasta Hakları Birimlerine hastaların haklarıyla ilgili her türlü talep ve şikayetleri iletebilmektedir. Hastalara sağlanan bu hak sağlık kurumlarının eksik ve yanlışlarını görebilerek gereken önlemleri almalarını sağlamaktadır. Bu durum kamusal sağlık hizmetini bir adım daha ileriye taşımaktadır.

Buna karşılık Hasta Hakları ile hastaların uymaları gereken kurallar da yer almaktadır. Herkes istediği şekilde davranamaz. İletişimin de sınırlaması vardır. Bilindiği gibi, biçimsel iletişim sistemleri içinde iletişim ilişkileri belli kurallara ve şartlara bağlanmıştır. Buna göre, herkes istediği zaman, istediği konuda, istediği kişiyle istediği biçimde iletişim kuramamaktadır (Paksoy 2000).

Devlet hastanelerinde Hasta Hakları birimleri çalışmaları da halkla ilişkiler çalışmaları arasında yer almaktadır. Hasta hakları ile ilgili bildirimler ve yönergeler hastanelerin her yerine herkesin göreceği yerlere asılmıştır.

Kamu hizmet birimlerindeki halkla ilişkiler görevlilerinin yönetimin isteği ve talimatının dışına çıkamaması, prosedürlerin çok fazla olması halkla ilişkiler çalışmalarının yapılmasını engellemektedir. Hastanelerde de bu durum açık bir şekilde görülmektedir. Ancak kamu sektöründe halkla ilişkiler birimine ihtiyaç duyulmuş olması ve gerekliliğin algılanması olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilmektedir.

Özel Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler

Sağlık sektöründe verilen hizmetler kamu ile sınırlı kalmamış, özel sektörün de fazlasıyla ilgi alanına girmiştir. Nitekim bu aşamada özel sektörün sağlık hizmetlerine önemli katkılar sunduğu gerçeği de göz ardı edilememektedir.

Özel sağlık kuruluşları sağlık hizmetleri için sadece hastaneler çerçevesinde değil zaman içinde göz hastalıkları merkezleri, ilk yardım eğitim hizmetleri gibi alanlarda da etkili hizmet vermeye başlamışlardır. Bu sektörlerin birçok türlerinin bulunmasının altında yatan neden; özel sektörün kar amacı ile çalışmasıdır. Karı artırma noktasında bir şirketin sadece amacını belirlemesi ya da sektörünün belirlenmiş olması yeterli olamamaktadır. Bunun yanında organizasyon, reklam ve sorunlara anında çözüm üretebilme bir yetkinliklerin en verimli şekilde çözüme kavuşturulabileceği halkla ilişkiler departmanına büyük görev düşmektedir.

Müşteri memnuniyeti için yüz yüze kurulan ilişkiler daha sıcak ve tatmin edicidir. Bunun dışında halkla ilişkiler faaliyetlerinde yerel basında reklam faaliyetleri geniş yer tutmaktadır. Kurumun tanıtılması için belirli aralıklarla ve sürekli olarak basında yer alma çabaları fazladır. Ayrıca iyi imaj oluşturma açısından sosyal sorumluluk etkinlikleri gerçekleştirilmektedir. Örneğin; göz sağlığı ve hastalıkları üzerine hizmet veren bir kuruluş periyodik olarak okullarda ücretsiz göz taramaları yapmaktadır. Fuar zamanı stant açarak ücretsiz göz taramalarında bulunmaktadır. Ayrıca gözün yapısı ve hastalıkları, göz sağlığının korunmasında etkili faktörler vb. konularda broşür dağıtılmaktadır.

Halkla ilişkilerin bulunduğu ortamlar başarılı bir biçimde kullanılmaktadır. Hedef kitlelerin belirlenmesi gerektiği şekilde yapılmakta ve hedef kitleye yönelik çalışmalara ağırlık verilmektedir. Özel bir hastanenin hedef kitleleri içinde öncelikli olarak halkın tamamı, doktorlar ve diğer sağlık çalışanları, özel sigorta şirketleri, çalışanlarına özel sigorta uygulaması yapan fabrikalar ve çalışanlarıdır. Özel sigorta şirketlerine tanıtım yapılması o sigortaya prim ödeyen ve sağlık güvenesi elde eden kişiler için önemlidir. Etkili tanıtım yapıldığında, anlaşma yapılan özel sigorta sahipleri söz konusu sağlık kuruluşundan yararlanacaktır. Böylece halkla ilişkiler departmanı uzmanı olduğu konuda etkin hareket etmiş olacak ve işletmenin tanıtımı müşterisi ve karı artacaktır. Bunların yanında iyi bir imaj sergileme şansına kavuşacaktır.

İlk yardım alanında eğitim hizmeti veren ilk yardım merkezlerinde de halkla ilişkilerin rolü büyüktür. Bu merkezlerin hedef kitlelerine tanıtılmasında yüz yüze ilişkilerin büyük önem arz ettiği anlaşılmıştır. Merkezin, bir işletmeye

tanıtılmasında ve sonrasında bu merkezin seçilmesini sağlayacak unsurların arasında, tanıtım esnasında tanıtımı yapan kişinin dış görünüşü, konuşma şekli ve bu konulardaki bilgisi yer almaktadır.

İlkyardım eğitim merkezlerindeki çalışmalar gerçek manada halkla ilişkiler çalışmalarıdır. Çalışmaların sonuçları kısa sürede alınmayabilir. Hedef kitle üzerinde güvenilir ve olumlu imaj oluşturma önemli bir süreç gerektirir.

Hizmet ya da kuruma yönelik olumlu imajlar yaratma, tanınmasını sağlama, kimlik oluşturma, hedef kitleleri bu ürün ya da hizmetleri satın almaya yöneltme gibi amaçlarla gerçekleştirilen pazarlama iletişimi çabalarında starlaşmış kişi ya da kişilerden yararlanılması oldukça sık uygulanan bir uygulamadır (Kocabaş, Elden 1997). Hizmet veren eğitim merkezlerinde olumlu imaj yaratmak ve tanınmasını sağlamak amacıyla herkes tarafından tanınmış ve sevilen ünlü kişilerin konuk edilmesi gözden kaçmamıştır. Buna Türkiye’de ilkyardım alanında eğitim hizmeti veren bir ilkyardım eğitim merkezinin açılışında Kocaeli’nin depremi yaşaması ve deprem sonrasında en çok yaşanan sorunlardan birinin ilkyardım konusunda bilinçsiz bir ülke oluşumuzun ortaya çıkmasını bağdaştırarak Deprem Baba lakaplı Ahmet Mete Işıkara’yu konuk olarak davet etmiş ve basında yer edinmesini sağlamış olmasını örnek gösterebiliriz.

Eğitim merkezlerinde ayrıca kurum içi halkla ilişkiler çalışmalarına da önem verilmektedir. Bu bağlamda, tüm çalışanların toplandığı yemekler ve geziler organize edilmektedir. Ayrıca çalıştıkları kişiler ve kurumların önemli günlerinde, özel günlerde, bayramlarda ve yılbaşında tebrik mesajları ile iletişim süreklilik arz etmektedir. Sonuçta herkes önemsenmek ve önemli olduğunu hissetmek ister. Özel bir gününde hatırlanmak kişiye mutluluk verir. Bu tür etkinlikler merkezin hedef kitle ve kamuoyu gözünde olumlu algılanmasına ve imajının sağlamlaştırılmasına yardımcı olur.

Halkla ilişkiler çalışmalarının etkili bir şekilde sürmesinin bir nedeni yönetimin iletişime ve halkla ilişkilere verdiği önemden kaynaklanmaktadır. Bunun için bütçenin ayrılması, her türlü olanakların seferber edilmesi halkla ilişkiler çalışmalarının başarı şansını arttırmaktadır.

Bu eğitim merkezlerinin sosyal sorumluluk çerçevesinde de gerçekleştirdikleri etkinlikler bulunmaktadır. Merkezin bulunduğu bölgedeki esnafın, itfaiye erlerinin ve halktan bazı kişilerin ücretsiz olarak ilkyardım konusunda eğitilmeleri merkeze karşı olumlu tavırların takınılmasına neden olmaktadır. Bu da halkla ilişkiler çalışmalarında istenen ve hedeflenen bir durumdur. Deprem sonrasında en fazla çalışan birimlerden birisi de askeriye dir. Bu bağlamda jandarmanın, tümendeki askerlerin ücretsiz olarak eğitilmeleri de sosyal sorumluluk çerçevesinde gerçekleştirilen etkinliklerdir.

Gerçekleştirilen bu çalışmalar uzun bir süreci kapsamaktadır. Etkileri de olumlu imaj, iyi bir şekilde tanınma ve sonrasında kurumlarla anlaşarak ekonomik getiridir.

SONUÇ

Sağlık hizmeti gerek sektörlerin işletmesi gerekse müşterilerin fayda sağlaması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu hizmetin en etkin biçimde müşterilere ulaştırılabilmesi için gerekli olan halkla ilişkiler departmanı her sektörde olduğu gibi sağlık sektöründe de kendine zor yer bulmuş ancak zamanla önemli bir yere oturtulmuştur. Kamu sektörü için halkla ilişkiler çalışmalarının geç başlamış olmasına karşın özel sağlık işletmelerinde kısa sürede etkin şekilde kullanmış ve büyük fayda sağlanmıştır.

Özel sektörün halkla ilişkiler departmanına vermiş olduğu önemin arkasında her işletmede olduğu gibi kar amacı bulunmaktadır. Özel bir sağlık hizmetinin tutunabilmesi ve sabit maliyeti de dahil olmak üzere zamanla ortaya çıkabilecek değişken maliyetleri karşılayabilmek ve bunun yanında kar edebilmek için ihtiyacı olan en temel şey iyi reklam ve verilen hizmet bağlamında iyi bir imaj yaratmaktır. İşletmelerin bu ihtiyacını karşılayabilecek halkla ilişkiler departmanı, kısa sürede özel sağlık işletmelerinin vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Diğer taraftan kamu sektöründe durum bu kadar net olmasa da sağlık sektöründe devletin vermiş olduğu hizmet hem uluslararası arenada hem de ülke içinde iyi bir imaj yaratma çabası içindedir. Bu hedef doğrultusunda kamu sektöründe de halkla ilişkiler bir süre sonra gereken önemi az da olsa görmüştür.

Sonuç olarak; gerek kamu gerek özel sektörde sağlık hizmetleri yaşamsal bir öneme sahip olduğu için diğer çoğu sektörden daha avantajlı durumda görülmektedir. Geriye kalan iyi bir imaj ve özel sektör için kar etme çalışmalarını yerine getirmektir. İki sektör arasında yapılabilecek net ayırım şudur ki; kamu hizmetlerinin özel hizmetlere nazaran halkla ilişkiler departmanına verdiği önem düşüktür. Bu nedenle halkla ilişkilerin asıl faaliyet gösterdiği alan özel sağlık işletmelerindedir. Bunun nedeni özel sağlık işletmelerinin rekabet halinde olması ve müşteri çekerek varlığını idame ettirebilme çabasında olmasıdır. Nitekim bu çabalar ve halkla ilişkiler departmanına verilen önem karşılıksız kalmamakta, iyi bir imaj, tanınma, kar etme, organize çalışma hedefleri en doğru biçimde yerine getirilebilmektedir.

KAYNAKÇA

- ALTINTAŞ, Emine (2005), Hastanelerde Kurumsal İmaj Oluşturmada Halkla İlişkilerin Rolü ve Kütahya SSK Hastanesinde Bir Uygulama, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi S.B.E, Kütahya.
- BRAEM Harald, **Uruk Aslanı Gilgameş**, Çev: Atilla Dirim, Yurt Kitap Yayın, Yayın No:93, 4. Baskı, Ankara, 2004, s.313
- ERDOĞAN, İrfan (2006), **Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler**", ERK yayınları, Ankara.
- ERİN, Fatma (2006), Hastane Hizmetlerinde Pazarlama Stratejileri ve Akdeniz Üniversitesi Hastanesinde Bir Uygulama, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi S.B.E, İstanbul.
- ERKAYA, Ersin (2007), Özel Hastanelerde Pazarlama ve Müşteri İlişkileri Yönetimi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi S.B.E, İstanbul.
- ERTEKİN Yücel, **Halkla İlişkiler**, 2. Baskı, TODAİE Yayınları, Yayın No: 21, Ankara, 1986, s.5
- ESATOĞLU, A. Ezel, BÜYÜKKAYIKÇI, Hüseyin ve KÖKSAL, Aysel (2008) "Sosyal Sigortalar Kurumu Hastanelerinde Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Karşılaşılan Sorunlar", www.sabem.saglik.gov.tr: Erişim: 1 Ocak 2008
- GORDON, G. Chandra ve KELLY, S. Kathleen (1999), **Public Relations Expertise and Organizational Effectiveness: A Study of U.S Hospitals**, Journal of Public Research, Lawrence Erlbaum Associates.
- GÜMÜŞ, Önder (2005), **Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Hastane Yöneticilerinin Yaklaşımları**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E, İzmir.
- KOCABAŞ Füsün, Müge ELDEN, **Reklam ve Yaratıcı Strateji**, Birinci Basım, A Yayınevi, İstanbul, 1997, s. 129
- PAKSOY Mahmut ve diğerleri, **Örgütsel İletişim**, 5. Baskı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 964, Eskişehir, 2000, s. 60
- PEKER Ömer - Nihat AYTÜRK, **Etkili Yönetim Becerileri**, Yargı Yayın Evi, Yayın No: 35, Ankara, 2000, s. 79
- SABUNCUOĞLU, Zeyyat (2004), **İşletmelerde Halkla İlişkiler**, Rota Ofset, Bursa.
- SARI, Ç. Emine (2006), Hizmet Birimlerinde Halkla İlişkilerin Dünü ve Bugünü, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi S.B.E, Kocaeli
- SEÇİM, Hikmet (1994), **Hastane Yönetim ve Organizasyonu**", Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- SİVRİKAYA, Hülya (2007), "Hastanelerde Halkla İlişkiler", www.site.mynet.com: Erişim: 21 Ocak 2008.
- TENGİLİMOĞLU, Dilaver (2001), **Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler**", Gazi Kitabevi, Ankara.
- TOKAT Bülent, **Örgütlerde Değişim ve Değişimin Yönetimi**, Dumlupınar Üniversitesi yayınları, Yayın No: 6, Kütahya, 1998, s. 44
- TUNA, Ayşen (2006), Hastanelerde Kurumsal Kimlik Çalışmalarının Hastalara Tarafından Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi E.B.E, Ankara.
- ULUĞ Fevzi, Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Enformasyon, TODAİE Yayını, Ankara, 1989, s. 7

MATEMATİK ÖĞRETMENLERİNİN EPİSTEMOLOJİK İNANÇLARI İLE MATEMATİK VE MATEMATİK EĞİTİMİ DEĞERLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Arş. Gör. Fatih KALECİ*

ÖZET

Halkla ilişkiler kavramı, uzun zaman sonra önem kazanmış ve birçok işletmenin vazgeçilmez birimleri içinde yerini almıştır. Bu kavram her ne kadar tüm sektörler için önemli bir yere sahip olsa da bazı sektörler tarafından öneminin tam olarak anlaşılammış olması, işletmelerin potansiyelinde ve organizasyonunda önemli kayıplara neden olmuştur. Bu kayıpların giderilmesi için harekete geçilmesi birçok işletmeyi hem müşteriler hem de çalışanlar açısından daha sistemli ve güvenilir bir çalışma ortamına kavuşturmuştur. Sözüünü etmiş olduğumuz sektörlerden biri olan sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmeler de birçok kez benzer sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Sağlık sektörü gerek kamuda gerekse özel sektörde faaliyet gösteren vazgeçilmez bir sektör olduğu için büyük önem taşımaktadır. Çalışmamızda yer verdiğimiz gibi amacımız; Türkiye’de sağlık sektöründe faaliyet gösteren kamu ve özel işletmelerin, halkla ilişkiler birimine verdiği önem ve bunun sonuçlarını kıyaslamaktır. Bunun için çalışmada ilk olarak halka ilişkiler kavramının tanımı ve tarihi süreci ele alınacak; ikinci olarak halkla ilişkiler ile sağlık sektörü arasındaki ilişki genel çerçevede değerlendirilerek, kamu ve özel sağlık işletmelerinin önemine ayrıca değinilecek ve sonuca bağlanacaktır. Çalışmada veri toplama tekniği olarak belge tarama yöntemi toplanan bu verilerin yorumlanmasında içerik çözümleme yöntemi kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler:Epistemolojik İnanç, Matematik ve Matematik Eğitimi Değerleri, Değerler.

THE RELATIONSHIP BETWEEN MATHEMATICS TEACHER’S EPISTEMOLOGICAL BELIEFS AND MATHEMATICS AND MATHEMATICS EDUCATION VALUES

ABSTRACT

In this research,, it was aimed to examine the epistemological beliefs of mathematics teachers and investigate the relationship between mathematics and mathematics education values. This research was carried out by using survey method. The sample of the study, 2014-2015 academic year, constitutes 138 mathematics teachers working at various public schools in Konya. In this research, “Epistemological Beliefs Scale”, developed by Schommer (1990) and adapted to Turkish by Deryakulu and Büyüköztürk (2002), was used in order to determine the epistemological beliefs of mathematics teachers; “Mathematics And Mathematics Education Values Inventory”, prepared by Durmuş, Bıçak ve Çakır (2008) was used in order to determine mathematics and mathematics education values. The collected data analysed by descriptive and inferential statistical techniques, as t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), Pearson correlation analysis. The following results were obtained by the study: The mathematics teachers believe that “learning depends on effort and abilities”; sub-dimensions of epistemological belief, is strong, while their beliefs in other dimension (belief in only true) is weak. Teachers are identified to the mathematics and mathematics education value more constructivist (subjective) teacher by themselves. A statistically significant relation has been determined between mathematics teacher’s epistemological beliefs and mathematics and mathematics education values and the results show that statistically significant differences teachers of mathematics and mathematics education value when compared to the epistemological beliefs.

Keywords:Epistemological beliefs, Mathematics and Mathematics Education Value, Values.

GİRİŞ

20. yy’ın sonlarında bilim ve teknolojideki gelişmeler sonucunda, ülkelerin ve toplumların arasında ekonomik, politik, sosyokültürel temasların giderek artması sonucu içinde bulunduğumuz toplumun hızlı bir değişime uğraması kaçınılmaz olmuştur. Bu hızlı gelişim ve değişim beraberinde birçok ihtiyacın da oluşmasına sebebiyet vermiştir. Bu bağlamda hızlı

*Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, fkaleci@konya.edu.tr

gelişim ve değişim rüzgârının karşısında ayakta kalabilecek ve aynı zamanda gelişime ve değişime katkı yapabilecek bireyler yetiştirmek için eğitime duyulan ihtiyaç giderek önem kazanmıştır. Hızlı gelişim ve değişim rüzgârı bilim, teknoloji, siyaset, ekonomi vb. pek çok alanda etkili olduğu gibi eğitim alanında da etkisini göstermiştir. Bu etki sayesinde eğitimdeki temel varsayımların, yöntem ve stratejilerin zamanla değişmesine, yenilenmesine olanak sağlamıştır. Başta bilginin temel yapısındaki değişiklikler eğitim-öğretim sürecine yansımış ve eğitim programlarının yeniden gözden geçirilmesine neden olmuştur. Bu bağlamda bilgi aktarmaya yönelik geleneksel eğitim anlayışından uzaklaşarak, öğreneni merkeze alan yani öğrenciyi merkeze alan çağdaş eğitim anlayışı benimsenmiştir. Eğitimdeki bu değişimler, doğal olarak öğrencilerin olay ve olgulara bakış açılarını, bilginin ve öğrenmenin doğasına olan inançlarını etkilemiştir. Bu bağlamda öğrencilerin, bilimsel bilginin doğasına nasıl baktıklarını incelemek önem arz etmektedir. Bu noktada karşımıza epistemoloji ve epistemolojiye dair inançlar kavramı çıkmaktadır.

Epistemoloji terimi; felsefenin bilgi sorununu temel alarak, bilgiyle ilgi problemleri araştıran, bilginin doğasını, yapısını, kaynağını, kökenini, değerini, ölçütlerini, geçerliliğini ve sınırlarını inceleyen felsefe alanı olarak tanımlanabilir. Epistemoloji doğal olarak bilgiyi merkeze alan birçok soru sormuş, bu sorular merkezinde bireyler cevapları bulmaya çalışarak, kendi içsel inançlarını epistemoloji sayesinde yönlendirmişlerdir. Bu yönlendirme sonucunda epistemolojik inançlar ortaya çıkmıştır. Epistemolojik inançlar ise kısaca bireylerin, bilginin ne olduğu, bilme ve öğrenmenin nasıl gerçekleştiği, kesinliğinin derecesi, sınırları, organizasyonu ve kriterleri üzerindeki görüşleri ile ilgili öznel inançları olarak tanımlayabiliriz.

Bireylerin inançlarının, düşünce ve davranışları üzerinde sahip olduğu etki, eğitimcilerin birçok farklı kategorideki inançları, öğrenme ve öğretim süreçleri açısından dikkate almalarını zorunlu kılmıştır. Eğitim alanındaki çeşitli kuramlar zaman zaman farklı türdeki inançları ön plana çıkarmış ve eğitim araştırmalarının konusu haline getirmiştir. Bu inançlardan biri olan epistemolojik inançlar da bu çerçevede kritik öneme sahiptir ve öğretmen adaylarının davranışlarını ve yargılarını önemli ölçüde etkilemektedir (Eroğlu, 2004).

Değişimin ve gelişimin hızlı yaşanması beraberinde birçok sorunu da ortaya çıkarmıştır. Bu sorunlardan biri de bireylerin sahip olduğu değerlerinden uzaklaşmaya başlaması olarak ifade edebilir. Değerler, toplumda farklı durumlarda denge unsuru olan, bireyin bilincinde yer alan davranışı dış dünyayla etkileşim içindeyken bireyi harekete geçiren, davranışlarımıza yön veren, davranışlarımızı anlamlı kılan, üretken bir yapıya sahip olan insanın nasıl bir yaşam tarzının olacağına, geleceğini nasıl planlayacağına rehberlik eden güdülerdir. İhtiyaçlarımızı karşılayan, içimizdeki bizi yansıtan ve var olan enerjiyi açığa çıkaran, sosyalleşme sürecinde insanlar arasındaki ilişkiyi ön plana çıkaran, toplumun ve her şeyden önce bireyin gelişimini temele alan, farklılıkları ortaya çıkaran bilişsel, duyuşsal, davranışsal tutum, inançlar ve kurallar bütünüdür (Balcı, 2008).

Değişime uğrayan dünyanın, toplumların, kültürlerin temelini oluşturan birçok unsur da değişime uğramaktadır. Kendisine, toplumuna, insanlığa yabancı olan bir neslin yetişmesi ve bunun getirdiği olumsuz sonuçlar “Değer”lerin ve bu değerlerin eğitimdeki etkililiğin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Çünkü değerler ve eğitimi, insanın önce kendisini daha sonra ise içinde bulunduğu kültürü ve toplumu tanımasına ve anlamasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle değerlerin insana kazandırılması eğitimin önemli bir boyutunu oluşturmaktadır (Balcı, 2008).

Eğitim, insanın doğumundan ölümüne kadar süren ve yaşamımızın içinde yer alan sosyal bir süreçtir. Bu süreç, bireyin bilişsel, duyuşsal, davranışsal ve sosyal yeteneklerinin belirlenen hedefler doğrultusunda geliştirilmesi kişiye yeni bilgiler, beceriler ve davranışlar kazandırılması için kontrollü bir çevreyi ve okul etkinliklerini içine alan çalışmalar bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Akyüz, 2004). Bu noktada insanın başarıya ulaşmasında, ideallerine erişmesinde, yaşamsal ve sosyal becerilerinin gelişmesinde ve değerlerin kazanılmasında eğitim temel araçtır (Alkan, 2001). Dolayısıyla eğitim sistemi de bu değişimlerden etkilenmektedir.

Değerler, dünyayı algılayış biçimi ile ilgili olduğundan felsefi bakış açısına göre değişiklik gösterir. Dolayısı ile eğitim alanındaki davranışçı, bilişsel ve son yıllarda popüler olan oluşturmacı yaklaşımlar kendilerine has değerler üretmektedirler (Durmuş, Bıçak ve Çakır, 2007). Bu yaklaşımlar sayesinde matematik bilimi de kendine ait matematiksel değerleri oluşturmuştur. Nitekim matematiğin terimlere, tanımlara ve mantıksal kurallara dayandığı olgusunun yanında matematiğin de diğer sosyal bilimlerde olduğu gibi kendi içerisinde değerler barındırdığı açıktır (Bishop, 1998). Hatta bu değerler matematik öğrenimi ve öğretiminde en önemli unsurlardan biri olarak görülmüş (Seah, 2002) ve bu değerler gizli veya açık bir şekilde matematik öğrenimi veya öğretiminde yerini almıştır.

Değer kavramının farklı şekillere tanımlanması beraberinde farklı şekillerde sınıflandırılmasını da beraberinde getirmiştir. Sam ve Ernest (1997) matematik öğretimi ile ilgili değerleri kuramsal değerler, sosyokültürel değerler ve kişisel değerler olmak üzere üç kategoride değerlendirirken, Tan (1996) değerleri epistemolojik, sosyokültürel ve kişisel değerler olmak üzere üç kategoride toplamışlardır. Bishop (1988), araştırmasında matematiksel değerleri 3 alt boyutta incelemiştir. Bunlar; rasyonalizm/nesnelcilik, kontrol/ilerleme ve açıklık/gizemdir (rationalism/objectivism, control/progress, and openness/mystery). Daha sonra Bishop vd. (1999) matematik dersinde öğretilen değerleri daha kapsamlı hale getirerek üç kategori altında incelemiştir. Bu kategoriler; Genel Eğitimsel Değerler, Matematiksel Değerler ve Matematik Eğitimi Değerleri (doğruluk/açıklık, tutarlık, yararcılık, etkili organizasyon, verimli çalışma, eğlence, esneklik, açık fikirlilik, sebat ve sistematik çalışma).

Anılan değerler incelendiğinde bu değerlerin, nesnelci (davranışçı ve bilişsel yaklaşımlar) ve öznelci (oluşturmacı yaklaşımlar) temellere dayanan değerleri temsil ettikleri görülmektedir. Nesnellik, kontrol, gizlilik, doğruluk, açıklık değerleri nesnelci; akılcılık, ilerleme, açıklık, yaratıcılık, eğlence, esneklik ve açık fikirlilik değerleri ise öznelci değerler olarak sınıflandırılabilir. Bu değerler sınıf içi uygulamaları doğrudan etkilemektedir (Durmuş, Bıçak ve Çakır, 2008).

Eğitimde yeniden yapılanmanın gerçekleşmesi düşüncesi eğitim felsefesindeki değişimi hızlandırmıştır. Bu değişimin getirdiği felsefi anlayış, bilgi çağında bilgiyi üretmek ve üretilen bilgiyi kullanmak için beceri ve değerlerle donatılmış, öğrenmeyi öğrenen bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir.

Bu hedef doğrultusunda eğitim felsefesindeki yeniden yapılanma matematik eğitimi ve öğretimindeki temel unsurların sorgulanmasını gerekli kılmaktadır. Bu noktada bilgi felsefesi ile matematik eğitimi ve öğretimi arasında bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Bu bağlamda bireylerin sahip oldukları epistemolojik inançları ile onların matematik dersine ve matematik eğitimine olan değerleri arasında olası bir ilişkinin varlığını tespit etmek bu noktada önem arz etmektedir. Ayrıca Türkçe literatürde, matematik ve matematik eğitimi değerleriyle ilgili çalışmaların sayıca azlığı ve epistemolojik inançlar ile matematik ve matematik eğitimi değerleri arasında olası bir ilişkiyi inceleyen çalışmaya rastlanılmaması bu çalışmanın önemini arttırmaktadır.

Araştırmada şu sorulara cevap aranmıştır:

- 1- Matematik öğretmenlerinin sahip oldukları epistemolojik inançları nelerdir?
- 2- Matematik öğretmenlerinin matematik ve matematik eğitimi değerlerine göre kendilerini nasıl tanımlarlar?
- 3- Matematik öğretmenlerinin sahip oldukları epistemolojik inançları ile matematik ve matematik eğitimi değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin var mıdır?

METODOLOJİ

Araştırma Modeli

Araştırmada, genel tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte ya da günümüzdeki bir durumu var olduğu şekliyle betimleyen, öğrenmenin gerçekleşmesi ve bireyde istenen davranışların gelişmesi için uygulanan süreçlerin tümüdür. Genel tarama modelinde, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak için evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde tarama yapılmaktadır. İlişkisel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını belirlemeyi amaçlayan tarama yaklaşımına denir. İlişkisel tarama modelinde, değişkenlerin birlikte değişip değişmediği; değişme varsa bunun nasıl olduğu saptanmaya çalışılır (Karasar, 2011).

Çalışma Grubu

Araştırmanın örneklemini, 2014-2015 eğitim-öğretim yılında Konya ilindeki çeşitli devlet okullarında görev yapan 138 matematik öğretmeni oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak, “Epistemolojik İnanç Ölçeği” ve “Matematik ve Matematik Eğitimi Değerler Ölçeği” kullanılmıştır.

Epistemolojik İnanç Ölçeği

Epistemolojik İnanç Ölçeği (EİÖ), Schommer (1990) tarafından bireylerin bilgi ve öğrenme ile ilgili inançlarını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. EİÖ, Deryakulu ve Büyüköztürk (2002) tarafından Türk kültürüne uyarlanarak Türk üniversite

öğrencilerinden oluşan 595 kişilik bir grup üzerinde geçerlik ve güvenilirliği incelenmiştir. Özgün ölçek İngilizce'dir ve dört faktörlü bir yapı altında toplam 63 maddeden oluşmaktadır. Yapılan ilk çalışmada ölçeğin Türk kültüründe üç faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlenmiş ve birinci faktör "Öğrenmenin Çabaya Bağlı Olduğuna İnanç", ikinci faktör, "Öğrenmenin Yeteneğe Bağlı Olduğuna İnanç" ve üçüncü faktör ise "Tek Bir Doğrunun Var Olduğuna İnanç" şeklinde adlandırılmıştır. Birinci faktörde 17'si olumsuz, 1'i olumlu toplam 18 madde; ikinci faktörde hepsi olumlu toplam 9 madde; üçüncü faktörde ise, hepsi olumlu 8 madde olmak üzere toplam 35 madde bulunduğu belirlenmiştir. Ölçeğin güvenilirliğini sınamak üzere hesaplanan Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları, birinci faktör için 0,83, ikinci faktör için 0,62, üçüncü faktör için 0,59, ölçeğin bütünü için 0,71 olarak bulunmuştur.

Yapılan bu çalışmada ölçeğin 3 faktörü için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları sırasıyla 0,8; 0,66 ve 0,74 bulunmuştur. Ölçeğin bütünü için hesaplanan Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları 0,78 olup kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunun göstergesidir.

Matematik ve Matematik Eğitimi Değerler Ölçeği

Durmuş ve Bıçak (2006) tarafından geliştirilmiş olan Matematik ve Matematik Eğitimi Değerler Ölçeği 5'li Likert formatında olup 34 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,73; pozitivist maddelerden oluşan boyutun iç tutarlılık katsayısı 0,64 ve oluşturmacı maddelerden oluşan boyutun iç tutarlılık katsayısı 0,74'tur. Daha sonra bu ölçek Durmuş, Bıçak ve Çakır (2008) tarafından yeniden düzenlenerek ölçekteki madde sayısı iki boyutlu değerleri ölçecek şekilde 24 maddeye indirilmiştir (Pozitivist değerler 10, Oluşturmacı değerler 14 madde). Ölçeğin son halinin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,73; pozitivist maddelerden oluşan boyutun iç tutarlılık katsayısı 0,64 ve oluşturmacı maddelerden oluşan boyutun iç tutarlılık katsayısı 0,74'tur.

Yapılan bu çalışmada Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ölçeğin bütünü için 0,81; pozitivist maddelerden oluşan boyutun iç tutarlılık katsayısı 0,75 ve oluşturmacı maddelerden oluşan boyutun iç tutarlılık katsayısı 0,79'dur. Bu sonuçlar sonucunda kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunun göstergesidir.

Verilerin Analizi

Araştırmada, istatistiksel teknik olarak betimsel istatistikler, t testi ve tek yönlü varyans analizi (Anova) yöntemi kullanılmıştır. Bütün bu istatistiksel analizler bilgisayar ortamında SPSS 21 programıyla yapılmıştır.

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırmanın amacına dayalı olarak öğretmen adaylarının epistemolojik inanç düzeyleri, öğrenme ve öğretim stillerinin dağılımına ilişkin bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir.

Epistemolojik İnançlara İlişkin Bulgular

Matematik öğretmen adaylarının epistemolojik inanç ölçeği alt boyutlarından (öğrenmenin çabaya bağlı olduğuna inanç, öğrenmenin yeteneğe bağlı olduğuna inanç ve tek bir doğrunun varlığına olan inanç) aldıkları puanlar üzerinde betimsel istatistikler hesaplanmıştır. Hesaplanan aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar ile öğretmenlerin her bir alt boyuttaki epistemolojik inanç düzeyleri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Öğretmenlerin Epistemolojik İnanç Düzeyleri Ve Alt Boyut Ortalamaları

Epistemolojik İnanç Ölçeği Alt Boyutları	\bar{X}	S_x	Epistemolojik İnanç Düzeyi					
			Gelişmiş		Az Gelişmiş		Gelişmemiş	
			n	%	n	%	n	%
Çabaya Bağlı İnanç Boyutu (K=18)	32.6	6.1	115	83.3	20	14.5	3	2.2
Yeteneğe Bağlı İnanç Boyutu (K=8)	17.3	3.8	80	58	42	30.4	16	11.6
Tek Doğruya Olan İnanç Boyutu (K=9)	26.4	5.7	16	11.6	94	68.1	28	20,3

K: Madde Sayısı; n: Katılımcı sayısı= 138

Tablo 1 incelendiğinde;

Ölçeğin ilk alt boyutu olan öğrenmenin çabaya bağlı olduğuna inanç boyutunda öğretmenlerin tümüne ait ortalama puanın 32,6 olduğu görülmektedir. Bu puan gelişmiş inanç düzeyine karşılık gelmektedir. Yani, öğretmenlerin tümüne ait ortalama puan genel olarak bu boyutta gelişmiş inanca sahip olduklarına işaret etmektedir. Bunun yanı sıra, inanç düzeyleri incelendiğinde; katılımcıların %83,3'ünün bu boyutta gelişmiş inanca sahip oldukları görülmektedir. Öğrenmenin yeteneğe bağlı olduğuna inanç boyutunda tüm öğretmenlere ait ortalama puan 17,3 olarak hesaplanmıştır. Bu puan gelişmiş inanç düzeyine karşılık gelmektedir. Bu boyutta öğretmenlerin %58'i gelişmiş inanca sahip oldukları söylenebilir.

Benzer bir değerlendirme diğer bir alt boyut olan tek bir doğrunun var olduğuna inanç boyutunda yapıldığında öğretmenlerin tümüne ait ortalama puanın 26,4 olduğu görülmektedir. Bu puan az gelişmiş inanç düzeyine karşılık gelmektedir. Bu boyutta öğretmenlerin büyük çoğunluğunun (%68,1) az gelişmiş epistemolojik inancasahip oldukları söylenebilir.

Bu sonuçlar ışığında, öğretmenlerin “öğrenmenin çabaya bağlı olduğuna inanç” ve “öğrenmenin yeteneğe bağlı olduğuna inanç” boyutlarında gelişmiş inanca sahip oldukları, “tek doğruya olan inanç” boyutunda ise daha çok az gelişmiş inanca sahip oldukları ifade edilebilir.

Bu durum çalışmaya katılan öğretmenlerin öğrenmenin kaynağının daha çok çabayla ve yetenekle gelişebileceğine inandıklarının bir işaretçisi sayılabilir. Dolayısıyla öğretmenlerin, kendi öğrenmelerinin sorumluluğunu alabildiklerine, bilgi üretebildiklerine ve çaba ile (zamanla) bu yeteneklerini ve becerilerini geliştirebileceklerine dair güçlü bir inanç taşıdıkları söylenebilir.

Matematik ve Matematik Eğitimi Değerlerine İlişkin Bulgular

Öğretmenlerin sahip oldukları değerler her iki boyut için Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Öğretmenlerin Sahip Oldukları Değerlerle İlgili T-testi Sonuçları

Değerler	N	\bar{X}	s	sd	t	p
Oluşturmacı	138	3,85	0,74	136	-1,752	0,02*
Pozitivist	138	2,64	0,52			

Tablo 2’ye göre öğretmenlerin pozitivist değerlere ilişkin ortalama puanları (\bar{X} =2,64) kararsızım düzeyinde olduğu; oluşturmacı değerlere ilişkin ortalama puanların (\bar{X} =3,85) ise katılıyorum düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğretmenlerin matematik ve matematik eğitimi değerlerinde kendilerini daha çok oluşturmacı (özel) değerlere sahip oldukları şeklinde tanımladıkları bulgulanmıştır. Tabloya göre öğretmenlerin oluşturmacı değerler sahip olma düzeyleri ile pozitivist değerlere sahip olma düzeyleri karşılaştırıldığında oluşturmacı değerler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu bulgulanmıştır.

Epistemolojik İnanç- Matematik ve Matematik Eğitimi Değerleri Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Araştırmanın “Matematik öğretmenlerinin sahip oldukları epistemolojik inançları ile matematik ve matematik eğitimi değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin var mıdır?” sorusuna ait bulgular Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 2: Öğretmenlerin Sahip Oldukları Değerler İle Epistemolojik İnançları Arasındaki Korelasyon Tablosu

	Oluşturmacı	Pozitivist
Çabaya Bağlı İnanç Boyutu	0,79**	-0,08*
Yeteneğe Bağlı İnanç Boyutu	0,48*	0,12
Tek Doğruya Olan İnanç Boyutu	-0,28*	0,59*

*p<0,05; **p<0,01

Tablo 3’e göre; öğretmenlerin sahip oldukları oluşturmacı değerlerin epistemolojik inanç alt boyutlarından çabaya ve yeteneğe bağlı inanç boyutlarıyla pozitif yönde, tek doğruya inanç alt boyutu ile de negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Öğretmenlerin pozitivist değerlerinin çabaya bağlı inanç boyutu ile negatif yönde, tek doğruya olan inanç boyutuyla da pozitif yönde bir ilişkiye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Epistemolojik inanç puanlarının matematik ve matematik eğitimi değerlerine göre karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yardımıyla gerçekleştirilmiştir.

Sonuçlar Tablo 4 ve Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 4: Öğretmenlerin Sahip Oldukları Oluşturmacı Değerlere Göre Epistemolojik İnanç Puanlarının Karşılaştırılması

Epistemolojik İnanç Alt Boyutları	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F
Çabaya Bağlı İnanç Boyutu	Gruplararası	329.279	3	109.760	1,158*
	Grupiçi	18663.769	135	50.443	
	Toplam	18993.048	138		
Yeteneğe Bağlı İnanç Boyutu	Gruplararası	499.567	3	166.522	0,927
	Grupiçi	7282.978	135	19.684	
	Toplam	7782.545	138		
Tek Doğruya Olan İnanç Boyutu	Gruplararası	332.280	3	110.760	0,352
	Grupiçi	8383.595	135	22.658	
	Toplam	8715.874	138		

(n=138) *p<0.05

Tablo 5: Öğretmenlerin Sahip Oldukları Pozitivist Değerlere Göre Epistemolojik İnanç Puanlarının Karşılaştırılması

Epistemolojik İnanç Alt Boyutları	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	s.d.	Kareler Ortalaması	F
Çabaya Bağlı İnanç Boyutu	Gruplararası	341.176	3	102.911	-1,704
	Grupiçi	18651.872	135	57.292	
	Toplam	18993.048	138		
Yeteneğe Bağlı İnanç Boyutu	Gruplararası	511.464	3	159.673	0,086
	Grupiçi	7271.081	135	26.598	
	Toplam	7782.545	138		
Tek Doğruya Olan İnanç Boyutu	Gruplararası	344.177	3	103.923	0,579*
	Grupiçi	8371.698	135	29.505	
	Toplam	8715.874	138		

(n=138) *p<0.05

Tablo4'e göre; oluşturmacı değerlere ilişkin hesaplanan F istatistikleri çabaya bağlı inanç için 1.158; yeteneğe bağlı inanç için 0,927ve tek doğruya olan inanç boyutunda 0,352 olarak hesaplanmıştır. Bunlardan, çabaya bağlı inanç boyutu için hesaplanan değer $\alpha=0.05$ düzeyinde anlamlı bulunmuşken; yeteneğe olan inanç ve tek doğruya olan inanç boyutları için hesaplananlar ise anlamlı bulunmamıştır. Buna göre; öğretmenlerin epistemolojik inanç puanlarından çabaya bağlı inanç puanlarının sahip oldukları oluşturmacı değerlere göre farklılaştığı ifade edilebilir.

Tablo 5'e göre ise; pozitivist değerlere ilişkin hesaplanan F istatistikleri çabaya bağlı inanç için -1,704; yeteneğe bağlı inanç için 0,086 ve tek doğruya olan inanç boyutunda 0,579 olarak hesaplanmıştır. Bunlardan, sadece tek doğruya olan inanç boyutu için hesaplanan değer $\alpha=0.05$ düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Buna göre; öğretmenlerin epistemolojik inanç puanlarından tek doğruya olan inanç puanlarının sahip oldukları pozitivist değerlere göre farklılaştığı ifade edilebilir.

Sonuç olarak; matematik öğretmenlerinin sahip oldukları epistemolojik inançları ile matematik ve matematik eğitimi değerleri arasındaki ilişkiye dair bulgular; öğretmenlerin epistemolojik inanç düzeylerinin matematik ve matematik eğitimi değerlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gösterdiği sonucu elde edilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Matematik öğretmenlerinin epistemolojik inançlarının matematik ve matematik eğitimi değerleri ile ilişkisinin incelendiği bu araştırmada alt problemler doğrultusunda elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlara ilişkin tartışmalar aşağıda verilmiştir.

Öğretmenlerin öğrenmenin çabaya ve yeteneğe bağlı olduğuna inanç boyutlarında daha gelişmiş inanca sahip olduklarını gösterirken, tek doğruya olan inanç boyutunda ise daha çok az gelişmiş inanca sahip olduklarını göstermektedir. Literatür incelendiğinde; Yılmaz, 2007; Kaymak, 2010; Eroğlu ve Güven, 2006; Eroğlu, 2006; Aksan, 2006; Karhan, 2007'nin yapmış oldukları çalışmalarla elde edilen bulguların benzerlik göstermektedir.

Öğretmenlerin epistemolojik inançlarında rastlanan farklılıklar çeşitli sebeplerden kaynaklanmış olabilir. Bu farklılıklar "cinsiyet, yaş, zihinsel gelişim, aile ve eğitim düzeyi, sosyokültür, ekonomi, hizmet süresi vb. olarak sayılabilir.

Matematik öğretmenleri matematik ve matematik eğitimi değerlerinde kendilerinin daha çok oluşturmacı (öznel) değerlere sahip olduklarını gösteren bulgular tespit edilmiştir. Bu sonuçtan hareketle matematik öğretmenlerinin bilginin kendi değer yargıları ve yaşantıları sonucunda oluşturulduğuna inandıkları ve bilginin kişiden bağımsız olarak değil, kişinin oluşturduğu ve yapılandığı şekliyle ortaya çıktığını, dolayısıyla bilginin göreceli olduğuna inandıkları söylenebilir. Nitekim oluşturmacılık pozitivist yaklaşımdan farklı olarak, bilginin dış dünyanın kişideki bir kopyası veya bir kişiden diğerine geçen bir olgu değil de, bizzat kişi tarafından oluşturulan ve kişiye özel bir yapı olduğunu savunur (Yurdakul, 2005).

Araştırma sonuçlarından bir diğeri de öğretmenlerin oluşturmacı değerlere sahip olma düzeyleri ile pozitivist değerlere sahip olma düzeyleri arasında oluşturmacı değerler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu bulgulanmıştır. Demir vd. (2012); Durmuş, Bıçak ve Çakır (2008); Durmuş (2011) ve Dede (2009) yapmış oldukları çalışmalarla elde edilen bulgular paralellik göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre; öğretmenlerin sahip oldukları epistemolojik inanç alt boyutlarından çabaya bağlı inanç boyutuyla oluşturmacı değerlerin pozitif yönde, pozitivist değerler ile de negatif yönde; yeteneğe bağlı inanç alt boyutuyla

oluşturmacı değerlerin pozitif yönde; tek doğruya inanç alt boyutu ile de oluşturmacı değerlerin negatif yönde, bunun aksine pozitivist değerler ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Böylece bilginin çabayla ve yetenekle gelişebileceğine inanan öğretmenlerin matematik ve matematik eğitimi değerlerine daha çok oluşturmacı gözden yaklaştıkları söylenebilir. Yani bilginin çabayla ve yetenekle gelişebileceğine inanan öğretmenlerin aynı zamanda bilginin öznel olduğuna, bilginin bireyden bağımsız olmadığı aksine onunla bir bütün arz ettiğine, bilginin etkin bir şekilde kendine özgü bir yapıda inşa edilebileceğine dair güçlü bir inanç ve değerler bütününe inandıkları söylenebilir. Bunun aksine bilginin tek olduğuna be kişiden bağımsız bir şekilde doğada var olduğuna dair değer yargısı geliştiren öğretmenlerin tek bir doğruya olan inançlarının da yüksek düzeyde oldukları tespit edilmiştir. Böyle bireylerin epistemolojik inançları ile sahip oldukları değerler arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı ortaya konulmuştur.

Yapılan araştırma sonuçlarına göre; matematik öğretmenlerinin sahip oldukları epistemolojik inançları ile matematik ve matematik eğitimi değerleri arasındaki ilişkiye dair bulgular; öğretmenlerin epistemolojik inanç düzeylerinin matematik ve matematik eğitimi değerlerine göre farklılaştığı ve bu farklılığında istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Literatürde benzer konulu çalışmaya ulaşılamaması bulguların tartışılmasını güçleştirmekle birlikte elde edilen sonuçlar dolaylı da olsa literatürde değerlerin bir alt kategorisi olan epistemolojik değerler ile yapılan çalışmalarla (Bishop, 1988; 1996 ve 2008; Sam ve Ernest, 1997; Ernest, 2008; 2009) paralellik gösterdiği söylenebilir.

Sonuç olarak; öğretmenlerin epistemolojik inanç düzeylerinin matematik ve matematik eğitimi değerlerine bağlı olarak değiştiği görülmektedir.

ÖNERİLER

Bireylerin sahip oldukları değerler ile tutum ve inançları arasındaki ilişki, benzer bir şekilde bireylerin bilgiye olan inançları ile bilhassa matematiksel bilgi ve matematik eğitimiyle alakalı değerlerle ilişkili olduğunu göstermiştir. Öğrenme ve öğretim faaliyetlerin gerek sınıf içi gerekse sınıf dışı ortamlarda gizli ya da açık bir şekilde sunulan matematik ve matematik eğitimi değerlerinin öğretmenin bilgiye olan inançlarının şekillenmesinde önem arz etmesi önemli görülmektedir. Nitekim Kaleci(2012) yılında yapmış olduğu çalışmada bireylerin epistemolojik inançlarıyla öğrenme ve öğretim stilleri arasında anlamlı ilişkiler tespit etmiş. Bu karmaşık yapı birlikte ele alındığında bireylerin bilgiye olan inançları onların gerek öğrenme ve öğretim stilleriyle gerekse matematik ve matematik eğitimi değerleri arasındaki anlamlı ilişki sayesinde uygun sınıf içi ortamları ve bu ilişkiyi dikkate alan bireysel farklılıkların gözetildiği yöntem ve tekniklerin uygulanması eğitim öğretim kalitesini daha da arttıracığı söylenebilir.

Ülkemizde epistemolojik inanç, matematik ve matematik eğitimi değerleri arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması, bu konuya yönelik araştırmaların yapılması ihtiyacını ortaya koymaktadır. Bu nedenle bu konu hakkında çeşitli araştırmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Aksan, N. (2006). *Üniversite Öğrencilerinin Epistemolojik İnançları İle Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Bishop, A. J. (1988). *Mathematical Enculturation: A cultural perspective on mathematics education*, Dordrecht: Kluwer.

Bishop, A. J. (1999) 'Mathematics Teaching and Values Education – An Intersection in Need of Research', *Zentralblatt für Didaktik der Mathematik*, Vol. 99, No. 1 (January 1999): 1-4.

Bishop, A., & Clarkson, P. (1998). What values do you think you are teaching when you teach mathematics? In J. Gough & J. Mousley (Eds.), *Mathematics: Exploring all angles*.

Bishop, A., FitzSimons, G., Seah, W. T., & Clarkson, P. (1999, December). *Values in mathematics education: Making values teaching explicit in the mathematics classroom*. Paper presented at the Combined Annual Meeting of the Australian Association for Research in Education and the New Zealand Association for Research in Education. Melbourne, Australia.

Bishop, A. J. (2004, July). Critical Issues in Researching Cultural Aspects of Mathematics Education. *Paper presented in Discussion Group 2 at the 10th International Congress on Mathematical Education*, Copenhagen, Denmark.

Bishop, A., Clarkson, P., FitzSimons, G., & Seah, W. T. (2000). *Why study values in mathematics teaching: Contextualising the VAMP project*. Retrieved February 25, 2012 from

<http://www.education.monash.edu.au/research/groups/smte/projects/vamp/hpm2000a.pdf>.

Bishop, A., FitzSimons, G., Seah, W. T., & Clarkson, P. (1999, December). *Values in mathematics education: Making values teaching explicit in the mathematics classroom*. Paper Presented at the Combined Annual Meeting of the Australian Association for Research in Education and the New Zealand Association for Research in Education, Melbourne, Australia.

Clarkson, P., FitzSimons, G., Bishop, A., & Seah, W. T. (2000, December). *Methodology challenges and constraints in the values and mathematics project*. Paper presented at The Annual Meeting of the Australian Association for Research in Education, Sydney, Australia.

Dede, Y. (2006). *Mathematical values conveyed by high school mathematics text books*. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 6, 81-132.

Dede, Y. (2007). Matematik Öğretiminde Değerlerin Yeri. *A.İ.B.Ü Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 12-25.

Dede, Y. (2009). Turkish preservice mathematics teachers' mathematical values: Positivist and constructivist values. *Scientific Research and Essay*, 4, 1129-1235.

Dede, Y. (2010, Ekim). *Türk ve Alman Matematik Öğretmenlerinin Matematiksel Değerleri*. IX. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Kongresi'nde sunulan bildiri, İzmir.

Deryakulu, D. ve Büyüköztürk Ş. (2002). *Epistemolojik İnanç Ölçeği'nin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2 (8), 111- 125.

Durmuş, S., & Bıçak, B. (2006, July). A scale for mathematics and mathematical values of preservice teachers. Paper presented at The 3rd International Conference on the Teaching of Mathematics, İstanbul, Türkiye.

Durmuş, S., Bıçak, B. ve Çakır, S. (2008). Fen ve teknoloji, matematik ve sınıf öğretmenlerinin sahip oldukları matematik ve matematik eğitimi değerlerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Değerler Eğitimi*, 6(16), 93-112.

Ernest, P. (2008). Epistemology plus values equals classroom Image of Mathematics, *Philosophy of Mathematics Education Journal* No. 23.

Ernest, P. (2009). *New Philosophy of Mathematics: Implications for Mathematics Education*. In B. Greer, S. Mukhopadhyay, S. Nelson-Barber & A. Powell (Eds.) *Culturally responsive mathematics education*, New York: Routledge.

Eroğlu, S. E. (2004). *Üniversite öğrencilerinin epistemolojik inançlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi (Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Eroğlu, S. E. ve Güven, K. (2006). Üniversite öğrencilerinin bilimsel epistemolojik inançlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 295-312.

Kaleci, F. 2012. *Matematik öğretmen adaylarının epistemolojik inançları ile öğrenme ve öğretim stilleri arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi - Eğitim Bilimleri Enstitüsü - Ortaöğretim Fen ve Matematik Alanları Eğitimi Anabilim Dalı.

Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (22. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Karhan, İ. (2007). *İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin epistemolojik inançlarının demografik özelliklerine ve bilgi teknolojilerini kullanma durumlarına göre incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Kaymak, E. (2010). *Öğrencilerin epistemolojik inanış düzeyleri ile fiziğe ait kavramsal değişimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Sam, L. & Ernest, P. (1997, March, 37-44.). Values in Education: What is Planned and What is Espoused? In British Society for Research into Learning Mathematics. Proceedings of the Day Conference held at University of Nottingham.

Schommer, M. (1990). Effects of beliefs about the nature of knowledge on comprehension. *Journal of Educational Psychology*, 82 (3), 498-504.

Seah, W. T. (2002). Exploring teacher clarification of values relating to mathematics education. In C. Vale, J. Roumeliotis & J. Horwood (Eds.), *Valuing Mathematics in Society*, 93-104. Brunswick, Australia: Mathematical Association of Victoria.

Seah, W. T. & Bishop, A.J. (2000). Values in mathematics textbooks: a view through the Australasian regions. Paper Presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association, New Orleans, LA.

Seah, W. T., Bishop, A. J., FitzSimons, G. E., & Clarkson, P. C. (2001, December). Exploring issues of control over values teaching in the mathematics classroom. Paper presented at The 2001 Annual Conference of the Australian Association for Research in Education, Fremantle, Australia.

Tan Sok Khim (1996) *Moral values and teaching science: the compassionate scientist- a Malaysian school science curriculum enterprise?*

Yılmaz, A. (2007). Hemşirelik Öğrencilerinin Epistemolojik İnançları ile Denetim Odağı Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yurdakul, B. (2005). "Yapılandırmacılık" Eğitimde Yeni Yönelimler. (Özcan Demirel, Ed.). Pegema Yayıncılık, Ankara.

SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA ÖĞRENEN KÜLTÜR, BİLGİ YÖNETİM TATMİNİ VE GÖREV ÇEŞİTLİLİĞİ¹

Yrd. Doç. Dr. Zührem ERGÜN*
Prof. Dr. Muammer ZERENLER**

ÖZET

Günümüzde rekabet arttıkça kurumlar da artık ürün ve hizmet bazında yaratamadıkları farklılaşmayı başka şekillerde yaratmaya çalışmaktadırlar. Artık maddi kaynaklar değil, soyut elle tutulamayan değerler en önemli değerler haline gelmektedir ki bunların en önemlilerinden biri “Kurumsal İtibar” ve “hizmet kalitesi” dir. Özellikle kurumsal itibarın sağlık hizmet sektöründe ele alınması önem taşımaktadır. Çünkü hizmetin konusu insan sağlığı olduğundan bu sektörde itibarın ve hizmet kalitesinin müşteriler tarafından nasıl algılandığı önemli olmaktadır. Bu tür kurumlardan talep edilen sağlık hizmetlerinin sıklığı ve içeriği, kurumun çalışan ve yönetim kalitesinden, hizmetlerinin güvenilir olup olmamasından, çevresiyle kurduğu iletişimin etkinliğinden ve topluma karşı sahip olduğu sosyal sorumluluk bilincinden etkilenmektedir. Bu bilgiler ışığında amacımız; hastanelerdeki algılanan hizmet kalitesinin kurumsal itibara ilişkin etkilerini ve müşteriler nezdinde oluşan hizmet kalitesi algılamaları arasında bir fark olup olmadığını özel ve kamu hastanesi karşılaştırmalı olarak tespit etmektir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal İtibar, Hizmet Kalitesi, Algılanan Hizmet Kalitesi, Hastane İşletmeleri

PERCEIVED SERVICE QUALITY CORPORATE REPUTATION EFFECTS: KONYA HOSPITAL ACTIVITY, IN A COMPARATIVE RESEARCH

ABSTRACT

As the competition between the organizations increase, the organizations are no longer able to create differentiation in product and service that they are trying to find new ways to create difference. Abstract values become more important than material sources, in this context intangible values are much more important than anything, and the most important of these are ‘Corporate Reputation’ and ‘Service Quality’. In particular, corporate reputation is important to be addresses in health service sector. As, the main point in this service is human health, how the customers perceive reputation and service quality becomes important. The frequency and content demanded from health sector is affected by the management and staff quality of organization, whether the service is reliable or not, the effectiveness of the communication in the environment and social responsibility consciousness towards society. In the light of this information, our aim is to determine whether there is a difference between the effects of corporate reputation in perceived service quality at hospitals and the perceived service quality by the customers through comparing public and private hospital.

Keywords: Corporate Reputation, Service Quality, Hospital Enterprises.

¹ Bu çalışma Prof. Dr. Muammer ZERENLER’in danışmanlığında hazırlanan “Algılanan Hizmet Kalitesinin Kurumsal İtibara Etkileri: Konya İlinde Faaliyet Gösteren Hastanelerde Karşılaştırmalı Bir Araştırma” adlı doktora tezinin bir bölümünden oluşturulmuştur.

* Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, E-mail: zyaman@selcuk.edu.tr

** Selçuk Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Konya, E-mail: zerenler@selcuk.edu.tr

GİRİŞ

Sürekli artan teknolojik gelişmeler ve insanların refah düzeyine paralel olarak müşteri bilincinde meydana gelen değişimler ile gittikçe karmaşık hale gelen çalışma hayatı, toplumsal yaşam unsurlarının yaygınlaşması, insanların daha iyi yaşanır bir hayatı arzu etmeleri gibi birçok faktör, hizmet sektöründe sunulan diğer hizmetlerin yanında sağlık hizmetlerinin de önemini her geçen gün arttırmaktadır. Sağlık hizmeti sunan kamu kurumları, her ne kadar kamu hizmeti veriyor olsalar da sunulan hizmetlerin kalitesi, bu hizmetleri alan hasta ve hasta yakınlarının bilinç düzeyleri arttıkça, daha da önemli hale gelmekte ve şu anki kurumsal itibarlarını korumak ya da daha da ilerletmek için kurumların aynı alandaki yatırımlarını zorunlu hale getirmektedir. Dolayısıyla işletmelerin hizmet kalitesi için ortaya koydukları tüm çabaların sonuçlarının ölçülmesi, hizmeti alan müşterilerin sunulan hizmetleri nasıl algıladıkları, kalitenin hangi boyutlarında farklılıklar gösterdikleri, şu anki kurumsal itibarlarından nasıl etkilendiklerini ve elde edilen sonuçlara göre yeni tedbirler alınarak sürekli iyileştirmelerin gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır.

Algılanan Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesi Boyutları

Beklentiler ve algılar, kullanıcıların ve müşterilerin tatmini konusunda önemli değişkenlerdir. Beklentiler, hizmetin sunumuna yöneliktir. Kalite bir algıdır; Ancak gerçekler üzerine kurulmuştur. Hizmet sektörü için önemli olan hizmetten yararlananların, ürün ya da hizmetlerini nasıl algıladıklarını belirlemeleridir (Hanan ve Karp, 1989:81). Algılanan kalite, müşterinin hizmet sunumu sırasındaki algılamaları ile beklentileri sonucu ortaya çıkmaktadır. Algılanan kalite, beklenen kaliteden ayrı olarak ele alınamaz; Algılanan kalite, kişilerin nesnelere karşı subjektif değerlendirmelerini kapsar. Algılanan kalite, yargılar arasında farklılıkları olan göreceli bir kavramdır (Sürmeli, 2002:78). Somut ürünler için kullanılan kalite kavramından farklı bir kavramdır ve yüksek düzeyde soyutluk içerir (Uyguç, 1999:38). Genellikle tüketicinin, alternatifler arasında yaptığı karşılaştırmalı değerlendirmeleri sonucunda ulaştığı bir yargıdır. Hizmetler soyut nitelikte olduğu için hizmet kalitesi yerine “algılanan hizmet kalitesi” terimi kullanılmaktadır. Beklenen ve algılanan hizmetin karşılaştırılması ürün karşılaştırmasından çok daha karmaşıktır. Çoğu hizmetler kullanılırken bir kısmı da kullanıldıktan sonra değerlendirilmesi yapılmaktadır. Bazılarında ise kullanıldıktan sonra dahi değerlendirilemezler. Sağlık ve danışmanlık hizmetleri gibi hizmetler satın alındıktan sonra bile değerlendirilemeyebilirler (Bulgan,2002:7). Araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalar sonucunda; müşteriler tarafından algılanan hizmet kalitesinin, onların işletmelerden bekledikleri hizmet ile işletmelerin sundukları hizmetin müşteri üzerindeki algısı arasındaki farktan kaynaklandığı ortaya çıkmıştır (Taş, 2009:64). Bu durumda algılanan hizmet kalitesi, müşterinin algı ve beklentileri arasındaki farkın şiddeti ve yönü olarak ifade edilmektedir (Parasuraman vd., 1988:21). Hizmet kalitesi ölçümü sonucunda üç ifade ortaya çıkmaktadır. Bunlar (Chunlaka, 2010:12; Parasuraman vd., 1985:48-49):

Beklenen Kalite > Algılanan Kalite = Düşük Kalite

Beklenen Kalite < Algılanan Kalite = Yüksek Kalite

Beklenen Kalite = Algılanan Kalite = Doğru Kalite

Düşük kalitenin anlamı, müşteri beklentilerinin karşılanamaması durumudur. Diğer bir ifadeyle müşteri memnuniyetsizliğini ifade etmektedir. Yüksek kalite, müşterilerin beklentilerinin ötesinde olumlu bir durumla karşılaşma durumudur. Doğru kalite ise müşterilerin beklentileri ile algılamaların eşit olduğu durumda gerçekleşmektedir. Algılanan kalitenin beklentilere eşit ya da beklentilerin üzerinde olması ulaşılmak istenen bir durumdur (Uyguç, 1998:28). Zeithaml ve Bitner hizmet kalitesini, müşterinin beklentileri için yüksek aşamada gerçekleşen bir üstün hizmet dağıtım aşaması olduğunu belirtmektedir.

Bir sağlık işletmesinde hasta memnuniyetini orta ve uzun vadede etkileyen en önemli faktör olan sağlık hizmeti kalitesi, ancak, o işletmenin tıbbi çıktıları ile ölçülebilir. Bu çıktılar ise, o kuruluş içinde koordine edilen süreçlere bağlıdır. Süreçler de tabii ki uygun ve yeterli bir altyapının varlığı ile gerçekleşebilir. Üretim sektöründe, ürünün belirlenen standartlara uyması önem kazanırken, hizmet sektöründe müşteri ya da kullanıcının beklentilerine yanıt vermesi önem taşımaktadır (Gürlek, 1993:192). Zeithaml, algılanan hizmet kalitesini, “müşterinin, bir ürün ya da hizmetin üstünlüğü veya mükemmelliği ile ilgili genel bir yargısı olarak” tanımlamaktadır (Robledo, 2001:23). Hizmet kalitesindeki gelişmeler, işletmeye yeni müşteriler kazandıracak, mevcut müşteriyle iş hacmini arttıracak, işletmeyi fiyata endeksli rekabetten kurtarabilecek ve hataları telafi etmek için harcanan emek ve masrafı azaltacaktır (Öztürk, 2002:150). Aynı hizmeti veren iki ayrı işletmenin (örn. iki ayrı sağlık işletmesi) aynı ücreti uyguladığı ve hizmetin yapıldığı yer ve zaman ikisi içinde aynı olduğu varsayılırsa hizmet kalitesi bu işletmelerin arzını farklılaştıran tek unsur olacaktır (Mucuk, 1994:428). Günümüzde pazarlamada başarıya

ulaşmanın iki önemli boyutu müşterilere kaliteli hizmet sunma ve alınan mal ve hizmetten memnuniyeti en üst düzeye çıkarmaktır (Kotler, 1994:324).

Algılanan Hizmet Kalitesinin Kurumsal İtibar Üzerine Etkileri

Kurumsal İtibar

Kurumsal itibar kurumun geçmiş performansına ilişkin yapılan değerlendirmeler ve gelecekteki davranışları ile ilgili algılamalar bütünüdür (Gümüş ve Öksüz, 2009:2129-2150). Kurumsal itibar kavramının kurumun dört temel faaliyet alanı çevresindeki her türlü faaliyeti kapsadığını söyleyebiliriz. Bunlar: firmanın sunduğu ürün ya da hizmet, üretim yaptığı çevre, faaliyetlerini nasıl kamuoyuna duyurduğu ya da tanımladığı vb. bilgiler, örgüt üyelerinin kendi aralarında ve örgüt dışından olanlara nasıl davrandığıdır. Kurumsal itibar, güvenilirlik, inanılabilirlik, sorumluluk ve doğruluk gibi birbiri ile bir bütün oluşturmuş değerlerden oluşmaktadır. Bu değerlere sahip kurumların paydaşları ile kurmuş oldukları olumlu davranışlar kurumların itibarlarına katkı yapmaktadır (Sayılı ve Uğurlu, 2007:75-96). İtibar uzun çabalar sonucunda kazanılabilir, fakat kısa sürede yitirilebilen kırılabilir bir yapıya sahiptir. Kurumların paydaşlarının üzerinde oluşturdukları algının bir ürünü olan kurumsal itibar, işletmeleri rakiplerinden farklı kılan temel unsurlardan biridir (Sarıkaya ve Oruç, 2010:95-102). Kurumların işleyişinde büyük bir öneme sahip olan “kurumsal itibar” çevreye duyarlılık, kalite bilinci, şeffaflık, müşteri memnuniyeti, ilkeli ve tutarlı işletme politikaları gibi düşünce ve uygulamalarla kurumun itibarını sağlamaktadır (Karatepe, 2008:83).

Algılanan Hizmet Kalitesinin Kurum Kültürüne Etkileri

Kurum kültürü çalışanların kurum ile bütünleşmelerini kolaylaştırır. Kurum kültürü belirgin davranış talimatları sunar, böylelikle davranışı yönlendirici etkide bulunur, hatta gerektiğinde koordine eder, bu da kurum kültürünün koordinasyon fonksiyonunu oluşturur ve bu noktada kurum kültürünün motive edici etkisi belirginleşir. (Vural, 2003:68-69). Kurum kültürünün çalışanların motivasyonunda artış sağlaması ve anlayış iyileştirmesine katkısı sonucu kurumun kalitesinde de artış sağlamaktadır. Anlayışlı çalışanlar, müşteriler tarafından algılanan kaliteyi etkileyici önemli unsurlardandır. Başarılı bir kurum kültürü olan kurumlarda koordinasyonun daha iyi sağlanmasıyla birimler fonksiyonlarını daha etkin yerine getirebilmekte ve bu da müşterilerin algıladıkları kaliteyi daha yüksek gösterebilmektedir.

Algılanan Hizmet Kalitesinin Kurum İmajına Etkileri

Kurum kimliği, bir kurumun kendi kişiliğini tanıtmak için başvurduğu yöntemlerin toplamından oluşur. Kurum imajı ise, kurumun kamuoyu tarafından algılanma biçimidir (Onal, 2000:46-47). Kurum kimliği oluşturulması için düzenlenen örgüt felsefesi, örgütsel dizayn, örgütsel davranış ve örgütsel iletişim çabalarının neticesinde oluşan “kurum kimliği”, kurum imajını da şekillendirmektedir (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004:227-228). Kurum imajı, kurum kimliği oluşumunda etkili olurken, kurum kimliği de kurum imajının oluşumunda etkilidir. Kurum imajı, müşterinin kurum hakkındaki inançları, fikirleri, hisleri ve izlenimler arasındaki etkileşimlerden kaynaklandığından dolayı kişiler bu kurum imajını olumlu algıladıkları ölçüde algılanan hizmet kalitesi de o kadar yüksek olacaktır. Kurumlar hakkındaki çeşitli kitlelerin zihinlerinde oluşan anlık resim (Gray ve Balmer, 1998:697) olarak ta tanımlanan kurum imajı, kişilerin yaşadıkları sosyal etkileşimlerin karşılaştırmaları sonucu da oluşabilmektedir. Sadece soyut algılardan değil aynı zamanda somut olan şeylere yönelik algılardan da oluşabilen kurumsal imaj, algılanan kaliteyi etkileyebilir. Bir kurumun ismi, mimari yapısı, sunulan hizmetlerin çeşitleri, işleyiş felsefesi de algılanan kaliteyi etkileyici etki yaratabilir.

Kurum imajı bir kurumun ayakta kalması için olmazsa olmaz gereksinimlerden olduğundan dolayı çevresel koşullara ve müşteri istek ve beklentilerine paralel olarak, kurumun iklimini ve imajını yenileyerek, kurumun hedeflerine ulaştırıcı bir vizyon belirlemeleri gerekmektedir. Belirlenen her yenilik, kuruma yeni bir değer katarak algılanan kalitenin derecesini de hem müşteriler bazında hem de çalışanlar bazında artmasına yardımcı olabilecektir.

Algılanan Hizmet Kalitesinin Saygınlığa Etkileri

Saygınlık kişiler için olduğu kadar kurumlar için de vazgeçilmez bir olgudur. İtibar da denilen bu olgunun ölçülmesinin bugün için pek olası olmadığı görülüyor. Yönetilebilir mi? diye sorguladığımızda yönetilebileceği ancak başarılı ve etkin kurumsal saygınlık yönetimi için, uzun soluklu çalışma ve emek gerektirdiği söylenebilir. Saygınlık yönetiminin temelinde; dürüstlük, tutarlılık, kararlılık, kalıcılık, güven ve sürdürülebilirlik vardır. Kurum kimliği, marka ve imaj ile de bağlantılıdır. Saygınlığı yüksek olan bir kurumda fonksiyonel kalite, teknik kaliteye göre daha çok gelişmiştir. Kişilerin algıladığı hizmet kalitesinin yüksek olması kurumun imajında olumlu etki bırakacaktır. Müşteriler gözünde oluşan olumlu bir imaj kurumsal olarak itibarlarını güçlü kılacak ve güçlü bir itibarın olması ise kurumda saygınlığın artmasına yardımcı olacaktır. Kurumlarda kurumsal itibarın yani saygınlığın yüksek olması o kuruma gelen müşterilerin algılarında kaliteli bir kurum algısı yaratmaktadır. Bir kurumun saygınlığını oluşturan en önemli unsur, müşteri memnuniyetinin yüksek olmasıdır. Bu nedenle saygınlık kazanmak için öncelikli adım ürün ve hizmet kalitesinin sürekli geliştirilmesi için çaba göstermektir.

Algılanan Hizmet Kalitesinin Güvenirlığe Etkileri

Güven kurum içinde yapıcı insan ilişkileri ve kurum başarısını sağlamada belki de en önemli değerdir (Cohen ve Prusak, 2001). Shaw (1997) güvenin kurumsal başarı için önemli bir gereksinim olmaya başladığını çünkü kurumların yaşadıkları değişim sürecinde çalışanların ancak ve ancak kurumlarına, çalışma arkadaşları ve yöneticilerine güvendikleri müddetçe bu değişimlerini kabullenip yeni bir kurum yapısı için uğraşabileceklerini savunmuştur. Giderek rekabetin arttığı hizmet sektöründe hizmet veren kurumlarda kalite ve güven birbirinden önemli ölçüde etkilenmektedir. Başarılı bir kalite çalışmalarının gerçekleştirilmesi, iyileştirilmesi ve bunun sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için kurumlarda motivasyonu ve kişiler arası iletişimi yüksek çalışanlara ve bu çalışanları dinleyen, iyi yönetebilen üst düzey çalışanlara ihtiyaç vardır. Çalışanların motivasyonu ve iletişiminin kuvvetli olması kurumlara gelen müşterilerinde sadakatini arttıracaktır ve kurum kaliteli ve güven veren bir yer olarak algılanabilecektir.

Algılanan Hizmet Kalitesinin Kurumsal İtibara Etkileri: Konya İlinde Faaliyet Gösteren Hastanelerde Karşılaştırmalı Bir Araştırma

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, algılanan hizmet kalitesinin kurumsal itibar üzerine etkilerini özel ve kamu hastaneleri arasında kıyaslayarak istatistiksel olarak anlamlılığının tespit edilmesi olarak belirlenmiştir.

Evren ve Örneklem

Anket uygulaması Temmuz-Eylül 2014 tarihleri arasında Konya ilinde bir Özel ve bir Kamu hastanesinde 314 müşteri ile önceden belirlenen tarihler arasında eş zamanlı olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, algılanan hizmet kalitesinin kurumsal itibar üzerine etkileri incelenmiştir. Araştırmanın kapsamında toplanacak verilerin içeriğinin genişliği, uygun bir örneklemeden verinin elde edilmesinin gerekliliği dolayısı ile özel ve kamu hastanesine tedavi amacıyla gelen ve taburcu olan hastalara uygulanmıştır.

Anket Formunun Hazırlanması

Araştırma problemlerine cevap alabilmek ve araştırmanın amacına ulaşmak üzere Konya ili Selçuklu İlçesinde Sağlık Sektöründe faaliyette bulunan bir özel ve bir kamu hastanesinde sağlık hizmeti almak için gelen müşterilere algılanan hizmet kalitesinin kurumsal itibara etkilerini ölçülmesine yönelik olarak form hazırlanmış ve hastaneye gelen müşterilere yüz yüze görüşme ile aktararak gerekli bilgilerin alınması talep edilmiştir. Bu araştırmada, Devebakan (2005) tarafından "Sağlık

İşletmelerinde Kalite ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi” başlıklı Yüksek Lisans tezinde uygulanan SERVQUAL Ölçeği Konya ilinde faaliyet gösteren bir özel ve bir kamu hastanesinde uygulanmak üzere tekrar düzenlenmiştir. Verilerin toplanması sırasında kullanılacak “kurumsal itibar değerlendirme” anketi daha önce Yrd. Doç. Dr. Turgut Karaköse tarafından eğitim kurumlarında kullanılmak üzere geliştirilen anket, Dr. Ramazan Özgür Çatar(2010)’ın “Kurumsal İtibarın Ölçülmesi ve Yönetimi - İki Özel Hastane Örneği” adlı Doktora tezinden faydalanılmıştır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Hizmet Aldıkları Hastanenin Hizmet Kalitesiyle İlişkili Genel İzlenimlerine Göre Dağılımı

Genel İzlenim	Genel		Kamu		Özel	
	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)
İyi	94	29,9	29	17,6	65	43,6
Orta	66	21	47	28,5	19	12,8
Çok iyi	51	16,2	15	9,1	36	24,2
Kötü	47	15	38	23	9	6
Çok Kötü	39	12,4	26	15,8	13	8,7
Cevapsız	17	5,4	10	6,1	7	4,7
Toplam	314	100	165	100	149	100

Araştırmaya katılanların hizmet aldıkları hastanenin hizmet kalitesi ile ilişkili genel izlenimlerine bakıldığında kamu hastanesinde araştırmaya katılan kişilerin %17,6’sı iyi, %28,5’i orta, %9,1’i çok iyi, %23’ü çok kötü diye nitelendirirken %6,1’i ise cevap vermemiştir. Özel hastanelerde ise araştırmaya katılan kişilerin %43,6’sı iyi, %12,8’i orta, %24,2’si çok iyi, %6’sı kötü, %8,7’si çok kötü olarak değerlendirmişlerdir. %4,7’lik kısım ise cevap vermek istememiştir. Araştırmaya katılan bireyler göz önüne alındığında özel ve kamu hastanesi kıyaslandığında alınan hizmet anlamında özeldede iyi ve çok iyi derecelerinin yüksek olması kişilerin özel hastanenin hizmetinden daha çok memnun olduklarını göstermektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Hizmet Aldıkları Hastaneyi Gelecekte Tercih Etme Durumuna Göre Dağılımı

Tercih Durumu	Sayı	Yüzde (%)
Katılıyorum	93	29,6
Kesinlikle Katılıyorum	61	19,4
Katılmıyorum	58	18,5
Emin Değilim	50	15,9
Kesinlikle Katılmıyorum	37	11,8
Cevapsız	15	4,8
Toplam	314	100

Tablo 2.’ye bakıldığında araştırmaya katılanların hizmet aldıkları hastaneyi tekrar tercih etme durumlarına bakıldığında %29,6 oranında tekrar tercih durumları söz konusu iken %11,8 oranında ise bireyler tekrar aynı hastaneye başvurmayı istemedikleri ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. Araştırmaya Katılanların Hizmet Aldıkları Hastanede Bir Problem Yaşama Durumuna Göre Dağılımı

Problem Yaşama Durumu	Genel		Kamu		Özel	
	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)
Evet	216	68,8	145	87,9	71	47,7
Hayır	88	28	14	8,5	74	49,7
Cevapsız	10	3,2	6	3,6	4	2,7
Toplam	314	100	165	100	149	100

Tablo 3.'e göre hastaneye başvuran kişilerin hizmet aldıkları hastanede herhangi bir problem yaşama durumları incelendiğinde kamu hastanesinde %87,9 oranında problem yaşandığı belirtilirken %8,5 oranında ise herhangi bir problem yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Özel hastanede ise %49,7 oranında herhangi bir sorun yaşanmadığı belirtilirken %47,7 oranında bir problemle karşılaştığı belirtilmiştir. Özel hastanede herhangi bir problemle karşılaşma durumunun kamu hastanesine göre daha düşük çıkmasının sebeplerine baktığımızda özel hastanelerde hizmet kalitesine ve müşteri memnuniyetine daha çok önem verilmesi, sorunlar daha çıkmadan önlenmeye çalışılması ya da çıkan sorunu minimum zaman diliminde çözüme ulaştırılma çabasının daha yüksek olmasıyla gerçekleştirildiği söylenebilir.

Tablo 4. Araştırmaya Katılanların Yaşadıkları Problemin Çözülme Durumuna Göre Dağılımı

Problem Çözülme Durumu	Genel		Kamu		Özel	
	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)
Hayır	115	53,2	88	60,7	27	38
Evet	79	36,6	44	30,3	35	49,3
Cevapsız	22	10,2	13	9	9	12,7
Toplam	216	100	145	100	71	100

Araştırmaya katılanların yaşadıkları problemin çözülme durumuna göre dağılımlarına bakıldığında kamu hastanesinde problemlere çözüm bulunma durumu %30,3 iken, çözüm bulunamama durumu %60,7'dir. Özel hastanede araştırmaya katılan bireyler yaşadıkları problemlere çözüm bulunma durumunu %49,3 iken çözüm bulunamama durumu %38'dir. Tablodan da görüldüğü üzere herhangi bir durum olduğunda çözüm bulma gayreti ve sonuçlandırılma durumu özel hastanelerde daha fazla iken kamu hastanelerinde bu durum daha düşüktür.

Tablo 5. Araştırmaya Katılanların Hizmet Aldıkları Hastaneyi Tavsiye Etme Durumuna Göre Dağılımı

Tavsiye Etme Durumu	Genel		Kamu		Özel	
	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)
Hayır	166	52,9	85	51,5	81	54,4
Evet	142	45,2	57	34,5	85	57
Cevapsız	6	1,9	3	1,2	3	2
Toplam	314	100	165	100	149	100

Araştırmaya katılanların hizmet aldıkları hastaneyi tavsiye etme durumlarına göre dağılımlarına bakıldığında kamu hastanesine başvuranlar %51,5 oranında tavsiye etmem şeklinde yanıtlarken %34,5tavsiyede bulunurum şeklinde yanıtlamışlardır. Özel hastanede ise kişiler %54,4 oranında tavsiye etmeme şeklinde yanıt verirken %57 oranında tavsiyede bulunacakları şeklinde yanıtlamışlardır. Kişilerin hizmet aldıkları hastane ile ilgili başkalarına tavsiye de bulunmaması bir memnuniyetsizlik göstergesidir. Memnuniyetsizlik hastanenin kalite koşullarından kaynaklanabildiği gibi doktor seçimlerinden ya da tedavi hizmetlerinden de kaynaklanabilir. Araştırma sonuçları göstermektedir ki tavsiye edilme durumlarına göre bakıldığında özel hastanelerde kişilerin memnuniyetsizlik oranları daha düşük iken kamu hastanesinde bu oran daha yüksektir.

Tablo 6. Araştırmaya Katılanların Hastane Bazında Hizmet Kalitesiyle İlişkili Genel İzlenimlerine Göre Dağılımı

Hastanelere İlişkin Özellikler	Kamu Hastanesi (n=165)		Özel Hastane (n=149)		M-W U Testi (Tek Yönlü)
	Ort.	Std. Sap	Ort.	Std. Sap	
Bulduğunuz hastane modern araç- gereç ve donanıma sahiptir.	2,91	0,77	3,25	0,46	0,009
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.)temiz ve düzgün görünüşlüdür.	2,88	0,66	3,14	0,52	0,009
Bulduğunuz hastane hastalarının faturalama işlemlerini doğru olarak yapar.	3,11	0,29	3,08	0,38	0,016
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.) bilgilidir.	2,79	0,90	3,07	0,62	0,032
Bulduğunuz hastanenin fiziksel imkânları (iç ve dış binalar, dekor, ışıklandırma, mobilya vb.) görsel açıdan çekicidir.	2,91	0,81	3,13	0,34	0,034
Bulduğunuz hastane hizmetlerini söz verdiği zamanda yerine getirir.	2,27	0,65	3,16	0,42	0,074
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.)hastalara hizmeti tam olarak ne zaman yerine getireceklerini söyler.	2,38	0,44	3,03	0,28	0,046
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.) her zaman hastalara yardım etmeye isteklidir.	2,25	0,75	2,98	0,66	0,030
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.) kibardır.	2,13	0,73	3,22	0,41	0,032
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.) hastalara kişisel ilgi gösterir.	2,25	0,80	3,14	0,55	0,024
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.) ile olan ilişkilerinde, hastalar kendilerini güvende hisseder.	2,09	0,90	3,25	0,24	0,018
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.) hastaların bir problemi olduğunda problemi çözmek için anlayışlı ve güven vericidir.	2,17	0,86	2,88	0,92	0,037
Bulduğunuz hastane, hastaları için elinden gelenin en iyisini yapar.	2,04	0,96	2,94	0,77	0,064
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.) hizmetleri mümkün olan en kısa zamanda verirler.	1,82	1,02	2,76	0,90	0,028
Bulduğunuz hastanenin çalışanları (Doktor, hemşire, sekreter vb.)işlerini daha iyi yapabilmek için işverenlerinden yeterli desteği alır.	1,77	1,14	2,45	1,02	0,034
	32,93	4,52	43,27	8,49	0,005

Tablo 6.'da araştırmaya katılanların özel ve kamu hastanesi bazında hizmet kalitesiyle ilgili genel izlenimlere göre dağılımı verilmiştir. Kamu hastanesinde araştırmaya katılanların izlenimlerine bakıldığında bulunduğunuz hastane hastaların faturalama işlemlerini doğru yapar (3,11), bulunduğunuz hastane modern araç-gereç ve donanıma sahiptir (2,91), bulunduğunuz hastanenin fiziksel imkânları görsel açıdan çekicidir (2,91), bulunduğunuz hastanenin çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür (2,88), bulunduğunuz hastanenin çalışanları bilgilidir (2,79), cevaplarına katılma oranı en yüksek değerde iken bulunduğunuz hastanenin çalışanları hastaların bir problemi olduğunda problemi çözmek için anlayışlı ve güven vericidir (2,17), bulunduğunuz hastane hastaları için elinden gelenin en iyisini yapar (2,04), bulunduğunuz hastanenin çalışanları işlerini daha iyi yapabilmek için işverenlerinden yeterli desteği alır (1,77) cevaplarına katılma oranları en düşük değerlerde belirtilmiştir.

Tablo 6.'ya göre özel hastanede araştırmaya katılanların genel izlenimlerine bakıldığında bulunduğunuz hastane modern araç-gereç ve donanıma sahiptir (3,25), bulunduğunuz hastanenin çalışanları ile olan ilişkilerde hastalar kendilerini güvende hisseder (3,25), bulunduğunuz hastanenin çalışanları kibardır (3,22), bulunduğunuz hastane hizmetlerini söz verdiği zamanda yerine getirir (3,16), bulunduğunuz hastanenin çalışanları temiz ve düzgün görünüşlüdür (3,14), bulunduğunuz hastanenin çalışanları hastalara kişisel ilgi gösterir (3,14), bulunduğunuz hastanenin fiziksel imkânları görsel açıdan çekicidir (3,13), bulunduğunuz hastane hastalarının faturalama işlemlerini doğru olarak yapar (3,08), bulunduğunuz hastanenin çalışanları bilgilidir (3,07) ve bulunduğunuz hastanenin çalışanları hastalara hizmeti tam olarak ne zaman yerine getireceklerini söyler (3,03) cevapları en yüksek değerde iken, bulunduğunuz hastanenin çalışanları hastaların bir problemi olduğunda problemi çözmek için anlayışlı ve güven vericidir (2,88), bulunduğunuz hastanenin çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa zamanda verirler (2,76) ve bulunduğunuz hastanenin çalışanları işlerini daha iyi yapabilmek için işverenlerinden yeterli desteği alır (2,45) cevaplarına katılma oranı en düşük oranlardadır.

Araştırma sonuçlarına bakıldığında kamu hastanelerinde hizmet kalitesi boyutlarından fiziksel varlıklara ve güvene daha çok önem verildiği görülürken, nezaket, açıklık ve empati boyutlarına yeterince önem verilmediği ve bu durum ile ilgili katılanların farkındalığı oldu belirlenmiştir. Özel hastanelerde araştırma sonuçlarına bakıldığında hizmet kalitesi boyutlarından en çok fiziksel varlıklar, güven ve empatiye önem verdikleri görülürken, güvenilirliğe, açıklığa ve nezakete verdikleri önem daha az hissedilir boyuttur.

Araştırma sonuçlarına göre her iki hastane kıyaslandığında özel hastanelerde fiziksel varlıklara ve güvene kamu hastanelerine göre daha fazla önem verildiği ve önem kişiler tarafından fark edilirken, kamu hastanelerinde bu durumun ve farkındalığın daha az olduğu görülmektedir. Ayrıca özel hastanelerde kamu hastanelerinden farklı olarak hizmet kalitesi boyutlarından nezakete daha çok önem verilmektedir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılanların Hastane Bazında Kurumsal İtibar İle İlişkili Genel İzlenimlerine Göre Dağılımı

Hastanelere İlişkin Özellikler	Kamu Hastanesi (n=165)		Özel Hastane (n=149)		M-W U Testi (Tek Yönlü)
	Ort.	Std. Sap	Ort.	Std. Sap	
Kurumdaki çalışanlar bilgi birikimini ve niteliklerini sürekli olarak geliştirmeye çalışırlar	2,76	0,88	2,93	0,51	0,006
Çalışanların alanlarında yeterli olduğunu düşünüyorum	2,57	1,03	3,05	0,66	0,013
Kurum çalışanlarının alanında yeterli ve nitelikli olması kurumun itibarını olumlu yönde etkiler	2,86	0,90	3,62	0,74	0,025
Kurumda verilen hizmetlerin kalitesi yeterlidir	2,29	1,07	3,11	0,80	0,009
Kurum çalışanlarının iletişim becerilerinin (konuşma, yazı ve beden dili) yeterli olduğunu düşünüyorum	2,51	0,92	3,27	0,73	0,012
Kurum bilimsel ve sektörle ilgili gelişmeleri yakından takip eder	2,24	1,12	3,06	0,36	0,026
Kurumun hizmetlerini iyileştirme ve düzeltme çalışmalarında hasta/hasta yakınlarının da fikir ve düşüncelerinden yararlanır	2,19	1,05	2,88	1,01	0,025
Kurumda tüm paydaşlarla (hastalar, hasta yakınları, çalışanlar vb.) sürekli işbirliği yapılır ve iyi ilişkiler kurulur	2,26	1,05	2,88	0,92	0,016
Kurumda çalışanların başarıları takdir edilir	2,15	1,14	2,81	0,88	0,006
Kurumda hasta/hasta yakınları eleştiri, öneri ve düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilmektedir	2,25	1,12	2,94	1,04	0,034
Tüm paydaşlardan (hastalar, hasta yakınları, çalışanlar vb.) gelen yenilikçi ve yaratıcı fikirler değerlendirilir	2,02	1,10	2,73	1,07	0,006
Kurum araç, gereç ve donanım açısından yeterlidir	2,46	1,04	3,15	0,92	0,025
Kurum ulaşım yönünden iyi bir konuma sahiptir	3,25	0,89	3,07	0,77	0,029
Kurum finansal yapısıyla bana güven verir	3,08	0,66	3,15	0,90	0,007
Kurumda çalışanlar arasında güvene dayalı bir işbirliği vardır	2,39	1,02	3,22	0,88	0,036
Kurumdaki çalışanlar meslektaşlarının bilgi ve birikimlerinden faydalanırlar	3,25	0,90	3,44	0,72	
Kurumda hasta/hasta yakınlarına tıbbi hizmet dışında da sağlanan hizmetler yeterlidir (refakat, kantin, yiyecek, otopark vb.)	3,15	0,88	3,66	0,40	0,004
Kurumdaki herkesin kişilik haklarına saygı gösterilir	2,88	0,64	3,02	0,66	0,025
Kurumun sunduğu olanakları yeterli buluyorum	2,65	0,82	3,26	0,81	0,036
Kurumda hasta/hasta yakınlarının sorunlarına çözüm aranır	2,39	1,02	3,41	0,96	0,008
Kurumun başarı öyküleri sürekli vurgulanır	2,16	1,14	3,08	0,90	0,029

Kurumdaki çalışma ortamını yeterli buluyorum	2,36	0,88	3,54	0,78	0,014
Hasta/hasta yakınlarına kurumu tanıtıcı bilgiler verilir	2,46	0,96	3,71	0,90	0,005
Sunulan sağlık hizmeti hakkında hasta ve yakınları sürekli olarak bilgilendirilir	2,32	1,04	3,16	0,66	0,012
Kurumda doğal ortamın korunmasına yönelik çalışmalar yapılır (çevreye karşı duyarlılık)	2,05	1,16	2,77	1,02	0,009
Kurumun sunduğu sağlık hizmetleri ile toplum sağlığını geliştirici bir rol oynadığını düşünüyorum	2,94	0,98	2,77	1,03	0,09
Kurumda insan yaşamına ve sağlığına yönelik tehditler belirlenir ve önlem alınır (iş kazası, doğal afetler, bulaşıcı hastalıklar..)	2,71	0,90	3,06	0,90	0,011
Kurumun varlığı beni gururlandırıyor	2,55	1,02	3,16	0,66	0,024
Kuruma gelen hasta/hasta yakınları kuruma yeterince güvenmektedir	2,42	0,98	3,74	0,48	0,007
Kurum çevrede önemli bir saygınlığa sahiptir (takdir edilir)	2,53	0,90	3,49	0,82	0,032
Kurumu başkalarına iyi bir kurum olarak tavsiye ederim	2,57	1,02	3,15	0,96	0,021
Kurumun çevrede iyi bir itibara sahip olması çalışanların motivasyonunu ve iş doyumunu olumlu yönde etkiler	2,34	1,12	3,10	0,96	0,026
Kuruma başvuran hastaların mahremiyetlerine özen gösterilir	2,33	1,04	2,96	1,02	0,007
Kurumun olanaklarından herkesin adil bir şekilde yararlandığı kanısındayım	2,06	1,14	3,21	0,96	0,005
Kurumda paydaşlara (çalışan, hasta, hasta yakınları...) verilen sözler çoğunlukla tutulmaktadır	2,39	1,03	3,05	0,72	0,019
Bu kurumdaki çalışanlar yolsuzluk yapmazlar	2,68	0,88	3,05	0,91	0,022
Kurumun uygulamalarında etik değerleri ön planda tuttuğunu düşünüyorum	2,29	1,02	3,25	0,66	0,021
Kurumun uygulamalarında etik değerlerin ön planda tutulması kurumsal itibarı yükseltir	2,62	0,81	3,15	0,82	0,005
Çalışanlar birbirlerini kırabilecek söz ve davranışlardan kaçınırlar	2,10	1,16	2,96	0,92	0,008
Kurum çalışanları tutum ve davranışlarıyla toplumda iyi bir örnek teşkil ederler	2,77	0,96	3,29	0,48	0,036

Tablo 7.'de araştırmaya katılanların hastane bazında kurumsal itibar ile ilişkili genel izlenimlerine göre dağılımları verilmiştir. Kamu hastanesinde kurumsal itibar ile ilgili genel izlenimlere göre kurum ulaşım yönünden iyi bir konuma sahiptir (3,25), kurumdaki çalışanlar meslektaşlarının bilgi ve birikimlerinden faydalanırlar (3,25), kurumda hasta/hasta yakınlarına tıbbi hizmet dışında da sağlanan hizmetler yeterlidir (3,15), kurum finansal yapısı bakımıyla bana güven verir (3,08), kurumun sunduğu sağlık hizmetleri ile toplum sağlığını geliştirici bir rol oynadığını düşünüyorum (2,94), kurumdaki herkesin kişilik haklarına saygı gösterilir ve kurum çalışanlarının alanda yeterli ve nitelikli olması kurumun itibarını olumlu yönde etkiler (2,86), en çok katıldıkları düşünceler iken, tüm paydaşlardan gelen yenilikçi ve yaratıcı fikirler değerlendirilir (2,02), kurumun olanaklarından herkesin adil bir şekilde yararlandığı kanısındayım (2,06), çalışanlar birbirlerini kırabilecek söz ve davranışlardan kaçınırlar (2,10), kurumda çalışanların başarıları takdir edilir (2,15), kurumun başarı öyküleri sürekli vurgulanır (2,16), en az katıldıkları cevapları oluşturmaktadır.

Özel hastanede araştırmaya katılanların hastane bazında kurumsal itibar ile ilgili genel izlenimlerine bakıldığında kuruma gelen hasta/hasta yakınları kuruma yeterince güvenmektedir (3,74), hasta /hasta yakınlarına kurumu tanıtıcı bilgiler verilir (3,71), kurumda hasta/hasta yakınlarına tıbbi hizmet dışında da sağlanan hizmetler yeterlidir (3,66), kurum çalışanlarının alanlarında yeterli ve nitelikli olması kurumun itibarını olumlu yönde etkiler (3,62), kurumdaki çalışma ortamını yeterli buluyorum (3,54), kurum çevrede önemli bir saygınlığa sahiptir (3,49), kurumdaki çalışanlar meslektaşlarının bilgi ve birikimlerinden faydalanırlar (3,44), kurumda hasta /hasta yakınlarının sorunlarına çözüm aranır (3,41), kurum çalışanlarının iletişim becerilerinin yeterli olduğunu düşünüyorum (3,27), kurumun sunduğu olanakları yeterli buluyorum (3,26), kurumda çalışanlar arasında güvene dayalı bir işbirliği vardır (3,22) ve kurumun olanaklarından herkesin adil bir şekilde yararlandığı kanısındayım (3,21) kişiler tarafından en çok katılım sağlanan cevaplar iken, tüm paydaşlardan gelen yenilikçi ve yaratıcı fikirler değerlendirilir (2,73), kurumda doğal ortamın korunmasına yönelik çalışmalar yapılır (2,77), sağlık kurumunun sağlık

hizmetleri ile toplum sağlığını geliştirici bir rol oynadığını düşünüyorum (2,77), kurumda çalışanların başarıları takdir edilir (2,81) en düşük katılımın sağlandığı değerleri oluşturmaktadır.

SONUÇ

Araştırmadaki bulgular yapılan istatistiksel analizlerin bulguları ışığında ve metodoloji sırasında değerlendirilerek aşağıdaki sonuçlar sunulmuştur.

1- Araştırmaya katılanlar genel olarak aldıkları hizmet kalitesinin “iyi” olduğunu düşünmektedir. Kamu ve özel hastaneleri açısından karşılaştırmalı bir biçimde bu durum dikkate alındığında, özel hastanelerdeki hizmet kalitesi algısının kamu hastanelerine göre çarpıcı bir biçimde daha iyi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, genel hizmet kalitesinin “iyi” olarak algılanması, Türkiye’deki sağlık hizmetinin geldiği durum açısından da umut verici bulunmuştur.

2- Araştırmaya katılan sadece 37 kişi, hizmet aldığı hastaneyi “kesinlikle tercih etmeyeceğini” düşünmektedir. Bununla birlikte, sağlık hizmeti aldığı hastanede herhangi bir sorun yaşadığını düşünenlerin oranı oldukça yüksektir. Araştırmaya katılan 216 kişi, hizmet aldığı hastanede herhangi bir sorun yaşadığını ifade etmiştir. Bir önceki hizmet kalitesi algısıyla çelişen bu sonuç ayrıntılı bir biçimde irdelendiğinde kamu hastanelerinin çarpıcı farkı yine göze çarpmaktadır. Herhangi bir sorun yaşadığını düşünen kişilerin önemli bir çoğunluğu, sorunu bir kamu hastanesinde yaşamış olduğu görülmektedir.

3- Araştırmaya katılanların yarısından fazlası, hizmet alırken karşılaştıkları sorunun çözümlenmediğini düşünmektedir. Bu durum, hizmet kalitesini geliştirme açısından, hastane yöneticileri açısından kritik öneme sahiptir. Sorunlar, makul süre içerisinde çözümlenirse, hizmet alınan hastane tekrar tercih edilebilir. Sorunları dikkate alan ve hastanın beklentilerine uygun çözümler üretebilen hastaneler açısından bu durum oldukça önemli görülmüştür.

4- Araştırmaya katılanlara göre mükemmel bir hastane tanımının en önemli karakteristik özelliği “çalışanlar”dır. Hastaneden hizmet alma sürecinde, doktor, hemşire ve diğer sağlık görevlilerinin tutum ve davranışları algılanan hizmet kalitesinin temel belirleyicilerinden biri olmaktadır.

5- Özel hastanelerden hizmet alan hastalar, çalışanların tutum ve davranışlarına karşı kamu hastanelerinden hizmet alanlara göre çok daha duyarlıdır. Hastalar, özel hastanelere verilen ücretin karşılığını çalışanların özel ilgi ve iletişimiyle almayı beklemektedir. Kamu hastanelerinde durum özel hastanelere göre daha düşük düzeyde gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra özel hastanelerden hizmet alan hastalar, hastanenin fiziksel olanaklarının da yeterli olmasını hizmet kalitesiyle ilişkilendirmektedir.

6- Araştırmaya katılanlara göre, hastanelerin sahip olması gereken özelliklerin ortalama puanları dikkate alındığında da benzer sonuçlarla karşılaşmıştır. Bu bakımdan, hastanelerin hizmet kalitesini ve kurumsal itibarını artırmak için çalışan odaklı ve yeterli fiziksel altyapı gibi iki önemli alanda odaklanması gerekmektedir.

7- Araştırmaya katılanlara göre hastane çalışanlarının hasta ilişkileri ve iletişimi konusunda yeterli olmadığı düşünülmektedir. Hastanelerde verilen hizmetler yeterli olsa bile, hastalar kendileriyle sağlıklı bir iletişim kurulmadığını düşündükleri için kendilerine yeterli hizmetin vermediği düşüncesine sahiptir.

8- Araştırmaya katılanlara göre kamu ve özel hastaneler, kurumsal itibarla ilgili özellikleri açısından karşılaştırmalı olarak dikkate alındığında; özel hastanelerin kurumsal itibarlarının kamu hastanelere göre tüm özellikler açısından daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Buradaki en belirgin farklılaşma, “hastaların hizmet aldıkları hastaneye güvenme”de görülmektedir. Kurum yöneticileri kurumsal itibarın kuruma kattığı en önemli değer ve faydaları, hem ideal bir kurum için, hem de kendi kurumlarının mevcut durumunda, güven oluşturmaları, kurumun bilinirlik ve beğeni seviyesini yükseltmesi, hem de kurumun hizmetlerinin satın alınması olarak değerlendirmektedirler.

KAYNAKÇA

Bulgan, U.,(2002), Kütüphanecilik Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Bir Üniversite Kütüphanesi Uygulaması, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, s.6.

Chunlaka,P.,(2010),International Patient’ Satisfaction Towards Nurses Service Quality at Samitive Srinakarin Hospital, Master of Degree in Business English for International Communication at Srinakharinwirot University, Bangkok/Thailand.

Cohen, D., Prusak,L., (2001), In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work, Boston,MA: Harvard Business School Pres.

- Çatar, R.Ö.,(2010), Kurumsal İtibarın Ölçülmesi ve Yönetimi – İki Özel Hastane Örneği, Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Devebakan, N.,(2005)Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Ölçümü, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, s.8.
- Gray, E.R., Balmer, J.M.T.,(1998), Managing Corporate Image and Corporate Reputation, Long Range Plannig, Vol.31, No.5, s.675-702.
- Gümüş, M., Öksüz, B., (2009), İtibar Sürecinde Kilit Rol: Kurumsal Sosyal Sorumluluk İletişimi, Journal of Yaşar University, 4(16),s.2129-2150.
- Gürlek, B. ve Gürol, M. A.,(1993), Kaliteye Giden Yolda Etik Yapının Rolü, Dokuz Eylül Üniversitesi. İ. İ. B.F. Dergisi, Cilt: 8, Sayı:1,s. 192.
- Hanan, M., Peter K., (1989), Customer Satisfaction: How to Maximize, Measure, and Market Your Company's Ultimate Product, First Printing Edition, American Management Association, New York.
- Karatepe, S.,(2008),İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma,Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,7, s.77-97.
- Kotler, P.,Armstrong G., (1994), Principles of Marketing, New Jersey:sixth ed. Prentice Hall İnternational, .s.5.
- Mucuk, İ., (1994), Pazarlama İlkeleri, DER Yayınları 6. Baskı, İstanbul.
- Onal, G., (2000), Halka İlişkiler, Türkmen Kitabevi, 2.Baskı, İstanbul.
- Öztürk, A.,(2002), Hizmet Pazarlaması, Birlik Ofset, Eskişehir.
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L.,(1985), A Conceptual Model of Service QualityandItsImplicationsforFuture Research,Journal of Marketing, 49 (4),s. 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L. L. (1988), SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, Journal of Retailing, 64 (1), s.12-40.
- Robledo, M.A.,(2001), Mesasuringand Managing Service Quality: IntegratingCustomer Expectations, Managing Service Quality, 11.s.22-31.
- Sankaya, M, Oruç, İ.,(2010), Kurumsal İtibar Oluşturmada Stratejik İşbirliği Olarak İşletme STK İlişkisi, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2, s.95-102.
- Saylı, H., Uğurlu, Y. (2007), Kurumsal İtibar ve Yönetimsel Etik İlişkisinin Analizine Yönelik Bir Değerlendirme,Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 12 (3), s.75-96.
- Shaw, R. B.,(1997), Trust in theBalance. BuildingSuccessfulOrganization on Results, Integrity and Concern, SanFrancisco: Jossey-Bass Publisher, O'Brien, C.R. Trust. ReleasingTheEnergyToSucceed. (içinde)USA: John Wiley&Sons. Inc.
- Sürmeli, H., (2002), Kurumsal Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Rekabet Stratejisi İlişkisi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Taş, D., (2009), Sağlık Hizmet Kalitesinin Ölçümüne İlişkin Bir Uygulama, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- Tengilimoğlu, D., Öztürk, Y., (2004), İşletmelerde Halkla İlişkiler, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Uyguç, N., (1999), Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi; Stratejik Bir Yaklaşım, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı, İzmir.s.32.
- Vural, A. B., (2003), Kurum Kültürü, Birinci Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, No:886.

TÜRKİYE’DE ZİHİNSEL ENGELLİLER ÖZELİNDE ENGELLİ BİREYLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUN ALANLARI¹

Arş. Gör. Huriye İrem KALAYCI KIRLIOĞLU*

Doç. Dr. Özlem KARAKUŞ**

ÖZET

Engellilik ve engelli bireylere yönelik uygulamaların son yıllarda akademik çalışmalar ve yerel yönetimler gibi hizmet alanlarının üzerinde durduğu konular olduğu görülmektedir. Bu çalışmada, literatürde yer alan başlıklara göre genelde engelli bireylerin özeldense zihinsel engelli bireylerin karşılaştıkları sorun alanları “aile”, “toplum”, “eğitim”, “istihdam”, “sağlık”, “ulaşım” ve “ekonomi” başlıkları altında ortaya konmaya çalışılacaktır. Engelli bir bireyin aileye katılmasıyla birlikte yaşamın çeşitli alanlarında sürdürdüğü var olma mücadelesinin olumlu sonuçlanabilmesi için hizmetlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyaca literatürde sıkça yer verilmesine rağmen uygulamaların arzu edilen düzeyde olmadığı da yine literatürde belirtilmektedir. Öte yandan ülkemizde diğer engel türlerine sahip bireyler gibi zihinsel engelli bireylerin de temel birtakım sorunlar yaşadıkları bilinmekte ve bu sorunlar literatürde erken özel eğitim haklarından yararlanamamak, eğitimle birlikte yaşama hazırlanamamak, sağlıklı bir şekilde yaşayıp toplumsal ilişkilere katılamamak, eğitim yoluyla bir meslek edinmemek, istihdam olanağından yoksun olmak, gelir dağılımından dengeli bir şekilde pay alamamak, yaşamını kendi kendini besleyen bir şekilde sürdürememek olarak belirtilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Engellilik, Engellilerin Karşılaştığı Sorunlar, Zihinsel Engelliler, Zihinsel Engellilerin Karşılaştığı Sorunlar

PROBLEM AREAS THAT DISABLED PEOPLE ENCOUNTER IN TURKEY IN THE SENSE OF MENTALLY DISABLED

ABSTRACT

It is appeared that disability and practices for disabled people are the issues that academic studies and service areas such as local authorities focus on these issues in recent years. In this study, problem areas that disabled people in generally and mental disabled people in particular are faced with will be tried to display. According to the headings in the literature, these problem areas called “family”, “society”, “education”, “employment”, “health”, “transportation” and “economy”. A disabled person start a struggle when he join a family. It is needed services to get positive results in some kind of struggle areas. Although this necessity takes place in literature constantly, it is defined in literature that practices are not as good as expected. On the other hand it is known that mental disabled people have some problems like other disabled people. These problems are pointed out in the literature as could not benefit from the early special education rights, could not prepare for life with education, could not live in a healthy way to participate in social relations, could not get a profession job with education, being lacked of employment opportunities, could not receive a share of the income distribution equally and could not live in life by feeding himself.

Key words: Disability, Disabled’s Problems, Mental Disabled, Mental Disabled’s Problems

GİRİŞ

21.yy’da engelli bireylerin de toplumun diğer kesimleri gibi eğitim, sağlık, istihdam olanaklarından yararlanmaları bir hak olarak algılanmaya başlansa da, engellilerin toplum içindeki konumları ve var olan hizmetlerden yararlanmaları ile ilgili

¹ Bu çalışma Doç. Dr. Özlem KARAKUŞ’un danışmanlığında hazırlanan “Zihinsel Engellilere Yönelik Durumun ve Hizmetlerin Uzman Görüşleri Perspektifinde Değerlendirilmesi” adlı yüksek lisans tezinin bir bölümünden oluşturulmuştur. Söz konusu çalışmanın özet hali 26-28 Kasım tarihlerinde yapılan Sosyal Hizmet Sempozyumu 2015’te sunulmuştur.

* Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, hurirkal@gmail.com

** Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, ozikarokus@gmail.com

ciddi sorunlar yaşandığı (İçağasıoğlu Çoban, 2003), oysa çağımızda toplumun dezavantajlı kesimlerine yönelik hizmetlerin bir gelişmişlik göstergesi olarak görülebileceği ifade edilmektedir (Fırat, 2008). Özellikle engellilik alanı incelenecek olursa son yıllarda engelliler ile ilgili yapılan akademik çalışmalarda artış görülse de engellilerin karşılaştığı sorunların ihmal edildiği vurgulanmaktadır (Duyan, 2005).

Ülkemizde diğer engel türlerine sahip bireyler gibi zihinsel engelli bireylerin de temel birtakım sorunlar yaşadıkları bilinmekte ve bu sorunlar literatürde erken özel eğitim haklarından yararlanamamak, eğitimle birlikte yaşama hazırlanamamak, sağlıklı bir şekilde yaşayıp toplumsal ilişkilere katılamamak, eğitim yoluyla bir meslek edinmemek, istihdam olanağından yoksun olmak, gelir dağılımından dengeli bir şekilde pay alamamak, yaşamını kendi kendini besleyen bir şekilde sürdürememek olarak belirtilmektedir (Cılga, 2001; Koçman ve Tufan, 2005a; Koçman ve Tufan, 2005b; Karataş ve Oran, 2007).

Engelli türleri içinde özellikle zihinsel engelli bireylerin sorunları tanımlama ve sorunlara yönelik çözüm geliştirme noktasında diğer engelli bireylere göre daha çok sorun yaşadıkları söylenebilmektedir. (Uslu, 2008a; Uslu, 2008b). Bu noktada zihinsel engelli bireylerin özelden yaşadıkları sorunlar literatürden elde edilen bilgiler doğrultusunda kategorileştirilip aile, toplum, eğitim, istihdam, sağlık, ulaşım ve ekonomi başlıklarıyla incelenmeye çalışılacaktır.

Ailelerin Karşılaştığı Sorunlar

Aileler için çocuklarına süregelen hastalık, zihinsel veya bedensel engelli tanısı konması travmatik bir durum olarak belirtilmektedir (Uğuz ve ark., 2004). Aileye yeni katılan bireyin engelli olmasının ailede şok etkisi yaratarak aile üyelerinin karmaşık duygular yaşamasına ve normal yaşantının bozulmasına neden olabildiği ifade edilmektedir (Özşenol ve ark., 2003). Bu nedenle ailelere çocuklarının durumları ile ilgili bilgilerin nasıl verildiği, ailenin hangi koşullarda bilgilendirildiğinin önemi üzerinde durulmakta (Zan ve Özgür, 2004), ailelerin ilk anda yaşadığı duygularda uzmanların ailelerle kurduğu iletişimin de etkili olduğu vurgulanmaktadır (Özgür, 2013).

Aileler için özel ihtiyaçları olan bir çocuğun dünyaya gelmesi ailenin pek çok sorunla karşı karşıya kalacağı anlamına gelebilmektedir (Işıkhan, 2005). Üstelik bu sorunlar yaşamın her döneminde devam edebilmektedir (Türkoğlu ve Artan, 2001). Başka bir deyişle, ailenin engelli bir çocuğa uyum sağlaması yalnızca engelin öğrenildiği dönemle sınırlı kalmayan, yaşam boyu devam eden bir süreç olarak ifade edilmektedir (Mutlu ve ark., 2008).

Toplumumuzda engelli çocuğa sahip olan ailelerin sayısının oldukça fazla olduğu ve bu nedenle engellilerle ilgili düzenlemelerde yalnızca engelli bireyin değil; ailelerinin de gereksinimleri dikkate alınması gerektiği (Tümekaya, 2001), ailede engelli bir çocuğun doğumunun diğer aile bireylerinin yaşamlarını, duygularını, düşünce ve davranışlarını olumsuz etkileyebileceğinin altı çizilmektedir (Zan ve Özgür, 2004). Zihinsel engelli çocuğun var olan bir aile düzeni içinde dünyaya geldiği ve sonrasında çocuk için ilk kaynaşmanın yine aile içindeki diğer bireylerle gerçekleştiği belirtilmektedir (Yavuz ve ark., 2010). Bu nedenle ailenin çocuğun engelinin öğrenmesi, sonrasında verdiği tepkiler ve çocuğu kabullenme süreci, yaşamın diğer aşamaları için oldukça önemli olduğu söylenebilmektedir.

Çocuğun özrünün ne olduğu ile ilgili ailenin bilgi sahibi olabilmesi çok önemlidir. Ailenin, çocuğun sorununun ne olduğunu bilme ve buna yönelik yapılabileceklerini anlama ihtiyacı hissettiği (Danış, 2001) ve aile için çocuğun engelinin tanımasının ve çocuğu engeli ile birlikte kabul etmenin çocuğun eğitim ve rehabilitasyon sürecinin ilk aşaması olduğu vurgulanmaktadır (Atay, 2007).

Zihinsel engelli çocukların ailelerinin engelli çocuğu kabul edememe, itme ya da aşırı korumacı davranma gibi problemler yaşadıkları belirtilmektedir (Işıkhan, 2005). Bu nedenle çocuğun tanısı konduktan sonra ailenin atlatması gereken en önemli evre, çocuğun engelinin olduğu gibi kabul edene kadar geçecek zaman olarak ifade edilmektedir (Atay, 2007). Literatürde özellikle zihinsel engelli çocuğu olan ailelerin genellikle çaresizlik ve aşırı ağlama ile birlikte şok yaşadıkları, bu şokun süresinin aileden aileye değişebildiği ve şok sonrası ailenin tepkilerini inkar sürecinin takip ettiği; bu süreçte de ailenin, çocuğun engelinin görmeksizin bundan kaçmaya çalıştığı, ardından acı ve depresyon yaşayarak engelin, ideal çocuğun sembolik ölümü olarak algılandığı (Kaya, 2010); ailelerin geçirdiği süreçlerin aile bireyleri için kolay olmadığı vurgulanmaktadır. Ancak öte yandan ailenin söz konusu çocuğun kabulü ile birlikte geçirdiği süreçlerin zihinsel engelli çocuğu da etkilediği söylenebilmektedir. Aile tarafından kabul edilemeyen çocukların diğer çocuklarla kıyaslandığı ve kendilerini ve diğer çocukları olumsuz görerek ve yalnızlık hissi yaşadıkları, yaşanan yalnızlık hissini de zamanla zihinsel engelli çocukların benlik algılarını da olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir (Demirbilek, 2013). Buna ek olarak, ailelerin engelli bir çocuğun kabulü ile ilgili tutumlarının çocukların kardeş ilişkilerini de etkilediğinin altı çizilmektedir (Bayhan, 2001).

Zihinsel engelli çocuğa sahip olmanın, ailelerin kaygı ve umutsuzluk düzeylerinin artmasına neden olduğu, bu durumun da ailelerin ev yaşamını ve toplumsal ilişkilerini olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir (Piştav Akmeşe ve ark., 2011). Buna ek olarak, Demirbilek (2013) ailelerin kendi duygusal durumlarıyla baş ederken toplumdaki olumsuz tutumlarla da karşı karşıya kaldıklarını ifade etmektedir. Zihinsel engelli çocuğa sahip ailelerin kısıtlı düzeylerde sosyal ilişkiler kurabildikleri için toplumsal dışlanmışlık yaşadıkları ve bu durumun aynı zamanda engelli bireylerle aynı koşullarda yaşayan ailelerinin toplum tarafından engellileştirilme sürecinin de zeminini oluşturduğu vurgulanmaktadır (Güllüpnar, 2013). Kaya

(2010) zihinsel engelli bireye sahip ailelerin toplumda “normal” olarak görülen bireylerin belki de hiç farkına varmadıkları sosyal ve psikolojik içerikli sorunlar yaşadıklarına dikkat çekmektedir. İçinde yaşadıkları toplumda yeterli sosyal desteği göremeyen ailelerin engelli çocuğun bakımını üstlenmekle birlikte zamanla toplumsal alandan, insani ilişkilerinden ve iş yaşamlarından uzaklaşmak zorunda kaldıkları; başka bir deyişle, engelli çocuğa sahip ailelerin de sosyal hayatın dışında kalarak engellileştikleri ifade edilmektedir (Güllüpnar, 2013).

Öte yandan engelli çocuğu olan ailelerin sorumluluklarının genellikle engelsiz çocuğu olan ailelere göre daha fazla olduğu ve bunun nedeninin de engelli çocuğu olan ailelerin çocuğun beklentilerini karşılamakta yetersiz kalması ya da bu beklentileri hiç karşılayamaması olduğu belirtilmektedir (Işıkhan, 2006). Ailelerin kendilerini yetersiz ve çözümsüz hissettikleri en önemli noktalardan bir tanesi kendilerinden sonra çocuklarının geleceğinin nasıl olacağıdır. Bununla birlikte, engelli çocuklara yönelik mesleki eğitim hizmetlerinin minimum düzeyde olması, çocuğun düzenli gelir getiren bir işte istihdam edilip edilemeyeceği gibi konuların da aileleri en çok kaygılandıran konulardan olduğu vurgulanmaktadır (Özbesler, 2008).

Özellikle zihinsel engelli çocuğa sahip ailelerin yaşadığı sorunların diğer engelli gruplarına göre daha yoğun olduğu, zihinsel engelli bir çocuğun engel derecesi değişse de daima ebeveyne bağımlı kaldığı belirtilmektedir (Işıkhan, 2006). Bu durumun da ülkemizde annelerin söz konusu çocuklar üzerindeki sorumluluğunu artırdığı söylenebilir. Çünkü birçok kültürde olduğu gibi bizim kültürümüzde de ailenin geçimi ile ilgili maddi yükümlülüklerin babalara aitken annelerin daha çok ev ortamında tüm gün çocuklarının bakımı ile ilgilendiklerine dikkat çekilmektedir (Uğuz ve ark., 2004). Engelli çocuk anneleri içerisinde ise en fazla sorun yaşayan grubun zihinsel engelli çocukların anneleri olduğu vurgulanmaktadır (Işıkhan, 2005). Buna bağlı olarak çocuğun yaşı ne olursa olsun özellikle annelerin her dönemde sosyal desteğe gereksinim duyabilecekleri ifade edilmektedir (Ersoy ve Çürük, 2009).

Toplumsal Yaşamda Karşılaşılan Sorunlar

Demirbilek (2013) insan yaşamının vazgeçilmez olan sosyal etkileşimin gücünün bireyin sosyal yeterliliğine bağlı olarak geliştiğini ve sosyal becerilerde yeterli düzeye ulaşamayan bireylerin yaşamlarında kişiler arası iletişim, iş ilişkileri ve duygusal ve davranışsal alanlarda sorunlar yaşadıklarını belirtmektedir. Sosyal etkileşimin ayrıca benlik saygısının kazanımında da etkili olduğu ve bireylerin günlük yaşam deneyimleri ve ilişkilerinin benlik saygısını oluşturan temel kaynaklar arasında yer aldığı vurgulanmaktadır (Karataş ve Duyan, 2007). Buna ek olarak, bireyin geliştirdiği kendine güven duygusu ile bağımsız karar verebilme ve arkadaş edinme sürecinin kolaylaştığı, bireyin kendinden utanmaması ve kendini suçlamaması için de güçlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir (Kurnaz Özdemir, 2012). Karataş ve Duyan (2007) bu güçlendirmenin sosyal destek ile sağlanabileceğine ve sosyal desteğin bireylerin ihtiyaç duydukları zamanlarda kendileriyle ilgilecek birilerinin olması ve onlara ulaşabilmesi anlamına geldiğine dikkat çekmektedirler.

Engelliliğin belirli ölçülerde toplumsal olarak sınırları ve çerçevesi belirlenen bir olgu olarak karşımıza çıktığı (Güllüpnar, 2013), buna bağlı olarak engelli statüsünün de başkalarının geri çekilmesi ve toplumda yalnız bırakılmak için bir gerekçe olarak gösterilen ve değiştirmek için çalışmak zorunda olduğumuz tutum ve davranışların başında geldiği ifade edilmektedir (Koçman ve Tufan, 2005). Toplum tarafından dışlanan, destek göremeyen bireylerin yaşamla ilgili becerileri geliştirme noktasında yetersizlik yaşadıkları bilinmektedir. Aykara (2011)'ya göre engellilerin yaşadığı uyum sorunlarının temel nedeni de aslında sosyal yaşam alanlarında yeterince sosyal destek alamamalarıdır.

Zihinsel engelli bireylerin diğer engel gruplarına göre toplum içinde en çok dışlanan kesim olduğu (Demirbilek, 2013), buna ek olarak bir taraftan engeliyle yaşam mücadelesi verirken diğer taraftan da topluma uyum sağlamak için var olma mücadelesi vermek zorunda kaldıkları belirtilmektedir (Aykara, 2011). Engelli bireyin, ailesi ve toplum arasındaki ilişkide yaşanan sorunların kaynağı olarak görüldüğü; bunun da genellikle toplumun ayrımcı, dışlayıcı, eksik gören, farklılığı kabul etmeyen, uygun görmeyen tutumlarından kaynaklandığı vurgulanmaktadır (İkizoğlu, 2005).

Weinberg (1983)'e göre toplumda engelsiz bireyler engelli bireylerin sosyal haklarını onlara sürekli bakarak, zorlayıcı şekilde sorular sorarak, istenmeden yardıma bulunarak ve aşağılayıp onlarla alay ederek ihlal etmektedirler (Kurnaz Özdemir, 2012). Bunu destekler şekilde, engelli bireylerin dış çevreyle ilişkilerinin incelenmesi sonucunda, dış çevrenin engelli bireyi etiketlediği, ona acıdığı, onunla alay ettiği sonucuna varılabilmektedir (Ünal, 2010). Toplumun bu konuda, engelli birey bir çocuk dahi olsa meraklı, acıyan, hoşnutsuz hatta korkulu tutum sergilediğinin altı çizilmektedir (Özşenol ve ark., 2003). Engelli bireylerin toplumsal yaşam içinde dezavantajlı durumda oldukları ve toplumla bütünleşme ve var olan haklardan ve hizmetlerden yararlanma noktasında yeterli bilgiye sahip olmadıkları için de bu dezavantajlı durumun pekiştiği belirtilmektedir (Özbulut ve Özgür Sayar, 2009). Ayrıca toplumda engellilik kavramının çoğu zaman engelli bireylerin yetenezsiz ve kapasitesiz olarak görülmesiyle ekonomik yaşamın dışında kalmalarıyla, marjinalleşip toplumsal yaşamda değersizleştirilmeleriyle, fakirleşmeleriyle karşımıza çıktığı ifade edilmektedir (Güllüpnar, 2013).

Yasaların engellilerin sosyal durumlarını yoğun bir şekilde etkilediği ve genellikle engelliliği önemli yaşamsal aktiviteleri sınırlayan fiziksel bir durum olarak tanımladığı; bununla birlikte bu tanımlamanın, yetenekleri sınırlama, önemli yaşamsal aktivite ve fiziksel durum gibi yeni kavramlarla ilişkili olduğundan dolayı tartışmalı olduğuna dikkat çekilmektedir (Lebleci ve ark., 2005). Tüm ayrımcılıklarda olduğu gibi engelli kimliği altında özellikle zihinsel engellilerin var olan sorunların

çözümü için asıl gerekli olan şeyin hem toplum hem devlet hem de bireyler için sosyal ve maddi kaynakların paylaşımından önce engelli kimliğinin “tanınma”sı olduğu vurgulanmaktadır (Durugönül, 2003). Engellilerin uzun yıllar boyunca tıbbi yaklaşımla ele alınmasıyla sosyal boyutun ihmal edildiği ve böylece engelli bireylerin toplum içinde diğerlerinden farklı olduklarının vurgulandığı, bu nedenle toplumda bütünleştirilmeksizin farklılıklarının öne çıktığı geçici çözümler üretildiği üzerinde durulmaktadır (Özbulut ve Özgür Sayar, 2009). Buradan yola çıkarak özür ya da engel denilen ve sorun olarak görülen kavramın toplumsal kökenli olduğu söylenebilmektedir. Özgür (2013) hiçbir engelli bireyin içinde bulunduğu durumu kendi seçimiyle yaşamadığına, toplumun bilgisiz, yetersiz ve aldırma tutumları nedeniyle çeşitli şekillerde engelli olduklarına ve sorunun nedeni toplum olduğuna göre çözümün de yine toplumda aranması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Toplumun, engelli bireylere karşı önyargılarını görmeksizin onları engelli olmayan bireylerle eşit görebilmesi ve çeşitli nedenlerle üretim sürecine katılamayanları bir lütuf olarak görmeksizin dayanışma ile desteklemesi ve üretim sürecine dahil etmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır (Okur ve Erbil Erdugan, 2010). İkizoğlu (2001) bu noktada engelli ya da özel gereksinimli bireylerin kendi doğal ortamlarında yaşayabilmeleri için gerekli koşulları sağlayabilmeyi amaçlayan toplumsal koruma ilkesinin önemine dikkat çekmekte ve toplumsal koruma ilkesinin özellikle zihinsel engelli bireyler için en az kısıtlayıcı şekilde bir çevre yaratabileceğini belirtmektedir.

Özellikle toplumsal yaşam içinde zihinsel engelli bireylerin bağımsız hareket edebilmeleri için gerekli becerileri kazanmaları ve bu becerileri uygulayabilmeleri için sosyalleşme açısından uygun koşulların yaratılabilmesinin önemi vurgulanmaktadır (Gültekin ve ark., 2001). Zihinsel engelliliğin nedenleri ve türleri farklı olsa da her zihinsel engelli bireyin diğer bireyler gibi toplum içinde yaşadığı ve çeşitli gereksinimleri olduğu belirtilmektedir (Demirbilek, 2013). Zihinsel engelli bireylerin temel özbakım, sosyal ve mesleki olarak kazanabilecekleri becerilerini kullanabilmeleri için temel hedef öncelikle toplumsal entegrasyonlarının sağlanması olarak ifade edilmektedir (Gültekin ve ark., 2001). Bu engel türündeki bireylerin ve ailelerinin toplumsal yaşama aktif olarak katılımlarının sağlanabilmesi için var olan tıbbi tedaviye ek olarak eğitim, rehabilitasyon ve bakım hizmetlerinin geliştirilmesi gerektiğinin altı çizilmektedir (Demirbilek, 2013).

Öte yandan, engellilerin topluma katılım düzeylerinin düşük olması nedeniyle engelli bireyler ve engelsiz bireyler günlük yaşamda çok fazla birarada olamadıkları ve bu nedenle karşılıklı ilişki ve iletişim yetersizliğinden kaynaklanan bilgi ve tecrübe eksikliği olduğu vurgulanmaktadır (Koçman ve Tufan, 2005). Bu durumu ortadan kaldırmak için Aykara (2011) çocuk yaşlardan itibaren engelli bireylerin toplum tarafından kabullenilmesi ve bütünleşme sağlanması gerektiğini, engelli çocukların da toplumun geleceğinde etkili olacağını ve bu nedenle her türlü dışlanmanın önüne geçilerek sosyal hizmet mesleğinin de işlevlerinden biri olan sosyal dışlanmanın engellenmesi hatta sosyal içermeye dönüştürülmesi gerektiğini belirtmektedir.

Eğitim Alanında Karşılaşılan Sorunlar

Kaya (2010) eğitimin, bir çocuğun sosyalleşebilmesi ve insan olabilmesi için gereksinim duyduğu ve yaşamı boyunca karşılaştığı tüm eğitim süreçlerini kapsadığını belirtmektedir. Öğrenim hayatına yeni başlamış bir çocuk için öğretmenleriyle ve arkadaşlarıyla kurmuş olduğu iletişimin ayrı bir önem taşıdığı üzerinde durulmaktadır (Işıkhan ve ark., 2007). Ülkemizde öğrenim görenler içinde normal özellikler gösteren bireylerin yanı sıra özel gereksinimli ve özel eğitime ihtiyaç duyan bireylerin de bulunduğu göz önünde bulundurulmakla birlikte, devletin bu kişilere özel eğitim-öğretim hizmetleri sunması gerektiği ifade edilmektedir (Çıkkılı, 1996). Engelli çocukların sosyal, zihinsel ve bedensel özelliklerinin dikkate alındığı, toptancı yaklaşımdan uzak bir tutum sergilenmesi, söz konusu çocuklara hazır gömlek giydirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Kaya, 2010). Ancak Naçar ve ark. (2012) tarafından maalesef var olan uygulamaların bunun aksini gösterdiği ve bu nedenle, engelli bireylerin sosyal uyumlarıyla ilgili ortaya çıkan güçlüklerde eğitim sürecinin dışında kaldıkları belirtilmektedir. Engelli bireylerin büyük bir çoğunluğunun yaşadıkları sağlık sorunları, ekonomik sorunlar, ulaşım ve hizmetlerden yararlanabilme güçlüğü gibi nedenlerle eğitim süreçlerinin aksadığı ya da normal gelişim gösteren yaşlarına göre öğrenim hayatlarına daha geç başlamak zorunda kaldıkları, eğitim ve öğrenimlerinin zaman zaman kesintiye uğradığına dikkat çekilmektedir (Aykara, 2011). Eğitim ve öğrenim süreçlerindeki bu kesintilerin yanı sıra Akçamete (1991) özel eğitim programlarında çeşitli eğitim felsefeleri benimsenmesine rağmen söz konusu çocuklara uygun kuramsal temelden yoksun olduğu ve bilişsel-gelişimsel yaklaşıma önem verilirken yeteneklerinin çocukların yaş dönemi özelliklerine bakılmaksızın hiyerarşik bir düzen içinde geliştirildiği üzerinde durmaktadır.

Baykara Pehlivan ve Baykara Acar (2009) özel gereksinimli çocukların çok az bir kısmının okulun sisteminden yararlanabildiğini ve kendisine uygun eğitim alabildiğini belirtmektedir. Buna ek olarak UNESCO (2003)'ya göre farklılıklara karşı geliştirilen olumsuz tutumlar ve damgalamalar da öğrenme açısından önemli bir engel oluşturmaktadır. Çoğu okul engelli öğrenciler için yeterli imkanları sunmadığına, özellikle kırsal alanlarda okulların fiziki koşullarının da bu öğrenciler için elverişsiz özellikler taşıdığına ve hem sağlık hem de güvenlik açısından uygun koşullar bulunmadığına dikkat çekilmektedir (Baykara Pehlivan ve Baykara Acar, 2009). Engelli çocukların da diğer çocuklar gibi sevilmeye, eğitilmeye ve temel gereksinimlerinin karşılanmasına ihtiyaç duydukları ve normal gelişim gösteren çocukların eğitimiyle aralarındaki tek farkın araç ve yöntem farklılığı olduğu vurgulanmaktadır (Zan ve Özgür, 2004). Buna rağmen Baykara Pehlivan ve Baykara Acar (2009) hükümetlerin ve bağlı oldukları eğitim politikalarının eğitimde dışlanmayı iki şekilde yaptıklarını belirtmektedir. Bunlardan ilki, var olan uygulamalarla engelli çocukların eğitimlerini reddeder bir tutum içinde olmaları; ikincisi ise “herkes

için eğitim” politikasından uzak durarak, çocukları koruyacak politikaları öncelikli olarak hayata geçirememeleri olarak açıklanmaktadır. Özbek (2005)’e göre bireysel farklılıkların görmezden gelinmesi özel gereksinimli çocukların için eğitimde olumsuz bir durum oluşturmaktadır ve bu şekilde özel gereksinimli çocuklar eğitim sisteminin dışında tutulmalarına neden olmaktadır. Oysa ki özel gereksinimli bireylerin toplumsal yaşam içinde kabul görmeleri ve kendi yaş grubu ile sosyal etkileşim içinde olabileceği gruplara kaynaştırılmaları gerektiği vurgulanmaktadır (Tuğrul ve ark., 2001). Aykara (2011) eğitim haklarını yerine getirmeye yönelik olarak özellikle zihinsel engelli çocukların toplumdan dışlanmaksızın yaşatılmalarıyla birlikte eğitim görmeleri amacıyla kaynaştırma eğitimi üzerinde durulması gerektiğini belirtmektedir. Bayazit ve ark. (2007) kaynaştırma eğitiminin, eğitilebilir durumdaki zihinsel engelli bireylerin kendi yaşatılmalarıyla benzer ortamlarda bir arada bulunabilmelerinin sağlanması anlamına geldiğini ifade etmektedirler. Türkiye’nin 16 fıkli ilinde Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı olarak kaynaştırma eğitimi yapılan ilköğretim okullarında öğretmenlik yapan ve araştırmaya gönüllü olarak katılan 23 öğretmenle özel gereksinimli öğrencilerin kaynaştırılması uygulamalarının aksayan yönlerinin belirlenmesi ve başarının değerlendirilmesine ilişkin görüşlerinin araştırılmasının amaçlandığı araştırmada özel gereksinimli öğrencilerin kaynaştırma eğitimi sürecinde akademik ve sosyal olarak geliştiklerini, özel gereksinimli öğrencilerin ailelerinin çocuklarıyla ilgilenmediklerini, özel gereksinimli öğrencileriyle yoğun olarak öğretimle ilgili sorunlar yaşadıklarını ve bu süreçten duygusal olarak olumsuz etkilendiklerini belirttikleri ortaya konmuştur (Sadioglu ve ark., 2012).

Özellikle eğitilebilir zihinsel engelli çocukların temel hareket becerilerinin kazanımında partnerli gruplarla kaynaştırma eğitimi programlarının etkili olduğunu ve bu eğitimin, söz konusu çocukların özellikle sosyal becerilerinin geliştirilmesinde, sorumluluk ve özgüven kazanmalarında, grup aktivitelerine katılmalarında ve motor davranışlarının geliştirilmesinde etkili olduğunu vurgulamaktadırlar. San Bayhan ve ark. (2003) engelli bireyler için okul dönemi içinde sosyal becerilerini kazanmada en önemli adımlardan bir tanesinin sosyal ilişkilerin kavranması ve kazanılması olduğunu belirtmektedir. Sosyal bütünleşme ya da kaynaştırma eğitimi olarak nitelendirilen bu eğitim şeklinin bireyselleştirilmiş eğitim planı (BEP) ve programlarıyla engelli çocukları normal gelişim gösteren yaşatılmalarıyla aynı ortamda eğiterek onlara istedik davranışları kazandırma esasına dayandığını belirten Özgür (2013), son yıllarda gelişmekte olan ülkelerin engelli çocukların eğitiminde yaşatılmalarıyla normal ortamlarda bulunmalarını önemsediklerini vurgulamaktadır. Ülkemizde de gelişmekte olan bir ülke olarak 1980’li yıllardan bu yana kaynaştırma eğitiminin ilköğretim okullarında açılan sınıflarla uygulamaya başladığı ifade edilmektedir (Gürgür ve ark., 2012). Ancak, yasal ve fiziksel düzenlemelere karşın Türkiye’de kaynaştırma eğitiminin destek hizmetlerinde ve bunların sunumunda sorunlar yaşandığı alanyazında vurgulanmaktadır (Gürgür ve ark., 2012).

Ayrıca literatürde özel gereksinimli çocukların eğitimleri için yalnızca okullara yerleştirilmelerinin yeterli olmadığı, bunun yanı sıra akademik başarıları ve sosyal becerileri için özel eğitim destek hizmetlerinden yararlanmaları gerektiği (Gürgür ve ark., 2012) ve bu eğitim şeklinin uygulanabilmesinin özel gereksinimi olan çocukların toplumla bütünleşebilmeleri ve onlara sunulan hizmetlerle bire bir ilişkili olduğu üzerinde durulmaktadır (Tuğrul ve ark., 2001). Bu noktada eğitimcilerin de konu ile ilgili bilgi sahibi olmasının önemine dikkat çekilmesinin gerektiği söylenebilmektedir. İstanbul ve Ankara illerinde okulöncesi öğretmenleri için düzenlenen seminerlere katılan 182 okulöncesi öğretmeni üzerinde yapılan bir araştırmada, öğretmenlerden "özel eğitime gereksinim duyan çocuğun tanımını yapmaları istenmiş ve % 62,1’inin özel eğitime gereksinim duyan çocuğun tanımını yapamadıkları; öğretmenlerin %17,6’sının özel eğitime gereksinimi olan çocukları zihinsel engelli çocuklar olarak tanımladıkları belirlenmiştir (Tuğrul ve ark., 2001).

Diğer taraftan engelli çocuklarla aynı ortamlarda eğitim görecektir normal gelişim gösteren çocukların da bu eğitime hazırlanmaları gerektiği ve özel eğitim programları yalnızca engellileri değil, toplumun tüm kesimlerini kapsaması gereken önemli projeler olduğu vurgulanmaktadır (Fırat, 2008). Özel eğitim ile, normal gelişim gösteren çocukların karşılarındakini yalnızca engelli olarak görmemeleri, onları kendileri gibi bir insan olarak kabul edebilmelerinin sağlanabileceği ifade edilmektedir (Şahin ve Çiçek, 2008). Ayrıca Naçar ve ark., (2012), engelli çocukların mümkün olduğunca yaşatılmalarıyla birlikte eğitim görmelerinin hem engelli birey hem de normal gelişim gösteren birey için faydalı olacağını ve bu şekilde engelli bireylerin toplumla iç içe yaşamlarının sağlanacağını, toplumda da engelli bireylere karşı farkındalık oluşacağını belirtmektedirler. Böylece bilinçli yetişecek bireylerin ileride engelli bireylerin yaşayabileceği sorunlara karşı daha duyarlı davranabilmeleri sağlanmış olacaktır (Şahin ve Çiçek, 2008). Bu noktadan hareketle, okul öncesi dönemde de iyi planlanmış bir kaynaştırma eğitiminin faydalı olacağı ve okul öncesi dönemde kaynaştırma eğitiminden faydalanabilen engelli çocukların normal gelişim özelliği gösteren çocukların davranışlarını gözleme ve onları model alarak onlarla iletişim kurma imkanı bulabilecekleri söylenebilmektedir (Artan ve Uyanık Balat, 2003). Öte yandan okul öncesi dönemde planlanacak bir kaynaştırma eğitiminin, hem normal gelişim gösteren çocuklar için hem de özel gereksinimli çocuklar için birbirlerini tanımaları, anlamaları ve karşılıklı sosyal iletişim kurmaları açısından son derece önemli olacağı vurgulanmaktadır (Şahin ve Çiçek, 2008). Okul öncesi kaynaştırma eğitiminin devamında ilköğretim düzeyinde de yine çocuklara engellilik konusunda bilgiler verilmeli ve eğitim programı içerisinde engellilerle ilgili düzenlemeler dahil edilmelidir. Örneğin; biyoloji derslerinde engelliliğin ne olduğu ve nedenleri üzerinde durulurken, edebiyat derslerinde engelli bir çocuğun aile ve toplum yaşamı değerlendirilebilir (Artan ve Uyanık Balat, 2003). Böylece normal gelişim özelliği gösteren çocuklar okul dönemi içerisinde engelli bir çocukla karşılaşmamış olsalar dahi ileride karşılaçacakları engelli bireylere karşı önyargılı yaklaşmayacaklar ve toplumsal bütünleşmeyi daha kolay benimseyebileceklerdir. Oysa ilköğretim okullarında kullanılan Türkçe ders kitaplarının engelliği ne kadar ve nasıl kapsadığına yönelik olarak doküman analizi yoluyla yapılan bir araştırmada, ders kitaplarının neredeyse hiçbir şey içermediği, tüm sınıf düzeylerindeki kitaplar göz önünde bulundurulduğunda metinlerin oranının % 1,7, fotoğrafların oranının % 0,9 ve resimlerin oranının % 0 olduğu ortaya konmaktadır (Tuncer ve ark., 2011).

Kaynaştırma eğitiminin başarılı ve etkili olabilmesi için bu programı uygulayacak olan öğretmenlerin tutumlarının önemi vurgulanmaktadır (Şipal, 2004). Özellikle özel gereksinimli öğrenciler için eğitim planlamasında ve uygulanmasında önemli bir yeri olan BEP hazırlama sürecinde yalnızca öğretmen değil, kurum müdürü, özel eğitim öğretmeni, okul psikoloğu ve yapsikolojik danışman, ihtiyaca göre sağlık personeli ve uzman personelin de etkili olduğu belirtilmektedir (Tike Bafra ve Kargın, 2009).

Bu süreçte ailenin sevgi, mutluluk, saygı, güven huzur ve koruma dolu bir sosyal ortam olduğu düşünüldüğünde özel eğitime gereksinim duyan çocuklar kadar onların ailelerinin eğitimi ve söz konusu çocuklarla iletişimlerinin de önemine dikkat çekilmektedir (Özgür, 2013). Zan ve Özgür (2004) aile söz konusu çocukla ilgili okulda yürütülen program hakkında bilgi sahibi olmadığında ya da programı pekiştirici şekilde ev ortamında uygulama yapmadığında okulda verilen eğitim bozulabileceğini ve özellikle anne babanın söz konusu çocukların eğitiminde bu eğitimin ayrılmaz birer parçası gibi düşünülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ailelerin eğitimciler gibi belli sürelerde ve okul içinde değil tüm bir yaşam boyunca bu sürecin içinde olan kişiler olduğu ve hem ailelerin hem de eğitimcilerin bu süreçte birbirlerine ihtiyaçları olduğunu kabul etmesi ve karşılıklı olarak bu süreçteki işlevlerini belirginleştirmesi gerektiği ifade edilmektedir (Atay, 2007).

Özgür (2013) ailelerin özellikle çocuğun mesleki eğitimi konusunda da bilgilendirilmeleri gerektiğini, hem ailelerin çocuklarının geleceği ile ilgili kaygılarını azaltmak hem de engelli bireylerin toplumsal yaşamın istihdam ayağına katılımını sağlamak için mesleki eğitimin erken yaşlardan itibaren üzerinde durulması gerektiğini vurgulamaktadır. Kaya (2010) bu konunun özel eğitim alanında perspektifin geçimiyle de ilintili olduğunu ve uygulamada çocuk eğitimi aldıktan sonra aileye teslim edildiğinde mesleki yaşama katılmadığını, bu durumun da çok emek harcanmasına rağmen verimlilikte yeterli oranlara ulaşamamasına neden olduğunu belirtmektedir. Ayrıca bu durumun istihdam sürecine katılmayan zihinsel engelli çocukların ruh sağlığına da olumsuz etkilediğini eklemektedir.

İstihdam Alanında Karşılaşılan Sorunlar

Engellilere dönük hizmet alanlarından en önemlisi engellinin çalışma yaşamına katılmasının sağlanması olarak belirtilmektedir (Fırat, 2008). Süreğen zihinsel rahatsızlıkların yaşam boyu işsizliğe neden olabileceği vurgulanmaktadır (Waghorn ve Lloyd, 2005; Bond ve Drake, 2014)

Özbulut ve Özgür Sayar (2009) engelli bireylerin üretken hale gelmesi ve istihdam sürecine katılmalarının toplumsal bütünleşme için oldukça önemli bir adım ve fırsat olduğunu; çünkü üreten bireyin hayatı paylaşarak ve hayat akışına dâhil olabileceğini; aksi halde toplumsal bütünleşmenin sağlanamayacağını vurgulamaktadırlar. Şahin (2004)'e göre, istihdamın hem sosyal hem de ekonomik yönü bulunmaktadır. Engelli bireylerin istihdam sürecine dahil olmalarının ekonomik olarak gelir elde etmelerine, sosyal güvence olanaklarından yararlanmalarına ve bunların yanı sıra psikolojik ve sosyal yönlerden de daha sağlıklı koşullara sahip olmalarına zemin hazırlayacağı ifade edilmektedir (Naçar ve ark., 2012). Ancak var olan uygulamalara bakıldığında, engelli bireylerin yaşamlarını iyi koşullarda devam ettirebilmeleri için iyi kazançlı bir işte istihdam edilmelerinden ziyade herhangi bir işte istihdam edilmelerinin bile güç olduğu değerlendirilmekte; bu sorunun ülkemizde toplumsal korumanın işlevini yerine getirememiş olmasıyla ilgili olduğu söylenebilmektedir (Danış, 2001). Ülkemizde eğitim ve istihdam politikalarının paralel gelişiminin sağlanamaması ve ulusal bir istihdam planı ve stratejisinin geliştirilememesi engelli istihdamının önünde önemli bir engel olarak değerlendirilmektedir (Kayhan Kuzgun, 2008). Bu koşulların sağlanabilmesi ve engelli bireylerin istihdam sürecine katılabilmeleri için istihdam politikalarının yeniden gözden geçirilmesi ve geliştirilmesinin gerekli olduğu vurgulanmaktadır (Özbulut ve Özgür Sayar, 2009).

Ülkemizde engelli bireylerin istihdam edilmeleri ile ilgili olarak özellikle pozitif ayrımcılığın işverenlere prim desteği vererek desteklenmesi olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmesine rağmen (Kayhan Kuzgun, 2008); uygulamada Türkiye Özürlüler Araştırması incelendiğinde, engelli nüfusun yarısından fazlasını oluşturan kadınların sayısının istihdam edilen erkek engelli sayısından geride kaldığı görülmektedir (Kurnaz Özdemir, 2012). İstihdamda ayrımcılıkla ilgili hukuki düzenlemeler ve tedbirler bulunmaktadır ancak; bunların farklı anlamlar taşımasının Türkiye'de beklenen ve sosyal açıdan arzu edilen etkileri ortadan kaldırdığı ifade edilmektedir (Lebleci ve ark., 2005). Engelli Bireylerin Toplumla Bütünleştirilmesine Yönelik Tespit, Bilgilendirme ve Veri Tabanı Oluşturma Çalışması (ÖZVERİ) projesi kapsamında Malatya'da yaşayan engellilerin ve ailelerinin demografik, ekonomik ve psiko-sosyal durumlarını belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada engelli bireylerin son derece az bir kısmının (%2,5) herhangi bir işte çalıştığı, tamamına yakınının (%97,5) herhangi bir işte çalışmadığı ortaya konmaktadır (Özbulut ve Özgür Sayar, 2009).

Engel türleri arasında zihinsel engelli bireylerin istihdamında diğer engel türlerine göre daha çok sorun yaşandığı bilinmektedir. Oysa ki uygun koşullar sağlandığında zihinsel engelli bireyler özür derecelerine göre büro temizliği, bahçe işleri, restoran ve mutfak illeri gibi alanlarda istihdam edilebilecekleri belirtilmektedir (Danış, 2006). Bu noktada bireyin kendi özelliklerine uygun bir işte istihdam edilmesinin engelli birey için iş doyumu açısından da istenen düzeye ulaşmasının sağlanabileceği düşünülmektedir ki iş doyumunun, bireyin iş ile ilgili değerlerinin iş yerinde karşılandığını algılaması ve bu değerlerin kendi ihtiyaçları ile uyumu anlamına geldiği vurgulanmaktadır (Işıkkhan ve ark., 2007).

Fırat (2008) devlet politikalarının yanı sıra yerel yönetimlerin de son dönemlerde engelli bireylerin eğitim ve istihdamı ile ilgili çalışmalar yaptıklarını, özellikle büyükşehir belediyelerinin öncülüğünde pek çok belediye bünyesinde özel eğitim programlarının yer aldığını ve AB fonlarıyla da desteklenen işgücü projeleri, kentsel mekan ve kent mobilyaları, sosyal ve kültürel programlarının yürütüldüğünü belirtmektedir. Konuyla ilgili örnek vermek gerekirse Çankaya Belediyesi'nin Bedensel Engelliler Derneği ile birlikte hazırladığı ve Türkiye İş Kurumu tarafından da uygun görülen "Bedensel Engelliler İçin İleri Teknoloji Bilgisayar Programcılığı Eğitim Projesi"nin aynı belediyenin Engelliler Hizmet Müdürlüğü tarafından hayata geçirildiği söylenebilmektedir. Söz konusu projenin amacı, engellilerin topluma kazandırılması, ekonomiye katkı verecek seviyeye getirilmesi olarak açıklanırken; projenin en önemli hedefinin engellileri, kanuni zorunlulukla istihdam edilen kişiler olmaları yerine, aranan ve az bulunan kalifiye elemanlar olarak yetiştirmek olduğu vurgulanmaktadır. Yine Çankaya Belediyesi tarafından Avrupa Birliği Aktif İşgücü Programları Projesi çerçevesinde, Ankara Üniversitesi İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Danışmanlığı Merkezi (İKDAM) işbirliği ile "Engelli Bireylerin İstihdamına Dönük İşgücü Yetiştirme Kursları ve Kariyer Danışmanlığı" adlı projenin uygulamaya aktarıldığı eklenmektedir.

Sağlık Alanında Karşılaşılan Sorunlar

Engelli bireyler toplum içinde diğer nüfus gruplarına oranla daha çok risk taşımakta ve engel türüne bağlı olarak da ihtiyaçları daha fazla olabilmektedir (İnan ve ark., 2013). Engellilerin sağlık hizmetinden yararlanabilmeleri için var olan sağlık kuruluşlarının gerekli koşulları taşımadığı ve bu kurumlara ulaşım güçlüğü yaşamaları nedeniyle tedavinin yarıda kesilmesi veya tedavide geç kalınması gibi durumlar yaşanabildiği belirtilmektedir (Durduran ve Bodur, 2009). Engelli bireylerin kimi zaman menenjit, kızamık, difteri, boğmaca, suçiçeği, ensefalit, çocuk felci, kızıl, sarılık ve kalp rahatsızlığı gibi hastalıklar nedeniyle engelli olabildikleri ifade edilmektedir (Elbozan ve ark., 2012). Kimi zaman da engelleri nedeniyle sağlık kuruluşlarından gerekli hizmeti alamadıkları için bu hastalıklara yakalanabildikleri söylenebilmektedir.

Ulaşım Alanında Karşılaşılan Sorunlar

Dönümcü (2006) "yaşlı ya da engellinin evinden çıkıp, para çekeceği, bankamatiğe gideceği yolda; yaya geçidinde butonlu ışık ve ikaz araçları, yol boyunca çeşme - gölgelik - büfe -genel tuvalet, oturma birimleri, üst-alt geçitlerde asansör bulunmuyor ise, kaldırımlar alçak/yüksek, merdiven rıht-baskıcı standart dışı, kaldırım döşemeleri oynak, parkların aydınlatılması yetersiz, toplu taşıma durakları zemini engebeli ise, o kent, özgür bir kent değil, engelli bir kent olmaz mı?" diyerek engellilerin kentsel yaşam içinde fiziki koşullar nedeniyle yaşadıkları problemlere dikkat çekmektedir. Dönümcü'nün ifadesinden de anlaşılacağı üzere engellilerin yaşadıkları ulaşım sorunları onların sosyal yaşama katılımlarını etkilemekte, hatta neredeyse imkansız kıldığı söylenebilmektedir. Gültekin ve ark. (2001) mevcut çevre şartlarının yalnızca engelli bireyleri kısıtlamakla kalmadığını, aynı zamanda engelli olmayan bireylerin de hareketlerini kısıtladığını; kaygan ve normal hareketleri bile engelleyen yer döşemelerinin, zar zor açılıp kapanan kapıların, aydınlatması noksan geçişlerin, düzensiz dikilmiş ağaçların, reklam panolarının tüm vatandaşlar için birer engel teşkil ettiğini vurgulamaktadırlar.

Bunu destekler şekilde Uslu (2009) da yaşam alanlarında var olan engeller (merdivenler, rampa yokluğu, uygunsuz eğimli rampalar, parlak ve kaygan yüzeyler, yanlış bitkisel tasarımlar vb.) nedeniyle engelli bireylerin bağımsız hareket edemediğini, bu durumun da engelli bireylerin sosyal izolasyon yaşamalarına neden olduğunu belirtmekte; söz konusu sosyal izolasyonun zamanla engelli bireyin farklı gruplarla bir araya gelmesini de engellediğinin, engelli bireyi yalnızlaştırdığının ve ruhsal sorunlar yaşamasına neden olduğunun altını çizmektedir. Ayrıca olumsuz çevre koşullarının engellilerin eğitim hayatlarını da olumsuz etkilediği, hatta engellilerin eğitim hayatları boyunca karşılaştıkları en önemli sorunun ulaşım olduğu vurgulanmaktadır (Kurnaz Özdemir, 2012). Bu zorlukları gidermek için okul binası içinde tuvaletin yeri, merdiven korkulukları, işaretlendirme gibi okula erişimi kolaylaştıran uygulamalar olmasına rağmen bunların yetersiz kaldığı ve daha kolaylaştırıcı olması gerektiği ifade edilmektedir (Ünal, 2010).

Gültekin ve ark. (2001) engelli bireylerin bağımsız olarak istedikleri yerlere ulaşımını sağlayabilmeleri için gerekli koşulları sağlamanın ve bu bilinci oluşturmanın herkesin görevi olduğuna dikkat çekmektedir. Kurnaz Özdemir (2012) kentlerin fiziki koşullarının iyileştirilmesinin, engelli bireylerin eğitim ve iş yaşamına katılımını kolaylaştıracağını, sosyal etkileşimlerini olumlu yönde etkileyeceğini, bu nedenle var olan sosyal politikaların iyileştirilmesi ve uygulanabilirliğinin sağlanması gerektiğinin altını çizmektedir.

Ekonomi Alanında Karşılaşılan Sorunlar

Işıkhan (2005) engelli bireylerin ve ailelerinin engelli bireyin doğumundan başlayan ve zorluklarla dolu olan süreçte kimi zaman var olan imkanlara ulaşabilmek için kimi zamansa yetersiz olan hizmetlerin geliştirilmesi için maddi olarak var olan kaynaklarını kullanma noktasında zorluklar yaşadıkları ve özellikle zihinsel engelli bireyin aileye katılması ile birlikte ailelerin sürekli sağlık kuruluşlarına gitmeleri gerektiğini, ileriki aşamalarda da söz konusu çocuğun eğitim hizmetlerinden,

tıbbi malzemelerden, özel ihtiyacına göre araç ve gereçlerden faydalanabilmesi için yeterli maddi olanaklara sahip olmaları gerektiğini belirtmektedir.

Oysa ki Kaya (2010) ülkemizde engelli aileleri ekonomik sorunlar altında ezildiğini ve çoğu zaman barınma, beslenme, giyinme gibi temel ihtiyaçlarını dahi karşılayamadıklarını; engelli bireylerin ve ailelerinin koşullarını iyileştirmek amacıyla yapılan yardımların ise maalesef AB ülkelerinin oldukça gerisinde kaldığını vurgulamaktadır. Eskişehir’de zihinsel engelli çocuğa sahip aileler üzerinde yapılan araştırmada elde edilen sonuçlara bakıldığında, engelli çocukları olan ailelerin devletten beklentilerinin daha çok maddi ve kurumsal destek ihtiyacı yönünde olduğu dikkat çekmektedir (Güllüpinar, 2013).

SONUÇ

Genelde engellilik özelde ise zihinsel engellilik ile ilgili sorun alanlarını ortaya koymak amacıyla yapılan literatür taraması sonucunda yukarıda belirtilen “aile”, “toplum”, “eğitim”, “istihdam”, “sağlık”, “ulaşım” ve “ekonomi” başlıkları elde edilmiştir. Her bir başlık altında alanyazında üzerinde durulan sorunlar incelenmeye çalışılmıştır. Bu inceleme sonucunda ülkemizde mevcut uygulamalarda arzulanan düzeye ulaşamadığı, olumlu sayılabilecek adımlar atılmasına rağmen bunların yetersiz kaldığı üzerinde durulmuştur. Engelli bireylerin karşılaştıkları sorun alanlarının yasa koyucular tarafından ele alınması ve engelli bireylerin haklarının uygulamaya yansınması gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Acar, H. (2001). Neo-liberal (Yeni Sağ) Politikalar ve Engelliler. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 1 (2), 55-64.
- Akçamete, G. (1991). Çok Engelli Çocuklar. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 145-50.
- Arıkan, Ç. (2002). Sosyal Model Çerçevesinde Özürlülüğe Yaklaşım. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 2 (1), 11-24.
- Artan, İ., Uyanık Balat, G. (2003). Okul Öncesi Eğitimcilerinin Entegrasyona İlişkin Bilgi ve Düşüncelerinin İncelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 11(1), 65-80.
- Atay, M. (2007). İşitme Engelli Çocukların Eğitiminde Temel İlkeler (1. Baskı). İstanbul: Özgür Yayınları.
- Aykara, A. (2011). Kaynaştırma Eğitimi Sürecindeki Bedensel Engelli Öğrencilerin Sosyal Uyumlarını Etkileyen Etmenler ve Okul Sosyal Hizmeti . *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 22 (1), 63-84.
- Bayazıt, B., Meriç, B., Aydın, M., Seyrek, E. (2007). Eğitilebilir Zihinsel Engelli Çocuklarda Eğlenceli Atletizm Antrenman Programının Psikomotor Özelliklere Etkisi. *Spor metre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5 (4), 173-6.
- Bayhan, P. (2001). Zihinsel Engelli Kardeşe Sahip Olan Çocukların Duygu, Düşünce ve Davranışları. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 1 (1), 37-44.
- Baykara Pehlivan, K., Baykara Acar, Y. (2009). Çocuklar ve Eğitimde Dışlanma. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 20(2), 27-38.
- Bond, G. R. ve Drake, R. E. (2014). Making the case for IPS supported employment. *Adm Policy Ment Health*, 41(1), 69-73
- Cılga, İ. (2001). Özürlülerin Yaşam Kalitesi. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 1 (1), 79-89.
- Çıkkılı, Y. (1996). Özel Eğitime Muhtaç Çocukların Türk Milli Eğitim Sistemi İçindeki Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Programları ve Öğretimi Ana Bilim Dalı: Erzurum.
- Danış, Z. (2001). Otistik Çocuklar. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 1 (2), 65-82.
- Danış, M. Z. (2006). Zihinsel Engelli Çocuğa Sahip Annelerin Yaşadığı Duygular, Çocuklarının Geleceğe İlişkin Düşünceleri ve Umutsuzluk Düzeyleri. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 17(2), 91-107.
- Dalbay, S. (2009). Özürlü Yakınlarının Özürlülere Yönelik Sosyal Politikalara İlişkin Bilgi, Beklenti ve Memnuniyet Dereceleri (Isparta Örneği). Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.
- Demirbilek, M. (2013). Zihinsel Engelli Bireylerin ve Ailelerinin Gereksinimleri. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 7 (3), 58-64.

- Dönümcü, Ş. (2006). Kentler Yaşlılarıdır. Erişim tarihi 9 Şubat 2015. Erişim adresi: <http://www.sosyalhizmetuzmani.org/kentyasli.htm>.
- Durduran, Y., Bodur, S., (2009). Engellilerin Engellilikleri Dışındaki Sağlık Sorunları: Karşılaştırmalı Bir Çalışma. Selçuk Tıp Dergisi, 25 (2), 69-77.
- Durugönül, E. (2003). Yaşlılık ve Engellilik Kimliği. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 3 (1-2), 31-7.
- Duyan, V. (2005). Engelli Çocuğa Sahip Annelerin Problemlerle Başa Çıkma Tazları. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 5 (2), 4-13.
- Elbozan Cumurcu, B., Karlıdağ, R., Han Almış, B. (2012). Fiziksel Engellilerde Cinsellik. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 4 (1), 84-98.
- Ersoy, Ö., Çürük, N. (2009). Özel Gereksinimli Çocuğa Sahip Annelerde Sosyal Desteğin Önemi. Aile ve Toplum Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi, 5 (17), 104-10.
- Fırat, S. (2008). Belediyelerin Engellilere Dönük Sosyal Hizmet Projeleri. Toplum ve Sosyal Hizmet, 19(1), 89-100.
- Güllüpnar, F. (2013). Toplumsal İlişkiler Kısılcacında Zihin Engelli Olan Bireyler ve Aile Yapıları: Eskişehir'de Engelli Ailesi Hakkında Sosyolojik Bir Alan Çalışması. Toplum ve Sosyal Hizmet, 24(1), 41-64.
- Gültekin, N., Velimahmutoğlu, A. ve Cindil, O. A. (2001). Zihinsel Engelli Bireyin Mesleki Rehabilitasyon ve Sosyalizasyona Yönelik Uygulama Projesi. Ankara: T.C.Başbakanlık Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Saray Rehabilitasyon Merkezi Müdürlüğü.
- Gürgür, H., Kış, A., Akçamete, G. (2012). Kaynaştırma Öğrencilerine Sunulan Bireysel Destek Hizmetlere İlişkin Öğretmen Adaylarının Görüşlerinin İncelenmesi. İlköğretim Online, 11(3), 689-701.
- Işıkhan, V. (2005). Zihinsel Engelli Çocuğa Sahip Annelerin Psiko-sosyal ve Sosyoekonomik Sorunları. Toplum ve Sosyal Hizmet, 16 (2), 35-52.
- Işıkhan, V. (2006). Zihinsel Engelli Çocuğa Sahip Aileler ve Sosyal Hizmet. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 6(1), 28-46.
- Işıkhan, V., Körükçü, Ö., Gökçearslan Çiftçi E. (2007). Sınıf Öğretmenlerinin İş Ortamında Yaşamış Olduğu Bazı Sorunlar ve Tükenmişlik. Toplum ve Sosyal Hizmet, 18 (1), 69-88.
- İçağasıoğlu Çoban, A. (2003). Gelişim Dönemlerine Göre Özürlülüğün Etkisi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 3 (1-2), 39-55.
- İkizoğlu, M. (2001). Yoksulluk ve Özürlülük İlişkisi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 1 (2), 83-94.
- İkizoğlu, M. (2005). Özürlü, Özürlü Ailesi ve Toplum İlişkisi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 5 (1), 47-60.
- İnan, S., Ceyhan Peker, G., Tekiner, S., Ak, F., Dağlı, Z. (2013). Engellilik, Türkiye'de Engellilerin Durumu ve Sağlık Hizmet Sunumuna Bir Bakış. TAF Preventive Medicine Bulletin, 12 (6), 723-8.
- Karataş, K., Duyan, V. (2007). Görme Engelli İlköğretim Öğrencilerinin Benlik Saygısı. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 7 (1), 4-16.
- Karataş, K., Oran, B. (2007). Engelliler: Siyasetin Periferinde Kalanlar. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 7 (2), 4-19.
- Kaya, F. (2010). Engelli Çocuklarda Depresyon ve Kaygı Düzeyi (1. Baskı). Adana: Nobel Kitabevi.
- Kayhan Kuzgun, İ. (2008). Türkiye'de Ücret Karşılığı Özürlü Kadın İşgücü İstihdamının Belirleyici Değişkenleri. Toplum ve Sosyal Hizmet, 19 (2), 57-66.
- Koçman, A., Tufan, İ. (2005a). Engelliler İçin Normal Bir Yaşam. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 5 (2), 49-53.
- Koçman, A., Tufan, İ. (2005b). Engellileri Nasıl Aramıza Alabiliriz? Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 5 (2), 30-4.
- Kurnaz Özdemir, D. (2012). Ortopedik Engelli Kadınların Sorun ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Tuzla İlçesi Örneği. Toplum ve Sosyal Hizmet, 23 (1), 67-81.
- Lebleci, D. N., Öktem, M. K., Aydın, M. D., Ömürgönülşen, U. (2005). Employment Of Persons With Disabilities In Turkey: The Effectiveness Of Current Measures For The Prevention Of Discrimination. Toplum ve Sosyal Hizmet, 16 (1), 21-44.
- Mutlu, A., Piştav Akmeşe, P., Kerem Günel, M. (2008). Serebral Paralizi'li Çocukların Annelerinin Perpektifinden Yürüyüşleri ve Geleceğe Yönelik Beklentileri. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 8 (1-2), 87-98.
- Naçar, M., Çetinkaya, F., Baykan, Z. (2012). Kayseri İl Merkezinde Özürlülük, Sakatlık ve Engellilik. TAF Preventive Medicine Bulletin, 11 (1), 71-80.

Okur, N., Erbil Erdugan, F. (2010). Sosyal Haklar ve Özürlüler: Özürlülük Modelleri Bağlamında Tarihsel Bir Değerlendirme. Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu. Bildiriler Kitabı: s. 245-263, 4-6 Kasım, Denizli, Türkiye.

Özbek, R. (2005). Eğitim Programlarının Bireyselleştirilmesinin Sebepleri. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 3 (11), 66-83.

Özbesler, C. (2008). Farklı Gelişimsel Özellikleri Olan Çocuğa Sahip Ailelerin Sorunları. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 8 (1-2), 25-36.

Özbulut, M., Özgür Sayar, Ö. (2009). Bir Sosyal Dışlanma Fotoğrafı-Engelli Bireylerin Toplumla Bütünleştirilmesine Yönelik Tespit, Bilgilendirme ve Veri Tabanı Oluşturma Çalışması (ÖZVERİ-Malatya) Projesi Araştırma Sonuçları-. Aile ve Toplum Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi, 5 (17), 59-76.

Özşenol, F., Işıkhhan, V., Ünay, B., Aydın, Hİ., Akın, R., Gökçay, E. (2003). Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Aile İşlevlerinin Değerlendirilmesi. Gülhane Tıp Dergisi, 45 (2), 156-64.

Özgür, İ. (2013). Engelli Çocuklar ve Eğitimi Özel Eğitim. Adana: Karahan Kitabevi.

Piştav Akmeşe, P., Kayhan, N., Mutlu, A. (2011). Serebral Palsi'li Çocuğa Sahip Olan Aile Ortamını Algılama Düzeylerinin İncelenmesi. Toplum ve Sosyal Hizmet, 22 (1), 105-14.

San-Bayhan, P., Şipal, R. F., Kurt, Z. Ş. (2003). Engelli Ergenlerin Sosyal İlişkilerini Oluşturma Sürecinde Eğitsel Ortamların Düzenlenmesi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 3 (1-2), 21-9.

Şahin, S., Çiçek, Ç. (2008). Normal Gelişim Gösteren ve Özel Gereksinimli Çocukların Kendilerini ve Birbirlerini Algılayışlarının İncelenmesi. Toplum ve Sosyal Hizmet, 19 (1), 101-18.

Şahin, H. (2004). Engellilik Kimin Sorunu? Bireyin Mi, Toplumun Mu? Öz-Veri, 1 (1), 48-64.

Şipal, RF. (2004). Kaynaştırma Eğitimi Veren Eğitimcilerin Engelli Çocuklara Yönelik Tutumlarına Genel Bir Bakış. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 4 (1), 23-37.

Tike Bafra, L., Kargın, T. (2009). Sınıf Öğretmenleri, Rehber Öğretmenler ve Rehberlik Araştırma Merkezi Çalışanlarının Bireyselleştirilmiş Eğitim Programı Hazırlama Sürecine İlişkin Tutumları ve Bu Süreçte Karşılaştıkları Güçlüklerin Belirlenmesi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 9 (4), 1933-72.

Tuğrul, B., Üstün, E., Akman, B., Erkan, S., Şendoğdu, M. C. (2001). Okulöncesi Öğretmenlerinin Özel Eğitime Gereksinim Duyan Çocukların Normal Yaşlılarıyla Kaynaştırılmasına İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 1 (2), 27-40.

Tuncer, A., Karasu, N., Altunay, B., Güler, Ö. (2011). Türkçe İlköğretim Kitaplarında Engel ve Engellilik: Bir Döküman Analizi Örneği. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 31 (2), 439-57.

Tümkaya, S. (2001). Engelli Çocukların Ailelerine Yönelik Psikolojik Danışma Hizmetleri Gereksinimi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 1 (2), 95-102.

Türkoğlu, N., Artan, İ. (2001). Zihinsel Engelli Çocukların Anne ve Babalarının Kaygı Düzeylerine Etki Eden Etmenlerin İncelenmesi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 1 (2), 41-53.

Uğuz, Ş., Toros, F., Yazgan İnanç, B., Çolakkadıoğlu, O. (2004). Zihinsel ve/veya Bedensel Engelli Çocukların Annelerinin Anksiyete, Depresyon ve Stres Düzeylerinin Belirlenmesi. Klinik Psikiyatri, 7, 42-7.

Uslu, A. (2008a). Engelli Çocuklara Dost Oyun Alanı ve Dış Mekan Tasarımı. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 8 (1-2), 67-86.

Uslu, A. (2008b). Zihinsel ve Fiziksel Engelliler İçin Hortikültürel Terapi. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 8 (1-2), 5-24.

Uslu, A. (2009). Kentsel Peyzajda Yaşlı/Engelli İçin Bağımsız Hareket Olanağı ve Evrensel Tasarım Kavramı. Ufkun Ötesi Bilim Dergisi, 9 (1-2), 27-40.

Ünal, A. (2010). Türk Çocuk Edebiyatında Engellilerin Temsili (1969-2009). Yüksek Lisans Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yavuz, H., Baran, G., Yıldız Bıçakçı, M. (2010). İşitme Engelli ve İşitme Engeli Olmayan 9-17 Yaş Grubundaki Çocukların Sosyal Uyumlarının Karşılaştırılması. Toplum ve Sosyal Hizmet, 21 (1), 7-23.

Zan, B., Özgür, İ. (2004). Engelli Çocuk, Engelli Aile. Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2 (27), 18-27.

Waghorn, G. ve Lloyd, C. (2005). The employment of people with mental illness. Australian e-Journal for the Advancement of Mental Health (AeJAMH), 4 (2), 1-43.

YETİŞKİN ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA ETKİLEŞİMLİ UZAKTAN MATEMATİK EĞİTİMİ HAKKINDAKİ DÜŞÜNCELERİ: BİR DURUM ÇALIŞMASI¹

Öğr. Gör. Habip Mehmet SEVGİ*

Okt. Soykan UYSAL**

ÖZET

Çağımızda teknolojinin ilerlemesiyle insanların hayata bakış açılarının değiştiği bilinmektedir. Bundan birkaç 10 yıl önce eğitim ve öğretim için öğretmen olmazsa olmaz unsurlardan biri sayılıyorken, günümüzde eğitime bakış açısının da değiştiği gözlemlenmektedir. Eğitim literatüründe son zamanlarda uzaktan eğitim, internet üzerinden eğitim gibi terimlerden bahsedilmeye başlanmıştır. Son yıllarda büyük kitleleri etkileyen sosyal medya, uzaktan eğitim verilebilmesi için alternatif yollardan biri olarak düşünülmektedir. İstatistiklere bakıldığında özellikle yetişkinlerin sosyal medyayı sıkça kullandığı görülmüştür. Bu nedenle uzaktan eğitimin daha çok yetişkin eğitiminde kullanıldığı gözlemlenmektedir. Uzaktan eğitim özellikle lisans ve lisansüstü eğitimde sıkça başvurulan bir yoldur. Bu çalışmada Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu 1.sınıfa kayıtlı 122 öğrenciye bir matematik konusu sosyal medya (Facebook ve Youtube) aracılığı ile aktarılmış, daha sonra görüşme formu kullanılarak öğrencilerin sosyal medya etkileşimli uzaktan matematik eğitimi hakkındaki görüşleri toplanmıştır. Bu veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş; öğrencilerin konu hakkındaki düşünceleri tespit edilmiş ve bu verilere öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Matematik Eğitimi, Sosyal Medya, Uzaktan Eğitim, Durum Çalışması.

THE OPINIONS OF ADULT STUDENTS ON DISTANCE MATHEMATIC EDUCATION INTERACTIVE WITH SOCIAL MEDIA: A CASE STUDY

ABSTRACT

In our age, it is known that people's outlook on life has changed according to advances on technology. A few decades ago, teachers were considered the most important elements for education but nowadays, it is observed that the perspective of education has changed totally. In education literature, you can see the terms such as e-learning, e-teaching, distance education and education via internet. In recent years, social media which can affect large masses can be thought an alternative way for distance education. If we consider the statistics, especially adults use social media very often. So, it is seen that distance education can be especially used for adult education. Distance education is a common application for particularly undergraduate and graduate education. In this study, one of the mathematic subjects was given to 122 students, who are studying in Selçuk University Akşehir Vocational School, via social media (Facebook and Youtube), after all, 20 students were selected randomly to interview and 20 students' opinions on the application were collected by semi-structured interview form. The collected data was analyzed by the content analysis method; students' opinions were identified and recommendations were presented to the parents.

Keywords: Mathematics Education, Social Media, Distance Education, Case Study.

¹ Bu çalışma, 22-24 Kasım 2013 tarihinde Konya Necmettin Erbakan Üniversitesinde düzenlenen, Uluslararası Eğitimde Değişim ve Yeni Yönelimler Sempozyumunda 22/11/2013 tarihinde sunulan sözlü bildirinin genişletilmiş halidir.

* Selçuk Üniversitesi, Akşehir Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, hmsevgi@selcuk.edu.tr

** Selçuk Üniversitesi, Akşehir Meslek Yüksekokulu, soykanuysal@selcuk.edu.tr

GİRİŞ

21. yüzyıl bilgi ve teknoloji çağı. Teknoloji öyle hızlı geliyor ve değişiyor ki insanların teknolojiyi takip etmesi neredeyse imkânsızlaşıyor. Bu hızlı gelişim ve değişim elbette bilgisayar teknolojisinde de gözlemlenmektedir. Her gün daha gelişmiş daha hızlı bilgisayarlar, tabletler, cep telefonları üretiliyor. Bu hızlı gelişimi bilgisayar yazılımlarında ve programlarında da görmekteyiz. Özel olarak da sosyal medya araçlarını ele alacak olursak yıllar geçtikçe sayılarının arttığını ve yaygınlaştığını görmekteyiz.

SOSYAL MEDYANIN GEÇMİŞİ

Sosyal medyanın 38 yıllık geçmişinin dönüm noktalarını kısaca ele alacak olursak;

- 1978 yılında CBBS adıyla Christensen ve Suess'in geliştirdiği ağda, bir sunucuya bağlanan insanlar birbirleriyle iletişime geçebiliyorlardı.
- 1979 yılında USENET adındaki ağ sayesinde kullanıcılar haber grupları adı verilen yapılara makale ya da mesajlar bırakabiliyorlardı.
- 1988 yılında IRC adında mesajlaşmak ve iletişim kurmanın dışında dosya ve veri paylaşımının da etkili bir şekilde kullanılabildiği ilk ağ kullanılmış oldu.
- 1999 yılında NAPSTER adında müzik ve dosya paylaşımı üzerine yoğunlaşan bir ağ eğlence sektörünün ve telif yasalarının kökten bir değişime uğramasına neden oldu.
- 2002 yılında FRIENDSTER adıyla kurulmuş ve günümüzdeki sosyal ağların ilk uygulaması olan site, 90 milyon üzerinde kullanıcıyla hâlen aktif durumdadır.
- 2003 yılında kurulmuş ve 2006 yılında ise dünya üzerindeki en büyük sosyal ağ olan MYSFACE kullanıcılarına, ana sayfalarını istedikleri gibi düzenleme imkânı sunmaktadır.
- 2004 yılında kurulan FLICKR adlı site ise, bünyesinde milyarlarca görsel barındıran, fotoğraf meraklılarının dikkatini çeken bir sitedir.
- 2005 yılında kurulan YOUTUBE adlı site ise video paylaşımını ve yayınlanmasını geniş kitlelere ulaştıran ilk sitedir. 2013 itibari ile aylık ziyaretçi sayısı 1 milyarın üstünde ve her ay 6 milyar saatlik video izlenmektedir.
- 2007 yılında kurulan TWITTER ise insanların 140 karakterlik mesajlar üzerinden iletişim kurmasına izin veren, hızlı ve anlık yapısı ile etkili bir medya aracıdır. Dünyanın en popüler sosyal ağlarından birisi olan Twitter'ın aktif kullanıcı sayısı 316 milyondur.
- Google'ın sosyal medya platformu olan GOOGLE+, 2011 yılında kurulduktan sonra 500 milyondan fazla kullanıcı sayısına ulaşarak Facebook'tan sonra ikinci sıraya yerleşmiştir. (Turkcell'li Hayat Dergisi 2013)
- LinkedIn; iş dünyasındaki kişilerin diğer kişilerle iletişim kurmasını ve bilgi alışverişi yapmasını amaçlayan profesyonel sosyal paylaşım platformudur. Aralık 2002'de kurulan LinkedIn'in web sayfası 5 Mayıs 2003'te kullanıma açıldı. 2006 yılında 20 milyon kez görüntülenen LinkedIn, Haziran 2013'te ise 200 farklı ülkeden 200 milyonun üzerinde kayıtlı kullanıcıya ulaştı. LinkedIn sitesi, aralarında Türkçe'nin de bulunduğu 20 dilde hizmet vermektedir.
- SNAPCHAT; Evan Spiegel, Robert Murphy, Daniel Smith, David Kravitz ve Leo Noah Katz tarafından akıllı telefonlar için geliştirmiş, platformlararası çalışma özelliğine sahip bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Kullanıcıların birbirlerine yazılı metin, resim, ses veya video göndermesini sağlar. Gönderilen dosyalar, gönderen kişinin daha önceden belirlediği süre boyunca görüntüledikten sonra Snapchat sunucusundan ve kullanıcının cihazından silinmektedir. Ücretsiz olan bu uygulama iOS ve Android işletim sistemi üzerinde çalışabilmektedir. Uygulamanın ilk sürümü Eylül 2011 tarihinde yayınlanmıştır. Kullanıcılarının %70'ini kadınların oluşturduğu uygulama en çok ABD ve İngiltere'de tercih edilmektedir.

- INSTAGRAM, ücretsiz fotoğraf paylaşma programıdır. Ekim 2010'da kurulduğunda, kullanıcılarına çektikleri bir fotoğraf üzerinde dijital filtre kullanma ve bu fotoğrafı Instagram'ın da dahil olduğu, sosyal medya servisleri ile paylaşma imkanı tanımıştır.
- VİNE, Twitter'ın 2013 Ocak ayında kullanıma sunduğu ücretsiz uygulaması. Uygulama kullanıcının maksimum 7 saniyelik kısa videolar çekebilmesini sağlamaktadır. Facebook ve Twitter üzerinden paylaşılabilir. Ayrıca Dünya'da ve Türkiye'de günlük hayatta kullanılan bir uygulama haline gelmiştir.
- TUMBLR, ABD menşeli sosyal ağ ve blog sitesidir. David Karp tarafından Şubat 2007'de kurulmuştur. Kuruluşun ardından iki hafta içinde 75.000 kullanıcıya ulaşan site sırf ABD'de toplam 13.4 milyon kullanıcıya sahiptir. Tumblr'nın benzer türdeki diğer sitelerinden farkı, popüler sosyal paylaşım siteleriyle tam bir uyum içinde çalışıyor olmasıdır. (tr.wikipedia.org)
- FACEBOOK: 2004 yılında Harvard öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, dünyanın en popüler sosyal medya ağı. Son rakamlara göre aktif kullanıcı sayısı 1,44 milyarı aştı. Dünya çapında 9 bin çalışanı olan Facebook'un 2014 geliri 12,4 milyar dolar olarak kaydedildi.
- QQ: Facebook'tan sonra dünyanın en popüler sosyal ağı. Çinli Tencent firması tarafından geliştirilen bu sosyal ağın 832 milyon kullanıcısı var. 1999 yılında OICQ olarak kurulan sosyal ağ, efsanevi mesajlaşma uygulaması ICQ'nun marka haklarını ihlal edince bugünkü adını almıştır.
- WHATSAPP: İki eski Yahoo çalışanı tarafından 2009 yılında kuruldu. 2 yıl içerisinde dünyanın en popüler uygulamalarından biri haline geldi. 2014 yılında 19 milyar dolar piyasa değeriyle Facebook tarafından satın alındı. 2015 itibarıyla aktif kullanıcı sayısı 800 milyonu aştı.
- FACEBOOK MESSENGER: 2013 yılında bir Facebook uygulaması olarak geliştirildi. 2015 itibarıyla kullanıcı sayısı 700 milyonu geçti. Dünyadaki her 10 internet kullanıcısından yaklaşık 4'ünün Facebook Messenger kullandığı tahmin ediliyor.
- QZONE: Çin'in popüler sosyal ağı Qzone, 2005 yılında kuruldu. Tıpkı QQ gibi Çinli Tencent firması geliştirdi. Çin'de Facebook'tan daha popüler olan Qzone'un kullanıcı sayısı 668 milyon.
- SINA WEIBO: Çin'in Twitter'ı. Weibo Çince mikroblog anlamına geliyor. 2009 yılında kurulan servisin aktif kullanıcı sayısı 503 milyon.
- WECHAT: 2011 yılında bir mesajlaşma uygulaması olarak geliştirildi. 549 milyon kullanıcıya sahip olan uygulama çalışma biçimi olarak WhatsApp'a benziyor.
- INSTAGRAM: Popüler fotoğraf paylaşım servisi. 2010 yılında ücretsiz iPhone uygulaması olarak geliştirilmişti. 2012 yılında Facebook tarafından 1 milyar dolara satın alındı.
- BAIDU TIEBA: Çin'in Google'ı olarak bilinen arama motoru Baidu'nun geliştirdiği sosyal ağ. 300 milyondan fazla aktif kullanıcıya sahip olan Baidu Tieba, online forum olarak kullanılıyor. Brezilya, Tayland, Vietnam ve Japonya için özel versiyonları bulunuyor.
- LINE: Güney Koreli Naver Corporation şirketinin Japonya'daki departmanı tarafından geliştirilmiş mesajlaşma uygulaması. Kullanıcılar herkese açık profil oluşturup paylaşımlar yapabiliyor. 2011 tarihinde kullanıma açılan uygulama Japonya, Tayland, Endonezya, Tayvan, Hindistan, İspanya ve Türkiye gibi farklı ülkelerde kullanılıyor. Kayıtlı kullanıcı sayısı 700 milyon. Günlük aktif kullanıcı sayısı 211 milyon.
- VKONTAKTE: Rusya'nın ve hatta Avrupa'nın en büyük sosyal ağı. Rus girişimci Pavel Durov tarafından 2006 yılında kuruldu. Kayıtlı kullanıcı sayısı 330 milyon. Günlük aktif kullanıcı sayısı ise 75 milyon. (ERGÜLER, 2015)

Yukarıdaki verilere bir de sosyal medya araçları arasında bir sıralama yapacak olursak, 2013 yılı itibarıyla en çok kullanılan sosyal medya araçları sırasıyla Facebook, Twitter ve Google+ olarak karşımıza çıkmaktadır. 2014 yılına bakıldığında ise en çok kullanılan sosyal medya araçları sırasıyla Facebook, QQ (Tencent) ve Qzone'dur. 2015 yılında ise en

çok kullanılan sosyal medya araçları sırasıyla Facebook, Instagram ve Snapchat'tir. Son üç yılda en çok kullanılan sosyal medya aracının hep Facebook olduğu görülüyor.

SOSYAL MEDYA VE UZAKTAN EĞİTİM

Teknolojinin hızlı gelişiminden eğitim de etkilenmektedir. Teknoloji, bilgisayar, internet ve sosyal medya ile sürekli etkileşimde bulunan yeni nesil, artık klasik sınıf içi etkinlikleri ile yapılan eğitimi sıkıcı bulabilmektedir. Dış dünyada daha fazla uyarıcı ile karşı karşıya olan öğrenci, sadece tek bir uyarıcının yani öğretmenin aktif olduğu uygulamaları yeterli bulamayabilmektedir.

Öğün eğitime çeşitli nedenlerle katılmayan öğrenciler için düşünülmüş olan “uzaktan eğitim” Ekiz (2002)'e göre “öğretici ve öğrenci arasında teknolojik araçlardan faydalanarak, yer ve zamandan bağımsız bir eğitim işbirliği sunmaktır” şeklinde tanımlanıyor. O halde uzaktan eğitim, teknolojinin gelişimine paralel olarak geliştirilmelidir. Örneğin, sosyal medya kullanılarak uzaktan eğitim zenginleştirilmelidir.

SOSYAL MEDYA ETKİLEŞİMLİ UZAKTAN EĞİTİM LİTERATÜRÜ

Literatür genel olarak araştırmacılar tarafından sosyal medya ve uzaktan eğitim penceresinden incelenmeye çalışıldığında, 2003 yılında Ekiz ve arkadaşlarının “Mantık Devreleri Dersine Yönelik İnternet Destekli Uzaktan Eğitim Uygulaması” adlı çalışmada çeşitli animasyon, görseller ve dokümanlarla zenginleştirilmiş ders içerikleri IBM Lotus “Learning Space” uygulamasına yerleştirilerek öğrencilerin hizmetine sunulmuştur. Yine benzer bir uygulama 2003 yılında Mutlu ve arkadaşları tarafından “Açık Öğretimde İnternete Dayalı Alıştırma Yazılımları Tasarımı –Genel Matematik Dersi Örneği-” adlı çalışmada ilgili derse ait eğitim yazılımından ve çeşitli açık öğretim uygulamalarından bahsedilmiştir. Dilek ve arkadaşları(2007) “SPSS İstatistik Paket Programının Öğretiminde, Geleneksel Yöntem İle Bilgisayar Destekli Öğretim Yönteminin Karşılaştırılması” adlı çalışmalarında, SPSS İstatistik Paketleri dersinin öğretiminde geleneksel öğretim yöntemine alternatif olarak hazırladıkları eğitim yazılımı ile bu öğretim yolunun da öğretimde etkili bir yöntem olduğunu ve öğretici ile öğrenciye kolaylık sağladığını göstermişlerdir. Ayrıca bilgisayar destekli eğitim ve teknoloji destekli eğitim ile ilgili Ersoy(2005)'un ve Ardahan(2002)'in birçok çalışmasının olduğu görülmüştür. Diğer birçok çalışmada ise genelde uzaktan eğitimi tanıtan literatür tarama çalışmaları şeklindedir. Bunun yanında uzaktan eğitim uygulamalarını (örneğin MOODLE vb.) tanıtan çalışmalarla da karşılaşmıştır. Örneğin Şen ve arkadaşlarının 2009 yılındaki “Düşük Maliyetli Web Tabanlı Uzaktan Eğitim Sistemi Uygulaması” adlı çalışmada açık kaynak kodlu yazılımların (CentOS, Moodle, OpenMeeting) çalışma şekilleri üzerinde durulmuştur.

Arat (5 Mayıs 2013)'in “Öğretmenlikte devrim yapın” adlı köşe yazısında ölçme değerlendirme yaparken sosyal medyadan faydalandığını şu sözleriyle açıklıyor: “Ders yılının başında öğrencilerime “Bu dersten ya 100 alırsınız, ya 89 alırsınız ya da kalırsınız.” derim. Yalova Üniversitesi'nde bu kuralı ilk kez ilan ederken dersin hiç bitmeyen sorumluluk ve ödevlerini ilan edip bunları yapmayacak olurlarsa 32 defa “kalırsınız” demiştim. Öğrenciler “Yandık” demişlerdi. Kendilerinden 12 kitap okumalarını, bir grup sunumu yapmalarını, her dersten sonra dersin Facebook sayfasında her ders oturumuyla ilgili bir yazı yazmalarını, iki arkadaşlarının yazısına yorum yapmalarını ve bir girişimciyle söyleşi yapıp videoya çekmelerini ve montajlı bir şekilde sunmalarını istemiştim. 14 buluşmada mazeretli dahi olsa 3 kez gelmeyen kalacaktı. Ayrıca bir final sınavı yapılacak, 4 soru sorulacak ve 4 soru tam olarak cevaplanacaktı. Bunlardan birini dahi yapmazlarsa kalacaklardı. Sonuç; tüm öğrenciler bunları yaptı; tamamını yapanlar 89; tüm görevleri zamanında yapıp sınıfta aktif katılım gösterenler 100 aldı. Kalansa olmadı.” Tüzel (2013) ise “Okul ile Öğrenci Yaşamı Arasındaki Duvarları Yıkamak: Popüler Medyayı Sınıfa Taşımak” adlı çalışmasında Medya okuryazarlığı eğitimi ile Türkçe derslerini ilişkilendirmeyi amaçlamış ve çalışmasında öğrencilerin ödevlerinin ve görüşlerinin paylaşıldığı bir ortam olarak Facebook'u etkin bir şekilde kullanmıştır. Birçok öğrencinin verilen ödevleri kâğıt tabanlı okuryazarlıktan sıyrılarak bu ortam aracılığıyla yapmak istediklerini hatta facebook ortamında sınıfta söz almakta çekinen öğrencilerin rahatlıkla paylaşımında bulunup arkadaşlarıyla etkileşime geçebildiklerini görmüş. Yani son iki çalışmada sosyal medyanın eğitim ile ilişkilendirildiği örnekler görüyoruz.

2015 yılında Mutlu ve arkadaşının “Uzaktan Öğrenme Deneyimlerinin Dijital Yaşam Günlüğü İle Yönetilmesi: Bir Akademik Yarıyıl Üzerinde Uygulama” adlı çalışmasında Uzaktan Öğrenme alanında uzaktan öğrenme yöntemiyle sürdürülen bir yüksek lisans programında kayıtlı bir öğrencinin sanal ortamda gerçekleştirdiği bütün öğrenme etkinliklerine ait bilgisayar ekranı ve kamera görüntüleri otuz saniyelik aralıklarla bir dönem boyunca kaydedilmiştir. Kaydedilen öğrenme deneyimleri öğrenme deneyimlerini yönetme yaklaşımıyla yorumlanmış, bağlam listeleri elde edilmiş ve öğrenme deneyimleri anlamlandırılmıştır. Bu süreç boyunca öğrenme deneyimlerinin planlanması, denetlenmesi ve değerlendirilmesi için çeşitli işlemler denetlenmiştir. İlk yazarın bir öğretim dönemi boyunca gerçekleştirdiği yaşam günlüğü uygulaması her iki yazarın gerçekleştirdiği yarı yapılandırılmış görüşmeler ve tutulan günlükler yardımıyla değerlendirilmiştir. Çalışmanın

sonucunda uzaktan öğrenme deneyimlerini kaydetme ve yönetme yaklaşımının öğrenenin kendi öğrenme süreci üzerindeki denetimini artırma potansiyeline sahip olduğu fark edilmiştir.

Sevgi, 2013 yılındaki “Sosyal Medya Etkileşimli Uzaktan Matematik Eğitimi” adlı çalışmasında *sosyal medya etkileşimi ile uzaktan matematik eğitimi verilebilir mi?* sorusuna cevap aramıştır. Bu amaç için Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokuluna kayıtlı 122 öğrenci ile 2013-2014 öğretim yılı güz döneminde Matematik dersinin “Rasyonel Sayılar” konusunu sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitimi ile işlemiştir. Aynı zamanda örgün eğitim ile aynı konuyu 154 kişilik öğrenci grubuna ise sınıf içi etkinliklerle işlemiştir. İki uygulama arasındaki farkı görmek için de her iki gruba da öntest-sontest uygulanmıştır. Sonuçlar SPSS 15 paket programı yardımıyla analiz etmiştir. Araştırma sonucunda Deney Grubu lehine anlamlı fark bulunmuştur. Yani Sosyal Medya Etkileşimli Rasyonel Sayılar Eğitimi, Sınıf içi Etkinliklerle gerçekleştirilen uygulamalara göre daha verimlidir. Çalışma sonucunda Sosyal Medya Etkileşimli Uzaktan eğitimin de çağımız eğitim sisteminde alternatif bir öğretim yöntemi olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmalara dikkat edilecek olursa literatürde sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitime dair birinci yazar Sevgi(2013)’den başka herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ayrıca son yıllarda en çok kullanılan sosyal medya aracının Facebook olması çalışmanın önemini artırmaktadır.

Bu araştırmanın temel amacı ise, internetin bu denli hayatımıza girdiği şu günlerde üniversite öğrencilerinin yetişkin bireyler olarak sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim metodu hakkındaki görüşlerini belirlemektir.

Ayrıca bu araştırma ile aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır:

- Öğrencilerin öğretim teknik ve yöntem geçmişleri nelerdir?
- Öğrencilerin haftalık internet kullanımı saat bazında kaç saattir?
- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı nedir?
- Öğretim programının sosyal medya aracılığı ile uzaktan eğitim olarak verilmesindeki öğrenci algısı nedir?
- Sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim etkili midir?
- Üniversite öğrencileri Facebook üzerinden yapılan eğitimi yararlı buluyorlar mı?

METODOLOJİ

Araştırma Modeli

Araştırma, nitel araştırma deseninde durum çalışması modeli kullanılarak yapılmıştır. Durum çalışması modeli sadece olan durumu ortaya koyar, bu modelde herhangi bir genelleme amacı güdülmez (Altuntaş ve arkadaşları, 2005).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 2013-2014 öğretim yılında güz döneminde Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu’nda çeşitli bölümlerde okuyan ve “Temel Matematik” dersini sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim yöntemi ile alan İşletme Yönetimi ve Maliye programlarına kayıtlı 122 birinci sınıf öğrencisi oluşturmaktadır (Gerçekçi Evren) (Altuntaş ve diğerleri, 2005). Araştırmanın örneklemini ise bu bölümlerden rastgele metot ile seçilerek yarı yapılandırılmış görüşme formu ile görüşleri alınmış 20 öğrenci oluşturmaktadır.

Verilerin Toplanması

Veriler toplanmadan önce Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu’nda çeşitli bölümlerinde öğrenim gören 1. sınıfa kayıtlı toplam 276 öğrenci ikiye ayrılmış ve bu öğrencilerden 122’sine matematik dersi rasyonel sayılar konusu sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim metodu kullanılarak anlatılmıştır. Daha sonra rasyonel sayılar konusunu sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim metodu ile alan öğrencilerden veriler toplanmıştır.

Veriler, yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Öncelikle araştırmacılar tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu uzman görüşü alınarak düzenlenmiş ve evrende bulunmayan farklı bir öğrenciye pilot uygulama yapılmış ve öğrencinin verdiği cevapların araştırmanın sorularına uygunluğu denetlendikten sonra görüşme formuna son hali verilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu ile çeşitli bölümlerde okuyan ve “Temel Matematik” dersinin Rasyonel Sayılar konusunu, sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim modeli ile alan öğrenciler içinden rastgele seçilmiş eşit sayıda kız ve erkek öğrenciler ile görüşmeler yapılmış ve araştırmanın verileri toplanmıştır. Görüşmeler ortalama 25 dakika sürmüştür.

Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Toplanan veriler nitel veri analizi tekniklerinden içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiş ve bulgular tablolardan yararlanılarak ortaya konmuş ve tablolar araştırmacılar tarafından yorumlanmıştır.

BULGULAR

Örneklemin Demografik Özellikleri

	Öğrenci Sayısı	Yüzde Frekansı
İşletme Yönetimi Programı	7	%35
Maliye Programı	13	%65
Kız	10	%50
Erkek	10	%50

Tablo 1. Görüşme yapılan öğrencilerin demografik özellikleri

Görüşme yapılan öğrencilerin %35 i İşletme Yönetimi programı öğrencisi, %65'i Maliye programı öğrencisidir. Görüşme yapılan öğrencilerin cinsiyetleri eşit olarak belirlenmiştir.

Matematik Kullanım Alanı Algısı

	Öğrenci Sayısı	Yüzde Frekansı
Bilim	6	%30
Mühendislik	3	%15
Ekonomi	13	%65

Tablo 2. Öğrencilerin matematik kullanım alanı algısı

Öğrencilere “Sizce matematik niçin gereklidir? Hayatımızın hangi alanlarında kullanırsınız?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soru ile hedef öğrencilerin matematiğe olan ilgisi yordanmıştır.

Öğrencilerden bu konuda üç ana başlıkta cevaplar alınmıştır. Öğrencilerin %65'i kendi bölümleriyle ilgili olarak ekonomiden bahsetmişler, öğrencilerin %30'u bilim yanıtı vermişler ve öğrencilerin %15'i mühendislik alanında matematiği kullanabileceğimizi söylemişlerdir.

Öğrencilerin Matematik Eğitimi Hikâyeleri

Öğrencilere üniversiteye gelmeden önce matematik derslerini hangi yöntemlerle aldıkları sorulmuş, soru öğrencilerin anlayabilmesi için, onlardan geçmiş matematik eğitimi deneyimlerinden örnekler vermeleri istenmiştir. Öğrencilerin tamamının düz anlatım yönteminden başka herhangi bir yöntem ile daha önce matematik dersini almadıkları belirlenmiştir. Bu nedenle, araştırmacıların kullandığı sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim yöntemi, öğrenciler için hayatlarında ilk kez yaşadıkları bir matematik eğitimi deneyimini ortaya koymaktadır.

Öğrenci 3: Öğretmen anlattı biz dinledik, bunun dışında farklı bir şey yapmadık derslerde. Hocalarımız bazen şekiller çizerek de anlatırlardı.

Öğrencilere daha önce aldıkları matematik eğitiminin etkililiği sorulduğunda ise öğrencilerden %80'i geçmiş matematik eğitiminin etkili olmadığını, %20'si ise etkili bir eğitim olduğunu söylemişlerdir.

	Öğrenci Sayısı	Yüzde Frekansı
Etkili Değildi	16	%80
Etkiliydi	4	%20

Tablo 3. Geçmiş matematik eğitiminin etkililiği

Öğrencilerden geçmiş matematik eğitimini etkili bulmayanlarına, bu durumun nedenleri sorulduğunda ise öğrenciler kendilerince 3 ana başlıkta niçin etkili bulmadıklarını açıklamışlardır.

	Öğrenci Sayısı (n)
Kendi Önyargılarımdan Ötürü	5
Öğretmenlerin Dersi Önemszememeleri	4
Öğretmen Eksikliği	7

Tablo 4. Geçmiş matematik eğitiminin yetersizlik nedenleri

Öğrencilerin yanıtları incelendiğinde öğrencilerden birçoğunun öz eleştiri yaparak ön yargılarını ortaya koyduğu, birçoğunun ise buldukları coğrafyadaki yetersizliklerden dolayı eğitimi etkili bulmadığı saptanmıştır.

Öğrencilerin İnternet Kullanımı

Öğrencilerin internet kullanımını ve internette yaptıkları aktiviteleri saptayabilmek için öğrencilere bazı sorular yöneltilmiştir.

	Öğrenci Sayısı	Yüzde Frekansı
10 saatten az	9	%45
10-20 saat arası	5	%25
20-40 saat arası	4	%20
40 saatten fazla	2	%10

Tablo 5. Öğrencilerin haftalık internete girme sıklığı

Öğrencilerin %45'i haftada internette 10 saatten az zaman harcadıklarını söylemişlerdir. Öğrencilerin sadece %10'u bir haftada internette 40 saatten fazla zaman harcadığını belirtmiştir.

	Öğrenci Sayısı	Yüzde Frekansı
Sosyal Medya	17	%85
Oyun	5	%25
Bilimsel Etkinlik	9	%45
Eğlence (film, müzik vb.)	6	%30
Bilgi Alma	4	%20

Tablo 6. Öğrencilerin internet aktiviteleri

Öğrencilere internette geçirdikleri zaman diliminde ne tür aktivitelerde bulduklarını sorduğumuzda ise öğrencilerin %85'i sosyal medyada zaman geçirdiğini belirtmiştir. Diğer öğrenciler ise oyun (%25), bilimsel etkinlik (%45), eğlence (%30) ve bilgi alma (%20) şeklinde yanıtlar vermişlerdir.

Öğrencilerin Sosyal Medya Etkileşimli Uzaktan Eğitim Hakkında Düşünceleri

Öğrencilere aldıkları sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim metodu hakkında görüşleri sorulduğunda öğrencilerin tamamı (%100) çok yararlı bulduklarını ifade etmişlerdir.

Öğrenci 6: “Kesinlikle çok yararlı buluyorum. Hem eğlendim hem öğrendim diyebilirim. Videoları tekrar tekrar izledim böylece anlamadığım yerleri tekrar etme fırsatı da buldum. Ayrıca bilgisayar ortamında ders çalışmak çok daha zevkliymiş hem de Facebook açıkken ders çalışmak beni çok motive etti. Arkadaşlarımın yorumlarını da okudum. Onların fikirlerini de öğrenmiş oldum.”

	Öğrenci Sayısı	Yüzde frekansı
Sosyal Medya Üzerinden Olması Beni Motive Etti.	18	%90
Anlamadığım Yerleri Tekrar Etme Fırsatı Buldum.	15	%75
Arkadaşlarımla Birlikte Çalışıp Yorum Yapma Fırsatı Bulduk.	6	%30
Ders Çalışırken Aklımda Bulunan İnternet Hep Açıkta.	4	%20

Tablo 7. Öğrencilerin olumlu düşüncelerinin nedenleri

Öğrencilere aldıkları sosyal medya etkileşimli uzaktan eğitim metodu hakkında görüşlerinin olumlu olmasının nedenlerini sordumuzda ise öğrencilerin %90'ı sosyal medya üzerinden öğretim yapılmasını kendilerini motive ettiğini çünkü zaten internette buldukları süre zarfında büyük ölçüde sosyal medyada zaman geçirdiklerini, sosyal medyanın bir ders içeriği ile birleştiğinde ise öğrenciler açısından bir motivasyon kaynağı olduğunu belirtmişlerdir.

Öğrencilerin %75'i dersleri tekrar etme şansı bulduğunu, bu şekilde yüzyüze ders esnasında öğretim elemanından tekrar etmesini sınıf baskısı nedeniyle isteyemezken videoları tekrar tekrar izleyerek bu baskı olmadan konuyu daha etkili anlayabildiğini ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin %30'u sevdiği arkadaşları ile birlikte videoları durdurarak ve üzerinde tartışarak izleyebildiğini ve bu yolla daha etkili öğrenme gerçekleştiğini belirtmişlerdir.

Öğrencilerin %20'si ise ders çalışırken hep "acaba sosyal medyadan bana bir bildirim geldi mi?" kaygısı yaşadıkları için ders çalışmalarının sıkça bölündüğünü fakat bu metod sayesinde böyle bir kaygı yaşamayarak, daha etkili öğrenmenin gerçekleştiğini söylemişlerdir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Öğrencilerin matematik algısı daha çok ekonomi ağırlıklıdır. Bunun nedeni ise okudukları programlardır. Çünkü öğrenciler sadece İşletme Yönetimi ve Maliye programlarından seçilmişlerdir.

Öğrencilerden alınan bilgilere bakıldığında daha önce öğrencilerin matematik eğitimi hikâyelerinde düz anlatım yöntemi dışında herhangi başka bir yöntem kullanılmadığı belirlenmiştir. Ülkemizde yapılan diğer araştırmalara bakıldığında öğretmenlerin birçoğunun sadece düz anlatım yöntemi ile ders anlattıkları görülmektedir. Gerek Milli Eğitim Bakanlığının araştırmalarına gerekse çeşitli akademisyenlerin araştırmalarına bakıldığında öğretmenlerin birçoğunun diğer ders anlatım yöntem ve tekniklerini bildikleri fakat hayata geçirmedikleri gözlemlenmektedir. Öztürk (2004) tarafından yapılan çalışmada bu sonucu desteklemektedir. Öztürk bu çalışmada, öğrenci ve öğretmen görüşleri arasındaki uyumluluğu tartışırken "uygulamaya katılan öğrenciler derslerine devam ettikleri öğretmenlerin en çok düz anlatım yöntemi ile ders işlediklerini belirtmişlerdir. Öğrenci görüşleri ile öğretmen görüşleri arasında bu boyutta öğretmenlerin en çok soru-cevap tekniğini kullandıklarını belirten ifadelerine karşılık öğrencilerin en çok düz anlatım yöntemi ile karşı karşıya kaldıklarına ilişkin verdikleri yanıt farklılık göstermektedir" ifadelerini kullanmıştır. 2005 yılında eğitim felsefesi ilerlemecilik olarak belirlenen yeni eğitim programlarıyla özellikle ders kitaplarındaki etkinliklerin birçoğu düz anlatım yöntemi dışındaki daha interaktif ders anlatım yöntem ve tekniklerine uygun hale getirilse de öğretmenler bu konuda hizmetçi eğitim alsalar bile, maalesef düz anlatım yönteminden vazgeçememektedirler.

Ülkemizde hala nitelikli öğretim ve öğretmen eksikliği sorunu bulunmaktadır. Özellikle kırsal bölgelerden gelen öğrenciler sıkça öğretmen eksikliği sorununu dillendirmişlerdir. Öğretmen eksikliği sorunu ise iki şekilde dile getirilmiştir. Bunlardan birincisi branş öğretmeni bulunmadığı için farklı branştan öğretmenlerin matematik dersine girmesi, ikincisi ise derslere öğretmen bulunmadığı için hiç öğretmen girmemesi ve derslerin boş geçmesi şeklindedir. 2014 yılında Milli Eğitim Bakanı Nabi Avcı tarafından Türkiye büyük Millet Meclisi'nde Türkiye'deki öğretmen açıkları hakkında bilgi verilmiştir. Bu bilgiye göre, en çok öğretmen ihtiyacı Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi alanında (18 bin 871). Daha sonra sırasıyla en çok öğretmen ihtiyacı olan alanlar şöyledir: Özel eğitim (13 bin 572), rehberlik (13 bin 347), İngilizce (12 bin 105), ilköğretim matematik öğretmenliği (7 bin 229), Türkçe (6 bin 274), beden eğitimi (5 bin 112), okul öncesi öğretmenliği (4 bin 781), fen bilimleri-fen ve teknoloji (4 bin 507), bilişim teknolojileri (4 bin 327), Türk dili ve edebiyatı (4 bin 296), sınıf öğretmenliği (3 bin 967), imam hatip liseleri meslek dersleri (3 bin 29), müzik (2 bin 951), matematik (2 bin 470), sosyal bilgiler (2 bin 371), biyoloji (bin 324), coğrafya (bin 166), Arapça (bin 60), güzellik ve saç bakım hizmetleri (886), Almanca (867), görsel sanatlar (605), tarih (584), el sanatları tek.-nakış (448), el sanat. tek.-el sanatları (433). Bu bilgiler öğrenciler tarafından belirtilen öğretmen eksikliği sonucunu desteklemektedir. Ayrıca bu açık istenilirse ve gerekli alt yapı çalışmaları yapıldığı takdirde uzaktan eğitim yöntemi ile de kapatılabilir. Bu çalışma öğretmen açığının kapatılabilmesi için uzaktan eğitimin kullanılabilmesine örnek teşkil etmektedir.

Öğrencilerin haftada ortalama 17 saat internet kullandıkları ve bu zamanın yarısından çoğunu sosyal medyada geçirdikleri belirlenmiştir. Bu 17 saatlik dilime öğrencilerin cep telefonu üzerinden kullandıkları internet zamanı da dahildir. Araştırmanın yapıldığı 2013 yılından bu yana başka sosyal medya uygulamalarının yaygınlaştığı göz önüne alınırsa bu sürenin daha da arttığı söylenebilir. Özellikle gençlerin kullandıkları anlık ileti uygulamaları ve bazı sosyal medya kanallarının da anlık iletiyi desteklemesi sonucunda gençler arasında sosyal medya kullanımının arttığı söylenebilir. Bir araştırma şirketi tarafından dünya çapında yapılan araştırmaya göre (Digital, Social & Mobile in 2015, We Are Social Singapore) Türkiye'de insanların günde ortalama 2,9 saat sosyal medyada vakit geçirdikleri saptanmış, bu süre haftalık bazda değerlendirildiğinde Türkiye'de haftalık sosyal medya kullanımının 20,3 saat olduğu belirtilmiştir. Bu bilgiler sosyal medya ortamında geçirilen sürenin giderek arttığını göstermektedir. Bu süre bu araştırmada olduğu gibi daha faydalı bir şekilde eğitim amacı ile de kullanılabilir.

Öğrenciler sosyal medya etkileşimli uzaktan matematik eğitimini genel olarak yararlı bulmuştur. Bunun en büyük nedeni bu öğretim yönteminin öğrenciler için yeni bir metot olması olabilir.

Öğrenci 7: *Bu benim için çok farklı bir yöntemdi. Hayatımda ilk kez bilgisayar karşısında matematik çalıştım.*

Ayrıca öğrencilerin ders çalışırken en çok dikkatlerini dağıtan unsurlardan birinin “Sosyal Medyadan İleti Alıp-Almama Kaygısı” olduğu göz önünde bulundurulursa, öğrencilerin çevrimiçi olduklarında derse daha iyi konsantre oldukları öğrenci görüşünden saptanmıştır:

Öğrenci 6: *Ders çalışırken ikide bir cep telefonumu kontrol ederdim. Ama şimdi hem facebook açık hem de ders çalışabiliyorum. Bu benim daha iyi konsantre olmama neden oldu bence.*

ÖNERİLER

Bu çalışmada araştırmacılar aynı zamanda eğitim faaliyetini yürütmüşlerdir. Ama farklı bir çalışmada bağımsız araştırmacılar ile yeniden araştırma tekrarlanacak olursa öğrenciler-araştırmacı arasındaki not çıkar ilişkisi olmaksızın daha farklı sonuçlar elde edilebilir.

KAYNAKLAR

- Altuntaş, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri 4. Baskı, Sakarya Kitabevi, Sakarya, 2005.
- Arat, M.(5 Mayıs 2013). Öğretmenlikte Devrim Yapın. http://www.zaman.com.tr/full-name/ogretmenlikte-devrim-yapin_2086042.html (Erişim Tarihi 25.10.2013).
- Ardahan, H. & Ersoy, Y. (2002). “Integrating TI-92/CAS in teaching concepts from Calculus: How it affects teachers’ conceptions and practices”. 2nd International Conference on the Teaching of Mathematics, July 1-6, 2002, Uni. of Crete, Greece. Abstract Book, s.70.
- Avcı, N. (2014). Hangi branşta ne kadar öğretmen açığı var? <http://www.memurlar.net/haber/474327/> (Erişim Tarihi: 10/12/2015).
- Demirel, H. H.(Belirtilmemiş). Çoktan Seçmeli Testler , www.egitim.aku.edu.tr/hhdemirel.ppt (Erişim Tarihi 25/10/2013).
- Digital, Social & Mobile in 2015. http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015/10-We-Are-Social-wearesocialsg_10ACTIVEINTERNET (Erişim Tarihi: 10/12/2015).
- Dilek, M., Tarımer, İ., Sakal, M. “SPSS İstatistik Paket Programının Öğretiminde, Geleneksel Yöntem İle Bilgisayar Destekli Öğretim Yönteminin Karşılaştırılması” Akademik Bilişim Konferansları, <http://ab.org.tr/ab07/program/48.html> (Erişim Tarihi 25/10/2013) 2007.
- Ekiz, E. “Mesleki-Teknik Eğitime Yönelik İnternet Destekli Uzaktan Eğitim Uygulaması”, IV. GAP Mühendislik Kongresi Bildiri Kitabı, Şanlıurfa, 6-8 Haziran 2003, cilt 1, s.703-709.
- Ekiz H., Bayam, Y. & Ünal, H. “Mantık Devreleri Dersine Yönelik İnternet Destekli Uzaktan Eğitim Uygulaması” The Turkish Online Journal of Educational Technology, Sayı 2,Cilt 4, 2003, s.92-99.
- Ergüler, D. Dünyanın En Popüler Sosyal Medya Ağları. http://www.zaman.com.tr/cumaertesi_dunyanin-en-populer-sosyal-medya-aglari_2328459.html (Erişim Tarihi: 10/12/2015).
- Ersoy, Y. “Matematik Eğitimi Yenileme Yönünde İleri Hareketler-I: Teknoloji Destekli Matematik Öğretimi” The Turkish Online Journal of Educational Technology, Sayı 4,Cilt 2, 2005, s.51-63.
- İşman, A. (2011). Uzaktan Eğitim, 4. Baskı, Pegema Yayınları, Ankara, 2011.
- Karakullukçu, E. 2015 Yılı Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Oranları. <http://www.webtekno.com/internet/2015-yili-genclerin-sosyal-medya-kullanim-oranlari-h6581.html> (Erişim Tarihi: 10/12/2015).
- Karasar, N. Bilimsel Araştırma Yöntemi, 23. Basım, Nobel Yayınevi,Ankara, 2012.

- Mutlu, M. E., Özöğüt, Ö., Çetinöz, N. & Yılmaz R. “Açıköğretimde İnternete Dayalı Alıştırma Yazılımları Tasarımı-Genel Matematik Dersi Örneği-” The Turkish Online Journal of Educational Technology, Sayı 2,Cilt 4, 2003, s.60-66.
- Mutlu, A.P., Mutlu M.E. “Uzaktan Öğrenme Deneyimlerinin Dijital Yaşam Günlüğü İle Yönetilmesi: Bir Akademik Yarıyıl Üzerinde Uygulama” Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi(AUAd) 2015, Cilt 1, Sayı 3, s.51-67.
- Önerli, B. İnternet Ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri 2014. <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2014/> (Erişim Tarihi: 10/12/2015).
- Öncü, H. Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme, Geliştirilmiş ve Genişletilmiş Üçüncü Baskı, Yaysan A.Ş., Ankara, 1999.
- Öztürk, Ç. Ortaöğretim Coğrafya Öğretmenlerinin Öğretim Yöntem ve Teknikleri Kullanabilme Yeterlilikleri, Gazi Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 5, Sayı 2,(2004), s.75-83.
- Sevgi,H.M. Sosyal Medya Etkileşimli Uzaktan Matematik Eğitimi, Selçuk Üniversitesi Ulusal Uzaktan Eğitim ve Teknolojileri Sempozyumu, Bildiri Kitapçığı(Tam Metin), sf.101-108, 1-3 Kasım 2013 Konya, 02/11/2013. <http://uzaktan.selcuk.edu.tr/galileo/bildiri/index.html>
- Şen, B., Atasoy F. & Aydın N. “Düşük Maliyetli Web Tabanlı Eğitim Sistemi Uygulaması” <http://ab.org.tr/ab10/bildiri/39.pdf> (Erişim Tarihi:25/10/2013).
- Turkcell’li Hayat Dergisi “Sosyal Medyanın Dünü Bugünü” <http://www.turkcell.com.tr/bireysel/yaritim/Sayfalar/duyurular/Turkcellli-Hayat-Dergisi.aspx> 2013. (Erişim Tarihi:25/10/2013).
- Tüzel, S. “Okul ile Öğrenci Yaşamı Arasındaki Duvarları Yıkarak: Popüler Medyayı Sınıfa Taşımak” 1.Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi, 2013, s.13-39.
- Wikipedia, Instagram. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Instagram> (Erişim Tarihi: 10/12/2015).
- Wikipedia, Vine. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Vine> (Erişim Tarihi: 10/12/2015).
- Wikipedia, LinkedIn. <https://tr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn> (Erişim Tarihi: 10/12/2015).

EKLER

Sosyal Medya Etkileşimli Uzaktan Matematik Eğitimi Hakkında Öğrenci Görüşme Formu:

TARİH:

SAAT:

Sevgili Öğrenci,

Bu form akademik bir çalışmaya veri hazırlamak için hazırlanmıştır. Verdiğiniz bilgiler kesinlikle herhangi ikici şahıslarla paylaşılmayacaktır. Elde edilen bilgiler tamamen bilimsel amaçlar için kullanılacak ve kimliğiniz kesinlikle gizli tutulacaktır.

Yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Öğr. Gör. Habip Mehmet SEVGİ (PhD)

(Selçuk Üniversitesi)

Okt. Soykan UYSAL (MA)

(Selçuk Üniversitesi)

Kişisel Bilgiler:

Cinsiyetiniz: O Bayan O Erkek

1. Sizce matematik ne için gereklidir? Hayatımızın hangi alanlarında kullanınız? Açıklar mısınız?
2. İlköğretim ve Lise yıllarında aldığımız matematik eğitimi hakkında ne söylediniz? Açıklar mısınız?
3. Sizce geçmişte aldığımız matematik eğitimi etkili bir eğitim miydi? Neden? Açıklar mısınız?
4. Haftada ortalama kaç saatinizi internet başında geçiriyorsunuz? İnternette genellikle ne tür aktiviteler yaparsınız?
5. “Uzaktan eğitim” size ne ifade etmektedir? Açıklar mısınız?
6. Geçtiğimiz günlerde Facebook üzerinden verilen matematik eğitimi sizce nasıldı? İyi bir yöntem olduğunu düşünüyor musunuz? Neden?
7. Sizce sınıf içi matematik eğitimi ile Facebook üzerinden verilen matematik eğitimini karşılaştırmanız istense ne söylediniz?

AKŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

YAZIM KURALLARI

1. Dergi, Akşehir Meslek Yüksekokulu'nun, bilimsel içerikli-hakemli yayınıdır ve yılda bir defa yayınlanır. Dergide Sosyal Bilimler alanında yapılmış araştırmalara yer verilir.
2. Dergide yayınlanacak eserlerin daha önce hiçbir bilimsel dergide yayınlanmamış olması zorunludur.
3. Dergide makale yazım dili Türkçe veya İngilizcedir. Yazım ve noktalamasında TDK İmlâ Kılavuzunun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçülere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.
4. Makaleler, A4 boyutundaki (210 x 297 mm) kağıda; üst ve alt kenarlardan 3,5 cm., sağ ve sol kenarlardan 2,5 cm. boşluk bırakılarak ve iki yana yaslı olarak yazılmalı; kaynaklar dahil 15 sayfadan fazla olmamalıdır.
5. Dergiye gönderilecek makaleler Microsoft Word programında yazılmalıdır. Çalışmanın başlığı büyük harfle ve koyu olarak, çalışmanın ortasına gelecek şekilde "Times New Roman" yazı karakteriyle 14 punto olmalıdır.
6. Çalışmanın başlığının hemen altında bir satır boşluk bırakarak yazar veya yazarların adları, akademik unvanlarıyla birlikte yazılmalı ve çalıştığı kurum (üniversite, fakülte, bölüm) adları ise (*) işaretiyle dipnot şeklinde sayfanın alt kısmında elektronik posta adresi ile birlikte verilmelidir. Yapılan çalışma herhangi bir kurum tarafından destek görmüşse, makalenin ana başlığının son kelimesi üzerine (*) konularak destek veren kurumun adı aynı sayfada dipnot olarak verilmelidir.
7. Çalışmanın özeti yazar ve yazar adlarından sonra bir satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Çalışmanın Türkçe özeti en fazla 300 en az 100 kelime olmalıdır. Özet "Times New Roman" karakterinde ve 9 punto olarak "italik" şekilde yazılmalıdır.
8. Çalışmada en az 3 ve en çok 7 kelimedenden oluşan Türkçe anahtar kelimeleri bulunmalıdır.
9. Çalışmanın İngilizce başlığı, özeti ve anahtar kelimeleri yukarıda belirtilen kıstaslar göz önünde bulundurularak Türkçe anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bulundurularak yazılmalıdır.
10. Çalışmanın ana metni, Giriş bölümü başta olmak üzere İngilizce anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bırakılarak yazılmaya başlanmalıdır. Çalışmada kullanılan başlıklarda numaralandırma yapılmamalıdır. Çalışma boyunca ana başlıklar "Times New Roman" karakterinde 14 punto, "ortalı" ve "koyu" olarak, ana başlık altındaki ara başlıklar ise 12 punto, "ortalı" ve "koyu" olarak, ara başlıkların altındaki başlıklar ise 10 punto, "soldan" ve "koyu" olarak, metin ise 9 punto ve "iki yana yaslı" olarak yazılmalıdır. Çalışmada kullanılan ana başlıklardan önce ve sonra bir satır boşluk bırakılmalı, diğer başlıklarda ise sadece başlık öncesi bir satır boşluk bırakılmalıdır.
11. Çalışma boyunca yazılacak metin sırasında kullanılacak paragraf ölçüleri ise metin iki yana yaslı olmalı, ilk satır 0,5 cm. olmalı, her bir paragraf sonrası 6nk aralık verilmeli ve tek satır aralığı kullanılmalıdır.
12. Çalışmada kullanılacak şekiller ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve şeklin altında yer almalıdır. Şeklin ismini hemen altında ise şeklin kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Şekillerde kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
13. Çalışmada kullanılacak tablolar ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve tablonun üstünde yer almalıdır. Tablonun hemen altında ise tablonun kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Tablolarda kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
14. Dergiye gönderilecek
 - Türkçe makaleler için;
 - Ana Başlık; Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar belirtilmeli ve e-posta adresi verilmeli); Özet; Anahtar Kelimeler; İngilizce Başlık; Abstract; Keywords; Giriş; Materyal ve Metot; Bulgular ve Tartışma (veya Bulgular); Sonuç (veya Tartışma ve Sonuç); Kaynaklar şeklinde düzenlenmelidir.
 - İngilizce makaleler için;
 - İngilizce ana başlık, Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar-corresponding author-belirtilmeli ve e-mail adresi verilmeli); Abstract; Keywords; Türkçe Başlık; Özet; Anahtar Kelimeler; Introduction; Material and Methods; Results (or Results and Discussion); Discussion and Conclusion (or Conclusion); References şeklinde düzenlenmelidir.
15. Yararlanılan kaynaklar metin içerisinde Yazar soyadı, yıl ve sayfa numarası sistemine göre belirtilmeli ve yazar isimleri baş harfi büyük diğer harfler küçük olarak yazılmalıdır. İki yazarlı kaynak bildiriminde ve (makale İngilizce hazırlanmışsa and); üç veya daha fazla kaynak bildiriminde vd., (makale İngilizce hazırlanmışsa et al.,) kısaltması kullanılmalıdır. Metin içerisinde kullanılan kaynaklar, metin sonunda (kaynaklar kısmında) numara kullanılmadan alfabetik sıraya göre verilmelidir.
 - Tek yazar olması durumunda; (Karasioğlu, 2007 ; 35-37)
 - İki yazar olması durumunda; (Karasioğlu ve Göktürk, 2009; 65)
 - İki'den fazla yazar olması durumunda; (Karasioğlu vd., 2006;156)

- Birden fazla yazar ard arda verilmesi durumunda; (Karasioğlu, 2005; Karasioğlu ve Göktürk, 2006; Aydın vd., 2007)
16. Aynı yazara ait aynı yıl yayınlanmış eserlerin metin içerisinde gösterimi (Karasioğlu, 2008a; 2008b) şeklinde olmalıdır.
17. Yazar ismi belli olmadığı durumlarda, Türkçe kaynak için hem metin içerisinde hem de kaynaklar bölümünde Anonim, yıl ifadesi kullanılmalıdır. Yazarı belli olmayan yabancı kaynak ise, metin içerisinde Anon. yıl, kaynaklar bölümünde ise Anonymous yıl olarak verilmelidir.
18. İnternet kaynakları ise, metin içerisinde (Karasioğlu, 2003) yıl şeklinde verilmelidir. Kaynaklar bölümünde ise, URL, yıl şeklinde gösterilip sayfa adresi açıkça yazılmalıdır.

ÖRNEKLER

- Makaleler:
GÜREDİN, E. (1987). "Türkiye'de Denetim Standartlarının Oluşumu", **Mali Sorunlara Çözüm Dergisi**, sayı: 33-34, s.21-29.
- Bildiriler:
Akdağ, M., & Tok, H. (2004). "Geleneksel öğretim ile power point destekli öğretimin öğrenci erişimine etkisi". **XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı**, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya, Turkey, 06-09 Temmuz.
- Kitaplar:
Davutoğlu, Ahmet. **Stratejik Derinlik, Türkiye'nin Uluslararası Konumu**, İstanbul, Küre Yayınları, 2001.
- Tezler:
ÖZKAN, T. (1997). "Ticari bankacılıkta kredi fiyatlandırma teknikleri". **Yayımlanmamış doktora tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para ve Banka Anabilim Dalı.
- Ansiklopediler
Bergmann, P.C. (1993). Relativity. **In The new encyclopedia Britannica** (Vol. 26, pp. 501-508). Chicago: Encyclopedia Britannica.
- Elektronik Kaynaklar
WEIBEL, S. (1995). **Metadata: the foundations of resource description**. *D-lib Magazine*, [Online] Available at: <<http://www.dlib.org/dlib/July95/07weibel.html>>, [Erişim tarihi: 19.02.2007].
- Süreli Yayınlar / Dergiler:
Yücelt, U. ve Marcella, M. (1996). "Services Marketing in the Lodging Industry: an Empirical Investigation", **Journal of Travel Research**, 34 (4): 32- 38.
- Kurum Yayını:
İTO (2003), **Ekonomik Rapor**, İTO Yayınları No: 2003-57, İstanbul.

19. Makale dergi editörlüğüne sunulmadan önce yazım kurallarına uygunluğu kontrol edilmelidir.
20. Yayımlanan yazı ve çevirilerin her türlü sorumluluğu yazara aittir.
21. Metinle ilgili her türlü düzeltme yazar(lar) tarafından yapılır.
22. Dergiye gönderilecek makaleler e ait ilk başvuru bir dilekçe ile yapılmalıdır. Dilekçede makale ismi, yazar isimleri iletişim amaçlı telefon ve e-mail adresi belirtilmelidir. Dilekçede, gönderilen çalışmaların başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olduğu belirtilmelidir.
23. Makale 3 nüsha printer çıktısı ve 1 adet cd/dvd olarak dergi editörlüğüne posta yolu ile gönderilmeli, ayrıca e-posta ile de aksehirdergi@selcuk.edu.tr adresine gönderilmelidir.
24. Dergide yayınlanacak yazıların yazım ve dilbilgisi kurallarına uygun olması şarttır. Dergi Yayın Kurulu, gerekli gördüğü takdirde eserin sahibinden içerik ve şekil bakımından değişiklikler isteme hakkına sahiptir.
25. Dergi Yayın Kurulu, biçim ve dizayn açısından uygun bulduğu yazıları bilgisayar programı tarafından random atanan üç hakeme gönderir, makaleler üç hakemden ikisinin kabul onayı ile hakem raporlarının tamamlanma tarihlerine göre sıraya konarak yayınlanır.
26. Dergide yayınlanan yazıların telif hakkı AKMYO Sosyal Bilimler Dergisi' ne aittir.
27. Yayın hakları saklıdır. AKMYO Sosyal Bilimler Dergisinin yazılı izni alınmaksızın dergide yayınlanan çalışmaların bütünü veya bir kısmı elektronik, mekanik kayıtlama veya benzeri bir araçla herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez, özetlenemez ve yayınlanamaz. Ancak, kaynak göstermek şartıyla alıntı yapılmasını izin verilir.