



İÇİNDEKİLER

- **POSTKOLONYAL PERSPEKTİFTEN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA KÜRESEL BİR MARKA: ZARA ÖRNEĞİ**
A GLOBAL BRAND IN PUBLIC RELATIONS STUDIES FROM THE POSTCOLONIAL PERSPECTIVE: THE CASE OF ZARA
Aysun KÖKTENER, Sadık SAYILGANOĞLU, Özge TOPÇU
- **MİMARİ MEKAN TASARIMLARINDA YER ALAN GRAFİK TASARIM ÖGELERİNİN ANLAMSAL ANALİZİ**
AN ANALYSIS OF GRAPHIC DESIGN ELEMENTS IN THE ARCHITECTURAL DESIGN OF A SPACE
Bekir AKBAL, Nursan KORUCU TAŞOVA
- **İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ İŞLEVİ OLARAK PERSONEL BULMA, SEÇME VE PERSONELİ İŞE YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ SORUNLAR: TURİZM İŞLETMELERİ ÖRNEĞİNDE TEORİK BİR İNCELEME**
PROBLEMS IN THE PROCESSES OF PERSONNEL RECRUITMENT, SELECTION AND PLACEMENT AS A FUNCTION OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT: A THEORIC RESEARCH IN THE CASE OF TOURISM ENTERPRISES
Elbeyi PELİT, Serkan AK
- **BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞINDAN GÜNÜMÜZE ERMENİ TERÖRİZMİ**
SINCE FIRST WORLD WAR TO THIS DAY: ARMENIAN TERRORISM
Elvin JAFARLI, Kamil Veli NERİMANOĞLU
- **SİGORTA ACENTELERİNDE İÇ KONTROL SİSTEMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR ETKİNLİĞİNİN SAĞLANMASI**
INTERNAL CONTROL SYSTEM INSURANCE AGENTS AND SUSTAINABLE EFFICIENCY PROTECTION
Hüseyin DEMİRCİ, Faris KOCAMAN
- **YEREL YÖNETİMLERDE SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA İSTANBUL HALK EKMEK A.Ş.'NİN İNCELENMESİ**
AN ANALYSIS OF İSTANBUL HALK EKMEK WITHIN THE CONTEXT OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN LOCAL GOVERNMENTS
Mevlüt ERYİĞİT, Gonca YILDIRIM
- **ENJEKSİYON KALIPLARINDA KESKİN KÖŞELİ GEOMETRİLERİN OLUŞTURABİLMESİ İÇİN MEKANİK BİLEZİK**
MECHANICAL BRACELET FOR THE FORMATION OF SHARP CORNERED GEOMETRY IN INJECTION MOLDS
Özgür DURSUN, Hasan SAYGIN
- **TURİZM İŞLETMELERİNİN SPA BÖLÜMLERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ AÇISINDAN ERGONOMİNİN İNCELENMESİ**
A RESEARCH ON ERGONOMICS REGARDING OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY IN SPA DEPARTMENT OF TOURISM FIRMS
Şebnem BALTA, Haydar ÖZPINAR



www.aydin.edu.tr

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

Cilt 10 Sayı 2 - Nisan 2018 - ISSN 1309-1352

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ - Cilt 10 Sayı 2 - Nisan 2018 - ISSN 1309-1352

<http://iaud.aydin.edu.tr>

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ ISSN: 1309-1352

İAÜ Adına İmtiyaz Sahibi:

Dr. Mustafa AYDIN
(Mütevelli Heyet Başkanı)

Yazı İşleri Müdürü / Baş Editör:

Prof. Dr. Hülya YENGİN

Editör Kurulu:

Doç. Dr. Deniz YENGİN
Arş. Gör. Tamer BAYRAK

Teknik Hazırlık:

Akademik Çalışmalar Koordinasyon Ofisi

İdari Koordinatör

Gamze AYDIN

Grafik Tasarım

Elif HAMAMCI

Türkçe Redaksiyon

N. Dilşat KANAT

İngilizce Redaktion

Çiğdem TAŞ

Yazışma Adresi:

Florya Yerleşkesi, Beşyol Mah. İnönü Cad.
No:38 Küçükçekmece, İstanbul
Tel: 444 1 428 - **Faks:** 0 212 425 57 59

<http://iaud.aydin.edu.tr>

Baskı: Armoninuans Matbaa

Adres: Yukarıdudullu, Bostancı Yolu Cad.
Keyap Çarşısı B- 1 Blk. N.24 Ümraniye/İst.

Tel: 0(216) 540 36 11 pbx

Faks: 0(216) 540 42 72

E-Mail: info@armoninuans.com

Bilimsel Hakem Kurulu

Prof. Dr. GÖKMEN Altay

Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. ANARIM Emin

Boğaziçi Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. RUIZ Luis M.S.

UPV, İspanya

Prof. Dr. CHAPARRO Luis F.

University of Pittsburg, ABD

Prof. Dr. DURU M. Nafiz

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. ZERBI Giuseppe

Udine University, İtalya

Prof. Dr. ERCAN M. Nazmi

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. GABRIELS Donald

Gent University, Belçika

Prof. Dr. VARLIK Candan

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. ASLAN Zehreddin

İstanbul Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. HARBA Rachid

Orleans University, Fransa

Prof. Dr. SOYLU Şeref

Sakarya Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. JENANNE Rachid

Orleans University, Fransa

Prof. Dr. KARTAL Mesut

İstanbul Teknik Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. KUNTMAN Ayten

İstanbul Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. ÖZPINAR Haydar

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. KARACUHA Ertuğrul

İstanbul Teknik Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. GÜNAY Veysel

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. UTLU Zafer

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. GEZGİN Suat

İstanbul Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. GİRGİN Atilla

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. ARAL Turhan Nejat

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. ALEMDAR Korkmaz

Atılım Üniversitesi, Türkiye

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, özgün bilimsel araştırmalar ile uygulama çalışmalarına yer veren ve bu niteliği ile hem araştırmacılara hem de uygulamadaki akademisyenlere seslenmeyi amaçlayan hakem sistemini kullanan bir dergidir. EBSCO ve DOAJ Tarafından Uluslararası Taranmaktadır.

Prof. Dr. GÜNGÖR Nazife	Üsküdar Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. YENGİN Deniz	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. AYDEMİR Müberra Eser	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. ALTAN, Mehmet Fatih	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. GENÇYILMAZ M. Güneş	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. HEPERKAN Hasan Alpay	İstanbul Aydın Üniversitesi,
Prof. Dr. AKATA Hüseyin Erol	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. ERTEPINAR Hamide	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. AYDIN Nizamettin	Yıldız Teknik Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. BİLGİLİ Erdem	Piri Reis Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. CATTANİ Carlo	Università di Salerno, Italya
Prof. Dr. ÇEKİÇ Yalçın	Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. CEYLAN Murat	Konya Selçuk Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. DÖKMEN Funda	Kocaeli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. KARAKAŞ Şuayip	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. BABÜR TOSUN Nurhan	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. ÜNKAYA Gülümser	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. GÜNGÖR Ali	Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. HASAN Siddiqi	Abul BMAS Eng. College, Hindistan
Prof. Dr. CANKAYA Özden	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. KARAHOCA Adem	Bahçeşehir Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. KALA Ahmet	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. KARAMZADEH Saeid	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. ARTUK Emin	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. DOĞAN Vahit	Gazi Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. KANBUROĞLU Özer	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. ÖNER Demir	Maltepe Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. PASTACI Halit	Haliç Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. SİVRİ Nüket	İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. MARŞAP Akın	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. İREM Celal Nazim	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. YENGİN Hülya	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. ŞİMŞEK Melda Cinman	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. SÜTÇÜ Cem S.	Marmara Üniversitesi, Türkiye
Doç. Dr. ALGÜL And	İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

DERGİSİ

NİSAN 2018

ISSN: 1309 -1352

CİLT 10 - SAYI 2

DOI: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38

İlişim

<http://iaud.aydin.edu.tr/2018-nisan-cilt-10-sayi-2/>

Editör

Prof. Dr. Hülya YENGİN

Editör Yardımcıları

Doç. Dr. Deniz YENGİN

Arş. Gör. Tamer BAYRAK

iaud.aydin.edu.tr

İçindekiler

Prof. Dr. Hülya YENGİN, Editörden



ARAŞTIRMA MAKALELERİ

POSTKOLONYAL PERSPEKTİFTEN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA KÜRESEL BİR MARKA: ZARA ÖRNEĞİ

A GLOBAL BRAND IN PUBLIC RELATIONS STUDIES FROM THE POSTCOLONIAL PERSPECTIVE: THE CASE OF ZARA
Aysun KÖKTENER, Sadık SAYILGANOĞLU, Özge TOPÇU 1

MİMARİ MEKAN TASARIMLARINDA YER ALAN GRAFİK TASARIM ÖGELERİNİN ANLAMSAL ANALİZİ AN ANALYSIS OF GRAPHIC DESIGN ELEMENTS IN THE ARCHITECTURAL DESIGN OF A SPACE

Bekir AKBAL, Nursan KORUCU TAŞOVA 21

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ İŞLEVİ OLARAK PERSONEL BULMA, SEÇME VE PERSONELİ İŞE YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ SORUNLAR: TURİZM İŞLETMELERİ ÖRNEĞİNDE TEORİK BİR İNCELEME

PROBLEMS IN THE PROCESSES OF PERSONNEL RECRUITMENT, SELECTION AND PLACEMENT AS A FUNCTION OF
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT: A THEORIC RESEARCH IN THE CASE OF TOURISM ENTERPRISES
Elbeyi PELİT, Serkan AK 39

BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞINDAN GÜNÜMÜZE ERMENİ TERÖRİZMİ

SINCE FIRST WORLD WAR TO THIS DAY: ARMENIAN TERRORISM
Elvin JAFARLI, Kamil Veli NERİMANOĞLU 75

SİGORTA ACENTELERİNDE İÇ KONTROL SİSTEMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR ETKİNLİĞİNİN SAĞLANMASI

INTERNAL CONTROL SYSTEM INSURANCE AGENTS AND SUSTAINABLE EFFICIENCY PROTECTION
Hüseyin DEMİRCİ, Faris KOCAMAN 85

YEREL YÖNETİMLERDE SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA İSTANBUL HALK EKMEK A.Ş.'NİN İNCELENMESİ

AN ANALYSIS OF ISTANBUL HALK EKMEK WITHIN THE CONTEXT OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN LOCAL GOVERNMENTS
Mevlüt ERYİĞİT, Gonca YILDIRIM 101

ENJEKSİYON KALIPLARINDA KESKİN KÖŞELİ GEOMETRİLERİN OLUŞTURABİLMESİ İÇİN MEKANİK BİLEZİK

MECHANICAL BRACELET FOR THE FORMATION OF SHARP CORNERED GEOMETRY IN INJECTION MOLDS
Özgür DURSUN, Hasan SAYGIN 123

TURİZM İŞLETMELERİNİN SPA BÖLÜMLERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ AÇISINDAN ERGONOMİNİN İNCELENMESİ

A RESEARCH ON ERGONOMICS REGARDING OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY IN SPA DEPARTMENT
OF TOURISM FIRMS
Şebnem BALTA, Haydar ÖZPINAR 139

DOI LİSTELERİ



POSTKOLONYAL PERSPEKTİFTEN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA KÜRESEL BİR MARKA: ZARA ÖRNEĞİ

Aysun KÖKTENER, Sadık SAYILGANOĞLU, Özge TOPÇU

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2001.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.1-20

MİMARİ MEKAN TASARIMLARINDA YER ALAN GRAFİK TASARIM ÖĞELERİNİN ANLAMSAL ANALİZİ

Bekir AKBAL, Nursan KORUCU TAŞOVA

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2002.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.21-38

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ İŞLEVİ OLARAK PERSONEL BULMA, SEÇME VE PERSONELİ İŞE YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ SORUNLAR: TURİZM İŞLETMELERİ ÖRNEĞİNDE TEORİK BİR İNCELEME

Elbeyi PELİT, Serkan AK

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2003.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.39-74

BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞINDAN GÜNÜMÜZE ERMENİ TERÖRİZMİ

Elvin JAFARLİ, Kamil Veli NERİMANOĞLU

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2004.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.75-84

SİGORTA ACENTELERİNDE İÇ KONTROL SİSTEMİ VE SÜRDÜRELEBİLİR ETKİNLİĞİNİN SAĞLANMASI

Hüseyin DEMİRCİ, Faris KOCAMAN

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2005.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.85-100

YEREL YÖNETİMLERDE SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA İSTANBUL HALK EKMEK A.Ş.'NİN İNCELENMESİ

Mevlüt ERYİĞİT, Gonca YILDIRIM

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2006.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.101-122

ENJEKSİYON KALIPLARINDA KESKİN KÖŞELİ GEOMETRİLERİN OLUŞTURABİLMESİ İÇİN MEKANİK BİLEZİK

Özgür DURSUN, Hasan SAYGIN

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2007.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.123-138

TURİZM İŞLETMELERİNİN SPA BÖLÜMLERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ AÇISINDAN ERGONOMİNİN İNCELENMESİ

Şebnem BALTA, Haydar ÖZPINAR

Link: http://iaud.aydin.edu.tr/wp-content/uploads/2018/04/iaud_v10i2008.pdf

DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.139-148

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

(ISSN: 1309-1352)

Odak ve Kapsam

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, bilimin rehberliğinde dünyaya açılmak, içinde bulunduğu topluma ulaşabilmek, onların değişen ve gelişen taleplerine öncülük etmek için araştırmacıların özün bilimsel makalelerini uluslararası yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayımlamak amacını güder. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin yayın organıdır. Çeşitli konularda özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bir süreli yayındır. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi hakemli bir dergidir ve 2009 yılından beri yayımlanmaktadır.

İndeks ve Özet Bilgisi

EBSCO Academic Search Complete, Academic Search Ultimate and One Belt, One Road Reference Source, DOAJ

Değerlendirme Süreci

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisine gönderilen makaleler, iki hakem tarafından değerlendirilir. Hakemlerden birinin olumsuz, diğerinin olumlu görüş bildirmesi durumunda Yayın Kurulu hakem raporlarını inceleyerek makalenin işlem sürecini üçüncü bir hakeme gönderme yönünde ya da yazarına iade etme şeklinde belirler. Makalenin yayımlanabilmesi için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi gerekir. Makaleler turnit-in ve/veya iThenticate intihal yazılımları ile kontrol edilmektedir. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayıma hazır hale gelir ve kabul sırası dikkate alınarak uygun görülen sayıda yayımlanır.

Yayın Sıklığı

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Ocak, Nisan, Temmuz, Ekim olmak üzere yılda 4 kez yayımlanır. Dergiye belli bir sayı için makale kabul edilmemektedir. Yazarlar istediği zaman makalesini gönderebilir. Değerlendirme süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi dikkate alınarak yayımlanır.

Açık Erişim Politikası

Açık erişimin bilginin evrensel kullanımını artırarak, insanlık için yararlı sonuçlar doğuracağı düşüncesinden hareketle, İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Açık Erişim politikasını benimsemiştir. Dergi, yazarlardan devraldığı ve yayımladığı içerikle ilgili telif haklarından, bilimsel içeriğe evrensel Açık Erişimin (Open Access) desteklenmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunmak amacıyla, bilinen standartlarda kaynak olarak gösterilmesi koşuluyla, ticari kullanım amacı ve içerik değişikliği dışında kalan tüm kullanım (bağlantı verme, kopyalama, baskı alma, herhangi bir fiziksel ortamda çoğaltma ve dağıtma vb.) haklarını bedelsiz kullanıma sunmaktadır. İçeriğin ticari amaçlı kullanımı için yayınevinden yazılı izin alınması gereklidir.

Abonelik

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi ücretsiz dağıtımı yapılan bir dergidir. Dergimizi belli başlı bilgi merkezlerinde ve üniversite kütüphanelerinde bulabilirsiniz. Ayrıca, elektronik dergi olarak internet üzerinden ücretsiz erişim mümkündür.

Editörden

Sevgili İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Okuyucuları,

İAÜD'nin, Nisan 2018 Cilt 10 Sayı 2 (38. sayı) yayınımları sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında titiz hakem süreci sonrasında kabul edilen 17 yazarın 8 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak ya da eserlerinizi yayınlamak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere İAÜD Sekreterliği iaud@aydin.edu.tr adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Saygılarımla,

Editör

Prof.Dr. Hülya YENGİN

İstanbul Aydın Üniversitesi

Florya Kampüsü 34295

İstanbul TÜRKİYE

Tel: +90 212 4441428

E-mail: hulyayengin@aydin.edu.tr

URL: <http://iaud.aydin.edu.tr>

POSTKOLONYAL PERSPEKTİFTEN HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARINDA KÜRESEL BİR MARKA: ZARA ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Aysun KÖKTENER

İstanbul Aydın Üniversitesi

aysunkoktener@aydin.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-6846-9196>

Sadık SAYILGANOĞLU

İstanbul Aydın Üniversitesi

sadiksayilganoglu@hotmail.com

Özge TOPÇU

İstanbul Aydın Üniversitesi

ozgeetopcu@hotmail.com

ÖZ

Postkolonyal terimi ilk olarak 1970’lerde sömürgecilikten yeni kurtulan toplumlara gönderme yaparken, zaman içinde terimin kapsamı genişlemiştir. Günümüzde bu minvalde ileri sürülen savlar artık Birinci Dünyayı kapsayacak şekilde de karşımıza çıkmaktadır. Genel anlamda bakıldığında birçok disiplini içinde barındıran postkolonyalizm kavramı, batı hegemonyasına yani emperyalizme karşı eleştirel bir yaklaşım geliştirmiştir. Postkolonyal çalışmaların temel sorunsalı Batılı ülkelerden Batılı olmayan ve “öteki” olarak konumlandırılmış ülkelere siyasal, ekonomik ve kültürel müdahalelerdir. Bir anlamda da hakim yabancı gücün kendi politik ve ekonomik çıkarına uyacak şekilde “öteki” olarak konumlandırılan, edilgen ülkelerin üretim sistemlerini yeniden düzenlemek ve yeni sömürgeciliği analiz etmektir. Bu kavramda önemli isimler olarak Edward Said, Homi Bhabba ve Gayathri Spivak karşımıza çıkmaktadır. Son 20 yıla bakıldığında postkolonyal alandaki çalışmaların görünürlük kazandığını söylemek mümkündür. Postkolonyal çalışmalar kendisini pozitif anlamda bir kuramla tanımlarken, radikal anlamda da bir eleştiri olarak tanımlamaktadır. Her

ne kadar, postkolonyalizm kavramına, farklı paradigmlar ve farklı yaklaşımlarla bazı tanımlamalar getirilmiş olsa da, esas itibariyle bu çalışmalar, küresel ölçekte toplumsal hak ve adalet arayışı üzerine konumlandırılmış bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Postkolonyalizm, Kolonyalizm, Temiz Giysi Kampanyası, Zara, Rana Plaza*

A GLOBAL BRAND IN PUBLIC RELATIONS STUDIES FROM THE POSTCOLONIAL PERSPECTIVE: THE CASE OF ZARA

ABSTRACT

The term “Postcolonial” was first introduced to the newly rescued communities from colonialism in the 1970s, but in time the meaning of the term has expanded. Nowadays, the arguments put forward in this way are emerging within the context of the First World. In general terms, the notion of postcolonialism, which houses many disciplines, has developed a critical approach against western hegemony. The main problematic that the postcolonial studies deal with is the economic and cultural interventions by the Western countries to the non-Western and the “other” countries. In a sense, the dominant foreign power is to rearrange the production systems of passive countries and to analyze new colonialism, positioned as the “other” to fit in with its political and economic interests. Edward Said, Homi Bhabba and Gayathri Spivak are emerging as important figures in this concept. Looking at the last 20 years, it is possible to say that the workings in the postcolonial area have gained visibility. The most striking of these is the history and anthropology. But its effect has spread rapidly to other fields, especially to scientific. In recent years, postcolonial studies have also been observed in other social areas. Postcolonial work defines itself as a positive theorem, while in the radical sense it defines it as a critique. Although postcolonialism has been given some definitions with different paradigms and different approaches, it is essentially an approach that is based on the search for social rights and justice on a global scale. In other words, it is a manifestation of social attitude.

Keywords: *Psycholonialism, Colonialism, Clean Clothes Campaign, Zara, Rana Plaza*

GİRİŞ

Postkolonyalizmin temeli Batı dünyasında atılmış olup bugünün dünyasında yeniden şekillenen uluslararası ilişkiler sistematığının çözülmesinde referans alınan bir kavram haline gelmiştir. Postkolonyal terimi ilk ortaya çıktığı 70’li yılların başında kolonyalizmden yeni kurtulmuş toplumlara gönderme yapsa da terimin kapsamı o zamandan bu yana oldukça genişlemiştir. Günümüzde postkolonyal terimi edebiyat, sinema, eleştirel teori ve kültürel çalışmaların ön eki niteliğindedir ve ilgilendiği konular postmodernizm, küreselleşme, diaspora çalışmaları ve alan çalışmaları gibi beşeri ve sosyal bilimlerin daha geniş alanları içerisindedir (Sönmez, 2015: 77).

Postkolonyalizm kavramında “post” eki “sonra” anlamına gelse bile, postkolonyalizmi sömürgecilik sonrası dönem olarak nitelendirmek, bu kavramın kısıtlanması anlamına gelecektir. Postkolonyal düşüncenin özellikle post-yapısalcılık ve post-modernizm ile olan etkileşimi, bu kavramın “sömürge sonrası” olarak kullanılmamasının nedenlerinden sadece biridir (Yetişkin, 2010a: 10). Dolayısıyla Postkolonyalizm eski bir terminolojinin varisi olsa da bu terminolojide var olan kavramlaştırmalardan bağına radikal bir biçimde koparmış olması onun, sadece Birinci Dünya toplumlarını kapsayacak şekilde değil, savlarını tüm dünyaya uygulanabilir kılacak şekilde de genişlediğinin bir kanıtıdır.

Postkolonyal kavramı özellikle sömürgecilik, yeni-sömürgecilik, ötekileştirme, ayrımcılık gibi türlere odaklanmaktadır. Bu doğrultuda postkolonyal kavramının ilk çıkış noktası olan sömürgeciliğe daha derinlikli bakmak gerekmektedir. Çünkü sömürgecilik; bir hakim yabancı gücün politik ve aynı zamanda ekonomik çıkarına da uygun olacak şekilde bir yerin hukuk, eğitim gibi sistemleri yeniden düzenlemesi olarak tanımlanabilir. Sömürgecilik, bir tektipleştirme olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda postkolonyal okuma, sanat, tarih, hukuk ekonomi ve bilime nüfuz etmiş ekonomi-politik sömürgeciliğini yeniden okuma yöntemi olarak açıklanabilmektedir (Yetişkin, 2010b: 15). Genel anlamda bakıldığında birçok disiplini içinde barındıran postkolonyalizm kavramı, Batı hegemonyasına yani emperyalizme karşı eleştirel bir yaklaşım geliştirmiştir.

Bu çalışmada postkolonyalizmin; kolonyalizmden gelen geçmişinden bugünkü algısı olarak kapitalizmle olan bağlantısına dek geçen süreci ele alınacaktır. Ayrıca kapitalizme eş güdümlü olarak küreselleşme perspektifinden dünyada ve Türkiye’de yaşanan gelişmelerle olan ilişkisi, küresel bir marka olarak Zara örneği üzerinden değerlendirilecektir. İspanya merkezli küresel bir marka olan Zara’nın, aktörlerinden biri olduğu Bangladeş ve Türkiye’de yaşanan olaylardaki yaklaşımı ve örnek olaylarda mağdur pozisyonunda konumlandırılan “madunların”

reaksiyonları ile yaşanan gelişmeler halkla ilişkiler açısından ele alınacaktır. Bu doğrultuda postkolonyal literatür çalışması ile birlikte madunların temsilcilerine yönelik olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile uluslararası sivil toplum örgütü olan Temiz Giysi Kampanyası ve Disk Tekstil İşçileri Sendikası yetkilileri ile görüşmeler yapılmıştır.

POSTKOLONYALİZM KAVRAMI, OLUŞUM VE GELİŞİM SÜREÇLERİ

Postkolonyalizm kavramı; genel olarak Üçüncü Dünya ülkelerinin sömürsüne kaynaklık eden Batılı tarzda düşünme biçimi ve bilgi üretimi pratiklerini araştıran ve küresel kapitalizmin ekonomik, kültürel ve siyasal etkilerine odaklanan bir disiplin (Akçay, 2017: 66) olarak ele alınmıştır.

Kavram ilk olarak Amerika’da yaşayan Filistin kökenli meşhur edebiyat kuramcısı ve önde gelen bir Filistin aktivisti olan Edward Said’in 1978 yılında yayınladığı “Orientalism” adlı kitabında yer almıştır (Mutman, 2010: 117). Said bu kitabında Doğu ile ilgili bilgiye ulaşabilme sürecinin Doğu üzerinde iktidar kurabilme sürecine nasıl eklemlendiği ile ilgili sorunları ortaya koymuştur (Yetişkin, 2010: 9).

Young’a göre (2007), postkolonyal kuramın kurucularından biri olarak kabul edilen Said “Postkolonyalizm çalışmaları” kavramı ile yalnızca üçüncü dünya olarak nitelendirilen ülkelerin değil, bunun yanı sıra birinci dünya ülkelerinde bulunan büyük bir göçmen kitlesinin toplumsal, kültürel varlıkları ve problemlerini de kastetmektedir. Postkolonyal düşüncenin önde gelen üç önemli ismi, Ashcroft, Griffiths ve Tiffin’e göre ise postkolonyal, kolonileşme döneminden günümüze kadar emperyal süreçten etkilenen tüm kültürleri kapsamaktadır (Dirlik, 2010: 281). Ayrıca yine bu üç isim, postkolonyal eleştirinin değinmiş olduğu temaların, hiçbir zaman koloni olmamış, başarılı devrimler yaratan Çin gibi toplumların söyleminde önem taşıyan temalar olduğunu belirtmektedirler (Dirlik, 2010: 108).

Childs ve Williams (1997:1), gibi birçok araştırmacı da postkolonyal dönemi, 1950’lerin sonu ve 1960’lardaki sömürge ülkelerinin sömürgeci güçlerden bağımsızlıklarını ilan etmeye başladığı-yani kolonyal kontrolün çözülmeye başladığı dönemden sonraki tarihsel süreci belirtmek için kullanmaktadır. Bu yaklaşım, özellikle 1970’lerde benimsenmiştir (Akay 2010: 6). Postkolonyal başlığı altında yayınlanan eserlere baktığımızda, bu kavramın ancak 1980’lerin sonlarına doğru yaygınlaşmaya başladığını görmekteyiz (Dirlik, 2010: 285). Bu alandaki çalışmalar önceleri genellikle “kolonyal söylem analizi” olarak ifade edilmekteyken 1990’ların başlarından itibaren daha geniş bir anlamda “postkolonyal çalışmalar” olarak bilinmeye başlamıştır (Young, 2007: 56).

Arif Dirlik'e (2010: 138) göre ise postkolonyallik bir anlamda, eski kategorilerin dünyayı açıklamak için yetersiz kalmaları sonucunda oluşan krizi atlatabilme ihtiyacına verilmesi gereken bir cevabı da temsil etmektedir. Başka bir ifadeyle, postkolonyal araştırmaların kurucu metinleri olarak sayılabilecek olan Bhabha'nın *The Location of Culture*, Spivak'ın *Can the Subaltern Speak?* ve Said'in *Orientalism* adlı çalışmaları; sömürgecilğe yol açan politik, kültürel ve ekonomik dinamikleri, Batı'nın kendini tanımlamak için nasıl "Doğulu ötekiler" yarattığını, bu "ötekiler"le nasıl bir tahakküm ilişkisi kurduğunu ve bunu hangi stratejilerle meşru kıldığını tartışma odağı haline getirmiştir (Akçay, 2017:71). Postkolonyalizm'in zeminini oluşturan oryantalizm, akademik çalışma ve araştırma alanıdır ve genel anlamda, dünyada Batılılar ve Doğuluların var olduğunu ve Batılıların Doğulular üzerine üstünlük kurduğunu savunmaktadır. Batı her konuda ve her durumda oyun kurucu rolünü üstlenmiştir, doğu ise edilgen bir yapıya sahiptir. Ayrıca, batı emperyalizmi kendisini, doğuda gerçekleşen davranışların yönlendiricisi, yargıcı ve jürisi olarak görmektedir (Said, 2010: 55).

Said (2010) Oryantalizmin, Batı'da anlaşıldığı şekliyle bir taraftan Batı'nın gücünü yansıtırken, diğer taraftan da Doğu'nun zayıflığını ortaya koymaya çalıştığını ifade eder ve Oryantalizmin Batı ve Doğu arasındaki ontolojik ve epistemolojik farklılıklar üzerine temellenen bir düşünce tarzı (Sönmez, 2015: 307) olduğunu söyler. 1970'lerden sonra, Edward Said, Frantz Fanon, Albert Memmi'nin ele aldığı kültür, merkez-çevre, sömürge kimliği, sömürsüzlik ve modernizm kavramları, postkolonyal açıdan önemli bir deneyim olmuştur. Postkolonyalizm tartışmalarının 1970'ler sonrası Anglosakson ülkelerde, eski sömürge ülkelerden çıkmış olan birçok entelektüel tarafından sorun haline getirildiği görülmektedir. Özellikle eski İngiliz sömürgeleri olan ülkelerde yaşanmış olan sömürgecilik olayları göz önünde bulundurulduğunda, postkolonyal okumaların baskı altında kalmış olan kültürlerin, ayrıca politik kodların analizleriyle ortaya çıktığını belirtmemiz gerekir. Bundan dolayı postkolonyalizm'in kavram anlamı bakımından, de facto dahilinde ortaya çıktığını söyleyebiliriz (Sustam, 2010: 129).

Postkolonyalizm kavramı, basit bir zamansal gösterge olarak değerlendirilemez. Postkolonyalizm, daha evvel deneyimlenmiş ve işlememiş olduğu kabul edilen milliyetçi çözümünden daha farklı bir konsept ve anlam içeren bir kavram olarak görülmüş ve benimsenmiştir (Mutman, 2010: 118). Postkolonyal çalışmaların temel sorunsalı Batılı ülkelerin Batılı olmayan ve "öteki" olarak konumlandırılmış ülkelere siyasal, ekonomik ve kültürel müdahaleleridir. Loomba'ya göre Avrupa, kendi merkezli bir düşünceyle, «öteki»leştirme (bizden değil) düşüncesiyle kendisi dışında kalan herkesi dışlamış, hakir görmüş ve onlara üstten bakmıştır (Loomba, 2000: 40 aktaran Kaya, 2017: 653).

Yetişkin'e (2010b: 15) göre de postkolonyal teori "hâkim yabancı gücün kendi politik ve ekonomik çıkarına uyacak şekilde bir yerin hukuk, eğitim, ticaret gibi üretim sistemlerini yeniden düzenlemesi" olarak tanımlanabilecek sömürgeciliği analiz etme yöntemidir (Akçay, 2017: 72).

Dirlik (2010: 104-120) ise postkolonyal eleştiriyi, en güçlü anlatı olarak Aydınlanma sonrasında Avrupa'nın ürünleri Avrupamerkezci olmasından dolayı, en baştaki görevini Avrupamerkezciliğin eleştirisi olarak görmektedir ve postkolonyal eleştirmenlerin Marksist oldukları konusunda ısrarcı olduğunu söyler.

POSTKOLONYALİZMİN DOĞUŞU

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra gelişen "dekolonizasyon" süreci, Hindistan'ın 1947'de Britanya'dan bağımsızlığı, Üçüncü Dünya kategorisi altında gruplandırılacak olan yeni ulus-devletlerin ortaya çıkması gibi süreçleri takip etmiştir. Bu ülkelerin vatandaşları 50'li, 60'lı ve 70'li yıllarda Birleşik Krallık ve ABD'ye göç etmeye başlamıştır. Bu dönemde, bu ülkelere gelen entelektüeller postkolonyal çalışmaların başlamasına katkıda bulunmuştur ve postkolonyal çalışmalar, bu araştırmacıların kolonizasyon, dekolonizasyon ve modernizm tartışmaları yürüttükleri araştırmalarından sonra doğmuştur (Sustam, 2010: 130 ve Akçay, 2017:72). Yeni ulus devletlerin ortaya çıkma süreci olarak adlandırılan üçüncü dünya nitelendirmesini Dirlik (2010: 295-302) İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde sosyalist ve kapitalist devletler arasında gerçekleşen mücadelenin sonucu olduğunu öne sürmekte ve postkolonyal anlayışın bazı iktidar düşüncelerini sorgularken, bazılarını da meşrulaştırma eğiliminde olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda postkolonyalizm düşüncesinin postmodernizm gibi geniş bir siyasal yelpazeyi kapsadığı değerlendirilmektedir. Kolonyalizmin geçmişiyle postkolonyalizmin bugünü, birbirlerine kapitalizm yoluyla bağlıdır diyen Dirlik (2010: 293), bir durum ve düşünsel bir tutum olarak postkolonyallik ile küresel kapitalizmin belirginlik kazanmasıyla ortaya çıkan, sosyal ve ekonomik eğilimler arasında bir bağlantı bulunduğunu belirtmektedir. Genel olarak bakıldığında kuramcılar içinde postkolonyalizm kavramını en net ve açık bir şekilde ifade eden Homi Bhabha olduğu bilinmektedir. Bhabha, kolonyalizmin oluşturduğu durumun, kültürel bir boşluk (interstice) veya melezlik (hybridity) meydana getirdiğini ortaya koymak için çalışmış ve bu kültürel durumun, yönetim ilişkileri düzeyinde dönüştürücü bir etkisinin olabileceğini öne sürmüştür. Bhabha'nın yapmış olduğu çalışmalarda, üçüncü dünya ülkelerinin sömürgeleştirilmiş öznesiyle, metropol ülkelerde bulunan göçmen arasındaki farkın gün geçtikçe daha da azalmaya başladığı ve birbirlerine benzer hale geldikleri görülmektedir (Mutman, 2010: 120).

Postkolonyal çalışmalar ve kuramlardan faydalanılabilecek birkaç farklı husus bulunmaktadır. Bunların en başında ise, ulus devletin kurulması ve ulusçuluk anlayışının ortaya çıkması gelmektedir. Objektif bir perspektiften konuyu ele aldığımızda postkolonyal düşüncenin iki önemli faydası olabilir. Bunlardan ilki ulus devlet hususu, ikinci olarak ise demokratik ve özgürlükçü siyasal bir kültürün oluşturulabilmesi problemidir (Mutman, 2010: 125). Postkolonyal düşüncenin yenilikçi olması ve yaygınlaşmasındaki en büyük etkenlerden biri, 1980’lerde kültürel çalışmaların benimsenerek akademik kurumların çokkültürcülük yaklaşımı ile değişim sürecinde bir arada hareket ediyor olmasıdır. Sovyetler Birliği’nin dağılmasından sonra, kapitalizmin küresel bir olgu olarak tartışılması, esnek üretimin yayılması, göçün, diasporanın ve mülteciliğin toplumsal ve ekonomik bir sorun olarak politik gündeme oturtulması, 1990’larda post-kolonyal düşünceyi ihtiyaç duyulan eleştirel bir merkeze dönüştürdü (Yetişkin, 2010a: 9).

Günümüzde kapitalizmin küreselleşmesiyle birlikte, emperyalizm akımının en büyük değişimi; üretim yerlerine (Karayiplerde şeker plantasyonları ya da Güney Afrika’da elmas madenleri gibi) işçi getirmek yerine ulusötesi şirketlerin en düşük maliyetli işgücünün bulunduğu Orta Amerika ya da Pasifik Okyanusu’nu çevreleyen özellikle Doğu Asya ülkelerinde, üretim yapılan yerlerde durmaksızın fabrika açarak, düşük ücretli ve sendikasız işçi alımı yapmaktır. Bu iş gücü göçü; direkt olarak günümüz kapitalist sistem stratejisinin bir parçası olmasa da bu metod; büyük çapta ekonomik olarak dezavantajlı bölgelerde çalışan Kuzey Afrika, Türkiye ve Hint Yarımadası gibi yerlerdeki kapitalist çalışmaların özünü oluşturmaktadır (Childs and Williams, 1997: 6).

Bugün yeni sömürgecilik olarak da adlandırılan bu sistemde; ulus devlet pratiği yerine, sermayenin ve büyük göçün dolaşımı yer almaktadır (Sustam, 2010: 136). Ulusaşırı sivil toplum örgütlerinin gelişmesi ve artması, ulusötesi dönemde vatandaşlık nosyonunun yeniden gözden geçirilme ihtiyacı ve yeni yerleşim alanlarının oluşumu gibi gelişmeler bağlamında postkolonyal düşünce, küresel kapitalizmin eleştirilmesine aracılık etmektedir (Yetişkin, 2010a: 9). Postkolonyalizm bir yandan küresel kapitalizmin eleştirilmesine aracılık ederken diğer yandan kapitalist süreç içerisinde yeralan unsurlardan biri olarak karşımıza, sistemin mağdurları ve mazlumlarını ifade eden madun kavramı çıkmaktadır.

POSTKOLANYALİZM VE MADUN KAVRAMI

Antonio Gramsci, İtalya'nın faşist döneminde bir toplumda sesi olmayan, kendilerini temsil edemeyen, toplumun işleyiş mekanizmaları içinde kendini ifade edemeyen işçiler, köylü kadınlar gibilerin klasik Marksist anlamdaki proleteriyadan 'başka' bir durumda olduğunu belirtmek amacıyla altta ve aşağıda konumlananları 'madun' olarak ifade etmiştir (Yetişkin, 2010c: 148).

Antonio Gramsci, Ranajit Guha ve Gayatri Chakravorty Spivak gibi isimler tarafından kullanılmakta olan madun kavramı, toplumsal değişime sebep olan ve sürekli başka olmayı barındıran bir unsur olarak tanımlanmaktadır. 1970'lerde Güney Asya tarihçileri, Gramsci'nin ortaya atmış olduğu kavramı kullanarak Ranajit Guha'nın girişimi ile birlikte Madun Çalışmaları Kolektifi'ni kurmuştur ve bu da postkolonyal düşüncenin temellerinin atılmasını sağlamıştır (Yetişkin, 2010b: 16).

Özellikle Anglosakson Batı üniversitelerinde 1970'ler sonrasında sömürgecilik ve madunlar üzerine kürsüler açılmış ve bu kürsülerde; Achille Mbembe, Ranajit Guha, Gayatri Chakravorty Spivak gibi isimler yer almıştır. Bu isimler ile postkolonyal ve madun ile ilgili çalışmalar da hızını artırmıştır (Sustam, 2010: 130). Bu isimlerin aralarındaki farklılıklara rağmen temelde eleştirel kuram ve postmodern çalışmalar üzerinden postkolonyal çalışmaları "kurdukları" ve asıl çalışma öznesi olarak da dışlananlara ve madunlara yöneldikleri söylenebilir (Aktoprak, 2016: 4). 1990'larda kültürel çalışmaların yayılması ile birlikte madun kavramının her türlü ezilmiş, azınlıkta kalmış, mağdur ve mazlum ile özdeşleştirilmesi, kavramın ekonomik ve politik olarak araçsallaştırılmasına neden olmuştur (Yetişkin, 2010b: 16). Böylelikle bir madun bilinci oluşturulmakta bu da ağırlıklı olarak demokratikleşme, cins-kimlik, kalkınma, ilerleme ve gelişme meseleleri etrafında baş göstermektedir. Ulusaşırı sermaye kurumları ve onlarla yapılan işbirliği sonucu azınlıklar, göçmenler, yoksullar politik ve ekonomik programların uygulanabilmesi için araçsallaştırılarak veriye dönüştürülmektedir (Yetişkin, 2010b: 17).

Madun kavramı zaman içerisinde yersizyurdsuzlaştırılarak küresel kapitalizmin yayılmasına ve tahakkümüne aracılık etmek üzere kullanılmaya başlanması üzerine Spivak tarafından 2000 yılında yeni madun kavramı önerilmiştir. Yeni madun, uluslararası kapitalizmin etkisi altındaki adaletin oluşturduğu monolitik öznenin küresel modelidir. O, bu öznenin küresel modeli olmasına rağmen, her zaman ve ister istemez yerelde tasfiye edilmektedir (Yetişkin, 2010b: 18).

Spivak (2010: 67) yeni ulus içinde madun kavramını, yurtdışı ve yurtiçindeki hakim ve tahakkümcü yapıların ikisinin de içinde hareket etmekten yoksun olandır şeklinde tanımlamıştır. Yetişkin (2010c: 156) ise, postkolonyal düşünce içinde madun kavramının kapitalizmin yarattığı eşitsizlikler nedeniyle ezilenler adına konuşanlar ya da ezilenler ile konuşanlar tarafından bir biçim olarak benimsenerek tekrar edilmesi ve taklit edilerek içeriğinin hakim ekonomi-politik üretimde kullanılabilecek bir şekilde uyarlanması, bize hangi unsurların yeniden üretiminin yapıldığı hususunda bir farkındalık sağlayacağını belirtmektedir. Genel olarak postmodernizm ve küresel kapitalizm ile örtüşme içinde olan postkolonyalizmi günümüz örnekleri üzerinden değerlendirdiğimizde karşımıza ulusötesi sermayenin kendi hegemonik çalışma koşulları içerisinde yarattığı sistem çıkmaktadır. Ulusötesicilik çeşitli boyutlarıyla kavranabilir. Uzun süreden beri ulusötesi olan para akışını bir yana bırakacak olursak, belki de en önemli boyut mal (daha doğrusu üretim) zincirlerinin üreyişi ya da mal üretiminin mekânsal olarak yayılışıdır. Artık bir malın üretiminde, ham maddeden son ürüne kadar olan aşamalar ulusal sınırları aşan geniş bir mekân diliminde gerçekleşmektedir. Bu “yeni uluslararası iş bölümü”nü olanaklı hale getirmiş olan, iletişimi hızlandırarak tasarımı yapıldığı yer ile üretimin yapıldığı yer(ler) in birbirinden ayrılmasına imkan veren yeni bilgi teknolojileri ve pazarlama giderlerini minimuma indirirken çeşitli yerlerdeki ucuz iş gücünden faydalanma olanağı sağlamaktadır (Dirlik 2010: 330).

Bu doğrultuda düşük maliyetli iş gücünün bulunduğu ülkelerde, işçileri iş güvenliğinden yoksun ve sendikasıız olarak çalıştırmak üzere fabrikaların açılması ve Batı’nın işgücü göçünü bu ülkelere kaydırması yeni sömürgeci anlayış olarak da ele alınmaktadır. Global bir köy haline gelen dünya üzerinde küresel sermayeyi temsil eden markaların ağırlıklı olarak bu anlayışla hareket ettiği görülmektedir. İnditex S.A grubu bünyesinde yer alan ve bu küresel markalardan biri olarak Zara da işgücü göçünü gerçekleştiren markalardan biri olarak düşük maliyetli işgücünün bulunduğu ülkelerde üretim yapmaktadır. Bu ülkelerden biri olan Bangladeş ve Türkiye’de yaşanan iki örnek olay üzerinden postkolonyal eleştirel düşünce kapsamında küresel sermayenin yapılanması, üretim tarzı ve sistemin madunları olarak iş güvencesinden yoksun olarak çalışan işçiler ile halkla ilişkiler açısından yapılan tanıtım faaliyetlerinin ve kampanyaların değerlendirilmesine gidilecektir.

POSTKOLONYAL YAKLAŞIMDA KÜRESEL MARKA ZARA VE KÜRESEL İŞ KAZASI RANA PLAZA ÖRNEĞİ

Zara şirketi, İspanyol merkezli bir giyim ve aksesuar markasıdır. 1975 yılında Arteixo, Galicia’da Amancio Ortega ve Rosalía Mera tarafından kurulmuştur. Şirkete ait mağazalar genellikle büyük alanlar üzerine konumlanmaktadır. Dünyanın en büyük 3 hazır giyim şirketinden biridir. 2012 yılı itibarıyla dünya genelinde 1.671 mağazası vardır. Türkiye’de üç milyon TL. sermayeli ZA GİYİM İthalat İhracat ve Ticaret Limited Şirketi adıyla çalışmakta olan firmanın 31 mağazası bulunmaktadır. İnditex S.A grubu bünyesinde yer alan Zara, grubun en büyük şirketidir (Zara.com). Uluslararası bir marka ve şirket olan Zara’nın postkolonyal perspektiften eleştirilmesi ve konuya ilişkin yapılan çalışmalar, ilk olarak 2013 yılında Bangladeş’in başkenti Dhaka’da bulunan tekstil merkezi Rana Plaza’da yaşanan felaketle ortaya çıktı.

Bangladeş’te 24 Nisan 2013 tarihinde, 29 ayrı firmanın üretimde bulunduğu Rana Plaza Tekstil Fabrikasının çökmesi sonucunda 1138 kişi hayatını kaybetti ve 2000’den fazla kişi de yaralandı. Bu felaket, ülkede tekstil sektöründeki çalışma şartları hakkında dünya çapında bir tartışmayı da beraberinde getirdi. Bangladeş hükümet yetkilileri tarafından olayın incelenmesi için bir komisyon görevlendirildi. Görevlendirilen komisyonun başkanı Handker Mahinuddin Ahmed, o güne kadar dünyada yaşanmış en büyük endüstriyel felaketlerden biri olan Rana Plaza’nın çökmesine, binanın inşaatında kullanılmış olan malzemenin kalitesiz oluşu ve binanın usulüne uygun olarak yapılmamış olmasından kaynaklandığını açıkladı (dunyabulteni.net, 2017). Felaketin ardından Bangladeş Hazır Giyim Üreticileri ve İhracatçıları Birliği (BGNEA), Rana Plaza’da faaliyette bulunan bütün firmaların üyeliklerini feshettiğini duyurdu ve felaketin yaşanmasında sorumluluğu bulunan kişilerin, en kısa zamanda tespit edilerek gereken cezalara çarptırılmasını talep etti (wsws.org, 2017).

Yaşanan bu felaketin hemen sonrasında, uluslararası düzeyde, devlet yetkilileri, yazılı ve görsel medya, sendikalar ve bazı sivil toplum kuruluşları, felaketle alakalı sorumlular hakkında bir an önce gereken yaptırımların uygulanması gerektiğini açıkladılar. Kısa süre sonra Bangladeş’te 1000’den fazla sayıda tekstil firmasıyla ile çalışan ve çoğunluğu Avrupa kökenli olan uluslararası firmalar “Yangın ve Bina Güvenliği Sözleşmesi”ni imzaladı. Bu sözleşmeye göre; uluslararası şirketler faaliyet gösterdikleri ülkelerde yürürlükte bulunan yasalar çerçevesinde sorumlu tutulabileceklerdi. Sözleşme gereği iş yerlerinde yangına karşı önlemlerin artırılması, iş yerlerinin elektrik ve bina güvenliği standartlarına uygun olması, işçilere bu konularla alakalı olarak gereken eğitimin verilmiş olması, sağlık ve iş güvenliği komisyonlarında sendika temsilcilerinin de bulunmasının sağlanması ve bu konularda toplumun medya aracılığı ile bilgilendirilmesi de öngörülmekteydi

(bmdergi.org, 2017). “Yangın ve Bina Güvenliği Sözleşmesi”ni imzalamış olan uluslararası şirketler arasında, İnditex S.A ile birlikte Batı’nın en önemli küresel sermayeye sahip firmaları bulunmaktadır (bmdergi.org, 2017).

Dünyada olduğu gibi Rana Plaza ile ilgili olarak Türkiye’de de birçok tepki oluştu, hayatını kaybeden 1138 kişi anılarak Rana Plaza’da üretim yaptırın mağazaların önünde eylem düzenledi. Konuya ilişkin olarak KESK Kadın Sekreteri Canan Çalağan, Bangladeş’teki felakette hayatını kaybeden işçilerin çoğunluğunun genç kadınlar olduğunu ifade etti. Olaydan sağ olarak kurtulan 80 işçinin bazı bedensel uzuvlarını kaybetmiş olduklarını belirten Çalağan, enkaz altında kalan 200 işçinin ise resmi kayıtlara ‘kayıp’ olarak geçtiğini ve Rana Plaza’daki firmaların çoğunun olayda yaralanan, sakatlanan işçilere ve ölen işçilerin yakınlarına yönelik yasal tazminatı ödemediğini belirtti. Tazminatın ödenebilmesi ve işçilerin tedavi ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için ILO koordinasyonunda oluşturulmuş olan Fon’a 40 milyon dolar ödenmesi gerektiğini ifade eden Çalağan, “bu miktarın Rana Plaza’da faaliyette bulunan 29 markanın yıllık kâr oranının sadece binde 2’sine tekabül ettiğini” dile getirdi. Yaşanan felaketin uluslararası firmaların düşük maliyetli üretiminden kaynaklandığını belirten Sendikal Güç Birliği Platformu Dönem Sözcüsü Mustafa Türkel de yaptığı açıklamada; “Uluslararası firmalar daha maliyeti düşük üretim yapabilmek için Bangladeş’te üretim yapmayı tercih ediyorlar. Fakat bu kötüye gidişin neticeleri dünyanın her bölgesinde çalışan işçiler için hayati tehlikelere zemin hazırlayabiliyor. Üretim faaliyetlerinin yöneldiği ülkelerdeki işçiler yangın ve diğer felaketlerde hayatını kaybederken, diğer ülkelerdeki işçiler ise iş güvencesinden mahrum bırakılma problemi ile karşı karşıya kalmaktadırlar” dedi (temizgiysi.org, 2017).

Küresel tekstil endüstrisi tarihinde benzeri görülmemiş bu büyük felaket, Bangladeş’te yaklaşık olarak 20 milyar dolarlık tekstil endüstrisinde mevcut çalışma koşul ve standartlarını da ortaya koymuş oldu. Rana Plaza’da çalışan birçok işçinin almış olduğu ücretin Bangladeş’teki asgari ücret olan 38 dolardan daha düşük olduğu ve bu işçilerin yaklaşık olarak dört aydır ücretlerini alamadıkları ortaya çıktı (hurriyet.com, 2017). Bu olay, tekstil endüstrisindeki çalışma şartları hakkında dünya çapında bir tartışmaya neden oldu. Federal Almanya Ekonomik Gelişme ve İşbirliği Bakanlığı (BMZ) felaket mağdurlarına yönelik olarak ilk aşamada 2,5 milyon Euro miktarında ek yardım gönderdi. Uluslararası İşbirliği Topluluğu (GIZ) felaketten hemen sonrasında yardımda bulundu ve 2500 yaralı için tıbbi bakım desteği sundu. Felaket mağdurlarının tıbbi bakım imkânı ya da iş hayatlarına tekrar dönebilmek için yardıma ihtiyaç duydukları her an ulaşabilecekleri bir danışma merkezi kurdu (deutschland.de, 2017).

Ancak sivil toplum örgütü ve sendikaların çabalarına karşın, uluslararası tekstil firmaları, Bangladeş'teki Rana Plaza felaketinde hayatını kaybedenlerin yakınlarına ve yaralanan işçilere tazminat ödenmesi için fon oluşturulması hususunda anlaşma sağlayamadı. Cenevre'de düzenlenen ve iki gün süren toplantıya, Bangladeş'te faaliyette gösteren şirketlerden sadece üçte biri katılımında bulundu. Toplantıda yalnızca Primark firması, fona destek sağlayacağını için kesin olarak taahhüt etti. Cenevre'de düzenlenen toplantılar, küresel işçi sendikası IndustriALL'un talebi doğrultusunda ve Uluslararası Çalışma Örgütü'nün başkanlığında düzenlendi. IndustriALL, Rana Plaza'da üretimde bulunan firmalardan sadece 9'unun Cenevre'de düzenlenen toplantıya katıldığını belirtti. IndustriALL Rana Plaza çalışanları için 74,6 milyon dolar miktarında tazminat fonu oluşturulması için çalışmalarda bulundu ve bu fonla, ailelerin gelir kayıpları, tıbbi giderleri, cenaze masrafları ve felakette hayatını kaybetmiş olan tekstil işçilerinin geride bırakmış olduğu aile bireylerinin diğer kayıp ve masrafları karşılanması hedeflenmişti (bbc.com, 2017).

Yaşanan bu ve benzer felaketler sonrası iş güvenliği ve hakları konusunda küresel anlamda derinlikli araştırmalar yapıldı. Bu araştırmalardan birini yapan Uluslararası Sendikalar Konfederasyonu (ITUC) 'Küresel İşçi Hakları Endeksi' adındaki araştırması ile ülkeleri işçi haklarına gösterdikleri saygıya göre derecelendirdi. ITUC Küresel İşçi Hakları Endeksi, 141 ülkeyi, hukuksal ve pratik olarak işçi haklarının en çok korunduğu ülkeden en az korunduğu ülkeye doğru sıraladı. İşçiler için en kötü 10 ülke: Belarus, Çin, Kolombiya, Mısır, Guatemala, Pakistan, Katar, Suudi Arabistan, Swaziland ve Birleşik Arap Emirlikleri iken işçi haklarının en gelişmiş olduğu ülkeler ise: Uruguay, Finlandiya, Hollanda, Norveç ve Avusturya olduğu ortaya çıktı. Araştırma sonucuna göre; 141 ülkenin 73'ünde işçiler daha iyi çalışma koşulları talep ettikleri için işten çıkarma, ceza, maaş kesintileri ile karşılaşırken, 84 ülkede patronlar yasa dışı stratejilerle sendikaları görmezden gelmektedir. 2015 ITUC Küresel Haklar Endeksi'ne göre; hakların garantisi olmayan 27 ülke içinde, Belarus, Çin, Nijerya gibi ülkelerle birlikte Türkiye de bulunmaktadır. Endekste taranan ülkelerin yaklaşık yüzde 60'ında işçiler temel haklarından yararlanamamakta, ülkelerin yüzde 70'inde işçilerin grev hakkı gasp edilmekte, ülkelerin üçte ikisi işçilerin toplu pazarlık haklarını tanımamakta ve ülkelerin yarısından fazlasında işçiler hukuksal haklarından faydalanamamaktadır (evrensel.net, 2017).

Küresel Haklar Endeksi'nde işçilerin hukuksal ve pratik olarak haklarının en çok çiğnendiği ülkelerin, genelde küresel sermayenin iş gücü göçü ile üretim yaptığı ülkeler olduğu görülmektedir. Bu ülkeler içinde Türkiye'nin de işçi haklarını garanti altına alamayan ülkeler konumunda olduğu saptanmıştır. Rana Plaza felaketi, küresel sermayenin madun olarak adlandırılan mağdur kesimin üzerindeki

etkisini en yalın ve çarpıcı bir şekilde ortaya çıkartmıştır. Felaketin ardından Uluslararası Çalışma Örgütü ile birlikte uluslararası sivil toplum örgütleri ve sendikaların yaptığı işbirliği ile uluslararası firmalar “Yangın ve Bina Güvenliği Sözleşmesi”ni imzalamak zorunda kalmıştır. Ayrıca üretim yaptırdıkları yerde çalışan işçilerin her türlü haklarının karşılanması hususunda ulusötesi firmaların da sorumlu olacakları konusunda uluslararası sözleşmeler imzalamışlardır.

Postkolonyal perspektiften bakıldığında bu gelişmelerle sivil toplum örgütleri; Batı ile Doğu arasındaki iktidar ilişkisiyle birlikte örgüt ve kamu diğer adıyla ulusötesi firmalar ile madunlar arasındaki ilişkinin yeniden düzenlenmesini sağlamaktadır. Halkla ilişkiler açısından baktığımızda ise postkolonyal düzlemde halkla ilişkiler; hâkim paradigmaların dışına çıkıp, hâkim paradigmanın görmezden geldiği kamulara ulaşmayı, marjinalleştirilmiş ve susturulmuş halkların sesini duymayı da amaç edinmektedir (Akçay, 2017: 77).

POSTKOLONYAL YAKLAŞIM VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Ulusötesi şirketlerin önemli ölçüde üretim yaptığı ülkelerden biri olan Türkiye’de, uluslararası markalar Zara, Next ve Mango için üretim yapan Bravo ve BRV şirketlerinin sahibi Temmuz 2016’da aniden kayboldu. Bravo hazır giyim fabrikasında yıllarca çalışıp Zara, Next ve Mango’ya üretim yapan işçiler, fabrikanın bir gecede boşaltılıp sahibinin kaçması üzerine son 3 maaşlarının yanı sıra kıdem ve ihbar tazminatlarını almadan işsiz kaldılar. İşçiler fabrikanın kapanması üzerine üretim yaptıkları markalar olan Zara, Next ve Mango’ya müracaat ettiler (Hürriyet.com.tr).

Ancak Zara, uluslararası küresel sendika ile yaptığı sözleşmede kendi tedarik zincirlerinde kendilerine üretim yapan işçilerin alacaklarından sorumlu olduklarını resmi olarak kabul etmesine rağmen, işçiler paralarını alamadı. Bu gelişmeler üzerine Bravo işçilerine, 15 Avrupa ülkesinde bulunan kurumların bir ittifakı olan Temiz Giysi Kampanyası destek oldu, işveren ve firma temsilcileri ile görüşmelere başladı. 1989 yılından bu yana işçilerin temel haklarına saygı gösterilmesini sağlamak amacıyla, tüketicilerin eğitilip mobilize edilmesi ile hükümetlere ve şirketlere lobi faaliyetlerinde bulunarak işçilere doğrudan dayanışma desteği sağlayan Temiz Giysi Kampanyası’nın girişimleri ile 1 yıldır süren görüşmeler sonuç vermeyince işçiler 2017 Eylül ayında bir imza kampanyası başlatarak harekete geçtiler. Temiz Giysi Kampanyası da 25 Eylül’de bir açıklama yaparak bu kampanyayı sonuna kadar desteklediğini söyledi ve tüketicileri desteğe çağırdı. Bravo işçileri seslerini duyurmak için İstanbul’daki Zara mağazalarına giderek “Alacağınız Ürünü Ben Yaptım Ama Paramı Alamadım” etiketi yerleştirdiler (temizgiysi.org) .

Ürün etiketlerinde (Hürriyet.com.tr) “Biz, aldığınız ürünü üreten Bravo fabrikasının işçileriyiz. Yıllarca Zara için üretim yaptık. Son 3 aylık maaşlarımızı ve kıdem tazminatımızı almadan, fabrika bir gecede kapandı. Lütfen Zara’ya söyleyin paramızı ödesin!” yazar Bravo işçileri Zara müşterilerinden yardım isteyerek, kampanyalarının ana akım medyada ve sosyal medyada duyulmasını sağladı. Bu etiketleri gören bazı tüketiciler sosyal medyadan paylaşarak sorunun çözülmesini istediler, bazıları da Temiz Giysi Kampanyası’nı arayarak bilgi almak istedi. Bravo işçilerinin medyada gündem yaratan bu halkla ilişkiler faaliyeti ile birlikte; işçi temsilcileri, 2016 yılının Ağustos ayından beri işçilerin sendikası olan DİSK Tekstil, Temiz Giysi Kampanyası ve IndustriAll Küresel Sendikası’nın desteği ile söz konusu markalarla görüşmelere başladı. Konunun taraflarından olan Temiz Giysi Kampanyası Koordinatörü Bego Demir, imza kampanyası ve Zara’nın ürünlerine etiket yerleştirilmesine ilişkin olarak; Bravo işçilerinin 2016 Temmuz ayında kendileriyle iletişime geçtiğini ve Zara, Mango ve Next markaları için çalıştıklarını belirtti. Demir “Bizim gözümüzde markalar aslında alıcıdır, onlar işin sahibidir ve kendilerini alıcı olarak görürler. Bizim gözümüzde de işverenler dolayısıyla markalardır. Bu 3 markaya birer mektup gönderdik. “Bu işçiler size üretim yapmışlar, bizim gözümüzde bunlar sizin işçilerinizdir, gelin bu işçilerin paralarını verelim” dedik. Zara inditex’in bir markası ve bu marka industriAll ile bir sözleşme yapmış. O sözleşmede “ben bütün tedarik zincirimdeki işçilerle ilgili sorunları kendim üstleniyorum” diyor. O sözleşmeyi imzalıyor. İşçiler, müdürler dışında 140 işçinin maaşının ödenmesini talep ettiler. 1,5 yıl oldu. Markaları bir türlü ikna edemedik. En sonunda “yapmıyorsanız kampanya başlatacağız dedik, buna rağmen yapmadılar” açıklamasını yaptı (Bego Demir ile yapılan kişisel görüşme 05.12.2017).

Temiz Giysi Kampanyası ile birlikte Bravo işçileri Change.org sitesinde bir kampanya başlatarak “Hepimiz uzun yıllar boyunca Zara/Inditex, Next ve Mango markaları için çalıştık. Bu markalardan almış olduğunuz o güzel giysileri biz emeğimiz ile yaptık. Bu markalara emeğimizin karşılığını alabilmek için çağrıda bulunuyoruz. Hakkımız olanı istiyoruz. Sizlerden de bu konu ile ilgili bize destek vermenizi istiyoruz” (Change.org). metni ile kamuoyundan destek talep ettiler. Demir, (2017) imza kampanyasına 300.000’e yakın imza ile destek verildiğini belirterek, bu kampanya ile ilgili kart yapmaya karar verdiklerini ve işçilerle birlikte Zara mağazalarına “paramı alamadım” etiketi yerleştirdiklerini ifade etti. Kampanyanın çok ses getirdiğini ve aynı gün geri bildirim alınmaya başladığını söyleyen Demir, sosyal medya ile kampanyayı yaygınlaştırıp kamuoyu oluşturdıklarını belirtti. “Şimdiye kadar 100 milyondan fazla kişiye bu kampanya ulaşmıştır. Change.org’daki kampanya 8 dile çevrilmiştir ve bir anda imzalar çoğalmaya başlamıştır” diyerek kampanyanın dünya çapında yarattığı etkileşimin altını çizdi. Independent ve BBC’nin de bu konuya yer verdiğini

söyleyen Demir (2017) “Bu markalar sadece 77 işçiye ödeme yapmak istediler. Fakat Temiz Giysi ve Disk Tekstil bunu kabul etmemiştir. Şu anda adım atılmadı. Ama bu daha 1. Adımdı.2. Adımda kampanyayı yürütenler, işçiler ve sendika başarılı olacaklarını düşünmektedirler” diyerek kampanyanın süreceği bilgisini verdi.

DİĞER BİR PAYDAŞ OLARAK DİSK TEKSTİL İŞÇİLERİ SENDİKASI

Konunun taraflarından Disk Tekstil İşçileri Sendikası Merter Şube Başkanı Asalettin Aslanoğlu, Bravo şirketi çalışanlarının alacakları ile ilgili konuda, 2012 yılından bu yana sendikacı olarak Bravo şirketi ile ilgilendiğini belirtti. Aslanoğlu (Kişisel Görüşme 28.12.2017) “işçiler günde 12 saat çalışıyorlardı. 2012 yılında şirkete gidip müdahale ettim ve işverenle görüşme talep ettim. Kendisine temel işçi haklarından bahsettim, kendilerinin yanlış yaptığını ve bugüne kadar çalışan işçilere de her gün 4 saat mesai borçları olduğunu konusunda uyardım Bunun sonucunda firma hatasını anladı ve aynı gün 3 vardiyaya döndü, ve geriye dönük bütün borçlarını ödedi” diyerek işçilerin bilinçlenmesi ve haklarının savunulması konusundaki çalışmalarını aktardı. Ancak Aslanoğlu, 2016 yılında işçilerin “Bravo’nun ödeme gücüğü yaşayıp maaşları geciktirdiği” konusunda kendisini uyardığını belirterek “Asıl üretici burada Zara firmasıydı. Yapılan üretimin %75’i Zara’nın, ikincisi Mango’nun, Üçüncüsü Next firmasının” açıklamasını yaptı. Asalettin Aslanoğlu, “Zara, Next ve Mango’ya üretim yapan Bravo hazır giyim fabrikasının iflas etmesi üzerine alacakları ödenmeyen 151 işçi olduğunu” ve “Zara firmasının mağdur olan işçiler için herhangi bir girişimde bulunmadığını” belirterek icra işlemi başlattıklarını söyledi (Milliyet, 2017).

Aslanoğlu, Zara’nın şu anda dünya basınına “biz parayı ödedik” açıklamasını yapmalarına rağmen herhangi bir ödeme yapmadıklarını belirtti ve uluslararası sendika ile yaptığı sözleşmeye rağmen mağdur olan işçiler için Zara firmasına çağrıda bulunarak “Zara’yı bize 3’üncü dünya ülkesi muamelesi yapmaktan vazgeçmeye davet ediyorum” açıklamasını yaptı (Asalettin Aslanoğlu ile yapılan kişisel görüşme 28.11.2017).

Bu gelişmeler üzerine; markalardan istedikleri cevabı alamayan Bravo işçileri, bağlı oldukları sendika aracılığıyla, Zara ile aynı grupta olan İndipunt S L şirketine yönelik bir haciz ihbarnamesi gönderdi (Hürriyet: 8.11.2017). Son olarak konu ile ilgili eylemlerine devam eden işçiler, etiket olayından sonra bu kez de etiketleri büyütürük mağazalar önünde eylem yaparak seslerini duyurmayı amaçladılar. Zara’nın Nişantaşı şubesi önünde yapılan eylemde tek sıra halinde duran işçiler ellerinde tuttıkları “Zara, Next ve Mango’dan alacağınız ürünleri ben yaptım ve paramı alamadım” etiketi ve ellerindeki broşürleri çevredeki kişilere dağıtarak kampanyalarına destek talep ettiler (ekonomihaber.com, 2017).

Küresel marka Zara üzerinden örneklendirdiğimiz bu çalışmada, Bangladeş ve Türkiye’de sivil toplum örgütlerinin halkla ilişkiler çalışmalarıyla mağduriyet yaşayan işçilerin seslerini duyurma çabalarını inceledik. Dutta-Bergman’a göre halkla ilişkiler literatüründe sivil toplumun Üçüncü Dünya ülkelerindeki sorunları çözebilecek bir “iksir” olduğu ve sivil toplum kuruluşlarının katılımı artırdığı fikri hakimdir (Aktaran: Akçay, 2017: 81). Bu doğrultuda halkla ilişkiler, sadece küresel kapitalizmin iktidar güç ilişkilerindeki hakim paradigmalara hizmet etmemekte, ağırlıklı olarak sivil toplum aracılığıyla bu sistemin güçsüz tarafını temsil eden madunların temsili ve sesi haline gelmektedir.

SONUÇ

Postkolonyalizm kavramı; genel olarak Üçüncü Dünya ülkelerinin sömürüsüne kaynaklık eden Batılı tarzda düşünme biçimi ve bilgi üretimi pratiklerini araştıran ve küresel kapitalizmin ekonomik, kültürel ve siyasal etkilerine odaklanan bir disiplin (Akçay, 2017:66) olarak ele alınmakta ve özellikle sömürgecilik, yeni-sömürgecilik, ötekileştirme, ayrımcılık gibi türlere odaklanmaktadır. Bu doğrultuda postkolonyal kavramının ilk çıkış noktası olan sömürgecilğe daha derinlikli bakmak gerekmektedir. Çünkü sömürgecilik; bir hakim yabancı gücün politik ve aynı zamanda ekonomik çıkarına da uygun olacak şekilde bir yerin hukuk, eğitim gibi sistemleri yeniden düzenlemesi olarak tanımlanabilir. Sömürgecilik, bir tektipleştirme olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda postkolonyal okuma, sanat, tarih, hukuk, ekonomi ve bilime nüfuz etmiş ekonomi-politik sömürgeciliğini yeniden okuma yöntemi olarak açıklanabilmektedir (Yetişkin, 2010b: 15).

Birçok araştırmacı postkolonyal dönemi, 1950’lerin sonu ve 1960’lardaki sömürge ülkelerinin sömürgeci güçlerden bağımsızlıklarını ilan etmeye başladığı-yani kolonyal kontrolün çözülmeye başladığı dönemden sonraki tarihsel süreci- belirtmek için kullanmaktadır. Ancak postkolonyal başlığı altında yayımlanan eserlere baktığımızda, bu kavramın ancak 1980’lerin sonlarına doğru yaygınlaşmaya başladığını görmekteyiz (Dirlik, 2010: 285). Bu alandaki çalışmalar önceleri genellikle “kolonyal söylem analizi” olarak ifade edilmekteyken 1990’ların başlarından itibaren daha geniş bir anlamda “postkolonyal çalışmalar” olarak bilinmeye başlamıştır (Young, 2007: 56).

Genel anlamda bakıldığında birçok disiplini içinde barındıran postkolonyalizm kavramı, batı hegemonyasına yani emperyalizme karşı eleştirel bir yaklaşım geliştirmiş ve Batı’nın kendini tanımlarken “öteki” olarak adlandırdığı Doğu’yu nasıl konumlandığını analiz etmiştir. Günümüzde bu konumlandırma Batılı devletlerle birlikte ulus aşırı örgütler eliyle gerçekleşmekte ve yeni sömürge

düzeni olarak da adlandırılan stratejilerin oluşmasını sağlamaktadır. Oluşturulan bu stratejilerle, güçlü emperyal ülkelerin küresel kapitalizmin standartlarıyla hareket eden ulus ötesi şirketleri, üçüncü dünya ülkeleri olarak nitelendirilen ya da iş gücü maliyetlerinin düşük olduğu ülkelerde, siyasal, sosyal ve ekonomik açıdan, kolonyal bir yaklaşımla hakimiyet kurmaktadır. Bugün yeni sömürgecilik tekniğinde ulus devlet pratiği yerine, sermayenin ve büyük göçün dolaşımı yer almaktadır (Sustam, 2010: 136).

Yeni kolonyal ya da yeni sömürgeci sistem olarak da adlandırılan uluslararası kapitalizmin etkisi altında kalan, hakim ve tahakkümcü yapıların ikisinin de içinde hareket etmekten yoksun olan ve bu sistemin mağdur öznesi konumundakiler de madunlar olmaktadır. Postkolonyal düşünce içinde madun kavramının kapitalizmin yarattığı eşitsizlikler nedeniyle ezilenler adına konuşanlar ya da ezilenler ile konuşanlar tarafından bir biçim olarak benimsenerek tekrar edilmesi ve taklit edilerek içeriğinin hakim ekonomi-politik üretimde kullanılabilecek bir şekilde uyarlanması madun bilincini oluşturmaktadır. Bu bilinç doğrultusunda araştırmamızda örneklendirilen ve uluslararası küresel sermayenin örneklerinden biri olarak Zara markası özelinde ele alınan ve madunlar üzerinden yapılan halkla ilişkiler çalışmalarında; sivil toplum aracılığıyla bu sistemin güçsüz tarafını temsil eden madunların hak savunuculuğu ve seslerinin duyurulması, yapılan ulusal ve uluslararası kampanyalarla elde edilen kazanımlar, postkolonyal bakış açısıyla ele alındığında Batı'nın hegemonik tavrını kıran uygulamalar olarak ele alınabilir.

KAYNAKLAR

Aktoprak, E. (2016). “Postkolonyal Bir Dava Olarak Yeni Türkiye’nin Yeni Uhusu”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt 71, No. 1.

An Introduction to Post-Colonialism, Post-colonial Theory and Post-colonial Literature file:///C:/Users/aysunkoktener/Desktop/an-introduction-to-postcolonialism.pdf

Arman, M.N., Şerbetçi, D. (2012). “Postkolonyal Feminist Teoride Milliyetçilik, Militarizm Ve Savaş Karşıtlığı”, *DEÜ SBE Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 3.

Asalettin Aslanoğlu, *Kişisel Görüşme*, 28.11.2017.

Bego Demir, *Kişisel Görüşme*, 05.12.2017.

Childs, P. and Williams, R. J. P. (1997). *An Introduction to Post-colonial Theory*, Prentice Hall, London.

Dirlik, A. (2010). *Postkolonyal Aura Küresel Kapitalizm Çağında Üçüncü Dünya Eleştirisi*, İstanbul : Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Faura, S. and Hand , F. (1997). *A Selected and Annotated Bibliography on Post-Colonial Literature and Theory*, *Links & Letters* 4.

Göle, N. , Sustam, E. (2010). “Nilüfer Göle ile Postkolonyalizm Üzerine”, *İstanbul : Toplumbilim Dergisi Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı* : 25.

Kaya, Y. (2017). “Oryantalizm – Postkolonyalizm Ve Sanat”, *İdildergisi.com*, DOI: 10.7816/idil-06-30-07 idil, 2017, Cilt 6, Sayı 30, Volume 6, Issue 30.

Mutman, M. (2010). “Postkolonyalizm: Ölü Bir Disiplinin Hatıra Defteri”, *İstanbul: Toplumbilim Dergisi Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı* : 25.

Quayson, A.(2000). *Postcolonialism: Theory, Practice or Process?* (Cambridge: Polity Press).

Said, E. (2010). *Şarkiyatçılık: Batı’nın Şark Anlayışları*, İstanbul: Metis Yayıncılık.

Sönmez, P. (2015). *Avrupa Birliği'nde Yeni Dönem Postkolonyal İlişkiler Ve Göç Politikaları Diyalogu Doktora Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Bakanlığı Avrupa Birliği Bakanlığı Akademik Araştırmalar Serisi-4, Ankara.*

Spivak, G.C. (2010). “Akademik Özgürlüğü Cins-Kimlikli Postkolonyallik İçinde Düşünmek”, (Çev: E. Yetişkin), İstanbul : *Toplumbilim Dergisi Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı* : 25.

Sustam, E. (2010). “Postkolonyalizmden Biyopolitiğe: “Temsilin Krizinden Güvensizlik Toplumuna mı?”, İstanbul: : *Toplumbilim Dergisi Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı* : 25.

Yetişkin E. (2010a). “Giriş”, İstanbul: *Toplumbilim Dergisi: Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı*, 25.

Yetişkin, E. (2010b). “Postkolonyal Kavramlar Üzerine Notlar”, İstanbul: *Toplumbilim Dergisi Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı* : 25.

Yetişkin, E. (2010c). “Epistemik İhlalin Çevirisi”, İstanbul: *Toplumbilim Dergisi Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı* : 25.

Young, R. J. C. (2007). *Edward Said'in Postkolonyal Kararsızlığı, Uluslararası Oryantalizm Sempozyumu 9-10 Aralık 2006, Salih Bayram (Çev), İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültürel ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı Kültür Müdürlüğü Yayınları, 1. Baskı.*

Young, R. J. C. (2016). *Postcolonialism: An Historical Introduction, John Wiley & Sons, West Sussex.*

İNTERNET KAYNAKLARI

http://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/09/130913_banglades,
Erişim tarihi : 05.11.2017

<http://www.bmdergi.org/tr/endustri-ve-insan-haklari/> . Erişim tarihi: 01.12.2017

<https://www.change.org/p/bravoiscileri/u/22157754>, 20.10.2017.

<http://www.decolonize.org/wp-content/uploads/2015/05/postcolonialism.pdf>,
Erişim tarihi: 05.11.2017.

www.deutschland.de/tr/topic/politika/bangladesdeki-rana-plaza-felaketinden-sonra-yardim, Erişim tarihi : 02.12.2017.

<http://www.dunyabulteni.net/haber/260865/rana-plazayi-kotu-malzeme-ve-usulsuzluk-yikmis> ,Erişim tarihi : 05.11.2017.

<https://www.ekonomihaber.com/is-yasam/zara-ve-mango-paralarini-vermedi-magaza-onunde-eylem-yaptilar-h4616.html>. Erişim tarihi: 18.12.2017.

<https://www.evrensel.net/haber/82954/rana-katliami-dinmeyen-aci>,
Erişim tarihi: 02.11.2017.

<http://www.hurriyet.com.tr/bangladeste-felaket-uzerine-felaket-2323996>,
Erişim tarihi : 02.11.2017.

<http://www.hurriyet.com.tr/isciler-zara-urunlerine-etiket-asarak-destek-istedi-alacaginiz-urununu-ben-yaptim-ama-parami-alamadim-40628377> ,
Erişim tarihi: 05.11.2017.

<http://www.hurriyet.com.tr/tekstil-sendikasinan-zaraya-karsi-icra-takibi-40637681> (08.11.2017)

<http://www.milliyet.com.tr/disk-baskani-aslanoglu-zara-da-ekonomi-2551368/>
(08.11.2017).

<http://www.temizgiysi.org/zara-urunlerine-bir-etiket-daha-eklendi/>,
Erişim tarihi: 08.11.2017

<http://www.temizgiysi.org/rana-plazadaki-felaketi-ucuza-getirmenize-izin-vermeyecegiz/>,Erişim tarihi:10.11.2017.

<http://www.temizgiysi.org/zara-next-mango-kendilerine-uretim-yapan-iscileri-ortada-birakti/>, Erişim tarihi: 08.12.2017.

<https://www.wsws.org/tr/2013/mai2013/bang-m14.shtml>,
Erişim tarihi : 08.11.2017.

<https://www.zara.com/tr/tr/z-shirket-l1391.html?v1=11112>,
Erişim tarihi: 05.11.2017.

MİMARİ MEKAN TASARIMLARINDA YER ALAN GRAFİK TASARIM ÖGELERİNİN ANLAMSAL ANALİZİ

Bekir AKBAL

İstanbul Aydın Üniversitesi

<https://orcid.org/0000-0001-6179-1094>

Dr. Öğr. Üyesi Nursan KORUCU TAŞOVA

İstanbul Aydın Üniversitesi

nkorucutasova@aydin.edu.tr

ÖZ

Modern insanların günlük yaşamlarında en fazla zaman geçirdiği mekan olan AVM'ler hem mimari hem de grafik tasarım alanında kesişim noktası olmaktadır. Bu bağlamda AVM'lerde tercih edilen grafik tasarım öğelerinin farklı veya benzer kategorideki markalar kapsamında, mekanlarda nasıl uygulandığı önem arz etmektedir. Bu kapsamda çalışmanın amacı, AVM'lerde aynı sektördeki benzer markalar ve farklı markaların karşılaştırmalı, mekan kullanımını ve mekan içinde kullanılan grafik tasarım öğelerinin nasıl uygulandığını ortaya çıkarmaktır. Alan çalışması İstanbul'da bulunan, İki ayrı AVM kapsamında yapılmıştır. Bunların ilki Mall of İstanbul Alışveriş Merkezi ikincisi ise Aqua Florya Alışveriş ve Yaşam Merkezi üzerinden toplamda 12 mağaza incelemesi gerçekleştirilmiştir. İncelenen markalar bulundukları sektörler bakımından özellikle tercih edilerek ele alınmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılarak, mağazalar da bulunan görsel tasarımlar fotoğraf, illüstrasyon, tipografi, piktogram ve renk unsurları bakımından sınıflandırılıp, markalar arasındaki benzer ve farklı unsurlar üzerinden yapılan gözlemler tablolarla aktarılmıştır. Araştırma sonucunda iki farklı mekanda tercih edilen fotoğraf, illüstrasyon, tipografi, piktogram ve renk unsurlarının yoğunluğu, mekanın iç kullanımı ve doğru alan kullanımına göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Fotoğraf, Tipografi, İllüstrasyon, Piktogram, Renk*

Geliş Tarihi: 28.11.2017, Kabul Tarihi: 30.01.2018, DOI NO: 10.17932/IAU.LAUD.m.13091352.2018.2/38.21-38

Araştırma Makalesi - Bu makale Turnitin programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi

AN ANALYSIS OF GRAPHIC DESIGN ELEMENTS IN THE ARCHITECTURAL DESIGN OF A SPACE

ABSTRACT

The shopping malls, as the places where modern people spend most of their time in daily life, are the intersection point of the architecture and graphic design fields. In this context, the application of the graphic design elements preferred in shopping malls within the scope of different or similar brand categories is important. The aim of this study, within this context, is to find out the comparative use of space by similar and different brands in shopping malls and the application of the graphic design elements within the space. The fieldwork was carried out in two separate shopping malls located in Istanbul. A total of 12 stores were investigated in the two shopping malls, which are Mall of Istanbul Shopping Center and Aqua Florya Shopping and Life Center. Examined trademarks were especially preferred in terms of the sectors in which they are used. In the study, the visual designs in the stores were classified in terms of photographs, illustrations, typographies, pictograms and color elements using qualitative research method, and the observations made on similar and different elements between the brands were conveyed through the tables. As a result of the research, it was found that the photographs, illustrations, typography, pictograms, and the density of the color elements preferred in two different places differ according to the interior use of the space and the correct use of space.

Keywords: *Photography, Typography, Illustration, Pictogram, Color*

I. GİRİŞ

İnsanların günlük hayatta ihtiyaç duydukları AVM'ler, bir çok aktivitenin tek bir alanda toplanması ve belirli ihtiyaçlarını gidermesi bakımından önemli olduğu görülmektedir. Mimari ürün ve oluşturduğu çevre, insan için bir barınak olmasının ötesinde, tarihi, kültürel ve dolayısıyla toplumsal süreçlerin de izlenilebildiği bir ortamdır. Yanı sıra bu fiziksel çevre, insanın algı düzeyinde olumlu veya olumsuz bir takım etkilere sebep olmakta ve dolayısıyla mekan ve kullanıcısı insan arasında bir iletişim söz konusu olmaktadır. Bu iletişimin önemli araçlarından biri de bu mekanlara anlam kattığı düşünülen grafik tasarım öğeleridir. Mekan tasarımının vazgeçilmez bileşenlerinden olan grafik tasarım öğeleri, mimarlık disiplini içerisinde önem kazanmaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada, alışveriş, gezinme, yeme-içme ve sosyalleşme gibi birçok eylemin gerçekleştiği alışveriş merkezlerinde grafik tasarım öğelerinin nasıl kullanıldığı görsel açıdan

ele alınmıştır. Bu bağlamda, 2017 Haziran ayından itibaren 8 ay süreyle, iki AVM içerisindeki benzer 12 marka fotoğraf, illüstrasyon, tipografi, piktogram ve renk unsurları açısından gözlem tekniği kullanılarak, görsel analizden geçilmiştir.

II. LİTERATÜR

Diğer tüm bilim dallarında olduğu gibi bu alanda da daha önce yapılmış araştırmalar ve alanın gelişimini gösteren yapılar çalışma için de önem arz etmektedir. Buradan hareketle bu bölümde alanın gelişimi ve alan hakkında daha önce çalışmış olan kişilerin görüşlerine yer verilmiştir.

Mimarlık disiplini, evreni kuşatan sistemin bir parçasıdır (Cansever, 1992). Bu anlamda mimarlık, fiziksel çevreyi oluşturan insanla, doğa arasında bir arayüz oluşturmaktadır.

Selçuk'a göre mimarlık, insanlık tarihi ve medeniyet çerçevesinde gelişen ve bu süreçte farklı bağlamlarda çok çeşitlilik gösteren, fakat maksat olarak belirli ana bağlamların yorumlanması olarak karşımıza çıkan bir disiplindir (Selçuk, 2005).

Roma döneminin ünlü mimari Vitruvius ise, mimarlığı üç temel üzerine kurulu bir düzen olarak tanımlamıştır: sağlamlık (firmitas), estetik (venustas), yararsallık (utilitas). Vitruvius'un üç unsur üzerine temellendirdiği mimarlık, günümüzde; sürdürülebilirlik, güvenilirlik, erişilebilirlik, sağlamlık, maliyet ve ekoloji kavramları ile birlikte kullanılır olmuştur (Dürüşken, 2017).

Alışveriş merkezleri, mekan olarak büyüklüğü ile öne çıkan ve çevreden soyutlanmış, kapalı, kendi kuralları ile işleyen mekanlardır. Çağdaş yaşam koşulları çerçevesinde hızla gelişen bu yapılar, yeme- içme, gezinme, alışveriş ve sosyalleşme gibi bir çok etkinliğin gerçekleştirildiği ve dolayısıyla toplumsal yaşam üzerinde önemli etkiler yaratan mekanlardır. Tümüyle kapalı ilk alışveriş merkezi, 1956 yılında Minneapolis'in bir yöre kenti olan Edina'da inşa edilmiştir (Gottdiener, 2005). 1970'li yıllarda daha da gelişen ve yayılan AVM'ler, özellikle 1980'lerden sonra hız kazanmıştır. Türkiye'de 1990'lardan sonra görülmeye başlayan bu yapılar 2000'li yıllardan itibaren, başta İstanbul olmak üzere, neredeyse ülkenin hemen her yerinde görülmeye başlanmıştır.

Alışveriş merkezleri en alt kattan en üst kata kadar genellikle işlevsel olarak sınıflandırılmışlardır. Genellikle en üst kat yeme içmeye ayrılırken, en alt kat market ve/veya teknoloji ürünlerinin satışına ayrılmıştır. Diğer yandan AVM'leri farklı şekilde sınıflandırmak da mümkündür. Örneğin Zorlu (2008), AVM'leri herkese hizmet veren, diğer bir ifadeyle orta sınıfa hitap eden AVM'ler ve üst düzey sınıflara hizmet veren AVM'ler olarak sınıflandırmaktadır. Kısacası her bir alışveriş merkezi, kendi içinde de sınıfsal çeşitlilik gösterir.

Görsel iletişim sanatlarından biri olan grafik tasarım, terim olarak ilk kez 20.yy'ın ilk başlarında kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde, bir hizmetin ya da ürünün tanıtılması amacıyla, teknolojik araçlardan faydalanarak üretilen grafik tasarımı, geçmiş dönemlerde daha ziyade el işçiliği kullanılarak üretilmiştir. Bu bağlamda, Becer (2013), grafik tasarım sanatçısını, kaligrafi sanatçılarının, baskı ustalarının ve zanaatçılarının geleneğini sürdüren bir meslek adamı olarak tarif etmektedir.

Teker, grafik tasarımın, bir işletmenin insanlarla mekan arasındaki iletişimi gerçekleştirdiğini söylemektedir (Teker, 2009). Buradan hareketle, grafik tasarımının, işletmenin renklerine, iç mekan tasarımlarına, logo tasarımındaki tipografisine, broşürlerine ve genel olarak kurumsal kimlik tasarımına kadar uzandığı söylenilebilir.

Sonuç olarak grafik tasarım, hedeflenen mesajı alıcıya iletmede ve soyut bir fikri, kolay algılanabilecek şekilde ürüne dönüştürmektedir. Örneğin, mimari mekanların yatay ve dikey düzlemlerinde iki veya üç boyutlu tasarlanabilen bu unsurlar, çoğunlukla üç boyutlu görüntü etkisi yaratacak ürünler olarak, tercih edilmekte ve böylece alıcının daha hızlı düşünebilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda, trafikten reklama, ambalajdan el ilanlarına, kurumsal kimlikten illüstrasyonlara, cephe tasarımlarından mimari mekanlara kadar geniş bir kullanım yelpazesine sahip grafik disiplini, tasarım dünyasında önemli bir yer tutmaktadır.

Fotoğraf, birçok tasarım alanında öncelikle, tercih edilir bir konumdadır. İletmek istenen mesajın, kullanıcı tarafından en rahat algılandığı unsur olan fotoğraf, her geçen gün önemini arttırmakta ve özellikle grafik tasarım disiplini içerisinde öncelikle tercih edilir bir hal almaktadır.

Ambrose ve Harris'e göre fotoğraf, günümüzde kullanılan imgelerin temelini oluşturan bir öğedir. Fotoğraf, afiş, broşür, el ilanları ve reklam kampanyası gibi birçok grafik tasarım ürününde, hedef kitleye bilgiyi, duyguyu, iletişimi ve mesajı rahatlıkla iletebilmektedir. Flusser (2009), fotoğrafın, afişler, kitap içerikleri, albüm kapakları ve tasarım dergileri gibi birçok alanda kullanıldığını belirtmekte ve tek bir kavramla birden fazla mesajın dışı aktarabildiğini ifade etmektedir.

İllüstrasyonlar, açıklayıcı bir anlatım biçimidir. Birçok farklı disiplinde uygulanmakta ve başarılı sonuçlar elde edilmektedir. En önemlisi de soyut bir fikri, somutmuş gibi hissettirmesidir. Grafik tasarım ürünü olarak illüstrasyonlar, dergi, kitap, gazete, reklam ve afişlerde sıklıkla kullanılmaktadır.

Tasarımcıların, basılmış görsellerle fark yaratabilmesi, illüstrasyonların kullanılmasında tercih sebebi olmuştur. Ambrose ve Harris (2013b)'e göre illüstrasyon, görselleştirilmiş ürünlerin belirli çizgilerin dışına çıkabilmesi ve görsellerin ulaştıramadığı mesajı daha anlaşılabilir biçime getirebilmesini ifade etmektedir. Erişti, illüstrasyonların, mekanların gelişiminde, insanların mekanla iletişim kurmasında ve dolayısıyla algı biçimlerinde önemli bir role sahip olduğunu belirtmektedir (Erişti 2017). Görsel iletişim tasarımının en önemli öğelerinden biri olan illüstrasyon, verilen bilginin anlaşılabilir ve yorumlanabilir olmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda illüstrasyonlar, genel olarak karakter tasarımında ve kavramsal tasarımlarda, vektörel veya grafiksel illüstrasyonlar olarak aynı çatı altında tasarlanabilmektedir.

Tipografi ise bir tasarım düşüncesinde duyguyu hissettiren en önemli öğelerden biridir. Oluşturduğu görsel şekillerle insanların iletişimini ve algısını hızlı bir şekilde sağlayabilir.

Tipografi, dili görünür hale getirmek için sanat ve tekniğin düzenlenmesi işidir. Burada belirli bir yazı dili, özel bir amaç doğrultusunda kullanılmakta ve kullanıcılar için somutlaştırılmaktadır. Anlam iletici olarak tipografi, sözlü iletişimin ya da görsel imgenin özel biçimlerde gerçekleşmesidir (Kress, 2003). Teker, tipografiyi, yazılarla iletişim kuran grafik tasarım öğesi olarak tarif etmektedir (Teker, 2009). Bu bağlamda herhangi bir kurum, kendine uygun karakterleri belirleyerek, tüm tasarımlarında aynı karakteri kullanmaktadır. Böylece belirlenen karakter mekanın ve kurumun simgesi haline gelebilir ve bu durumda hedef kitlenin kolay iletişim kurması sağlanabilmektedir.

Piktogramlar, günümüzde birçok sosyal ve kültürel alanda karşımıza çıkmaktadır. Bilgilendirme yaparak, kullanıcıların yönlendirilmesinde yardımcı olmaktadır. Piktogramlar, hemen hemen her insanın iletişim sağlayabileceği şekilde evrensel düşünülerek tasarlanmaktadır.

Hinz'e göre, günümüz dünyasında insanlar arası iletişimde, piktogramlar özel bir yer işgal etmektedirler. Özellikle facebook, instagram ve whatsapp gibi iletişimin sanal kanallarında sıklıkla kullanılan piktogramlar, yüz yüze iletişimden ziyade internet kanallarını tercih eden insanlar arasında önemli, duyguların karşı tarafa aktarımında sıklıkla tercih edilmektedir (Hinz, 2015).

İnsanlık tarihinin başlangıcından günümüze, gerek kendi içinde, gerekse kullanım alanı olarak genişleyen piktogram, resimsel işaretlerin bir dalını oluşturmaktadır. İlk yazılı piktogramların, objelerin temsili olan resimler olduğu düşünülmektedir. Bugün artık piktogramlar, günlük hayat içerisinde yükselen bir rol oynamaktadır (Hassan, 2015).

Ambrose ve Harris (2013a), sarının sıcak mevsimleri hatırlattığını ve kullanıcılara mutluluk verdiğini ifade etmektedir. Ona göre sarı tek bir tonu değil, güneşin hararetinden, sonbaharın solgun renklerine kadar geniş bir skalaya sahiptir. Farklı bir tanımla güneşin umut ve neşe veren rengi sarı, aydınlık bir rengi temsil etmekte ve renklerin en mutlusu olarak anılmaktadır (Mahnke, 1996). Sarı parlak bir gelecek umut bilgelik kavramıyla anılmakta ve aydınlık mekanların ruhunu yansıtmaktadır.

Beyaz, aydınlığı temsil etmekte ve bu bağlamda umudu, kutsallığı ve saflığı simgelemektedir. Hristiyan inancında beyaz iffeti ve saflığı çağrıştırmakta, Yahudilerde ise masumiyeti ve sevinci işaret etmektedir (Mahnke, 1996). Farklı bir tanımla temizliğin, sadeliğin ve saflığın rengidir, olumlu ve ikna edici etkisine sahiptir. Savaşta beyaz bayrak, teslimiyeti ve barışı simgelemektedir. Saflığın rengi olduğu için Batı’da gelinlikler genelde beyaz olarak tercih edilmektedir. Oysa beyaz, Asya’daki bazı toplumlarda yas rengi olarak da bilinir (Uçar, 2004).

Siyah, esasen renk yokluğu sayılan siyah, Avrupa ve Kuzey Amerika’da ölüm ve yasla bağdaştırılmakta ve ciddiyeti temsil etmektedir. Siyah aynı zamanda, seksi, sofistike ve zariftir. Ciddiyet bağlamında siyah, kıyafetlerde siyah papyon - kravat, taşıtlarda siyah limuzin vb. kendini gösterir (Ambrose ve Harris, 2013a). Farklı bir tanımla, karanlığın gücünü temsil eden ya da karanlığın bir güç olduğunu işaretleyen siyah bazen uğursuzluğu, bilinmeyen olan korkuyu gecenin rengini, kaderi ve ölümü çağrıştırmaktadır. Siyah, Alçaklık (blackguard), kara mizah (black humor), şantaj (blackmail), kara borsa (black market) gibi genellikle olumsuzluk içermektedir (Mahnke, 1996). Farklı bir tanımla kırmızı, hayatla kan arasında bir bağlantı kuran kırmızı kullanıcıların gözünde çabucak bir senaryoya dönüşebilmektedir. Antik çağda avcılar ve hayvanlar, yaralandıklarında vücutlarında, vücutlarından akan kanla ölümü çağrıştırmaktadırlar. Antik çağda, bu sebeple kanı hayat ve yaşamla bağdaştırmışlardır. Böylece hayatta ve güçlü olmakla, kırmızı arasında bir bağlantı kurmuşlardır (Mahnke, 1996). Kırmızı çekiciliği pazarlamada ve reklamcılık üzerine yapılan araştırmalar da belirlenmiştir. Ürünlerin rafta görünürlüğü ve ilgi çekiciliği, kırmızı ambalajların diğer renklere göre daha baskın olduğu bilinmektedir (Uçar, 2004).

Turuncu, sıcak renklerin başında gelen turuncu, gençler ve çocuklar için dışa dönüklüğü temsil ederken, doğası gereği şen, neşeli ve göz alıcı bir renktir. Bir yandan kırmızının tutkulu hallerine, diğer yandan sarının neşeli yapısına sahiptir (Ambrose ve Harris, 2013a).

Sarı ve kırmızının karışımı olan turuncu, daha ziyade mutluluğu temsil etmektedir. İştah açıcı bir renk olan turuncu güneşi de temsil etmekte, bulunduğu mekana sıcaklık vermektedir (Pile, 1997).

Doğanın simgesi yeşil, iyiliği ve çevreyi cisimleştirmektedir. Yeşil tarlaların, yeşil ormanları simgeleyen bu renk, yaşamı ve yeni başlangıçları işaret etmektedir. Huzurlu bir renk olan yeşil, dengeyi, uyumu ve tutarlılığı çağrıştırmakta ve sakinleştirici bir hava vermektedir (Ambrose ve Harris,2013a).

Sarı ve mavinin karışımından oluşan yeşil, sarının etkisiyle güneşi ve sıcaklığı, mavinin etkisiyle soğuşu ve sadeliği temsil etmektedir (Pile, 1997).

Mavi, doğanın gizemini ve gücünü çağrıştırmaktadır. Hem gökyüzünün, hem okyanusların rengi olan mavi, suyu hatırlatması sebebiyle canlı, takviye edici ve hayat kurtarıcı bir renktir. Evrensel olarak mavi serinliği ve arındırıcılığı çağrıştırmakta ve bu sebeple sakinleştirici bir etki yaratmaktadır (Ambrose ve Harris,2013a).

Genellikle sevilen ve tercih edilen bir renk olan mavi barışı simgelemekte ve dinlendirici bir etki yaratmaktadır. Pozitif olarak mavi, sakinliği, güvenliği ve konforu çağrıştırmaktadır. Negatif olarak ise mavi, depresif, soğuk ve öfkeli bir ortam olarak karşımıza çıkar (Mahnke, 1996). Mavi aynı zamanda melankolinin, temizliğin, sessizliğin, göğün ve suyun rengidir.

III. ARAŞTIRMA

Çalışmanın ana amacı, mimari mekanlarda kullanılan grafik tasarım unsurlarını, fotoğraf, illüstrasyon, tipografi, piktogram ve renk kavramları üzerinden incelemek, anlam bakımından analizini yapmak ve böylece grafik tasarım öğelerinin mimari mekanlarda yarattığı anlamsal boyutu ortaya koymaktır. Çalışmanın alt amacı ise, mimari bir ürün olan alışveriş merkezlerinde kullanılan/tercih edilen grafik tasarım uygulamalarının genel bir analizini yapmaktır.

Bu kapsamda çalışmanın hipotezi;

Hipotez 1: İllüstrasyonlar mekana, hareket katmak amacıyla kullanılmaktadır.

Hipotez 2: Mağazaların afişlerinde, fotoğraf kullanımı tercih edilmektedir.

Hipotez 3: Mağazaların afişlerinde, canlı renk kullanımı tercih edilmektedir.

Hipotez 4: Mağazaların afişlerinde, tipografi kullanımı tercih edilmektedir.

Hipotez 5: Mekan tasarımı, müşteri profiline etki etmektedir.

Hipotez 6: Aynı markaların iki farklı AVM'deki görsel tasarımlarında farklılık vardır.

Hipotez 7: Aynı markaların iki farklı AVM'deki görsel tasarımlarında farklılık yoktur.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Nitel Araştırmanın Türü,

Görsel Analiz, bu çalışmada, İstanbul Avrupa yakasında bulunan, iki farklı AVM içerisindeki mağazaların grafik tasarım öğeleri, fotoğraf, illüstrasyon, tipografi, piktogram ve renk unsurlarının görsel analizi gözlem tekniği kullanılarak yapılmıştır.

Nitel Araştırmanın Veri Çeşidi,

Bağımsız Değişken, Sonucu etkileyip etkilemediği araştırılan değişkendir. Buna göre belirlenen aynı markaların iki farklı AVM'deki görsel tasarımlarında, farklılıklar var mıdır? Var ise bu farklılıklar nelerdir? Sorularına cevap aranmıştır.

Verilerin Analizi,

Araştırma Sırasında Analiz, Araştırma aşamasında görseller incelenmiştir, oluşturulan paftalar ile sunularak veriler somut ve anlaşılır hale getirilmiştir.

Mall Of İstanbul AVM ve Aqua Florya AVM Grafik Tasarım Uygulamaları Analizi



Aqua Florya AVM/Zemin Kat/Pupa Mall Of İstanbul AVM/1.Kat/Lydia

İllüstrasyon kullanımı, duvarda bulunan panonun zeminindeki pembe üçgenler, güncel bir tasarım dilini yansıtmaktadır. Geometrik formlar panoda ön plandadır. En koyu değer olarak panonun merkezine ürün yerleştirilmiştir.

Renk kullanımı, canlı ve birbirinin tamamlayıcısı olan iki rengin iç içe kullanıldığı imajın zemininde canlı sıcak bir renk ve merkezde tonal değer olarak ona yakın soğuk bir renk ile tasarlanmıştır:

Mekan Analizi kapsamında ise, Ürünler bir tür çalışma ortamında veya evde olduğu gibi oldukça doğal ve birbirlerinden makul ölçülerde uzak bir biçimde sergilenmiştir. Bu şekilde sade bir sunum, ürün ile alıcı ilişkisini, doğrudan ürün ile kullanıcı arasındaki ilişkiye çevirmektedir. Bu da bir tür satış ve pazarlama tekniği olarak ele alınabilir.

Sonuç olarak, mağazaların görsel anlamda iç düzenlemeleri birbirlerinin aynısıdır. Ürünlerin sergilenip incelenebilecekleri ferah bir mekan kurgulanmıştır. Marka, satmış olduğu ürünü ön plana çıkartabileceği ve bunun dışında görsel bir müdahaleye gerek olmadığı fikri ile mağazaları tasarlamıştır. İşlevsellik ön plandadır. Çeşitli sanat eserlerinin sergilendiği bir sergi alanı ne kadar gösterişten uzak olmalı ise bu mağaza için de aynı şekilde sadelik bu anlamda mekana hakimdir diyebiliriz. Grafik tasarım müşteriye direkt olarak ürüne yönlendirecek şekilde tasarlanmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, İllüstrasyonlar mekana, hareket katmak amacıyla kullanılmaktadır hipotezi doğrulanmıştır (Hipotez 1).



Aqua Florya AVM/Zemin Kat/Atasun Optik

Mall Of İstanbul AVM/1.Kat /Atasun Optik

Fotoğraf kullanımı açısından tüm bireylerinin gözlük taktığı bir aile fotoğrafı üzerinde çalışılmıştır. Boy sıralarına göre sıralı olarak arkadan öne baba, anne büyük ve küçük çocuklar bulunmaktadır. Ellerinde taşıdıkları beyaz panoda tüm çalışmanın müşteriye iletilmek istenen mesaj bulunmaktadır. Bu tasvir ekonomik bir kampanya hakkında ailelerin dikkatini çekmek ve güven vermek amacı ile tercih edilmiştir.

Renk Kullanımı, temiz sade beyaz alan önünde bulunan figürlerin kıyafetlerindeki, sırası ile beyaz ve siyahın birleşiminden elde edilen gri renk bir anlamda babayı geri planda tutarken, annenin üzerinde bulunan sarı kahve tonlardaki renk canlılık hissi ve bu rengin karşısı mavi renk arındırıcı ve ferahlatıcı dingin bir etki uyandırmak üzere tercih edilmiştir. Etkili renkler çalışmadaki kadın figürler üzerindedir bu nedenle, çalışma kadın müşterilere yönelik olduğu izlenimi vermektedir. Tüm renkler arasında bağlantı bulunmaktadır. En altta markanın kurumsal turuncu rengi şerit olarak gençliği ve dinamizmi simgelemek üzere kullanılmıştır.

Sayfa Tasarımı, dikey olarak hazırlanan bu çalışmada fotoğraf içerisindeki figürler yine dikey alana hizmet etmektedir. Bu yukarıdan aşağıya doğru olan ritmik düzen, figürlerin elinde tuttukları yatay beyaz pano ile ve en alt kısımdaki logo ile bozulmaktadır.

Sonuç olarak, Her mağazada yer alabilecek, mağazalardaki genel iç mekan tasarımına uygun biçimde hazırlanmış bir kampanya görselidir. Mekan içerisinde ürünleri incelerken müşteriye kampanyalarla ilgili bilgi vermekte ve müşteri profilini doğrudan işaret etmektedir.

Elde edilen bulgulara göre, Mağazaların afişlerinde, fotoğraf kullanımı tercih edilmektedir hipotezi doğrulanmıştır (Hipotez 2).



Aqua Florya AVM / 1. Kat / Desa Mall Of İstanbul AVM / 1.Kat / Desa

Tipografi Kullanımı; Mağaza girişindeki bu çalışmada üç ayrı yazı tipi kullanılmıştır. Hepsini kullandıkları alan ve temsil ettikleri sözcüğün karakterine göre tercih edilmiştir. Yazılardaki büyüklük farkları hemen göze çarpmaktadır. 50 ve 20 sayılarının büyüklükleri sayısal değerlerine göre ölçülendirilmiş ve böylece 50 sayısı ve 20 sayısı ifade ettikleri indirim miktarının görsel temsili olmuşlardır.

Renk Kullanımı; Afişte dikkat çekici unsur olarak kırmızı ve nötr beyaz renklerin iç içe kullanımı söz konusudur. Zıt bir renk olarak yeşil oklar geneldeki kırmızı yoğunluğunu kırmak için tercih edilmiştir.

Sayfa Tasarımı; Dikey dikdörtgen formundaki çalışmanın merkezindeki oval biçim içerisine, orantılı bir biçimde yazılar yerleştirilmiştir. Daire alanın alt kısmına indirim yazısı yatay şerit olarak getirilmiştir. Genel anlamda yatay, dikey şeritler ve daire gibi temel tasarım nesnelerinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

Sonuç olarak; Mağaza içerisinde satılan ürünlere uygun arka fon olarak belirlenen nötr renkler ve sergilenen ürünlerin çoğundaki koyu tonlar göz önüne alınarak mekanda olmayan ve en dikkat çekici renk olarak kırmızı renk üzerinden bir kampanya görselinin hazırlanması grafik yaklaşım olarak mekana uygulanabilecek doğru bir tasarım biçimi olarak değerlendirilebilmektedir.

Elde edilen bulgulara göre, Mağazaların afişlerinde, canlı renk kullanımı tercih edilmesi ve Mağazaların afişlerinde, tipografi kullanımı tercih edilmesi hipotezi doğrulanmıştır (Hipotez 3), (Hipotez 4).



Aqua Florya AVM / 1. Kat / Samsonite

Mall Of İstanbul AVM / 1.Kat / Trunk & Co

Samsonite Renk Kullanımı, Kurumsal renklerin başında gelen koyu mavi, lacivert tonlara sahip samsonite logosu negatif biçimde şerit halinde etiketlerde kullanılmıştır. Fırsat ürünü etiketindeki sarı renk dikkat çekici ve ürünün satılma olasılığını artırıcı nitelikte bir renktir.

Samsonite Mekan Analizi, Farklı renklerde sürekli olarak yenilenen çok sayıda ürününün sergilenmesi ve yerine yenilerinin gelmesi için uygun bir mekan oluşturulmuş. Ürünler ahşap kaideler üzerinde veya yine aynı ahşap malzeme kullanılarak hazırlanmış raflar üzerinde sergilenmektedir. Mekan içerisinde dikkat dağıtıcı unsurlardan kaçınılmıştır. Mekan aydınlatması oldukça etkili ve yoğun bir biçimde kullanılmıştır. Ürünler türlerine ve kullanıldıkları alanlara göre ayrı ayrı tasnif edilmiş.

Trunk & Co Piktogram Kullanımı, Mekanın tavanında orta bölümde piktogramlar ve yön işaretleri çevrilidir. Bu piktogramlar ulaşım/havaalanı vb. yerlerin tasarım sistematığı göz önünde bulundurarak düzenlenmiştir. Yerleştirilen bu piktogramlar mekan içerisinde bir hareket algısı oluşturmuştur. Müşteriyi dolaylı olarak satın almaya teşvik söz konusudur.

Trunk & Co Renk Kullanımı, Sarı görünebilirlik değeri en yüksek renklerden biridir. Bu yüzden modern zamanlarda sarı dikkat rengi olarak tercih edilmiştir. Dikkat çekici niteliği çok yüksektir. Bu sebepten havaalanları ya da inşaat sahaları gibi dikkat gerektiren alanlarda sarı renge çokça rastlanır. Bu şekilde hem dikkat çekiciliği hem de aslına uygun bir biçimde gerçekliği yakalamıştır. Siyah ile birlikte kullanımı sarının şiddetini soğurarak dengeli bir değer yakalama amacından ötürüdür.

Trunk & Co Mekan Analizi, Havaalanlarındaki iş akışı konsepti ve piktogram düzenlemeleri ile oluşturulan ortamda bilinçli bir algı yönetimi kullanılmıştır. Bu şekilde bireyleri seyahate çıkmaya teşvik edici bir ortam oluşturmak ve satış amacı hedeflenmektedir.

Sonuç olarak, Markanın iç mekan tasarımına da kurumsal olarak hazırlanan kampanya imajlarına da tamamen yolculuk teması hakimdir. Satılan ürünün kullanım alanı doğrudan referans olarak müşterinin mekan ile kurduğu iletişimde görülmektedir. Bu sayede seyahat mesajı ürünle birlikte sürekli olarak müşteriye verilmektedir. Bu da satışları etkileyen pozitif bir faktördür.

Elde edilen bulgulara göre, Mekan tasarımı, müşteri profiline etki ettiği hipotezi doğrulanmıştır (Hipotez 5).



Aqua Florya AVM / Zemin Kat / Paşabahçe

Mall Of İstanbul AVM / 2. Kat / Paşabahçe

Aqua Florya AVM, Tipografi Kullanımı; Sade bir reyon tasarımı fakat etki olarak daha ön planda bulunan tipografik bir grafik anlatım bulunmaktadır. Her iki alanda da grafik anlatımın şiddetinde, mekan ve sunum belirleyici unsur olmuştur.

Aqua Florya AVM, Renk Kullanımı; Tasarımda sadece siyah renk kullanılmıştır. Ritim ve görsel devamlılık sağlanmıştır. Siyah renk mağazanın kurumsal kimliğine uygun ve kaliteyi temsil etmektedir.

Aqua Florya AVM, Mekan Analizi, Duvar yine Paşabahçe'nin belirlediği konseptte uygun, ahşap olarak tercih edilmiş fakat beyaz bir düzlem, yüzey olarak duvarın üzerinde kullanılmıştır. Bu beyaz yüzey grafik çalışmanın zemini olmuş ve Siyah renkte tasarlanmış tipografik çalışmanın görünürlüğünü arttırmak için düşünülmüştür.

Mall Of İstanbul AVM, İllüstrasyon Kullanımı, İknografik tarz tercih edilmiştir. Spot sol üst köşeye alınmış, tamamlayıcı unsur olarak da raflarda sergilenen ürünlerin ikonik biçimleri kullanılmıştır. Grafiksel açıdan sade olarak nitelendirilebilecek bu anlatım, zemin ile ilişki kurarak (ahşap olan yüzey) güçlendirilmiş ve abartıdan kaçınılarak sadelik gözetilmiştir.

Mall Of İstanbul AVM, Renk Kullanımı, Canlı ve birbirinin tamamlayıcısı olan iki rengin iç içe kullanıldığı imajın zemininde canlı sıcak bir renk ve merkezde tonal değer olarak ona yakın soğuk bir renk ile tasarlanmıştır.

Mall Of İstanbul AVM, Mekan Analizi, Ahşap son yıllarda iç mekanlarda çok sık kullanılan bir tasarım malzemesidir. Giderek sadeleşen iç mekan düzenlemelerinde sadeliğin getirdiği belirli ritmik yapı, ahşap materyaller ile daha organik hale getirilmektedir. Cam doğada kullanılır halde bulunmaz. Şekil verilmesi için işleminden geçmesi gerekir. Bu da onu yapay kılan özelliklerindendir. Tüm kırılabilirliği ve yapaylığına karşın mekanda bulunan ahşap duvar alanla, doğal olan ve olmayan, kırılabilir olan ve olmayan materyaller arasında zıtlıktan faydalanılarak yapay bir nesne, organik bir ortam içerisinde sergilenmiştir.

Sonuç olarak, İki farklı mağazada farklı grafik unsurlar görülmektedir. Tasarımlar her iki mekanı da görsel ve tasarımsal açıdan farklılaştırmak üzere kurgulanmıştır. Aynılıktan kaçınılarak aynı markanın iki mağazası, bir mağazada tasarımların zeminini oluşturan ahşap malzeme kullanmışken diğer mağazasında ise ahşap yine Paşabahçe'nin belirlediği konseptte uygun, ahşap olarak tercih edilmiş fakat beyaz bir düzlem, yüzey olarak duvarın üzerinde kullanılmıştır. Bu farklılıklarla birbirlerinden ayırtırılmış ve mekanlardaki tekdüzelik ortadan kaldırılarak, müşteriye farklı mekanları ziyaret ettiği hissi verilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, Aynı markaların iki farklı AVM'deki görsel tasarımlarında farklılık vardır hipotezi doğrulanmıştır (Hipotez 6).



Aqua Florya AVM / 1. Kat / Sportive Mall Of İstanbul AVM / Zemin Kat / Sportive

Tipografi Kullanımı, Tipografiye dair veri ancak zemindeki Rakamlarda bulunmaktadır. Gerçek bir koşu pistinde bulunan uluslararası standartlara uygun font burada da kullanılmıştır.

Renk Kullanımı, Zemin konseptin belirleyici unsuru olduğundan diğer alanlarda gözü yormaktan kaçınılmış, gri tonlar tercih edilerek düzenli bir raf düzenlemesi, sunum biçimi ve sadelik gözetilmiştir. Zemine karşıt renk olarak yeşil ise tavan kısmında ışıklandırmanın olduğu bölümde kullanılmıştır.

Mekan Analizi, Bünyesinde çoğu markanın çeşitli ürünlerinin satışının yapıldığı Sportive mağazasında göze çarpan ilk unsur zeminde bulunan koşu pisti uygulamasıdır. Mekana baskın bir biçimde etki eden zemindeki bu çalışma, doğru bir aydınlatma ile birlikte hem alana derinlik katmakta hem de boylu boyunca uzanan mekanda, müşterileri yönlendirici bir etki taşımaktadır. Merkezde uzanan pist mağazayı ortadan ikiye bölmekte ve iki ayrı raf alanı oluşturmaktadır.

Sonuç olarak, Tek bir görsel müdahalenin mekana kattığı boyut ve başkalaştırıcı etkisine güzel bir örnek niteliğindedir.

Reyon ve stand tasarımı olarak ön plana çıkan herhangi kurumsal bir öğeye rastlanmasa da zemine yapılan uygulama sayesinde tüm mekan adeta başkalaştırılarak, mağazanın uzun koridoru bu şekilde görsel bir anlam kazanmıştır. Spor ürünlerinin satıldığı bir alan olarak tamamen bu duyguyu hissettirmekte ve mekanın sunumu uygun biçimde yapılmaktadır.

Elde edilen bulgulara göre, Aynı markaların iki farklı AVM'deki görsel tasarımlarında farklılık yoktur hipotezi doğrulanmıştır (Hipotez 7).

SONUÇ

Çalışmada bahsedilen grafik tasarım çalışmaları mekanların zenginleştirilmesine ve kullanıcılar ile mekan arasındaki iletişimin güçlendirilmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Grafik tasarım çalışmalarıyla zenginleştirilen mekan tasarımları kullanıcılar için daha dikkat çekici unsurlar oluşturmakta ve mekanın kullanımını arttırmaktadır. Temel amacı insanları tüketime çekmek olan alışveriş merkezleri için bu durum oldukça önemlidir. Alışveriş merkezinin genel atmosferinin ve özelde barındırdığı mağazaların kullanıcılar üzerinde etkili olabilmesi, mekanın sürekliliğini sağlayacak en önemli faktördür. Çünkü kullanıcılar tarafından tercih edilmeyen bir alışveriş merkezi ekonomik olarak varlığını sürdüremeyecektir. Buradan yola çıkarak grafik tasarım çalışmalarının hem alışveriş merkezleri hem de barındırdığı mağazalar için vazgeçilmez olduğunu söyleyebiliriz.

Mekanların temel tasarım amacının insanlar tarafından kullanılması olduğunu düşünürsek alışveriş merkezleri özelinde kullanıcılarla buluşmanın önemini anlayabiliriz. Alışveriş merkezlerinin ve mağazaların ticari kazanç elde edebilmeleri için de kullanıcılar tarafından sıklıkla ziyaret edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle hem mağazaların hem de alışveriş merkezlerinin yönetimi, insanları psikolojik olarak etkileyecek ve çekiciliği arttıracak grafik tasarım çalışmaları için profesyonel hizmet almaktadır. Uygulanan grafik tasarım çalışmalarının başarılı olması bu açıdan önem taşır.

Grafik tasarım çalışmasında kullanılan unsurların mekanın amacına uygun olmasının yanında insan psikolojisi üzerinde de etkili olması gerekir. Örneğin, alışveriş merkezinde restoran hizmeti veren bir işletmenin insanda açlık hissini oluşturan sarı, kırmızı, turuncu gibi renklerin kullanıldığı görülebilir. Spor malzemesi satan bir mağazada doğayı çağrıştıran yeşil rengin kullanılması; sevgililer günü, anneler günü, yılbaşı gibi özel günlerde pembe ve kırmızı renklerin kullanılması veya ilk baharda mağaza vitrinlerinde beyaz, yeşil, açık sarı gibi renklerin sonbaharda ise kahverengi ve turuncu tonlarının kullanılması buna örnek olarak gösterilebilir. Grafik tasarım unsurları arasında insan psikolojisi üzerinde en etkili olan unsur renk olsa da diğer öğelerin önemi de mekanın

çekiciliğini arttırmak hususunda yadsınamaz. Örneğin Sportive mağazasında zemine uygulanan koşu parkuru mağazanın konseptine oldukça uygundur ve göze hitap ederek insanları mağazaya çekebilecektir. Bunun gibi tasarımda kullanılan yazı tipleri, afişlere uygulanan fotoğraflar ve illüstrasyonlar çalışmaları da mekanın çekiciliğini arttıran unsurlardandır. Bu çalışmalar ile kullanıcılara verilmek istenen mesajlar hem görsel olarak daha kolay ve net gönderilmekte hem de kullanıcıların psikolojisini etkileyerek mekanın çekiciliğini arttırmaktadır.

Alışveriş merkezlerinin ve mağazaların farklı boyutlarda olduğunu düşünürsek grafik tasarım çalışmalarının boyutlarının çeşitlilik gösterdiğini de söyleyebilir. Farklı alışveriş merkezlerinde bulunan aynı mağazalarda mekanın yapısı farklılığından kaynaklı olarak hem ürün çeşitliliğinde hem de grafik tasarım ve vitrin çalışmalarında farklılık görülebilir. Ancak bir firmanın sezon konseptine uygun olarak vermek istediği mesajları her mağazasında birbirine çok yakın şekilde yansıtmak isteyeceğini de göz ardı etmemek gerekir. Dolayısıyla grafik tasarım çalışmalarında boyutsal farklılıklar olsa da temel mesajların, afişlerde ve vitrin tasarımlarında kullanılan unsurların neredeyse tamamen aynı olacağını söyleyebiliriz.

Sonuç olarak toparlamamız gerekirse her geçen gün daha da gelişen ve yaygınlaşan grafik tasarım çalışmaları her mekan için önemli olsa da alışveriş merkezleri için daha büyük bir öneme sahiptir. Çünkü daha önce de söylediğimiz gibi alışveriş merkezlerinin ve mağazaların varlığını sürdürebilmesi ticari olarak kazanç elde etmelerine bu da kullanıcılar tarafından sıklıkla ziyaret edilmelerine bağlıdır. Günümüzde tüketimin bu kadar artmış olması grafik tasarım çalışmalarının insan psikolojisi üzerindeki etkisini göstermektedir. Grafik tasarım çalışmalarında kullanılan renk, fotoğraf, tipografi, illüstrasyon gibi unsurlar kullanıcıları mekana çekmekte ve bir mağazaya çekilen kullanıcının alışveriş yapması ihtimalini arttırmaktadır. Özetle grafik tasarım çalışmaları sayesinde alışveriş merkezleri temel işlevlerini sürdürmeyi başarmaktadır.

KAYNAKLAR

- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013a). Grafik Tasarımda Renk, İstanbul: Literatür Yayıncılık.*
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2013b). Grafik Tasarımda İmge, İstanbul: Literatür Yayıncılık.*
- Becer, E. (2013). İletişim ve Grafik Tasarım, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.*
- Cansever, T. (1992). Şehir ve mimari üzerine düşünceler, İstanbul: Ağaç Yayıncılık.*
- Dürüşken, Ç. (2017). Mimarlık Üzerine Vitruvius. İstanbul: Alfa Yayıncılık.*
- Erişti, B. D. S. (2017). Yeni Medya ve Görsel İletişim Tasarımı, Ankara: Pegem Akademi.*
- Flusser, V. (2009). Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru, İstanbul: Hayalbaz Kitap.*
- Gottdiener, M. (2005). Postmodern Göstergeler, İstanbul: İmge Kitabevi.*
- Hassan, M. M. E. (2015). The semiotics of pictogram in the Signage Systems, Advertising Department, Faculty of Applied arts, Helwan University. Egypt.*
- Hinz, L. (2005). The Functions of Emoticons and Pictograms in Instant Messengers, Media Linguistics.*
- Kress, G. (2003). Literacy in the new media age. London: Routledge.*
- Mahnke, H. F. (1996). Color, Environment, and Human Response,, VNR, America.*
- Pile, J. (1997). Color in Interior Design, McGraw-Hill, America.*
- Selçuk, T. H. (2005). Gazi Üniversitesi, Mimarlıkta Yapısal Bir Çözümleme Deneyimi: Ankara'daki Alışveriş Merkezleri, Yüksek Lisans Tezi. Ankara.*
- Teker, U. (2009). Grafik Tasarım ve Reklam, İstanbul: Yorum Sanat Yayınevi.*
- Uçar, F.T. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım, İstanbul: İnkılap Yayınevi.*
- Zorlu, A. (2008). Alışveriş Merkezlerini Anlamak, Ankara: Glocal Yayınları.*

İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ İŞLEVİ OLARAK PERSONEL BULMA, SEÇME VE PERSONELİ İŞE YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ SORUNLAR: TURİZM İŞLETMELERİ ÖRNEĞİNDE TEORİK BİR İNCELEME

Doç. Dr. Elbeyi PELİT

Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar

elbeyipelit@aku.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-6418-801X>

Arş. Gör. Serkan AK

Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Sinop

serkanak@sinop.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-9094-4202>

ÖZ

Personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme, insan kaynakları yönetiminin en önemli ve bir o kadar da zor olan işlevleri arasındadır. Bu araştırmanın amacı, emek-yoğun özelliğiyle bu önemin daha fazla hissedildiği turizm işletmelerinde personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme kapsamında yaşanan sorunların genel bir bakış açısıyla değerlendirilmesini sağlamaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda literatürde konuyla ilgili olan daha önceki çalışmalar incelenmiş ve turizm işletmelerinde yaşanan bu süreçte dair sorunlar; bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme olarak ayrı ayrı alt başlıklar halinde ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır. Ayrıca bu süreçte yaşanan sorunların çözümü sürecinde, insan kaynakları yönetimi biriminin rolü ve önemi de vurgulanmıştır. Sonuç olarak araştırmada söz konusu süreçte turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetimi birimi tarafından çözüme kavuşturulmayı bekleyen birçok sorun olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda genel bir değerlendirme içeren açıklamalar istikametinde süreçte yaşanan sorunlara özet bir bakış sunulmuş ve konuyla ilgili çeşitli araştırma önerileri verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm İşletmeleri, İnsan Kaynakları Yönetimi, Personel Bulma, Personel Seçme, Personeli İşe Yerleştirme*

Geliş Tarihi: 04.01.2018, Kabul Tarihi: 05.03.2018, DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.39-74

Araştırma Makalesi - Bu makale Turnitin programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi

PROBLEMS IN THE PROCESSES OF PERSONNEL RECRUITMENT, SELECTION AND PLACEMENT AS A FUNCTION OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT: A THEORIC RESEARCH IN THE CASE OF TOURISM ENTERPRISES

ABSTRACT

The function of personnel recruitment, selection and placement is one of the most important and difficult functions of human resource management. The purpose of this study is to evaluate the problems within the scope of personnel recruitment, selection and placement in the tourism enterprises where this importance is felt more because of its labor-intensive nature. In this research one of the qualitative research methods, the method of document review has been used. In this context, the previous studies that are relevant in the literature and the problems within the scope of personnel recruitment, selection and placement in tourism enterprises have been explicated with subtitles separately. Also the role and importance of human resources management on resolving the problems in the process have been emphasized. As a result, it is determined that there are many problems in this process waiting to be solved by the human resources management department in tourism enterprises. In this regard, a nutshell review of the problems in the process was presented with explanations that include a general evaluation, and a variety of research proposals were provided on the subject.

Keywords: *Tourism Enterprises, Human Resource Management, Personnel Recruitment, Personnel Selection, Personnel Placement*

1. GİRİŞ

Bilimsel yönetim uygulamalarının başladığı tarihlerden 1950’li yıllara kadar, insan faktörünün öneminin işletmeler açısından tam anlamıyla kavranamadığı ve bu önemin işletmeler tarafından 1950’li yıllardan sonra anlaşıldığı görülmektedir (Erdoğan, 1991: 3-4). İnsan gücü, günümüzde bir işletmeye yön veren ve onu başarıya ya da başarısızlığa götüren en önemli unsuru oluşturmaktadır (Benli ve Şahin, 2004: 117). Örgütsel, sosyal ve teknolojik değişimler, işe alım stratejilerinin uygulanmasının önemini artırmaktadır (Orlitzky, 2007: 274). Globalleşmenin neden olduğu bilgi ve teknolojiadaki gelişmeler, işletmeleri ve kurumları daha kaliteli insan kaynağına sahip olmaya zorlamaktadır (Adıgüzel, 2009: 243).

Personel bulma ve seçimi; diğer insan kaynakları işlevleriyle birlikte, işletmenin diğer fonksiyonlarının ve genel amaçlarının etkin bir biçimde yerine getirilmesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Civan ve Demireli, 2004: 17). Örgüt yapısındaki boş pozisyonlar için nitelikli adaylardan bir havuz oluşturma faaliyetleri, insan kaynağı bulma süreci; aday havuzundan iş gereklerine uygun adayın belirlenip işe yerleştirilmesi faaliyetleri ise insan kaynağı seçme süreci kapsamındadır (Chan ve Kuok, 2011: 424; Tonus, 2013: 61). Personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme; insan kaynakları yönetiminin (İKY) temel ve en zor işlevleri arasındadır. Çünkü önemli olan boş pozisyonlara iş gücü bulmak değil, doğru işe doğru personelleri bulabilmektir (Erdem ve Gezen, 2014: 21). Personel bulma ve seçme faaliyeti, örgütlerin performansını doğrudan etkileyen en önemli İKY faaliyetidir (Koçak ve Yüksel, 2011: 74). Bir organizasyon içinde işe alım ve seçim, bu kuruluşun genel insan kaynakları yönetimi bütününe ayrılmaz bir parçasıdır (Compton, Morrissey ve Nankervis, 2014: 1). İşletmelerin verimlilik ve rekabet yoluyla üstünlük elde etmelerinde, doğru çalışanları bulmak büyük bir öneme sahiptir (Çolak, 2010: 85). Doğru insanların doğru işlere yerleştirilmeleri, işletmeleri diğerlerinden farklı kılmakta ve bir adım öne çıkarmaktadır (Özkan, 2007: 162). Bu bağlamda işletmenin başarılı olması, yapmış veya yapacak olduğu etkin bir personel bulma ve seçme sürecine bağlı olmaktadır (Çavdar ve Çavdar, 2010: 81).

Personel seçimi, her zaman hizmet sektöründeki yöneticiler için kritik bir başarı faktörüdür (Cheng, 2011: 990). Konunun turizm işletmeleri açısından ilgi çekici yönü ise turizm endüstrisinin emek yoğun yapısından kaynaklanmaktadır. Personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme, faaliyet alanı ne olursa olsun tüm turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetiminin önemli bir işlevidir (Nickson, 2007: 88). Turizm sektörünün uzun çalışma saatleri, kısıtlı sosyal olanaklar, sezonluk çalışma, düşük ücretler gibi kendine özgü özellikler barındırması, personel devir hızının genel itibarıyla diğer işletme türlerine kıyasla daha yüksek olmasına neden olmaktadır (Erdem ve Gezen, 2014: 20; Küçükaltan, 1998: 59; Pelit ve Kılıç, 2012: 126). Yüksek personel devir hızını ise turizm işletmelerinin en önemli sorunları arasında değerlendirmek mümkündür (Cho ve diğ., 2006: 267). Örneğin bir turizm işletmesi olan otel işletmelerinde personellerin işten ayrılması, yeni personel ihtiyacını ortaya çıkararak personel seçimi noktasında daha fazla zaman harcanmasına ve maliyetlerin artmasına neden olmaktadır (Akova, Tanrıverdi ve Kahraman, 2015: 88).

Turizmde personel devir hızının yüksek olmasında, turizmin taşıdığı genel özelliklere ek olarak; işletme içi ve dışı faktörler neden oluşturabilmek ile birlikte, işletmelerin yanlış işe alım politikalarının da sorunun önemli bir parçası olduğu düşünülmektedir. Uygun nitelikteki iş başvurularını uygun koşullarda işletmeye

çekememe, turizm işletmelerinin önemli bir sorunudur ve bu durum işletmeleri rekabet açısından zayıf bırakmaktadır. Bunun yanı sıra kişi ve iş uyumsuzluğu nedeniyle, verilen görevlerin yerine getirilememesi ve bunun sonucu işlerin aksaması, iş kazalarında artış ve nihayetinde işten ayrılmaların baş göstermesi de personel bulma ve seçme işlevi ile ilgilidir (Erdem ve Gezen, 2014: 20-22). Özetle; emek yoğun bir sektör olan turizmde insan kaynağından verimli olarak yararlanmak, personel devir hızını düşürmek, personel eğitim masraflarını azaltmak için personelin doğru seçilmesi; üzerinde önemle durulması gereken bir konudur (Akoğlu, 1998: 26).

Bu çalışmada, turizm işletmelerinde işe alınacak personeller bağlamında genel olarak; işletmelerin genel iş gücü piyasasının değişmesinden etkilendiğinden bahsedilmiş olup devamında gerek personel gerekse yöneticiler açısından yetersiz eğitimin; personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme sürecine etkileri belirtilmiştir. Bu kapsamda çalışmada “emek yoğun bir sektör olan turizm işletmelerinde İKY’nin en önemli işlevlerinden biri olan personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme sürecindeki sorunlar nelerdir?” sorusuna cevap aranmış, sorunlar konuyla ilgili yapılmış çalışmalardan yapılan çıkarımlar doğrultusunda detaylıca tartışılmıştır. Çalışma bu yönüyle kaynak taramasına dayanan teorik nitelikte bir çalışma olmakla birlikte, özellikle alanda gerçekleştirilen/gerçekleştirilecek uygulamalı çalışmalara hangi yönde sorunların olduğu ve hangi hususlara yoğunlaşılacağına, yoğunlaşılması gerektiğine yönelik de bir izlenim sunması bakımından önemlidir. Çalışmada ayrıca konuyla ilgili sorunların çözümünde İKY biriminin önemi ve rolü üzerinde de durularak konuyla ilgili araştırma yapacaklara öneriler de sunulmuştur.

2. TURİZM İŞLETMELERİNDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE PERSONEL BULMA-SEÇME VE İŞE YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ SORUNLAR

İKY birimi ve İKY’nin sahip olduğu işlevler değerlendirildiğinde; insan faktörüyle yakından ilişkili bir sektör olan turizm sektöründe yer alan işletmelerdeki gerekliliğinin daha fazla önem taşıdığını belirtmek mümkündür. Bu doğrultuda; tüm işletmeler, bünyelerinde İKY’nin sadece bir birim adı olarak var olduğunun görülmesinin sağlanmasını hedeflemekten ziyade, bu birimin işlevsel olarak tüm görevlerini en iyi şekilde gerçekleştirmesini hedeflemelidir. Ancak bu düşüncede olan/olmayan birçok turizm işletmesinde genel İKY işlevleri kapsamında uygulanan faaliyetlerde birtakım sorun ve olay ile karşı karşıya kalındığı da bir gerçektir. Bu bağlamda turizm işletmelerinde İKY’nin en önemli işlevlerinden olan; insan kaynakları bulma-seçme ve işe yerleştirme kapsamında değerlendirilebilecek çeşitli sorunların ve işleyişinde yaşanan birtakım aksaklıkların olduğu gözlemlenmektedir. Yaşanan sorun ve aksaklıkların fazla

oluşu nedeniyle bu işlevi de kendi içerisinde; bulma, seçme ve işe yerleştirme olarak üçe ayırarak incelemek daha doğru olacaktır. Bu gruplandırma ile her ne kadar ayrı bir değerlendirme imkânı sağlanabilmesi hedeflense de; bunlar ile İKY işlevinin bir bütün olduğu ve kendi içerisindeki üç sürecin de işleyiş sırasında birbirinden etkilenen bir yapıda oldukları dikkatten kaçırılmamalıdır.

2.1. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE PERSONEL BULMA İLE İLGİLİ SORUNLAR

Personel bulma, işletmenin boş pozisyonlarına bireylerin bulunması ve/veya çekilmesi sürecini ifade etmektedir (Dessler, 2013: 146). İşletmeler, personel bulma işlevini iç kaynaklar ve dış kaynaklar olarak adlandırılan iki yolu kullanarak gerçekleştirmektedir. İç kaynakları; işletme içi terfi ve transferler oluşturmakta olup adından da anlaşılacağı gibi iç kaynak kullanımı; işletmenin ihtiyaç duyduğu ya da duyacağı personeli, kendi bünyesinde çalışan personelden temin etmesi anlamına gelmektedir. Dış kaynak kullanımı ise işletmenin ihtiyaç duyduğu ya da duyacağı personeli, dışarıdan temin etmesi demektir. Dış kaynakları ise; iş ilanları, bireysel başvurular, işletmenin aday havuzu, personelin ve tanıdıkların tavsiyeleri, internet, özel istihdam şirketleri, Türkiye İş Kurumu, mesleki kuruluşlar, okul referansları, staj uygulamaları, zorunlu hizmet uygulamaları, İK firmaları, İK portalları gibi çeşitli ögeler oluşturmaktadır (Dural, 2011: 71).

Turizm işletmelerinde insan kaynağı bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme işlevi ile ilgili olarak yaşanan birtakım sorunlar kapsamında konu ilk olarak genel hatlarıyla değerlendirildiğinde; diğer işletmeler gibi, turizm işletmelerinin de insan kaynağı bulma faaliyeti kapsamında iş gücü piyasasında yaşanan değişimlerden etkilendiği ve etkileneceği dikkat çekmektedir. Nitekim günümüzde işletmeler, personel bulma sürecinde doğru politika izleyebilme noktasında iş gücü piyasasının sürekli değiştiğinin farkına varmalıdırlar (Dias, 2011: 31). Bu değişimler açıklanacak olursa, 2000’li yıllardan itibaren insan kaynağını oluşturan kuşağın; daha yüksek gelir, örgütsel kararlara katılma olanağı, saygı görme, adaletli davranış görme gibi beklentileri; çalışma şartları ve saatlerinin kendi kişisel hayatlarını ve ailelerini etkilediği yönündeki şikâyetleri, daha önceki kuşaklara nazaran giderek artmaktadır. İşletmeler, bu yeni kuşağın; özellikle teknolojiyi hayatlarıyla bütünleştirmiş olmaları, daha fazla saygılı, anlayışlı ve sosyal yapıda olmaları gibi özelliklerini avantaj olarak görmelidir. Ayrıca işletmelerin, bu kuşağın örgütsel bağlılık düzeylerinin düşük olmasından dolayı, onları işletmelerinde uzun sürelerle istihdam edememeyi göz önünde bulundurarak hareket etmeleri gerekmektedir (Temizkan, 2015: 281-282). İşletmenin bünyesine dâhil etmek istediği her kademedeki personel için ihtiyacını belirledikten sonra, piyasa şartları ve işletmenin insan kaynakları politikası arasında uyum sağlaması gerekmektedir. Çünkü dışsal çevredeki ekonomik

yapının değişmesi ve sosyo-politik şartlardaki değişmeler de işletmenin insan kaynaklarına ilişkin politikasını etkileyecek, işe yeni alınacak personelleri belirli sınırlar içinde şekillendirecektir (Erdoğan, 1991: 31-32).

Giderek artan bir şekilde gelişmekte olan dünyada teknolojik gelişmelerin çalışmaya ve yaşama bütün yönleriyle etkisine dair çok az sorgulama yapılmış olup işyerinde ve dışında da böyle bir değişimin etkisinin varlığı söz konusudur. Teknoloji, birçok çalışan için gerekli nitelikleri ve işin doğasını değiştirmiştir (Baum, 2007: 1388-1391). Bilgisayar teknolojisinin hızlı gelişme göstermesi de işletmelerdeki personel politikasında ve personel yapısında hızlı değişmelere yol açmıştır (Erdoğan, 1991: 32). Ünal (2006: 149) tarafından yapılan bir araştırma sonuçları kapsamında; merkezi rezervasyon sistemlerinin pazarlama ve satışta kullanılmasıyla birlikte, insan kaynaklarına yatırım yapılması pek çok seyahat acentası için gereksinim olarak görülmemektedir. Çünkü bu sistemler çalışan sayısını azaltmıştır. Bu bağlamda üç kişilik bir seyahat acentası için profesyonel bir yönetim anlayışına gereksinim duyulmadığı düşünülmektedir. Konu İKY birimi olarak ele alındığında ise elektronik ortama taşınmış olan İKY uygulamalarının da gerek personel açısından gerekse işletme yönetimi açısından getirdiği pek çok avantajın yanında bazı olumsuzluklardan da söz edilebilmektedir. Örneğin; organizasyondaki İKY birimi faaliyetlerinin bilişim teknolojileri kullanılarak yürütülebilir hale gelmesi, bu birimde bu işi yapacak personel sayısında bir daralmaya gidilmesi sonucunu doğurabilmektedir. Bu daralma, kişinin işsiz kalmasından ziyade daha çok çalıştığı biriminin değiştirilmesi şeklinde olmaktadır. Bu da İKY biriminde sayısal bir küçülmeye yol açmaktadır (Işık, 2009: 203).

İnsan kaynağı bulma faaliyetleri, profesyonel bir İKY birimi tarafından gerçekleştirilmelidir. Böylece, bölüm yöneticileri veya genel müdürler, profesyonel oldukları ve daha verimli çalıştıkları kendi alanlarında işlerini etkili bir şekilde yapabileceklerdir (Temizkan, 2015: 283). Bu bağlamda Ünal (2006: 135-136) tarafından yapılan bir araştırma kapsamında görüşme yapılan seyahat acentaları içinde, insan kaynakları veya personel bölümü olmayan işletme sayısının çok fazla olduğu saptanmıştır. Bu sonuç işletmelerin insan kaynakları tedarikinde amatör tutum içinde oldukları öngörüsünü desteklemektedir. Ayrıca seyahat acentalarının büyük bir çoğunluğunda, insan kaynakları bulma ve seçme konusuyla da; işletme sahibinin ilgilendiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Özgan, Yazıcı ve Fener (2010: 29), bir turizm işletmesi olan konaklama işletmeleri için kalifiye personeller bulmanın ve seçmenin uzmanlık istediğine işaret etmişlerdir. Çabuk (2005: 115-116) tarafından yapılan bir araştırma kapsamında konaklama işletmelerinde; personel bulma ve devamındaki seçme

işlevinin; konusunda uzman kişiler tarafından gerçekleştirilmemekte olduğu ve ihtiyaç duyulan personeli tahminde de genelde yöneticilerin deneyimlerinden yararlanıldığı sonuçlarına varılmıştır. Buradan da anlaşılabacağı gibi özellikle personel bulma işlevi, insan kaynakları planlaması ile sıkı bir ilişki içindedir (Keleş, 2015: 42). Bu bağlamda değerlendirildiğinde, bir turizm işletmesi olan otel işletmelerinin yararlandıkları personel ihtiyacı öngörümleme teknikleri araştırıldığında, otellerin söz konusu teknikleri beklenen düzeyde kullanmamakla birlikte geleneksel yönetici yargısına dayanan öngörümleme tekniğini daha fazla tercih ettikleri görülmektedir (Akbaba ve Günlü, 2011: 209-220). Ayrıca Erdem (2002: 161) bir araştırmasında, bir turizm işletmesi olan otel işletmelerinin büyük bir bölümünün, herhangi bir pozisyona ihtiyaç duyulduğunda; bu ihtiyacı sayı ve nitelik olarak İKY birimine bildirmede “personel talep formu” kullanmak yerine, aranan sayı ve nitelikteki personeli İKY birimine sözlü olarak bildirmeyi tercih ettiğini saptamıştır. Oysa “personel talep formu” kullanılarak ihtiyaç duyulan personelin hangi birimde çalışacağı, hangi niteliklere sahip olacağı ve hangi sayıda olacağı gibi bilgiler yazıya dökülerek sistematik bir yapıya kavuşturulabilmektedir. Bu sistematik yapının oluşturulması, işletmelerde personel bulma yöntemlerinin etkinliğini ve ciddiyetini de sağlayabilecek niteliktedir.

Akova, Sarıışık ve Akbaba (2007: 285-286), bir turizm işletmesi olan seyahat işletmeleri bünyesinde yer alan yöneticilerin; başvurdukları personel bulma yöntemleri karşılaştırıldığında, iş ve işçi bulma kurumuna en az oranda başvurduğunu tespit etmiştir. Bu sonucu destekler nitelikte olan Bilgiçli (2010: 95) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına dayanarak, istihdam oluşturma ve sağlamada İŞKUR ile turizm sektörünün işbirliği ve paylaşım anlamında yetersizliğinin olduğu görülmüştür. Turizm sektöründe işletmelerin personel temininde İş Kurumu’nun, yok denecek sayıda değerlerle araştırma sonuçlarında ortaya çıkması; ülkemizde sektörler ile kurum arasında işbirliğinin olmadığını gözler önüne sermektedir. Elde edilen veriler ışığında, turistik işletmelerin birçoğunun iş gücü temininde İŞKUR’u hemen hemen hiç kullanmayı düşünmedikleri görülmüştür. Turizm işletmelerinin, personel temininde; İş Kurumu gibi önemli bir kaynağa başvurmak yerine, kendilerince uygun buldukları alandan personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme yöntemini uyguladıkları görülmektedir.

Akbaba ve Günlü (2011: 221) tarafından yapılan araştırma kapsamında, bir turizm işletmesi olan otel işletmelerinin personel bulma kaynaklarına bakıldığında, yaygın olarak yararlanılan kaynakların; bireysel başvurular ve örgüt içi kaynaklar olduğu, eğitim kurumlarının ise altıncı sırada yer bulabildiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan, personel temininde en az başvuru alan kaynak olarak sendikalar görülmektedir. Ünal (2006: 147) tarafından yapılan bir araştırmanın sonuçlarına

göre; günümüz internetle bilgiye erişim çağı olduğu halde, seyahat acentaları dış tedarik yöntemlerinden internet yöntemini kullanmamaktadır. Temizkan (2010: 163) ise internet kullanımının bu kadar yaygınlaşmış olmasına rağmen Türkiye'deki otellerin %15,1'inin web sitesinden iş başvuru formuna ulaşılabilmediğini saptamıştır.

İnsan kaynaklarını bulmanın; İKY'nin önemli bir işlevini oluşturmakta olduğu bilinmekle birlikte, özellikle çalışmamız gereği turizm işletmeleri özelinde incelendiğinde; bu önemli İKY işlevinin işleyişinde meydana gelmekte olan birtakım aksaklıkların da yaşanmakta olduğu gözlemlenmektedir. İşgücü piyasasının değişiminin işletmelerin personel politikalarının değişmesine neden olması ve bunun yanı sıra teknolojinin, işletmelerin personel ihtiyacına olumsuz etkilerinin de işletmelerde İKY birimi kapsamında bir küçülmeye karşılık gelmesi; işletmeleri personel bulma işlevi konusunda tutum ve davranışları bağlamında olumsuz yönde etkilemektedir. Turizm işletmelerinde personel bulma faaliyetlerinin profesyonel ve uzman bir İKY birimi ile sağlanamamasının yanında; İŞKUR, eğitim kurumları, sendikalar ve internet aracılığıyla personel bulma yöntemlerinin yüksek oranda tercih edilmemesi; turizm işletmelerinde işlevleri bakımından halen düzeltilmeyi bekleyen bir İKY biriminin var olduğuna işaret etmektedir. Bu işaretler neticesinde, insan kaynaklarını bulma faaliyetleri daha sonraki aşama olan insan kaynaklarını seçme faaliyetlerini de yakından etkilemektedir. İnsan kaynakları bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme işlevini bir bütün olarak değerlendirmesi gereken işletmeler, bu bütünün ikinci parçası olan seçme faaliyetlerinde de birtakım sorunların oluşmasına ortam hazırlamaktadırlar. Bu kapsamda çalışmanın izleyen kısmında bu konudaki sorunlara değinilmiştir.

2.2. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE PERSONEL SEÇME İLE İLGİLİ SORUNLAR

Personel seçme; bazı pozisyonların gereksinimlerini içeren amaçlara, görevlere, yetkilere ve sorumluluklara ulaşmak için; hangi beceri, bilgi, yeteneğine sahip olması gerekli insanların seçiminin yapıldığı bir süreçtir (Secară, 2011: 291). Personel seçimi, başvuru sahipleri veya personel adayları arasından hangilerinin işe alınması gerektiğine karar verilmesiyle alakalıdır (Armstrong ve Taylor, 2014: 226). Kısaca personel seçimi, şirketlerin kendi organizasyonlarına kimlerin girebileceği veya girmeyeceklerine karar verdikleri süreçtir. Herhangi bir personel seçme sürecinde güvenilirlik, geçerlilik, genellenebilirlik, fayda ve yasallık/ yasaya uygunluk gibi birkaç standardın yerine getirilmesi gerekmektedir (Noe vd., 218). İşletmeler tarafından; bu süreci etkileyen; iş gücü planları, iş analizleri, ahlaki değerler, örgütsel engeller ve personel bulma aşamasına verilen önem gibi birtakım unsurlar da göz önünde bulundurulmayı gerektirmektedir (Kolu, 2006:

34). Bu unsurların dikkate alınmasının gerekliliği ile birlikte tercih edilen/edilmesi gereken personel seçme yöntemleri; testler, görüşmeler, iş başvuru formları, biyografik yöntemler, biyografik envanterler, referans mektupları, değerlendirme merkezleri, psikodrama ve sağlık kontrollerinden oluşmaktadır (Akoğlu, 1998: 27; Temizkan, 2015: 262-281).

Personel bulma ve seçme sürecinde isteksiz biçimde boşluğu hızlı bir şekilde doldurma eğiliminde olan ve bu süreç için fazla yatırım yapmak istemeyen işletmeler, onlardan daha fazla çaba gösteren ve daha fazla kanal kullanan işletmelere oranla daha kalitesiz iş gücüyle ve daha az başvuruyla karşı karşıyadır (Chan ve Kuok, 2011: 424). Bir işletme veya yönetim için personel seçimi çok ciddi bir problemdir. Yanlış verilecek bir karar, ciddi kaynak ve fırsat kayıplarına yol açabileceği gibi diğer insanların hayatlarını da etkileyecektir. Doğru karar verildiğinde ise sadece yeni işe alınanların değil, eski grubun da verimini yükseltebilecek yeni bir iş ortamı meydana getirerek işletmeyi geliştirecektir. Personel seçimi bir defada tam ve doğru bir biçimde yapılmak zorundadır (Tütüncü ve Demir, 2002: 21). Personel seçiminin nihai amacı, kişinin doğru işe yerleştirilmesidir (Mathis ve Jackson, 2011: 214). Personel seçme aşamasında, işe uygun aday ilkesinden hareket edilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde; bu konuda yapılacak bir hata, örneğin bir otel içerisinde konaklayan müşterilerin hizmet kalitesi ve buna bağlı olarak işletmeye ilişkin imaj algılaması üzerinde olumsuz bir etki oluşturabilmektedir (Gümüş, Arı ve Bakırtaş, 2010: 1). Personel seçimi sırasında işletmeler; işletmenin beklenen ve arzulanan standart derecesinde olmayan kişiler arasından en iyisini seçme durumunda kalmaması için önce aday bulma çabalarını etkin hale getirmeli, daha sonra da iyi adaylar içinden en iyisini seçmelidir. Bu doğrultuda da personel bulma ve seçme işleminin sağlıklı yürüyebilmesi için olmazsa olmaz noktası, bu çalışmayı yapacak kişinin bu konudaki eğitimi ve deneyimidir (Çavdar ve Çavdar, 2010: 81-82).

Seçme işlemini yapan yöneticinin doğru kararı eğitim seviyesi ile paralellik göstermektedir (Çabuk, 2005: 116). Bunu destekleyici nitelikte olan Özücü (2002: 130) tarafından yapılan bir araştırma sonucunda ise üç yıldızlı konaklama işletmelerinde fakülte mezunu orta ve üst kademe yöneticilerin personel seçiminde eğitime ve diğer kişisel özelliklere, lise mezunu yöneticilerin ise daha çok deneyime önem verdikleri ortaya konmuş olup personel seçerken kurum yöneticilerinin eğitim düzeyi ile seçim için kullandıkları temel kriterler arasında güçlü bir bağ olduğu anlaşılmıştır. Bu durum, nedenleri ve sonuçları açısından önemle irdelenmesi gereken bir konudur. Eğitim düzeyi düşük yöneticilerin personel seçerken daha çok deneyime önem vermesi, hizmet kalitesini geliştirmeye yönelik politikalar açısından da düşündürücüdür. Bunun yanı sıra turizm eğitimi veren meslek yüksekokulu ve dört yıllık yüksekokul mezunlarının

sektördeki iş imkânları bu anlayış ile daralmaktadır. Ayrıca sektöre güç katacak bu gençlerin staj döneminde yaşadıkları olumsuzlukların da etkisiyle sektörden soğudukları bilinmektedir. Bu tür okullardan mezun olanlar, sonraları; ne yazık ki çoğunlukla turizm alanı dışındaki işleri daha çok tercih etmektedirler. Sonuç olarak bu bağlamda turizm işletmelerinde eğitilmiş personel istihdamını arttırmak gereklidir.

Dünya’da meydana gelen konjonktürel değişimlerle ortaya çıkan ekonomik daralmalar nedeniyle turizm işletmeleri daha düşük nitelikli personel ile çalışmak istemektedirler. Bunun nedeni eğitilmiş personelin daha yüksek ücret talep etmesi olarak değerlendirilmektedir (Bilgiçli, 2010: 97). Özdemir, Polat ve Met (2015: 137) tarafından yapılan bir araştırmada kapsamında ise iş ilanları; yabancı dil bilgisi, mesleki tecrübe ve mesleki eğitim düzeyi açısından değerlendirildiğinde; Bodrum’da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin; nitelsiz personel istihdam etme eğiliminde oldukları, ayrıca personeli sezonluk ve ucuz iş gücü olarak değerlendirmek isteyebilecekleri sonuçlarına ulaşılmaktadır. Ünal (2006: 148) ise seyahat acentalarının, yetişmiş personelin gerekliliğinin pek farkında olmadığını ve yetişmiş personel yerine; ucuz vasıfsız personele tezgâhtarlık yaptırması benimsenmekte olduklarını ifade etmektedir.

Konuyla ilgili olarak Keskin (1998: 49) tarafından yapılan bir başka araştırma kapsamında edinilen bulgulara göre, turizm işletmelerinin en önemli türünü oluşturan otellerde çalışanların çoğunluğunu eğitim düzeyi düşük ve mesleki eğitimden yoksun kişilerin oluşturması, işletmelerin nitelikli personel bulmada karşılaştıkları güçlükleri ve sonrasında rastgele personel seçimi yaptıklarını göstermektedir. Bunu destekleyici nitelikte olan Köroğlu ve Merter (2012: 235) tarafından yapılan başka bir araştırma sonucunda ise ortaya çıkan dikkat çekici bir sonuç, seyahat acentalarının rehber seçiminde adayların deneyimine önem verip; onların eğitim durumlarına pek önem vermediği olmuştur. Şimşek, Catır ve Ömürbek (2014: 163) tarafından yapılan bir araştırma sonucuna göre, uzmanların görüşleri dikkate alındığında başvuran adaylarda en çok dikkat ettikleri özellikler, deneyim sahibi olmaları ve otel işletmelerinde çalışacak bir bilgi donanımına sahip olmalarıdır. Adayların işe başvurduklarında işverenler tarafından tercih edilme durumları ise bu belirtilen özellikler ile paralellik göstermektedir. Bu araştırma verileri doğrultusunda, ön lisans mezunu ve 3 yıllık bir iş deneyimine sahip olan bir kişinin iş başvurusunun kabul edilme ihtimali %50 ile %60 arasındadır. İş deneyimi süresi azaldıkça adayın kabul edilme ihtimali de azalmaktadır. Bu bağlamda araştırma kapsamında ön lisans mezunu ve 1 yıllık iş deneyimine sahip birinin iş başvurusuna olumlu sonuç almasının ihtimali %30 ve öğrencilik hayatına devam eden bir adayın ise iş başvurusunun kabul edilme ihtimali %10 olarak saptanmıştır. Sonuç olarak, işverenlere göre iş deneyim süresi fazla olan

personel adaylarının iş bulma oranları diğer personel adaylarına göre yüksektir. Chan ve Kuok (2011: 429) ise, personel seçiminde genel not ortalamasının en az derece önemli olduğunu ve işe başvuranın mezun olduğu kurumun itibarının da düşük öneme sahip olduğu saptamıştır.

Turizm işletmelerinde nitelikli personel seçiminin işletme için önemi, personeller tarafından da algılanmaktadır. Ancak işletmelerde çalışan personellerin; işletmelerinde personel seçme yöntemleri için çok büyük paralar harcadığını konusunda net bir düşünceye sahip olmadıkları dikkat çekicidir (Sezen, 2013: 119). Bu yönüyle değerlendirildiğinde, insan kaynağı seçim sürecinde genellikle işletmelerinin uygulaması daha kolay yöntemleri tercih ettiği görülmektedir (Çabuk, 2005: 115). Bu bağlamda insan kaynağı seçim süreci ile ilgili olarak işletmelerde genellikle, görüşme yönteminin kullanıldığı dikkat çekmektedir. Durum turizm sektörü açısından incelendiğinde ise yine en çok tercih edilen seçim yönteminin görüşme olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak çalışmalar kapsamında turizm sektöründe ikinci derecede tercih edilen yöntemin referans olması da dikkat çekici bir sonuçtur. Sektörün mevsimlik olması, ucuz iş gücü ve kalifiye eleman çokluğu, iş gücü devir hızının yüksekliği gibi birçok nedenden dolayı personel seçim sürecine gereken titizliğin gösterilememesinin bir sonucu olarak, çeşitli bölüm ve yönetsel düzeyler için personel alımında sadece görüşme ve referans yönteminin tercih edilmesi, iş gücünün verimliliği ve kalitesi açısından olumsuz etkileri olabilecek bir uygulama olarak yorumlanabilmektedir (Akoğlu, 1998: 29). Chan ve Kuok (2011: 429) tarafından yapılan bir araştırma kapsamında da referansların, başvuranın akademik geçmişinden daha önemli olduğu görülmektedir.

Personel seçme süreci ile ilgili olarak, Akbaba ve Günlü (2011: 220) tarafından yapılan bir araştırmaya göre ise otel işletmelerinin; personel seçme yöntemleri içerisindeki mülakat ve başvuru formu yöntemlerini daha yoğun olarak kullanmakta olup sınavlar, değerlendirme merkezleri ve biyografik envanterler gibi daha detaylı ve amaca yönelik veriler sağlayabilecek yöntemleri ise daha az tercih etmekte oldukları görülmektedir. Ünal (2006: 147) da yaptığı araştırma kapsamında, seyahat acentalarının yapılan çok sayıda başvuru arasından görüşmeyle personel alma eğiliminde olduklarını saptamıştır. Bu bağlamda doğru personeli bulma ve seçme konusunda başvurulacak İKY faaliyetlerinin bir turizm işletmesi olan otel işletmelerince göz ardı edildiği ve yetersiz nitelikte olan yöntemlerin tercih edilmesinin önüne geçilemediği fark edilmektedir. Turizm işletmelerinin zaman alıcı ve maliyeti artırıcı nitelik olarak gördüğü ancak personel bulma ve seçme konusunda haksızlığın önüne geçmede ve kaliteli personeli seçmede daha efektif olan personel seçme yöntemlerine başvurması gerekmektedir. Bunların yanında farklı pozisyonlar için farklı işe alım stratejilerinin uygulanmasının gerekliliği

de unutulmamalıdır. Çünkü hepsinin birbirinden farklı özellikleri, ihtiyaçları, beklentileri ve en önemlisi de farklı hedefleri vardır (Minchington, 2010: 14).

Personel seçimi ile ilgili çalışma yapan her araştırmacı, işletme büyüklüğü ile bu konuya verilen önem arasında yakın bir ilişkinin olduğunu görmektedir. Küçük işletmelerde yöneten ve yönetilen olarak çalışanların seçimine, bir görevden başka bir göreve nakline verilen önem, büyük işletmeler ile karşılaştırılamayacak kadar azdır. Küçük işletmeler girdilerinin teknik-ekonomik yönünü sağlıklı olarak düzenleyemedikleri için, insan yönünü ihmal etmektedirler. Bu işletmelerde çoğu zaman görülen ise insana gerekli önemin verilmemesi, yeterli bilgi ve davranışsal özelliğe sahip olan kişilerin bu bünyede bulunmayışı veya bulunanlara gerekli güvenin duyulmayıp, yetkilerinin tam olarak kullandırılmayışı, teknik ve ekonomik sorunların çözümünü geciktirmekte hatta imkânsız hale getirmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, personel seçiminin; işletme içerisinde yönlendirilmesi ve zamanla daha uygun işlere aktarılmasının, belirli dönemlerde çalışanların objektif standartlara göre değerlemesinin küçük işletmelerin gündeminde daha az yer aldığı belirtilmektedir (Erdoğan, 1991: 5-7). Turizm işletmeleri olarak değerlendirildiğinde de durum bundan farklı değildir. Eşit istihdam fırsatı sağlamaya ve ayrımcılığı engellemeye yönelik yasal düzenlemelerin etkileri ortaya çıkmadan önceki dönemlerde, her birim ve yönetici; kendi çalışanını kendisi bulmakta ve seçmekteydi. Artık bu tür uygulamalar genellikle küçük ölçekli işletmelerde görülmeye devam etmektedir. Ancak, bu uygulamanın geçerliliği ve adaletliliği halen tartışmaya açık bir durumdadır (Mathis ve Jackson, 2000: 283, akt. Temizkan, 2015: 284).

Günlü ve Aktaş (2007) tarafından yapılan araştırmada, İzmir ilinde yer alan bir turizm işletmesi olan otel işletmelerinin, pazarlama ve satış bölümü çalışanlarını işe alırken uyguladıkları insan kaynakları politikaları, “Stratejik İKY” bakış açısı ışığında sorgulanmış ve çarpıcı bazı sonuçlara ulaşılmıştır. Söz konusu araştırma sonucunda zincir otellerin dışında kalan otel işletmelerinin personel seçiminde “Stratejik İKY” boyutlarından biraz daha uzak oldukları belirlenmiştir. Bu tür bir bakış açısı ise mikro anlamda işletmeye, makro anlamda ise ülke turizmine fayda sağlamayacak bir yaklaşım olarak kabul görmektedir. Nitekim rekabet avantajı elde etmek için gerekli yetenek ve özelliklere sahip olmayan personellerden oluşan takımların var olması; personel seçimi gibi önemli bir fonksiyona sahip olan İKY biriminde kaynakların israfına, uzun vadeli bakış açısını gerektiren stratejilerin uygulanma sırasında sıkıntılara maruz kalmasına neden olmaktadır (Akbaba ve Günlü, 2011: 209-220).

Stevens (2001: 238) tarafından yapılan bir araştırmada, turizm işletmelerinde; hem etik hem de yasal olmayan ırk ayrımcılığı gibi çeşitli insan ayrımcılığın yapıldığı vurgulanmıştır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde; personel seçim sürecinde; sürecin devamındaki işe yerleştirme ve iş ilişkilerinde karşılaşılan başlıca ayrımcılık çeşitleri; ırk, etnik köken ve uyruğa dayalı ayrımcılıklar, cinsiyete dayalı ayrımcılıklar, yaşa dayalı ayrımcılıklar, fiziksel veya zihinsel özürlere dayalı ayrımcılıklar, dini inanç, görünüş ve cinsiyet eğilimi konularındaki ayrımcılıklar olarak sayılabilmektedir (Mathis ve Jackson, 2000: 176-199, akt. Yeşiltaş, Temizkan ve Temizkan, 2010: 184).

İşletmeler tarafından personel bulma ve seçiminde işin nitelikleriyle bağdaşmamasına rağmen bazı kısıtlamaların konulması ya da iş başvurusu yapacak adaylarda aranılan ve istenilen özelliklerin belirgin bir şekilde o iş pozisyonunda gerekmediği halde yer alması, ayrımcılığın daha iş yaşamının başlangıcından itibaren uygulandığını göstermektedir. Ayrımcılık konusu, işe başvuru ve personel değerlendirme aşamasında kişilerin doğrudan gelen ya da sonradan oluşan durumlarıyla ilgili olabilmektedir. İş yaşamında ayrımcılığın görüldüğü ikinci aşama, personel değerlendirmesi ve bunun sonucunda kadroya geçme, terfi etme veya daha iyi bir pozisyonda görevlendirilmesi olarak mevcut çalışanlar üzerindeki karar sürecini kapsamaktadır. Bu süreçte personellerin çeşitli özelliklerinin yanı sıra yönetimle olan ilişkilerinin de etkili olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü ayrımcılığın temelinde kişilere ait ekonomik, sosyo-kültürel ve demografik özellikler olduğu kadar yönetsel uygulamaları algılama ve değerlendirmelerde önemli ölçüde rol oynamaktadır (Demir, 2011: 762-763). Bu konu kapsamında değerlendirilebilecek olan iş başvuru formlarında; yaş, doğum yeri, cinsiyet, milliyet, engellilik durumu, sabıka kaydı, askerlik durumu gibi bilgileri; adaylardan, ancak işin olmazsa olmazı durumunda yer alabilecek derecede önemli kriterleri oluşturuyor ise istemek normal olarak kabul edilmektedir. Örgütler, ayrımcılık suçlamasına maruz kalmamak için öncelikle iş analizi ve iş tanımlarını yapmalı ve bütün personel adaylarından ve personellerden bu belirlenen kriterleri yerine getirmelerini beklemelidirler. İş başvuru formları, özellikle yazılı belge olarak mahkemelere sunulabilecek somut delil teşkil etmektedirler. Ayrımcılık suçlamasında bulunan davacıların, mahkemeyi suç işlendiği konusunda ikna etmesinde bu somut deliller önemli rol oynayabilmektedirler. Sadece iş başvuru formlarında ayrımcılık içeren ifadeler bulunduğu için birçok işletme ve devlet, ulusal ve uluslararası mahkemeler tarafından çok ciddi tazminatlar ödemek zorunda bırakılabilmektedir. Bu durum, özellikle medyaya yansıdığında, örgütlerin yeniden düzeltilmesi çok zor olan imaj erozyonuna uğraması söz konusu olabilmektedir (Temizkan, 2010: 79).

Yeşiltaş, Temizkan ve Temizkan'ın (2010: 8) yaptığı araştırma bulguları; Türkiye'deki konaklama işletmelerinin büyük bir kısmının, iş başvuru formlarında; yasal olmayan ayrımcılık içeren ifade ve bilgi taleplerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma kapsamında; özellikle ırk, etnik köken veya din ve mezhep sorulmamış olmasına rağmen, doğum yerinin ağırlıklı olarak sorulması; bu konularda ipuçları vereceğinden önyargılara sebep olabilecek ayrımcı bir bilgi talebi olarak dikkati çekmektedir. Adayın üye olduğu kuruluş ve derneklerin sorulması ise adayın siyasi düşünceleri ve özel yaşantısı hakkında ipuçları verebilmektedir. Yaş, cinsiyet, medeni hali, askerlik durumu, sakatlık durumu gibi soruların doğrudan sorulması da iş başvuru formu hazırlanmasından sorumlu yöneticilerin ayrımcılık konusunda yeterince bilgi sahibi olmamaları veya ayrımcılık yaptıkları ile açıklanabilmektedir.

Temizkan (2010: 163-166) tarafından yapılan bir başka araştırma kapsamında edinilen bulgulara göre; doğum yeri, yaş, cinsiyet, medeni hali, mezun olunan okulun adı ve askerlik durumu konularında konaklama işletmelerinin tamamına yakını iş başvuru formlarında bilgi talep etmektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki konaklama işletmelerinin iş başvuru formlarında ayrımcılık içeren bilgi talebinde bulunmaları ve bu bilgilerin alınmasının gerekli görülmesi; ayrımcılık yapıldığını somut olarak göstermektedir. Ancak, insan kaynakları yöneticilerinin büyük bir kısmı doğum yeri gibi diğer ayrımcılık içeren konular hakkında bilgi içeren bir sorunun sorulmasının ayrımcılık olmayacağını düşünmektedir. Bu durum aslında yapılan ayrımcılığı gizlemek, dolaylı ayrımcılık yapmak veya gizli ayrımcılık yapmak olarak değerlendirilebilmektedir. Yine aynı araştırma kapsamında araştırmacı tarafından, örneğin; insan kaynakları yöneticilerinin; ayakkabı numarası, boy, kilo, çocuk sayısı, anne ve baba adı, eşinin iş durumu ve kan grubu gibi bilgileri kapsayan sorular ile aslında ayrımcılık suçu işledikleri aktarılmıştır. Ancak, bu ayrıma giden yöneticilerin de; aday işe alındıktan sonra çocuk ve aile yardımı gibi ek ödeneklerin hesaplanması, acil durumlarda kan bulunması, verilecek olan üniformanın ölçülerinin alınması gibi sebeplerden dolayı böyle uygulamalar gerçekleştirdiklerini iddia ettikleri vurgulanmıştır. Sonuç olarak bu gibi bilgiler; çalışanlara verilen imkânlardan ve haklardan faydalandırılması için gerekli olan bilgiler oldukları için, bu bilgilerin aday işe alındıktan sonra alınmasının gerekliliği ortadadır.

Turizm işletmelerinde insan kaynakları bulma, seçme ve işe yerleştirme aşamasında uygulanan ve maruz kalınan ayrımcılık konusu kapsamında Yeşiltaş, Arslan ve Temizkan (2012: 99) tarafından yapılan başka bir araştırmada ise, bir turizm işletmesi olan otel işletmelerinde; genelde ayrımcılık ve özelde de siyasi düşünceye dayalı ayrımcılık yapılabilme olasılığının bulunduğundan söz edilmektedir. Bu araştırma kapsamında; siyasi ayrımcılık gibi, araştırmacı

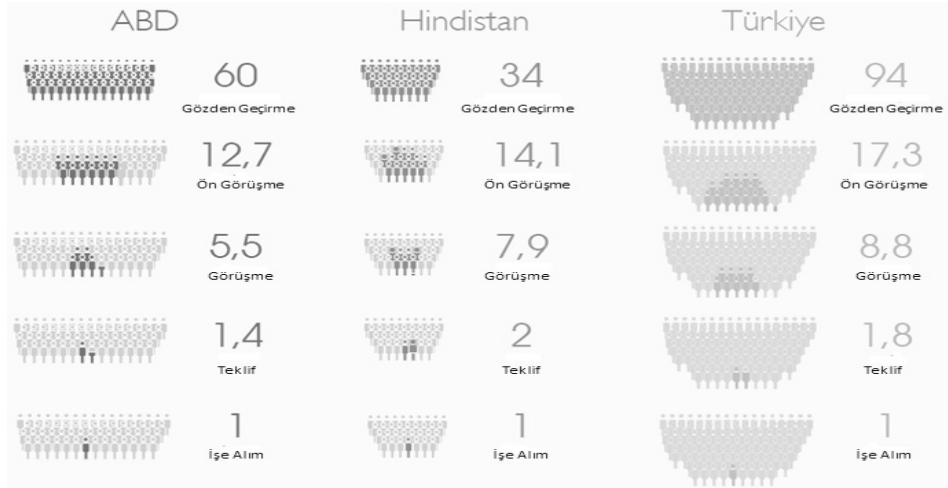
tarafından doğrudan gözlemlenmesi zor olan ve çalışanlar tarafından da açıkça ifade edilemeyecek bir konu kapsamında edilen bulgulara göre az düzeyde de olsa işletmelerde siyasi ayrımcılığın; personel seçim sürecinde ve devamındaki örgüt içi iş yaşamında yapıldığı sonucuna varılmıştır. Demir (2011: 781) tarafından yapılan araştırma kapsamında da bazı turizm işletmelerinde patron ve/veya yöneticilerin hemşericilik olarak değerlendirilebilecek şekilde kendi memleketlerinden personel temin ettikleri ve seçtikleri sonucuna ulaşılmıştır. Turizm sektöründe karşılaşılan en önemli ayrımcılığın cinsiyet, yaş ve hemşericilik olarak ortaya çıkmış olması da gerçek bir durumu yansıtmaktadır.

Personel seçme sürecinde oluşacak olumsuz adalet algısı da; iş başvurusu yapan adayların iş teklifini kabul etme oranının azalmasına, örgüte karşı yasal eylemlere girişilmesine, çalışanların iş tutumlarının olumsuz etkilenmesine ve iş performanslarının düşmesine neden olabilmektedir. Seçim sürecindeki adalet algısının iş teklifini kabul etme üzerindeki etkisini araştıran araştırmalar olumsuz algının işi reddetmeyle bile sonuçlanabildiğini ortaya koymaktadır. Personel bulma ve devamındaki seçme sürecindeki adalet algısı sadece örgüte dışarıdan başvuran adaylar için dikkate alınmamalı, örgüt içinden başvuranlar açısından da üzerinde önemle durulmalıdır. Örgüt içinden başvuranlar tarafından, seçim sürecine ilişkin adalet algısının; performans, örgütsel vatandaşlık, duygusal bağlılık, içsel işten ayrılma ve işten ayrılma niyeti ile ilişkili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır (Erenel, 2012: 11-19).

Konuya turizm işletmeleri özelinde bakmanın yanında Türkiye genelindeki işletmeler olarak da bakıldığında dikkat çekici noktalar bulunmaktadır. Örneğin; LinkedIn'in Ekim 2011'de ABD, İngiltere, Avustralya, Kanada, Hollanda ve Hindistan'da yaptığı araştırmanın paralelinde Türkiye'de gerçekleştirilen "2012 İşe Alım Araştırma Raporu'nda (Şekil 1) Türkiye-ABD ve Hindistan'da işe alım sürecinde görüşülen kişilerin hangi oranda işe alındığı ile ilgili bulgulara rastlamak mümkündür. Personel seçim sürecinde görüşmelerin önemli ölçüde zaman aldığı göz önüne alındığında, özellikle görüşülen ve söz konusu bu görüşmeler sonucunda işe alınan kişi oranları incelemeye değerdir. Bu husus da özellikle bu konuda önemli bir sorun olarak ele alınabilir.

Şekil 1'de de görüldüğü üzere 1 kişiyi işe almak için en fazla aday ile Türkiye'de görüşülmektedir. Bu durum, personel bulma ile ilgili kaynakların etkin kullanılmadığını ve doğru strateji belirlenmediğini göstermektedir. İşe alım öncesinde planlamanın çok iyi yapılması, hedef kitlenin çok iyi belirlenmesi gerekmektedir. Personel seçme açısından yapılan görüşmeler de bu hedef kitleye yönelik yapılmalıdır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, bulunan personel adayları arasında seçici olunmadığı ve personel seçim aşamasında görüşülen çok

fazla adayın olduğu gerçeğidir.



Şekil 1. Bir Kişiyi İşe Almak İçin Görüşülen Aday Sayısı

Kaynak: İşe Alım Raporu (2012). <http://documents.tips/documents/2012-ise-alim-arastirma-raporu.html> (Erişim tarihi, 01.03.2016).

Genel olarak; personel seçmenin başarı kriteri, bulunan personel adayları arasından en doğrusunu seçme/seçebilme olarak basit bir şekilde tanımlanabilmektedir. Tabi ki bu sürecin yönetsel açıdan zorluğu ve bir bütün olarak ele alındığında daha önceki süreç olan personel bulma faaliyetlerinde yaşanan sorunlardan ve aksaklıklardan etkilenmesi, başarının basitleştirilmesini ortadan kaldırmaktadır. Personel seçme faaliyeti, işletmeler tarafından işe uygun aday ilkesi göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmelidir. Aksi durumlarda yaşanan/yaşanabilecek sorunlar, hem işletme müşterilerine hem de işletme çalışanlara olumsuz yönde yansımaktadır. İşletmelerin çeşitli nedenlerden dolayı nitelikli personel tercih etmemesinin sonuçlarının da ülke turizmini yakından ilgilendirdiğini hatırlatmakta fayda görülmektedir. İşletmelerin büyüklük dereceleri ile personel seçme yöntemlerinde gösterdikleri özensizlik arasındaki ilişki de dikkat çeken başka bir noktadır. Tüm bunların yanında turizm işletmelerinin geleneksel personel seçme yöntemleri arasına, daha profesyonel personel seçme yöntemleri eklemesinin gereği de önemli bir sorunu teşkil etmektedir. Ancak ülkemizde sadece turizm işletmelerinin değil tüm işletmelerin personel seçme sürecinde hatalar yaptığı ortadadır ve bu hatalardan birinin de ülkemizdeki işletmelerin personel seçme sürecinde; diğer ülkelerdeki işletmelere oranla daha fazla sayıda personel adayıyla görüşme eğilimde olma durumu olduğu da unutulmamalıdır. Bir diğer önemli

sorun olan genellikle personel seçme sürecinde yaşanan ayrımcılık ise örgütler ve bu işin kamu otoritesindeki sorumlu tarafları açısından halen önem verilmeyi beklemektedir. Özellikle personel seçme sürecinde yaşanan ayrımcılığın neden olduğu olumsuz adalet algısı da işletmelerin bu süreçte karşılaştığı olumsuzluklar arasındadır. Personel seçme sürecinde yaşanan tüm bu sorunlar neticesinde, bu sürecin bilinçli bir şekilde yapılması için yöneticilerin eğitim düzeyleri ile alakalı personel seçimlerine olanak tanımadan, turizm işletmelerinde Stratejik İKY'nin devreye girmesi ve diğer İKY işlevleri gibi personel seçme sürecinin de alanında uzmanlaşmış profesyonel kişiler tarafından yapılması sağlanmalıdır. Çünkü doğru seçim yöntemleri uygulanmadan yapılan yanlış personelin işe alımı/yerleştirilmesi; bu süreçte telafisi olmayan sorunların ana kaynağını oluşturmaktadır.

2.3. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE PERSONELİ İŞE YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ SORUNLAR

Personel bulma ve seçme süreçlerinden sonra, ağırlıklı bir şekilde; “işe alma” süreci olarak genel bir adlandırma ile literatürde yer alan bu son sürecin “personeli işe yerleştirme” süreci şeklinde belirtilmesi sürecin daha doğru ve açıklayıcı bir şekilde ifade edilmesine olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda incelendiğinde; işe alınmasına karar verilen ve sağlık raporu alan bir kişi sonuncu aşama olarak işletme yetkilileri tarafından karşılanır, gerekirse belirli bir süre denenir ve işe yerleştirilir (Civan ve Demireli, 2004: 23). İşe alma sürecinin son aşaması olan kişinin işe yerleştirilmesi sürecinde, personelin işletmeye ve işe adapte olması sağlanmaya çalışılmaktadır (Aslan, 2012: 53). İşe yerleştirme süreci, personel temini sürecinde seçilmiş kişinin aniden başka adaylar ile olası bir değişimiyle değil; kişinin yerleşmiş olduğu işin gerekleri doğrultusunda gelişimiyle ilgilidir.

İşe yerleştirme süreci; ilk kez çalışmaya başlayacak personele işletmenin yapısı, kuralları, avantajları ve sorumlulukları hakkında bilgi verilmesi açısından önemli durumdadır (Erdem, 2002: 125). Yeni işe alınan personele; işletme ve çalışma koşulları (işin niteliği, işletmenin ürettiği ürünler, çalışma düzeni, çalışma saatleri, izinler, ücret, görevde yükselme, emeklilik, sağlık ve güvenlik konusunda sağlanan olanaklar gibi) hakkında sistemli bir biçimde bilgi verilmesi, personelin işletme ile bütünleşmesine olanak sağlamaktadır (Kolu, 2006: 90-91). Bu süreçte bütünleşmenin tam olarak sağlanabilmesi için; işletmenin stratejik amaçları, misyonu, vizyonu, kültürü gibi kavramları da personele açık bir şekilde aktarılmalı ve bu kavramlara uygun davranışlar ve beceriler sergilemesi gerektiği belirtilmeli ve uygulaması sağlanmalıdır. Esasında bu süreç İKY'nin önemli diğer bir işlevi olan hizmet içi eğitiminin ilk ve önemli bir basamağını oluşturan oryantasyonla da bütünleşik bir işleyişe sahiptir demek doğru olacaktır.

Gerektiği takdirde işe yeni başlayan personel ile ilgili bilgi, personel lojman sorumlusuna aktarılır ve söz konusu kişi için işletmede varsa personel lojmanında yer bulunur; diğer ihtiyaçlarını da karşılayacak önlemler alınır. Burada önemli bir nokta, personel lojmanında kalacak yeni personelin, eşdeğer çalışanlarla aynı koşullara sahip olmasına dikkat edilmesinin gereğidir (Çavdar ve Çavdar, 2010: 91). Başlangıçta; işe yeni başlayan kişi, çevreyi tanımadığından çeşitli sorunlar ve endişeler içindedir. İş arkadaşları ve örgüt tarafından benimsenip benimsenmeyeceği, işinde başarılı olup olamayacağı korkusuyla birlikte; hangi davranışların kabul göreceğini, hangilerinin eleştirileceğini bilememektedir. Bütün bu sorunlarla ilgili olarak kendisine yol gösterilmediği takdirde zor da olsa ortama uyum sağlayabilir, ancak yol gösterilmediği için büyük ihtimalle; deneme yanılma yolu ile öğrenmeye çalıştığı örgüt ortamında başarısız olacaktır. Hatta çevreyi tanımak için sorular sorarak onları rahatsız ettiği için diğer personellerin de verimliliğini düşürebilecektir. Verimsizlik, personelin moralini ve kendine güvenini kaybettirmekte; örgüte bağlılığını azaltmaktadır. Bu durumdaki personel bulabildiği fırsatta örgütten ayrılacaktır. Bu durumda, kendisi için yapılmış olan bulma, seçme faaliyetlerine ilişkin emek ve harcamalar da boşa gitmiş olacak ve ayrılan personelin yerini doldurmak için yorucu ve zaman alıcı bulma, seçme ve işe yerleştirme faaliyetlerine başlamak gerekecektir (Kolu, 2006: 90-91). Özellikle okul hayatından sonra ilk kez iş hayatına geçecek olan kişiler için daha önemli bir süreç olan personel yerleştirme süreci, aslında onlar için bir engel olarak nitelenebilmekle birlikte; bu engeli aşmalarına da İKY politikası gereği yardımcı olunmalıdır. Bu süreçte işletme tarafından personele destek olunmaması hem işletmenin personel yerleştirme politikasına ters düşmekte hem de personelin moraline olumsuz olarak yansımaktadır (Erdem, 2002: 125).

Turizm işletmelerinde üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri de çalışma şartlarıdır. Bu konuda yapılan araştırmalar, personellerin; turizm işletmelerindeki çalışma koşullarını ve iş saatlerini ağır bulduğunu göstermektedir (Boz, 2006: 59). Bu nedenle çalışma koşullarının; fiziksel ve psikolojik açıdan personellerin yaşam fonksiyonlarını tehdit etmeyen, rahatsızlık ve sıkıntıya yol açmayan, ısı, nem, havalandırma, aydınlatma, gürültü ve benzeri konularla ilgili sorunlardan arındırılmış olması gerekmektedir (Hayta, 2007: 21). Turizm işletmeleri, sahip olduğu çalışma şartlarının değişimini sağlayamamakta ve çalışma şartlarının tamamının olumsuz etkilerini minimum düzeye indirmeyi hedefleyememektedir. Bunların yanında turizm işletmeleri sahip olduğu çalışma şartlarına uygun personeli işe alma yoluna giderek sorunları çözmeye çalışmaktadır. Bu izlenen yol, uygun personel bulma ve seçme süreçlerinde de başarı ile izlenmişse; personeli işe yerleştirme ve işe alıştırma süreci de daha kolay ve etkili olacaktır. Çalışma şartlarının doğru ve eksiksiz bir şekilde personellere aktarılması gerekmektedir. Ancak personel işe yerleştirme

sürecinde çalışma şartlarının, personele vaat edilenden daha farklı ve zor olması; personelin işe ve işletmeye uyum sağlayamamasına, fiziksel ve zihinsel olarak kendini kötü hissetmesine, başarısız olmasına ve neticesinde işten ayrılmasına neden olabilmektedir. Bu gibi durumlarda, yeni personeli bulma, seçme ve yeni personeli işe yerleştirme süreci; tekrardan başlayacak ve işletme adına yeni bir uğraş alanını oluşturacaktır.

İşe yerleştirme sürecinde bazen turizm işletmeleri yeni işe alınan personeli, bir deneme süresine tabi tutmaktadır. Bu süre sonunda işletmenin faaliyet yapısına, işleyişine ve kurallarına adapte olamayan adaylar elenmektedir. Bu deneme süresi boyunca özellikle birim yöneticisinin yeni personeller ile diğer personellere oranla daha yakından ilgilenmesi, daha sık performanslarını değerlendirmesi ve ihtiyaçlarına daha duyarlı olması, personel yerleştirme sürecinin etkinliğini arttıracaktır (Erdem, 2002: 125). Bu süre içinde işletme yöneticileri ve işe yeni giren personellerin de karşılıklı birbirlerini tanımmasının sağlanması önemli başka bir noktadır (Çabuk, 2005: 74). Yeni personel, gerekli oryantasyon, eğitim, işe alışma dönemi içerisinde bir deneme sürecinde olduğundan dolayı; gösterdiği başarı, gelişme ve uyum gözlem altına alınarak herhangi bir problem olmadığı takdirde görevine devam ettirilmektedir (Erdoğan, 2013: 182). Tabi ki bu deneme sürecinde gereken özenin gösterilmemesinin ve deneme süresini işe yerleştirilen adayları elemek/eleyebilmek için tasarlanmış bir süreç olarak değerlendirilmesinin önüne geçilmelidir.

Gerekli özenin gösterilmediği/gösterilemediği personel bulma ve seçme süreçlerini bir şekilde başarıyla geçen/geçebilen personel adayının, işin gereklerine uygun bir personel olup olmadığı en son süreç olan personeli işe yerleştirme sürecinde kesin olarak anlaşılmaktadır. Ancak işletmelerin; pozitif ayrımcılık, hemşehricilik gibi ayrımcılık uygulamaları veya niteliksiz personel istihdam etme eğiliminde olabilmeleri; son aşama olan personeli yerleştirme aşamasında da uygulamaya koymadığı işe uygun personel adayı ilkesinin gözetiminin sağlanmamasına neden olmaktadır. Bu hem işletme içinde adaletsiz bir ortamın oluşmasına zemin hazırlamakta hem de işletmenin hizmet ve personel kalitesini alt limitlerde tutmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, personeli işe yerleştirme süreci ve bu süreçte karşılaşılan sorunlar literatürde pek fazla yer almamakla birlikte aslında İKY birimi tarafından bulma ve seçme kadar önemli ve dikkat edilmesi gereken bir aşama olarak incelenmelidir. Bu süreçte dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, işletme ve çalışma koşulları ile ilgili bilgiler ve kavramların (çalışma süreleri, izinler, örgüt kültürü, misyon, vizyon gibi) eksiksiz bir şekilde yeni personele aktarılmasının sağlanmasıdır. Çalışma şartlarının turizm sektöründe

ağır olmasının bu süreçte önemli bir kilit nokta oluşu gözden kaçırılmamalı ve personel ile işletmenin arasındaki uyumun sağlanabilmesi amaçlanmalıdır. Genel olarak, çalışma ortamı ve iş arkadaşları ile ilgili endişe içinde olan yeni personelin başarılı bir şekilde bu işe alışma sürecini geçirmesi, İKY faaliyetlerinin bu süreçte başarılı bir şekilde uygulanmasıyla ilişkilidir. Örneğin, bazı işletmelerce uygulanan deneme süresinin de personeli işe yerleştirme sürecinde İKY birimlerince doğru bir şekilde uygulanması ve takip edilmesi sağlanmalıdır. Bunun yanında birtakım ayrımcılık ve ihmalden kaynaklanan nedenler dolayısıyla personeli işe yerleştirirken göz ardı edilen işe uygun aday ilkesi de İKY birimleri tarafından dikkatle düzeltilmeyi bekleyen sorunları oluşturmaktadır.

3. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ BİRİMİNİN PERSONEL BULMA-SEÇME VE İŞE YERLEŞTİRME İLE İLGİLİ SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNDEKİ ROLÜ

İnsan kaynakları yönetiminin temel amaçlarından birisi, doğru insanların doğru işlerde çalışmalarını sağlamak ve böylece işletmenin hedeflerine ulaşmasına katkı sağlamaktır. İşletmelerin başarısında en önemli role sahip olduğu kabul edilen nitelikli iş gücünü en etkin biçimde elde edebilmek için personel bulma ve seçimi, üzerinde durulması gereken önemli konulardan birisidir (Sezen, 2013: 59). Turizm sektörünün de insan kaynaklı bir sektör olması sebebiyle, turizm işletmeleri içerisinde İKY; önemli bir birimi oluşturmaktadır. Ancak birçok turizm işletmesinde İKY biriminin gereken hak ettiği ilgiyi görmediği tespit edilmiştir. Büyük otel işletmeleri dışında diğer turizm işletmelerinin büyük çoğunluğunda İKY uygulamalarının takibini sağlayacak özel bir birim oluşturulmamıştır. Nitekim İKY birimi olmayan bir örgütte; yanlış kişilerin işe alınması, personel devir hızının yükselmesi, personelin verimsiz ve düşük performansla çalışması gibi sorunların ağırlıklı olarak yaşanma olasılığı bulunmaktadır (Pelit, 2015: 118). İşletme dışından kaynaklanan ve çok çabuk değişen faktörler işletmenin insan kaynağı bulmakla görevli uzmanları tarafından sürekli gözlenmelidir (Benli ve Şahin, 2004: 122). Verimlilik açısından İKY birimi; sağlıklı, işletmenin çıkarlarına ve piyasa şartlarına göre en uygun personellerin temin edilmesi görevini yerine getiren birimdir. Personel seçiminde kriterler sıkı bir şekilde ve eksiksiz uygulanarak titizlikle personel alınmalıdır. Bu titizlik personel devir hızını da en aza indirecektir (Bilgiçli, 2010: 95-98). Örneğin; daha titiz bir işe alım süreci için personel seçiminde çeşitli testlerin ve dokümanların tercih edilmesine dikkat edilmelidir (Vardarher, 2014: 12).

Turizm sektörünün gelişmesinde önemli yere sahip olan seyahat acentaları İKY anlayışına dayalı bir strateji geliştirmeli, personelin temininden; verimli çalışmasına kadar, bu strateji ve planları uygulamalıdır (Ünal, 2006: 148). Bir başka önemli turizm işletmesi olan konaklama işletmelerinin de çok büyük bir

bölümünde işletme düzeyinde stratejik planlama uygulandığı görülmektedir. Ancak işletmelerin personel bulma, seçme ve eğitim uygulamaları incelendiğinde, bakış açılarının “Stratejik İKY Yaklaşımı” ile tam olarak örtüşmediği ve kendi içerisinde çelişkiler gösterdiği anlaşılmaktadır. Konaklama işletmelerinin hizmet üreten işletmeler olarak sahip oldukları ayırt edici özellikleri ve sektörün kendine özgü özellikleri olan; yüksek personel devir hızı, kaliteli hizmet üretebilecek nitelikli iş gücü gereksinimi ile birlikte iş gücü maliyetlerini düşük tutma gerekliliği, müşterinin toplam deneyiminde personellerin en önemli paya sahip olması, emek yoğun yapı, yüksek ilişki düzeyi, sınırlı otomasyon olanağı, sezonluk faaliyet, yüksek düzeyde belirsizlik gösteren bir ortamda faaliyette bulunma ve geleceği planlama gerekliliği gibi özellikler İKY biriminde stratejik bir yaklaşımı gerekli kılmaktadır (Akbaba ve Günlü, 2011: 222).

Personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme aşamasında İKY birimi tarafından aday personellere sağlanacak olanaklar da oldukça önemlidir. Olanaklar, adayların gözünde ilanı cazip kılmaktadır. Bu yüzden, nitelikli personelleri etkilemek için ilanlar cezbedici olmalıdır. Ancak sağlanacak olanaklar gerçeği yansıtmalı, yalnızca adayları cezbetmek için yerine getirilemeyecek vaatlerde bulunulmamalıdır. Eğitime verilen önem, nitelikli personelleri cezbetmede katkı sağladığı gibi, ilgili paydaşların (turistler, tedarikçiler, çalışanlar) gözünde de işletmeyi prestijli kılmaktadır. Adayların, işletmeye en kolay yoldan ulaşabileceği bilgilere de İKY birimi tarafından ilanlarda yer verilmelidir. Özellikle adayların kiminle irtibat kuracakları önemlidir. Genellikle insan kaynakları yöneticilerin ihmal ettikleri bu konu, birçok nitelikli adayın başka işletmelere kaymasına neden olmaktadır (Erdem ve Gezen, 2014: 38). Bu bağlamda değerlendirilebilecek bir diğer konu ise pek çok işe alım kampanyasının, üniversite mezunları ve temel seviyedeki pozisyonlara odaklanmakta olduğudur. Ancak bu kişiler de henüz işten tam olarak ne beklediklerini bilmedikleri için; işe alım reklamlarındaki etkileyici sözcüklerden daha çok, kendilerine; iyi bir kariyer başlangıcı aramaktadırlar (Minchington, 2010: 14). Bu durum dikkate alındığında; personel adayına sağlanacak olanaklar ile adayı cezbetmeye çalışmaktan ziyade, personel adayına hissettirilecek olan işletme imajının sağladığı güven ile adayı cezbetmeye çalışmak; İKY birimi ve işletme adına daha başarılı ve önemlidir.

Turizm işletmelerinin personel bulmada, iş kurumu gibi önemli bir kaynağı ihmal etmekte oldukları; kendilerince uygun buldukları alandan personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme yöntemini uyguladıkları görülmektedir (Bilgiçli, 2010: 95). Sendikaların da başvuru kaynak sıralamasında alt sıralarda yer aldığı düşünüldüğünde, bütün bunların; İKY birimi tarafından irdelenmesi gereken bir konu olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Teknolojinin İKY birimine olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkilerinin olduğu da bilinmektedir. İKY biriminde, teknolojinin gelişiminden dolayı gerçekleşecek bir sayısal küçülme durumunda; İKY uygulamalarında etkin olmak ise İKY birimindeki insan kaynakları uzmanlarının yetkilerinin arttırılması, işletmede insan kaynağı ihtiyacının duyurulmasından, işe alım sürecine; işe alınan personelin eğitiminden, kariyer gelişimi, performans değerlemeleri, ücretlendirmesine kadar insan kaynağı ile ilgili bütün konularda sadece üst yönetimin söz sahibi olmasından ziyade İKY biriminin etkinliği ve yetkinliğinin arttırılması ile mümkün olacaktır (Işık, 2009: 203-204).

İKY biriminin personel seçme işlevi kapsamında; 100 kişiden daha fazla çalışana sahip olan işletmelerde merkezi istihdam ofisi gibi sadece insan kaynağı seçimi işlemlerini yapan alt bir birim olması önerisi gündeme getirilmiştir. İstihdamın bir birimden yapılıyor olması; iş başvurusunda bulunacak adayların sadece bir birimle muhatap olmalarının daha kolay olması, konuların bir merkez aracılığıyla daha net anlaşılır hale geleceğinden dolayı dış kaynaklarla temas kurmanın kolay olması ve bölüm yöneticilerinin mülakat ve testlerle uğraşmak yerine uzman oldukları işlerine yoğunlaşmalarına fırsat sunması gibi avantajlar sunmaktadır. Bununla birlikte işletme, yapılan işlemlerin tekrar edilmesinden kaynaklanan maliyetler ve yasal düzenlemeleri ihlal etme riski gibi olumsuzluklardan korunmuş olacaktır (Mathis ve Jackson, 2000: 283-284, akt. Temizkan, 2015: 285-286).

Personeli işe yerleştirme sürecinde de turizm işletmelerindeki İKY birimi tarafından, işe yeni alınan personelin işletme ile bütünleşmesinin yanında turizm sektörü ile de bütünleşebilmesi hedeflenmelidir. Personeli işe yerleştirme sürecinde, turizm sektöründe sendikal hareketlerde bulunabileceği belirtilerek, personelde işine ve kendine güven duygusu geliştirilmelidir. Personeller tarafından sendikalaşmanın güvenden ziyade güvensizlik oluşturabilecek bir yapıda olarak görülmesi, turizm sektöründeki sendikalaşma oranının diğer sektörlere oranla düşük seviyelerde olmasını doğurmuştur. Bu yüzden ülke olarak bilinçli turizm personellerine sahip olabilmek için işletmelerdeki İKY biriminin, personelin daha işle ilk tanışması olan işe yerleştirme aşamasında gerekli bilinci oluşturabilmesini sağlamaya çalışmalıdır.

Personel seçme ve personeli işe yerleştirme süreçleri dâhilinde görülmekte olan ayrımcılık kavramı da özellikle ülkemizdeki turizm işletmelerinin İKY birimleri tarafından dikkatle incelenmelidir. Türkiye’de ayrımcılıkla mücadele yeni gelişen bir kavram olması ve hangi uygulamanın ayrımcılık olup olmadığı da dünya genelinde halen tartışılıyor olması; bu konuda yapılan ve yapılması planlanan araştırmaların en önemli sıkıntısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu konuda mesafe almış olan ABD’deki yasalara, mahkeme kararları, uygulamalar ve

araştırmalar AB'ye ve AB süreci ile birlikte Türkiye'ye adapte edilirse Türkiye'nin hızlı bir yol almış olacağı düşünülmektedir. Türkiye'deki konaklama işletmelerinin insan kaynakları yöneticilerinin büyük bir kısmının İKY çeşitlilik yönetimi ve/veya ayrımcılık konularında eğitim almadığı görülmektedir. Bununla birlikte, ayrımcılık suçu kapsamına giren uygulamaların toplum tarafından da bilinmesi gerekmektedir. Ayrımcı uygulamalarda bulunanların dava edilmelerinin ve bu konuda mahkeme kararlarının oluşmasının işletmelerin konuyu daha fazla ciddiye almalarına ortam hazırlayacağı düşünülmektedir (Temizkan, 2010: 163-164).

Farkındalığının yeni yeni sağlanmaya başlandığı ayrımcılık kavramına incelendiğinde; İKY birimi tarafından; personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme aşamasında aşağıdaki önerilere önem verilmesi, bu aşamada gerçekleşmekte olan ayrımcılığın azaltılmasına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir (Yeşiltaş, Arslan ve Temizkan, 2012: 109):

- a) İşgücü verimliliği açısından, personel adayları işletmelerde, iş tanımları ve iş gereklilikleri çerçevesinde adil ve tarafsız bir şekilde değerlendirilmelidir. Personel seçim yöntemleri ve seçimden sorumlu kişiler ayrımcılık unsuruna karşı sürekli kontrol edilmeli ve geliştirilmelidir.
- b) Personel motivasyonunun, verimliliğinin ve işletme karlılığın düşmemesi açısından, performans değerlendirme ve sonucunda gerçekleştirilen terfi ve ödüllendirme gibi süreçlerin değerlendirilmesi; personellerin siyasi düşüncesi gibi işle ilgili olmayan özelliklerine göre yapılmamalıdır.
- c) Genel olarak ayrımcılığın ve özelde de siyasi ayrımcılığın ne olduğuna, işletmeye ve çalışanlara vereceği zararlara ilişkin, yöneticilere ve personellere yönelik eğitim programları düzenlenmelidir.
- d) İKY birimleri, İKY süreçlerinde siyasi ayrımcılığın var olabileceğine ilişkin bulguları değerlendirmeli ve işletmede bu durumu ortadan kaldıracak stratejik tedbirleri almalıdır.
- e) İşe alma, eğitim ve terfiler konusunda çalışanlar ve onların organizasyon içindeki gelişmeleri için fırsatların şeffaf bir görünümünü sağlayacak biçimde bir kayıt sistemi kurulmalıdır.

İnsan kaynakları yönetimi; işletmesi için en doğru personeli seçen, çalışanı geliştiren, motive eden, doğru kişiyi doğru yerde konumlandıran, örgüt ihtiyaçları ile çalışan ihtiyaçlarını bir arada gözeten bir anlayışa sahiptir (Kolu, 2006: 108). Genel olarak değerlendirildiğinde personel bulma ve seçme sürecinin başarılı olabilmesi için; iş analizinin doğru yapılması, seçilen görüşmecilerin süreç ve işletme hakkında yeterli bilgiye sahip olmaları, işletme içindeki iş gücü, bilgi,

yetenek, performans gibi konuların yer alacağı bir envanter oluşturulması; İKY biriminin önemli faaliyetleri kapsamındadır. Bunların yanında İKY birimi ile işletme dışından ihtiyaç duyulan kalifiye elemanlara ulaşmak için doğru ilan verilmesi, başvuran adayların vermiş olduğu belgelerin objektif olarak incelenmesi, son görüşme için seçilen adayların uygun kişiler olduğundan emin olunması, son görüşme sonrası seçilen adaylara doğru işe doğru adam prensibi ile uygun işin teklif edilmesi ve kazanılan personel bulma ve seçme tecrübeleri ile mevcut personel bulma ve seçim sürecinin iyileştirilmesinin yapılması sağlanmalıdır. Sırasıyla; bulunan, seçilen ve işe alınan personeli işe yerleştirme aşamasında; İKY birimi, işe yeni başlayan personellere işletmeyi ve koşullarını tanıması açısından bir oryantasyon (işe alıştırma) eğitiminin uygulanmasını sağlamalıdır (Çavdar ve Çavdar, 2010: 91-92). Personeli işe alma kapsamındaki tüm bu süreçler üzerinde dikkatli ve özenli davranan İKY birimleri, işletmelerinin sahip olduğu bir personel standardını oluşturabilir ve personel kalitesini de üst düzeyde tutabilirler. Böylece etkin personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme sürecinin sağlandığı turizm işletmelerinin çoğalmasıyla, süreçte yapılan yanlışlar ve karşılaşılan sorunlar da azalış gösterecektir.

Günümüzde örgütlerin hayatta kalabilmeleri ve rekabetçi avantaj kazanabilmeleri sahip oldukları nitelikli insan kaynaklarına ve bu kaynakları ellerinde tutabilme düzeylerine bağlıdır (Ünnü ve Keçecioğlu, 2009: 1171). Rekabetin hızla arttığı turizm sektöründe de işletmeler, mevcut üretim kaynaklarını en uygun şekilde kullanarak karlılık ve verimliliklerini artırma çabası içindedirler (Akoğlu, 1998: 29). İçinde bulunduğumuz yüzyılda örgütsel bağlamdaki eskiden beri süregelen geleneksel yaklaşımlar artık tamamen terkedilmeye başlanmıştır. “Her insan verilen her işi yapar ya da yapabilir” felsefesi geçerliliğini tamamen yitirmiştir. Kaliteli bir üretimin ve yüksek oranlarda verimliliğin sağlanabilmesi işe uygun personelin kadroya yerleştirilmesiyle gerçekleşebilmektedir (Benli ve Şahin, 2004: 122).

İKY birimi; örgüt için gerekli olan personelin nitelik ve nicelik olarak planlamasını yapmak, personel bulma ve seçme sürecinde uygun stratejiler izlemek zorundadır. Bu stratejileri gerçekleştirirken örgütün iç ve dış çevresini, bulunduğu sektörün özelliklerini iyice analiz edip, bu analizler ışığında hareket etmelidir. Personel bulma ve seçme sürecinin sağlıklı yürütülebilmesi için boş pozisyonlardaki işin tanımının açıkça yapılması ve bu işe uygun adayların bulunması gerekmektedir (Benli ve Şahin, 2004: 122). Karar verme aşamasında ise maliyetleri düşürmek, uzmanlara olan bağımlılığı azaltmak ve tarafsız kararlar verebilmek ve doğru personeli seçebilmek için pek çok yöntem kullanılmaktadır (Kaya ve Gözen, 2005: 356). Turizm işletmelerinde insan kaynağı seçiminde yaygın olarak iş başvuru formu ve özgeçmiş belgelerinin kullanıldığı ve mülakat tekniğinin halen turizm işletmeleri için vazgeçilmez bir insan kaynağı seçim

aşaması olduğu dikkat çekicidir (Temizkan, 2015: 286-287). Personel bulma ve seçme süreçlerinden sonra gerçekleşen personeli işe yerleştirme sürecinin işletme açısından en temel amacı; işletmenin zamanının, parasının ve emeğinin boşa gitmesini önlemektir. İşe alınanın işletmeye uyum göstermemesi ve işten ayrılması; işletme kaynaklarının boşa gitmesine neden olmaktadır. Başarılı bir işe yerleştirme sonucunda verimlilik ve karlılık artmakta, işletme kaynakları etkin şekilde kullanılmış olmaktadır (Baraz, 2013: 84).

İnsan kaynakları yönetiminin en önemli işlevlerinden biri olan personel bulma, seçim ve işe yerleştirme işlevine ilişkin işletmeler tarafından yerine getirilen faaliyetlerden en önemlilerinden biri olan seçim aşamasındaki görüşmelere ayrılan zamanların fazla olması da bu alanda önemli sorun gruplarından birini oluşturmaktadır. Nitekim çalışmanın önceki bölümlerinde de belirtilen bir araştırma sonucu, işletmeye personel alımı için görüşülen kişilere ne kadar zaman ayrıldığını ortaya koyacak veriler içermektedir. Bu kapsamda özellikle personel seçim aşamasında görüşülecek kişilere ilişkin oluşturulan aday havuzunun, başvuru esnasındaki personelin bilgilerine ve iş-çalışan uyumu özellikleri de göz önüne alınarak gerekirse dar tutulması; bu aşamada zaman ve maliyet açısından işletme ve yöneticilere avantaj sağlayacaktır.

Çalışmada; İKY'nin personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme işlevindeki faaliyetlerinin yürütülmesinde özellikle turizm işletmeleri açısından ortaya çıkan sorunların neler olduğuna ve bu süreçte İKY biriminin neler yapacağına ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında vurgulanan ve ön plana çıkan bu sorunlar ve bu sorunların çözümünde İKY biriminin rolü, genel bir değerlendirme mahiyetinde olarak Tablo 1'de özet bir bakış olarak sunulmuştur.

Tablo 1. Turizm İşletmelerinde Personel Bulma, Seçme ve İşe Yerleştirme Kapsamındaki Sorunlar ve Sorunların Çözümünde İKY Biriminin Rolü

Personeli Bulma Kapsamındaki Sorunlar	Personeli Seçme Kapsamındaki Sorunlar	Personeli İşe Yerleştirme Kapsamındaki Sorunlar
<ul style="list-style-type: none">-İşgücü piyasasındaki yaşanan değişimler-Teknolojinin olumlu etkilerinin yanındaki olumsuz etkileri-Stratejik İKY biriminin eksikliğinin hissedilmesi-İhtiyaç olan personelin belirlenmesinde amatör tutumların sergilenmesi ve sistematik bir düzenin olmaması-İŞKUR, eğitim kurumları, sendikalar ve internet gibi personel bulma kaynaklarının ihmal edilmesi-Süregelenmiş personel bulma yöntemlerinin (bireysel başvuru, örgüt içi kaynaklar) yoğun bir şekilde uygulanması	<ul style="list-style-type: none">-Personel seçimini yapan kişinin eğitimsizliği ve deneyimsizliği-Stratejik İKY biriminin eksikliği-Personel seçimini yapan kişilerin kendi eğitim düzeylerinde olan personelleri seçmesi-Kalitesiz personelin seçilmesinin daha kolay ve masrafsız algılanması-Seçilecek personelde eğitim yerine deneyimin daha önemli bir seçme kriteri olması-Süregelenmiş personel seçme yöntemlerinin (görüşme) yoğun bir şekilde uygulanması-İşletme büyüklüğü ile personel seçme faaliyetlerinin uygulanışı ve kalitesi arasındaki ilişki-Personel seçme aşamasında gerekli olmayan, ayrımcılığa tabi tutulabilecek bilgilerin istenmesi-İş başvuru formlarında personel hakkında yargı oluşturacak bilgilerin istenmesi-Siyasi ayrımcılık, hemşehricilik uygulamaları-Olumsuz adalet algısının hissettirilmesi-Bir personel seçimi için birçok personel adayıyla görüşme gerçekleştirilmesi ve neticesinde zaman kaybedilmesi	<ul style="list-style-type: none">-Çalışma şartlarının doğru ve eksiksiz bir şekilde anlatılmaması-Ağır çalışma şartlarına ayak uyduramayacak personellerin işe yerleştirilmesi-İşe uygun olmayan personelin birtakım nedenlerden dolayı (pozitif ayrımcılık, hemşehricilik gibi) işe yerleştirilmesine çalışılması-İşe uygun olmayan personelin işletmeler tarafından ucuz iş gücünün tercih edilmesi sebebiyle işe yerleştirilmesi-Deneme süresinin işe yerleşen adaylar aleyhinde işleyebilmesi-Aynı görevdeki personeller arasında, personel lojmanlarında ağırlama şartlarında oluşabilecek farklılıklar

Sorunların Çözümünde İKY Biriminin Rolü

- Doğru işlerde doğru personellerin çalışmasını sağlayabilir.
- İşletme çıkarlarına ve piyasa şartlarına uygun personeller bulabilir.
- Titiz bir şekilde personel seçme yöntemlerini uygulayarak personel devir hızını düşürebilir.
- Personellere sağlanacak gerçekçi ve cezbedici olanaklar ve iyi bir işletme imajının hissettirilmesi ile işletmeyi tercih edilebilir duruma getirebilir.
- İş Kurumu, internet, sendika gibi çok tercih edilmeyen personel bulma kaynaklarının kullanımını artırabilir.
- İKY içinde de sadece personel seçimi ile ilgilenen özel bir birim oluşturarak daha doğru ve titiz bir personel işe alma sürecine olanak tanıyabilir.
- Görüşme yapılacak adayları, personel bulma sürecinde daraltarak personel seçimini daha etkin kılabilir.
- İşe yerleştirilme sürecinde, personelin; hem sektör ile hem de işletme ile bütünleşmesini sağlayabilir.
- Ayrımcılık konusunda eğitim alan yöneticiler ile ayrımcılığa olan bakış açısını değiştirebilir.
- Her bir pozisyon için gerekli olan farklı ve doğru işe alma stratejilerinin uygulanmasını sağlayabilir.
- İKY birimi özellikle personel seçim sürecindeki aşamalara ilişkin faaliyetlerinde mutlak suretle diğer birim yöneticileri ile işbirliği içinde olmalı, onları da sürece katmalıdır.

Tablo 1’de görüldüğü üzere personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme süreçleri birbirinden ayrılarak söz konusu süreçler dahilinde karşılan sorunlar ayrımlandırılmıştır. Ancak belirtilen personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme faaliyetleri kapsamında yaşanan sorunları anahtar konular halinde belirterek ve bu bağlamda genel bir perspektiften de değerlendirmek sürece ilişkin daha kapsayıcı bir bakış açısı sunacaktır. Bu noktada genel olarak süreçlerde yaşanan sorunlara yönelik anahtar konuları “yöntemsel eksiklikler” (9), “ayrımcılık” (7), “niteliksiz iş gücü” (3), “eğitim” (3) ve “global değişimler” (2) şeklinde sıralamak mümkündür.

Yöntemsel eksiklikler; personel bulma sürecinde birim olarak yetersiz kalınması, tedarik edilecek personel sayısını belirlemede amatör tutumların sergilenmesi ve gelenekselleşen personel bulma yöntemlerinin tercih edilerek yeniliklere ve farklılıklara kapalı yönetim anlayışının sergilenmesi gibi durumlarda ortaya çıkmaktadır. Personel seçme sürecinde de standart haline gelen personel seçme yöntemlerinin uygulanmasını ve bir personel seçimi için gereksiz yere birçok personel adayıyla görüşme yapılarak zaman kaybının ortaya çıkmasını, yöntemsel eksiklikler bağlamında değerlendirmek mümkündür. Personeli işe yerleştirme sürecinde ise yönetsel eksiklik olarak çalışma şartlarının eksik ve/veya yanlış şekilde personel adaylarına aktarılması belirtilebilir.

Ayrımcılık; personel seçme sürecinde sözlü olarak ya da iş başvuru formlarında ayrımcılığa tabi tutulabilecek birtakım bilgilerin istenmesiyle, siyasi ayrımcılığın ve hemşehirciliğin yansıtılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Personel işe yerleştirme sürecinde ise ayrımcılık işe uygun olmayan ve kayırlan personelin, seçim sürecinden sonra hala önüne geçilememesinde ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan yine deneme süresinde ve lojman tahsisinde eşitsizlik uygulanması durumlarında ayrımcılık belirmektedir.

Niteliksiz iş gücü; personel seçme sürecinde özellikle ucuz ve masrafsız olması dolayı kalitesiz personellerin seçimiyle ilgilidir. Bununla birlikte niteliksiz iş gücü sorunu, personeli işe yerleştirme sürecinde işe uygun olmayan, ağır çalışma şartlarına ayak uyduramayacak personel adaylarının işe yerleştirilmesi noktasında bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Eğitim; personel seçme sürecinde iki şekilde sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Birinci sorun, eğitimsiz personelin ucuz olmasından dolayı seçilmesinden ve deneyim faktörünün eğitim düzeyinden daha ağır basmasından kaynaklanmaktadır. İkincisi ise eğitim durumu düşük personel seçimi yetkisine sahip yöneticiden kaynaklanan yanlış tutumları işaret eden sorunları oluşturmaktadır.

Global değişimler; personel bulma sürecinde teknolojinin gelişim göstererek insan hayatında değişikliklere yol açması ve dünya üzerindeki iş gücü piyasasının farklılaşması ve iş gücü piyasasının artık günümüz işletmelerinden beklentilerinin değişmesiyle sorunları beraberinde getirmektedir.

SONUÇ

Turizm işletmelerinde personel bulma faaliyetleri kapsamında; genel iş gücü piyasasındaki yaşanan değişimlerin ve teknolojinin olumlu etkilerinin yanında oluşturduğu olumsuz etkilerinin bulunması, stratejik İKY biriminin eksikliğinin hissedilmesi, ihtiyaç olan personelin belirlenmesinde amatör tutumların sergilenmesi ve sistematik bir düzenin olmaması, bazı personel bulma kaynaklarının (İŞKUR, eğitim kurumları, sendikalar ve internet gibi) ihmal edilmesi ve süregelen personel bulma yöntemlerinin (bireysel başvuru, örgüt içi kaynaklar) yoğun bir şekilde uygulanması gibi çeşitli sorunların var olduğu saptanmıştır. Aynı şekilde personel seçimini yapan kişinin eğitimsizliği ve deneyimsizliği, stratejik İKY biriminin eksikliğinin hissedilmesi, personel seçimini yapan kişilerin eğitim düzeyleriyle seçtikleri personelin eğitim düzeyi arasındaki ilişki, kalitesiz personelin seçilmesinin maddi açıdan daha kolay ve masrafsız algılanması, seçilecek personelde eğitim yerine deneyimin daha önemli bir seçme kriteri olması, süregelen personel seçme yöntemlerinin (görüşme, iş başvuru formu) yoğun bir şekilde uygulanması, işletme büyüklüğü ile personel seçme faaliyetlerinin uygulanışı ve kalitesi arasındaki ilişki, personel seçme aşamasında gerekmeven ayrımcılığa tabi tutulabilecek bilgilerin istenmesi, iş başvuru formlarında personel seçiminde yargı oluşturacak bilgilere yer verilmesi, siyasi ayrımcılık, hemşehricilik ve olumsuz adalet algısının hissettirilmesi gibi sorunların da personel seçme faaliyetleri kapsamında ele alınabileceği anlaşılmaktadır. Son olarak personeli işe yerleştirme faaliyetleri kapsamında da; çalışma şartlarının personellere doğru ve eksiksiz bir şekilde anlatılmaması, ağır çalışma şartlarına ayak uyduramayacak personellerin işe yerleştirilmesi, işe uygun olmayan personelin birtakım nedenlerden dolayı (pozitif ayrımcılık, hemşehricilik gibi) işe yerleştirilmesine çalışılması, işe uygun olmayan personelin işletmeler tarafından ucuz iş gücünün tercih edilmesi sebebiyle işe yerleştirilmesi, deneme süresinin işe yerleşen adaylar aleyhinde işleyebilmesi ve aynı görevdeki personeller arasında personel lojmanlarında ağırlama şartlarında oluşabilecek farklılıklardan kaynaklanan sorunlar yaşandığı görülmektedir.

Saptanan sorunların çözümünde İKY biriminin rolü noktasında İKY birimi, tüm sorunları dikkate alarak; doğru işlerde doğru personellerin çalışmasını sağlayabilir; işletme çıkarlarına ve piyasa şartlarına uygun personeller bulabilir; titiz bir şekilde personel seçme yöntemlerini uygulayarak personel devir hızını düşürebilir ve görüşme yapılacak adayları personel bulma sürecinde daraltarak personel seçimini daha etkin kılabilir. Bunların yanında, personellere sağlanacak

gerçekçi ve cezbedici olanaklar ve iyi bir işletme imajının hissettirilmesi ile işletmeyi tercih edilebilir duruma getirebilir. İş kurumu, internet, sendikalar gibi pek fazla tercih edilmeyen personel bulma kaynaklarının kullanımını ve etkinliğini artırabilir. Hatta İKY içinde de sadece personel seçimi ile ilgilenen özel bir birim oluşturarak daha doğru ve titiz bir personel işe alma sürecine olanak tanıyabilir. İşe yerleştirilme sürecinde; personelin, hem sektör ile hem de işletme ile bütünleşmesini sağlayabilir ve ayrımcılık konusunda eğitim alan yöneticiler ile ayrımcılığa olan bakış açısını değiştirilebilir. Son olarak ise etkin bir İKY birimi ile her bir pozisyon için gerekli olan farklı ve doğru işe alma stratejilerinin uygulanmasını sağlayabilir.

Sonuç olarak değerlendirildiğinde, İKY biriminin turizm işletmelerinin başarısında etkin rol oynayan insan kaynağını yönetmesinden kaynaklanarak ne derecede gerekli ve önemli olduğu ortadadır. Bu gereklilik ve önemlilik; konumuz kapsamında ele alındığında ise objektif bir şekilde kaliteli insan kaynağını bulmanın, alanında uzman bir İKY birimi tarafından sağlanabildiği ile açıklanmaktadır. Bu bağlamda arzu edilen kaliteli insan kaynağının, işletmeye kazandırılması için bulma-seçme ve işe yerleştirme süreçlerinin; İKY birimi tarafından, çalışma içerisinde sözü edilen sorunlar dikkate alınarak; özenli bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. Çalışma kapsamında üzerinde durulan bu süreçler dâhilinde değerlendirilen sorunların ve belirtilen bu sorunların çözümü doğrultusunda İKY biriminin rolünün; turizm işletmeleri tarafından dikkate alınması ve kavranabilmesiyle; turizm işletmelerinde İKY biriminin daha etkin bir biçimde örgütlenmesi ve şekillenmesi sağlanabilecektir.

Çalışmanın; turizm sektöründe personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme kapsamında geçmişte yapılan birçok araştırma sonuçlarını derleyen ve yorumlayan bir yapıda olması sebebiyle, gelecekte; araştırmacılara, bu konu dâhilinde üzerinde çalışılacak araştırma konuları hususunda öneriler sunabilme açısından da yarar sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda ilk araştırma önerisi olarak; personel bulma, seçme ve personeli işe yerleştirme sürecinde yaşanan sorunlara etkisinin büyük olduğu görülen iş analizi ve iş analizi çıktılarına gösterilen önemin işletmelerde yeterli düzeyde olup olmadığının irdelenmesini amaçlayan bir araştırma konusu önerilebilir.

Bunun yanında turizm işletmelerinde bu süreçte karşılaşılan birçok sorun olduğu ortadadır. Ancak literatürde genellikle personel bulma ve seçme üzerine çalışmaların yapılması, personeli işe yerleştirme sürecinin önemsiz bir süreç gibi değerlendirilmesine yol açmaktadır. İkinci araştırma önerisi de personeli işe yerleştirme sürecinde yaşanan sorunlar üzerine yapılacak bir araştırma olabilir. Diğer bir araştırma önerisini ise bu süreçte en çok sorunun yaşandığı

turizm işletmesi olan konaklama işletmelerinin kendi içinde ayrılan türlerine indirgenerek; daha spesifik bir çalışma konusunun oluşturulabildiği ve sorunların daha spesifik değerlendirilmesinin sağlanabildiği araştırmalar oluşturabilir. Yine özellikle İKY biriminin bu süreçte ne kadar etkin rol aldığının belirlenmesi açısından turizm işletmeleri özelinde mevcut durumun tespitine yönelik insan kaynakları yöneticileri üzerinde araştırmalar gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Yukarıdaki araştırma önerilerine ek olarak şu hususun da belirtilmesinde fayda vardır. Bu alandaki yayınlar dikkatli bir şekilde incelendiğinde konuyla ilgili çalışmaların daha çok otel işletmeleri üzerinde yoğunlaştığı anlaşılabacaktır. Bu doğrultuda konuyla ilgili sorunların tespitinin turizm işletmelerinin diğer türlerinin de (seyahat acentaları, yiyecek içecek işletmeleri, rekreasyon işletmeleri vb.) kapsama dâhil edilerek araştırmaların yapılması sonucundaki çıktılar, bir bütün olarak turizm işletmelerindeki mevcut durumunun geliştirilmesine yönelik önemli katkılar sunacaktır.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, O. (2009). *Personel Seçiminin Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemiyle Gerçekleştirilmesi*. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (24), 243-252.
- Akbaba, A. ve Günlü, E. (2011). *Otel İşletmelerinde Personel Bulma, Seçme ve Eğitim Sürecinin Stratejik İnsan Kaynakları Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma*. *Selçuk Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 16 (22), 199-229.
- Akoğlu, M. (1998). *Turizm Sektöründe İnsan Kaynakları Seçim Yöntemleri*. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 26-30.
- Akova, O., Saruışık, M. ve Akbaba, A. (2007). *Seyahat Acentalarında Personel Bulma ve Personel Seçim Yöntemlerine Yönelik Bir Araştırma*. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(13), 275-296.
- Akova, O., Tanrıverdi, H. ve Kahraman, O. C. (2015). *Otel İşletmelerinde Personel Devir Hızına Etki Eden Risk Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(12), 87-107.
- Armstrong, M. ve Taylor, S. (2014), *Armstrong's Handbook Of Human Resource Management Practice*, 13. Baskı, London: Kogan Page Publishers.
- Aslan, G. (2012). *İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alma ve Eğitimin Kariyer Yönetimi ile İlişkisi, Bir Şirketin Kariyer Yönetimi Üzerine İnceleme*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Baraz, A. B. (2013). *İşe Alıştırma ve İnsan Kaynağı Eğitimi*. R. Geylan ve H. Z. Tonus (Ed.), *İnsan Kaynakları Yönetimi içinde* (82-108). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2900.

Baum, T. (2007). *Human Resources in Tourism: Still Waiting for Change*. *Tourism Management*, 28(6), 1383-1399.

Benli, A. ve Şahin, L. (2004). *İnsan Kaynakları Yönetiminde Personel Bulma ve Seçme: Çınar Otel Uygulaması*. *Bilgi*, (8), 113-124.

Bilgiçli, İ. (2010). *Turizm İşletmelerinin Personel Tedarikinde Türkiye İş Kurumu'nun Etkinlik Düzeyinin Belirlenmesi: İstanbul'da Bir Alan Araştırması*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

Boz, C. (2006). *Dünya'da Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Şartları*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Chan, S. H. ve Kuok, O. M. (2011). *A Study of Human Resources Recruitment, Selection, and Retention Issues in the Hospitality and Tourism Industry in Macau*. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 10(4), 421-441.

Cheng, C. H. (2011). *A Study of Critical Factors of the Job Involvement for Hotel Employees-Taking Hotels in Taiwan as an Example*. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 990-996.

Cho, S., Woods, R. H., Jang, S. S. ve Erdem, M. (2006), *Measuring the Impact of Human Resource Management Practices on Hospitality Firms' Performances*, *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), ss. 262-277.

Civan, M. ve Demireli, C. (2004). *Personel Bulma ve Seçme Sürecine Yönelik Bir Araştırma*. *TÜHİS*, 18(5), 17-33.

Compton, R. L., Morrissey, W. ve Nankervis, A. (2009). *Effective Recruitment and Selection Practices*, 6. Baskı, Sydney: CCH Australia Limited.

Çabuk, S. (2005). *Otel İşletmelerinde Personel Seçimi ve Bir Alan Çalışması*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Çavdar, H. ve Çavdar, M. (2010). *İşletmelerde Personel Bulma ve Seçme Aşamaları*. *Journal of Naval Science and Engineering*, 6(1), 79-93.

Çolak, A. (2010). *İnsan Kaynağını Bulma ve Seçme*. U. Dolgun (Ed.), *İnsan Kaynakları Yönetimi içinde* (85-110). Bursa: Ekin Yayınevi.

- Demir, M. (2011). *İş Yaşamında Ayrımcılık: Turizm Sektörü Örneği*. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 760–784.
- Dessler, G. (2013). *Human Resource Management*, 13. Baskı, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Dias, L. P. (2011). *Beginning Management of Human Resources*, Washington, DC: Flat World Knowledge Book.
- Dural, E. Z. (2011). *İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alma Yöntemleri: Japonya’da İşe Alma Yöntemleri İle Türkiye’de İşe Alma Yöntemlerinin Karşılaştırılması*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Erdem, B. (2002). *Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından Personel Bulma ve Seçme Süreci (Örnek Bir Uygulama)*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Erdem, B. ve Gezen, T. (2014). *Turizm İşletmelerine Yönelik İş İlanlarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi*. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 19-42.
- Erdoğan, İ. (1991). *İşletmelerde Personel Seçimi ve Başarı Değerleme Teknikleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın No: 248.
- Erdoğan, E. (2013). *İnsan Kaynakları Yönetiminde Personel Seçimi ve Psikoteknik Testlerin Önemi*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Erenel, F. (2012). *Personel Temin ve Seçim Sürecinde Adaylarda Oluşan Adalet Algısının Örgüte Etkilerinin Analizi*. *Maliye Finans Yazıları*, (95), 9-21.
- Gümüş, Ş., Arı, M. ve Bakırtaş, H. (2010). *Otel İşletmelerinde Personel Seçimi: Bursa İlinde Bir Uygulama*. *Ulusal Meslek Yüksekokulları Öğrenci Sempozyumu*, Düzce, 1-12.
- Günlü, E. ve Aktaş, G. (2007). *Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Çalışanlarını İşe Alım Süreci: Stratejik İnsan Kaynakları Bakış Açısıyla İzmir İli Örneği, Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, İzmir, 410-418.
- Hayta, A. B. (2007). *Çalışma Ortamı Koşullarının İşletme Verimliliği Üzerine Etkisi*. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 21-41.
- Işık, V. (2009). *Küreselleşmenin İşletmelerin Personel Seçme Yöntem ve Teknikleri Üzerine Etkileri: Hacettepe Üniversitesi Teknokent Örneği*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Gazi Üniversitesi, Ankara.

İşe Alım Raporu 2012 (2012). <http://documents.tips/documents/2012-ise-alim-arastirma-raporu.html> 2012 İşe Alım Araştırma Raporu, Erişim Tarihi, 01.03.2016.

Kaya, İ. ve Gözen, Ş. (2005). Personel Seçim Sürecinde Uzman Sistem Yaklaşımı ve Konya Büyükşehir Belediyesinde Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (14), 355-376.

Keleş, Y. (2015) İnsan Kaynakları Yönetimine Giriş. E. Pelit (Ed.), Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi içinde (21-58). Ankara: Grafiker Yayınları.

Keskin, G. (1998). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Bulunan Turizm İşletme Belgeli Otellerin Personel ve Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 9(1), 44-50.

Koçak, O. ve Yüksel, S. (2011). Personel Seçiminde Kullanılan Yöntemler Üzerine Bir Araştırma: Yalova Örneği. Kamu-İş, 12(1), 73-100.

Kolu, N. (2006). Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Seçim Yöntemleri Personel Bulma ve Seçme Süreci (Örnek Bir Uygulama). (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

Köroğlu, Ö. ve Merter, B. (2012). Seyahat Acentelerinin Turist Rehberlerini Seçme ve İşe Alma Sürecindeki Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(20), 213-238.

Küçükaltan, D. (1998). Türkiye'deki Otel İşletmelerinde Personel Seçimi ve Eğitiminin Hastane İşletmeciliği ile Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Uygulama. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 9(1), 51-59.

Mathis, R. L. ve Jackson, J. H. (2000). Human Resources and Tourism Skills, Culture and Industry. Canada: Channel View Publications.

Mathis, R. L. ve Jackson, J. H. (2011), Human Resource Management, 13. Baskı, Mason: South-Western Cengage Learning.

Minchington, B. (2010). Why Would Someone Want to Work for You?. Journal of Corporate Recruiting Leadership, 5(8), 10-14.

Nickson, D. (2007), Human Resource Management for the Hospitality and Tourism Industries, Burlington: Elsevier.

Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. ve Wright, P. M. (2003). *Human Resource Management Gaining a Competitive Advantage*. Irwin: McGraw-Hill.

Orlitzky, M. (2007). *Recruitment Strategy*. Boxall, P. F., Purcell, J., & Wright, P. M. (Ed.), *The Oxford Handbook of Human Resource Management içinde* (273-299). New York: Oxford University Press.

Örücü, E. (2002). *Turizm İşletmelerinde Orta ve Üst Kademe Yöneticilerin Personel Seçme ve Değerlendirme Sürecindeki Eğilimleri (Marmaris ve Çevresindeki Üç Yıldızlı İşletmeler Örneği)*. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 17(2), 119-132.

Özdemir, S. S., Polat, E. ve Met, Ö. L. (2015). *Bodrum'da Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerince Verilen İş İlanlarındaki Personel Niteliklerinin Analizi*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, (34), 121-138.

Özgan, B. B., Yazıcı, H. N. T. ve Fener, T. Ç. (2010). *Turizm İşletmelerinde Teknik Hizmetler Biriminin (Bölümünün) Personel Seçme, Değerlendirme ve İşe Yerleştirme Süreci, Kurum İşleyiş Sürecine Etkisi (Örnek Çalışma: Çırağan Kempinski Oteli)*, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(2), 29-35.

Özkan, Ö. (2007). *Personel Seçiminde Karar Verme Yöntemlerinin İncelenmesi: AHP, ELECTRE ve TOPSIS Örneği*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Pelit, E. (2015). *Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetiminin Önemi*. E. Pelit (Ed.), *Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi içinde* (61-116). Ankara: Grafiker Yayınları.

Pelit, E. ve Kılıç, İ. (2012). *Mobbing ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Şehir ve Sayfiye Otellerinde Bir Uygulama*. İşletme Araştırmaları Dergisi, 4(2), 122-140.

Secară, C. (2011). *Human Resource Management Involved in the Romanian Rural Tourism. Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 13(2), 287-294.

Sezen, O. (2013). *Otellerde Uygulanan İnsan Kaynakları Yönetimi Politikalarının İşgören Verimliliğine Etkisi: Ankara'daki Beş Yıldızlı Oteller Örneği*. (Yayınlanmamış YL Tezi). T.C. Gazi Üniversitesi, Ankara.

Stevens, B. (2001). Hospitality Ethics: Responses from Human Resource Directors and Students to Seven Ethical Scenarios. Journal of Business Ethics, 30(3). 233-242.

Şimşek, A., Catur, O. ve Ömürbek, N. (2014). Turizm Sektöründe Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci ile Personel Seçimi. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 33(2), 147-169.

Temizkan, R. (2010). Personel Seçim Sürecinde İş Başvuru Formlarında Ayrımcılık: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C. Gazi Üniversitesi, Ankara.

Temizkan, R. (2015). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Bulma-Seçme ve İşe Alma. E. Pelit (Ed.), Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi içinde (239-286). Ankara: Grafiker Yayınları.

Tonus, H. Z. (2013). İşe Alma. R. Geylan ve H. Z. Tonus (Ed.), İnsan Kaynakları Yönetimi içinde (60-81). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2900.

Tütüncü, Ö. ve Demir, M. (2002). Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve İnsan Gücü Hareketleri Analizi. Ankara: Turhan Kitapevi.

Ünal, Ş. (2006). İnsan Kaynaklarında Tedarik Eğilimleri ve İzmir İli Seyahat Acenteleri Uygulaması. (Yayınlanmamış YL Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Ünnü, N. A. A. ve Keçecioğlu, T. (2009). İnsan Kaynakları Yönetiminden "Stratejik" İnsan Kaynakları Yönetimine Dönüşüm. Ege Akademik Bakış, 9(4). 1171-1192.

Vardarlier, P. (2014). İnsan Kaynakları Yönetiminde Sosyal Medyanın Rolü. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). T.C. Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Yeşiltaş, M., Arslan, Ö. E. ve Temizkan, R. (2012). Personel Seçiminde ve Örgüt İçi İş Yaşamında Siyasi Ayrımcılık: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi, 4(1), 94-117.

Yeşiltaş, M., Temizkan, R. ve Temizkan, P. (2010). Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İş Başvuru Formlarında Ayrımcılık. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (2), 180-197.

BİRİNCİ DÜNYA SAVAŞINDAN GÜNÜMÜZE ERMENİ TERÖRİZMİ

Elvin JAFARLI

İstanbul Aydın Üniversitesi

elvinjafarli94@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7102-9378>

Prof. Dr. Kamil Veli Nerimanoğlu

İstanbul Aydın Üniversitesi

ÖZ

Çeşitli ülkelerde yıllardan beri görülen Ermeni olayları günümüzde daha çok politik olarak devam etmektedir. Ancak daha önceki dönemlerde gerçekleştirilen kanlı eylemler “Uluslararası Terörizm” faaliyetleri arasında tarihte yerini almıştır. Gerçekleştirilen bu eylemlerin kanlı ve insanlık dışı olması ise daha fazla korku ve endişeyi meydana getirmiştir. Ermeni örgütlerinin hedefinde, Türkiye ve Türkiye Cumhuriyeti diplomatları yer alır. Tüm Ermenilerin ortak sesi olduklarını iddia eden bu örgütler, Türkiye Cumhuriyeti’ni ve Azerbaycan’ı parçalayarak kendi hayali projelerini hayata geçirmeyi amaçlamaktadır. Özellikle son yıllarda gündemi oldukça meşgul eden Ermeni meselesinin ortaya çıkışı ve bunu destekleyen ülkelerin amacının ne olduğu önceki dönemlerde Ermeni terör örgütlerinin de arkasındaki güçlerin kimler olduğunu gün yüzüne çıkartmıştır. Sözde Ermeni Soykırımı’nın bazı ülkelere kabul edilmesi ve tarihi gerçeklerin saptırılarak özellikle Karabağ ve Hocalı olaylarının üzerinin örtülmesinin önüne bir türlü geçilememiş ve Ermeni devletinin yaptığı insanlık dışı olaylar yanına kar kalmıştır. Bu çalışmada geçmişten günümüze süre gelen Ermeni terörü ele alınarak tarihi gerçeklerin ışığında günümüzde de hala aynı zihniyetin ortaya çıkabileceğinin araştırılması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Ermeni Terörü, Karabağ, Hocalı, Türkiye, Terörizm.*

SINCE FIRST WORLD WAR TO THIS DAY: ARMENIAN TERRORISM

ABSTRACT

The Armenian incidents that have been seen in various countries for many years are still politically active today. However, those bloody actions taken in previous periods were recorded in history among the “International Terrorism” activities. The fact of these activities being bloody and barbarous brings more fear and anxiety. Turkey and other Turkish diplomats are the main targets of these brutal Armenian organizations. These bloody organizations, claiming to be the common voice of all Armenians, aim to realize their delusive projects by breaking up Turkey and Azerbaijan. Especially the Armenian Issue which occupies the world agenda quite a lot in the recent years and the purposes of the countries who support and promote this, have exposed the powers behind the Armenian Terrorist Organizations long ago. The recognition of the So-called Armenian Genocide in some countries and especially the veiling of the Karabakh and Khojaly massacres by the distortion of the historical facts could not be stopped and the inhumane acts of the Armenian government remain unquestioned yet. Current study aims to investigate the possibility of the emergence of the very same mentality today in the light of the historical facts by addressing the ever-since continuing Armenian Terrorism.

Keywords: *Armenian Terror, Karabag, Hocali, Turkey, Terorism*

GİRİŞ

Terörü tanımlama görevi karmaşıktır, ancak bu fenomenin yeterli bir şekilde anlaşılmasını sağlamak ve etkili bir şekilde baş etmek için kesinlikle gereklidir. Terörizmi tanımlamanın karmaşıklığı birçok açıdan vardır. Teröre ayak uydurmak için şiddet kullanan tarafların çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır. Bu şiddetin kullanımı için (terörizm olarak sezgisel anlamda tanımlayabildiğimiz) birçok farklı gerekçe de mevcuttur ve her biri kendi görüşlerini edinen terörizmi tanımlayan birçok farklı taraflar olmuştur. Dolayısıyla, var olan “terörizm” in 100’den fazla tanımının olması şaşırtıcı değildir.

Ermeniler tarihte kısa dönemler dışında bir imparatorluk ya da bağımsız bir devlet olarak bulunmamıştır. Geçmişten günümüze dek hep azınlık olarak başka ülkelerin yönetimi altında yaşamışlardır.

Tarihte birçok devletin yönetimi altında yaşadıkları bilinmektedir. Kurulan Ermeni vilayetlerinin ise hemen hemen hepsi Ermenileri kendi çıkarları doğrultusunda kullanmak isteyen devletler tarafından kurdurulmuştur.

Ermenilerin milattan önce 6. yüzyılda, Suriye'nin kuzeyinde ve Kilikya bölgesi civarında yaşamış olan Hitit topluluğundan oldukları ya da Nuh'un oğlu olan Hayk'a dayandıkları Ermeni tarihçiler tarafından iddia edilmektedir. Ayrıca tarihte, Ermenistan ismi ile gösterilen bölgede yaşayan ve günümüzde Ermeni diye bilinen toplumun, bahsedilen coğrafyanın neresinde yaşadıkları ve sayıları bilinmemektedir.

Diğer tarihçiler gibi Ermeni tarihçiler de, soylarına dair herhangi bir fikir birliğine varamamışlardır. Buna dayanarak, neresi olursa olsun, herhangi bir toprak parçasına "burası bizim vatanımızdır" demeleri ancak subjektif bir fikirden öteye gidemeyecektir. Ermeni terör örgütlerinin incelenmesi ve günümüzde halen devam etmekte olan Ermeni terörünün yeniden yapılanması, araştırmanın kapsamında yer almaktadır. Çalışmanın gerçekleştirilmesinde esas olan, literatürden edinilen bilgilerin ışığında, güncel gelişmelerle ve farklı perspektifler ile ele alınması, irdelenmesi ve yorumlanması yöntem olarak benimsenmiştir.

Ermeni Meselesinin Ortaya Çıkışı ve Etkili Olan Faktörler

Osmanlı Devleti sınırları içinde birçok din ve ırktan milyonlarca insan, adaletli bir devletin himayesinde olmaktan memnun ve çok iyi şartlar altında yaşıyorlardı. Avrupa devletleri Osmanlı Devleti'ni kendileri için tehlike görmekle beraber, kendilerinden kuvvetli ve üstün olduğunu düşündükleri için sessizlik içindeydiler. Bu durum Osmanlı Devleti'nin zayıflaması ve eski ihtişamını yitirmesine kadar devam etmiştir. Şark meselesi bu zayıflamadan sonra ortaya çıkmıştır. Bunu ortaya çıkaran ülkelerin başında Çarlık Rusya'sı vardır ve Ermeni meselesi, şark meselesinin devamı ve son problemidir. Hemen hemen bütün tarihçiler (1877-1878) Ermeni Meselesinin Osmanlı - Rus Harbi (93 Harbi) ile ortaya çıktığında birleşmektedir. 93 Harbi'nden önce Ermenilerin kıpırdanmaları başlamıştır fakat bu kıpırdanmaların kaynaklandığı yerlerde ise dış güçlerin faaliyette bulunduğu görülür.

Şark meselesi, Osmanlı topraklarının taksiminden başka, haçlı zihniyetinin yeniden ortaya çıkmasının bir başka şeklidir. Osmanlı Devleti'nin parçalandığını görmek, Orhan Gazi zamanında Avrupa topraklarına ayak basan Türkleri Avrupa'dan atmak, Hristiyan âleminin vazgeçilmez tutkusu olmuştur. Önceleri dini bir görünüme sahip olan şark meselesi, yavaş yavaş iktisadi bir içerik kazanmaya başlayarak geniş ve değerli Osmanlı topraklarının pay edilmesi haline gelmiştir. Sanayide oldukça ileri giden Avrupa Devletleri için Osmanlı topraklarını ele geçirmek pazar bakımından da oldukça önemli bir konu haline gelmiştir.

Fransız Devrimi'nin bütün dünyaya yaydığı milliyetçilik fikirleri, Osmanlı Devleti'nin idaresinde bulunan azınlıkların ayaklanmalarına yol açmıştır. Osmanlı Devleti'ni zayıflatmak için özellikle Çarlık Rusya'sı, Sırlar ve Yunanlılar gibi etnik grupların elebaşı durumuna gelmişti. Rusların asıl amacı sıcak denizlere inmek ve boğazları ele geçirmektir. Kavalalı Mehmet Ali Paşa'nın hatası, Rusların amaçlarına ulaşmak için telaşı, Hristiyan ve Avrupa Devletlerinin de telaşlanmasına sebep olmuştur. Çünkü devletler, güç dengesinin, coğrafi konumu dolayısıyla çok önemli olan Türk topraklarının, Rusların ele geçirmesi halinde bozulabileceğini hesaplayarak bu durumdan endişe duymaları ve ona karşı birleşmelerine neden olmuştur.

Rusya, zayıf duruma düşen Osmanlı Devleti'nin bu durumundan yararlanmak isterken, ortaya Avrupa devletleri de çıkmaya başlayınca çareyi taktik değiştirmekte bulmuştur. Amacına ulaşmak için yeni bir yol aramaya başlayan Rusya, Ermenileri kendi çıkarları için kullanarak, Doğu Anadolu'da bir Ermenistan kurulmasını sağlayacak çalışmalarını başlatmış, çeşitli yardım ve tahriklerle Ermenileri kışkırtmışlardır. Amacı, sıcak denizlere İskenderun Körfezi üzerinden çıkmaya çalışmak olan Rusya, böylece Boğazlar projesinin uygulanmasını geriye bırakmış, Ermenileri kendi karanlık emelleri için maşa gibi kullanmaya başlamıştır. Ermenilerin istiklal isteği ile ayaklanmaları, Rus tahrik ve teşvikinin doğurduğu bir olaylar silsilesidir. Nitekim Ermeni hareketlerinin başlaması, geçmişten günümüze Türk topraklarını kendi himayelerinde görmek isteyen Avrupa Devletlerinin de harekete geçmelerine neden olmuştur.

Fransa işi Lübnan'dan başlatmıştır. 1860 yılında Lübnan'da Dürzi İsyanı'nı çıkartarak buraya muhtariyet verilmesini sağlamıştır. Lübnan'ın Fransa'nın kontrolüne geçmesi için bu ilk basamaktır. Bu aşamayı başarı ile tamamlayan Fransa, daha sonra Zeytinli Ermenilerini de isyana teşvik etmiştir. Ancak bu kez başarılı olamayan Fransa'nın bu hamlesini, Osmanlı Devleti kendi iç gücü ile engellemiştir.

Fransa, İtalya ve İngiltere gibi Avrupa devletlerinin Haçlı zihniyetini İngiliz Başbakanı Gladstone'nun şu sözleri ile doğrulanmaktadır: İnsanlığın dev bir insanlık dışı örneğidir. Türk hükümeti hiçbir hükümetin işlemediği kadar günah işlemiş, hiçbir hükümet onun kadar günahkârlığa saplanmamış, hiçbirisi onun kadar değişime kapalı olmamıştır. Anlaşıyor ki birçok devletin ilk amacı, Türkleri Avrupa'dan atmak. İngiltere de çıkarları öyle gerektirdiği için Ermenileri istismar etmiştir. İngiltere'nin asıl hedefi İstanbul ve Boğazlar olmasına karşın, Süveyş Kanalı'nın açılmasından sonra şarkta gerçekleşen en önemli olay Mısır'ın İngiltere tarafından işgalidir. Çünkü Süveyş, Hindistan yolunun en önemli noktasında yer almaktadır.

Bundan sonra Şarkta Fransız-İngiliz menfaat çatışmaları görülür. Sultan II. Abdülhamid Han, şarktaki çatışma ortamını sezinleyerek Hicaz Demiryolu taviziyle Almanları, İngiliz ve Fransızların karşısına çıkarmış, Almanların Osman Devleti'nin yanında yer almalarını sağlamıştı.

Ruslar 1867 yılında Osmanlı Devleti'ne bir muhtıra vererek, Hristiyan tebaanın Müslümanların menfaatlerinden ayrı tutulmamasını istemiş, dönemin padişahı Sultan Abdülâziz, Rus tehlikesini sezmiş ve orduları güçlendirmeye çalışmıştır. Donanmanın güçlenmesi için çalışmış, zamanında dünyanın ikinci büyük donanmasına sahip olmuştur. Fakat birkaç devlet adamı tarafından intihar süsü verilerek öldürtüldüğü düşünülmektedir. Söz konusu dönemde kara ordusu en yeni silahlarla donatılmıştır.

Sultan Abdülâziz'den sonra tahta Sultan Murad geçtiyse de, hasta olduğu için tahtta kalamamıştır. 1876'da Sultan V. Murad'dan boşalan yere Sultan Abdülhamit geçirildi. Rusya, Abdülhamit zamanında Osmanlılarla dost gibi görünmektedir. Aslında bu dost görünümünün altında bir taraftan Ermenileri, diğer taraftan Sırpı ve Karadağlıları istiklal mücadelesi için kışkırtmaktaydı. Abdülhamit o zamanlar tahta yeni geçtiği için Osmanlı - Rus harbinin aleyhindeydi. Zira gücü ele geçirmek için zamana ihtiyacı vardı ancak Osmanlı - Rus harbinin çıkmasına mani olamadı. Ruslar Yeşilköy'e (Ayastefanos) kadar ilerlediler.

Ermeniler bu arada boş durmadılar. Bu karışık durumdan istifade etmenin yollarını aradılar. Bağımsızlıklarına kavuşmanın olanağını Ruslardan yardım talebinde gördükleri için Patrik Nerses'i Grandük Nikolo'ya gönderdiler. Ermeni Patriği, Nikolo'dan Doğu Anadolu'nun "Ermenistan" olarak Rus hâkimiyeti altına alınmasını rica etmiştir.

Temelde Osmanlı Devleti yönetiminden memnun olan Ermeniler, Rusların kışkırtmaları ile bu politikayı gütmeye başlamışlardır. Grandük Nikolo, Osmanlı tarafı ile Yeşilköy'deki müzakereleri kasıtlı olarak bir Ermeni'nin evinde başlatır. Burada Ermenilerle ilgili 16. maddeyi ortaya sürünce Osmanlı tarafı son derece şaşırır. Ruslar Ermeniler için muhtariyet ister. 16. madde, Ermenilere belki istiklal değil ama birtakım çıkarlar sağladı. Bu maddede "Ermenistan denilen bir memleketin varlığı belirtiliyor, bu memleketin idaresinin ıslah edilmesi ve Ermenilerin Çerkezler ve Kürtlere karşı korunması temin edilmelidir." deniyordu.

Ayastefanos Anlaşması, bir bakıma Ermenilerin Rus himayesine girmesi demekti. Ruslar bundan sonra Ermenileri istedikleri gibi yönlendirebilecek, Osmanlı Devleti'nden kurtuluş vaadiyle gerçek bir esarete mahkûm ederek kendi planlarını gerçekleştirmek amacındaydılar.

Sultan II. Abdülhamid, İngilizlere Kıbrıs'ta bir üs vermeyi vaat ederek, Rusların karşısına çıkardı ve Berlin'de bir barış konferansı düzenlenmesini sağladı. Bu konferansta Avastefanos'taki kaybedilenlerin büyük kısmını kurtarılabilmiş fakat İngilizler yine de Ermeniler lehine bir madde koydurmuşlardı. Bu maddenin içeriğine istinaden, Ermenilerin oturduğu bölgeler ıslah edilecekti.

İngilizler, uyguladıkları şark siyaseti gereği Ermenileri harcamak istemediler. Çünkü bu toplum şark meselesinde kullanılmak için iyi bir kozdu. Bundan dolayı Ermenilerden yararlanma şekillerini sürekli kullanmışlardır. Amaçları buydu, ama Rus hâkimiyetinde bir Ermenistan da istemiyorlardı. Rusya'nın sıcak denizlere inme arzusu sonunda İngilizlere de zarar verebilirdi. Ermeniler bütün gayretlerine rağmen Berlin Konferansı'nda muhtariyet için yüz bulamamışlardır. Bu ıslahat sorunu ile İngiliz Başbakanı Gladstone bizzat meşgul olmuştur. 1880 yılında İngiltere, Berlin Konferansı'nın 61. numaralı maddesini uygulamadıklarını Osmanlılara bir nota ile bildirdiyse de ret cevabı almıştır. Rusya'da İngilizlerin himaye ettiği bir Ermenistan'ı düşünmek istemediğinden sessiz kalarak sırasını beklemeye başlamıştı. Bu arada Ermeni komite faaliyetleri başlamıştı. Avrupa ve Amerika'nın çeşitli yerlerinde şube açan bu komiteler İngilizler'den de yardım ve teşvik görüyorlardı.

Osmanlı Devleti topraklarında hâkimiyet sağlamak isteyen birçok ülke örneğin Rusya, İngiltere, Fransa başta olmak üzere çeşitli meseleleri bahane ederek karşımıza çıkıyor; Türk topraklarını ele geçirmek için ellerine geçen her fırsattan istifade ediyorlardı. Örneğin Fransa, Osman Devleti himayesinde bulunan Katoliklerin hamiliği görevini üstleniyor, Hristiyanlık âleminin koruyucusu gibi bir tavır takınıyordu. Bu yoldan Lübnan'a muhtariyet verilmesini de sağlamıştır. Bu olaylar gerçekleşirken Maraş Sancağı'na bağlı Zeytun kazasında isyan çıkarmak için hareketler başlamıştır. Fransa bizzat kendi istihbarat servislerinde yetiştirdiği Leon adında bir ajanı Zeytun'a göndermiştir. Burada bir takım isyancı Ermenilerle çalışmalar yaparak Ermeni halkı kışkırtmaya başlayan Leon, kendisini Ermeni hükümdar sülalesinden gelmiş gibi tanıtıyordu. Ermeni halkı, Kilikya'nın Türklerden geri alınması için sürekli Fransız propagandasıyla beslenmiştir. 1862'de Fransızlar yaptıkları faaliyetlerin sonucunu Zeytun isyanı ile almışlardır. Bu isyanda binlerce Türk katledilmiş, III. Napolyon İstanbul'daki Fransız konsolosuna bir muhtıra göndererek, Zeytun'a muhtariyet verilmesini istemiştir. Zeytun isyanı bastırılmış fakat birçok Türkün canına mal olmuştur. Bu tarihten sonraki senelerde Fransa, Ermeni meselesiyle çok daha fazla meşgul olmuştur.

Osmanlı Devleti bir taraftan Avrupa devletleri ile uğraşırken, diğer taraftan devletin içinde bulunduğu karışık ve sıkışık durumdan azınlıklar istifade ediyorlardı. Ermeni tarihçisi Vartanyan bunu kendi kalemiyle şöyle ifade etmektedir:

“Türk idaresi bozuktu. Açık göz ve tahsilli Ermeniler milletlerinin yükselmesine katılmak istediler. Kafkasya’daki Kateogikos, Nerses ve diğer din adamları hanlılara karşı çarpışırken Ermeniler, hasta adam olarak adlandırılan Türkiye’nin mirasından faydalanmak istediler. Gözleri önünde asırlık komşuları Rumlar, Türk boyunduruğundan kurtulmaya çalışıyorlardı. Ermeniler de işe başladılar. Ermenileri bağımsızlık hayaline sürükleyenlerin başında Ermeni Patriği ve din adamlarıyla, Avrupa’da eğitim görmüş Ermeni gençleri gelmektedir. Bu insanlar kapıldıkları hayali gerçekleştirmek için her türlü yola başvurmuşlardır. Hem kendi milletlerine zararları dokunmuş hem de birçok Müslümanın kanı boş yere akmıştır.”

Yabancı devletlerin azınlıklar için istedikleri ıslahat, o bölgeyi bölmek anlamına gelmekteydi. Azınlık meselesi, gündeme daima Avrupa’nın siyasi ve iktisadi amaçları doğrultusunda getirilmiştir. Avrupa devletlerinin Ermeni hamiliği, Ermeni sempatisinden değil çıkar çatışmasındandır. Çünkü şark bu ülkeler için iyi bir pazardır. Ermeni meselesi, Rusya da dâhil olmak üzere birçok Avrupa devletinin icat ettiği, Osmanlı Devleti’ni zayıflatmaya ve yıkmaya yönelik, devletlerarası suni bir problem olmuştur. Günümüzde de böyle olmaya devam etmektedir.

Rus Dışişleri Bakanı Aleksey Lebanoff–Rostowski’nin ortaya attığı Rus sınırında Ermenisiz bir Ermenistan görüşü, devletlerin Ermenileri nasıl maşa olarak kullandığını ve nasıl aldattıklarını göstermek bakımından ibret vericidir.

Edgar Granuille, “*Bu iş Ermenilerden doğmamıştır. Zira Ruslar Ermenilere el atıncaya kadar Türkiye’de hiç bir Ermeni hareketi olmamıştır. Rusların eseri olan Balkan hareketine kadar Ermeniler sadece kendi aralarında mezhep mücadeleleri veriyorlardı. Hatta kendi aralarındaki anlaşmazlıkların çözümü için dahi Türklerden yardım görüyorlardı.*” ifadesini kullanmıştır.

Avrupa devletleri emperyalist girişimlerinde Osmanlı Devleti’ndeki azınlıkları her zaman maşa olarak kullanmışlardır. Ermeni meselesi aslında devletlerin çıkar çatışmasının Osmanlı Devleti topraklarına yansımadır.

Bu bahsedilenler ve daha birçok yazılı ve sözlü örneğin ışığında, Türklerin Ermenilere gösterdiği anlayışın büyüklüğünü ispatladığı kadar, Ermenilerin mevcut durumlarından ortaya çıkan zayıflıklarının sonucu olan tarihi nasıl çarpıtıp çıkarlarına göre yazma çabasında olduklarına delil olarak gösterilebilir.

METODOLOJİ

Araştırmanın amacı ve önemi

Bu çalışmamızdaki amacımız, dünyayı sarsan terör eylemlerinin ve terörizm ideolojisinin iç yüzünü açmak, hususi ile de terör eylemlerinin en bariz numunelerinden biri olan ermeni Vandalizm nin türettiği Karabağ ve Hocalı terörlerinin insanlık dışı yönünü göstermek, bu azmış gibi terör eylemleri yaptığı Türk devletlerine karşı hak davası açmasına politik ad vermektir.

Araştırmanın kapsamı

Araştırmamızın kapsamı alanı, Osmanlı hanedanının kendi tebaasına, aynı şekilde Ermeni azınlığa karşı hoşgörü siyasetini uyguladığı tarihten bu günümüze kadar, husus ile de Karabağ ve Hocalı katliamının tekabül ettiği XX. Asrın son yıllarıdır.

Araştırmanın sınırlılıkları

Çalışmamız, genel terör teriminin açılımı ile ve ermeni terör komitelerinin örgütlenmesi, tarihi gelişimi ve tırnak içi faaliyetleri ile mevzubahis komitelere karşı Türkiye devletinin siyasi bakışı ile sınırlıdır.

Araştırmanın hipotezleri

Araştırmamızla ilgili kaynakları incelediğimizde âcizane birkaç sonuç elde etmiş olduk. Çalışmada ki hipotezler aşağıdakilerden ibarettir:

H0. Dünya devletleri arasında ki savaşlar ile terör eylemleri aynı değildir,

H1. Savaşlar bir maksada hizmet etmesine karşılık, terör eylemleri sırf dünya düzenini bozmaktır,

H2. Osmanlı zamanında diğer azınlıklar gibi ermeni azınlığı da (bu gün onların iddia ettiklerinin aksine) refah içinde yaşamışlardır,

H3. Karabağ ve Hocalı katliamı devletlerarası savaş değil, terörün ta kendisidir.

Araştırmanın türü

Çalışmadaki maksat, terörün nasıl bir insanlık dışı eylem olduğunu, ermeni katliamlarının da bir terör terkibi olduğunu ve buna karşı Türkiye devletinin politikasını ortaya koymaktır.

Araştırmanın bulguları

Çalışmanın güvenilirlik analizi yapılmış olup, kaynak sonuçları incelenmeğe tabi tutulmuştur. Son olarak da hipotezlerin doğruluğu test edilmiştir. Çalışma, Cronbach's Alpha ile güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve kaynak güvenilirliği kabul edilmiştir.

SONUÇ

Türk tarihi, kültürü ve medeniyeti açısından son derece önemli unsurlardan biri olan Ermeniler; başta 1789 Fransız İhtilali'nin getirdiği fikir akımları ve yine zamanın büyük devletlerinin Osmanlı İmparatorluğu'nu şark meselesi çerçevesinde parçalamak, bölmek ve sömürmek maksadıyla müdahil olmaları neticesinde, Türklerle bir yol ayrımına gelmişlerdir. Bu ayrışmanın yoğunluk noktası, 19. yüzyılın ikinci yarısı ve 20. yüzyılın başlarıdır. Fransa, Birleşik Krallık, Rusya gibi ülkelerin vermiş olduğu destek sonucunda, milliyetçilik akımıyla ilk ayaklananlar Sırlar ve Yunanlılar olmuş, bunlara daha sonra Romenler, Karadağlılar ve Bulgarlar eklenmiştir. Büyük devletlerin kışkırtmasıyla ayaklanma, ayaklanma neticesinde söz konusu devletlerin olaya müdahale ederek çoğunlukla Osmanlı Devleti ile savaşa girişmesi ve neticede de bu savaşlardan yenik çıkarak zikredilen azınlıkların böylece bağımsız bir devlet olma örneği, Ermenilerin de bu yolu takip etmelerine neden olmuştur.

Yakın tarihte derin siyasi ve sosyal izler bırakan Ermeni terörünün Türkiye'yi bu şekilde etkilemesinde bazı faktörlerin önemli rol oynadığı bilinmektedir. Son dalga Ermeni terörünün ortaya çıkmasında, Kıbrıs meselesinde Türkiye'nin hemen bütün Avrupa devletleri ve Amerika Birleşik Devletleri'ni karşısına alma pahasına hareket ederek 1974'te Kıbrıs Barış Harekâtını gerçekleştirmesi bir dönüm noktası olarak düşünülebilir. Zira Ermeniler, Türkiye'nin bu devletler karşısındaki zor durumunu bulunmaz bir fırsat bilerek terör hareketlerini adım adım artırmışlar ve bu konuda söz konusu devletlerin ciddi bir engeliyle de karşılaşmayınca, kanlı terör faaliyetlerini en üst boyutlara vardırılmışlardır.

KAYNAKLAR

Aras, Mikail. Türk Ermeni İlişkileri Ve İlişkileri Dönüştüren Terör Süreci, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2008.

Altınok, Salih. Belgeleriyle 19 ve 20. Yüzyıl Başlarında Ermeni Sorunu, Ankara 2007.

Anadol, Cemal. Tarih Boyunca Türk-Ermeni Meselesi, İstanbul, Bilge Karınca, 2007.

Bayur, Yusuf Hikmet. 1991. Türk İnkılap Tarihi I. Kısım II, Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Bayur, Yusuf Hikmet. 1991. Türk İnkılap Tarihi II. Kısım IV, Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Binark, İsmet. Asılsız Ermeni İddiaları ve Ermenilerin Türklere Yaptıkları Mezalim, Ankara, ATO Yayını, 1995.

Kocaş, Sadi. Tarih Boyunca Ermeniler ve Selçuklulardan Beri Türk Ermeni İlişkileri, Ankara, 1970.

Paşa, Hüseyin Nazım. Ermeni Olayları Tarihi I, Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü, Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı, Yayın No:15,1998, s. XV.

Sarınay, Yusuf. vd., Ermeni Komiteleri, Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 2001.

SİGORTA ACENTELERİNDE İÇ KONTROL SİSTEMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR ETKİNLİĞİNİN SAĞLANMASI

Hüseyin DEMİRCİ

İstanbul Aydın Üniversitesi

huseyin3789@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2800-878X>

Dr. Öğr. Üyesi Faris Kocaman

İstanbul Aydın Üniversitesi

ÖZ

Ülkemiz ve dünyadaki ekonomik dalgalanmalar ve değişiklikler sebebiyle şirketlerin güçlü kontrol mekanizmaları kurma isteği, hızlı büyüyen şirketlerin büyümlerini istikrarlı ve sürdürülebilir hale getirme gayreti ve kurumsallaşma çabaları iç kontrol sisteminin kurulmasını bir ihtiyaç haline getirmiştir. Türkiye Sigorta Birliği'nin verilerine göre 2017 yılında sigortacılık sektörü %14,9'luk bir büyüme gerçekleştirmiştir. Ülkemizdeki sigortacılık faaliyetlerinin %64,2'si sigorta acenteleri üzerinden yapılmaktadır. Sigortacılık sektöründeki büyümenin istikrarlı ve sürdürülebilir olması için sigorta acentelerinin kendi iç kontrol sistemlerini kurması ve sürdürülebilir etkinliğini sağlaması kritik öneme sahiptir. Bu çalışmada, Türkiye'nin 200 farklı noktasında faaliyet gösteren bir sigorta acentesinde mülakat ve gözlem yöntemi kullanılarak sigorta acentelerinde iç kontrol sistemi ve sürdürülebilir etkinliğinin sağlanması konusu araştırılmıştır. Araştırmaya konu olan sigorta acentesi prim üretimi, personel adedi, satış kanalı dağılımı ve organizasyon yapısı olarak Türkiye'nin en büyük sigorta acentelerinden birisidir. Sigorta acentelerinin araştırma yapılan sigorta acentesi ile benzer yapıda olması, sigorta acentelerinde iç kontrol sistemlerinin kurulmasının zorunlu olmaması, araştırma yapılan sigorta acentesinin büyüklüğü ve sigortacılık sektöründeki riskler göz önüne alındığında araştırma yapılan sigorta acentesindeki bulgular ve beklentiler sigortacılık sektöründe faaliyet gösteren diğer acenteler için bilimsel veri niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: *Sigorta, İç Kontrol Sistemi, Acente, İnsan Kaynakları, Kurumsallaşma, İç Denetim*

Geliş Tarihi: 02.01.2018, Kabul Tarihi: 05.03.2018, DOI NO: 10.17932/IAU.IAUD.m.13091352.2018.2/38.85-100

Araştırma Makalesi - Bu makale Turnitin programıyla kontrol edilmiştir.

Copyright © İstanbul Aydın Üniversitesi

INTERNAL CONTROL SYSTEM INSURANCE AGENTS AND SUSTAINABLE EFFICIENCY PROTECTION

ABSTRACT

The desire of companies to establish strong control mechanisms due to economic fluctuations and changes in our country and in the world, and the efforts of fast-growing companies to institutionalize and to make their growth stable and sustainable have made the establishment of an internal control system a requirement. According to the data of the Union of Insurance and Reinsurance Companies of Turkey, the insurance sector has grown by 14.9% in 2017. 64.2% of the insurance activities in our country are made through insurance agencies. In order for the growth in the insurance sector to be stable and sustainable, it is essential for insurance agencies to establish their own internal control systems and to maintain their sustainable effectiveness. In this study, the internal control system and the matter of ensuring sustainable effectiveness were researched by using the interview and observation method in an insurance agency operating in 200 different locations in Turkey. The insurance agency, which was subject of the study, is one of the largest insurance agencies in Turkey in terms of premium production, number of personnel, sales channel distribution and organizational structure. The findings and expectations in the researched insurance agency serve as the scientific data for the other agencies operating in the insurance sector, when the fact that the other insurance agencies have similar structures with the researched insurance agency, and it is being mandatory to establish internal control systems in insurance agencies, the size of the researched insurance agency and the risks in insurance sector are taken into consideration.

Keywords: *Insurance, Internal Control System, Agency, Human Resources, Institutionalization, Internal Supervision.*

GİRİŞ

Günümüzde ticari ortamın küreselleşmesine bağlı olarak iletişim ve teknolojiadaki gelişmelerin ortaya çıkardığı yoğun rekabet ortamında zamanında ve doğru kararlar vermek çok daha önemli hale gelmiştir. İşletme yönetimlerinin, zamanında ve doğru kararlar için kişilere bağımlı organizasyonlar yerine sisteme dayalı organizasyonlar kurması mecburiyet haline gelmiştir. Sisteme dayalı organizasyonların kurulabilmesi için işletmede her bir faaliyetin iyi tanımlanması, iyi planlanması, iyi organize edilmesi ve en önemlisi iyi kontrol edilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu sebeple sürdürülebilir büyüme hedefleyen işletmelerin kendi iç kontrol sistemlerini kurması tercih olmaktan çıkarak gereklilik haline gelmiştir.

Türkiye Sigorta Birliği'nin (TSB) internet sitesinde açıklanan 2017 yılı verilerine göre hayat dışında prim üretimi 39 milyar 660 milyon lira olarak gerçekleşirken hayat branşındaki prim üretimi ise 6 milyar 844 milyon lira olarak gerçekleşmiştir. Sigorta prim üretimi geçen seneye göre %14,9'luk önemli bir artış göstermiştir. Sigortacılık alanında 2017 yılında kaydedilen büyümenin sistemli ve sürdürülebilir olması için sigortacılık alanında faaliyet gösteren sigorta şirketlerinin, sigorta ve reasürans brokerlerinin ve sigorta acentelerinin kendi iç kontrol sistemlerini kurmaları gereklilik haline gelmiştir.

Türkiye'de faaliyet gösteren sigorta ve reasürans ile emeklilik şirketlerinin kendi iç kontrol sistemlerini kurmaları 2008 yılında yayınlanan yönetmelikle zorunlu hale gelmiştir. Sigorta acenteleri için zorunlu olmayan iç kontrol sistemi sigorta acentelerinin tercihinin bırakılmıştır.

Bu çalışmada iç kontrol sistemi, COSO iç kontrol bileşenleri açısından ele alınarak sigorta ve sigortacılık alanında faaliyet gösteren işletmeler anlatılacak, gözlem ve mülakat yöntemi ile büyük ölçekli bir sigorta acentesi iç kontrol sistemi ve sürdürülebilir etkinliği açısından incelenecektir. Çalışmada temel amaç sigorta acenteleri için yeni bir kavram olan iç kontrol sistemine sigorta acentelerinin bakış açısını ve sigorta acentelerindeki iç kontrol sistemi ve sürdürülebilir etkinliğini ortaya koymaktır.

İÇ KONTROL SİSTEMİ

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1940'lı yıllarda ortaya çıkan iç kontrol sistemi, ilk olarak devlet muhasebesi ile iç kontrol meslek kuruluşlarınca belirtilen denetime dair rapor, kılavuz ve standartlarda görülmektedir (Saltık, 2007: 9).

İç kontrol sistemi, mali işlem ve muhasebe kayıtlarındaki hataların azaltılması, yolsuzlukların önlenmesi, işletme (veya kamu) varlıklarının korunması ve uygunsuz kullanımının önüne geçilmesi konularında bağımsız bir doğrulama mekanizmasına ihtiyaç duyulmasından kaynaklanmıştır (Ramamoorti, 2003: 2).

İç kontrol sisteminin kurulmasından ve etkinliğinden işletme yönetimi sorumludur. Ayrıca iç kontrolün işleyişi de yönetim tarafından gerçekleştirilmektedir. Devamlı bir süreç olan iç kontrol, örgütsel hedeflere varabilmek adına makul bir güvence oluşturmak için kurulmaktadır (Hepworth, 2003: 3). Makul güvence, çoğunluğun üstünde mutabık kaldığı tatminkâr bir güven düzeyini ifade etmektedir.

İç kontrol herhangi bir örgütün mali ya da operasyonel anlamda faaliyetlerinde riskin takibini sağlamaktadır. Bununla birlikte riski azaltan fiziki ya da prosedürel diye tanımlanabilecek bir mekanizma olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili kurumun yönetim kurulunca, ya da yönetim kurulunun yetkilendirdiği çalışanlar

tarafından gerçekleştirilmektedir. Bir süreç olarak bakılması gereken iç kontrol, kurumun hedeflerini gerçekleştirmesi bakımından makul bir güven için destek niteliği taşımaktadır (O'Regan, 2004: 149).

Enternasyonal anlamda yapılan iç kontrol tanımlarına bakıldığında genel olarak kurum içindeki varlıkların emniyetini sağlamak, bilgilerin doğruluğunun ve güvenilirliğinin denetimi, işlemlerin etkinleştirilmesi son olarak da idari politikalara sadakati teşvik etmek amacıyla benimsenen metotların bütünüdür. (Alikadioğulları, 2011: 33) Bu tanım çerçevesinde iç kontrol sisteminin;

- Saptanan misyonu etkinleştirdiği,
- Doğruluk ve güvene dayanan bilgiler ürettiğini,
- Mevcut kanun ve kurumsal politikalarla uyum sağladığını,
- Kaynakların iktisadi ve verimli bir biçimde kullanılmasını teşvik ettiğini,
- Varlıkların gereken şekilde emniyetinin sağlandığı ölçüde düzgün ve sağlıklı iç kontrol sisteminin varlığından söz etmek mümkündür.

İktisadi ve teknolojik gelişmeler çok sayıda faaliyetin çok sayıda kişi ve uzun süreçlerle yürütüldüğü karmaşık işletme yapılarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda işletmelerin faaliyetleri basit kontrol yöntemleriyle izlenemeyecek hale gelmiştir. Amerika'da beş bağımsız meslek kuruluşu tarafından oluşturulan COSO, iç kontrolün işletmelerde standartlaşan bir yapı hale gelmesinde öncülük etmiştir. COSO, 1992 yılında yayımlanmış, 2006, 2009 ve 2013 yıllarında güncellenmiş dünya genelinde en fazla kabul gören ve uygulanan iç kontrol çerçevesidir. İç kontrolün tanımını yaparak sağlıklı bir iç kontrol sistemi için gerekli olan unsurları ortaya koymaktadır. COSO iç kontrol bileşenlerini; kontrol çevresi, risk değerlemesi (tespiti), kontrol faaliyetleri, bilgi-iletişim ve izleme olarak sınıflandırmıştır (COSO, 2009: 1).

İç kontrol sistemi bileşenlerinin temelini kontrol çevresi oluşturmaktadır. İşletmenin çalışma ortamını ifade etmektedir. Kontrol ortamının temelini dürüstlük ve etik değerlere bağlılık, yönetim kurulunun bağımsız olarak iç kontrol sistemini izlemesi, organizasyon yapısının, raporlama ilişkilerinin, yetki ve sorumlulukların belirlenmesi, uzmanlaşmaya önem verilmesi ve hesap verebilirliğin güçlendirilmesi oluşturmaktadır.

İşletmelerin hedeflerine ulaşmalarında risklerin tespiti ve incelenmesi risk değerlendirme sürecini ifade etmektedir. Risk değerlemede süreçler ve varlıklar, zayıf ve suistimale açık alanlar, aksaması muhtemel faaliyetler ve riskler tanımlanmaktadır. Riskler işletme içi ve işletme dışı riskler olarak ikiye ayrılmaktadır. İşletme içi riskler kapsamında iş görenlerin bilgi ve eğitimlerinin yetersiz olması yer almaktadır. İşletme dışı risklerin içinde ise iktisadi gelişmeler

ve kanuni düzenlemelerden kaynaklanan örgütün gelişimini ve genişlemesini engelleyen olumsuzluklar yer almaktadır.

Bir riskin etki veya olasılığını azaltarak faaliyet hedeflerine ulaşılmasını kolaylaştırmak amacıyla uygulanan politika ve prosedürler kontrol faaliyetleri kapsamında değerlendirilmektedir. Kontrol faaliyetleri doğruluk, görevlerin ayrılığı, bilgi ve belgelerin kullanımında yeterlilik, varlıklara ve belgelere erişimde yeterli korumanın sağlanması ve performans üzerinde bağımsız denetimler olmak üzere beş sınıfta değerlendirilmektedir.

İşletmeler, birimlerin ve çalışanların performansının izlenebilmesi, karar alma süreçlerinin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi ve hizmet sunumunda etkinlik ve memnuniyet sağlanabilmesi amacıyla uygun bir bilgi ve iletişim sistemine sahip olmalıdır. Kurumun amaç, hedef ve faaliyetleri ile sonuçları ilgili taraflara raporlanmalıdır. Hata, usulsüzlük ve yolsuzlukların bildirilmesini sağlayan yöntemler oluşturulmalıdır.

İşletmenin hedeflerine ulaşmasının güvencesini teşkil eden iç kontrol sisteminin beklenen şekilde işleyip işlemediğini, değişen koşullara uyum sağlayıp sağlamadığını belirlemek ve sistemdeki zayıf, aksayan yönlerin tespit edilerek iç kontrol sisteminin devamlı surette sağlıklı bir şekilde işlemesini sağlamaya yönelik yürütülen süreç izleme süreci olarak tanımlanmaktadır. İşletmeler, iç kontrol sistemlerini yılda en az bir kez değerlendirmelidir.

Satış hasılatı ve organizasyon olarak günden güne büyüyen sigortacılık sektöründeki işletmeler kendilerine özgü iç kontrol sistemleri geliştirmektedirler. Araştırmanın bundan sonraki bölümünde sigortacılık sektörünün yapısına ve sigorta işletmelerinin en önemli üretim kaynağı olan sigorta acentelerinde iç kontrol sistemine yer verilecektir.

SİGORTA VE SİGORTA İŞLETMELERİ

Hayatımız ve yaşantımız boyunca edindiğimiz mal ve mülkümüz değişen zaman ve mekân şartlarına göre çeşitli tehlikelerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu tehlikelere zamanında müdahale edilmemesi durumunda sonuçları gerçek anlamda ağır ödenebilmekle birlikte artık durumu geriye döndürme gibi bir olanak da söz konusu olmamaktadır. İnsanlar da olası riskler ve tehlikelerden korunmak maksadıyla can ve mallarını sigortalatma ihtiyacı duyarlar. Bu durumda mevcut tehlikeler veya riskten kaynaklanacak sorunlar ve problemler sigorta şirketi ve kişi arasında paylaşılmaktadır (Özbolet, 2006: 25).

Sigorta, aynı tehlikeye sahip insanların belirlenen bir ücret ödeyerek bahsedilen tehlikenin olması durumunda fiili olarak zarara uğrayanların zarar ve ziyanlarının karşılanması için kullanılan bir çeşit riski transfer etme işlemidir (Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği). Sigorta ihtiyaç anında (hasar vuku bulduktan sonra) satın alınamayacak ender ürünlerdendir.

Sigorta, kapsamı itibarıyla sosyal ve özel amaçlı olmak üzere temel iki kısma ayrılabilir. Sosyal Sigortalar, toplumu oluşturan belirli grupların sosyal güvenliklerinin sağlanması amacıyla kanunla düzenlenen zorunlu bir sigorta türüdür. Devlet tarafından çalışan kesimin sosyal güvenliğinin sağlanmasına yönelik olarak oluşturulur (SSK, Emekli Sandığı gibi) ve çoğunlukla hem sağlık hem de emeklilik haklarını kapsar. Özel Sigortalar ise tek tek bireylerin kişisel çıkarlarının çeşitli tehlikelere karşı güvence altına alınması amacıyla kendi özgür iradeleriyle oluşturdukları bir sözleşmedir (Marşap, 2007: 5).

Riskleri azaltmak ve risklerin gerçekleşmesi halinde ortaya çıkan zararları belirginleştirmek amacıyla oluşturulmuş iktisadi sosyal kurumlar sigorta işletmeleri olarak tanımlanmaktadır. Sigorta işletmeleri, riskin belirli ve parayla ölçülebilir olma koşulunu aramakta ve sigortalı adına riskin yönetimi sorumluluğunu üstlenmektedir (Duygulu, 2006: 188).

Sigortanın temel işlevi, zararı ekonomik açıdan önemsiz bir duruma getirmektir. Kişiler tek başına karşılayamayacakları zararları bir organizasyon aracılığıyla aralarında paylaşmaktadırlar. Bu organizasyon, “sigorta şirketi”, “sigorta ettiren” ve “bir sigorta sözleşmesi”den oluşmaktadır. Bir sigorta sözleşmesinde; bir tarafta sigorta teminatı veren, ilgili kanun ve mevzuata göre sigortacılık faaliyetinde bulunmaya yasal olarak yetkili bulunan “sigortacı”, diğer tarafta da tehlikeyle karşı karşıya olan “sigorta ettiren” bulunmaktadır. Sigortalı; sigorta şirketinin bir tarafı olarak, teminat kapsamındaki tehlikelerden herhangi birinin gerçekleşmesi durumunda, meydana gelen hasarın tazmini talebinde bulunmaya yasal yetkili olan kişidir. Genellikle sigorta ettiren ile sigortalı aynı kişi olmakla birlikte, farklı da olabilmektedir. Sigortacının sigortalıyı koruma yükümlülüğüne karşılık, sigortalının da sözleşme ile saptanan prim adı altındaki bir meblağı ödeme yükümlülüğü bulunmaktadır (Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği). Sigorta şirketi, taraflar arasında olası risklere karşı yazılı olarak maddelendirilen, riskin gerçekleşmesi durumunda da menfaatlerin korunması anlamında ödenmesi gereken tazminatın ödeme işlemlerinin yapılmasına yardım ve taahhüt eden tüzel kişidir. Bu tüzel kişilik kooperatif veya anonim şirket şeklinde kurulmaktadır (Sigortacılık Kanunu 2007, m. 3).

Tablo 1: 2017 Yazılan Primlerin Satış Kanalı Dağılımı

Branş Adı	Merkez	Acente	Banka	Broker	Diğer	Toplam
HAYATDIŞI	2.685.671.041	25.488.682.424	5.741.866.492	4.639.089.528	1.152.244.308	39.707.553.793
HAYAT	515.270.062	423.263.284	5.572.096.777	332.933.644	519.154	6.844.082.921
GENEL TOPLAM	3.200.941.103	25.911.945.708	11.313.963.269	4.972.023.172	1.152.763.462	46.551.636.714
HAYATDIŞI	6,8%	64,2%	14,5%	11,7%	2,9%	100,0%
HAYAT	7,5%	6,2%	81,4%	4,9%	0,0%	100,0%
GENEL TOPLAM	6,9%	55,7%	24,3%	10,7%	2,5%	100,0%

Sigorta şirketleri, poliçe üretimlerini ağırlıklı olarak acente, banka ve broker üzerinden yapmaktadır. 2017 yılında hayat dışı prim üretimin en önemli satış kanalı 25.911.945.708-TL prim üretimi ve %64,4'lük üretim payı ile sigorta acenteleridir. Sigorta acenteleri, sigorta şirketlerinde olduğu gibi kurum kaynaklarının belirlenen stratejik amaç ve hedeflere uygun olarak kullanılmasını, hesap verebilirliğin ve şeffaflığının sağlanmasını amaçlamaktadır. 2017 yılında enflasyonun üzerinde büyüme gerçekleştiren sigortacılık sektörünün en önemli aktörü olan sigorta acentelerinde iç kontrol sistemi, sigorta acentelerinin amaçlarına ulaşmasına ve risklerin kontrol altına alınmasına yardımcı olan önemli kontrol ve yönetim aracıdır.

Sigorta acentelerinin kuracakları iç kontrol sistemi ile ilgili olarak hali hazırda herhangi bir yönetmelik bulunmamaktadır. Sigorta ve reasürans ile emeklilik şirketlerinin iç kontrol sistemlerine ilişkin olarak 21.06.2008 tarih ve 26913 sayılı resmi gazetede yayınlanan yönetmelikle Türkiye’de faaliyet gösteren sigorta ve reasürans ile emeklilik şirketlerinin kuracakları iç kontrol, iç denetim ve risk yönetim sistemlerine ilişkin usul ve esaslar belirlenmiş ancak sigorta acenteleri kapsam dışında bırakılmıştır. Yıllık prim üretimi, personel sayısı ve satış kanalı bakımından büyük ölçekli bazı sigorta acenteleri riskleri azaltmak ve suiistimalleri önlemek için kendi iç kontrol sistemlerini kurmaya çalışmaktadır.

Küçük ölçekli sigorta acenteleri iç kontrol sistemi kurmanın, iç kontrol personeli istihdam etmenin (veya işletme dışından temin etmenin) önemli bir ek maliyet getirmesi sebebiyle kendi iç kontrol sistemlerini kuramamaktadır. Buna rağmen sigortacılığa ait literatür tarandığında iç kontrol uygulamalarında bazı eksikler olsa da büyük ölçekli sigorta acenteleri son yıllarda iç kontrol sistemi kurmaya

ve iç denetçi istihdam etmeye başladığı anlaşılmaktadır. Araştırmanın bundan sonraki bölümünde kendi iç kontrol sistemini kurma gayretinde olan büyük ölçekli bir sigorta acentesi iç kontrol sistemi ve sürdürülebilir etkinliği açısından ele alınacaktır.

Bu araştırmada sigortacılık sektöründe 1997 yılından itibaren hayat dışı sigortacılık branşında oto-kaza ürünleri ağırlıklı faaliyet gösteren 150 çalışanlı bir sigorta acentesinde iç kontrol sistemi ve sürdürülebilir etkinliğinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu temel amaç ile söz konusu sigorta acentesinde iç kontrol sistemine ne derece ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymak, acentede etkin bir sistem oluşturulması için öneriler geliştirmek ve söz konusu acenteden yola çıkarak aynı sektördeki diğer sigorta acentelerine yol göstermek araştırmanın diğer amaçları arasındadır. Araştırma kapsamındaki tüm personelin %24'ü lise, %74'ü lisans, %2'si lisansüstü mezunu olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada iç kontrol sisteminin etkinliğini belirlemek için gözlem ve mülakat yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada açık uçlu ve önceden hazırlanmış sorulardan yararlanılmıştır. Araştırma yapılan sigorta acentesinin mali işler, kurumsal satış, bireysel satış, operasyon, hasar, kanal yönetimi ve bilgi işlem birimleri ile ayrı olmak üzere COSO iç kontrol sistemi bileşenlerinden yola çıkarak mülakat soruları hazırlanmış ve mülakat gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, yöneticilerin sunduğu bilgi ve belgelerin ışığında tüm birim çalışanlarının iç kontrol sistemine genel bakış açıları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında söz konusu sigorta acentesinde çalışan mali ve idari işler, bireysel satış, kurumsal satış, hasar, operasyon, kanal yönetimi ve bilgi işlem olmak üzere 7 farklı birim yöneticisi ve 30 kişilik genel müdürlük çalışanına ulaşılmıştır. Araştırma bulguları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 2: Mülakat ve Gözlem Bulguları

KONTROL ORTAMI			
1- Dürüstlük ve Etik Değerler	Dürüstlük ve etik değerler oluşturulmuş, geliştirilmekte ve uygulanmakta mıdır?	Geliştirilmekte	Acentenin dürüstlük ve etik değerleri belirlenmiş ancak yazılı hale getirilmemiş. Yazılı hale getirme çalışmaları devam etmekte.
2- Yönetim Kurulu	Kurul üyeleri iç kontrole ilişkin gözetim sorumluluğunu biliyor ve uyguluyor mu?	Evet	Yönetim Kurulu, önceden belirlemiş olduğu formatta aylık olarak finansal raporları, işletme faaliyetlerini ve denetim raporlarını takip etmekte, ihtiyaç halinde gerekli müdahaleleri yapmaktadır.
3- Yönetim Felsefesi ve Faaliyet Tarzı	Yönetim felsefesi ve faaliyet tarzı iç kontrolü desteklemekte midir?	Evet	Yönetimin iç kontrole bakış açısı ve yönetim şekli iç kontrol sistemini destekler niteliktedir. Yönetim, genel olarak koyduğu kurallara sahip çıkmaktadır.

4- Örgütsel Yapı	Örgütsel yapı, iç kontrol sisteminin destekler nitelikte midir?	Evet	Örgütsel yapı iç kontrol sisteminin uygulanmasına uygundur. Fonksiyonel organizasyon yapısı kullanılmaktadır.
5- Raporlama Yetkinlikleri	Acentede faaliyetleri raporlama ve gözetim rolünü üstlenen çalışanlar bulunmakta mıdır?	Geliştirilmekte	Yönetim Kurulu tarafından görevlendirilmiş bir iç denetçi bulunmaktadır. İşletme faaliyetlerine ilişkin olarak belli aralıklarla Yönetim Kurulu'na raporlama yapmaktadır. Ancak iç denetçi acente içerisinde farklı görevleri de yürüttüğü için tam bağımsız bir iç denetçi değildir.
6- Yetki, Yetki Devri ve Sorumluluk	Uygun düzeyde yetki ve sorumluluğa sahip yönetici ve çalışanlar var mıdır? Yetki devri yapılmış mıdır?	Evet	Acente fonksiyonlarını oluşturan mali işler, insan kaynakları, finans, satış ve pazarlama, operasyon, bilgi işlem, hasar ve kanal yönetimi bölümlerinde yeterli sayıda yönetici ve çalışan bulunmaktadır. Bazı alt kademe kararlar için acente yöneticilerine yetki devri yapılmıştır.

7- İnsan Kaynakları Politikaları	Etkin iç kontrolü kolaylaştırmak için insan kaynakları politikaları tasarlanmış ve uygulanıyor mu?	Hayır	Acentede insan kaynakları departmanı bulunmamaktadır. İnsan kaynakları faaliyetleri Mali ve İdari İşler bünyesinde özlük işlemleri seviyesinde takip edilmektedir. Bu sebeple insan kaynakları politikaları belirlenmemiştir. İnsan kaynakları departmanı kurulma aşamasındadır.
RİSK DEĞERLEME			
8- Hedeflerin Belirlenmesi	Finansal raporlar, faaliyetlerle ilgili amaçlar, yasalara ve diğer düzenlemelere uygunlukla ilgili amaçlar belirlenmiş midir?	Evet	Her yıl şube bazında satış, kar ve nakit akış hedefleri belirlenmektedir. Yıl içerisinde yapılacak faaliyetler büyük ölçüde planlanmaktadır. Güncel yasa ve yönetmelikler takip edilerek uygunluk için gerekli aksiyonlar zamanında alınmaya çalışılmaktadır.

9- Risklerin Tanımlanması ve Değerlendirilmesi	Riskler tanımlanmış ve değerlendirilmekte midir?	Geliştirilmekte	Riskler tam olarak tanımlanmamıştır. Suistimallerle karşılaşıldığında olay bazlı olarak riskler tanımlanmaktadır. Riskler tam olarak tanımlanmadığı için risk değerlemesi de yapılmamaktadır.
10- Hile Riski	Risklerin değerlendirilmesinde hile açıkça dikkate alınıyor mu?	Hayır	Risk değerlendirme yapılmadığı için hile ve önemli yanlışlık riski dikkate alınmamaktadır.
KONTROL FAALİYETLERİ			
11- Risk Değerlemesi ile Bütünleşme	Acente hedeflerine ulaşmak için risklere yönelik eylemler gerçekleştiriliyor mu?	Geliştirilmekte	Tespit edilmiş ve tanımlanmış risklere karşı eylem planları oluşturulmakta ve uygulanmaktadır. Tüm riskler tanımlanmadığı için yeterli seviyede değildir.
12- Kontrol Faaliyetleri Seçimi ve Geliştirilmesi	Acente hedeflerine ulaşmak için risklerin azaltılmasında, maliyet ve olası etkenleri dikkate alarak kontrol faaliyetleri seçilmiş ve geliştirilmekte midir?	Hayır	Acentede kontrol faaliyetleri belirlenmemiştir.

13- Politikalar ve Prosedürler	Güvenilir raporlama politikaları ile üst yönetimin direktiflerinin yerine getirilmesine yönelik prosedürler oluşturularak tüm personele ilan edilmiş midir?	Geliştirilmekte	Acente insan kaynağı, müşteri memnuniyeti ve satış odaklı politikalar belirlemiştir. Mali işler ve insan kaynakları işlemleri için şirket politikalarına uygun olarak prosedürler belirlenmiş ve tüm personele ilan edilmiştir ancak yeterli seviyede değildir.
14- Bilgi Teknolojisi	Acente hedeflerine ulaşılmasını destekleyecek bilgi teknolojisi kontrolleri tasarlanmış ve uygulanmakta mıdır?	Evet	Acentenin kullandığı yazılım, otomasyon sistemine ve kişiye özel yetkilendirmeye uygundur. Yazılım üzerinden gerekli bilgi teknolojileri kontrolleri yapılmaktadır.
BİLGİ VE İLETİŞİM			
15- Raporlama Bilgisi	Acentede her seviyede bilgi tanımlı ve acente hedeflerine uygun mudur?	Geliştirilmekte	Acentede her seviyede bilgi yazılı olarak tanımlanmamıştır ancak acente hedeflerine uygun olarak tasarlanmış ve toplantılarda sözlü olarak dile getirilmektedir.

16- İç Kontrol Bilgisi	Acente yönetici ve çalışanları iç kontrol sistemi ve iç kontrol sistemi bileşenleri hakkında bilgi sahibi midir?	Hayır	İç kontrol konusunda yönetici ve çalışanlar detaylı olarak bilgilendirilmemiştir.
17- İç Haberleşme	Acente içerisindeki iletişim, acente hedeflerini, süreçlerin icrasını ve anlaşılmasını etkinleştirmekte ve desteklemekte midir?	Evet	Acente içi iletişim, şirket mail, telefon ve sanal ortak alanıyla yapılmaktadır. Acentenin hedefleri mail aracılığı ile tüm personele duyurulmaktadır.
18- Dış Haberleşmesi	Acente dışındakilerle kurulacak haberleşme konusunda gerekli prosedürler yayınlanmış ve uygulanmakta mıdır?	Evet	Acentenin yazılı haberleşme ve telefonda görüşme kuralları ile ilgili olarak yazılı prosedürü bulunmaktadır ve tüm personele duyurulmuştur.
İZLEME			
19- Sürekli Değerlendirmeler	İç kontrol sisteminin etkinliği önceden belirlenen aralıklarla düzenli olarak izleniyor mu?	Hayır	İç kontrol sisteminin etkinliği düzenli olarak takip edilmemektedir.

20- Eksiklikleri Raporlama	İç kontrol sistemindeki eksiklikler düzenli olarak Yönetim Kurulu'na raporlanıyor mu?	Hayır	Acentede etkin bir iç kontrol sistemi olmadığı için iç kontrol sisteminin etkinliği ve eksiklikleri raporlanmamaktadır.
-----------------------------------	---	-------	---

SONUÇ

İç kontrol kavramı sigorta acenteleri için yeni bir kavramdır. Geleneksel sigortacılığın yerini modern sigortacılığa bıraktığı günümüzde en önemli değişiklik sigorta şirketlerinin satış kanalları konumundaki sigorta acentelerinde olacaktır. Sigorta acentelerinin değişime ve gelişime ayak uydurabilmesi sisteme dayalı güçlü organizasyonlar kurmasına bağlıdır. Önümüzdeki dönemde kendi iç kontrol sistemini kuran sigorta acenteleri kurumsal ve güçlü hale gelecektir.

Yapılan bu araştırmayla, ülkemizde sigortacılık sektöründe faaliyet gösteren sigorta acentelerinde iç kontrol sisteminin başlangıç seviyesine olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya konu olan sigorta acentesi prim üretimi, personel adedi, satış kanalı dağılımı ve organizasyon yapısı olarak Türkiye'nin en büyük sigorta acentelerinden birisidir. Sigorta acentelerinin araştırma yapılan sigorta acentesi ile benzer yapıda olması, araştırma yapılan sigorta acentesinin büyüklüğü ve sigortacılık sektöründeki riskler göz önüne alındığında araştırma yapılan sigorta acentesindeki bulgular diğer sigorta acenteler için bilimsel veri niteliğindedir. Araştırma yapılan sigorta acentesinden yola çıkarak diğer sigorta acentelerinin de kendileri için iç kontrol sistemlerini tesis etmeleri kurumsal ve güçlü acenteler haline gelmeleri için zorunlu hale gelmiştir.

KAYNAKLAR

Özbolat, M.(2006). *Temel Sigortacılık, Seçkin Yayınları, Ankara: s.25.*

Resmi Gazete, 26.12.2007 gün ve 26738 sayılı nüsha.

Oksay, S. ve Özşar: B. (2006). *Avrupa Birliği'nde Sigorta Aracıları Sigorta Aracılığına İlişkin 2002/92/EC Sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi, Sigorta Araştırma ve İnceleme Yayınları-8, Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği, İstanbul, s.22-23.*

Saltık, N. (2007). “İç Kontrol Standartları”, *Bütçe Dünyası Dergisi, 2(26), 58-69.*

Hepworth, N. (2003). *Audit and Control, CEF Confrance, Slovenia, 2003, CIPFA, UK.*

O'Regan, D. (2004). *Auditor's Dictionary, Term, Concepts, Processes, and Regulations, John Wiley and Sons. Inc., USA.*

Alikadioğulları, A. (2011). *Türkiye’de Mali Reform Kapsamında İç Kontrol Sistemi Uygulaması Maliye Bakanlığı Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

Demirbaş, M. (2005). “İç Kontrol ve İç Denetim Faaliyetlerinin Kapsamında Meydana Gelen Değişimler”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s.7, s.170.*

Pickett, S. (2005). *The Essential Handbook Of Internal Auditing, John Wiley & Sons, Ltd., England.*

Yılandı, M., Yıldız, B. ve Kiracı, M. (2012). *Muhasebe Denetimi, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2473, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1444, Eskişehir, s91.*

COSO. “Guidance on Monitoring Internal Control Systems”, 2009: 1.

Türkiye Sigorta, Reasürans ve Emeklilik Şirketleri Birliği, <https://www.tsb.org.tr/> 26.10.2017 15:36

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Sigortacılık Müdürlüğü, <http://www.sigortacilik.gov.tr/> 28.10.2017 22:38

Marşap, B. (2007). “Sigorta İşletmelerinin Sigorta Muhasebe Sistemi ve Muhasebe Standartları Açısından Değerlendirilmesi”, *MÖDAV Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1.*

Duygulu, E. (2006). “Türkiye’de Sigorta İşletmeleri ve Sigorta İşletmelerini Mali Durumlarına Genel Bir Bakış”, *Sigorta Araştırmaları Dergisi, Sayı: 2.*

Ramamootri, S. “Internal Auditing: History, Evolution, and Prospects”, Chapter 1; 2003, Florida (<https://na.theiia.org/iia/f/Public Documents/Chapter 1 Internal Auditing History Evolution and Prospects.pdf>), (17.09.2015)

YEREL YÖNETİMLERDE SOSYAL SORUMLULUK BAĞLAMINDA İSTANBUL HALK EKMEK A.Ş. 'NİN İNCELENMESİ

Mevlüt ERYİĞİT

İstanbul Aydın Üniversitesi

mevlut_eryigit@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4460-9593>

Dr. Öğr. Üyesi Gonca YILDIRIM

İstanbul Aydın Üniversitesi

ÖZ

Yerel yönetimler, temel ihtiyaçların karşılanması noktasında topluma karşı sorumluluğu olan kamu kuruluşlarıdır. Bu açıdan sosyal sorumluluk, yerel yönetimler açısından hayati derecede önem taşımaktadır. Günümüzde gelişen teknoloji çerçevesinde, artan hizmet talebi ve beklentiler yerel yönetim hizmetlerinde çeşitlilik meydana getirmiştir. Bu çeşitlilik içerisinde sosyal sorumluluk projeleri önemli bir yer tutmaktadır. Yönetim anlayışı içinde sosyal sorumluluk politikaları yerel yönetim faaliyetleriyle şekillenmektedir. Bu çerçevede sosyal belediyecilik anlayışını içeren kamu işletmeleri kurulmuştur. Çalışmamız genelinde toplumsal hizmeti ön plana alarak hizmetine devam eden “İstanbul Halk Ekmek A.Ş.” incelenmiştir. İnceleme çerçevesinde Carroll’ın sosyal sorumluluk modelinden yola çıkılmış, oluşturulan yarı yapılandırılmış soru kalıplarından faydalanılarak nitel bir araştırma yapılmıştır. Elde edilen bulgular, mevcut literatürde yer alan bilgiler ile karşılaştırılmış ve yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yerel Yönetim, Sosyal Sorumluluk, İstanbul Halk Ekmek A.Ş.*

AN ANALYSIS OF ISTANBUL HALK EKMEK WITHIN THE CONTEXT OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN LOCAL GOVERNMENTS

ABSTRACT

Local governments are public institutions which are responsible for meeting the common needs of communities. Thus, social responsibility is a vital issue for local governments. As a result, the services of local governments are diversified due to the increasing demands and expectations. In terms of management, social responsibility policies are shaped by local management activities. In this context, public enterprises have been established with an approach of social municipal work. Our study examines in general the Istanbul Halk Ekmek A.Ş., which serves prioritizing social service. Within the framework of the examination, a qualitative research has been conducted benefiting from semi-structured question patterns as Carroll's social responsibility model implies, and the findings were compared with the current knowledge in the existing literature and interpreted.

Keywords: *Local Government Social Responsibility, İstanbul Halk Ekmek A.Ş*

GİRİŞ

Sosyal politikalar, kalkınma ve refah, devlet anlayışı içinde gelişim göstermiştir. Bu gelişim çerçevesinde uygulanan politikalar, ekonomi endeksinin dışında toplumsal faydayı ön plana çıkarmaktadır ve zamanla sosyal sorumluluk projelerine dönüşmüştür. Sosyal sorumluluk, ülkelerin kalkınmasında ve iletişim stratejilerinin geliştirilmesinde büyük bir öneme sahiptir. Bu önem, yapılan sorumluluk çerçevesinde yapılan plan ve eylemlerin parlamento bazında değerlendirilmesinde etkili olmuştur.

Sosyal devlet anlayışının temel argümanı, toplumsal yapı ve refah yanlısı politikalardır. Bu çerçevede hükümetler iş hayatını ve toplumsal düzeni iyileştirici politikalar düzenlemektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk bilinci ise bu çerçevede çevresel, toplumsal ve iş hayatını baz alan bir takım stratejilerden meydana gelmektedir. Yerel yönetimler tarafından uygulanan sosyal sorumluluk projeler ve özelde “İstanbul Halk Ekmek” (İHE) statü itibarı ile günümüzde önemli bir konuma sahiptir. İHE’de son yıllarda gerek hizmet merkezleri gerekse ürün çeşitliliği ve kalitesi konusunda yapılan faaliyetlerle toplumun değişen ihtiyaçlarına cevap verme noktasında önemli aşamalar kaydedilmiştir.

Yerinden Yönetim Tanımı

Yerinden yönetim kavramı ile ilgili herkes tarafından kabul edilen bir tanımlama bulunmamaktadır. Bu alana yönelik yapılan çalışmalarda birbirinden farklı tanımlamaların yapıldığı görülmektedir. “Bu yüzden yerinden yönetim ifadesi

net ve tümleşik bir yapıyı ifade etmemektedir. Fakat bu kavramsal anlam bile yerinden yönetim kavramının global bir eğilim ve uluslararası düşünce olarak görülmesinin önüne geçememiştir. Köken olarak yerinden yönetim, ‘nesnelerin özekten uzak bir bölgeye yerleştirildiği durumlar’ manasına gelmektedir. Buna ilave olarak yerinden yönetimin net bir şekilde ifade ettiği bir nokta vardır ki, özeysel hükümetten yerele doğru güç aktarımıdır” (Duman, 1998: 469).

Yukarıda bahsedilenlerden yola çıkarak yerinden yönetimi şu şekilde tanımlayabiliriz; fırsat ve katılım eşitliğini esas alan ve yerel uygulamalar geliştirmeyi hedefleyen, halka daha yakın ve daha etkin bir yönetim biçimidir. Bir başka ifadeyle, devletin yapması gereken hizmetin, yönetim faaliyetlerinin, merkezi hükümet dışındaki organizasyonlarca yerine getirilmesidir.

Türkiye’de Belediyelerin İdari Yapısı

Türkiye’de belediye sistemi, “belediye” ve “büyük şehir belediyesi” olmak üzere iki şekilde örgütlenmiştir. Bu çerçevede belediye yönetimi; belediye meclisi, belediye encümeni, belediye teşkilatı ve başkandan teşekkül etmektedir. Bu organlar, anayasal güvence ile organlık vasfına erişmişlerdir. Anayasa’nın 127’nci maddesi gereğince (<https://www.tbmm.gov.tr/anayasa.>); “Mahalli idareler; il, belediye veya köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere, kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, gene kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişilikleridir. Mahalli idarelerin kuruluş ve görevleri ile yetkileri, yerinden yönetim ilkesine uygun olarak kanunla düzenlenir. Mahalli idarelerin seçilmiş organlarının, organlık sıfatını kazanmalarına ilişkin itirazların çözümü ve buna yönelik denetimler yargı yolu ile olur. Ancak görevlerine yönelik bir suç sebebi ile hakkında soruşturma veya kovuşturma açılan mahalli idare organları veya bu organların üyelerini, İçişleri Bakanı, geçici bir tedbir olarak, kesin hükme kadar uzaklaştırabilir”.

Belediye meclisleri, belediyelerin karar organlarıdır. Bu meclis, 2972 sayılı “Mahalli İdareler ile Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun” çerçevesinde yapılan seçimlerle oluşturulmaktadır(<http://www.ysk.gov.tr/ysk/content/conn/YSKUCM/path/Contribution%20Folders/> Mevzuat/2972.pdf.). Bu kanuna göre; “Mahalli idareler seçimleri serbest, eşit, gizli, tek dereceli, genel oy, açık sayım ve döküm esaslarına göre, yargı yönetim ve denetimi altında yapılır. İl genel meclisi ve belediye meclisi üyelikleri için yapılan seçimlerde, onda birlik baraj uygulamalı nispi temsil sistemi, belediye başkanlığı seçiminde ise çoğunluk sistemi uygulanır” (Mahalli İdareler Kanunu, 2972/2. mad.).

Anayasa'nın 127'nci maddesi gereğince “Beş yılda bir yapılan mahalli idareler seçimlerinde; son genel nüfus sayımı sonuçlarına göre 9 üye ile başlayıp nüfusun yoğunluğuna göre 55 üyeye kadar çıkar.” Belediye encümeninin yetki ve sorumlulukları 5393 sayılı kanunun 33 ve 34. maddelerinde sayılmıştır (http://ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&view=article&id=9:belediye-kanunu&catid=1:yasa&Itemid=28,2017). Buna göre “İl belediyelerinde ve nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyelerde, belediye meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği üç üye, mali hizmetler birim amiri ve belediye başkanının birim amirleri arasından bir yıl için seçeceği iki üye olmak üzere yedi kişiden, diğer belediyelerde, belediye meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği iki üye, mali hizmetler birim amiri ve belediye başkanının birim amirleri arasından bir yıl için seçeceği bir üye olmak üzere beş kişiden oluşur. Belediye başkanının katılamadığı toplantılarda, belediye başkanının görevlendireceği başkan yardımcısı veya encümen üyesi, encümene başkanlık eder. Encümen toplantılarına gündemdeki konularla ilgili olarak ilgili birim amirleri, belediye başkanı tarafından oy hakkı olmaksızın görüşleri alınmak üzere çağrılabilir” (5393 sayılı Belediye Kanunu, 33/a/b).

Belediyelerin Sosyal Sorumluluk Çalışmaları

Sosyal belediyecilik kavramı; mahalli idarenin sorumluluğuna giren sosyal alanlardaki planlama ve düzenleme faaliyetlerini yapan, bu bağlamda devlet harcamalarını konut, sağlık, eğitim ve çevre koruma yerlerini içine alacak biçimde sosyal amaca yönlendiren; işi olmayan ve muhtaç kimselere yardım sağlanması, sosyal dayanışma ve entegrasyonun sağlanması ile sosyo-kültürel çalışma ve faaliyetlerin yapılabilmesi için şart olan altyapının yapılması için bilinçli politikaları tahmin eden; birey ve toplumsal yapıdaki eksik sosyal güvenlik ve adalet düşüncesini daha da güçlendirme amacıyla, yerel idarelere sosyalleştirme ve sosyal kontrol fonksiyonlarını mecbur kılan bir sistemin adıdır (Akdoğan, 2002). İl ve ilçe belediyelerinin mahalli müşterek ihtiyaçları farklı olmakla birlikte, sosyal sorumluluk çalışmaları Türkiye genelinde bütün belediyeler tarafından uygulanmaktadır. Bunlardan birkaçını burada ifade etmek faydalı olacaktır.

İlk olarak Şişli Belediyesi'nin başlatmış olduğu cenaze ve cenaze yakınlarına araç tahsisi ve taziye hizmetleri, bugün tüm belediyeler tarafından uygulanmaktadır (www.sisli.bel.tr). Bunun dışında Avcılar Belediyesi'nin “Aile ve Psikolojik Danışma Merkezi” ve kadın el emeği pazarı gibi çalışmaları hayat bulmuş, örnek gösterilebilecek farklı projelerdir. Ayrıca Avcılar Belediyesi bünyesinde Kadın ve Aile Hizmetleri Müdürlüğü tarafından “Veli Bilgilendirme Seminerleri” kapsamında, kent ve kültür evlerinde bulunan çocuk kulüplerinin yanı sıra talep doğrultusunda ilçe genelinde okul öncesi eğitim kurumlarında “Çocuklarda

Uyum Problemleri ve Baş Etme Yöntemleri” konulu eğitim toplantıları gerçekleştirilmektedir.

(<http://www.avcilar.bel.tr/Icerikler/Hizmetlerimiz/EvlilikYasamOkulu>).

Konya Büyükşehir Belediyesi’nin yapmış olduğu atık su arıtma projesi “Yeşil Konya” adı ile suyun yeniden kullanımını sağlamak ve su israfını önlemek için yapılan bir çalışmadır. Bu proje ile atık sulardan büyük oranda bir geri dönüşüm sağlanırken, kent bünyesindeki tüm park ve korulukların sulanmasında bu su kullanılmaktadır (<http://konya.bel.tr/dosyalar/mevka/4.doc>). Günümüzde Ramazan aylarında sıklıkla gördüğümüz iftar çadırı uygulamasını, ilk olarak Üsküdar Belediyesi yapmıştır. Bu proje ile amaçlanan fakir, kimsesiz, yoksul ve yolda kalmış olan kimselere sosyal bir hizmet sunmaktır. Belediyenin bu sosyal sorumluluk çalışması günümüzde tüm belediyelerde uygulanmaktadır (<https://www.uskudar.bel.tr/tr/main/pages/ramazan-cadiri-uskudar-sehaveti/216>). Üsküdar Belediyesi’nin bir diğer projesi de akademisyen kadrosuyla donatılmış olan “Çocuk Üniversitesi” çalışmasıdır. Bu proje ile belediye gençleri geleceğe hazırlamakta, eğitim, konferans ve bilgi desteği sağlanmaktadır (<http://www.usgem.org/cocuk-universitesi/>).

Atık yağ projesi de yine belediyelerin sosyal sorumluluk çerçevesinde uyguladığı projelerden biridir ve Tarım Bakanlığı tarafından desteklenmektedir. Bu projelerle günümüzde bu atık yağların işlenmesi ve doğaya zarar vermeyecek şekilde geri dönüşümü büyük oranda sağlanmaktadır (<http://www.cevreciyiz.com/makale-detay/928/atik-yagdan-biyoenerjiye>). Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi tarafından yöre halkının ihtiyacı doğrultusunda “taziye evi” hizmeti hayata geçirilmiştir. Taziye evi; ücretsiz ve cenaze yakınları tarafından kullanılan mekân, salon, lavabo ve mutfaktan oluşacak şekilde yapılmış ve vatandaşların hizmetine sunulmuştur (<http://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/46/4/taziye-evleri>).

Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi’nin “engelli kütüphane projesi” ile engelli vatandaşlar, kütüphaneye gitmeden kitap temin edebilmektedirler. Kişiye özel kullanıcı ve şifre ile internet üzerinden gerçekleştirilen bu hizmetten engelli vatandaşlar sınırsız bir şekilde yararlanabilmektedirler (<http://www.diyarbakir.bel.tr/hizmetler/sosyal/engelli-kutuphane-hizmetleri.html>). Sosyal sorumluluk projelerinden biri de Beyoğlu Belediyesi 2004’ten beri uyguladığı, ilçede bulunan bütün STK’ları bir çatı altında topladığı “Beyoğlu’na daha güzel nasıl hizmet sunarız” çalışmasıdır (<http://www.beyoglu.bel.tr/hizmetler/detay/Sosyal/75/98/0>).

Sosyal sorumluluk projelerine örnek verdiğimiz farklı bölgelerden belediyelerin yaptıkları bu çalışmalarda ortak nokta, tüm bu belediyelerin bu hizmetleri bölge şartlarına göre sunmalarıdır. Geçmiş yıllara nazaran günümüzde, kurumların bu tür çalışmalara daha duyarlı davrandıkları görülmektedir. Bu çalışmaların özel sektöre öncülük ediyor olması açısından da ayrı bir sosyal sorumluluk hizmeti sunduklarını da söyleyebiliriz.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramı Çerçevesi

Öngörülen veya öngörülemeyen tüm olayların sahiplenilmesi sosyal sorumluluğun gereğidir. Sosyal sorumluluk; işletmelerin legal şartlara, iş ahlakına, işletme içindeki ve çevresindeki kişilere ve kurumların beklentilerine göre strateji belirleyip, buna göre hareket etmesi ve kişilerin tatmin olmalarını sağlamalarıdır (Erol, 2000: 99). “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” kavramı çeşitli şekillerde açıklanmaya çalışılmıştır. Fakat bu açıklamaların hepsinde ortak dört noktadan bahsetmek mümkündür (Sönmez ve Kamil, 2004: 477):

- 1.....
İşletmelerin amacı sadece kar elde etmek, mal ve hizmet üretmek değil, bunların dışında da sorumluğa sahiptir.
- 2.....
İşletmelerin ortaya çıkmasına neden oldukları sosyal problemlerin giderilmesinde destek vermeleri gerekir.
- 3.....
İşletmeler yalnız sahiplerine karşı değil, aynı zamanda sosyal paydaşı olan çevrelerine karşı da sorumlulukları vardır.
- 4.....

İşletmelerin yalnızca ekonomik değerlere odaklanmaması insani değerlere de hizmet etmesi gereklidir.

Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile işletmeler, kendi faaliyetinin dışında toplumsal yararı da gözetmektedirler.

Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi

Sosyal sorumluluk kavramı, M.S. 1100’lü yıllara kadar gitmekte, medeniyet ve dinlerin kavramın çıkmasına önderlik ettiği kabul edilmekte ve bu döneme “işletme öncesi dönem” adı verilmektedir (Ulu, 2007: 10). 20. yüzyılda yaşanan iki dünya savaşı ve Amerika’da ortaya çıkan “1929 Ekonomik Buhranı” sosyal yaşamı olduğu kadar ekonomik hayatı da ciddi şekilde etkilemiştir. “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” (KSS) kavramının, ilk kez H. Bowen’in 1953’te yayımlanan

“İş adamlarının Sosyal Sorumlulukları” adlı kitabında kullanıldığı görülmektedir (Yamak, 2007: 28). Daha sonraki süreçte bu anlayışa uygun çalışmalar yapılmış ancak bu alana yönelik en önemli gelişme 2000’li yıllarda uluslararası bir örgüt olan Birleşmiş Milletler vasıtasıyla imzaya açılan “Küresel İşbirliği Anlaşması” (Global Compact) olmuştur.

Küreselleşme sürecinde ülke sınırlarının ortadan kalkmasının yanı sıra teknolojik sınırların da kaybolması, kurumlar tarafından sadece ekonomik amaçların değil sosyal amaçların da hedeflenmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Üretilen her ürün dünya pazarına çıktığı anda taklit edilebilme dezavantajını da ortaya koymuştur. Rekabetin ve farklılık oluşturmaının firmalar açısından hayati derecede öneme sahip olması, kurumların sosyal sorumluluk alanında da farklılaşabilme kriterini getirmiştir (Öztürk vd., 2013: 7).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Klasik yaklaşımda, işletmelerin örgütsel amaçları haricinde başka sorumlulukları olmadığı fikrine dayanır. Bu düşünceye göre verimliliğini elde edip kârını maksimize eden firma, sosyal sorumluluk vazifesini de yerine getirmiş kabul edilir. Şirketlerin elde ettikleri karın bir bölümünü sosyal projelere yatırması durumunda proje yatırımlarında düşüş, tüketici maliyetlerindeyse artış meydana gelecektir. Bu şekilde davranan firmalar, ekonomiye olan katkılarını azaltmak suretiyle bizzat ekonomiye zarar vereceklerdir ve bu durumdan ekonomi, tüketiciler ve toplum zararlı çıkacaktır (Çelik, 2007: 76). Klasik sosyal sorumluluk yaklaşımında her şey işletmelerin tasarrufunda düşünülmekte, dolayısıyla da toplum önemsenmemektedir. İşletmeyi esas alan bu görüşe göre en iyi sosyal fayda, bir işletmenin kendi ekonomik amaçlarını en etkin şekilde gerçekleştirmesiyle sağlanır. İşletme yöneticisi hissedarların menfaatini en ön planda tutmalıdır (Dinçer, 1992: 84).

Modern yaklaşım ise işletmelerin kâr hedeflerinin dışında, toplumsal meselelere de duyarlı olmaları gerektiğini savunmaktadır (Dinçer, 2004: 18). Modern yaklaşımı benimseyen düşünürler, bu düşünceye destek olarak şu fikirleri ileri sürmektedirler (Özüpek, 2005: 42):

- Firmalar, toplum çıkarlarını ön plana aldıkları vakit, sistem en iyi biçimde çalışır.
- Kâr elde etme, çok uzun olmayan vadede benimsenen bir davranışı ortaya koyar.
- İşletme, sosyal sorumluluk çalışmaları ile ilgili harcamada bulunurken, firmanın yüklediği sosyal maliyetleri toplum geri öder.

- Sosyal sorumluluğun demokrasi için bir tehdit değildir. İşletmeler sosyal birimlerdir ve toplum kriterlerine uymaları gerek, fakat işletmeler bu gereksinimlere uymazsa, muhtemelen devlet müdahalesi olur.

Carroll'ın Sosyal Sorumluluk Modeli

Carroll'ın dört boyutlu sosyal sorumluluk modelinin “ekonomik sorumluluk” boyutunda, işletmenin karlılığına ilişkin çalışmalar yer alırken, “yasal sorumluluk” boyutunda, kuralların neler olduğu ve bu kurallara uymak gerektiğinin altı çizilmektedir. Bir diğer boyut olan “etik sorumluluk” boyutunda ahlaki davranılması gerektiği bildirilerek, iş ahlakı, turizm ahlakı, çalışanlara karşı ahlaki tavırlar, ahlaki kriterler, yönetsel, işlevsel ve örgütsel ahlaki kavramları ele alınırken; “gönüllü sorumluluk” boyutunda ise yasal ve ahlaki sorumluluğa bağlı kalmaksızın kurumun bulunduğu çevrede sosyal aktivitelere katılımını sağlamak ve buna ek olarak kurumsal vatandaşlık kavramı ele alınmaktadır (Carroll, 1979: 499).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulama İlkeleri

Yapılan araştırmada farklı terim ve tanımlamaların konuyla ilgili literatürde zaman zaman aynı anlamlarda, zaman zamansa farklı anlamlarda kullanılması sonucu “kurumsal sosyal sorumluluk”la ilgili bir kavram kargaşası yaşandığı gözlemlenmiştir. Bu bölümde aşağıdaki kavramların anlamları ve bu sorumluluk anlayışı ile benzer ve farklı yanları açıklanmaya çalışılacaktır. Bu kavramlar; “kurumsal hesap verebilirlik”, “kurumsal şeffaflık”, “kurumsal sürdürülebilirlik”, “kurumsal vatandaşlık” ve “kurumsal yönetim”dir.

Hesap verebilirlik: sosyal sorumluluk ve etik fiillerin iş hayatında ve kâr amacı gütmeyen organizasyonlarda sorumluluk ve ahlakın gelişmesi için kurulmuştur. Bu standardın işletmelerde etik davranışların belirlenmesi ve raporlanmasına dair olduğu söylenebilir (Aktan ve Vural, 2007: 17). Hesap vermek; bir açıklama yapmak zorunda kalmak, yanıtlanabilir olmak veya bir şeyin açıklanmasının yapılabilir ve açıklanabilir olmasıdır. Diğer bir deyişle, hesap verebilirlik “davranışlarla alakalı sebep, bilgi hakkında ve hesap verme ve alma becerisi, kabiliyet ve istek”tir (Zengin ve Öztaş, 2008: 85).

Kurumsal Şeffaflık: ticaretle alakalı özel malumat veya gizli bilgi dâhil edilmemek şartıyla firma ile alakalı parasal bilgileri, uygun dönemde, uygun biçimde, tam olması şartıyla, açık biçimde, değişik açılardan yorumlanabilecek, az bir giderle topluma sunulması hizmetidir. Bilginin somut olarak bulunması, hissedarların erişimine açık olması, erişilebilirliği ifade etmektedir (Bandsuch ve diğ., 2008: 99-127). Güçlü bir kurum kültürü, etkili bir iletişim ağının oluşmasını desteklemektedir. Bu da hızlı bilgi işleme ve karar vermeyi sağlamaktadır.

Sürdürülebilirlik: sürdürülebilirliğin kalıcı tesisi için karşılıklı etkileşim içerisinde bulunan bu öğelerin birbirlerini bütünleyen nitelikler taşıdığı ve organizasyonla ilgili stratejilerde beraber değerlendirilmesi gerektiği yüksek oranda kabul edilen bir anlayıştır. Organizasyonların iktisadi eylemlerinin doğa ve toplum üzerinde yarattığı negatif etkiler, sürdürülebilirliğin tesisi talebiyle organizasyonlar üzerinde sosyal bir tahakküm ortaya çıkarmıştır. Organizasyonel sürdürülebilirlik ilkesi, faaliyetlerin devamı için zorunlu hâle gelmiştir. Sürdürülebilirlik ilkesinin benimsenmesi farklı basamaklardan meydana gelmektedir. M. Marrewijk kurumsal sürdürülebilirliğin yapısını, “Döngüsel Dinamikler” (Spiral Dynamics) şeklinde isimlendirdiği beş değişik basamakta aydınlatmaktadır. Bu basamaklar; itaate dayalı kurumsal sürdürülebilirlik, kâra dayalı kurumsal sürdürülebilirlik, yardımsever kurumsal sürdürülebilirlik, sinerjik kurumsal sürdürülebilirlik ve holistik kurumsal sürdürülebilirliktir (Marrewijk, 2003: 102).

“Küresel İlkeler Sözleşmesi” ile ilgili olarak, 26 Temmuz 2000’de New York’taki BM merkezinde başlayan bu çalışmalar, bugün 130’u aşkın ülkeden 8.700 kurumsal katılımcı ile insan hakları, çalışma, çevre ana başlıkları ve yolsuzluk karşıtı 10 evrensel prensip doğrultusunda sürdürülmektedir. Bu sözleşme ile kolektif hareketin gücünden yararlanarak, şirketlerin, küreselleşmenin zorluklarını ortadan kaldırmaya destek olmaları için sorumlu vatandaşlık kavramı yaygınlaştırılmaya çalışılmaktadır (Aktan, 2007: 120).

Kurumsal Vatandaşlık: sosyal sorumluluk kavramının çağdaş biçiminin ortaya çıkması 1990’lara dayanmaktadır. Küresel İlkeler Sözleşmesi’yle alakalı şekilde 26 Temmuz 2000 tarihinde New York’taki BM merkezinde ortaya konan bu çalışmalar, 130’dan fazla devletten 8.700 kişi ile iş hayatı, doğal yaşam ve insan hakları konuları ve yolsuzluk karşıtı ahlaki tutumlar benimsenerek devam ettirilmektedir. Küresel İlkeler Sözleşmesi, ortaklaşa eylemin etkilerinden faydalanarak, firmaların globalleşmeden kaynaklanan problemleri yok etmek için sorumlu vatandaşlık nosyonunun yayılmasını sağlamaya çalışmaktadır (Aktan, 2007: 120).

Ortaya konan çalışmalar, kurumsal vatandaşlık anlayışının organizasyonlara ciddi getiriler sağladığını göstermektedir. Bu getirileri şu şekilde sıralamak mümkündür (Argüden, 2008: 34):

1. Şirketin marka değerini ve sonuç olarak piyasa değerini artırmaktadır.
2. Yüksek kalifiyeli elemanı çekme, güdüleme ve tutma ihtimalini artırmakta.
3. Kurumsal eğitim ve tasarım potansiyelini yükseltir.
4. Bilhassa bu noktalara dikkat eden önemli yatırımcılara erişme imkânı

yarattığından hisse değerlerinde artış olmakta ve borçlanma maliyetlerini düşürmektedir.

5. Pazar bulma ve müşteri sadakatini oluşturmada önemli artılar sağlamaktadır.
6. Verimlilikte ve kalitede artış yaşanmaktadır.
7. Risk yönetimi, daha etkin hale gelir.
8. Kamuoyunun ve norm yapııcıların, şirketin düşüncelerine önem atfetmesi amaçlanmaktadır.

Kurumsal Yönetişim; bir firmanın optimum düzeyde faaliyet göstermesini amaçlayan kurumsal yönetişimin esas unsurları şunlardır (Chris, 2007: 5):

1. Bir firmanın gelişmiş ve uygun denetleme mekanizmalarının işlerliğinin sağlanmasını hedefler, bu şekilde firmanın varlıklarının güvencesini oluşturur,
2. Tek bir kişinin büyük bir etki alanına sahip olmasına izin vermez,
3. Firmanın idaresini, yönetim kurulunu, paydaşlarını ve bunların arasındaki ilişki biçimini organize eder,
4. Şirketin paydaşlarının taleplerine uygun şekilde organize edilmesini sağlar,
5. Kurumsal idare ve kurumsal başarımların daha etkili hâle gelmesi için şeffaflığı arttırmayı hedefler.

İSTANBUL HALK EKMEK A.Ş. İLE İLGİLİ BİLGİLER

“İstanbul Halk Ekmek A.Ş.” (İHE), yatırım faaliyetlerine Şubat 1971’de başlamıştır. Hukuki altyapısı sağlandıktan sonra makine ve araç gereç teçhizat ithalatı yapılmış ve 1978 yılında montaj çalışmaları sona ermiştir. Ekmek üretimine 26 Ağustos 1978’de başlayan İHE’nin kuruluş amacı İstanbul halkına daha iyi standartlarda ekmek arzı sağlamak ve fiyat istikrarını sağlayıp haksız kazancın ve fiyatların aşırı yükselmesini engellemektir. Kuruluş, bu amaçlar doğrultusunda İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesinde faaliyete başlamıştır. Halk Ekmek’in misyonu, İstanbul halkının yüksek standartlarda ucuz ekmek alması ve böylelikle paranın halkın cebinde kalmasını sağlamak ve diğer unlu gıdaların kalitesinde standart oluşturmaktır.

İstanbul Halk Ekmek, ürettiği ekmeklerdeki görünüme verdiği değer gibi hijyene de özen göstermektedir. Şirketin amacı daha fazla hizmeti tüm olanaklarını kullanarak yapmaktır. Bunu sağlamak amacıyla üretim kapasitesinde artışa gitmiştir. Halihazırda Edirnekapı’daki üretim fabrikası yanında iki fabrika daha üretime başlamış ve günlük ekmek kapasitesi 1.7 milyona ulaşmış bulunmaktadır. İHE aynı zamanda tüketimi bilinçli yapan bir toplum hedeflemektedir.

Araştırmalardan elde edilen verilere göre yalnız İstanbul’da günlük olarak 2 milyon ekmek israfı yapılmaktadır. Halk Ekmek, toplumu eğiterek israfın önüne geçmek için çabalamaktadır.

Bilindiği üzere, kalkınmış ülkelerde internet, hayatın vazgeçilmez parçalarından biri haline gelmiştir. Halk Ekmek de interneti, benzer şekilde hizmet sunduğu insanlara ulaşmak için araç olarak kullanmaktadır. Bunun yanı sıra şirketin kendi belirlediği şart ve koşullarda piyasaya sunduğu, satın aldığı ve tekrar satışa konu ettiği mamuller de bulunmaktadır. Şirketin tescil edilmiş sermayesi 38.000.000,00 TL iken 16.07.2014 tarih ve 8613 sayılı Ticaret Sicil Gazetesi’nde yayımlanan karar ile 89.400.000,00 TL’ye artırılmış olup tamamı ödenmiş ve Sayıştay 2015 raporuna yansımıştır (<https://www.sayistay.gov.tr>, 2017).

İHE A.Ş.’nin Ürün Çeşitleri

Günlük Üretilen Ekmekler: İstanbul Halk Ekmek, 1978’den günümüze kadar sıcak ekmek ve taze ekmek hazırlayıp temizliğe dikkat ederek üretim ve satışını yapmaktadır. Üretilen ekmekler günlük olup normal ekmek, kepekli ekmek, tuzsuz ekmekler sabah 07:00 ile 19:00 saatleri arasında satış noktalarında müşterilere sunulmaktadır.

Glutensiz Ürünler: İHE’de ilk glutensiz ve düşük proteinli ürün, Cerrahpaşa Tıp Fakültesi’nin desteği ile özel diyet nişasta ekmeği (glutensiz ekmek) olarak 1999 yılında Prof. Dr. Ahmet AYDIN ve Dr. Biyolog Sema YALVAÇ’ın öncülüğünde çıkarılmıştır. Bu ürün, Türkiye’de bir ilktir. İHE glutensiz ekmek üretimi ile bu besinleri tercih eden müşterilerin talebinin büyük bir kısmını karşılamıştır. 2005 yılında glutensiz nişastalı karışım sunulmuş (GNK 1000 VE GNK 500) ve halkımıza servis edilmiştir. 2006 senesinde gelen taleplere yönelik glutensiz ekmek hamburger formunda üretilmiş ve müşterilerin talepleri karşılanmaya çalışılmıştır. 2006’da müşterilerin isteği üzerine ürün farklılaşmasına gidilerek glutensiz kuru pasta, 2008’de de glutensiz kurabiye üretimine geçilmiştir.

Çeşit Ekmekler: 2’li, 4’lü, 8’li gibi günlük ürünlere oranla daha uzun ömürlü ekmeklerdir.

Light Ürünler: Beslenirken aldığı kalori oranına dikkat edenler için light ürünlerin üretimine başlanmıştır. Bu ürünlerin hazırlanması ve kolayca sunumundan dolayı farklı formlarda üretimi yapılmaktadır. Bunun için “Light Tost Ekmeği” ve “Kepekli Light Ekmek” az kalori ile diyet yapanlara yönelik pazara sunulmuştur.

Un Grubu: Halk Ekmek’in kullandığı un grubu, organik tam buğday unu, tam buğday unu ve galeta unundan oluşmaktadır.

Atıştırmalıklar: Öğün aralarının ikramı, ekmek cipsi ve galeta/grissini tüketicilerin talepleri doğrultusunda çeşitlenmektedir.

İBB KURULUŞU İHE’NİN ARAŞTIRILMASI

Araştırmamızın konusu, yerel yönetimler kapsamında sosyal sorumluluk kavramının ve faaliyetlerinin ele alınması, bu kapsamda da İstanbul Halk Ekmek A.Ş.’nin incelenmesidir. Sosyal sorumluluk alanında özel sektörün faaliyetleri her geçen gün gelişmektedir. Bu nedenle sosyal devlet ilkesi gereğince yerel yönetimlerin ve bu yönetimlere ait kuruluşların da sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bu çerçevede yerel yönetimlerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini nasıl yürüttükleri, bu kapsamda neler yaptıkları, bir belediye kuruluşu olan İHE’nin sosyal sorumluluk anlamında rolü, araştırmamızın sorununu oluşturmaktadır.

Sosyal sorumluluk, bireysel bazdan başlayıp yerel ya da özel tüm kurumların çalışmalarının kapsamında olması gereken bir konudur. Sosyal devlet anlayışı çerçevesinde devletin asli görevleri olan ve iyileştirilmesi gereken ancak kimi zaman yeterli olamadığı eğitimden sağlığa, çevreden kadın sorunlarına uzanan çok sayıda konuda özel kurum ve kuruluşlar, devreye girerek çeşitli projeler hayata geçirmektedirler. Bu çalışmada özel kuruluşlardan ziyade kamu kuruluşlarının sosyal sorumluluk anlamında rollerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda İstanbul genelinde hizmet veren İHE’nin sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve çalışmalarının incelenmesi amaçlanmaktadır.

Genel literatürde yerel yönetimlerin KSS uygulamalarına yönelik çalışmaların çok az olması çalışmamızı bu konuya ayırmamızda etkili olmuştur. Bu alana yönelik çalışmanın azlığı, bu çalışmayı daha önemli kılmaktadır. İHE ile ilgili ciddi bir araştırmanın olmaması, dünyanın ve ülkemizin çeşitli yerlerine (Kazakistan, Arabistan, Irak, Balıkesir BB, Bursa BB, Kayseri BB vb.) bilgi transferi/tecrübe paylaşımı yapması nedeniyle örneklem olarak ele alınmıştır. İHE ülkemizde öncü ve büyük kuruluşlardan sayılmaktadır.

Bu makalemizde literatür taramasıyla elde edilen bilgilerin yanı sıra İHE yetkilileri ile mülakat yapılarak, İHE’nin genel çalışma yapısı ve sosyal sorumluluk anlayışı üzerine veri elde edilmeye çalışılmıştır. Ancak yerel yönetimlerde görevli yetkililerin sınırlı biçimde bilgi aktarma yetkilerinin olması, yöneticilerinin bilgi verme ve konuşma noktasında isteksiz olmaları bu çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Yetkililere yöneltilen sorular hazırlanırken Carroll'ın yarı yapılandırılmış soru tekniğinden faydalanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi sahip olduğu belirli düzeyde standartlık ve aynı zamanda esneklik nedeni ile eğitim bilim araştırmalarında doyurucu bir teknik görünümü arz etmektedir. Bu görüşme, kalitatif araştırma içerisinde görülebilir (Ekiz, 2003). Bu yarı yapılandırılmış tekniğin bize sunmuş olduğu kolaylık, önceden hazırlanmış olan soru protokol çerçevesine bağlı olunarak yapılması ile daha basit ve karşılaştırılabilir veriyi sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 1999). Bu durum sosyal bilimlerde yapılan çalışmaları daha kolay araştırma imkânı vermektedir. Bu kapsamda Carroll'ın (1979) “Dört Boyutlu Sosyal Sorumluluk Modeli”nden yola çıkılarak dört ana başlık altında yarı yapılandırılmış sorular hazırlanmıştır. Bu sorular; İHE yasal ve ahlaki sorumlulukları kapsamında neler yapmaktadır, İHE ekonomik sorumlulukları kapsamında neler yapmaktadır, İHE sağduyulu sorumluluk kapsamında neler yapmaktadır ve İHE kurumsal iletişim sorumlulukları kapsamında neler yapmaktadır” şeklindedir. Bu kapsamda belirlenen hipotezler şunlardır:

- 1) İHE bir yerel yönetim kuruluşu olarak sosyal sorumluluklarının bilincinde olan bir kuruluştur.
- 2) İHE bir yerel yönetim kuruluşu olarak inovatif ve yenilikçi bir kuruluştur.

BULGULAR VE YORUM

İHE’de görevlilerin bilgi verme/açıklama yetkilerinin sınırlı olması ve yasal çerçeveler doğrultusunda belli oranda bilgi alınabildiğinden, kurumda görev yapan sadece bir üst ve bir orta düzey yönetici ile mülakat gerçekleştirilmiştir. 09 Şubat 2017 ve 10 Şubat 2017 tarihlerinde İHE’nin Cebeci fabrikasında ilgili kişilerle ayrı ayrı, yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiş ve tarafımıza aktarılan bilgilere sadık kalınmıştır. Bu mülakat doğrultusunda edinilen bulgular aşağıdadır.

Yasal ve Ahlaki Sosyal Sorumluluk

Müşteri şikâyet ve talepleri için çağımızda iletişim olanaklarının çok ileri düzeyde olmasının da katkısıyla, müşteri memnuniyeti yönetim sistemi kapsamında şikâyet inceleme ekibi (Beyaz Masa) şikâyetin her aşamasından sorumludur. Müşterilere karşı yasal sorumluluklarını yerine getirme noktasında, yasal mevzuat çerçevesinde faaliyet gösterilmektedir. Bu çerçevede tüketicilerin sağlıklarını korumak için alınan önlemler ve firmanın yerleşkesi ile üretim aşamaları yasal mevzuat çerçevesinde düzenlenmiştir.

Kurumsal sosyal sorumluluk ve kaynak kullanımı hakkında, “Halk Ekmek” marka imajı kurumu olması hasebiyle yurt içinde olduğu gibi Uzak Doğu, Avrupa, Asya ve Afrika’da bulunan birçok ülkenin dikkatini çekmiş ve bu konuda birçok ülkeden bilgi ve teknoloji transferi ve tecrübe paylaşımı talepleri gelmiştir. Nitekim bu konuda Kırgızistan’ın başkenti Bışkek’de “Türk İş Birliği ve Koordinasyon Ajansı” ile iş birliği kurulan ve endüstriyel üretim yapmak üzere faaliyete başlayan halk ekmek fabrikasına, İHE tarafından teknik danışmanlık ve inovasyon desteği sağlanmıştır. Balıkesir Büyükşehir Belediyesi tarafından kurulan ekmek fabrikasına inovasyon desteği ve teknik danışmanlık desteği sağlanmıştır. Yeni dünyada varlığını devam ettirmek için lazım olan bilgi paylaşımı kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı ile yerine getirilmektedir.

Ekonomik ve Yasal Sosyal Sorumluluk

Üretilen mal ve hizmetler ile ilgili sorumluluk alanları, İBB iştiraki İstanbul Halk Ekmek A.Ş.’nindir. Aynı zamanda bağımsız denetime tabi bir şirket olan İHE, iş süreçlerinde entegrasyonu sağlanan bütünleşik bir kurumsal sorumluluk anlayışını, sorumlu iş yapma stratejisinin temeli olarak saymaktadır. Bu şekilde sorumlu iş yapma yönelimi dört ana başlıkta toplanabilir: Kurumsal Yönetim, Sorumlu Kazanç, Sorumlu Yatırım ve Yerel İstihdam.

İHE, sürdürülebilir büyüme hedeflerini yakalama noktasında yatırımlara devam ederken, pazarın doğrudan ve dolaylı etkileşim alanlarını göz önüne alarak sorumluluklarını yerine getirmektedir. Firmada ihtiyaçlar doğrultusunda hizmet noktaları belirlenmektedir. Bu belirleme işleminde bölgenin demografik özellikleri dikkate alınmakla birlikte bazı durumlarda eksik rekabetin bulunması o bölgede faaliyet göstermemize neden olabilmektedir. Personelin kalifiye olması konusunda, kurum eğitimine büyük önem verilmektedir. Bu nedenle firmada çalışanlarla bir bütün halinde faaliyet gösterilmekte ve onların gelişimi için akreditasyon işlemleri ve saha çalışmaları yapılmaktadır.

Yeni hizmet ve ürünler çerçevesinde 2016 yılı 55 çeşit ürünle kapatılmış, 2017 yılının ilk aylarında 63 ürün çeşidine ulaşılmıştır. AR-GE laboratuvar çalışmalarıyla ürün çeşidinin yıl sonuna doğru daha fazla olması hedeflenmektedir. 2874 dağıtım satış noktasıyla halka hizmet sunulurken yüklenici personel sayısı yaklaşık 750 kişidir. Yukarıda belirtildiği gibi Hadımköy’de yapımına başlanmış olan fabrika hizmete girdikten sonra daha fazla ürün çeşidi halka sunulacaktır. Kurum bünyesinde bulunan AR-GE departmanı ile bu güne kadar üretilmiş tüm ürünlere firmanın imzası atılmıştır. Ürünlerin %99’u İstanbul halkına sunulmaktadır. İHE firmasının günlük üretim kapasitesi 8 saatte 600.000, günlük ise ortalama 800.000 adettir.

Müşteriye yönelik asıl fayda/değer unsurları, kurum olarak İstanbul halkının tamamına hitap edilmesi, kaliteli ve sağlıklı ürünler üretilerek piyasaya sunulmasıdır. Bunun yanı sıra fiyat politikasında İstanbul genelinde vatandaşların alım gücünü zorlayacak ve fahiş kazançlar elde edilecek şekilde kontrolden çıkmış bir pazarın olmasına mani olunmaktadır. Dar gelirli vatandaşların dolaylı da olsa ev bütçesine katkı sunulmakla birlikte sağlıklı ve kaliteli ürünlere daha ucuz ulaşmaları sağlanmaktadır.

Halk ekmeğın tüketici üzerindeki algısı “sağlığı önceleyen, hijyene (el değmeden üretim) ve kaliteye önem veren (hammadde kalitesi) her kesime hitap eden” şeklindedir. Özel sektör üreticileri üzerindeki algı ise Halk ekmekten etkilenen birçok fırının yeterince serbest hareket edemedikleri yönündedir. Halk ekmek, yenilik ve kalite anlamında örnek alınmakla birlikte, fiyatlar konusunda da dolaylı olarak Halk ekmeğe bağılı olduğu görülmektedir. Halk ekmeğın üretiminde kullanılan malzemeler, ekmek çeşitlerine göre farklılık göstermekle birlikte temelinde un, su, tuz, maya ve peynir altı suyu tozu bulunmaktadır.

İşletmenin KSS kapsamında yaptığı faaliyetlerin belli başlı olanları şunlardır:

- Çevreyi kirletmemek ve canlılara zarar vermemekle beraber doğaya katkıda bulunmak,
- Tüketicinin tatminini sadece maddi olarak değil, ahlaki ve manevi açıdan da sağlamak,
- İnsan haklarını zedeleyen ürün ve hizmetler hakkında yanıltıcı reklam yapmamak,
- Aile bağlarına ve toplum değerlerine saygılı olmak,
- Çalışanların sağlık ve iş güvenliğine yönelik önlemler almak,
- Toplumsal sorunlara duyarlı olmak ve çözüm için çaba sarf etmek,
- Her türden ayrımcılığın (ırk, cinsiyet, din, dil vb.) karşısında durmak ve duyarlı olmak,
- Kültürel ve sanatsal faaliyetlerini desteklemek.

İHE’de kurumsal sosyal sorumluluk projeleri kapsamında, Hadımköy’de yarı donuk ürünlerin üretimi için fabrika kurulumu çalışması başlatılmış olup muhtemelen 2018 yılında faaliyete geçecektir. İHE’nin sosyal sorumluluk projesi kapsamında değerlendirilebilecek çalışmaları ise şöyledir:

1) *Glutensiz ekmek*: Halk ekmek olarak Türkiye’nin her yerine kargo bedeli kurum tarafından ödenerek, bulundukları mahalle muhtarından fakirlik belgesini kuruma ibraz edenlerin belirttikleri adrese ücretsiz olarak gönderilmektedir.

2) *Organik ekmek/un/buğday üretimi*: İstanbul’da yaşayan ve köylerinde tarımsal faaliyet yapmak isteyenlere köye dönüş projesi ve tarımsal bilgilendirme desteği verilmektedir. Bu kapsamda üretilen ürünlere kurum tarafından alım garantili anlaşmalar yapılırken, bu tür çiftçilere tohum desteği de sağlanmaktadır. Proje 2005 yılında hayata geçirilmiştir.

3) İstanbul Davutpaşa’da “Fırıncılık ve Pastacılık Okulu”nun açılmasına teknik destek ve bilgi paylaşımı yapılarak destek olunmuştur.

4) Büfe ve bayilerle eğitim ve bilgi paylaşımı yapılmakta, kültürel geziler düzenlenmektedir.

5) Çağımızda yeni konsept olarak “yarı donuk üretim anlayışına uygun” yeni bir fabrikanın kurulma çalışması hayata geçirilmektedir.

6) Afet bölgeleri için afet anında kullanılmak üzere, TÜBİTAK ile ortak çalışma ürünü olan 6 ay ömürlü “deprem ekmeği” üretilmiştir.

7) Doğalgazın kesilmesi durumunda ekmek üretiminin devamı için İBB kuruluşu AKOM ile ortak çalışma olarak LPG tankları hazır hale getirilmiştir.

8) Tüm tesis ve fabrikalarda gıda mühendisleri, AR-GE birimi ve laboratuvar mevcuttur.

9) İşçilere yönelik; molalarda istirahat alanları, çay, giyinme kabinleri, duş, tv, havlu ve sabun, giyim ve erzak yardımı gibi çalışmalar yapılmaktadır.

10) İşçilerin bilinçlendirilmesi için faaliyetler düzenlenmektedir.

11) Sendikal haklar ve sendika üyelikleri imkânı verilmektedir.

İHE’nin üretilen mal ve hizmetlerle ilgili sorumluluk alanları ise sosyal sorumluluk, sağlık sorumluluğu, ekonomik sorumluluk olarak sınıflandırılabilir. Kurumlar arası sosyal sorumluluk kapsamında, İstanbul’daki günlük 2 milyon ekmek israfını önleme adına çalışmalar yapılmaktadır. Bu doğrultuda kurumun ürettiği ekmeklerin iadesi alınmakta, ekonomik ömrünü tamamlamış olanlar geri dönüşüme gönderilirken, bir bölümü galeta ve galeta unu yapılmakta, bir bölümü de hayvan barınaklarına ve hayvan severlerin talepleri doğrultusunda kendilerine verilmektedir.

Sağduyulu Sosyal Sorumluluk

Kurumumuzda sağduyulu sosyal sorumluluk kapsamında, dışardan kurumu merak edip bilgi almak ve araştırmak isteyen vatandaşlarımıza yönelik uzman ekip nezdinde sunum yapılmakta, broşürler hazırlanıp misafirlere verilmekte, yapılan çalışmalar ve fabrika hakkında kitapçık hazırlanarak talep edenlere ücretsiz olarak verilmektedir. Ayrıca okul öğrencilerinin fabrikaları gezmelerine izin verilerek, ekmeğin üretimini yerinde görmeleri sağlanmaktadır. Toplumun gözlemi ve talepleri bizleri daha dikkatli olmaya sevk eden olumlu bir durumdur. İletişim kanallarımızın paydaşlarımıza açık olması bu günkü kalite seviyesine gelmemizde büyük katkı sağlamıştır.

Çevre ve çevre kirliliği ile ilgili mücadelede kurumun genel politikası; faaliyetlerimizde mevzuatlara uyumu ön planda tutarak enerji, hammadde ve doğal kaynakları korumak, verimli bir şekilde kullanımını sağlamak, sürdürülebilirlik ve ekosistemin korunması adına atıkların en aza indirilmesi, kaynağında yok edilmesi veya dönüştürülebilmesi için çalışmalar yapmaktır.

Belediye, dernek vb. kurumların düzenlemiş olduğu spor müsabakalarıyla sanatsal ve sosyal etkinliklerin birçoğuna ürün desteği ile katılım sağlanmaktadır. Bu bağlamda “Yıldız Teknik Üniversitesi Davutpaşa Kampüsü” sınırları içindeki eski fırın restore edilmiş ve tarihi “Fırın Müzesi” kurup fırıncılık okuluna devredilmiştir. Kurum 2013 yılında TMO’nun “ekmeği israf etme” kampanyasına katılmıştır. Vakıf, dernek gibi kuruluşların programlarına katılarak kurumla ilgili bilgiler verilmekte, sektörle ilgili fuarlara katılarak dünyada farklı çalışma var mı araştırması yapılmakta, varsa kurumsal kimlikle hayata geçirilmektedir. Deprem, afet vb. durumlarda Kızılay, AFAD ve belediyelerle birlikte hareket edilmektedir.

Glutensiz ekmek, pozitif ayrımcılık kapsamında fakirlik belgelerini muhtardan onaylı bir şekilde kuruma ulaştıran çölyak (Fenilketonüri) hastalarına (PKU) ücretsiz olarak ulaştırılmaktadır. Kargo bedeli de dâhil tüm masraflar kurum tarafından karşılanırken, bu hizmet tüm ülke sathında yapılmaktadır.

Kurumsal İletişim/Tasarım

İHE’nin insan kaynakları politikası, en doğru kişinin en doğru yere yerleştirilmesini sağlamaktır. Liyakat esası ve iş becerisi dikkate alınmaktadır. İHE olarak toplumsal açıdan sorumluluk alanları; vatandaşların ürünlerimiz üzerinden kazanım elde etmeleri, memnun olmaları ve sağlıklı bir yaşam sürmeleridir. Halk ekmek; kalite, besleyicilik, sağlık ve hesaplı ekmek üretimini 1999 senesinden günümüze “kalite belgeli” olarak istikrarlı bir şekilde sürdürmektedir. Şirkette kalitede durulan nokta değerlendirmesi yapılmakta, sonuca göre iyileştirme çalışmalarına hız verilmektedir. HACCP ve Hijyen kuralları uygulanmaktadır.

Kurumun eğitime desteği, TÜBİTAK ile ortak yapılan çalışma kapsamında, ekmek üretiminde geleneksel bir mayalama metodu olan ekşi maya metodunun günümüz teknolojisi ile tekrar gözden geçirilmesi, uyarlanması ve bu metodun avantajlarından ekmek üretiminde faydalanılmasını sağlamaktır. Kontrol olarak kullanılacak ticari ekmek mayası ile yapılan karşılaştırmalı analizler sonucunda, kontrol grubuna göre duysal kabulü ve kalite özellikleri daha üstün ekmek üretimi yapmak ve depolamaya karşı stabil starter üretimi yapmak bu projenin başarı ölçütleridir.

Mevcut ekşi hamur mayalarıyla standart bir ekmek üretilmemesi sektörün en önemli problemidir. İHE'nin, İstanbul ve Türkiye'nin sektördeki en büyüğü olarak, standart ekşi maya ekmeği üretimiyle alâkalı standart üretime imkân verecek starter kültüre talebi bulunmaktadır. Aynı zamanda hem aynı sektörden hem de farklı AR-GE kuruluşlardan ilgili alanda proje geliştirmek için bölümümüzden talepleri bulunmaktadır. Bu da yapılan çalışmanın ne denli isabetli ve gerekli olduğunu ortaya koymaktadır. Davutpaşa'daki fırıncılık okulu çalışır hale gelince, İBB'nin bir kuruluşu olan İSMEK'e devredilmiştir. Fırıncılık okulunun hayata geçirilmesi sürecinde kurum olarak her türlü destek sağlanmıştır.

SONUÇ

Küreselleşme ve modernizasyon faktörleri, gelişen toplumsal entegrasyon ile birlikte yönetim biçimlerini ve devlet politikalarını etkilemiştir. İnsan hakları, refah devlet anlayışı ve sosyal politika bütünüyle bu politikalar arasında yer almaktadır. Devletlerin birincil görevleri güvenlik, alt yapı ve toplumsal refaktır. Günümüz koşulları göz önüne alındığında bu anlayışın klasik ve modern teorileri ile de farklılaşmadığı gözlemlenmiştir. Mevcut uygulamalar irdelendiğinde yerel yönetim politikası kararlarının, sosyal politika uygulamalarının unsurları çerçevesinde verildiği görülmektedir. Bu nedenle sosyal politika entegrasyonu ile şekillenen kamu politika süreçleri, aynı çerçevede sosyal politikaların amaçlarını da içermektedir.

Çalışmamızda İstanbul Halk Ekmek A.Ş., kurumsal sosyal politika bazında değerlendirilmiştir. Kurumsal bir işletme olan “halk ekmek”, misyon ve vizyonu kapsamında bu politikalara destek vermektedir. İHE tarafından üretilen ürünlerin çeşitliliği, standartlara uygunluğu, etkin ve yaygın bir hizmet ağının bulunması nedeniyle talebin artışına cevap verirken, aynı zamanda piyasa fiyatlarının oluşmasında da etkili olmaktadır. Kurumun İBB iştiraki olmakla birlikte bağımsız denetime tabi olması, profesyonel bir yönetim anlayışı ve şirketin devamlılığı doğrultusunda faaliyetlerini sürdürdüğü şirket yetkilileri tarafından belirtilmiştir.

Bu bilgiler ışığında, tezin hipotezleri olan sosyal sorumluluk ve inovasyon çalışmalarını kurumun yerine getirdiği görülmektedir. Bu bağlamda sosyal sorumluluk olarak glütensiz ekmek üretimi, fuar ve STK'ların çalışmalarını desteklemeleri ve fiyat istikrarını sağlamaları gösterilebilirken; inovasyon çalışmaları olarak da teknolojik alt yapı yatırımları, yeniliklere açık olmaları, Hadımköy'de yarı donuk mamuller için fabrika yapıyor olmaları ve dünyanın her tarafında alanındaki gelişmeleri takip edip transfer çalışmaları yapmaları gösterilebilir. Sürdürülebilir hedefleri çerçevesinde günün koşullarına ve halkın ihtiyaçlarına göre ürün çeşitliliğini sürekli artırmaktadır.

En ileri teknolojiyi kullanan firmaların başında gelen ve bilgi transferi de yapan İHE; kalite, eğitim, hijyen, üretim, kontrol konularında gelişmiş yazılım sistemleri kullanmaktadır. İHE ayrıca halkın kültürel, eğitsel, sanatsal gelişimine ve çalışmalarına da destek vermek amacıyla belediyelerin ve STK'ların düzenlediği kültür ve spor faaliyetlerine, tasarruf kampanyalarına destek vermektedir.

Fabrika sayısı az olmakla birlikte talebin fazlalığı, personelin bir bölümünün sözleşmeli olması, sunulan hizmetlerin istenilen üretim seviyesine ulaştırılamaması, hizmet binalarının bir bölümünün yetersizliği, personel ücretlerinin piyasaya göre iyi olmakla birlikte günün koşullarına göre yetersizliği ve belediyenin gölgesinde kalması zayıf yönleri olarak değerlendirilebilir.

“İstanbul Halk Ekmek”, güçlü yönlerini korumakla birlikte tespit edilen zayıf yönlerini çözümleyerek, çalışanlarıyla koordineli hareket edip personelin katılımcı ve çözümleyici yönlerini geliştiren ve ekip çalışmasına dayanan bir yapıyı tamamlamalıdır. Hedefler doğrultusunda coğrafi yapı dikkate alınarak modern anlamda stratejik yeni tesisler kurulmalı, sosyal ilişkilere hâkim, kaynakların etkin ve verimli kullanılmasına dair yapı önemsenmelidir. Sosyal hizmet anlamında belediyenin sağlamış olduğu halk ekmek hizmeti lütuf değil zaruri bir ihtiyaçtır ve sosyal devlet ve sosyal belediyeciliğin bir gereğidir.

KAYNAKLAR

Akdoğan, Y., Ulusal Soruna Yerel Çözüm: Sosyal Belediyecilik, İstanbul: Eminönü Bülteni, 2002.

Aktan, C., Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk İçinde, İstanbul: İgiad Yayınları, 2007.

Aktan, Ç. ve Vural, İ., “Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Uluslararası Kuruluşlar ve Hükümet Dışı Organizasyonlar Tarafından Sürdürülen Başlıca Girişimler”, Çimento İşveren Dergisi, cilt:21, sayı:3, s.4-20, 2007.

Argüden, Y., “Kurumsal Vatandaşlık ve Küresel İlkeler Sözleşmesi”, Önce Kalite Dergisi, sayı: 34, 2008.

Avcılar Belediyesi, <http://www.avcilar.bel.tr/Icerikler/Hizmetlerimiz/EvlilikYasamOkulu> (Erişim Tarihi: 17.03.2017)

Bandsuch, M., Pate, L., Thies, J., “Rebulding Stakeholder Trust In Business Through Principle-Centered Leadership And Transparency In Corporate Governance”, Business And Society Review, vol.113, no:1,pp.99-127, 2008.

Belediye Kanunu-5393, http://ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&view=article&id=9:belediye-kanunu&catid=1:yasa&Itemid=28,2017, (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Beyoğlu Belediyesi, Sosyal Sorumluluk Çalışması, <http://www.beyoglu.bel.tr/hizmetler/detay/Sosyal/75/98/0> (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Carroll, A. B., “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, Academy of Management Review, vol. 4, no.4, pp.497–505, 1979.

Chris, M. “Yönetişim”, Corporate Governance, Oxford University Press, p.5, 2007.

Çelik, A., Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları (Ed. Coşkun Can Aktan) Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İstanbul: İgiad Yayınları, 2007.

Dinçer, Ö., Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul: Beta Yayınları, 1992.

Dinçer, Ö., Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul: Beta Yayınları, 2004.

Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi, Sosyal Sorumluluk Çalışması, :<http://www.diyarbakir.bel.tr/hizmetler/sosyal/engelli-kutuphane-hizmetleri.html> (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Duman, A., “Yerinden Yönetim mi Yoksa Yerelleşme mi?” Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi, cilt: 4, sayı:4, s.467-483, 1998.

Ekiz, Durmuş. Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metodlarına Giriş. Ankara: Anı Yayıncılık, 2003.

Erol, E., İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul: Beta Basın Yayım, 2000.

Konya BB., S.S. Çalışması, <http://konya.bel.tr/dosyalar/mevka/4.doc> (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Mahalli İdareler ile Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hak. Kanun, (2972/2. mad.),1984.

Marrewijk, M., “Concepts And Definitions Of CSR And Corporate Sustainability: Between Agency And Communion”, Journal Of Business Ethics, vol.44, pp.102, 2003.

Öztürk, M. C., Torlak, Ö., Tokgöz, N., Ayman, M., Özgen, E., Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, No:1973, 2013.

Özüpek, M. N., Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk, Konya: Tablet Kitabevi, 2005.

Sayıştay Raporu 2015, <https://www.sayistay.gov.tr>, (Erişim Tarihi 17.03.2017).

Sönmez, F. ve Kamil B. “İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Çevre Sorunlarında Ekonomik Yaklaşımlar”, Yaklaşım Dergisi, yıl:12, sayı:133, s.476-490. 2004.

Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi, Sosyal Sorumluluk Çalışması, <http://www.sanlıurfa.bel.tr/icerik/46/4/taziye-evleri> (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Şişli Belediyesi, Sosyal Sorumluluk Çalışması, www.sisli.bel.tr. (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

TBMM Başkanlığı, Bel. İdari Yapısı, https://www.tbmm.gov.tr/anayasa.htm (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, Sosyal Sorumluluk Projesi, http://www.cevreciyiz.com/makale-detay/ 928/atik-yagdan-biyoenerjiye(Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Ulu, A.S., Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, SBE İşletme ABD, Kahramanmaraş, 2007.

Üsküdar Belediyesi Sosyal Sorumluluk Çalışması, :https://www.uskudar.bel.tr/tr/main/pages/ramazan-cadiri-uskudar-sehaveti/216 (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Üsküdar Belediyesi, Sosyal Sorumluluk Çalışması, http://www.usgem.org/cocuk-universitesi/ (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Yamak, S., Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Gelişimi, İstanbul: Beta Yayınevi, 2007.

YSK, Mahalli İdareler ile Mahalle Muhtarlıkları ve İhtiyar Heyetleri Seçimi Hakkında Kanun, http://www.ysk.gov.tr/ysk/content/conn/YSKUCM/path/Contribution%20Folders/Mevzuat/2972.pdf, (Erişim Tarihi: 17.03.2017).

Yıldırım ve Şimşek.,Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınevi, 199.

Zengin, E., ve Öztaş, C., “Kamu Yönetiminde Çağdaş Gelişmeler ve Türkiye”, Alaroo Academic Studies, vol.3, no:1, p.85, 2008.

ENJEKSİYON KALIPLARINDA KESKİN KÖŞELİ GEOMETRİLERİN OLUŞTURABİLMESİ İÇİN MEKANİK BİLEZİK

Özgür DURSUN

İstanbul Aydın Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü, Makine Mühendisliği Anabilim Dalı
ozgurdursun@poykal.com
<https://orcid.org/0000-0001-6849-3946>

Prof. Dr. Hasan SAYGIN

İstanbul Aydın Üniversitesi
Mühendislik Fakültesi, Makine Mühendisliği Bölümü
hasansaygin@aydin.edu.tr

ÖZ

Enjeksiyon kalıplarında ters açılı formların oluşturulabilmesi için mekanik bir bilezik geliştirilerek üreticilere düşük yatırım maliyetleri ile üretim yapmalarının önünü açmaktır. Özellikle sezonluk üretim yapılan kalın etli ek parça ürünleri enjeksiyon kalıpları ile üretimi yapılmaktadır. Tarımsal sulama ek parça üreticilerinin sezonluk üretim yaptıklarından dolayı yüklü kalıp yatırımları yapmak istememektedirler. Konu ile ilgili bu ürünleri düşük yatırım maliyetleri ile üretebilmenin önü açılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Enjeksiyon Kalıplama, Katlanır maça, Mekanik maça, Plastik Kalıplar, Modelleme ve Analiz*

MECHANICAL BRACELET FOR THE FORMATION OF SHARP CORNERED GEOMETRY IN INJECTION MOLDS

ABSTRACT

In order to produce inversely angled forms in injection molds, it is necessary to develop a mechanical bracelet in order to enable production at low investment costs for the producers. Particularly, seasonal production is done by injection molds. Due to seasonal production, producers are reluctant to make heavy mold investments. It is possible to produce these products of concern with low investment costs.

Keywords: *Injection molding, Folding Spades, Game mechanics, Plastic molds, Modeling and Analysis*

1. GİRİŞ

Plastikler fiziksel ve kimyasal özelliklerine göre enjeksiyon ve ekstrüzyon başta olmak üzere üretim şekilleri geliştirilmiştir. Plastik parçaların şekillendirilmesinde büyük oranda enjeksiyon üretim tekniği kullanılmaktadır. Enjeksiyon tekniği ile üretimde ürünlerin istenen geometrik yapı, tolerans, yüzey tolerans ve dayanımı üzerine geniş bir yelpazede plastik ürünler geliştirilmiştir. Gelişen teknoloji ile günlük hayatta kullanılan ve farklı materyallerden üretilen birçok malzeme de plastikten üretim için bir alternatif olmuştur. Türkiye’de plastiklerin kullanılmasına 1940’lı yıllarda başlanmıştır. 1949’da tamamına yakını termoset plastik olan yaklaşık 100–200 ton/yıl tutarındaki tüketim, günümüzde sadece alçak ve yüksek yoğunluklu polietilen, polipropilen, polistiren ve PVC (termoset) gibi termoplastikler için bir milyon ton/yıl değerine ulaşmış gözükmektedir. [1]

2. Kalıp Teknolojileri

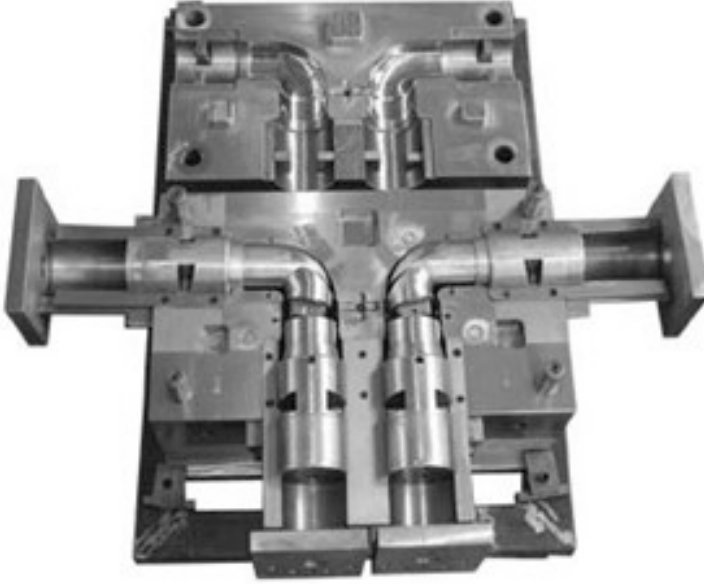
2.1 Plastik Kalıp Teknolojileri

Günümüzde plastiklere şekil verilmesinde uygulanan birçok yöntem bulunmaktadır. Sıcaklık ve basınç etkileri kullanılarak plastik (polimer) malzemelere istenilen kalıp (cavity) boşluklarında ya da dışı, erkek bloklar kullanılarak şekil verme işlemleri uygulanmaktadır. Dünya genelinde en çok uygulanan yöntemler;

- Plastik Enjeksiyon Kalıplama
- Plastik Ekstrüzyon yöntemi
- Vakum (Thermoforming) kalıplama
- Şişirme (Blow Molding) kalıplama
- Rotasyonel (Rotational molding) kalıplama,
- Transfer kalıplama,yöntemleridir.

Tüm uygulanan yöntemler endüstriye özel uygulanan ürünler için geliştirilmiştir.

Şekil 2.1: Örnek enjeksiyon kalıp görünümü (URL 1)



Enjeksiyonla kalıplama prosesinin yapıldığı makinaya plastik enjeksiyon makinası adı verilmektedir. Enjeksiyon makinaları yatay ve dikey tip olarak iki şekilde kullanılmaktadır. Bu konuyla ilgili detay, enjeksiyon makinaları bölümünde verilmiştir. Enjeksiyon kalıplama da kalıbın şekline türüne göre uygun makina tercihi yapılır. [2]

2.2 Enjeksiyon Kalıplama Tekniği

Sıcaklık yardımı ile ergiyik hale getirilmiş plastik malzemenin şekillendirilmiş bir boşluk içerisine enjekte edilmesinin ve şekillendirilmesini içeren bir imalat yöntemidir. Enjeksiyon kalıplama yöntemi ile metal, cam, elastomer karışımları ve termoplastik-termoset polimer malzemelerin işlenmesi için kullanılır. Ürün parçaları için malzeme ısıtılmış bir silindire beslenir, karıştırılır ve kalıptaki çukurun şekline göre soğumanın ve sertleşmenin gerçekleştiği kalıp çukuruna sıkıştırılır. [3]

Bir ürünün genellikle endüstriyel bir tasarımcı ya da mühendis tarafından tasarlanmasından sonra kalıplar metalden, çoğunlukla da çelik ya da alüminyumdan, bir kalıp imalatçısı tarafından yapılırlar ve istenen parçanın şeklinin verilmesi için yapılan işlemdir.

2.3 Kalıp

Plastik ergiyik hammaddeyi şekillendirmek için oluşturan materyale kalıp denir. Tek ya da çok gözlü olarak istenen parça geometrisine göre işlenen kalıp gözleri ve ürünü kalıp içerisinden sağlıklı bir şekilde alabilmek için açılan soğutma kanalları bir enjeksiyon kalıbının olmaz ise olmazıdır.

Bir enjeksiyon kalıbını üretebilmek için ihtiyaç duyulan,

- Ergimiş plastiği istenen ürün geometrisine işlenen kalıp boşluğuna veya boşluklarına iletmek
- Ergimiş plastiğe kalıp içerisinde istenen şeklini vermek
- Ergimiş plastiği plastiğin optimum şekil değiştirme sıcaklığına düşürerek kalıp içerisinden almak.
- Tamamlanan plastik parçayı kalıp içerisinde sağlam çıkarmak.

Enjeksiyon Kalıbının yukarıda sayılan işlemleri yapan fonksiyonel kalıp grupları ise aşağıdadır:

Kalıp Yolluk sistemi

Kalıp boşluğu(ürün geometrisi)

Kalıp Soğutma sistemi(ergimiş plastik soğutmak için)

İtici Sistemi(ürün düşürme sistemi)

Plastik enjeksiyon kalıbının işlevini yerine tam olarak getirebilmesi için ek gereksimlere ihtiyacı bulunmaktadır. Bunların kalıbın enjeksiyon makinesine istenen merkezleme aralıklarında bağlanabilmesi için bağlama plakaları ilave edilmesi gerekmektedir.

Plastik enjeksiyon kalıpları iki parçadan oluşmaktadır. Meme ve itici grubu olarak ayrılan iki grup ve bu iki grubun ortasında istenen ürünü sağlıklı çıkması için göz sayısına göre gözler açılmaktadır. Bu gözler istenen ürünü geometrik toleransı ve çıkma açısına göre ürün gözleri açılmaktadır.

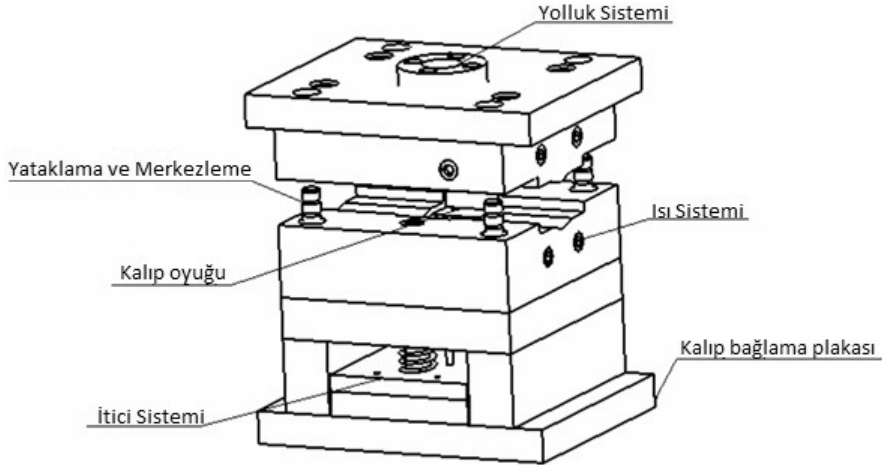
Bu gözlere ergiyik plastik hammaddenin akışı için yolluk adı verilen ve meme grubundan gelen bir yol açılmaktadır.

Meme grubu flanş diye adlandırılan merkezleme parçası ile enjeksiyon makinesine bağlanmaktadır.

Enjeksiyon makinesinden gelen ergiyik malzeme kalıbın meme tarafından geçerek ürün gözlerine yolluklar yardımı ile akmaktadır. Ürünün enjeksiyon kalıbından sağlıklı alabilmek için üretimi yapılan plastik hammaddenin üreticisinden alınan sıcaklık değerlerine kalıp içerisinde gelmesi gerekmektedir. Ürünün sağlıklı (çöküntüsüz, ürünsel deformasyonsuz) şekil alabilmesi için plastik ürünü kalıp içerisinde soğutmak gerekmektedir.

Hem kalıp plakalarının merkezlenmesi ve ürünü ters açısız olarak kalıp içerisinde modelleyerek açılan ürün gözleri ürünün kaçık olmadan merkezlenebilmesi için meme ve itici gruplarını kolon-burç parçaları ile kapatılmaktadır.

Şekil 2.3: Kalıp fonksiyonları organları (Altuntaş, et al., 2011)



2.4 Enjeksiyon Kalıplama Prosesine Etki Eden Parametreler

Termoplastik grubundaki plastik malzemeleri kalıplanması için aşağıdaki adımları izlenmektedir.

- Enjeksiyon
- ütüleme
- Soğutma süresi
- kalıp açılma
- ürün düşürme

Bu adımlardan hammadde ve kalıp teknik özelliklerine göre süre, basınç ve hız ayarları yapılmaktadır. Bu ayarlar prosese uygun yapılmadığı takdirde ürün kalitesine ve çevrim süresine doğrudan etki etmektedir.

3. Plastikler

Plastik, karbon (C) hidrojen (H), oksijen (O), azot (N) ve diğer organik ya da inorganik elementlerin oluşturduğu monomer adı verilen, basit yapıdaki moleküllü gruplardaki bağın koparılarak, polimer adı verilen uzun ve zincirli bir yapıya dönüştürülmesi ile elde edilen malzemelere verilen isimdir.

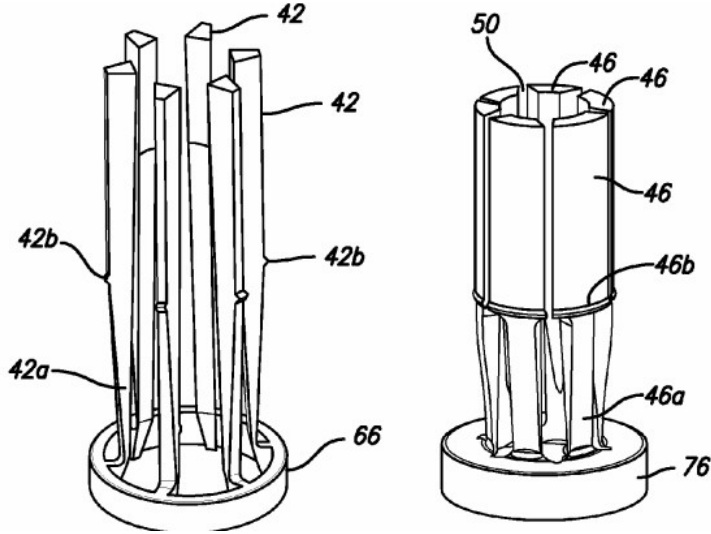
Örneğin; Etilen bir monomerdur. Bu monomerden oluşturulan polimer olan polietilen ise polimerdir. En çok kullanılan plastiklerin başında gelir.

Tanımdan anlaşılacağı üzere plastikler doğada hazır bulunmaz, doğadaki elementlere insan tarafından müdahale edilmesi ile elde edilir. Elde edilmesi belli bir sıcaklık ve basınç altında, katalizör kullanılarak monomerlerin reaksiyona sokulması ile olur. Plastik ilk üretildiğinde toz, reçine veya granül halde olabilir. Genelde plastikler petrol rafinerilerinde kullanılan ham petrolün işlenmesi sonucu arta kalan malzemelerden elde edilir. Yapılan araştırmalara göre yeryüzündeki petrolün sadece % 4 lük bir kısmı plastik üretimi için kullanılmaktadır. [5]

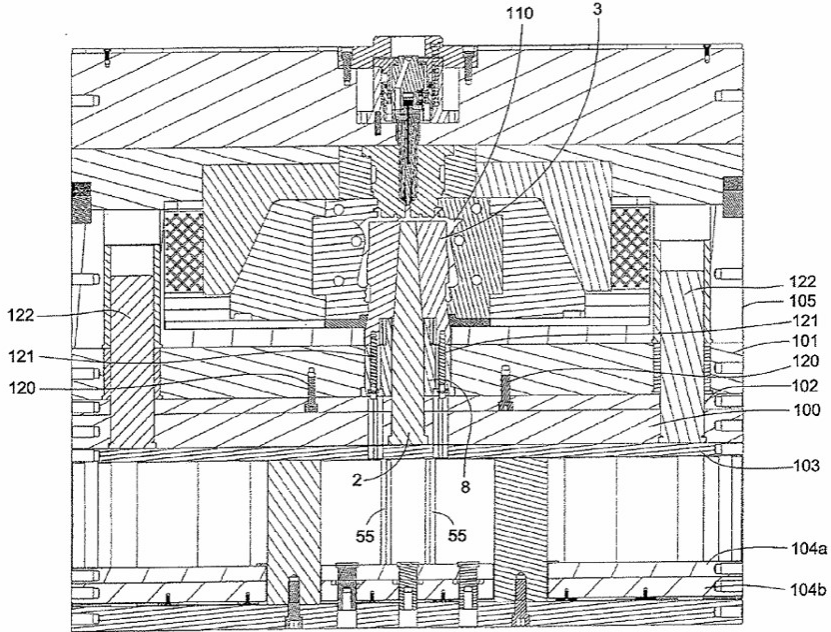
3.1 Enjeksiyon Kalıplama Proseslerinde Kullanılan Hammaddelerin Özellikleri
Enjeksiyon kalıplama için polimerler yarı kristal ve amorf olarak sınıflandırılırlar. Her ikisi de karmaşık termo-reolojik davranışlara sahiptir. Termoplastikler genel olarak kayma ile azalan bir viskoziteye ve basınç artarken artan bir sıcaklığa sahiptirler. Termal özellikleri sıcaklığa bağlıdır ve gerilim durumuna bağlı olabilir. Yarı kristalin malzemelerin durumunda ise özellikler akış geçmişine ve sıcaklıktaki değişim oranına bağlıdır. [4]

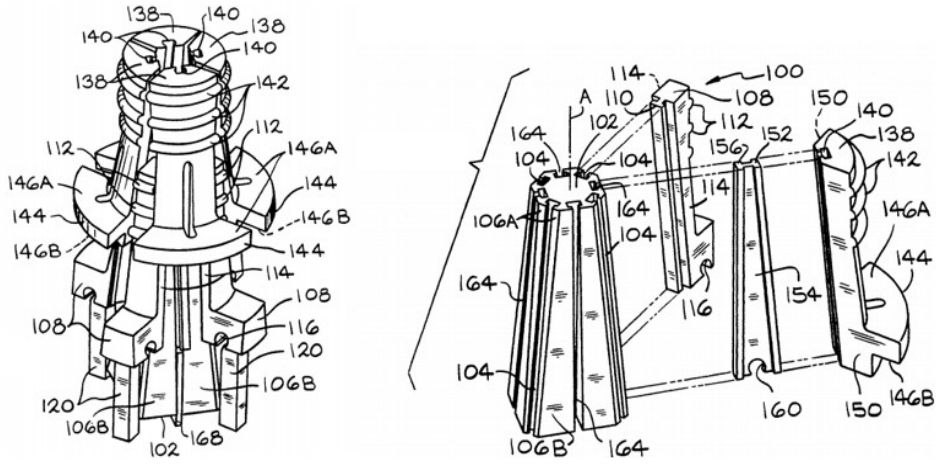
4. Patentler

Enjeksiyon yöntemi ile üretilen ürünler, özellikle atıksu boru fittingleri gibi conta kanallı ürünlerin üretiminde kullanılan, makine-teçhizat, enjeksiyon makinası maça sistemleri ve mühendislik kısımlarına özgü alanlarda patent incelemeleri yapılmıştır. Yapılan patent taramalarında birçok yenilikçi tekniklere rastlanılmıştır. Bazı sistemlerin mekanik tasarımları, kalıp tasarım sürecine yansımıştır. Yapılan tasarım çalışmalarında bu bilgiler baz teşkil etmiştir. İncelenen tekniklerin, uygulamaların detaylı patent araştırmaları yapılmıştır. Bu bağlamda United States, Canada, European ve WIPO patent ofislerine kayıtlı patentler incelenmiştir. Aşağıda temel konu başlıklarında yapılan araştırmalardan kesit bilgiler sunulmuştur.

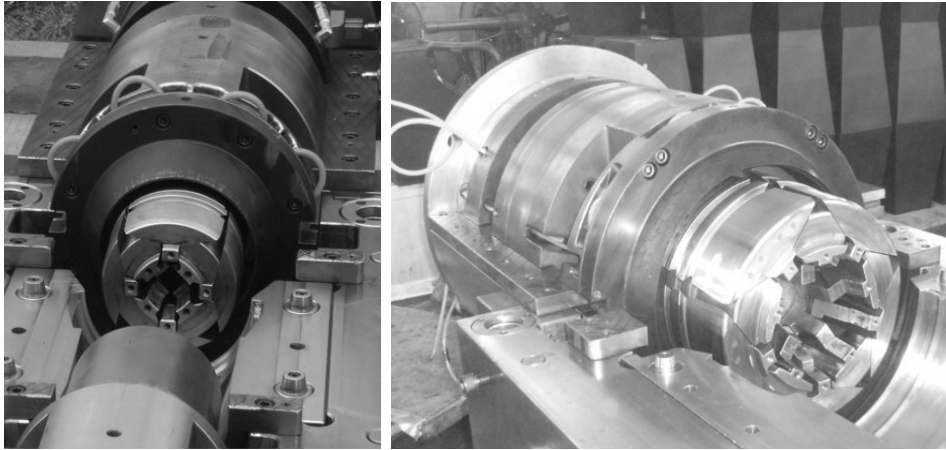


Şekil 4.1: Collapsible core montaj kalıp adaptörü
(Patent, Collapsible core assembly for a molding apparatus)
(US 7293341 B2 “Collapsible core assembly for a molding apparatus”)





Şekil 4.3: Collapsible kalıp maçası
Patent, Collapsible Mold Core Assembly
PATENT NO: US 5403179



Şekil 4.4: Collapsible maça görselleri

5. Mekanik Maça Tasarımı

Özellik ile tarımsal sulama sektöründe kullanılan boru sisteminin sulama alanlarının geniş yerler olması sebebi ile yer değiştirilmesi istenmektedir. Konu ile ilgili bu sistemlerde conta bağlantılı sistemler tercih edilmiştir. Bu ürünler kalın etli ürünlerdir. Sezonluk üretim yapılan bu ürünlerde kalıp yatırım maliyetlerini düşürmek amacı ile basit ama ürün tasarımından ödün vermeden yeni bir sistem tasarımı yapılmıştır. Bu sistem tam olarak manuel çalışmaktadır. Bu sistemin sağlıklı çalışabilmesi için kalıp göz sayısının 4 ile sınırlandırılması

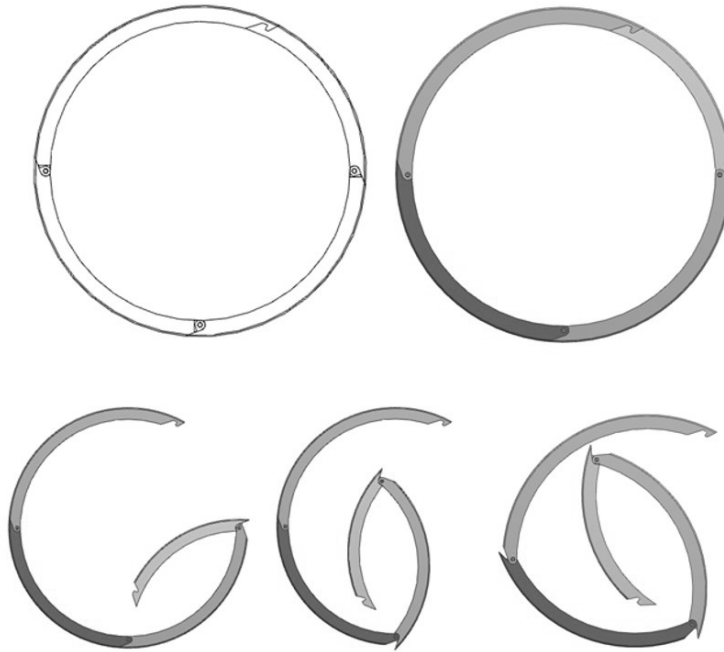
ve çevrim süresi minimum 60 sn olan ürünler tercih edilmesi sistemin efektif olarak çalışmasını sağlayacaktır.

5.1 Ürün Modeli

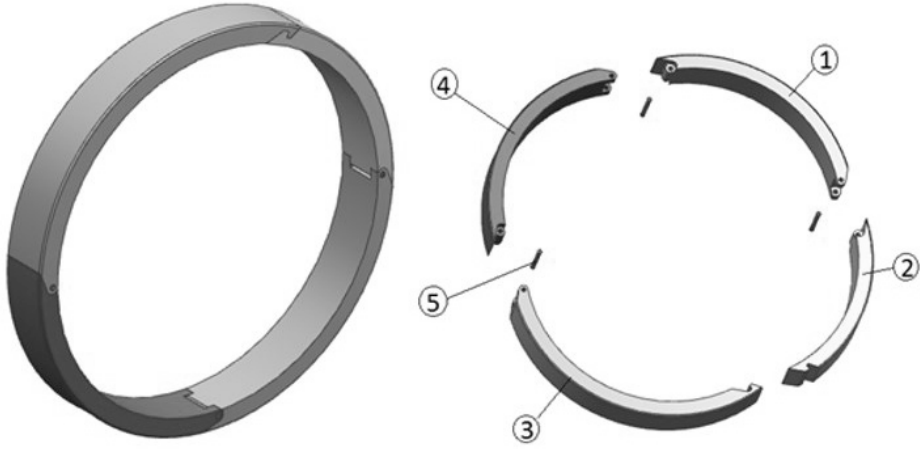
Ürün dört parçadan oluşacak ve tel erozyonda kesilerek kapandığında tam bir daire olacak şekilde dizayn edilmiştir. Kapanacak kanal açılarak ergiyik plastik alışında mal dolmayacak şekilde boşlukları 0,03mm olacak şekilde dizayn edilmiştir. 4 kanatlı parçanın serbest dairesel hareket yapabilmesi için menteşe sistemi tasarlanmış ve çelik pim ile eklenmesi sağlanmıştır.

Tel erozyonda kesilen mafsalları uçlarının tam oturabilmesi için CNC işleme merkezinde oturağı kanallar işlenmiş ve parçalar birbirine alıştırılmıştır.

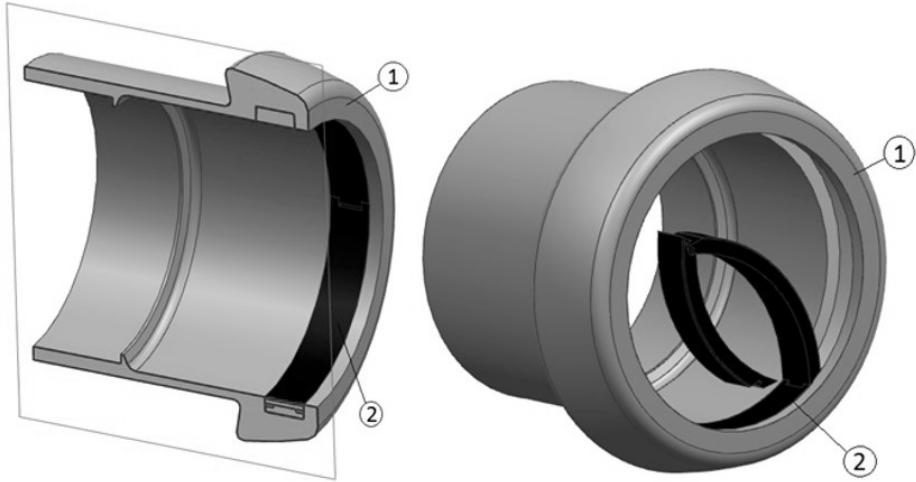
Bilezik çalışma esnasında enjekte edilen üründen kurtulabilmesi için iç çap ölü bölge diye adlandırdığımız bölgeye tırnak açılmıştır.



Şekil 5.1: Mekanik bilezik açılma görseli



Şekil 5.2: Mekanik bilezik montaj görseli



Şekil 5.3: Mekanik üründen çıkartma görseli

5.2 Kalıp Modeli

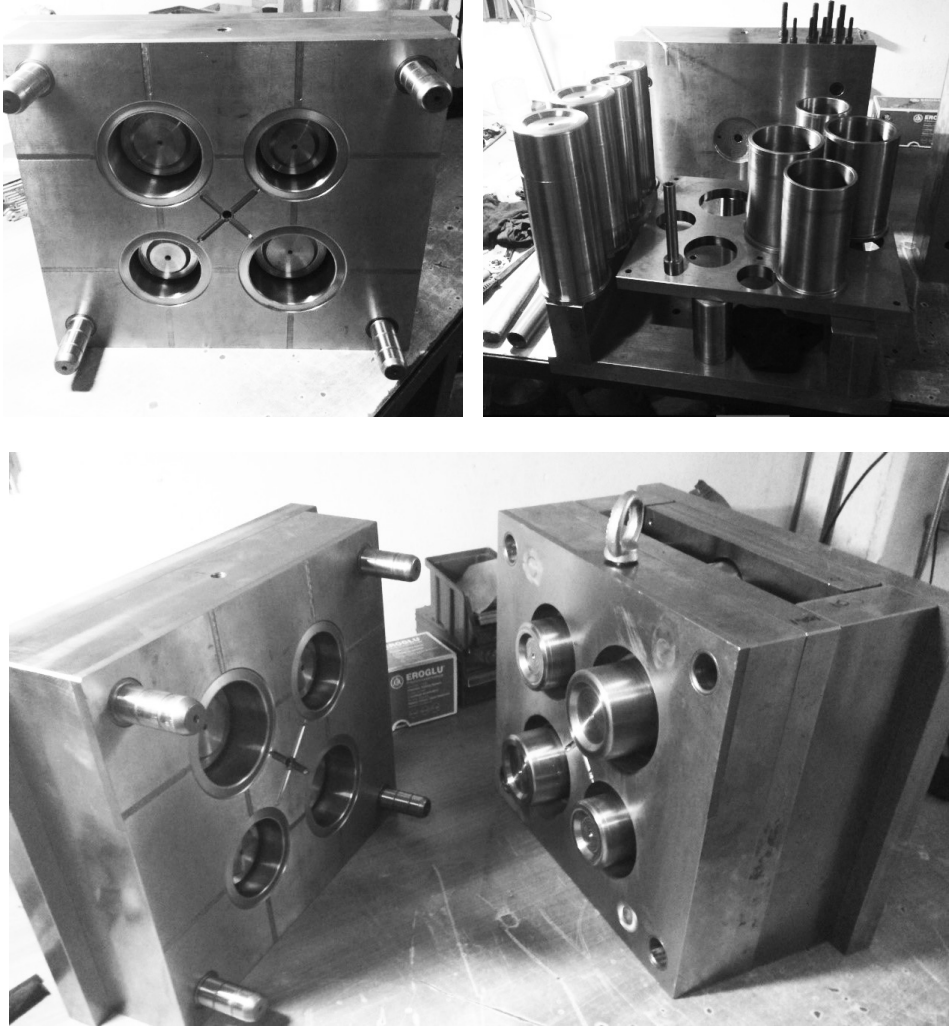
Plastik enjeksiyon kalıbı 4 göz olarak modellenen 3D ürün tasarımına göre dizayn edilmiştir. Kalıp dizaynının da NX Siemens programı kullanılmıştır. Kalıp dizaynında basılacak olan hammaddeye göre PE (%0,02) çekme payı verilerek kalıp boşlukları (cavity) oluşturulmuştur.

Plastiğin kalıp içerisinde minimum çevrim süresi içerisinde alabilmek için ürüne soğutma kanalları açılmış ve enjeksiyon bağlantı rakorları takılmıştır.

6. İmalat

Enjeksiyon kalıbı üzerinde bulunan ekipmanlar ve formların oluşumu için uygun talaş kaldırma yöntemleri ve talaşlı imalat sonrası montaj işlemleri yapılmıştır. Talaş kaldırma işlemi sırasında uygun yüzey pürüzlülüğünü oluşturmak için gerekli olan takım yolu stilleri ve kesici takımların türü öngörülmüş, özellikle son finiş işlemlerinde minimum çapta ve küresel uçlu titanyum kaplı kesicilerin kullanılması öngörülmüş ve uygulanmıştır.

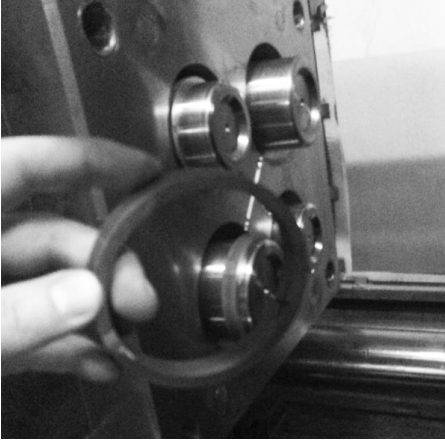
Kalıp formlarının işlenmesi ve kabul edilebilir ölçü aralığında olması için nümerik kontrollü takım tezgahlarının kullanılması öngörülmüş, bu madde uyarınca minimum 3 Eksenli olmak üzere bir Cnc freze tezgahının kullanılmasına karar verilmiş ve uygulanmıştır. Uygun CAM yazılımları üzerine düşünülmüş, gerekli katı model data transferi işlemleri yapılmıştır. Her imali gerekli kalıp elemanları için imalat resimleri oluşturulmuştur. Kalıp talaşlı imalat işlemleri sonrası montaj elemanları birbirleri ile alıştırmaya işlemleri yapılmıştır. Montaj elemanları tespiti yapılmış, gerekli standart makine elemanları ve özel makine elemanları tayini yapılmıştır. Kalıp malzemeleri yapılacak olan kalıbın prototip olması sebebi ile imalat çeliği sınıfından 1.1730 malzemeden imal edilmiştir. Üretimin az olması sebebi ile ısı işlem yapılmamıştır. Tüm montaj elemanları toplanmış ve enjeksiyon kalıbı hatasız olarak yapılarak enjeksiyon işlemine hazır hale getirilmiştir.



Şekil 6.1: İmalatı yapılmış olan kalıpların görselleri.

7. Ürün

Hedefte belirtilen dişi sulama başlığı ürünü, Conta kanal formunun oluşturulması için yapılan tasarım, analiz, imalat ve enjeksiyon baskı çalışmaları neticesinde aşağıda resmi paylaşılan ürün imal edilmiştir. Ürün enjeksiyon baskı ile dört gözlü olarak üretilmiştir. Ürüne ait resimler aşağıda paylaşılmaktadır.



Şekil 7.1: İmalatı yapılmış olan ürün görseli.



Şekil 7.2: Mekanik bilezik uygulama görselleri.

8. SONUÇ

Bu çalışma içerisinde geliştirilen, plastik enjeksiyon kalıplamada mekanik bilezik ile üretim yöntemi, enjeksiyon kalıplarında ters açılı formların yapılmasını kolay ve ekonomik hale getirmektedir. Bu tekniğin birçok yönetime göre üstünlük sağladığı yapılan araştırmalar ve analizler sonucunda tespit edilmiştir.

Mekanik bilezik geliştirilmesi sürecinde yapılan malzeme bilimine ait araştırmalarda, mekanik bilezik sistemine uygun malzemeler, bu malzemelerin yapısal özellikleri, sıcaklık ve basınç altında ki davranışları detaylı olarak incelenmiştir.

Çizelge 8.1: Maça sistemleri yatırım maliyetleri

Ø50x90 ATIKSU 4 GÖZ	HAFIZALI MAÇA MEVCUT SİSTEM	COLLABSİBLE CORE YABANCI	COLLABSİBLE CORE YERLİ	MEKANİK BİLEZİK
MAÇA MALİYETİ/ AD	1.100TL	16.000TL	8.000TL	485TL
ÇEVİRİM SÜRESİ	45 SN	45 SN	45 SN	45 SN
3 YILLIK BAKIM/ 1 milyon Adet	180 TL	7.400TL	4.200TL	485TL

Çizelge 8.1 de mevcutta kullanılan sistemlerin yatırım ve bakım maliyetleri tablo ile belirtilmiştir.

Çizelge 8.2: Mekanik bilezik üretim maliyeti

Mekanik Bilezik,	Ø110 Çap
Malzeme Maliyeti	55,00 TL
Torna Maliyeti:	120,00 TL
CNC Freze Maliyeti:	100,00 TL
Isıl işlem Maliyeti:	60,00 TL
Tel Erozyon Maliyeti:	150,00 TL
	485,00 TL

Çizelge 8.2 da Geliştirilen mekanik bilezik sisteminin bir adetinin üretim maliyeti belirtilmiştir.

Çizelge 8.3: Farklı sistemler ile üretilen ürün maliyetleri

Ø110 DİŞİ SULAMA BAŞLIĞI	Kalıp Fiyatı 4 Gözlü Kalıp	Ürün başına maliyet (1 M)	Hammadde Maliyeti:		Enjeksiyon Maliyeti		Tornalama İşçiliği		Toplam Ürün Maliyeti
Collapsible Ürün maliyeti:	86.000,00 TL	0,0460 TL	255 gram	1,02 TL	115sn	0,95 TL	-	-	2,02 TL
Memorial Ürün Maliyeti:	45.000,00 TL	0,0350 TL	255 gram	1,02 TL	115sn	0,95 TL	-	-	2,01 TL
Tornalanan Ürün Maliyeti	30.000,00 TL	0,0300 TL	293 gram	1,17 TL	145sn	1,20 TL	3dk	1,50 TL	3,90 TL
Mekanik Bilezikli sistem	33.000,00 TL	0,0310 TL	255 gram	1,02 TL	120sn	0,99 TL	-	-	2,04 TL

Çizelge 8.3 de mevcut üretim metotları ile geliştirilen mekanik bilezik ile üretilen ürünlerin ürün başı maliyet hesabı yapılmıştır. Bu hesaplamada yatırım maliyetleri eklenmemiştir. Bu tabloda gözüktüğü üzere çıkan ürün maliyetlerinde mekanik bilezik ile üretilen sistemde ürün başı maliyet collapsible core sistemine çok yakın bir maliyettir. Görsel ve ölçüsel bazda Aynı kalitede alınan standartlar içerisinde ürün alınmıştır.

Çizelge 8.4: Farklı sistemler ile üretilen amortisman dahil ürün maliyetleri

Ø110 DİŞİ SULAMA BAŞLIĞI	Kalıp Fiyatı 4 Gözlü Kalıp	Üretim Ürün Maliyeti / Adet	Yatırım amortisman/ adet / 1Milyon	Yatırım dahil ürün fiyatı /1 milyon Adet
Collapsible Ürün maliyeti:	86.000,00 TL	2,02 TL	0,08 TL	2,10 TL
Memorial Ürün Maliyeti:	45.000,00 TL	2,01 TL	0,04 TL	2,05 TL
Tornalanan Ürün Maliyeti	30.000,00 TL	3,90 TL	0,03 TL	3,93 TL
Mekanik Bilezikli sistem	33.000,00 TL	2,04 TL	0,033 TL	2,073 TL

Çizelge 8.4 de gözüktüğü üzere Memorial core sistemi en uygun maliyet ile ürün üretebilecek sistem olarak gözükmektedir. Fakat bu sistemde çıkan conta kanal formu açılı diye adlandırılan formdur. Bu tabloda kıyaslanacak olan çıktı ürün

düz açılı form olarak Collapsible-Tornalanan sistem ve Mekanik bileziktir. Bu prosesler içerisinde de mekanik bilezik hem yatırım maliyeti hem de ürün üretim maliyeti olarak avantajlı gözükmetedir.

Bu sistem maksimum 4 gözlü kalıplarda verimlilik göstermektedir. Kalıp çevrim süresinde enjeksiyon açılması sırasında mekanik bileziklerin takılma süresi ocaktaki hammaddenin pişme süresinden kısa olmak zorundadır. Bu sebep ile çok gözlü kalıplar için uygun bir sistem değildir.

Özellikle kalıp yatırım bedelle kıyaslandığı zaman mevcut üretim sistemlerine göre %50 kadar düşük yatırımlar ile üretimin önü açılmaktadır.

KAYNAKLAR

Megep Enjeksiyon Makinalarında Üretim [Kitap]. - ANKARA : M.E.B, 2006.

Altuntaş Fatih, Alkan Fatih ve Ay Mustafa Hacim Kalıp Tasarımı ve Uygulamaları [Rapor]. - İstanbul : Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, 2011.

Todd RobertH., Allen, Dell K. ve Leo Alting Manufacturing Processes Referance Guide. [Dergi]. - [s.l.] : Industrial Press Inc., 1994.

J.D. Schieber D.C. Venerus, K. Bush, V. Balasubramanian, and S. Smoukov. Measurement of anisotropic energy transport in flowing polymers by using a holographic technique [Dergi]. - [s.l.] : Proc. Nat.Acad Science, 2004. - ISBN 101:13142-13146

Wikipedia. (tarih yok). www.wikipedia.com. adresinden alındı

İNTERNET KAYNAKLARI

URL 1> https://en.wikipedia.org/wiki/Die_casting

TURİZM İŞLETMELERİNİN SPA BÖLÜMLERİNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ AÇISINDAN ERGONOMİNİN İNCELENMESİ

Şebnem BALTA

İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü,
İş Sağlığı ve Güvenliği YL
sebnem.balta@thesanitas.com
<https://orcid.org/0000-0001-6504-6323>

Prof. Dr. Haydar ÖZPINAR

İstanbul Aydın Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi
Gıda Mühendisliği Bölümü
haydarozpinar@aydin.edu.tr

ÖZ

Entelektüel sermayenin boyutu olan ve bilgi toplumu sürecinde önemi artarak uygulamada ciddi yer kazanan iş sağlığı ve güvenliğinde, ergonomi özel bir yer tutmaktadır. Bir işyerinde çalışma ortamı ile çalışanlar arasındaki uyumun göstergesi olan ergonomi, iş sağlığı ve güvenliği uygulamalarının bir parçası olarak, iş kazalarını önlemede önemli yer tutmaktadır. Bir anlamda iş sağlığı ve güvenliğinin koruyucu hekimliği biçiminde değerlendirilmesi mümkün olan ergonomi, basit önlemlerle ciddi kazaların önlenmesine de olanak vermektedir. Her ne kadar ergonominin önemi fark edilerek alan uygulamaları ve teorik çalışmalarda yerini almaya başlasa da, günümüzde henüz belirli alanlarda ergonomi ile iş sağlığı ve güvenliği arasındaki ilişkiyi ortaya koyan yeterli çalışma yoktur. Bu nedenle bu çalışmada, ekonomik anlamda değeri artan bir sektör olan SPA merkezlerinde ergonominin iş sağlığı ve güvenliği açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada bu bağlamda, Antalya ilinde 25 Haziran ve 25 Temmuz 2017 tarihleri arasında çeşitli SPA merkezlerinde görev yapan ve araştırmaya katılmaya gönüllü olan 89 SPA merkezi çalışanı üzerinde anket uygulaması yapılmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler betimsel tarama modeline uygun olarak analiz edilmiş ve sonuçlar raporlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ergonomi, turizm tesislerinde ve özellikle SPA merkezlerinde literatür ve alan uygulamalarında yeterince yer almamaktadır. Bunun yanında SPA merkezlerinde ergonomi ile ilişkili mesleki rahatsızlıkların (kas ve iskelet sistemi rahatsızlıkları, görme ve işitme ile ilgili sağlık problemleri) ciddi oranda olduğu görülmektedir. Demografik özelliklere göre fark analizi sonuçları, bu rahatsızlıkların tüm demografi gruplarına (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki deneyim) benzer şekilde dağıldığını göstermektedir. bu nedenle alanla ilgili literatür çalışmalarının artması, kapsamlı alan uygulamaları ve araştırmaların düzenlenmesi, risk analizlerinde ekonomik değerlendirmeleri de içerecek şekilde, işletmelerin bu alana yönelmeleri sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Spa, Sanus per Aquam, İş Sağlığı ve Güvenliği, Ergonomi.*

A RESEARCH ON ERCONOMICS REGARDING OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY IN SPA DEPARTMENTS OF TOURISM FIRMS

ABSTRACT

Ergonomics occupies a special place in the occupational health and safety, which is the dimension of the intellectual capital and has gained importance in practice by increasing importance in the process of information society. Ergonomics, which is a sign of harmony between working environment and employees in a workplace, is an important part of preventing work accidents in occupational health and safety practices. In a sense, ergonomics, where occupational health and safety can be assessed in the form of preventive medicine, also allows prevention of serious accidents by simple measures. Although the importance of ergonomics has been noticed and it has begun to take its place in field applications and theoretical studies, there is not yet enough work in certain areas to reveal the relationship between ergonomics and occupational health and safety. Therefore, in this research, it is aimed to examine the ergonomics in terms of occupational health and safety in SPA centers which is an increasingly economic sector. In this context, a survey was conducted on 89 SPA center employees who worked in various SPA centers between 25 June and 25 July 2017 in Antalya province and volunteered to participate in the research. The data obtained in the study were analyzed in accordance with the descriptive screening model and the results were reported.

According to the results of the research, it was found that ergonomics has not taken a sufficient place in literature and field applications in tourism facilities and SPA centers in particular. In addition, occupational disorders related to ergonomics (muscular and skeletal system disorders, health problems related to vision and hearing) appear to be serious in SPA centers. The results of differential analysis by demographic characteristics show that these disorders are similar in all demographic groups (gender, age, educational background, professional experience). For this reason, businesses should be directed to this area which includes increasing the literature that is related to the field, comprehensive field applications and regulation of researches, and economic evaluations in risk analysis.

Keywords: *Tourism, Spa, Sanus Per Aquam, Occupational Health and Safety, Ergonomics*

GİRİŞ

Bilgi toplumuna geçiş ile birlikte beşleri sermayenin değerinin artması ve entelektüel sermayenin en önemli boyutlarından birisi haline gelmesiyle birlikte, beşeri sermayenin çalışma ortamı, iş sağlığı ve güvenliği konusu altında giderek daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (Niu, 2010: 744-745; Cruz ve Huerta-Mercado, 2015: 569). İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili çalışmalar ilk başlarda her ne kadar işletmelerin işgücü değerlerini korumayı planlamış olsa da, günümüzde giderek daha çok sivil toplum değerleri ve beşeri değerler ile birlikte ele alınmaktadır (Yovi ve Nurrochmat, 2017: 1). Bu nedenle beşeri sermayenin çalışma ortamında güvenliğini sağlayan iş sağlığı ve güvenliği işletmeler için bir seçenek ya da olumlu katkı sağlayan bir işletme aracı olmaktan çıkmış, bir zorunluluk haline gelmiştir. Özellikle son yıllarda bu alanda yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar, sivil toplum kuruluşlarının (STK) girişimleri, akademik anlamda yapılan çalışmalar ve alan çalışmalarının arasındaki koordinasyon düzeyinin diğer alanlara göre daha yüksek olması gibi pek çok sebep, iş sağlığı ve güvenliği konusunun önemini arttırmıştır (Gopang ve ark, 2017: 129,131). İş sağlığı ve güvenliğinin ilk dönem uygulamalarında genel olarak kazaların ardından ya da kaza anında müdahale gibi önlemler ön plandayken, günümüzde kazaların oluşmasından önce önlemlerin alınması ve bu sayede gerek bireylerin yaşam kalitelerinin artmasının, gerekse iş kazalarından ileri gelen maliyetlerin en aza indirilmesinin mümkün olduğu düşüncesi yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu süreçte işyeri kazalarının önlenmesi, iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarının amaçlarına ulaşması bakımından ön plana çıkan kavramların başında ergonomi gelmektedir. En genel tanımıyla ergonomi; bir işyerinde, atölye ya da çalışma ortamında, iş akışında ya da iş sürecinde yapılacak olan eylemlerden fiziksel ortama kadar çevrenin çalışan ile uyum düzeyini ifade etmektedir (OSHA, 2017: 1). Öte

yandan ergonomi, bu tanımdan daha da ileri giderek, alan uygulamalarında ciddi bir yer edinmiştir. Ergonomi üzerinde her ne kadar kesin olarak sınırları çizilmiş bir tanım birliği olmasa da, yapılan tanımlardan ergonomiyi, “işyerinde iş sağlığı ve güvenliği konularına deste verecek şekilde, işyeri kazaları ile çalışanların işyeri çalışma kalitelerini arttırmaya yönelik alınan önlem ve eylemler bütünü” şeklinde tanımlamak mümkündür. Bu noktadan hareketle ergonominin, aslında iş sağlığı ve güvenliği konusunda bir çeşit “koruyucu” ya da “önleyici” görevini üstlendiğini ifade etmek mümkündür.

Ergonomi kavramının iş sağlığı ve güvenliği literatürüne diğer kavramlara göre yeni girmiş bir kavram olması nedeniyle, üzerinde kesin sınırları çizilmiş bir tanım birliği yoktur. Amerika’da İstihdam Bölümünün İş Güvenliği ve Sağlık Yönetimi (OSHA) ile ilgili 2000 yılında yaptığı çalışmada ergonomiyi, “bir işyerinde çalışanın fiziki kuvvet kullanarak kendisini işyerine uydurması yerine, işin çalışana uygun hale getirilmesi” olarak nitelendirilmiştir (OSHA, 2000: 1). Alan uygulamalarında önemli bir yer tutan bu tanım aslında her ne kadar basit bir biçimde ergonomiyi tanımlasa da, daha geniş ve kapsamlı tanımlara gereksinim duyulmuştur. Aynı departman 2017 yılında ergonomiyi, “işyerlerinin, atölyelerin, iş uygulamalarının ve iş akışlarının çalışanların kapasitelerine göre düzenlendiği, iş sağlığı ve güvenliğine katkı sağlamayı amaçlayan ve kümülatif travma kazaları başta olmak üzere kazaları önlemeyi hedefleyen uygulamalar” olarak tanımlamıştır (OSHA, 2017: 0). Aradan geçen 17 yılın sonunda, dünyada otorite kurumlardan birisi olan ABD Çalışma Departmanının tanımındaki bu gelişme, aslında ergonomi konusunda gerek literatür, gerekse alan uygulamalarının geldiği noktayı anlatmaktadır. Ergonomi sadece işyerinde kazaların önlenmesi ve meslek hastalıkları ya da daha genel ifadeyle meslekte çalışmaktan ileri gelen sorunları değil, aynı zamanda ileri gelmesi muhtemel sorunları da önlemeyi amaçlamaktadır. Ergonomi konusunda OSHA (2017) tarafından verilen tanımın bir diğer dikkat çekici yanı, iş akışlarını da bir ergonomi unsuru olarak vermesidir. Kelime anlamı itibarıyla ergonomi, daha çok somut ya da fiziksel unsurlar arasındaki kurgu ve ilişkiyi açıklayan bir terimdir. Öte yandan verilen tanımda “iş akışı” ifadesi, aslında bir işin yerine getirilme şeklinin ve akışının da ergonomi, dolayısıyla iş sağlığı ve güvenliği konusu olabileceğini ortaya koymaktadır.

SPA merkezlerinde ergonomi üzerine literatürde yapılan çok fazla çalışma yoktur. Öte yandan iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili çalışmalar daha çok konaklama ve turizm işletmeleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Bunun pek çok nedeni olabilmekle birlikte, konaklama hizmetlerinin, hatta daha genel ifadeyle turizm ve hizmet sektörünün iş sağlığı ve güvenliği ile ergonomi konuları diğer alanlara göre yeni bir konudur. Mevcut durumda yapılan işler ve bu işleri yerine getirirken, çalışanların yaptığı eylemler ile çalışma koşulları ile ilgili genel ergonomi

alanları belirlenebilir. Bunları, alan uzmanlarının görüşleri çerçevesinde, kısaca aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür: (1) Ergonomik riskler hakkında bilgi, (2) Kas ve iskelet sistemi hastalıkları, (2) Aydınlatma koşulları, (3) Gürültü ve ilgili koşullar, (4) Isı ve nem dengesi, (5) Ofis içi uygulamalar ve eğitimi, (6) Uzun süreli odaklanma ve göz sağlığı konuları

MATERYAL VE METOT

Araştırmanın evrenini Antalya ili Merkez İlçesi sınırları içerisinde 25 Haziran ve 25 Temmuz 2017 tarihleri arasında SPA merkezlerinde görev yapan çalışanlar, örneklemini ise araştırmaya katılmaya gönüllü olan 89 SPA merkezi çalışanı oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Antalya İli Merkez İlçesi sınırları içerisinde, turizm işletmesi belgesi alan tüm işletmelere ulaşılarak, ilgili izinler alınmış ve tam sayım örnekleme yöntemi ile tüm çalışanlara anket dağıtılmıştır. İlgili anketlere katılım oranı yüksek olup, dağıtılan 95 anketten 89'undan geri dönüş alınmıştır. Bu nedenle araştırmanın geri dönüş oranı %93,7 olarak bulunmuştur.

Araştırma, betimsel tarama modelinde desenlenmiştir. Betimsel tarama modelinde, araştırmacı mevcut durum üzerinde herhangi bir müdahalede bulunmayarak, mevcut durumu detaylı olarak nitel ve/veya nicel verilerle betimlemektedir. Araştırmada ilgili çalışmaların incelenmesinde doküman tarama modeli, verilerin toplanmasında ise sosyal bilimlerde en sık kullanılan yöntemlerden birisi olan anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde, SPSS 17.0 for Windows paket programı kullanılmıştır. Nominal ve ordinal veriler Frekans Analiziyle tanımlanmıştır. Fark analizlerinde Çapraz Tablolama (Crosstabulation) ve Ki-Kare testleri kullanılmıştır. Tüm analizler %95 güven aralığında ve 0.05 anlamlılık düzeyinde gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Araştırmaya katılmaya gönüllü olan SPA merkezi çalışanlarının demografik verileri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Kişi sayısı (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	58	65,2
Erkek	31	34,8
Yaş		
25 ve altı	47	52,8
26-35 arası	31	34,8
35 yaş ve üzeri	11	12,4
Eğitim		
Lise ve altı	37	41,6
Ön lisans	42	47,2
Lisans ve üzeri	10	11,2
Deneyim		
5 yıla kadar	37	41,6
5-7 yıl arası	37	41,6
7 yıl ve üzeri	15	16,9

Tablodan da görüleceği gibi, araştırmaya katılan SPA merkezi çalışanlarının %65,2'si kadın ve %34,8'i erkektir. Katılımcıların %52,8'i 25 ve altında, %34,8'i 26-35 arasında, %12,4'ü ise 35 ve üzerinde yaşa sahiptir. Eğitime göre katılımcıların %41,6'sı lise ve altında, %47,2'si ön lisans düzeyinde, %11,2'si ise lisans ve üzerinde eğitime sahiptir. Katılımcıların %41,6'sı 5 yıla kadar, %41,6'sı 5-7 yıl arası, %16,9'u ise 7 yıl ve üzerinde deneyime sahiptir. Katılımcıların ergonomi ile ilgili sorulara verdikleri yanıtların dağılımı Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Ergonomi ile İlgili Sorulara Verdikleri Yanıtların Dağılımı

SORULAR	Evet		Hayır	
	f	%	f	%
1. Ergonomik riskler hakkında yeterli bilgiye sahip misiniz?	35	39,3	54	60,7
2. Kas ve iskelet rahatsızlıkları yaşamakta mısınız?	59	66,3	30	33,7
3. Çalışma ortamlarınızda aydınlatma koşulları yeterli mi?	54	39,3	35	60,7
4. Çalışma ortamınızda sizi rahatsız edecek düzeyde gürültü var mıdır?	29	32,6	60	67,4
5. Çalıştığınız ortamda ısı ve nem dengesi sağlanıyor mu?	15	16,9	74	83,1
6. Çalışma ortamınızda hareketlerinizi kısıtlayıcı dağınıklık mevcut mu?	12	13,5	77	86,5
7. Ofis çalışmalarında ergonomik açıdan uymanız gereken kuralları kapsayan eğitimler verilmekte mi?	76	85,4	13	14,6
8. Uzun süreli odaklanma gerektiren işlerde göz rahatsızlığı yaşıyor musunuz?	23	41,3	66	58,7

Araştırmaya katılan SPA merkezi çalışanlarının %39,3'ü ergonomik riskler hakkında bilgi düzeylerini yeterli görürken, %55,1'i ise bu konuda sahip oldukları bilgiyi yeterli görmemektedir. Katılımcıların %66,3'ü kas ve iskelet rahatsızlıkları yaşadıklarını, %60,7'si çalışma ortamında aydınlatma koşullarının yeterli olmadığını, %32,6'sı çalışma ortamında kendilerini rahatsız edecek düzeyde gürültü olduğunu, %83,1'i çalışma ortamında yeterli düzeyde ısı ve nem dengesinin sağlanmadığını, %13,5'i hareketlerini kısıtlayacak derecede dağınıklığın olduğunu, %14,6'sı ofis ortamında ergonomik açıdan uyulması gerekli olan kuralları kapsayan eğitimlerin verilmediğini ve %41,3'ü ise uzun süreli odaklanma gerektiren işlerde çalışırken göz rahatsızlıkları yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Demografik özelliklere göre sorulara verilen yanıtların dağılımı ve fark analizi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Demografik özelliklere göre sorulara verilen yanıtların dağılımı ve fark analizi sonuçları (Evet yanıtını verenler), n (%)

	1	2	3	4	5	6	7	8
Cinsiyet								
Kadın	25 (43,2)	36 (62,1)	33 (56,9)	22 (37,9)	13 (22,4)	11 (19,0)*	47 (81,0)	20 (34,5)*
Erkek	10 (32,3)	23 (74,2)	21 (67,7)	7 (22,6)	2 (6,5)	1 (3,2)*	29 (93,5)	3 (9,7)*
Yaş								
25 ve altı	17 (36,2)	33 (70,2)	30 (63,8)	14 (29,8)	7 (14,9)	5 (10,6)	42 (89,4)	10 (21,3)
26-35 arası	14 (45,2)	19 (61,3)	17 (54,8)	11 (35,5)	6 (19,4)	5 (16,1)	25 (80,6)	10 (32,3)
35 yaş ve üzeri	4 (36,4)	7 (63,6)	7 (63,6)	4 (36,4)	2 (18,2)	2 (18,2)	9 (81,8)	3 (27,3)
Eğitim								
Lise ve altı	13 (35,1)	26 (70,3)	24 (64,9)	10 (27,0)	4 (10,8)	4 (10,8)	33 (89,2)	8 (21,6)
Ön lisans	18 (42,9)	27 (64,3)	24 (57,1)	15 (35,7)	9 (21,4)	7 (16,7)	34 (81,0)	12 (28,6)
Lisans ve üzeri	4 (40,0)	6 (60,0)	6 (60,0)	4 (40,0)	2 (20,0)	1 (10,0)	9 (90,0)	3 (30,0)
Deneyim								
5 yıla kadar	16 (43,2)	24 (64,9)	21 (56,8)	12 (32,4)	6 (16,2)	6 (16,2)	31 (83,8)	9 (24,3)
5-7 yıl arası	14 (37,8)	25 (67,6)	23 (62,2)	12 (32,4)	7 (18,9)	6 (16,2)	31 (83,8)	11 (29,7)
7 yıl ve üzeri	5 (33,3)	10 (66,7)	10 (66,7)	5 (33,3)	2 (13,3)	-	14 (93,3)	3 (20,0)

1. Bilgi düzeyi; 2. Kas ve iskelet rahatsızlıkları; 3. Aydınlatma koşulları yeterliliği; 4. Rahatsız edici gürültü; 5. Isı ve nem dengesi; 6. Hareketi kısıtlayıcı dağınıklık; 7. Kuralları içeren eğitim; 8. Göz rahatsızlığı.

*p<.05

Demografik özelliklere göre fark analizi sonuçları incelendiğinde, sadece hareketi kısıtlayan dağınıklığın varlığı ve göz rahatsızlığı konularında cinsiyete göre gruplar arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<0,05$). Bunun dışındaki tüm ergonomi konuları hakkında, farklı demografiye sahip olan çalışanların benzer düşünceye sahip oldukları görülmektedir ($p>0,05$). Fark analizi anlamlı çıkan sonuçlar incelendiğinde; kadınların %19,0'u işyerlerinde hareketlerini engelleyen dağınıklıkların olduğunu düşünürken, erkeklerin ise sadece %3,2'si işyerlerinde bu şekilde bir dağınıklık olduğunu düşünmektedir. Göz rahatsızlığı konusunda da kadınların %34,5'i işyerlerinde uzun süre odaklanma gerektiren işlerde göz rahatsızlıkları yaşadıklarını ifade ederken, erkeklerin %9,7'si göz rahatsızlığı yaşadıklarını belirtmektedir.

SONUÇ

Araştırmada yapılan literatür çalışması sonuçları, turizm ve konaklama hizmetlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin uzun bir geçmişe sahip olmadığını ve özellikle son yıllarda bu alanda çalışmaların arttığını göstermektedir. Boustras ve Economides (2014: 91) Kıbrıs örneklemini üzerinden yaptıkları çalışmada, iş sağlığı ve güvenliğinin temel görevlerini aşağıdaki gibi özetlemiştir: (1) Risklerin önlenmesi, (2) Kontrol edilemeyen risklerin belirlenmesi, (3) Risklerle kaynaklarında mücadele, (4) İşyeri ile işçinin oryantasyon ve adaptasyonu, (5) Teknolojik ilerlemelerin takip edilmesi ve bireylerin korunması için alınması gereken kolektif önlemlerin belirlenmesi. SPA hizmetlerinde de, araştırmada bakılan sekiz temel parametrenin (1. Bilgi düzeyi; 2. Kas ve iskelet rahatsızlıkları; 3. Aydınlatma koşulları yeterliliği; 4. Rahatsız edici gürültü; 5. Isı ve nem dengesi; 6. Hareketi kısıtlayıcı dağınıklık; 7. Kuralları içeren eğitim; 8. Göz rahatsızlığı) bu amaçları genel olarak hedeflediği ifade edilebilir. Bunun dışında da, SPA merkezlerinin verdikleri hizmetin türünden içeriğine kadar pek çok alanda, ergonomi konusunda çalışmalar yapılabilir. Alan öncü çalışma olması bakımından, araştırma bu sekiz konu ile sınırlandırılmıştır. İş sağlığı ve güvenliği uygulamalarında, akademik çalışmaların ve literatür bilgilerinin alan uygulamaları ile örtüşmesi için, yasa koyucu ve hükümetlere önemli görev düşmektedir (Caraballo-Arias, 2015: 512; Moyo ve ark, 2015: 495). Bu noktada hükümetin sadece yapılan uygulamaları denetlemesi değil, aynı zamanda akademik çalışmalar ile alan uygulamalarını birleştirmesi de gereklidir. Gopinathan ve Raman (2015) çalışmalarında, Malezya bilişim teknolojisi çalışanlarının iş yaşamını dengelemelerinde, ergonomik kalitenin rolünü incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre ergonomi çalışmaları bir hizmet sektörü olan bilişim teknolojilerinde sadece uzun vadede iş sağlığı ve güvenliği konularında değil, kısa vadede personel güçlendirme konusunda da önemli getiriler sağlamaktadır. Bu nedenle SPA merkezlerinde de, ergonomi uygulamalarının personel güçlendirmede olumlu katkılarının olacağı ifade edilebilir. Jilcha ve Kitaw (2017)

endüstri alanında iş sağlığı ve güvenliğini incelediği çalışmasında, sürdürülebilir gelişme ve sağlık inovasyonunda, iş sağlığı ve güvenliğiyle alt alanlarının büyük önem arz ettiğini rapor etmiştir. SPA merkezleri için de, sürdürülebilir gelişme ve yeni alternatifler ile inovasyon çalışmalarında, iş sağlığı ve güvenliğinin en önemli alanlarından birisi olan ergonominin olumlu getirileri olabilir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar, turizm alanında ve özellikle SPA merkezlerinde ergonomi konusunda yeterli düzeyde çalışmanın olmadığını göstermektedir. Bunun yanında araştırma sonuçlarından ortaya çıkan bir diğer bulgu ise SPA merkezleri ile ilgili ergonomi konularını yeterince kapsayan düzenleme ve yasal direktiflerin de olmadığını göstermektedir. Öte yandan turizm alanında ergonomiye ilişkin yoğunluğu artan çalışmalar ve alan uygulamaları, yakın gelecekte bu konuda da daha kapsamlı araştırmaların ortaya koyulacağına işaret etmektedir. Bu nedenle daha fazla bütçe, zaman ve olanaklar ile daha kapsamlı örneklemelerin tespit edilerek bu konuda çalışmaların yapılması, alana ve literatüre olumlu katkılar sağlayacaktır.

Araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulgu ise SPA merkezleri örnekleminden genellemeyle, hizmet sektöründe sağlık sorunlarının uzun vadede görüldüğü konularda, ergonominin yeterince değerlendirilemediği yönündedir. Aslında bu bir anlamda beklenen sonuçtur. Zira ergonomi çalışmaları sanayi ve hizmet sektörünün köklü geçmişi ile kıyaslandığında yeni bir konudur. Bu nedenle etkileri hemen görülen iş kazalarının yoğunlukta olduğu üretim alanında genel manada ergonomi çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Bir tersanedeki ergonomi eksikliği anında ölümle sonuçlarken, bir kot taşıma atölyesindeki ergonomi yıllar içerisinde ölümle sonuçlanabilmektedir. Turizm ve SPA merkezlerinde ise yaşam kalitesini ciddi derecede düşüren ve ileride geriatri hastalıklarının çoğuna davet çıkaracak hastalıklar gelişebilmektedir. Bu nedenle önem sırası farklı olsa da, bu alanda ciddi alan uygulamaları ve gerek teorik, gerekse ampirik çalışmalara ihtiyaç vardır.

SSPA merkezlerinde ve daha genel olarak hizmet sektöründe ve diğer sektörlerde iş sağlığı ile güvenliği çalışmalarının optimum başarıya ulaşması için, öncelikle başarılı bir risk analizi ve bu analizden elde edilen sonuçların ekonomik ya da ekonometrik verilerle ilişkilendirilmesi gerekir. Her ne kadar günümüz sivil toplum yapısı içerisinde iş sağlığı ve güvenliği küresel kamusal bir sorun olarak görüle de, özel işletmelerde en temel motivasyon aracı, kar elde etmektir. Hatta işletmelerin temel varoluş sebeplerinin de kar elde etmek olduğu ifade edilebilir. Buradan hareketle risk analizleri de dahil olmak üzere ergonominin ekonomik katkılarını daha iyi bir şekilde ortaya koyan çalışmalarla, alan uzmanlarının ergonomi uygulamalarına olan ilgileri arttırılabilir.

KAYNAKLAR

Boustras, G. ve Economides, A. (2014). Analysis of the Determinants of Workplace Occupational Safety and Health Practice in Cyprus. Policy and Practice in Health and Safety, 12:2, 89-107.

Caraballo-Arias, Y. (2015). Occupational Safety and Health in Venezuela. Annals of Global Health, 81(4), 512-521.

Cruz, I. ve Huerta-Mercado, R. (2015). Occupational Safety and Health in Peru. Annals of Global Health, 81(4), 568-575.

Gopang, M. A., Nebhwani, M., Khatri, A. ve Marri, H. B. (2017). An assessment of occupational health and safety measures and performance of SMEs: An empirical investigation. Safety Science, 93 (2017) 127–133.

Gopinathan, S. ve Raman, M. (2015). Ergonomic Quality, Playing a Role in Ensuring Work Life Balance among Malaysian ICT Workers. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 211 (2015) 1210 – 1215.

Jilcha, K. ve Kitaw, D. (2017). Industrial occupational safety and health innovation for sustainable development. Engineering Science and Technology, an International Journal, 20 (2017) 372–380.

Moyo, D., Zungu, M., Kgalamono, S. ve Mwila, C. D. (2015). Review of Occupational Health and Safety Organization in Expanding Economies: The Case of Southern Africa. Annals of Global Health, 81(4), 495-502.

Niu, S. (2010). Ergonomics and occupational safety and health: An ILO perspective. Applied Ergonomics, 41 (2010) 744-753.

OSHA (2000). Ergonomics: The Study of Work. Occupational Safety and Health Administration, U.S. Department of Labor, OSHA 3125.

OSHA (2017). Introduction to Ergonomics. Occupational Safety and Health Administration, U.S. Department of Labor, OSHA Academy.

Yovi, E. Y. ve Nurrochmat, D. R. (2017). An occupational ergonomics in the Indonesian state mandatory sustainable forest management instrument: A review. Forest Policy and Economics, xxx (xxxx) xxx–xxx (Article in Pres).

Yazar Kılavuzu

Aşağıda belirtilen yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış yazılar, “makale sunum formu” ile birlikte e-posta yoluyla aşağıdaki adreslere gönderilebilir.

Çevirisi yapılmış makalelerin değerlendirmeye alınabilmesi için özgün metinlerin ve makale sahibinden (asıl yazar veya hak sahibi yayınevi) izin yazılarının da gönderilmesi zorunludur.

Ön inceleme ve hakem değerlendirmesi doğrultusunda geliştirilmek ve/veya düzeltilmek üzere yazarlarına geri gönderilen yazılar, gerekli düzeltmeler yapılarak en geç, bir ay içinde tekrar dergiye ulaştırılır.

Yapılan ön incelemede yazım kurallarına uyulmadığı tespit edilen makaleler düzeltilmesi için yazarına iade edilir ve yayım programına alınmaz.

Yayın İlkeleri

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi (İAÜD); gıda, gıda teknolojileri, mimarlık, iç mimarlık, endüstri, endüstriyel optimizasyon, tekstil, tekstil uygulamaları, elektronik, görüntü işleme, bilgi teorisi, elektrik sistemleri, güç elektroniği, kontrol teorisi, gömülü sistemler, robotik, modelleme, sistem dizaynı, çok disiplinli mühendislik, bilgisayar mühendisliği, optik mühendislik, malzeme bilimi, yarı malzeme, ısı ve kütle transferi, kinematik, dinamik, termodinamik, enerji ve uygulamaları, yenilenebilir enerji, çevresel etkiler, yapısal analiz, akışkanlar dinamiği ve fen bilimlerindeki diğer ilgili konular, tıp ve sağlık bilimleri, diş hekimliği, iktisat, işletme, maliye, sosyal politika ve çalışma ilişkileri, grafik tasarımı, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler, hukuk, davranış bilimleri, tarih, sanat tarihi, arkeoloji, Türk dili ve edebiyatı, eğitim bilimleri, uzaktan eğitim, iletişim bilimleri, güzel sanatlar, yabancı diller ve edebiyatları, dil bilim ve bunun gibi sosyal bilimlerdeki ilgili alanlarında bilimsel eserleri yayınlır.

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi senede 4 defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Orijinal teorik ve/veya deneysel çalışma ve sabit referans değerleri ile ilgili öğretileri açıklamanın bulunduğu makaleler kabul edilir.

İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi yayın kurulu, uluslararası uzmanların değerlendirmesiyle makalelerin kabul edilmesi veya edilmemesinde yetkilidir.

Yayın Dili

Yazılar tercihen İngilizce yazılmalıdır.

Yazım Kuralları

I. Sayfa Düzeni

Üst 3,5 cm, alt 2,5 cm, sol kenar 2,5 cm, sağ 2 cm boşluk bırakılacak şekilde tüm metin alanı 170 mm X 240 mm şeklinde olmalıdır.

II. Ana Başlık

Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 16 punto şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Yazar ismi, kısaltmaları ve e-posta adresleri başlıktan sonra iki satır boşluk bırakacak şekilde yazılmalı ve yazar ismi küçük, soyadı büyük olacak şekilde 14 punto, geriye kalan bilgiler 11 punto yazı karakterinde yazılmalıdır.

III. Özet

200 kelimeyi geçmemeli ve “ÖZ” kalın, 11 punto olmalı, özet metni 11 punto olarak tüm metin Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Anahtar kelimeler kalın yazı tipinde, 11 punto olmalı ve 5 kelimeyi geçmemelidir.

IV. Bölümler

Formüller numaralandırılmalıdır. Formüller Eqn(.) şeklinde olmalıdır. Figür ve şekiller metin kısmına uyacak şekilde yerleştirilmeli ve başlıkları 10 punto olmalıdır. Şekil numaraları

ve başlıklar şekilden önce olacak şekilde yazılmalıdır. Gerek görülürse, şekil ve figürler için tüm sütunlar kullanılabilir.

V. Ana Metin

Alt başlıklar 11 punto, kalın ve büyük harf kullanılarak yazılmalı ve metin kısmı 11 punto, Times New roman yazı stilinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Makaleler tek sütun, iki yana yaslı olacak şekilde ve paragraf aralarında tek aralık olacak şekilde yazılmalıdır. İlk bölümün alt başlığı anahtar kelimelerden sonra bir satır boşluk bırakarak başlamalı ve bunu takip eden metin paragraflarında boşluk olmamalıdır. Makale Uzunluğu şekiller ve figürler ile birlikte 20 sayfayı geçmemelidir.

VI. Sonuç

Başlık kalın, 11 punto, büyük harflerle ve metin kısmı da 11 punto Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Sonuç kısmı ‘‘özet’’ bölümünde ayrı olmalıdır.

VII. Kaynakça

Başlık 11 punto, kalın; kaynaklar ise aşağıda gösterilen şekilde numarasız ve *italik* olmalıdır.

Kitaplar

→ Özsü M., T, Valduriez, P., *Principles of Distributed Database Systems, Prentice Hall, New Jersey, 128-136,1991.*

Yazılar

→ G. Altay, O. N., Ucan, “Heuristic Construction of High-Rate Linear Block Codes,” *International Journal of Electronics and Communications (AEU)*, vol. 60, pp.663-666, 2006.

İletişim Bilgileri:

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

Yayın Koordinatörlüğü, Prof. Dr. Hülya YENĞİN

- Makaleler elektronik ortamda İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi Yazı Kabul Sistemine ve aşağıdaki e-posta adresine gönderilmelidir:

<http://iaud.aydin.edu.tr/Account/Default.aspx>

hulyayengin@aydin.edu.tr

İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi,

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web: <http://iaud.aydin.edu.tr>

E-mail: hulyayengin@aydin.edu.tr

Author's Guide

Author's may send their articles which are prepared in accordance with the below stated publishing and editorial principles, together with the "article presentation form" via e-mail to the provided addresses.

Providing the permissions of the authors (the main author or the rightful publishing house) is obligatory for the translated texts and articles as well.

The articles which are sent to their authors for further improvement and/or proofreading following the preliminary reviews and referee evaluations, should be edited accordingly and delivered back to the journal in one month at the latest.

On the other hand, the articles which are found to be conflicting with this guideline, will be returned to their authors for further proofreading and will not be issued.

Publishing Principles

Istanbul Aydin University Journal (IAUD) publishes works from a wide range of fields including but not limited to food and food technologies, architecture, interior architecture, industry and industrial optimization, textile and textile applications, electronics, image processing, information theory, electronic systems, power electronics, control theory, embedded systems, robotics, modeling, system design, multidisciplinary engineering, computer engineering, optical engineering, materials science, semi-material, heat and mass transfer; kinematic, dynamic, thermodynamic energy and its applications, renewable energy, environmental effects, structural analysis, fluid dynamics as well as history, art history, archeology, Turkish language and literature, educational sciences, distance education, communication sciences, graphic design, politics and international relations, law, behavioral sciences, dentistry, economics, business administration, finance, social policy and work relations , fine arts, foreign languages and literature, linguistics.

IAUD is a peer-reviewed journal which is published four times a year. Accepted articles are those which contain original theoretical and/or experimental studies as well as educational explanations related to fixed reference values.

IAUD Editorial Board is authorized to decide whether or not to accept articles through international peer-reviews.

Publishing Language

English is preferred.

Editorial Principles

I. Page Layout

Margins: up 3,5; down 2,5; left 2,5; right 2 cm with 170 mm X 240 mm over all text space.

II. Main Title

Uppercase, 16-point size, bold, Times New Roman font type in Microsoft Office Word format. Author's name, title and contact information should be stated two lines below the main title.

Author's name and surname should be written in 14-point size with only initials capitalized and the rest should be 11-point size.

III. Abstract

Title should be in 11-point size and bold with overall text written in Times new Roman font type, 11-point size in Microsoft Office Word format not exceeding 200 words. Keywords should be in 11-point size, bold and not exceeding 5 words.

IV. Sections

Formulas should be in Eqn(.) format and numbered. Figures and Graphics should be placed in line with the text with titles in 10-point size. The numbers and the titles of the figures should be typed before the figure. In case necessary, whole columns can be used for figures and graphics.

V. Main Text

Sub-titles should be 11-point size, bold and uppercase with overall text written in Times new Roman font type, 11-point size in Microsoft Office Word format. Articles should be aligned as a single column, distributed evenly between the margins with a single space between the paragraphs. The sub-title of the first section should begin after a single space below Keywords and there should be no space before the following paragraphs in the text. The overall length of the article should not exceed 20 pages with figures and graphics included.

VI. Conclusion

The title should be 11-point size and bold with overall text written in Times new Roman font type in Microsoft Office Word format. The conclusion section should be separate from the “abstract”.

VII. Bibliography

The title should be 11-point size and bold with sources indicated according to the alphabetical order in italics as shown below.

Books

→ Özsü M., T, Valduriez, P., *Principles of Distributed Database Systems, Prentice Hall, New Jersey, 128-136,1991.*

Articles

→ G. Altay, O. N., Ucan, “*Heuristic Construction of High-Rate Linear Block Codes,*” *International Journal of Electronics and Communications (AEU)*, vol. 60, pp.663-666, 2006.

Contact Information:

Journal of Istanbul Aydin University

Editorial Board, Prof. Dr. Hülya YENĞİN

- The articles should be uploaded to IAUD Manuscript Submission page online following the link below and sent to the below e-mail address:

<http://iaud.aydin.edu.tr/Account/Default.aspx>

hulyayengin@aydin.edu.tr

Istanbul Aydin University, Communications Faculty,

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 4441428

Web: <http://iaud.aydin.edu.tr>

E-mail: hulyayengin@aydin.edu.tr